

METODOLOGI PENELITIAN BISNIS

*Teori & Panduan Praktis
dalam Penelitian Bisnis*

Penulis :

Dr. Ervina Waty, SE., MM., CA., CPA (Aus)., CMA (Aus)., ASEAN CPA

Dr. Annisa Fitri Anggraeni, SE., MM., CIISA

Anita Apriani, SE., M.Si

Hasan Ibrahim, S.Pt., M.Si

Dr. Afrina Sari, M.Si

Dr. Henny A. Manafe, SE., MM

Drs. Galuh Juniarto, SE., MM

Tinjung Desy Nursanti, SE., MSi

Dr. Ir. Yayan Hadiyat, MM

SONPEDIA.COM

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

METODOLOGI PENELITIAN BISNIS

(Teori & Panduan Praktis dalam Penelitian Bisnis)

Penulis :

Dr. Ervina Waty, SE., MM., CA., CPA (Aus)., CMA (Aus)., ASEAN CPA

Dr. Annisa Fitri Anggraeni, SE., MM., CIISA

Anita Apriani, SE., M.Si

Hasan Ibrahim, S.Pt., M.Si

Dr. Afrina Sari, M.Si

Dr. Henny A. Manafe, SE., MM

Drs. Galuh Juniarto, SE., MM

Tinjung Desy Nursanti, SE., MSi

Dr. Ir. Yayan Hadiyat, MM

Penerbit:

SONPEDIA
Publishing Indonesia

METODOLOGI PENELITIAN BISNIS

(Teori & Panduan Praktis dalam Penelitian Bisnis)

Penulis :

Dr. Ervina Waty, SE., MM., CA., CPA (Aus)., CMA (Aus)., ASEAN CPA
Dr. Annisa Fitri Anggraeni, SE., MM., CIISA
Anita Apriani, SE., M.Si
Hasan Ibrahim, S.Pt., M.Si
Dr. Afrina Sari, M.Si
Dr. Henny A. Manafe, SE., MM
Drs. Galuh Juniarto, SE., MM
Tinjung Desy Nursanti, SE., MSi
Dr. Ir. Yayan Hadiyat, MM

ISBN : 978-623-8417-56-8

Editor:

Efitra

Sepriano

Penyunting :

Nur Safitri

Desain sampul dan Tata Letak:

Yayan Agusdi

Penerbit :

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Redaksi :

Jl. Kenali Jaya No 166 Kota Jambi 36129 Tel +6282177858344

Email: sonpediapublishing@gmail.com

Website: www.buku.sonpedia.com

Anggota IKAPI : 006/JBI/2023

Cetakan Pertama, Oktober 2023

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara
Apapun tanpa ijin dari penerbit

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ini dengan baik. Buku ini berjudul ***"METODOLOGI PENELITIAN BISNIS : Teori & Panduan Praktis dalam Penelitian Bisnis"***. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih bagi semua pihak yang telah membantu dalam penulisan dan penerbitan buku ini.

Penelitian bisnis merupakan fondasi utama bagi kemajuan dunia bisnis dan ekonomi. Dalam era yang penuh dengan dinamika dan persaingan sengit, penelitian yang berkualitas menjadi kunci untuk mencapai kesuksesan. Oleh karena itu, kami merasa terpanggil untuk menyajikan panduan ini sebagai kontribusi kami dalam memahami dan menguasai metodologi penelitian bisnis.

Buku ini adalah sebuah buku yang memberikan wawasan komprehensif mengenai proses penelitian di dunia bisnis. Buku ini membantu mahasiswa, peneliti, dan praktisi bisnis memahami berbagai aspek penelitian, mulai dari perencanaan hingga analisis data. Dengan menjelaskan ruang lingkup dan konsep dasar penelitian bisnis, pembaca dapat memahami kerangka dasar yang diperlukan untuk mengembangkan penelitian yang kuat.

Buku ini juga membahas beragam metode penelitian, termasuk kualitatif, kuantitatif. Selain itu, buku ini merinci proses pemilihan sampel, pengumpulan data, dan analisis data dengan panduan praktis, memastikan bahwa pembaca memiliki alat yang diperlukan untuk menjalankan penelitian bisnis yang efektif dan bermanfaat.

Dengan pendekatan yang seimbang antara teori dan praktik, "Metodologi Penelitian Bisnis" adalah sumber daya berharga bagi siapa saja yang ingin memahami dan menguasai metodologi penelitian di dunia bisnis. Buku ini membantu pembaca merancang, melaksanakan, dan menganalisis penelitian mereka dengan cermat, sehingga dapat berkontribusi pada perkembangan pengetahuan dalam bidang bisnis dan mengambil keputusan yang lebih baik dalam dunia bisnis yang kompleks.

Buku ini mungkin masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, saran dan kritik para pemerhati sungguh penulis harapkan. Semoga buku ini memberikan manfaat dan menambah khasanah ilmu pengetahuan.

Jakarta, Oktober 2023
Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
BAGIAN 1 RUANG LINGKUP DAN KONSEP DASAR PENELITIAN BISNIS ..	1
A. PENDAHULUAN	1
B. RUANG LINGKUP PENELITIAN BISNIS	2
C. KONSEP DASAR PENELITIAN BISNIS.....	11
D. KESIMPULAN.....	16
BAGIAN 2 JENIS-JENIS METODOLOGI PENELITIAN BIDANG BISNIS.....	19
A. PENDAHULUAN	19
B. OVERVIEW PENELITIAN BISNIS	21
C. PENELITIAN DASAR (BASIC RESEARCH)	28
D. PENELITIAN TERAPAN (APPLIED RESEARCH)	29
BAGIAN 3 PERENCANAAN PENELITIAN BISNIS	31
A. JENIS-JENIS PERENCANAAN PENELITIAN	32
B. PENELITIAN EKSPLORATORI.....	34
C. PENELITIAN DESKRIPTIF	41
D. PENELITIAN KAUSAL	43
E. RANCANGAN PENELITIAN YANG TEPAT	45
BAGIAN 4 METODE PENELITIAN KUALITATIF BIDANG BISNIS	47
A. PENDAHULUAN	47
B. METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN PENERAPAN DALAM BISNIS.....	48
C. PROSEDUR DAN TEKNIK PENELITIAN KUALITATIF	51

BAGIAN 5 METODE PENELITIAN KUANTITATIF BISNIS.....	55
A. METODE PENELITIAN KUANTITATIF BISNIS	55
B. FUNGSI DAN PERAN METODE PENELITIAN KUANTITATIF BISNIS.....	64
C. TIPE-TIPE METODE PENELITIAN KUANTITATIF BISNIS	66
D. TAHAPAN DALAM METODE PENELITIAN KUANTITATIF BISNIS.....	67
E. METODE PENELITIAN KUANTITATIF BISNIS SECARA DEDUKTIF .	69
BAGIAN 6 PENELITIAN TINDAKAN DALAM KONTEKS BISNIS	74
A. PENDAHULUAN	74
B. KONSEP DASAR PENELITIAN TINDAKAN DALAM BISNIS	76
C. LANGKAH - LANGKAH PENELITIAN TINDAKAN DALAM BISNIS.....	80
D. STUDI KASUS: IMPLEMENTASI PENELITIAN TINDAKAN DALAM BISNIS	88
E. TANTANGAN DAN HAMBATAN DALAM PENELITIAN TINDAKAN BISNIS	91
D. KESIMPULAN.....	93
BAGIAN 7 PEMILIHAN SAMPEL DAN TEHNIK PENGAMBILAN SAMPEL PENELITIAN BISNIS.....	96
A. APAKAH SAMPEL ITU?	96
B. KAPAN SAMPEL DIGUNAKAN?	97
C. BAGAIMANA MENGHASILKAN SAMPEL YANG BAIK?	98
D. BESAR UKURAN SAMPEL	99
E. TEHNIK PENGAMBILAN SAMPEL	101
BAGIAN 8 PROSES PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN BISNIS.....	111

A. PENGERTIAN DATA SERTA MANFAAT BAGI PENELITIAN.....	111
B. KATEGORISASI DATA PENELITIAN.....	114
C. TAHAPAN DALAM PENGUMPULAN DATA.....	115
D. PENGUKURAN DATA.....	119
E. SUMBER DATA SEKUNDER.....	123
F. LATIHAN.....	125
BAGIAN 9 ANALISIS DATA DALAM PENELITIAN BISNIS	126
A. DEFINISI ANALISIS DATA PENELITIAN	126
B. PERSIAPAN DATA.....	126
C. EKSPLORASI DATA.....	131
D. MEMILIH METODE ANALISIS DATA	137
DAFTAR PUSTAKA	155
TENTANG PENULIS	167

BAGIAN 1

RUANG LINGKUP DAN KONSEP DASAR PENELITIAN BISNIS

A. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang terus berkembang, dunia bisnis mengalami perubahan yang sangat cepat dan kompleks. Perkembangan teknologi, perubahan regulasi, dinamika pasar, dan faktor-faktor lainnya telah menciptakan tantangan dan peluang baru bagi organisasi bisnis. Di tengah perubahan yang begitu cepat ini, penelitian bisnis memiliki peran krusial dalam memahami, mengantisipasi, dan menghadapi berbagai dinamika dalam lingkungan bisnis.

Penelitian bisnis bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengembangkan teori-teori bisnis yang relevan dengan kondisi saat ini. Beberapa pertanyaan mendasar yang akan dijawab dalam penelitian bisnis meliputi: Bagaimana teori-teori bisnis tradisional beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis? Bagaimana konsep-konsep bisnis baru dapat diintegrasikan dalam kerangka teoritis yang ada? Apa dampak perubahan teknologi dan globalisasi terhadap pengembangan teori bisnis?

Tujuan utama penelitian bisnis adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengintegrasikan berbagai teori bisnis yang relevan dengan perkembangan bisnis kontemporer. Penelitian bisnis akan mencoba untuk memahami bagaimana teori-teori ini dapat

digunakan sebagai alat prediksi dan panduan dalam menghadapi tantangan bisnis saat ini, serta bagaimana teori-teori tersebut dapat diperkaya oleh realitas bisnis saat ini.

Penelitian bisnis diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan panduan kepada para praktisi bisnis dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.
2. Mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang teori-teori bisnis dan bagaimana teori-teori tersebut dapat mengikuti perkembangan bisnis.
3. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan teori bisnis secara keseluruhan.

B. RUANG LINGKUP PENELITIAN BISNIS

Ruang lingkup penelitian bisnis adalah elemen kunci dalam merancang dan memahami sebuah penelitian dalam konteks bisnis. Ruang lingkup ini menggambarkan batasan serta cakupan penelitian, memungkinkan peneliti untuk fokus pada tujuan penelitian yang spesifik. Dalam pembahasan ini, kita akan mengeksplorasi komponen-komponen utama yang harus dimasukkan dalam penjelasan mengenai ruang lingkup penelitian bisnis.

a. Deskripsi Umum Bidang Bisnis

Deskripsi umum bidang bisnis adalah bagian dari penjelasan ruang lingkup penelitian bisnis yang membantu dalam memberikan pemahaman yang kuat tentang latar belakang bisnis yang menjadi

subjek penelitian. Penjelasan ini membantu menggambarkan konteks bisnis yang akan menjadi fokus penelitian.

Berikut adalah beberapa poin yang harus dicakup dalam deskripsi umum bidang bisnis:

1. Jenis Bisnis atau Industri

Identifikasi jenis bisnis atau industri yang akan menjadi subjek penelitian. Apakah bisnis tersebut termasuk dalam sektor manufaktur, jasa, perdagangan, teknologi, kesehatan, atau sektor lainnya?

2. Karakteristik Bisnis

Merupakan gambaran singkat tentang karakteristik bisnis tersebut. Ini mencakup apa yang bisnis tersebut lakukan, produk atau layanan yang mereka tawarkan, dan sejauh mana mereka terlibat dalam siklus produksi atau layanan.

3. Ukuran dan Skala Bisnis

Menjelaskan sejauh mana bisnis tersebut signifikan dalam konteks industri atau sektor. Ini bisa mencakup informasi tentang pendapatan tahunan, jumlah karyawan, jumlah cabang atau lokasi, atau pangsa pasar yang mereka miliki.

4. Model Bisnis

Menggambarkan model bisnis yang digunakan oleh bisnis tersebut. Apakah mereka menjual produk atau layanan secara langsung kepada pelanggan, melalui saluran distribusi, atau melalui platform online?

5. Pasar dan Pelanggan

Diskusikan target pasar atau pelanggan yang menjadi fokus bisnis. Siapa yang merupakan konsumen atau pemangku kepentingan utama bisnis tersebut?

6. Tren dan Perkembangan Terkini

Menjelaskan perkembangan atau tren terbaru dalam bidang bisnis tersebut yang mungkin memengaruhi penelitian Anda. Ini mencakup perkembangan industri, teknologi, regulasi, atau perubahan perilaku konsumen.

7. Konteks Geografis

Membahas mengenai area geografis di mana bisnis tersebut beroperasi. Apakah mereka berskala lokal, nasional, atau internasional? Adanya bisnis yang beroperasi di pasar global dapat memiliki implikasi yang berbeda.

Deskripsi umum bidang bisnis adalah langkah penting dalam membantu pembaca atau pemangku kepentingan memahami latar belakang dan konteks bisnis yang menjadi fokus penelitian Anda, sehingga penelitian tersebut lebih mudah dipahami dan dinilai relevansinya

b. Relevansi Bidang Bisnis dalam Penelitian

Penjelasan mengenai relevansi bidang bisnis dengan penelitian merupakan bagian penting dalam ruang lingkup penelitian bisnis. Ini membantu dalam memperkuat argumen mengapa penelitian tersebut penting dan relevan dalam konteks bisnis tertentu.

Berikut adalah beberapa poin penting dalam penjelasan mengenai relevansi bidang bisnis dengan penelitian:

1. Pengidentifikasian Isu atau Tantangan

Menjelaskan isu atau tantangan spesifik yang ada dalam bidang bisnis yang Anda teliti. Identifikasi masalah utama atau kesempatan yang ingin Anda eksplorasi melalui penelitian Anda.

2. Kontribusi Terhadap Pemahaman Bisnis

Menggambarkan bagaimana penelitian Anda akan berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang bidang bisnis tersebut. Apakah hasil penelitian Anda akan memberikan wawasan baru, mengungkapkan tren penting, atau membantu dalam pemecahan masalah kunci dalam bidang bisnis ini?

3. Relevansi untuk Pengambilan Keputusan

Menekankan bagaimana hasil penelitian Anda dapat digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan di dalam bisnis. Apakah temuan Anda akan membantu manajemen bisnis membuat keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi, atau mengidentifikasi peluang pertumbuhan?

4. Mengisi Celah Pengetahuan

Menjelaskan bagaimana penelitian Anda akan mengisi celah dalam pengetahuan yang ada. Apakah ada aspek tertentu dalam bidang bisnis yang kurang dipahami atau belum diteliti secara mendalam, dan bagaimana penelitian Anda akan mengisi kekosongan ini?

5. Relevansi Strategis

Mendiskusikan bagaimana penelitian Anda berkaitan dengan strategi bisnis jangka panjang perusahaan atau organisasi. Bagaimana temuan Anda akan membantu perusahaan mencapai tujuan mereka dan menjaga daya saing di pasar?

6. Manfaat bagi Pemangku Kepentingan

Menjelaskan manfaat penelitian Anda bagi berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham, karyawan, konsumen, dan masyarakat umum. Bagaimana hasil penelitian Anda akan memengaruhi atau memberikan nilai tambah bagi setiap kelompok ini?

c. Sejarah dan Perkembangan Bisnis

Penjelasan mengenai sejarah dan perkembangan bidang bisnis adalah bagian penting dari pembahasan ruang lingkup penelitian bisnis. Ini membantu membentuk pemahaman tentang konteks bisnis yang lebih luas dan mengapa penelitian Anda penting dalam menghadapi tantangan atau peluang terkini dalam bidang tersebut.

Berikut adalah poin-poin kunci dalam penjelasan sejarah dan perkembangan bidang bisnis:

1. Sejarah Perkembangan Bisnis

Menjelaskan bagaimana bidang bisnis ini berkembang sejak awal. Ini mencakup asal-usul dan perkembangan awalnya, serta evolusi bisnis selama beberapa dekade terakhir. Sejarah ini membentuk landasan untuk memahami kondisi saat ini.

2. Perubahan Tren dan Model Bisnis

Mengidentifikasi tren dan model bisnis kunci yang telah muncul dalam bidang bisnis tersebut seiring berjalannya waktu. Apakah ada perubahan signifikan dalam cara bisnis beroperasi, berinovasi, atau berkompetisi?

3. Inovasi dan Teknologi

Menjelaskan peran inovasi dan teknologi dalam perkembangan bidang bisnis. Bagaimana kemajuan teknologi telah memengaruhi cara bisnis berjalan dan menawarkan peluang baru?

4. Perubahan dalam Perilaku Konsumen

Mendiskusikan perubahan dalam perilaku konsumen dan preferensi yang dapat mempengaruhi bisnis dalam bidang tersebut. Apakah terdapat perubahan signifikan dalam bagaimana pelanggan berinteraksi dengan bisnis ini?

5. Pengaruh Faktor Eksternal

Melakukan peninjauan faktor eksternal seperti perubahan regulasi, perubahan pasar global, dan peristiwa ekonomi yang berdampak pada bidang bisnis ini. Bagaimana faktor-faktor tersebut telah mempengaruhi dinamika bisnis?

6. Tantangan dan Peluang Saat Ini

Menggambarkan tantangan dan peluang terkini dalam bidang bisnis tersebut. Apa yang menjadi isu-isu utama yang dihadapi bisnis saat ini, dan bagaimana mereka dapat dimanfaatkan atau diatasi?

d. Topik Penelitian

Penjelasan tentang topik penelitian adalah langkah selanjutnya dalam pembahasan ruang lingkup penelitian bisnis. Ini adalah bagian di mana Anda menjelaskan topik khusus yang akan menjadi fokus utama dari penelitian Anda. Penjelasan ini membantu dalam mengidentifikasi dan merinci subjek penelitian secara lebih mendalam.

Berikut adalah komponen-komponen yang perlu dimasukkan dalam penjelasan topik penelitian:

1. Identifikasi Topik

Tunjukkan dengan jelas topik atau isu spesifik yang akan Anda teliti. Pastikan topik ini diformulasikan dengan jelas dan terkait dengan bidang bisnis yang telah Anda deskripsikan sebelumnya.

2. Rasio Pemilihan Topik

Jelaskan mengapa Anda memilih topik penelitian ini. Apa yang membuat topik ini menarik bagi Anda? Apakah ada kepentingan pribadi atau profesional yang mendorong pemilihan topik ini?

3. Relevansi dengan Bidang Bisnis

Jelaskan hubungan langsung antara topik penelitian dan bidang bisnis yang Anda teliti. Bagaimana topik ini relevan dalam konteks bisnis tersebut?

4. Kesulitan atau Tantangan yang Dihadapi

Identifikasi kesulitan atau tantangan yang ada terkait dengan topik penelitian Anda. Apakah ada masalah tertentu yang perlu

dipecahkan atau aspek-aspek yang memerlukan pemahaman lebih mendalam?

5. Tujuan Penelitian

Gambarkan tujuan utama penelitian Anda. Apa yang ingin Anda capai melalui penelitian ini? Misalnya, apakah tujuannya untuk memahami perilaku konsumen, menganalisis kinerja perusahaan, atau mengidentifikasi peluang pasar baru?

6. Pertanyaan Penelitian

Formulasikan pertanyaan penelitian yang akan Anda jawab melalui penelitian. Pertanyaan penelitian ini harus berkaitan dengan topik penelitian dan tujuan penelitian Anda.

7. Hipotesis (jika diperlukan)

Jika penelitian Anda bersifat eksperimental atau kuantitatif, sertakan hipotesis yang mungkin Anda uji atau verifikasi dalam penelitian.

e. Hubungan dengan Literatur Terkait

Hubungan dengan literatur terkait adalah bagian penting dari ruang lingkup penelitian bisnis yang membahas bagaimana topik penelitian Anda terkait dengan penelitian, teori, dan studi sebelumnya yang telah dilakukan dalam bidang yang sama atau terkait. Ini membantu menunjukkan di mana penelitian Anda masuk dalam kerangka pengetahuan yang sudah ada.

Berikut adalah poin-poin yang perlu Anda sertakan dalam penjelasan hubungan dengan literatur terkait:

1. Identifikasi Literatur Terkait

Jelaskan literatur atau penelitian terkait yang telah Anda teliti sebelumnya sebagai dasar untuk penelitian Anda. Ini mencakup studi, artikel, buku, dan sumber lain yang relevan dengan topik penelitian Anda.

2. Kritik Literatur Terdahulu

Diskusikan kelemahan atau celah dalam literatur yang telah ada, yang mungkin menjadi alasan Anda memilih topik penelitian ini. Apakah ada pertanyaan yang belum terjawab atau aspek tertentu yang belum cukup dipelajari dalam literatur sebelumnya?

3. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Jelaskan bagaimana penelitian Anda akan berbeda atau menambahkan nilai tambah dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Apakah Anda menggunakan metodologi yang berbeda, menjelajahi dimensi yang lebih dalam, atau menghadapi permasalahan yang belum pernah dipecahkan sebelumnya?

4. Penguatan Temuan Terdahulu

Diskusikan bagaimana penelitian Anda dapat mengkonfirmasi atau melengkapi temuan terdahulu dalam literatur. Bagaimana penelitian Anda dapat membantu memperkuat atau memvalidasi temuan yang sudah ada?

5. Identifikasi Celah Pengetahuan

Identifikasi apakah ada aspek tertentu dalam literatur yang masih belum dipahami atau jika ada pertanyaan yang belum

terjawab. Bagaimana penelitian Anda berkontribusi untuk mengisi celah-celah ini dalam pengetahuan?

6. Kontribusi Terhadap Pengetahuan

Jelaskan bagaimana penelitian Anda akan memberikan kontribusi terhadap pengetahuan dalam bidang bisnis. Bagaimana penelitian Anda dapat memperluas atau mengembangkan pemahaman saat ini tentang topik tersebut?

C. KONSEP DASAR PENELITIAN BISNIS

Konsep dasar penelitian bisnis adalah prinsip-prinsip atau ide-ide pokok yang membentuk landasan teoretis dan metodologis untuk penyelidikan dalam konteks bisnis. Penelitian bisnis melibatkan pemahaman mendalam tentang berbagai konsep dasar ini, yang membantu peneliti dalam merancang studi, menganalisis data, dan menghasilkan temuan yang relevan.

a. Pasar dan Permintaan

Pasar adalah tempat di mana barang dan layanan diperdagangkan. Penelitian pasar mencakup pemahaman tentang seberapa besar pasar, karakteristik konsumen, dan kebutuhan konsumen.

Permintaan mengacu pada keinginan konsumen untuk membeli produk atau layanan. Ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti harga, preferensi konsumen, dan tren pasar.

Konsep ini berkaitan dengan cara pasar beroperasi dan bagaimana permintaan produk atau layanan terbentuk. Ini mencakup analisis perilaku konsumen, tren pasar, dan kekuatan yang memengaruhi harga dan ketersediaan produk.

b. Penawaran dan Persaingan

Penawaran mencakup ketersediaan produk atau layanan di pasar. Penelitian penawaran melibatkan pemahaman tentang seberapa besar penawaran, biaya produksi, dan tingkat persediaan.

Persaingan adalah hubungan antara perusahaan dalam mencari pangsa pasar. Penelitian ini melibatkan analisis pesaing, strategi pesaing, dan diferensiasi produk.

Konsep ini membantu dalam memahami bagaimana perusahaan bersaing untuk mendapatkan pelanggan.

c. Strategi Bisnis

Strategi bisnis melibatkan rencana jangka panjang perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis. Ini melibatkan serangkaian tindakan yang dipilih dan diimplementasikan dengan cermat untuk memungkinkan organisasi mencapai keunggulan kompetitif, pertumbuhan, profitabilitas, dan tujuan bisnis lainnya. Strategi bisnis adalah konsep dasar dalam penelitian bisnis dan manajemen, dan penting dalam pengelolaan perusahaan. Strategi bisnis adalah alat penting yang membantu organisasi mencapai pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang.

d. Manajemen Sumber Daya Manusia

Merupakan disiplin yang melibatkan pengelolaan karyawan dalam organisasi. Ini mencakup rekrutmen, pelatihan, pengembangan karyawan, dan manajemen konflik.

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah fungsi penting dalam organisasi yang memastikan bahwa tenaga kerja diorganisasi dikelola dengan baik, termasuk pengelolaan sumber daya manusia, peningkatan kinerja karyawan, dan pembangunan budaya yang mendukung tujuan organisasi. Melalui praktik yang efisien dan etis, manajemen sumber daya manusia membantu organisasi mencapai kesuksesan jangka panjang.

e. Keuangan Perusahaan

Manajemen keuangan perusahaan melibatkan pengelolaan aset, hutang, modal, dan laporan keuangan. Ini membantu dalam mengukur kesehatan keuangan perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk berkembang.

Manajemen Keuangan Perusahaan adalah disiplin yang berfokus pada pengelolaan aset, sumber daya, dan keuangan organisasi dengan tujuan untuk mencapai tujuan bisnis yang ada. Ini mencakup sejumlah praktik dan keputusan yang berkaitan dengan perencanaan, pengumpulan, penggunaan, dan pengelolaan dana yang diperlukan untuk operasi perusahaan.

Manajemen Keuangan Perusahaan adalah fungsi penting yang membantu perusahaan mengelola keuangan mereka dengan baik, mengidentifikasi peluang, dan mengelola risiko keuangan. Dengan manajemen keuangan yang efektif, perusahaan dapat mencapai tujuannya, menghindari krisis keuangan, dan menjaga keberlanjutan operasi bisnis mereka.

f. Pemasaran dan Perilaku Konsumen

Pemasaran dan perilaku konsumen adalah dua konsep yang sangat terkait dalam dunia bisnis. Pemasaran melibatkan serangkaian aktivitas yang dirancang untuk mempromosikan produk atau layanan kepada konsumen, sementara perilaku konsumen adalah studi tentang cara konsumen membuat keputusan pembelian dan merespons tawaran pemasaran. Pemasaran melibatkan strategi pemasaran, promosi, dan manajemen merek. Analisis perilaku konsumen membantu dalam memahami bagaimana keputusan pembelian dibuat dan bagaimana pengaruh pemasaran memengaruhi konsumen.

Studi perilaku konsumen membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dengan memahami bagaimana dan mengapa konsumen merespons produk dan layanan tertentu. Keselarasan antara praktik pemasaran dan pemahaman perilaku konsumen yang mendalam adalah kunci untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis.

g. Rantai Pasokan dan Logistik

Rantai pasokan mencakup pergerakan barang atau layanan dari produsen ke konsumen. Penelitian rantai pasokan dan logistik melibatkan perencanaan dan pengelolaan aliran barang, pergudangan, transportasi, dan manajemen inventaris.

h. Etika Bisnis

Etika Bisnis adalah bidang studi yang membahas aspek moral dan etika dalam dunia bisnis. Ini melibatkan penerapan prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai etika dalam pengambilan keputusan bisnis, hubungan dengan semua pemangku kepentingan, dan pelaksanaan operasi bisnis. Etika bisnis adalah aspek penting dalam pengelolaan perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan keberlanjutan jangka panjang dan memastikan kepatuhan dengan norma etika dan peraturan yang berlaku. Melibatkan pertimbangan etika dalam pengambilan keputusan bisnis. Ini mencakup masalah seperti integritas, tanggung jawab sosial perusahaan, dan etika dalam hubungan bisnis.

Etika bisnis adalah esensial dalam menciptakan kepercayaan, membangun reputasi yang baik, dan mencapai kesuksesan jangka panjang dalam bisnis. Perusahaan yang berkomitmen pada etika bisnis seringkali memiliki hubungan yang lebih baik dengan konsumen, karyawan yang lebih puas, dan dukungan dari masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya.

i. Pengambilan Keputusan Bisnis

Pengambilan keputusan bisnis adalah proses yang kompleks dan penting dalam menjalankan perusahaan. Keputusan bisnis mempengaruhi segala aspek operasi perusahaan, dari strategi hingga pelaksanaan harian.

Pengambilan keputusan bisnis adalah proses yang memerlukan analisis yang cermat, pertimbangan etika, dan pemahaman tentang dampaknya. Keputusan yang baik dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya, sementara keputusan yang buruk dapat mengarah pada kerugian finansial dan reputasi. Oleh karena itu, pengambilan keputusan bisnis adalah aspek kunci dalam manajemen perusahaan yang berhasil.

D. KESIMPULAN

Penelitian bisnis adalah disiplin ilmiah yang melibatkan studi mendalam tentang berbagai aspek bisnis dan organisasi. Ruang lingkup penelitian bisnis sangat luas dan mencakup berbagai topik yang berkaitan dengan dunia bisnis. Beberapa konsep dasar yang penting dalam penelitian bisnis termasuk metodologi penelitian, etika, serta konsep-konsep seperti manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, pemasaran, perilaku konsumen, dan etika bisnis.

Dalam penelitian bisnis, metodologi penelitian adalah landasan yang digunakan untuk merancang dan melaksanakan penelitian. Penelitian bisnis dapat menggunakan metode kualitatif atau kuantitatif, tergantung pada tujuan penelitian dan data yang dibutuhkan. Etika juga merupakan aspek penting dalam penelitian bisnis, dan peneliti harus memastikan bahwa penelitian mereka dilakukan dengan integritas dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika.

Konsep manajemen sumber daya manusia dan manajemen keuangan adalah inti dalam operasi perusahaan. Manajemen sumber daya manusia berkaitan dengan pengelolaan karyawan dan aset manusia, termasuk rekrutmen, pelatihan, manajemen kinerja, dan aspek-aspek lainnya yang berhubungan dengan tenaga kerja. Manajemen keuangan, di sisi lain, fokus pada pengelolaan keuangan organisasi, termasuk perencanaan keuangan, pengelolaan kas, investasi, dan kebijakan kompensasi.

Pemasaran dan perilaku konsumen adalah aspek penting dalam kesuksesan bisnis. Pemasaran melibatkan pengembangan strategi untuk mempromosikan produk atau layanan kepada konsumen, sementara perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian. Memahami perilaku konsumen membantu perusahaan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

Terakhir, etika bisnis adalah landasan moral yang mendukung seluruh penelitian bisnis. Etika bisnis melibatkan penerapan prinsip-prinsip

moral dalam pengambilan keputusan bisnis dan hubungan dengan pemangku kepentingan.

Dalam keseluruhan, penelitian bisnis adalah bidang yang kaya dan kompleks, yang memerlukan pemahaman yang mendalam tentang berbagai aspek bisnis dan organisasi. Memahami ruang lingkup dan konsep dasar penelitian bisnis membantu peneliti dan praktisi bisnis dalam merencanakan, melaksanakan, dan memahami implikasi hasil penelitian mereka. Kesuksesan dalam penelitian bisnis dapat membantu organisasi mencapai tujuannya, meningkatkan efisiensi, dan memahami tren pasar yang berubah.

BAGIAN 2

JENIS-JENIS METODOLOGI PENELITIAN BIDANG BISNIS

A. PENDAHULUAN

Manajer dalam perusahaan perlu melakukan penelitian, karena dihadapkan pada pilihan untuk mengambil keputusan. Keputusan tersebut berkaitan dengan permasalahan apa yang terjadi di dalam perusahaan. Penelitian bagi Sebagian orang atau manajer dalam perusahaan sedikit memberikan efek intimidasi, namun perlu diingat bahwa penelitian hanyalah proses menemukan solusi terhadap suatu masalah setelah studi dan analisis menyeluruh dari faktor situasional pada suatu organisasi. Sehubungan dengan hal ini, masyarakat (konsumen, investor, manajer) diharapkan untuk terus-menerus melibatkan diri dalam mengeksplorasi dan mengkaji isu-isu dengan bersedia untuk terlibat dalam beberapa bentuk kegiatan penelitian-sesuai kebutuhan serta keinginan mereka, sebagai bentuk penggantian memecahkan masalah melalui penyedia telepon seluler, berinvestasi dalam permulaan bisnis, atau meningkatkan pengeluaran iklan dalam peran mereka sebagai manajer.

Beberapa para ahli membagikan pengalamannya sebagai tenaga pengajar metode penelitian dan statistik bahwa setiap individu membutuhkan dan selalu melakukan penelitian karena hal sebagai berikut:

1. Kepastian bahwa mereka tidak 'dibutakan oleh ilmu pengetahuan' atau diperdaya oleh angka-angka yang sesuai.

2. Kemampuan untuk menilai validitas, reliabilitas, dan nilai sebenarnya dari data yang diberikan dan, jika perlu, mampu menantang data dan cara data tersebut ditampilkan, diringkas dan dimanipulasi secara statistik.
3. Pemahaman yang cukup tentang prinsip dasar pengumpulan dan pengolahan data dan beberapa pengetahuan kerja tentang teknik kuantitatif yang lebih penting yang umum digunakan, termasuk kegunaan dan batasannya.
4. Pengetahuan yang cukup untuk mampu merumuskan masalah dan membedakan antara dan memilih teknik yang paling tepat untuk menemukan solusi terhadap masalah tertentu.
5. Kepercayaan diri untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan data yang diberikan.

Perlu diketahui bahwa penelitian sering kali melibatkan pengumpulan informasi. Hal ini dimaksud bukan hanya sekedar membaca beberapa buku atau artikel, berbicara dengan beberapa orang atau mengajukan pertanyaan kepada orang-orang, tetapi dengan melibatkan proses pengumpulan data dapat menjadi bagian dari proses penelitian, jika hal ini tidak dilakukan secara sistematis dan tanpa tujuan yang jelas maka hal tersebut tidak akan terlihat sebagai penelitian.

Kemudian, hal yang lumrah dalam banyak laporan, bahwa Data dikumpulkan berbagai sumber yang berbeda, dan kemudian dirangkai dalam satu dokumen dengan mencantumkan sumber data

tersebut tanpa ada penjelasan apa maksud data tersebut. Dengan kata lain, tidak ada interpretasi terhadap data yang dikumpulkan

B. OVERVIEW PENELITIAN BISNIS

Riset bisnis mengacu pada upaya sistematis dan terorganisir untuk menyelidiki masalah spesifik yang dihadapi dalam lingkungan kerja, yang membutuhkan solusi. Kondisi ini, terdiri dari serangkaian langkah yang dirancang dan dilaksanakan dengan tujuannya untuk menemukan jawaban atas permasalahan yang menjadi perhatian manajer di lingkungan kerja, yang berarti bahwa langkah pertama dalam penelitian adalah mengetahui di mana area masalah yang ada dalam organisasi, dan mengidentifikasinya dengan jelas dan spesifik masalah-masalah yang perlu dipelajari dan diselesaikan. Setelah permasalahan terdefinisi dengan jelas, langkah-langkah yang dapat diambil untuk menentukan faktor-faktor yang berhubungan dengan masalah, mengumpulkan informasi, menganalisis data, mengembangkan penjelasan atas masalah yang dihadapi dan kemudian menyelesaikannya dengan mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan. Keseluruhan proses yang digunakan untuk memecahkan masalah disebut penelitian. Dengan demikian, penelitian melibatkan serangkaian aktivitas yang dipikirkan dengan matang dan dilaksanakan dengan hati-hati yang memungkinkan manajer mengetahui bagaimana masalah organisasi dapat terjadi dapat diatasi, atau setidaknya diminimalkan.

Penelitian meliputi proses penyelidikan, penyelidikan, pemeriksaan, dan eksperimen. Proses-proses ini harus dilakukan secara sistematis, tekun, kritis, obyektif, dan secara logis. Hasil akhir yang diharapkan adalah penemuan yang membantu manajer menghadapi situasi masalah, Mengidentifikasi isu-isu kritis, mengumpulkan informasi yang relevan, menganalisis data dengan cara yang membantu pengambilan keputusan membuat, dan menerapkan tindakan yang tepat, semuanya difasilitasi dengan memahami riset bisnis.

Bagaimanapun, pengambilan keputusan hanyalah sebuah proses memilih di antara alternatif solusi untuk menyelesaikan suatu masalah dan penelitian membantu menghasilkan alternatif yang layak untuk pengambilan keputusan yang efektif. Pengetahuan tentang penelitian dengan demikian memungkinkan peneliti harus melakukan penelitian sendiri untuk memecahkan masalah baik masalah kecil dan besar yang akan ditemui dalam pekerjaan peneliti (masa depan) misal sebagai bendahara, pengontrol, manajer merek, manajer produk, manajer pemasaran, auditor TI, manajer proyek, analisis bisnis, atau konsultan.

Ruang lingkup penelitian bisnis luas, berikut dengan jenis-jenis fenomena bisnis berdasarkan studi peneliti yang berkembang pesat. Dalam kajian, penelitian bisnis mempelajari produktivitas karyawan sebagai fungsi dari kekayaan saluran komunikasi, bagaimana pola pembelian konsumen yang berubah karena media digital, atau bagaimana perusahaan dapat memprediksi preferensi pelanggan

dengan lebih baik dalam menggunakan data besar dan teknik pembelajaran mesin. Jadi, penelitian bisnis adalah penelitian yang bersifat dinamis karena para peneliti terus-menerus mempelajari isu-isu baru dengan alat-alat terkini. Berikut merupakan elemen kunci dalam penelitian bisnis:

1. Riset bisnis melibatkan studi tentang berbagai fenomena, seperti:
 - a. Orang, termasuk karyawan, pelanggan, penyelia, manajer, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan,
 - b. Sistem atau sekelompok orang, termasuk unit bisnis strategis, kantor, buruh pabrik, kelompok manajemen, dewan direksi, direktur pelaksana, segmen pasar, budaya, subkultur, budaya perusahaan, komunitas, perusahaan, dan industri,
 - c. Interaksi manusia dengan sistem, termasuk akuntansi atau audit sistem, sistem hukum, praktik manajemen, sistem kompensasi, proses rantai pasokan, sistem manufaktur, pendekatan akuisisi pelanggan, proses produksi, dan sistem keuangan.
2. Riset bisnis bisa bersifat formal. Peneliti dapat melakukan pendekatan sistematis dan terkadang proyek lengkap yang ditujukan untuk menjawab pertanyaan yang sangat spesifik.

Sebagai gambaran, Toyota tertarik untuk mengetahui dampak dari satu harga ritel, di mana, dalam pembelian mobil, harga mobil tidak dapat dinegosiasikan. Penelitian ini dilakukan dengan menguji ide tersebut di beberapa negara. Pelanggan di Montreal, Kanada, untuk Misalnya, umumnya lebih menyukai sistem satu harga sekitar dua banding satu. Namun dampak dari ritel satu

harga umumnya tidak hanya berdampak pada pelanggan, tetapi juga pada Jaringan dealer dan karyawan Toyota. Dengan demikian Toyota juga bisa menelitinya dampak ritel satu harga pada jaringan dealer dan karyawannya. Oleh karena itu, Toyota perlu dengan secara hati-hati meneliti dampak strategi penetapan harga di beberapa negara antara pelanggan, jaringan dealer, dan karyawan, sehingga menghasilkan hasil yang cukup komprehensif.

3. Riset bisnis bisa bersifat informal. Pemilik atau manajer restoran sering kali menghabiskan sebagian dari setiap malam beredar di ruang makan. Mereka berhenti di setiap meja dan bertanya, “Bagaimana kabarnya?” Informasi yang mereka terima membantu mengidentifikasi pola dan meningkatkan pengambilan keputusan untuk meningkatkan pengalaman restoran pelanggan mereka.

Meskipun penelitian semacam ini mudah bagi usaha kecil, hal ini lebih merupakan tantangan bagi perusahaan besar. Dengan adanya perubahan Teknologi yang baru, perusahaan dapat menciptakan cara agar karyawan garis depan dapat memasuki sektor informal, untuk mendapatkan umpan balik dari pelanggan yang secara langsung dapat di input ke dalam database.

Email, pesan teks, situs jejaring sosial, ulasan pelanggan, dan blog juga dapat memberikan informasi kualitatif sebagai umpan balik untuk perusahaan besar. Penelitian informal sering kali berlangsung secara berulang-ulang, dimana penelitian dilakukan terus-menerus dan terbuka untuk memberikan informasi tentang

masalah dan peluang yang sedang berlangsung maupun yang belum teridentifikasi.

4. Penelitian yang baik dapat ditiru. Tujuan penelitian ilmiah adalah menjadi seobjektif mungkin. Ketika penelitian bersifat objektif, maka secara umum penelitian tersebut dapat ditiru bahwa peneliti lain dapat menghasilkan hasil yang sama dengan menggunakan hal yang sama prosedur yang digunakan oleh peneliti asli.

Contohnya adalah penelitian dilakukan oleh Pepsi sebagai bagian dari pendekatan periklanan dan promosi untuk Pepsi. Tantangan yang kemudian ditiru oleh Coca-Cola. Tantangan Pepsi adalah melakukan promosi yang menggaet konsumen di supermarket, dengan memperbolehkan konsumen untuk mencicipi dua cola yang belum launching, dan diberi enam bungkus cola yang mereka sukai. Pepsi secara rutin menyiarkan tes selera konsumen ini di televisi dengan siaran langsung. Sehingga, Lebih banyak orang memilih Pepsi di Pepsi Challenge. Untuk Coca-Cola, pihak mereka tertarik untuk melakukan tantangan rasa sendiri sehingga tetap mendapat perhatian publik. Penelitian Coca-Cola mengkonfirmasi hasil Tantangan Pepsi. Dengan demikian, penelitian Pepsi Challenge dapat ditiru.

5. Penelitian yang baik harus memberikan lebih banyak manfaat daripada biayanya. Pada akhirnya, ini merupakan hal yang sangat penting dalam menentukan apakah penelitian itu bermanfaat.

Manajemen tidak boleh melakukan proyek penelitian senilai \$200.000, jika keputusan dari organisasi hanya \$50.000. Banyak keputusan dapat dibuat dengan sedikit atau tanpa penelitian karena kondisi tersebut tidak mengandung banyak risiko. Di lain waktu, penelitian dirancang dan dilaksanakan dengan cara yang membatasi biayanya sehingga tidak melebihi biaya manfaat potensial dari keputusan tersebut.

Penelitian bisnis dapat diartikan sebagai penelitian ilmiah. Tapi pada terminologi riset bisnis, kondisi ini berbeda tergantung pada apa yang melandasi terlaksananya penelitian tersebut. Riset bisnis terapan dapat dilakukan dengan motivasi/upaya untuk memecahkan masalah tertentu yang dihadapi oleh organisasi tertentu.

Misalnya, Coca-Cola mungkin ingin mengetahui mengapa Pepsi mendapatkan pangsa pasar di daerah Paris. Riset bisnis dasar dilatarbelakangi oleh keinginan untuk lebih memahami beberapa fenomena bisnis yang berlaku pada keseluruhan industri atau bisnis

secara umum. Riset bisnis terapan membantu pengambil keputusan membuat keputusan spesifik secara terikat berdasarkan waktu dan organisasi. Berbeda hal dengan, Penelitian dasar yang membantu proses mengembangkan teori dengan berupaya untuk mengembangkan dan memprediksi peristiwa bisnis sehingga semua pengambil keputusan bisnis dapat memperoleh manfaat.

Ada beberapa alasan lain mengapa manajer profesional harus memiliki pengetahuan tentang penelitian dan metode penelitian dalam bisnis.

1. Pertama, pengetahuan seperti itu mempertajam kepekaan manajer terhadap berbagai variabel dalam operasional situasi dan sering mengingatkan mereka akan multikausalitas dan multifinalitas fenomena untuk menghindari gagasan yang tidak tepat dan sederhana tentang satu variabel yang “menyebabkan” variabel lainnya.
2. Kedua, ketika manajer memahami laporan penelitian tentang organisasi mereka, kemudian laporan tersebut diserahkan kepada mereka sebagai seorang profesional, mereka perlu untuk mengambil tindakan yang cerdas, risiko yang terdidik dan diperhitungkan dengan probabilitas yang diketahui terkait dengan keberhasilan atau kegagalan keputusan mereka. Penelitian kemudian menjadi alat pengambilan keputusan yang berguna dibandingkan menghasilkan data statistik yang tidak dapat dipahami.
3. Ketiga, jika manajer menjadi berpengetahuan tentang penyelidikan ilmiah, jika ada kepentingan yang menyalahi aturan baik di dalam atau di luar organisasi, maka kondisi tersebut dapat dihindari. Misalnya, kelompok penelitian internal dalam organisasi akan melakukan kecurangan, mereka tidak dapat mendistorsi informasi atau memanipulasi temuan demi keuntungan mereka jika manajer mengetahui cara meneliti dengan baik, hasil yang bias yang dapat menyusup ke dalam

penelitian dan membuat data dianalisis dan diinterpretasikan dengan cara yang salah. Oleh karena itu, kesadaran akan berbagai cara manipulasi data akan membantu manajer mengambil keputusan yang tepat.

4. Keempat, pengetahuan tentang penelitian membantu manajer untuk berhubungan dan berbagi informasi terkait peneliti atau konsultan yang disewa untuk pemecahan masalah.

C. PENELITIAN DASAR (BASIC RESEARCH)

Jenis penelitian ini bertujuan untuk memperluas batas-batas ilmu pengetahuan. Pada penelitian dasar ini, mungkin dirasa kurang praktis pada penerapannya di jangka pendek. Hal ini sering kali berkaitan dengan pengembangan teori lebih lanjut, konfirmasi terhadap teori yang ada, memberikan pengetahuan lebih banyak tentang konsep yang ada, atau mengembangkan perspektif baru. Misalnya, apakah jumlah waktu yang tersedia untuk mencapai sebuah keputusan mempengaruhi keseimbangan antara perilaku berorientasi tugas dan sosio-emosional perilaku dalam kelompok?.

Pada penelitian dasar, memiliki tujuan untuk: 1) mengembangkan proses pencarian pengetahuan pada konteks bisnis dan manajemen; 2) untuk mendapatkan hasil dengan prinsip yang universal mengacu pada proses dan hubungannya pada keluaran yang dituju; 3) menemukan nilai yang secara signifikan dapat diterima oleh masyarakat umum.

Konteks penerapan penelitian dasar adalah: 1) dilakukan oleh individu pada ranah akademis; 2) memiliki topik dan objektivitas penelitian berdasarkan peneliti itu sendiri; 3) penelitian dilakukan sesuai dengan kebutuhan.

Dampak dari penelitian bisnis: 1) berpengaruh pada komunitas akademis dan peneliti; 2) juga berpengaruh pada kebijakan secara praktis.

D. PENELITIAN TERAPAN (APPLIED RESEARCH)

Penelitian ini berfokus pada penyelesaian masalah bisnis tertentu. Kondisi ini terlihat dari pemilihan saluran iklan lewat pos yang lebih hemat biayanya dibandingkan iklan surat kabar untuk penjualan pizza, atau 'penawaran seperti apa yang merangsang permintaan terhadap produk kita?'

Kebanyakan riset bisnis cenderung masuk dalam kategori terapan. Penelitian dasar adalah lebih terkait dengan proyek-proyek universitas jangka panjang.

Perlu ditekankan bahwa penelitian hanyalah alat untuk membantu manajemen menjadi lebih baik dalam mengambil keputusan. Hal dimaksud untuk secara signifikan dapat meminimalisir seluruh ketidakpastian, serta memberikan masukan penting dalam proses pengambilan keputusan.

Pada penelitian terapan, memiliki tujuan untuk: 1) meningkatkan pemahaman atas unit bisnis perusahaan atau permasalahan manajemen; 2) untuk memberikan solusi pada masalah organisasi; 3) untuk menemukan pengetahuan yang relevan dengan pemecahan masalah perusahaan; 4) untuk mendapatkan keputusan praktis terkait operasional manajemen.

Konteks penerapan penelitian terapan adalah: 1) dilakukan oleh individu baik praktisi yang berada pada suatu organisasi ataupun akademisi; 2) objektivitas tema bervariasi tergantung masalah yang akan dipecahkan; 3) memiliki target waktu penyelesaian.

Dampak dari penelitian terapan: 1) berpengaruh pada kondisi praktik organisasi; 2) juga berpengaruh pada komunitas akademisi dalam mengembangkan keilmuan.

BAGIAN 3

PERENCANAAN PENELITIAN BISNIS

Rancangan penelitian (*research design*) merupakan sebuah konteks atau rencana penelitian dasar (*framework*) yang membentuk proses pengumpulan data dan tahapan analisis dari desain penelitian. Desain penelitian merupakan konteks kerja yang menentukan jenis informasi yang menjadi acuan saat data dikumpulkan, sumber data yang diperoleh dan metode pengumpulan data. Sebuah desain penelitian yang efektif mampu memastikan bahwa informasi yang diperoleh akan searah dengan tujuan studi penelitian serta data yang dikumpulkan diperoleh melalui metode yang akurat dan ekonomis. Agar tujuan perencanaan penelitian bisnis bisa digapai dengan tepat, maka peneliti akan membutuhkan desain penelitian yang spesifik guna menjadi pertimbangan atas dasar permasalahan yang dihadapi.

Creswell, J. W (2003) mengemukakan bahwa rancangan penelitian sebagai sebuah rencana dan proses penelitian yang dalam cakupannya terdapat dugaan dan metode dalam pengumpulan data dan analisa data. Penelitian dilakukan sebagai suatu upaya untuk memahami suatu peristiwa, yang mana dalam hal ini adalah persoalan bisnis, sehingga perlu adanya pengelolaan yang baik agar tujuan dilaksanakannya riset dapat tercapai dengan baik dan tepat. Dalam korelasinya, peneliti perlu membuat perencanaan bagaimana suatu penelitian dimulai sebelum mengimplementasikan hasilnya. Nunan Malhotra (2017) menggambarkan desain penelitian sebagai

suatu “*blueprint*” yang mendeskripsikan bagaimana suatu penelitian akan dilaksanakan. Desain penelitian juga menjelaskan proses atau tahapan yang perlu ditindaklanjuti saat melakukan kegiatan penelitian bisnis. Karena desain penelitian merupakan susunan dari kegiatan penelitian yang akan direalisasikan. Mengingat desain penelitian adalah susunan kegiatan penelitian yang akan dilaksanakan, maka desain penelitian dapat diibaratkan sebagai sebuah *roadmap*, bagaimana peneliti dalam mencapai tujuan atas penelitiannya. Sebagai suatu pedoman dalam melakukan riset, *roadmap* tidak hanya dirancang guna sebagai pegangan agar tujuan penelitian dapat dicapai dengan baik namun juga sebagai acuan agar kegiatan penelitian dapat dikerjakan secara efisien.

A. JENIS-JENIS PERENCANAAN PENELITIAN

Perencanaan atau desain penelitian secara singkat dapat dipahami sebagai suatu tahapan pengumpulan dan analisis data dalam penelitian. Secara luas, desain penelitian melingkupi prosedur penelitian dan pengoperasian penelitian. Esensinya, perencanaan atau desain penelitian mampu menjelaskan setiap proses penelitian mulai dari penetapan tujuan penelitian hingga perolehan data dianalisis. Desain penelitian diciptakan dengan agenda tujuan pelaksanaan penelitian dapat dilaksanakan dengan efisien dan efektif. Umumnya terdapat beberapa elemen pada desain penelitian, antara lain :

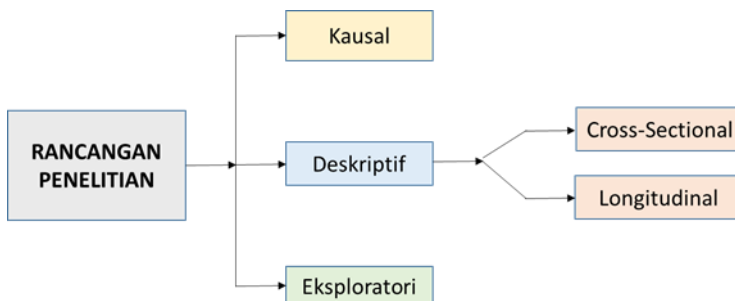
- 1) Tujuan penelitian
- 2) Jenis penelitian yang akan diaplikasikan
- 3) Penentuan populasi penelitian
- 4) Penentuan lokasi penelitian
- 5) Penentuan rentang waktu
- 6) Teknik pengambilan sampel
- 7) Teknik pengumpulan data
- 8) Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian
- 9) Metode analisis data
- 10) Metode pencaharian data

Dalam pembentukan suatu desain penelitian, tertuang penjabaran mengenai jenis desain penelitian yang mengandung tahapan yang diperlukan dalam upaya mengumpulkan informasi serta mengolahnya menjadi suatu informasi guna sebagai pemecahan masalah. Tipe desain penelitian berkaitan dengan tingkat analisa yang direncanakan oleh periset setelah memperoleh keseluruhan data yang diperlukan.

Mempertimbangkan penelitian diperuntukkan untuk mempermudah penyelesaian masalah, maka saat merumuskan desain penelitian, peneliti perlu mempertimbangkan sudut pandang dari penyusun keputusan bisnis dengan data yang diperoleh, terlebih jika data yang diperoleh menargetkan responden melalui perolehan data dengan metode survei. Desain penelitian yang mempertimbangkan pengalaman manajemen dapat diperuntukkan bagi peneliti dengan memperhatikan kualitas studi yang dalam pelaksanaannya mampu

memberikan hasil yang baik serta responden sebagai sumber data dapat memberi respon yang baik. Suatu desain penelitian yang mumpuni harus meminimalisir kerumitan dalam tahap pengumpulan maupun pengolahan datanya.

Hakikatnya, desain penelitian bisnis dapat dikategorikan kedalam tiga kelompok, yaitu: penelitian eksploratori, penelitian deskriptif dan penelitian kausal. Desain penelitian deskriptif dan kausal biasanya juga disebut sebagai desain penelitian konklusif karena hasil temuan dari penelitian tersebut akan menghasilkan suatu kesimpulan yang dapat dimanfaatkan secara langsung untuk mempermudah dalam pengambilan keputusan. Pada gambar 3.1 diperlihatkan pengklasifikasian desain penelitian bisnis.



Gambar 3.1 Klasifikasi Rancangan Penelitian

B. PENELITIAN EKSPLORATORI

Rancangan penelitian ini merupakan suatu rancangan dengan pendekatan yang mampu disesuaikan dan berkarakter berkembang

guna mengemukakan suatu permasalahan yang belum dapat teridentifikasi atau suatu kejadian bisnis yang sulit untuk diukur. Penelitian eksplorasi juga dikenal sebagai tahap awal dari serangkaian studi yang didesain untuk memperoleh informasi bagi pengambilan keputusan. Tujuan dari penelitian ini adalah mampu menginterpretasikan hipotesis permasalahan atau kemungkinan yang sesuai dalam keadaan menentukan keputusan. Hipotesis pada penelitian ini dapat dimaknai sebagai penciptaan atas hubungan antara dua variabel atau lebih. Ciptaan tersebut harus memuat implikasi yang terukur dan jelas dalam pengujian keadaan hubungan antara variabel tersebut.

Tujuan utama dari penelitian eksploratori adalah menemukan jawaban dari pertanyaan Apa (*what*), sehingga dengan menemukan jawaban akan pertanyaan tersebut mampu mempermudah dalam pemberian pemahaman dan penjelasan secara lebih jelas terhadap suatu obyek penelitian. Esensinya informasi yang tertera pada pada jenis penelitian ini bersifat bebas, tidak terstruktur dan fleksibel. Jumlah sampel yang diperlukan tidak perlu banyak, dan data primer yang dianalisis lebih bersifat kualitatif. Aspek fleksibel dan bersifat bebas tersebut perlu menjadi pengamatan dikarenakan permasalahan bisnis yang berusaha dipahami belum memiliki kejelasan. Dalam kata lain, batasan permasalahan berpeluang masih akan terus berkembang. Misalnya, seorang peneliti yang tertarik meneliti 'media hiburan' ingin mengetahui apa yang dimaksudnya konsumen remaja terkait 'media hiburan' yang menyenangkan. Melalui penelitian

eksploratori, maka peneliti akan dapat mengemukakan variabel-variabel yang relevan serta mengidentifikasi model hubungan antara variabel-variabel tersebut.

1. Tujuan Rancangan Penelitian Eksploratori

a. Mengidentifikasi Justifikasi Dilakukan Penelitian

Apabila literatur hanya dapat memberikan segelintir informasi terkait dengan masalah yang menjadi perhatian peneliti, maka penelitian eksploratori dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi latar belakang yang benar-benar dibutuhkan. Bagi perusahaan yang telah memiliki dengan jelas maka dalam mempelajari suatu permasalahan bukan menjadi suatu permasalahan, hal tersebut lebih mudah dikerjakan. Menggunakan informasi secara internal, peneliti dapat mengenal latar belakang yang dimiliki perusahaan baik dari segi pemasaran, produk, tingkat penjualan dan lainnya guna mendalami latar belakang masalah penelitian.

b. Membuat Definisi Istilah

Konsep yang tidak memiliki pengertian yang jelas dan tegas seringkali menyulitkan peneliti dalam pembuatan suatu kuesioner. Tanpa penggunaan definisi yang jelas dan tegas, peneliti akan kesulitan dalam membedakan penggunaan instrumen untuk mengukur reputasi perusahaan dan citra perusahaan dikarenakan keduanya memiliki hubungan yang seringkali konsumen menganggap keduanya adalah hal yang sama. Melalui penelitian eksploratori peneliti akan

menemukan kemudahan dalam melakukan pendefinisian baik melalui metode fokus grup atau metode lain yang sesuai.

c. Mengklarifikasikan Masalah

Peneliti seringkali mengalami kesulitan dalam memahami apa yang menjadi sumber masalah. Memaparkan mana fenomena serta mana penyebab perlunya dilakukan penelitian meskipun hal tersebut bukanlah hal yang mudah. Maka berdasarkan hal tersebut, riset eksploratori akan mengemukakan permasalahan tersebut.

d. Mengklarifikasikan Hipotesa

Pengembangan hipotesa berdasarkan penelitian terdahulu akan sulit dilakukan apabila menggunakan topik-topik penelitian yang belum banyak diketahui. Disamping dapat membantu peneliti dalam mengemukakan variabel-variabel yang terdapat dalam suatu masalah dan pengembangan hipotesa pola hubungan antar variabel, desain ini juga mampu mengungkap masalah yang diteliti.

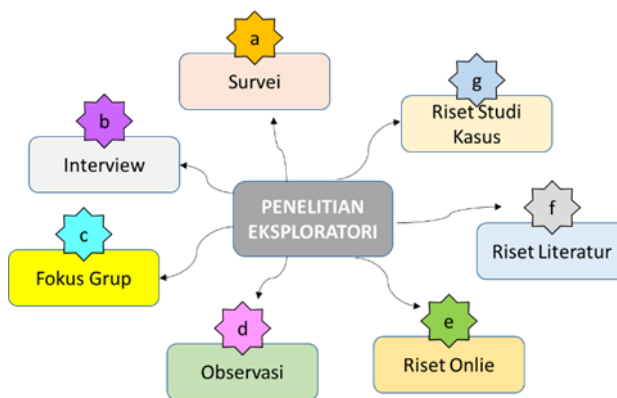
e. Menyusun Prioritas Penelitian

Seringkali permasalahan yang hendak diteliti menemui kesulitan akibat permasalahan yang kompleks sehingga dibutuhkan rencana yang lebih eksploratif dan investigatif. Rancangan eksploratori merupakan desain penelitian yang bersifat fleksibel mampu meneliti permasalahan secara lebih dalam. Sehingga, penelitian ini memungkinkan terjadinya pengidentifikasian pada proses masalah dapat diselesaikan.

Dengan adanya pendekatan ini, peneliti mampu melakukan investigasinya dengan lebih komprehensif.

2. Penerapan Rancangan Penelitian Eksploratori

Rancangan penelitian dengan metode eksploratori cenderung dalam penggunaannya merupakan metode yang kompleks dan banyak diaplikasikan pada topik penelitian, sehingga terdapat beberapa cara yang digunakan pada desain penelitian ini.



Gambar 3.2 Penelitian Eksploratori

a. Pendekatan Fokus Group

Fokus grup merupakan suatu metode diskusi yang dilakukan secara berkelompok dengan tujuan untuk membahas suatu masalah yang menjadi fokus penelitian. Tipe metode ini memiliki instrumen yang tidak terstruktur, namun dengan adanya peran ketua dalam kelompok diskusi ini mampu membuat inti pembicaraan tidak meluas dari topik penelitian.

Dalam konteks ini, perlunya pemilihan peran anggota kelompok yang mumpuni atau relevan dengan topik penelitian menjadi satu agenda penting. Hal ini akan mempermudah peneliti mendapatkan informasi. Meskipun teknik ini dapat mengidentifikasi suatu fenomena yang belum diketahui, hasil dari teknik ini belum mampu menjadi sebuah jawaban pasti dikarenakan anggota kelompok diskusi tidak mewakili populasi.

b. Pendekatan Wawancara

Metode wawancara merupakan teknik tidak terstruktur lainnya yang pada pengumpulan datanya dilakukan dengan melakukan pertemuan dengan pihak terkait untuk melakukan wawancara secara langsung guna bertujuan untuk memperoleh informasi. Teknik wawancara ini banyak digunakan dalam penelitian yang bersifat kualitatif karena teknik ini memberikan peluang bagi peneliti dalam menggali informasi secara lebih terperinci.

c. Pendekatan Analisa Pengalaman

Rancangan penelitian eksploratori digunakan untuk menafsirkan suatu fenomena yang belum banyak dipahami. Meski demikian, terdapat berbagai macam pihak (manusia) yang memiliki pemahaman yang lebih spesifik terkait dengan isu penelitian. Hal ini dapat menjadi sebuah sumber data yang digunakan untuk memahami suatu permasalahan penelitian bisnis.

d. Pendekatan Analisa Kasus

Hakikatnya, pada suatu kasus bisnis walaupun tidak sama secara persis, namun dapat dijadikan sebagai pedoman dalam kasus penelitian. Adanya kesetaraan tersebut guna untuk memahami sesuatu, Peneliti mampu mendalami melalui pembelajaran pada kasus sebelumnya yang serupa yang terjadi lokasi yang sama maupun lokasi yang berbeda.

e. Pendekatan Studi Pustaka

Pustaka atau literatur merupakan suatu arsip yang tersimpan dalam bentuk *online* maupun *offline* yang dalam pengertiannya adalah suatu kumpulan akan suatu bidang tertentu. Pada sektor akademik, pengetahuan pada bidang akademik diterbitkan pada jurnal akademik yang mampu diakses menggunakan jaringan internet. Memahami pengetahuan-pengetahuan yang telah ditelaah lebih dulu dimasa lalu merupakan suatu sumber informasi yang penting bagi peneliti untuk menafsirkan isu yang menjadi bahan penelitiannya. Dengan penggunaan literatur atau pustaka, secara tersistem peneliti dapat mengidentifikasi dan mengevaluasi studi-studi terdahulu, seorang peneliti dapat dengan mudah merumuskan fenomena yang menjadi fokus penelitiannya.

f. Pendekatan Observasi

Observasi merupakan suatu tindakan yang dilakukan peneliti dengan langsung turun ke lokasi penelitian dengan tujuan memperoleh informasi secara langsung. Dengan melakukan

pengamatan, data yang dikumpulkan merupakan data primer yang bersifat kualitatif terhadap fokus penelusuran peneliti dengan berdasarkan analisa terhadap fenomena penelitian.

C. PENELITIAN DESKRIPTIF

Penelitian deskriptif dalam tujuannya adalah untuk menjelaskan sifat dari suatu pasar. Hal ini terlihat dari hipotesis yang tertera bersifat spesifik dan rancangan penelitiannya memiliki gaya yang terstruktur. Data yang diaplikasikan pada penelitian ini bisa menggunakan data primer (survei) maupun data sekunder. Penelitian deskriptif sangat tepat digunakan bagi penelitian yang memiliki tujuan yang tepat, antara lain : (1) menggambarkan karakteristik suatu fenomena pemasaran dan menetapkan berapa frekuensi kemunculan dari fenomena tersebut, (2) menetapkan tingkat variabel pemasaran, dan (3) menghasilkan perkiraan terkait munculnya suatu fenomena pemasaran.

Umumnya penelitian pemasaran memiliki tujuan yang masuk dalam kelompok 1, yaitu menggambarkan karakteristik dari suatu isu pemasaran dan kemudian menghitung frekuensi dari kemunculan isu tersebut. Misalnya, studi tentang profil konsumen, yang banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar yang mana tujuan dari penelitian guna mendeskripsikan karakter dari konsumen yang menggunakan barang atau jasa mereka.

Maka dari itu, penelitian deskriptif perlu memberikan jawaban atas pertanyaan 6 W (*what, who, when, where, why, way*). misalnya dengan penggambaran contoh sebagai berikut. Penelitian yang akan dilakukan adalah untuk menganalisa mengenai pelanggan suatu swalayan raksasa pada suatu daerah. Maka, pertanyaannya adalah *what* (informasi yang akan diterima), *who* (siapa responden yang perlu diteliti), *when* (kapan waktu yang tepat untuk menerima informasi dari responden), *where* (lokasi dilakukan penelitian), *why* (kenapa informasi tersebut penting dalam penelitian), dan *way* (cara perolehan informasi dari responden).

Contoh penelitian deskriptif sebagai berikut:

- 1) Studi tentang penjualan yang mendeskripsikan kemampuan penjualan terlihat dari wilayah geografis, pelanggan maupun lini produk.
- 2) Studi analisa tentang pola konsumsi terlihat dari data pemakaian atau penggunaan produk.
- 3) Studi analisa perubahan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen.
- 4) Studi citra yang menetapkan penilaian dari konsumen terhadap kualitas perusahaan atau produk-produk yang dihasilkan.

Tipe Penelitian deskriptif dibedakan menjadi dua jenis kegiatan penelitian:

1. *Desain Cross-Sectional* (desain antar-bagian)

Desain cross sectional merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan pada saat tertentu. Penelitian ini memiliki kesamaan

dengan kegiatan mengambil gambar suatu objek. Dalam kata lain, fakta yang dijabarkan merupakan kegiatan pada waktu tertentu. Lebih lanjut fakta yang diperoleh kemudian diambil kesimpulannya terkait masalah-masalah yang menjadi fokus untuk dicari bukti atas hubungannya.

Pada dasarnya, penelitian deskriptif menggunakan desain penelitian antar bagian, contohnya untuk menentukan sampel dari elemen populasi pada bagian tertentu dan di rentang waktu yang juga tertentu. Jenis penelitian ini berguna untuk menggambarkan karakteristik konsumen dan menetapkan hasil perhitungan frekuensi akibat fenomena penelitian tertentu.

2. Desain Longitudinal

Rancangan penelitian ini merupakan jenis penelitian yang melibatkan jumlah sampel yang tetap, yang mampu diukur secara berkelanjutan sehingga diperoleh gambaran hasil secara berwujud dan berkesinambungan serta perubahan-perubahannya.

D. PENELITIAN KAUSAL

Penelitian kausal merupakan bagian dari jenis penelitian konklusif yang mana tujuan utamanya adalah untuk menemukan hubungan antara sebab akibat penelitian. Jenis informasi yang menjadi sumber utama dari penelitian kausal adalah; (1) wawancara bersama responden melalui pemberian survei dan (2) melaksanakan eksperimental.

Terdapat tiga kategori dari tujuan penggunaan rancangan penelitian kausal yaitu; (1) menafsirkan pemicu dari suatu fenomena, (2) mendeskripsikan gambaran hubungan antara variabel, dan (3) melakukan pengujian hubungan terkait hipotesa antara variabel.

Penelitian kausal tepat digunakan jika dengan dalam penggunaannya dengan tujuan sebagai berikut:

- 1) Paham perbedaan hubungannya antara variabel independen (sebab) dan variabel dependen (akibat/terpengaruh) pada suatu fenomena.
- 2) Menentukan karakter yang mendasari hubungan antara variabel penyebab dan akibatnya terhadap variabel yang diperkirakan. Teknik utama dalam penelitian kausal adalah melakukan eksperimental.

Dalam implementasinya, rancangan kausal digunakan untuk mengetahui sebab akibat yang dilakukan dengan teknik percobaan. Berdasarkan pendekatan ini, percobaan pada salah satu bagian (atau beberapa bagian) pada variabel independen yang masing-masing dilakukan pengukurannya terkait akibat yang ditimbulkan pada variabel dependen. Contohnya, akibat perubahan pada beberapa tingkatan harga yang mempengaruhi penjualan pada suatu supermarket. Dengan penggunaan model ini diyakini akan mengetahui bagaimana dampak dari suatu perubahan yang dilakukan. Sebagian peneliti menjelaskan bahwa rancangan penelitian kausal berkaitan dengan penggunaan alat analisis data

(contohnya regresi), karena teknik ini mampu menguraikan dalam penjelasannya mengenai hubungan antara sebab akibat.

Terdapat beberapa manfaat dari Penelitian Kausal (Eksperimen), yaitu:

- 1) Hasil penelitian lebih spesifik
- 2) Mampu mengidentifikasi penyebab terbaik untuk tujuan hasil
- 3) Industri/bisnis tidak memiliki dampak akibat eksperimen
- 4) Hasil percobaan/eksperimen dapat digunakan di keadaan yang sama
- 5) Analisis berkelanjutan dengan pengujian hipotesa mudah dilakukan
- 6) Data yang dimiliki bisa digunakan untuk penelitian lebih lanjut

E. RANCANGAN PENELITIAN YANG TEPAT

Pertanyaan yang paling mendasar terkait dari penggunaan rancangan penelitian adalah dalam keadaan seperti apakah peneliti dapat menentukan pilihan dalam menggunakan penelitian eksploratori, penelitian deskriptif atau penelitian kausal. Dibawah ini terdapat beberapa petunjuk untuk menentukan rancangan penelitian yang akan digunakan:

- 1) Jika yang diketahui tentang situasi masalah penelitian masih sedikit, disarankan untuk memulai dengan penelitian eksplorasi.

- 2) Penelitian eksplorasi adalah langkah awal yang digunakan dalam rangkaian rancangan penelitian secara keseluruhan. Tentunya diteruskan dengan penelitian deskriptif atau kausal.
- 3) Bukan merupakan suatu keharusan saat ingin memulai penelitian perlu dengan menggunakan penelitian eksplorasi. Hal tersebut tergantung pada tingkat krusial peneliti atas pendekatan masalah penelitian dan ketepatan definisi masalah penelitian.
- 4) Walaupun pada dasarnya penelitian eksplorasi merupakan langkah awal, tetapi bukan berarti menjadi suatu kebutuhan dalam penelitian. Riset eksplorasi mengikuti riset deskriptif dan riset kausal.

BAGIAN 4

METODE PENELITIAN KUALITATIF BIDANG BISNIS

A. PENDAHULUAN

Widiyono dan Mukhaer Pakkanna (2013) membagi bentuk-bentuk perusahaan bisnis menjadi beberapa yakni: perusahaan bisnis yang berbentuk perusahaan perseorangan, perusahaan persekutuan (firma) dan perseroan terbatas (PT), koperasi, bentuk lain organisasi bisnis. Perusahaan bisnis tidak berada dalam ruang hampa tetapi dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan di mana perusahaan itu berada.

Lingkungan bisnis menurut (Sudaryono, 2016) terdiri dari lingkungan ekonomi, lingkungan teknologi, lingkungan hukum dan politik, lingkungan sosial budaya, investasi, tabungan dan lingkungan pemerintah. Lingkungan-lingkungan tersebut sangat mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan bisnis. Kondisi ekonomi dapat mempengaruhi bisnis melalui daya beli (*willingnes to pay*) konsumen. Ketika lingkungan ekonomi lagi resesi maka daya beli konsumen menurun dan akan meningkat kembali di saat kondisi ekonomi mengalami booming. Perusahaan Bisnis melakukan tindakan penjualan barang dan jasa layanan ke konsumen pada kondisi ekonomi yang membooming sehingga mendapatkan keuntungan (profit) yang maksimum. Penulis tidak bermaksud mengabaikan pengaruh faktor-faktor yang lain terhadap bisnis.

Keuntungan yang diperoleh bisnis merupakan penjualan total dikurangi biaya total. Kasus yang dialami oleh Perusahaan PT “Y” dalam penjualan barang X, mengapa penjualan produk “X” di bisnis PT “Y” mengalami penurunan selama lima tahun terakhir? Pebisnis perlu melakukan penelitian bisnis di tingkat organisasi bisnis untuk menjawab masalah yang dihadapi oleh perusahaan bisnis (PT “Y”).

Metode penelitian yang digunakan untuk memecahkan persoalan tersebut adalah metode kualitatif yang bersifat *problem solving research* seperti yang disarankan oleh Maholtra (1993). Pihak manajemen harus memberikan solusi untuk mengatasi masalah/problem yang dihadapi Perusahaan berdasarkan hasil temuan pebisnis.

B. METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN PENERAPAN DALAM BISNIS

Pembahasan sub bab ini (metode penelitian kualitatif dan penerapan dalam bidang bisnis) diawali oleh pembahasan tentang definisi penelitian menurut para ahli. Penelitian adalah proses penyelidikan secara sistematis yang ditujukan pada penyediaan informasi untuk menyelesaikan masalah-masalah (Cooper dan Emory, 1995). Sementara menurut Sekaran, Uma (2003), penelitian adalah: proses menemukan solusi masalah setelah melakukan studi yang mendalam dan menganalisis faktor situasi. Penulis menyimpulkan bahwa penelitian adalah proses menemukan jalan keluar masalah

berdasarkan hasil temuan informasi, tentunya proses sesuai kaidah-kaidah.

Metode penelitian kualitatif menurut Myers, M. D. (2014) dikembangkan dalam ilmu-ilmu sosial untuk memungkinkan para peneliti untuk mempelajari fenomena sosial dan budaya. Lebih lanjut dinyatakan bahwa contoh metode kualitatif adalah: 1. Penelitian tindakan, 2. Penelitian studi kasus dan 3. Teori *Grounded*. Penelitian kualitatif memberikan ruang kepada peneliti di bidang ekonomi dan bisnis melakukan aktifitas-aktifitas penelitian.

Penelitian bisnis adalah cara sistematis dengan tujuan memperoleh informasi untuk memecahkan masalah manajerial (Cooper, 2003 dalam Agung dan Yuesti, 2019). Metode penelitian bisnis adalah cara ilmiah untuk mendapat data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan, sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami dan memecahkan, serta mengantisipasi masalah (Sugiyono, 2004 dalam Agung dan Yuesti, 2019). Sementara riset bisnis menurut Sumarwan (2018) dilakukan dengan tujuan untuk mencari solusi pemecahan masalah dalam bidang manajemen bisnis dengan melakukan riset dasar dan riset terapan (*applied research*) dalam lapangan bisnis.

Tujuan dari pada riset dasar adalah untuk pengembangan pengetahuan, pengembangan teori, dan hasil temuan penelitian dasar dapat digunakan pebisnis untuk mengambil keputusan,

sedangkan tujuan melakukan penelitian atau riset terapan adalah untuk memecahkan masalah manajemen di tingkat bisnis.

Penulis dapat menyimpulkan bahwa fokus utama dari penelitian kualitatif di bidang bisnis adalah memecahkan masalah manajemen dengan melakukan riset dasar pada aras teori serta hasil dari penelitian/riset dasar digunakan oleh riset terapan pada tingkat aplikasi teori pada sebuah bisnis.

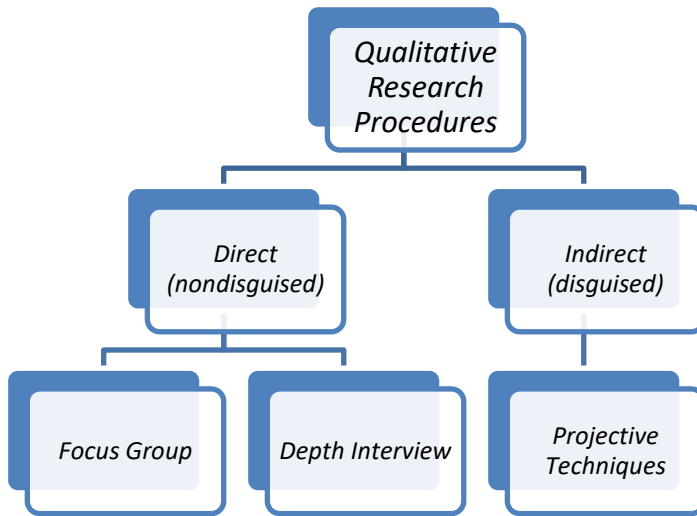
Metode penelitian dalam bidang ekonomi lebih bersifat kualitatif, bagian terpenting dari penelitian adalah merumuskan kategori-kategori sehingga dapat digunakan untuk memperbandingkan data (Rangkuti, 1997). Lebih lanjut dinyatakan bahwa ketika menganalisis konsumen dengan menggunakan konsep jenis kelamin maka kita peroleh konsumen kategori pria dan laki-laki, atau berdasarkan usia maka kita kenal konsumen anak-anak, remaja dan orangtua, atau konsumen dikategorikan berdasarkan konsep penghasilan ada tiga kategori konsumen yang memiliki penghasilan rendah, konsumen yang berpenghasilan sedang dan kategori konsumen yang berpendapatan tinggi digunakan yang sebagai narasumber untuk mengumpulkan/membangkitkan data penelitian sesuai dengan masalah penelitian. Peneliti harus selalu menyesuaikan kategori-kategori dengan data; jangan sebaliknya data disesuaikan dengan kategori yang telah dirumuskan.

Data penelitian kualitatif menurut Sumarwan, dkk. (2013) adalah data yang berbentuk deskripsi, penjelasan, dan uraian. Lebih lanjut

dinyatakan bahwa data kualitatif memberikan informasi dan pemahaman yang luas tentang masalah penelitian. Konsekuensi logisnya maka narasumber sebagai peneliti dalam penelitian kualitatif khususnya di bidang bisnis harus memahami secara mendalam dan luas tentang yang apa yang akan diteliti, mengapa diteliti, bagaimana dan kapan menelitinya, Misalnya, apa yang memotivasi orang untuk membeli, mengapa konsumen melakukan pembelian, dan lain-lain, sehingga sangat dibutuhkan narasumber yang berkompeten dalam bidang yang diteliti.

C. PROSEDUR DAN TEKNIK PENELITIAN KUALITATIF

Prosedur penelitian kualitatif terdiri dari dua yakni 1. *Direct (nondisguised)*, 2. *Indirect (disguised)*. Prosedur langsung dilengkapi dengan dua teknik kualitatif yakni: *Focus Group* dan *Depth Interview*, sedangkan prosedur tidak langsung hanya satu teknik penelitian yakni: *Projective Techniqus* (Sumarwan, U., 2018). Informasi itu dapat disajikan pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1. Teknik Penelitian Kualitatif (Sumarwan, U. 2018)

Gambar 4.1 menginformasikan kepada khalayak pembaca bahwa pada aras konsep penelitian kualitatif dapat dilaksanakan secara langsung dan tidak langsung, sedangkan untuk membangkitkan data penelitian kualitatif yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi bisnis dilakukan pada aras teknis melalui *focus group*, *depth interview*, serta *projective techniques*. Marshall dalam Hermawan, S. (2012), menyampaikan bahwa proses pembangkitan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan wawancara mendalam (*in depth interview*), *focus group discussion (FGD)*, pendokumentasian.

Lebih lanjut dinyatakan bahwa contoh metode kualitatif adalah: 1. Penelitian tindakan, 2. Penelitian studi kasus dan 3. Teori *Grounded*. Menurut penulis, pembangkitan data yang diperoleh dari ketiga ini: wawancara mendalam (*in depth interview*), *focus group discussion (FGD)*, pendokumentasian akan menghasilkan data yang berbentuk

kategori yang merupakan ciri pembeda antara penelitian kualitatif dan kuantitatif.

Focus group menurut Sumarwan (2018) adalah teknik di mana peneliti mengumpulkan sejumlah orang untuk kemudian dipimpin oleh seorang moderator untuk selanjutnya berdiskusi interaktif dengan mereka mengenai suatu topik atau konsep tertentu. Keberhasilan penelitian kualitatif sangat ditentukan peran moderator. Moderator yang baik dalam memimpin sebuah *focus group* menurut Rangkuti (1997) adalah: 1. Memiliki pemahaman dan dapat berinteraksi dengan baik, 2. Permisif (mudah mengizinkan), 3. Mampu melibatkan semua peserta, 4. Mampu merangsang responden untuk menjelaskan secara terperinci, 5. Mampu merangsang responden yang kurang responsif, 6. Fleksibel, mudah berimprovisasi, 7. Mampu mengendalikan diskusi pada tingkatan intelektual maupun emosional. Lebih lanjut dinyatakan bahwa karakteristik dari *focus group* adalah: a. Jumlah peserta: 8-12 orang, b. Komposisi peserta homogen, c. Pengaturan tempat: santai, suasananya informal, karena yang diperlukan di sini adalah komentar yang spontan, d. Waktu pelaksanaan: 1-3 jam, e. Recording: Direkam (audio atau video), dan f. Observasi:

Moderator harus memiliki kemampuan mengobservasi, kemampuan komunikasi dan menyenangkan. Usahakan menggunakan teknik “probing”. Dapat disimpulkan bahwa seorang moderator yang baik adalah memiliki kemampuan tentang permasalahan yang dihadapi sebuah bisnis, serta mampu menghadap responden dalam arti kata

mengendalikan diskusi. Supaya data yang dikumpulkan tersebut valid maka komposisi peserta *FGD* harus homogen.

Teknik penelitian kualitatif dalam bidang bisnis yang kedua adalah wawancara mendalam atau *depth interview*. Wawancara dilaksanakan secara langsung terhadap seorang responden dengan menggunakan teknik probing yang dilakukan oleh seorang pewawancara ahli, yang bertujuan untuk mengetahui hal-hal yang tersembunyi tersembunyi tentang responden seperti: motivasi, kepercayaan, perilaku, perasaan mengenai suatu topik tertentu yang berlangsung 30 menit sampai lebih dari 1 jam Rangkuti (1997).

Teknik penelitian kualitatif yang ketiga adalah *Projective techniques*. Menurut Rangkuti (1997), salah satu yang paling populer dari *projective techniques* adalah teknik asosiasi. Dalam teknik ini responden diberi stimulus dan diminta memberi respon langsung pada jawaban tersebut yang muncul di pikirannya. Caranya adalah: responden diberi kata dan diminta memberikan respon seketika.

Misalnya, bagaimana dengan penjualan barang "X" pada tahun "T" di PT "Y". Responden disuruh menanggapi dengan cepat dengan menceritakan tentang strategi pemasaran yang diterapkan dalam penjualan produk "X" di PT "Y" di tahun ke T (strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi distribusi).

BAGIAN 5

METODE PENELITIAN KUANTITATIF BISNIS

A. METODE PENELITIAN KUANTITATIF BISNIS

Metode penelitian yang menjelaskan dan memproduksi, mengontrol fenomena-fenomena dalam bidang bisnis dan produksi disebut sebagai metode penelitian bisnis. Prosedur dalam penelitian bisnis sama dengan metode penelitian yang dilakukan pada bidang ilmu lainnya seperti metode penelitian sosial dan metode penelitian Hukum dan sebagainya.

Menurut Hermawan & Amirullah (2016), menjelaskan Metode penelitian bisnis merupakan salah satu prosedur yang tepat digunakan untuk pengambilan sebuah keputusan dalam bidang manajemen dan bisnis. Sejumlah aktivitas riset bisnis saat ini telah mendapat pengakuan, khususnya dari kalangan pebisnis tentang keterandalannya dalam menemukan (*identification*), merumuskan (*formulate*), mengembangkan alternatif (*developing of alternative*), dan memecahkan masalah (*problem solving*).

Lebih lanjut dijelaskan bahwa, metode penelitian dalam konteks bisnis, mempelajari empat sub pokok bahasan, yaitu: 1) definisi dan manfaat penelitian; 2) mengapa perlu melakukan penelitian; 3) kriteria penelitian yang baik; 4) peranan penelitian dalam keputusan bisnis; 5) tahap-tahap dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif.

Dalam bab ini kita akan mempelajari metode penelitian Kuantitatif bidang Bisnis, dimana akan kita uraikan Langkah-langkah dalam prosedur melakukan penelitian pada bidang bisnis sebagai berikut:

1) Definisi dan Manfaat penelitian: Menurut Amirullah (2015), untuk dapat melakukan penelitian yang baik dan benar diperlukan pengetahuan dan keterampilan metode penelitian. Syarat-syarat dan kaidah- kaidah dalam penelitian harus menjadi pedoman dalam melaksanakan setiap kegiatan penelitian. Disamping itu penelitian juga harus bersifat jujur dan terbuka sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Untuk hal tersebut perlu memahami definisi dan manfaat penelitian sebagai berikut: a) Definisi Penelitian atau research asal katanya dari kata “re” dan “to serach” yang berarti mencari kembali. Ini berarti bahwa penelitian merupakan sebuah proses yang berkesinambungan dengan siklus yang tersusun dan dilakukan terus menerus tanpa batas. Menurut Sugiyono (2014), menjelaskan Penelitian dimulai dari hasrat keingin-tahuan terhadap permasalahan, kemudian diteruskan dengan penelaahan landasan teoritis dalam kepustakaan untuk mendapatkan jawaban sementara atau hipotesis. Kemudian dirancang dan dilakukan pengumpulan fakta atau data untuk menguji hipotesis melalui analisis data, sehingga diperoleh kesimpulan untuk menjawab permasalahan. Dengan terjawabnya permasalahan atau pemecahan masalah tadi akan menimbulkan permasalahan baru, dengan demikian, siklus di atas akan terulang lagi secara sinambung sampai tak terbatas. Penelitian secara umum terbagi menjadi dua, yakni penelitian

ilmiah dan penelitian non ilmiah. Penelitian ilmiah adalah penelitian yang mengandung unsur-unsur ilmiah atau keilmuan di dalam aktivitasnya. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah (scientific methode) disebut penelitian ilmiah, mengandung dua unsur penting yakni; unsur pengamatan (observation) dan unsur nalar (reasoning). Penelitian ilmiah juga berarti penyelidikan yang sistematis, terkontrol, empiris, dan kritis tentang fenomena-fenomena alami, dengan dipandu oleh teori-teori dan hipotesis-hipotesis tentang hubungan yang dikira terdapat diantara fenomena-fenomena Ilmiah berarti kegiatan penelitian didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, diantaranya: 1). Rasional: penyelidikan ilmiah adalah sesuatu yang masuk akal dan terjangkau oleh penalaran manusia. 2). Empiris: menggunakan cara-cara tertentu yang dapat diamati orang lain dengan menggunakan panca indera. 3). Sistematis: menggunakan proses dengan langkah-langkah logis. Proses yang dilakukan dalam penelitian ilmiah berawal dari penemuan masalah, merujuk teori, mengemukakan hipotesis, mengumpulkan data, menganalisis data, dan membuat kesimpulan. Berdasarkan definisi di atas, secara sederhana dapat dikatakan bahwa penelitian merupakan cara-cara yang sistematis untuk menjawab masalah yang sedang diteliti. Kata sistematis merupakan kata kunci yang berkaitan dengan 4 metode ilmiah yang berarti adanya prosedur yang ditandai dengan keteraturan dan ketuntasan. Menurut Davis (1998) *dalam* Hermawan dan Amirullah (2016) menjelaskan, Karakteristik suatu metode ilmiah memiliki sifat sebagai berikut:

Pertama; metode harus bersifat kritis, analitis, artinya metode menunjukkan adanya proses yang tepat dan benar untuk mengidentifikasi masalah dan menentukan metode untuk pemecahan masalah tersebut. Kedua; metode harus bersifat logik, artinya adanya metode yang digunakan untuk memberikan argumentasi ilmiah. Kesimpulan yang dibuat secara rasional didasarkan pada bukti-bukti yang tersedia. Ketiga; metode bersifat obyektif, artinya obyektivitas itu menghasilkan penyelidikan yang dapat dicontoh oleh ilmuwan lain dalam studi yang sama dengan kondisi yang sama pula. Keempat; metode harus bersifat konseptual dan teoritis; oleh karena itu, untuk mengarahkan proses penelitian yang dijalankan, peneliti membutuhkan pengembangan konsep dan struktur teori agar hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Kelima; metode bersifat empiris, artinya metode yang dipakai didasarkan pada kenyataan / fakta di lapangan.

- 2) Mengapa perlu melakukan penelitian:** Ada empat sebab yang melatarbelakangi mengapa penelitian itu perlu dilakukan, yaitu:
- (1) Kesadaran keterbatasan pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan yakni: Kesadaran keterbatasan pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan. penelitian didasarkan atas kesadaran keterbatasan pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan
 - (2) Pemenuhan rasa ingin tahu yakni; Penelitian dilakukan karena didorong oleh pemenuhan kebutuhan rasa ingin tahu. Manusia memiliki dorongan atau naluri ingin mengetahui tentang sesuatu di luar dirinya. Pengetahuan dan pemahaman

tentang sesuatu, menimbulkan rasa ingin tahu baru yang lebih luas, lebih tinggi, lebih menyeluruh (3) Pemecahan masalah yakni: Manusia di dalam kehidupannya selalu dihadapkan kepada masalah, tantangan, ancaman, dan bahkan kesulitan, baik di dalam dirinya, keluarganya, masyarakat sekitarnya serta di lingkungan kerjanya. Banyak cara yang dilakukan manusia untuk memecahkan masalah yang dihadapinya, antara lain: (a) Pemecahan masalah dilakukan secara tradisional atau mengikuti kebiasaan, (b) Pemecahan masalah secara dogmatis, baik menggunakan dogma agama, masyarakat, hukum, dan lain-lain. (c). Pemecahan masalah secara intuitif yaitu berdasarkan bisikan hati, (d). Pemecahan masalah secara emosional. (e). Pemecahan masalah secara spekulatif atau trial and error. (f) Pemecahan masalah melalui penelitian. (4) Pemenuhan pengembangan diri yakni Pemenuhan pengembangan diri dengan mencari rasa puas dan tidak puas dengan apa yang telah dicapai, dikuasai, dan dimiliki manusia tersebut. Beberapa perusahaan besar menggunakan penelitian sebagai dasar di dalam pengambilan keputusan, baik itu untuk memecahkan permasalahan internal (Pemasaran, Keuangan, SDM, dan Operasi) maupun permasalahan yang diakibatkan oleh perubahan lingkungan eksternal (menurunnya daya beli konsumen, perubahan gaya hidup, masuknya pendatang baru, pergeseran selera konsumen, dll). Sedangkan beberapa perusahaan ada yang melakukan penelitian seperti perusahaan besar. Tetapi Prosedur dan sistematika penelitian yang digunakan dalam perusahaan kecil

dilakukan secara sederhana. Hal terpenting dilakukan oleh perusahaan kecil adalah bagaimana mengidentifikasi masalah, mengumpulkan informasi, mencari alternatif pemecahan, dan mengambil keputusan. Karena penelitian penting untuk pengambilan keputusan, maka perusahaan kecil seharusnya perlu melakukan penelitian seperti Perusahaan besar.

3) Kriteria Penelitian Yang baik: Suatu penelitian dikatakan baik apabila penelitian itu menggunakan metode atau kaidah-kaidah ilmiah. Menurut Zulmiyetri et.all (2019), ciri-ciri karya tulis ilmiah (penelitian) yang baik antara lain: 1) Bersifat kritis dan analitis (critical and analitical). 2) Memuat konsep dan teori. 3) Menggunakan istilah dengan tepat dan definisi yang uniform. 4) Rasional. 5) Objektif. Dengan tetap berpegang pada kaidah ilmiah, maka suatu penelitian yang baik itu harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut, : 1) Tujuan dan masalah dalam penelitian harus digambarkan secara jelas sehingga tidak menimbulkan keraguan kepada pembaca. Masalah yang diteliti haruslah betul-betul sebagai masalah, sehingga data yang terkumpul dalam penelitian itu dapat digunakan untuk pemecahan masalah. Dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang benar dan jelas. Sehingga penelitian akan lebih terarah dan fokus, efisien dan efektif. 2) Agar peneliti yang lain dapat mengulangi penelitian sebelumnya, maka teknik dan prosedur dalam penelitian itu harus dijelaskan secara rinci. Prosedur penelitian harus jelas, terperinci, dijabarkan. Sehingga bukan hanya anda saja yang memahaminya, tapi orang lain yang

membaca hasil tulisan anda. Berpegang pada kaidah ilmiah, maka suatu penelitian yang baik itu harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut: a) Tujuan dan masalah dalam penelitian harus digambarkan secara jelas sehingga tidak menimbulkan keraguan kepada pembaca. Masalah yang diteliti haruslah betul-betul sebagai masalah, sehingga data yang terkumpul dalam penelitian itu dapat digunakan untuk pemecahan masalah. b) Teknik dan prosedur dalam penelitian itu harus dijelaskan secara rinci. 3) Objektivitas penelitian harus tetap dijaga dengan menunjukkan bukti-bukti mengenai sampel yang diambil. Prosedur dalam rancangan penelitian harus dibuat secara teliti dan hati-hati, agar nantinya penelitian anda menjadi penelitian yang benar-benar valid. Valid maksudnya sesuai antara data dan fakta. Sementara data yang dimaksud adalah teori-teori yang mendukung penelitian, dokumen, maupun kuesioner anda. Intinya, dalam meneliti mau tidak mau anda harus mengedepankan prosedur. Prosedurnya jelas, dan teliti. 4) Kekurangan-kekurangan selama pelaksanaan penelitian harus diinformasikan secara jujur. Dan menjelaskan dampak dari kekurangan tersebut terhadap penelitian berikutnya. Laporan penelitian harus lengkap, dan disusun secara sistematis. Kelengkapan yang dimaksud mencakup teori yang mendukung penelitian anda, sumber data baik pustaka maupun lapangan, sekunder maupun primer, dan sebagainya. Dalam menyusun laporan penelitian, baik itu jurnal, skripsi, tesis, dan disertasi, laporan yang sistematis menjadi nilai tersendiri, dan tentunya akan diistimewakan. Sistematis dalam penelitian

termasuk dalam hal kemampuan anda dalam mengolah data, penempatan teori dari A sampai Z. 5) Validitas dan keterhandalan data harus diperiksa dengan cermat. Analisis yang digunakan harus tepat. Dalam penelitian, ada baiknya sebelum menemukan masalah, dan membuat judul, anda harus membuat rencana yang baik tentang desain penelitian anda. Termasuk dalam hal menentukan analisisnya. Misalnya menggunakan analisis korelasi, maka yang dikaji dan diteliti adalah hubungan antara masalah A dan B. yah begitulah selanjutnya, jika meneliti hubungan maka gunakan analisis korelasi. Jika meneliti perbandingan, gunakan analisis komparatif. 6) Kesimpulan yang diambil harus didasarkan pada hal-hal yang terkait dengan data penelitian dan tidak menggeneralisir kesimpulan itu. Setiap kesimpulan dan saran yang diberikan harus didukung oleh data yang diperoleh dari penelitian. Dengan kata lain, kesimpulan dan saran yang anda tuliskan bukanlah pendapat anda semata. Boleh anda mengajukan pendapat, namun hal tersebut hanya sekedar saran tambahan. 7) Objek atau fenomena yang diamati harus betul-betul sesuai dengan kemampuan, pengalaman, dan motivasi yang kuat dari peneliti (integritas peneliti).

- 4) Peranan Penelitian dalam keputusan Bisnis:** penelitian memiliki tujuan yaitu menguji hipotesis, mengembangkan teori-teori dan hipotesis melalui pengungkapan data serta pemecahan atas suatu masalah dan yang terpenting adalah memberikan manfaat bagi kehidupan manusia. Kesalahan dalam pengambilan keputusan dapat menyebabkan suatu bisnis mengalami kerugian yang besar

pada beberapa sisi. Pengambilan keputusan bisnis dan investasi umumnya didasarkan atas kriteria ekonomi yaitu mengoptimalkan keuntungan (Profit) dan menciptakan daya saing bagi perusahaan. Hal yang perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan bisnis adalah riset pasar dan manajemen pemasarannya sehingga dapat menghasilkan keputusan yang terbaik bagi suatu perusahaan. pola riset manajer riset berhadapan dengan pilihan antara banyak cara pengumpulan informasinya, terdapat tiga pola riset pasar yaitu: 1) Metode pengumpulan data Seringkali data bersumber dari data primer dan data sekunder. Yang paling mudah adalah dengan data sekunder, karena data sekunder mungkin didapat pada kantor-kantor periklanan, asosiasi usaha-usaha perdagangan, publikasi pemerintah, dan publikasi komersial. Apabila data sekunder tidak memuaskan barulah diusahakan data primer. Data ini dikumpulkan dari pelanggan, perantara pedagang maupun agen, penjual, pesaing atau sumber informasi lainnya. 2) Alat perkakas riset: Alat yang dipergunakan biasanya tergantung pada metode yang digunakan. Metode observasi menggunakan alat perekam, kamera, lembaran catatan. Metode percobaan menggunakan instrument-instrumen serupa jika tugas dibebankan kepada yang bersangkutan sedangkan metode survey dan juga metode percobaan ada tergantung pada daftar pertanyaan. Untuk mendapatkan informasi yang lebih baik, maka dalam membuat daftar pertanyaan haruslah memperhatikan beberapa hal yaitu dengan memperhatikan jenis pertanyaan yang diajukan, bentuk dan cara

pengajuan pertanyaan serta pilihan kata-kata yang akan digunakan dalam pertanyaan. Pertanyaan haruslah menciptakan perhatian, pertanyaan bersifat terbuka tidak sulit, dan pertanyaan yang bersifat pribadi dilakukan pada akhir wawancara agar tidak mempengaruhi jawaban berikutnya. 3) Sampling: membuat rencana sampling, harus dapat menjawab empat pertanyaan berikut ini: a. Siapa yang akan disurvei (sampling unit). b. Berapa jumlah yang harus diteliti (sampling size). c. Bagaimana cara menyeleksi (sampling procedure). d. Bagaimana cara mencapai rencana percontohan (sampling media).

Demikianlah hal-hal yang dilakukan dalam penelitian kuantitatif bidang bisnis.

B. FUNGSI DAN PERAN METODE PENELITIAN KUANTITATIF BISNIS.

Metode Penelitian Bisnis yang diarahkan pada Riset pasar untuk fungsi dalam keputusan yang berdampak pada efek jangka pendek maupun jangka panjang pada perusahaan bisnis. Kaitan dengan keputusan bisnis, ada empat metode utama dalam fungsi untuk mendapatkan informasi dalam pengambilan keputusan bisnis yaitu:

- 1) **Intuisi:** Pengambilan keputusan pada metode ini hanya menggunakan atau didasari pada institusi belaka sehingga

informasi dianggap benar. Faktor subjek tiftas sangat menonjol pada metode pengambilan keputusan intuisi.

- 2) **Pengalaman:** Pengambilan keputusan dengan menggunakan model-model pengalaman terdahulu dalam Upaya pengumpulan informasi yang kemudian diterapkan pada masalah saat ini.
- 3) **Wewenang :** pengambilan keputusan dengan mengumpulkan informasi yang didapatkan dari orang-orang tertentu yang dipercaya memiliki kredibilitas yang karena alasan tertentu yang bersangkutan dianggap mempunyai keahlian dalam pengambilan keputusan.
- 4) **Riset Bisnis:** pengambilan keputusan yang diambil dari informasi yang didapat dengan menggunakan riset yang penelitiannya dilakukan secara sistematis, terstruktur, empiris dan kritis terhadap gejala yang menyangkut kepentingan bagi para pembuat keputusan manajerial untuk mendapatkan keputusan yang maksimal dan menguntungkan.

Riset pasar dengan menggunakan penelitian yang analisis datanya diolah pakai statistik, dianggap sangat membantu menginformasikan keputusan bisnis dengan mendefinisikan target konsumen. Sehingga riset pasar yang menggunakan statistik dalam penelitiannya dan dapat membantu manager bisnis mengembangkan produk memenuhi kebutuhan konsumen. (Kotler & Armstrong (2018). Selain itu, penelitian yang menggunakan analisis statistik dapat menggambarkan pasar, dan mengembangkan iklan, menetapkan harga dan merespon perubahan konsumen , dan lain-lain. Menggunakan metode penelitian Bisnis, dimana akan mendapatkan

hasil penelitian. dan hasil penelitian tersebut dapat berperan dalam merumuskan kebijakan bisnis dan dapat dilihat dari kebijakan periklanan dan penetapan harga. Seperti dijelaskan berikut:

- 1) Mengembangkan Iklan: Penelitian yang menggunakan statistic sebagai alat pengolahan data dapat digunakan untuk memutuskan bagaimana merek iklan yang digunakan dapat memberikan informasi tentang industry, dan menggambarkan tren pembelian. Semua informasi ini dapat membantu manajer bisnis dan pengiklan. Misalnya: data tentang konsumen menggunakan jenis media tertentu dan intensitaspenggunaannya dapat membantu menginformasikan keputusan tentang informasi tempat untuk membeli iklan.
- 2) Menetapkan Harga: Metode Penelitian yang menggunakan analisis statistik akan membantu keputusan bisnis untuk menginformasikan keputusan harga. Penetapan harga produk bisa sulit, sehingga perlu informasi statistik yang dapat digunakan membantu manajer dalam perencanaan harga.

C. TIPE-TIPE METODE PENELITIAN KUANTITATIF BISNIS

Menurut Kusumastuty (2020) menjelaskan, tipe-tipe metode penelitian Bisnis yaitu:

- 1) Applied Research”adalah Survei yang dilakukan dengan tujuan pada pemecahan masalah tertentu yang sedang dialami oleh suatu organisasi atau Perusahaan. Contoh adalah; Saat produk tertentu yang sudah tidak laku, sehingga penjualan tidak terjadi,

sehingga manajer ingin mencari tahu mengapa ini terjadi dan mencoba mencari solusi dari keadaan tersebut.

- 2) Basic Research adalah penelitian dasar, terutama dilakukan untuk memperdalam pemahaman tentang masalah- masalah spesifik yang terjadi dalam keadaan perusahaan atau organisasi tidak stabil. Contoh: jika ingin menganalisis factor-faktor yang terkait pada kebiasaan absen para pegawai/karyawan sebuah Perusahaan. Hasil penelitian tentang karyawan tersebut, bisa di gunakan untuk pengambilan keputusan terhadap pegawai.

D. TAHAPAN DALAM METODE PENELITIAN KUANTITATIF BISNIS

Menurut Rizan et al (2022) menjelaskan langkah-langkah dalam metode penelitian bisnis adalah: 1) penyelidikan adalah mencari tahu, dimana letak masalahnya dalam organisasi dan menjelaskan identifikasi masalah dan menemukan solusi. 2) memperbaiki masalah dengan mengumpulkan informasi, menganalisis data, mengidentifikasi faktor-faktor yang terkait dengan masalah dan mengambil tindakan korektif yang diperlukan. Lebih lanjut di jelaskan bahwa tahap-tahap dalam penelitian kuantitatif bisnis adalah:

1. *Purposiveness*: dalam tahap ini manajer selaku peneliti, akan mendefinisikan tujuan dari riset yang dilakukan. Jika ingin Perusahaan berjalan baik, maka di tentukan apa kriteria yang harus dilakukan, yakni menentukan kriteria pada perlakuan dalam

penelitian, misal dalam meningkatkan Kinerja tentu yang di perhatikan adalah karyawan. Karyawan yang di berikan kriteria yang akan di teliti. Missal karyawan yang ahli pada bidangnya, atau yang telah bekerja 5 tahun, dan lain-lain.

2. *Rigor*: Tahap ini dapat didefinisikan sebagai metode tau teori dalam Riset, dimana merupakan kebenaran dan ketelitian. Keduanya merupakan hal penting yang harus dilakukan dalam penelitian. Diduga jika tidak da kebenaran dan ketelitian, maka hasil Riset tidak dapat dipertanggung jawabkandan akan menemukan hasil yang tidak valid.
3. *Testability*: melakukan pengujian atau tes terhadap data yang ada masalah. Contoh; komitmen karyawan, ini dapat diukur dengan memberikan reward seperti kenaikan gaji. Hal ini sebagai tes terhadap loyalitas mereka pada pekerjaan.
4. *Replicability*: dalam tahap ini mencoba melakukan pola yang sama yang dilakukan Perusahaan lain terhadap perlakuPreatn pada Perusahaan yang diobservasi. Hasil riset yang dilakukan Perusahaan lain mampu mendukung yang dilakukan oleh Perusahaan yang diobservasi.
5. *Precision and Confidence*: tahap ini adanya rasa percaya dan Komitmen karyawan terhadap akuratnya sampel yang dapat di buktikan di lapangan.
6. *Objektifity*: dalam tahap ini dilihat sesuai fakta dan tidak berdasarkan informasi sebelumnya. Informasi perusahaan digunakan sebagai informasi pendukung.

7. *Generalizability*: pada tahap ini, Hasil penelitian secara kuantitatif yang dilakukan Perusahaan, dapat digunakan untuk kegiatan Perusahaan lain pada karyawannya.
8. *Parsimony*: pada tahap ini penjelasan yang diberikan, dan beragam sesuai dengan kebutuhan pegawai.

E. METODE PENELITIAN KUANTITATIF BISNIS SECARA DEDUKTIF

Proses pengambilan keputusan umumnya berdasarkan generalisasi fakta-fakta khusus. Contoh: seluruh karyawan memiliki kinerja yang baik adalah karyawan yang ahli dalam bidangnya, jika salah satu karyawan yang memiliki kinerja yang baik adalah Budi, maka dapat disimpulkan bahwa Budi adalah seorang yang ahli dalam bidangnya. Menurut Albar et al (2021) Metode penelitian bisnis secara deduktif dapat di rancang dengan Langkah berikut:

- 1) Menentukan topik atau masalah penelitian: topik penelitian adalah pokok pembicaraan yang menjadi pemikiran utama bagi peneliti. Dalam penelitian bisnis kuantitatif topik penelitian bisa melihat fenomena dari bisnis itu sendiri, ataupun tingkat penjualan produk yang terjadi dalam periode yang menjadi perhatian peneliti.
- 2) Penelitian Terdahulu: dalam melakukan penelitian bisnis, peneliti membutuhkan riset atau penelitian yang sudah dilakukan peneliti sebelumnya. Selain sebagai referensi, penelitian itu juga digunakan sebagai bentuk perbandingan penelitian yang akan dilakukan

dengan penelitian yang sebelumnya sudah pernah ada. Penelitian yang pernah dilakukan tersebut dapat digunakan untuk menjadi acuan dan perbandingan apa perbedaan dengan penelitian yang akan dilaku saat ini, yang jelas tidak boleh dilakukan penelitian yang sama dan lokasi yang sama. Penelitian terdahulu juga memiliki fungsi untuk memperluas dan memperdalam berbagai teori yang akan digunakan di dalam kajian penelitian yang akan dilakukan. Sehingga biasanya, penelitian terdahulu juga dapat dijadikan sebagai landasan teori karena memiliki kaitan yang erat dengan penelitian lain yang relevan dan dapat digunakan di dalam penelitian.

- 3) Latar Belakang Masalah dan Perumusan Masalah: Perumusan masalah merupakan penentuan masalah-masalah dalam penelitian dengan membuat pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan fenomena yang sedang dibahas. Untuk menjawab masalah-masalah yang ditentukan peneliti, seorang peneliti harus mampu merumuskan pertanyaan masalah yang akan diteliti. Pertanyaan-pertanyaan yang memuat masalah tersebut harus dijawab oleh peneliti dalam tulisannya. Untuk itu, rumusan masalah wajib ada dalam penelitian. Masalah adalah kesenjangan antara sesuatu yang diharapkan (das sollen) dengan suatu kenyataan (das sein). Masalah adalah kesenjangan kenyataan dengan harapan yang perlu diselesaikan
- 4) Pertanyaan penelitian: Pertanyaan penelitian dirumuskan dari pokok permasalahan yang hendak diteliti. Selain itu, pertanyaan penelitian juga menentukan tujuan penelitian dan metode yang

akan digunakan. Pertanyaan penelitian yang baik menunjukkan dengan tepat apa yang ingin diketahui dan mengharuskan untuk fokus serta menetapkan tujuan yang jelas dari penelitian tersebut. Semua pertanyaan penelitian harus mencakup beberapa hal yakni: a) **Fokus** pada satu masalah atau isu-isu di masyarakat, b) **diteliti** menggunakan sumber primer dan/atau sekunder, c) **Layak** untuk dijawab dalam kerangka waktu dan kendala praktis, d) Cukup **spesifik** untuk menjawab secara menyeluruh, e) Cukup **kompleks** untuk mengembangkan jawaban atas ruang lingkup makalah atau tesis, f) **Relevan** dengan bidang studi Anda dan/atau masyarakat secara lebih luas

- 5) Tujuan dan Manfaat Penelitian: Tujuan penelitian adalah kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis serta penyajian data secara sistematis dan obyektif, untuk memecahkan masalah atau menguji hipotesis. Manfaat penelitian penting untuk dipahami oleh peneliti, pasalnya manfaat penelitian diartikan sebagai kontribusi dari penelitian
- 6) Landasan Teori: Menurut Sugiyono (2014); mengatakan bahwa landasan teori adalah alur logika atau penalaran yang merupakan seperangkat konsep, definisi, dan proporsi yang disusun secara sistematis
- 7) Hipotesis: Hipotesis berasal dari Bahasa Yunani yakni *hypo* artinya sementara, sedangkan *thesis* adalah pernyataan atau teori. Dapat disimpulkan arti hipotesis adalah pernyataan sementara. Inilah praduga peneliti terhadap masalah penelitian. Namun, hipotesis ini bukanlah kebenaran. Karena praduga, hipotesis bisa benar dan

bisa juga salah. Creswell (2016) menjelaskan bahwa ada beberapa ciri-ciri rumusan hipotesis yakni: dinyatakan dalam kalimat pernyataan (*declarative statement*), bukan kalimat tanya. Pernyataan tersebut sebagai pandangan peneliti berdasar hasil kajian teori yang digunakan.

- 8) Metode penelitian: Metode penelitian adalah Teknik spesifik penelitian atau Teknik pengumpulan data (pengamatan, wawancara, angket, dan dokumentasi), validitas dan reliabilitas data (kuantitatif) dan keabsahan data (kualitatif) dan Teknik analisis data.
- 9) Analisis data dengan statistik: Analisis data menggunakan statistik dilakukan untuk :a) analisis Teknik deviasi yakni teknik statistik yang disebut standar deviasi mengukur seberapa luas data terdistribusi dari mean. Anda adalah seorang pemasar yang baru saja menyelesaikan survei klien. Misalkan Anda ingin menentukan apakah kelompok pelanggan yang lebih besar kemungkinan akan memberikan tanggapan yang sama. Dalam hal ini, Anda harus menilai ketergantungan tanggapan setelah menerima temuan survei. Jika standar deviasi rendah, rentang pelanggan yang lebih besar dapat diproyeksikan dengan jawaban. b) Regresi dalam statistik mempelajari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (informasi yang Anda coba nilai) (data yang digunakan untuk memprediksi variabel dependen). Hal ini juga dapat dijelaskan dalam hal bagaimana satu variabel mempengaruhi yang lain, atau bagaimana perubahan dalam satu hasil yang tidak konsisten dalam perubahan yang lain, atau

sebaliknya, sebab dan akibat yang sederhana. Ini menunjukkan bahwa hasilnya tergantung pada satu atau lebih faktor. C) Sebuah uji hipotesis dalam statistik menentukan kuantitas di bawah asumsi tertentu. Hasil tes menunjukkan apakah asumsi itu benar atau telah dilanggar. Hipotesis nol, kadang-kadang dikenal sebagai hipotesis 0, adalah anggapan ini. Hipotesis pertama, sering dikenal sebagai hipotesis 1, adalah teori lain yang bertentangan dengan hipotesis 0. Saat Anda melakukan pengujian hipotesis, hasil pengujian signifikan secara statistik jika menunjukkan bahwa peristiwa tersebut tidak mungkin terjadi secara kebetulan atau acak.

BAGIAN 6

PENELITIAN TINDAKAN DALAM KONTEKS BISNIS

A. PENDAHULUAN

a. Pengenalan Tentang Penelitian Tindakan

Penelitian Tindakan (*Action Research*) adalah pendekatan penelitian yang diterapkan dalam berbagai konteks, termasuk dalam dunia bisnis. Pendekatan ini bertujuan untuk memecahkan masalah konkret dalam suatu organisasi atau lingkungan kerja, sambil meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang situasi tersebut. Penelitian tindakan dalam bisnis adalah alat yang kuat untuk meningkatkan kinerja organisasi, mengoptimalkan proses, dan memecahkan masalah yang mungkin muncul dalam konteks bisnis. Pendekatan ini dapat diterapkan dalam berbagai bidang, mulai dari manajemen operasional hingga pengembangan produk dan layanan. Dengan berfokus pada perbaikan berkelanjutan, Dalam penelitian tindakan bisnis, penting untuk melibatkan stakeholder yang relevan, seperti karyawan, manajemen, dan pelanggan, dalam seluruh proses penelitian. Ini memastikan bahwa solusi yang dihasilkan mempertimbangkan beragam perspektif dan kepentingan yang ada dalam organisasi.

b. Latar Belakang Penelitian Tindakan Dalam Bisnis

Penelitian Tindakan (*Action Research*) memiliki latar belakang yang kuat dalam konteks bisnis, terutama karena bisnis sering dihadapkan pada tantangan kompleks dan dinamika pasar yang terus berubah.

Adapun alasan yang mendasari bahwa penelitian tindakan relevan dalam dunia bisnis adalah: 1). Adanya Kompleksitas Lingkungan Bisnis, 2) Untuk Meningkatkan Kualitas dan Efisiensi, 3) Adanya Pengembangan Produk dan Inovasi, 4) Terjadi Peningkatan Kualitas Hidup Pekerja, 5) Adanya Optimasi Manajemen dan Kepemimpinan, 6) Adanya Pengukuran dan Evaluasi Kinerja Bisnis.

c. Tujuan Dan Manfaat Penelitian Tindakan Dalam Bisnis

Tujuan utama dari penelitian tindakan dalam bisnis adalah untuk meningkatkan kinerja, efisiensi, dan efektivitas organisasi dalam menghadapi berbagai tantangan dan masalah yang muncul dalam konteks bisnis. Beberapa tujuan khususnya meliputi: 1) Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan, 2) Optimisasi Proses Bisnis, 3) Peningkatan Kinerja Karyawan, 4) Pengembangan Solusi Inovatif dan 5) Peningkatan Daya Saing. Manfaat dari penelitian tindakan dalam bisnis adalah untuk :

1) Peningkatan Keputusan Berdasarkan Data, 2) Pemecahan Masalah yang Lebih Cepat, 3) Pemberdayaan Karyawan, 4) Peningkatan Keseluruhan Kualitas.

Komponen – Komponen Ruang Lingkup Penelitian Tindakan Bisnis terdiri dari: 1) Identifikasi Masalah Bisnis, 2) Perencanaan Penelitian, 3) Implementasi Tindakan, 4) Evaluasi dan Analisis dan 5) Refleksi dan Pembelajaran

B. KONSEP DASAR PENELITIAN TINDAKAN DALAM BISNIS

a. Defenisi Penelitian Tindakan

Penelitian tindakan adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memecahkan masalah konkret dan meningkatkan kinerja dalam konteks praktik tertentu, seperti pendidikan, bisnis, atau organisasi. Pendekatan ini melibatkan serangkaian langkah sistematis yang melibatkan pengamatan, perencanaan, tindakan, evaluasi, dan refleksi untuk mencapai perubahan yang diinginkan. Penelitian tindakan berfokus pada peningkatan praktik melalui tindakan kolaboratif, analisis data, dan refleksi berkelanjutan.

Tujuan utama dari penelitian tindakan adalah untuk mengidentifikasi masalah atau tantangan yang ada dalam praktik bisnis, merancang dan melaksanakan tindakan yang dapat memperbaiki situasi tersebut, dan kemudian mengevaluasi efektivitas tindakan tersebut dalam meningkatkan praktik bisnis yang ada. Penelitian Tindakan dalam bisnis seringkali melibatkan kerjasama antara peneliti

atau pengamat dengan pihak yang terlibat langsung dalam praktik bisnis tersebut, seperti karyawan, manajer, atau pemilik bisnis.

b. Perbedaan Penelitian Tindakan Dan Penelitian Tradisional

1. Pendekatan Tujuan:

- a. Penelitian Tindakan: Bertujuan untuk meningkatkan praktik atau situasi tertentu. Melibatkan kolaborasi antara peneliti dan praktisi untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah yang nyata di lingkungan praktis.
- b. Penelitian Tradisional: Bertujuan untuk menyusun teori, mengidentifikasi pola umum, dan memahami fenomena tanpa intervensi langsung dalam situasi praktis. Biasanya bersifat lebih teoritis dan abstrak.

2. Keterlibatan Subyek Penelitian:

- a. Penelitian Tindakan: Subyek penelitian adalah individu atau kelompok yang terlibat dalam situasi praktis yang diteliti. Subyek penelitian terlibat aktif dalam proses perubahan atau intervensi yang diajukan oleh peneliti.
- b. Penelitian Tradisional: Subyek penelitian dapat diobservasi atau diwawancara, tetapi mereka tidak terlibat dalam proses penelitian. Peneliti mencoba untuk menjaga jarak objektif dari subyek penelitian.

3. Sumber Data:

- a. Penelitian Tindakan: Data dikumpulkan dari situasi praktis di tempat kerja atau lingkungan nyata di mana

penelitian dilakukan. Penggunaan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mengumpulkan data dari intervensi yang dilakukan.

- b. Penelitian Tradisional: Data dikumpulkan melalui metode survei, eksperimen, atau analisis statistik dari situasi yang mungkin disimulasikan di laboratorium atau lingkungan penelitian.

4. Siklus Penelitian:

- a. Penelitian Tindakan: Melibatkan siklus berulang dari perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi, dengan tindakan perbaikan berdasarkan hasil pengamatan. Proses ini berlangsung secara terus-menerus seiring dengan perkembangan situasi praktis.
- b. Penelitian Tradisional: Biasanya melibatkan fase-fase tetap seperti perumusan masalah, desain penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan penyimpulan.

c. Prinsip-Prinsip Penelitian Tindakan Dalam Konteks Bisnis

Prinsip-prinsip penelitian tindakan dalam konteks bisnis memberikan landasan yang penting untuk memahami dan melaksanakan penelitian tindakan dengan benar. Berikut adalah beberapa prinsip-prinsip utama penelitian tindakan dalam konteks bisnis beserta referensi yang relevan:

- 1. Partisipasi Aktif semua pihak yang terkait dalam proses penelitian tindakan

2. Siklus Refleksi dan Aksi: Penelitian tindakan melibatkan siklus berkelanjutan dari tindakan, refleksi, perencanaan ulang, dan tindakan lanjutan untuk perbaikan berkelanjutan.
3. Kontekstualisasi Bisnis: Menyelaraskan penelitian tindakan dengan konteks bisnis yang spesifik, termasuk tujuan bisnis, nilai-nilai, dan lingkungan organisasi.
4. Kolaborasi dan Komunikasi yang Efektif: Menekankan pentingnya kolaborasi dan komunikasi yang efektif di seluruh organisasi dalam pelaksanaan penelitian tindakan.
5. Fokus pada Perbaikan Berkelanjutan: Tujuan utama dari penelitian tindakan dalam bisnis adalah untuk mencapai perbaikan berkelanjutan dalam kinerja dan proses organisasi.
6. Penerapan Hasil Penelitian: Hasil dari penelitian tindakan harus diterapkan dalam praktek bisnis untuk menghasilkan perubahan yang nyata.
7. Etika dan Tanggung Jawab Sosial: Penelitian tindakan dalam bisnis harus mematuhi etika penelitian dan bertanggung jawab secara sosial terhadap dampaknya pada organisasi dan masyarakat.

C. LANGKAH - LANGKAH PENELITIAN TINDAKAN DALAM BISNIS

a. Identifikasi Masalah Atau Tantangan Bisnis

Identifikasi masalah atau tantangan bisnis adalah langkah awal dalam proses penelitian tindakan. Tujuan utamanya adalah mengidentifikasi area atau aspek bisnis yang memerlukan perhatian dan perbaikan. Proses ini melibatkan analisis mendalam terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis, seperti proses operasional, pemasaran, keuangan, atau manajemen sumber daya manusia. Identifikasi masalah atau tantangan bisnis dapat melibatkan survei karyawan, analisis pasar, evaluasi proses produksi, atau studi kompetitor untuk memahami dengan jelas dimana bisnis mengalami kesulitan atau potensi perbaikan.

1. Analisis Situasi Bisnis

Analisis Situasi Bisnis adalah proses menyelidiki dan mengevaluasi berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu bisnis. Tujuannya adalah untuk memahami konteks di mana bisnis beroperasi, mengidentifikasi peluang dan tantangan, serta merencanakan strategi yang efektif. Analisis ini mencakup penilaian terhadap pasar, pesaing, kebijakan ekonomi, faktor politik, sosial, teknologi, serta evaluasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan.

2. Penyusunan Rumusan Masalah

Penyusunan rumusan masalah adalah tahap awal yang sangat penting dalam penelitian tindakan dalam konteks bisnis. Ini adalah langkah kunci untuk mengidentifikasi permasalahan yang ingin diselesaikan melalui penelitian tindakan. Rumusan masalah harus jelas, terfokus, dan relevan dengan tujuan penelitian.

b. Perencanaan Penelitian

Perencanaan penelitian adalah langkah penting dalam proses penelitian yang melibatkan perancangan strategi dan metode untuk mengumpulkan data, menganalisis hasil, dan mencapai tujuan penelitian. Ini melibatkan sejumlah tahapan kunci, yakni: 1) Penentuan Tujuan Penelitian, 2) Desain Penelitian, 3) Pemilihan Sampel penelitian, 4) Instrumen dan Metode Pengumpulan Data, 5) Perencanaan Pengolahan Data, 6) Perencanaan Waktu, 7) Anggaran dan 8) Etika Penelitian

1. Desain Penelitian

Pengertian Desain Penelitian: Desain penelitian merujuk pada rencana atau strategi yang digunakan untuk mengumpulkan data guna menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis. Desain penelitian memainkan peran penting dalam memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Pemilihan desain penelitian yang tepat sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian.

Jenis-Jenis Desain Penelitian:

- a. Desain Eksperimental: Peneliti mengontrol variabel independen untuk mengukur dampaknya terhadap variabel dependen di bawah kondisi yang terkendali.
- b. Desain Kuantitatif Non-Eksperimental: Peneliti mengumpulkan data tanpa mengontrol variabel independen, seringkali melalui survei, studi kasus, atau analisis data sekunder.
- c. Desain Kualitatif: Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif dan kontekstual, sering melalui wawancara mendalam, observasi, atau analisis teks, untuk memahami fenomena secara mendalam.
- d. Desain Campuran (Mixed-Methods): Menggabungkan elemen-elemen kuantitatif dan kualitatif dalam satu penelitian, memberikan gambaran yang lebih komprehensif

2. Pengembangan Rencana Tindakan

Setelah mengidentifikasi masalah atau tantangan bisnis, langkah berikutnya dalam penelitian tindakan adalah mengembangkan rencana tindakan yang jelas dan terstruktur. Rencana tindakan merupakan dokumen panduan yang merinci langkah-langkah konkret yang akan diambil untuk mengatasi masalah yang telah diidentifikasi. Proses pengembangan rencana tindakan melibatkan beberapa langkah kunci:

- a. Penetapan Tujuan: Tujuan harus relevan dengan masalah yang diidentifikasi.

- b. Identifikasi Strategi: Strategi ini harus sesuai dengan konteks bisnis dan dapat dijalankan secara praktis.
- c. Penetapan Langkah-langkah Tindakan: Langkah-langkah ini harus spesifik, terukur, dan dapat dilaksanakan oleh tim atau individu yang bertanggung jawab.
- d. Penjadwalan: Jadwal yang disusun harus realistis dan memperhitungkan batas waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan.
- e. Penetapan Penanggung Jawab: Tentukan siapa yang bertanggung jawab atas setiap langkah tindakan.
- f. Pengukuran dan Evaluasi: Rencanakan metode pengukuran untuk menilai keberhasilan setiap langkah tindakan.

c. Implementasi Tindakan

Implementasi tindakan adalah tahap dalam penelitian tindakan di mana rencana tindakan yang telah dirancang dalam langkah sebelumnya diterapkan dalam organisasi atau konteks bisnis. Proses ini melibatkan eksekusi langkah-langkah yang telah direncanakan untuk mengatasi masalah atau tantangan bisnis yang telah diidentifikasi. Hasil implementasi ini akan menjadi dasar untuk evaluasi dan pembelajaran selanjutnya dalam penelitian tindakan.

1. Pelaksanaan Rencana Tindakan

Pelaksanaan rencana tindakan adalah tahap penting dalam penelitian tindakan di konteks bisnis. Pada tahap ini, tindakan yang telah dirancang dan direncanakan pada langkah-langkah

sebelumnya diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari. Ini melibatkan implementasi solusi atau strategi yang telah dirumuskan berdasarkan hasil analisis data dan evaluasi keberhasilan sebelumnya. Para pelaku bisnis terlibat secara aktif dalam menerapkan perubahan, mengelola sumber daya, dan memastikan bahwa langkah-langkah yang diambil sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan dalam penelitian tindakan.

2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahap penting dalam penelitian tindakan bisnis yang melibatkan proses mengumpulkan informasi dan fakta untuk mendukung analisis, evaluasi, dan pembelajaran. Dalam konteks penelitian tindakan bisnis, pengumpulan data dapat dilakukan melalui berbagai metode, termasuk survei, wawancara, observasi, studi dokumentasi, dan pengukuran kinerja bisnis. Pemilihan metode pengumpulan data harus disesuaikan dengan tujuan penelitian dan pertanyaan penelitian yang diajukan.

Jenis – jenis Metode Pengumpulan Data : Survei, Wawancara, Observasi, Studi Dokumentasi, Pengukuran Kinerja Bisnis:

d. Evaluasi Hasil

Evaluasi hasil penelitian tindakan dalam konteks bisnis adalah tahap penting di mana para peneliti menganalisis data yang telah dikumpulkan dan menilai efektivitas tindakan yang

diimplementasikan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perubahan yang diinginkan telah tercapai dan apakah tindakan yang diambil telah memberikan dampak positif terhadap bisnis. Dalam proses evaluasi hasil, peneliti menggunakan berbagai metode statistik, analisis kualitatif, dan pemodelan untuk mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan dalam data.

1. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengubah data mentah menjadi informasi yang bermakna. Ini melibatkan penggunaan teknik statistik, matematika, dan komputasi untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan tren dalam data. Dalam konteks penelitian, analisis data membantu peneliti memahami hasil eksperimen atau survei, mengambil kesimpulan yang valid, dan membuat rekomendasi berdasarkan bukti yang ada. Metode Analisis Data dalam penelitian tindakan antara lain: Analisis deskriptif, Analisis inferensial, Analisis Korelasi, Analisis Regresi, Analisis Kualitatif.

2. Penilaian Efektivitas Tindakan

Penilaian efektivitas tindakan dalam penelitian tindakan adalah langkah penting untuk mengukur dampak dari perubahan atau tindakan yang diimplementasikan dalam konteks bisnis. Ini membantu dalam menentukan apakah tindakan yang diambil berhasil mencapai tujuannya. Proses penilaian efektivitas tindakan melibatkan pengumpulan dan analisis data untuk mengevaluasi sejauh mana tindakan tersebut telah memenuhi

tujuannya. Beberapa langkah umum dalam penilaian efektivitas tindakan meliputi:

1. Menetapkan Kriteria Evaluasi: Menentukan kriteria yang jelas dan terukur untuk menilai efektivitas tindakan. Kriteria ini harus sesuai dengan tujuan tindakan.
2. Pengumpulan Data: Mengumpulkan data yang relevan, baik kuantitatif maupun kualitatif, yang berkaitan dengan kriteria evaluasi. Ini dapat melibatkan survei, analisis laporan keuangan, wawancara, atau metode lainnya.
3. Analisis Data: Menganalisis data yang telah dikumpulkan untuk mengevaluasi sejauh mana tindakan tersebut mencapai tujuannya. Ini dapat melibatkan perbandingan data sebelum dan setelah tindakan diimplementasikan.
4. Kesimpulan: Berdasarkan analisis data, membuat kesimpulan tentang efektivitas tindakan. Apakah tindakan tersebut berhasil mencapai tujuannya atau tidak?
5. Rekomendasi: Jika ditemukan kekurangan atau potensi perbaikan, membuat rekomendasi untuk perubahan atau tindakan selanjutnya.

e. Refleksi dan Pembelajaran

Refleksi dan pembelajaran merupakan tahap kritis dalam penelitian tindakan bisnis di mana hasil tindakan dievaluasi secara kritis. Proses ini melibatkan analisis mendalam terhadap data yang terkumpul dan penilaian terhadap efektivitas tindakan yang diambil. Ini memberikan kesempatan bagi para peneliti dan

praktisi bisnis untuk memahami dampak tindakan yang diimplementasikan, mengidentifikasi pelajaran yang dipetik dari proses tersebut, dan menentukan langkah-langkah perbaikan atau perubahan yang diperlukan untuk masa depan.

1. Menilai Keberhasilan Tindakan

Menilai keberhasilan tindakan dalam penelitian tindakan bisnis adalah proses penting untuk memahami dampak perubahan yang telah diperkenalkan dan untuk mengevaluasi apakah tujuan yang ditetapkan telah tercapai. Evaluasi keberhasilan tindakan melibatkan pengumpulan data, analisis, dan interpretasi hasil untuk mengukur efektivitas langkah-langkah yang diambil. Beberapa metode umum yang digunakan dalam menilai keberhasilan tindakan meliputi analisis statistik, survei, wawancara, dan pemantauan kinerja berkelanjutan. Keberhasilan tindakan juga bisa dinilai berdasarkan pencapaian tujuan bisnis, peningkatan produktivitas, kepuasan pelanggan, atau keberlanjutan perubahan yang diperkenalkan.

2. Pembelajaran Organisasi

Pembelajaran Organisasi adalah konsep yang mengacu pada kemampuan sebuah organisasi untuk mengumpulkan pengetahuan, pengalaman, dan wawasan dari pengalaman masa lalu untuk meningkatkan kinerja, inovasi, dan adaptasi di masa depan. Ini melibatkan penggunaan pengetahuan yang diperoleh dari tindakan sebelumnya untuk mengambil keputusan yang lebih baik dan lebih bijaksana, serta untuk mengembangkan kemampuan organisasi secara keseluruhan.

Pembelajaran Organisasi mempromosikan sikap terbuka terhadap perubahan, eksperimen, dan refleksi yang kontinu.

D. STUDI KASUS: IMPLEMENTASI PENELITIAN TINDAKAN DALAM BISNIS

a. Deskripsi Studi Kasus

Deskripsi Studi Kasus adalah bagian penting dari sub bab yang membahas penelitian tindakan dalam konteks bisnis. Ini memberikan gambaran detail tentang kasus bisnis yang Anda teliti, termasuk latar belakang, masalah yang dihadapi, tindakan yang diambil, dan hasil yang dicapai. Berikut adalah contoh materi singkat Deskripsi Studi Kasus beserta referensinya:

Deskripsi Studi Kasus: Peningkatan Efisiensi Produksi di Perusahaan XYZ

Pada studi kasus ini, kami akan mengeksplorasi upaya penelitian tindakan yang dilakukan oleh Perusahaan XYZ, sebuah produsen barang elektronik, untuk meningkatkan efisiensi produksi mereka. Latar belakang kasus ini adalah masalah yang dihadapi oleh perusahaan dalam meningkatkan produktivitas tanpa meningkatkan biaya produksi. Mereka berusaha untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas dan mencari solusi yang sesuai.

Hasil dari penelitian tindakan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam efisiensi produksi, pengurangan biaya produksi, dan peningkatan kepuasan pelanggan. Perusahaan berhasil meningkatkan produktivitas sumber daya manusia dan mengoptimalkan penggunaan peralatan produksi, sekaligus mengurangi lead time dan meminimalkan pemborosan dalam proses produksi.

b. Metode Penelitian Yang Digunakan

Dalam studi kasus penelitian tindakan dalam bisnis, kami menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode ini memungkinkan kami untuk mendalami pemahaman tentang masalah bisnis yang dihadapi dan menganalisis dampak tindakan yang diambil. Kami mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen untuk memahami konteks bisnis dan perubahan yang terjadi. Data kualitatif memberikan wawasan yang mendalam tentang dinamika organisasi dan memungkinkan kami untuk menggali pemahaman yang kaya tentang perubahan yang terjadi dalam bisnis.

c. Temuan Dan Hasil Studi

Dalam studi kasus yang dilakukan di perusahaan XYZ, penelitian tindakan dalam konteks bisnis telah menghasilkan temuan dan hasil yang signifikan yaitu:

1. **Peningkatan Efisiensi Operasional:** Setelah menerapkan tindakan yang direkomendasikan, perusahaan berhasil

meningkatkan efisiensi operasionalnya. Proses produksi yang sebelumnya terhambat oleh bottleneck telah dioptimalkan, mengarah pada peningkatan produktivitas sebesar 20%.

2. Penurunan Tingkat Kesalahan: Dengan memfokuskan pada pelatihan karyawan dan perubahan dalam prosedur kerja, perusahaan mengalami penurunan yang signifikan dalam tingkat kesalahan dalam produksi. Hal ini berdampak positif pada reputasi perusahaan dan kepuasan pelanggan.
3. Peningkatan Kualitas Produk: Hasil penelitian tindakan juga menunjukkan peningkatan kualitas produk yang dihasilkan. Perbaikan dalam kontrol kualitas dan inovasi dalam desain produk membantu perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.
4. Peningkatan Kepuasan Karyawan: Karyawan melaporkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi setelah perubahan diimplementasikan. Program pelatihan, komunikasi yang lebih baik, dan partisipasi aktif dalam proses pengambilan keputusan telah meningkatkan motivasi dan keterlibatan karyawan.
5. Peningkatan Profitabilitas: Akibat dari perubahan yang diterapkan, perusahaan mencapai peningkatan signifikan dalam profitabilitas. Penjualan yang lebih tinggi dan pengurangan biaya operasional menghasilkan peningkatan margin keuntungan.

E. TANTANGAN DAN HAMBATAN DALAM PENELITIAN TINDAKAN BISNIS

a. Kendala-Kendala Umum

Penelitian tindakan dalam konteks bisnis seringkali dihadapkan pada sejumlah kendala yang dapat mempengaruhi kualitas dan validitas hasil penelitian. Beberapa kendala umum yang sering dihadapi dalam penelitian tindakan bisnis meliputi:

1. Keterbatasan Sumber Daya
2. Resistensi Organisasi
3. Kompleksitas Lingkungan Bisnis
4. Pengukuran Kinerja
5. Keterbatasan Akses Data

b. Strategi Mengatasi Tantangan

Strategi Mengatasi Tantangan dalam Penelitian Tindakan Bisnis
Penelitian tindakan dalam konteks bisnis seringkali menghadapi berbagai tantangan yang melibatkan kompleksitas organisasi dan dinamika pasar. Namun, ada beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut:

1. Pemahaman Mendalam Terhadap Tantangan: Tim peneliti harus memiliki pemahaman mendalam tentang tantangan yang dihadapi oleh bisnis. Ini melibatkan analisis menyeluruh tentang masalah yang ingin diatasi dan dampaknya terhadap organisasi.
2. Kolaborasi Tim yang Efektif: Melibatkan beragam pemangku kepentingan (stakeholders) dalam proses penelitian dapat

membantu mengumpulkan sudut pandang yang berbeda. Kolaborasi yang efektif antara tim peneliti, manajemen, dan karyawan bisa menghasilkan solusi yang lebih holistik.

c. Strategi Mengatasi Tantangan

Penelitian tindakan dalam konteks bisnis seringkali menghadapi berbagai tantangan yang melibatkan kompleksitas organisasi dan dinamika pasar. Namun, ada beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut:

1. Pemahaman Mendalam Terhadap Tantangan
2. Kolaborasi Tim yang Efektif
3. Penerapan Metode Penelitian yang Tepat
4. Pengelolaan Perubahan
5. Evaluasi Terus-menerus dan Penyesuaian.

d. Pembelajaran Dari Keberhasilan Dan Kegagalan

Pembelajaran dari Keberhasilan:

1. Analisis Faktor Kesuksesan: Identifikasi elemen-elemen yang berkontribusi terhadap kesuksesan penelitian tindakan. Ini bisa mencakup strategi implementasi yang efektif, dukungan penuh dari tim manajemen, atau partisipasi aktif dari karyawan.
2. Replikasi Model Sukses: Pahami elemen yang membuat suatu tindakan berhasil dan terapkan model ini dalam konteks bisnis yang berbeda. Replikasi model sukses dapat mengarah pada peningkatan efisiensi dan efektivitas dalam berbagai situasi bisnis.

3. Penguatan Kolaborasi: Identifikasi peran kolaborasi dan komunikasi yang efektif dalam kesuksesan. Keterlibatan aktif dan terbuka antara tim peneliti dan pemangku kepentingan bisnis dapat meningkatkan hasil yang positif.

Pembelajaran dari Kegagalan:

1. Analisis Penyebab Kegagalan: Identifikasi faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan. Mungkin ini termasuk kesalahan dalam perencanaan, kurangnya dukungan manajemen, atau ketidakmampuan melibatkan anggota tim dengan efektif.
2. Pelajaran dari Kegagalan: Ambil pelajaran dari kegagalan dengan memahami apa yang tidak berhasil dan mengapa. Ini membantu organisasi untuk menghindari kesalahan serupa di masa depan dan meningkatkan strategi penelitian tindakan berikutnya.
3. Perbaiki Proses: Menggunakan kegagalan sebagai peluang untuk memperbaiki proses penelitian tindakan. Ini bisa mencakup peningkatan perencanaan, peningkatan komunikasi, atau perubahan dalam metode penelitian.

s

D. KESIMPULAN

a. Ringkasan Temuan Penelitian

Ringkasan temuan penelitian merupakan bagian penting dalam laporan penelitian. Ini adalah bagian di mana hasil-hasil utama dari penelitian disajikan secara ringkas dan jelas. Ringkasan

temuan penelitian mencakup temuan-temuan kunci dan hasil analisis data yang memberikan jawaban terhadap pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

Ringkasan temuan penelitian adalah tahap akhir dalam proses penelitian di mana peneliti menggabungkan hasil dan temuan yang ditemukan selama penelitian. Ini mencakup: Pengulangan Tujuan Penelitian, Temuan Utama, Relevansi Terhadap Tujuan, Implikasi dan Rekomendasi, Keterbatasan Penelitian, Saran untuk Penelitian Selanjutnya.

Contoh Materi Ringkasan Temuan Penelitian:

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks industri perhotelan di kota X. Metode penelitian yang digunakan melibatkan survei pelanggan, wawancara dengan manajer hotel, dan analisis data menggunakan teknik regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan pelanggan yang ramah, kebersihan, dan fasilitas yang memadai adalah faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, tingkat harga juga memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi pelanggan tentang kepuasan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kebersihan ($\beta=0.35$, $p<0.001$), pelayanan pelanggan ($\beta=0.28$, $p<0.001$), fasilitas ($\beta=0.21$, $p=0.002$), dan harga ($\beta=-$

0.18, $p=0.005$) memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan.

b. Implikasi Untuk Praktik Bisnis

Implikasi untuk praktik bisnis adalah tentang menghubungkan temuan penelitian dengan tindakan nyata dalam organisasi. Ini mencakup: Rekomendasi Strategis, Perubahan Prosedur Operasional, Pengembangan Karyawan, Inovasi Produk atau Layanan, Pengoptimalan Rantai Pasokan dan Mengukur Kinerja.

c. Saran Untuk Penelitian Tindakan Selanjutnya Dalam Bisnis

Dalam mengembangkan penelitian tindakan selanjutnya dalam konteks bisnis, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan: 1) Mendalamkan Analisis Sosial dan Lingkungan Bisnis, 2) Peningkatan Metodologi Penelitian. 3) Penggunaan Teknologi dan Inovasi, 4) Studi Kasus Multidisiplin, 5) Pentingnya Keberlanjutan Bisnis dan 6) Peran Inklusi Sosial dalam Bisnis.

BAGIAN 7

PEMILIHAN SAMPEL DAN TEHNIK PENGAMBILAN SAMPEL PENELITIAN BISNIS

A. APAKAH SAMPEL ITU?

Agar diperoleh pemahaman yang seragam, akan diulas secara ringkas tentang pengertian populasi dan sampel.

Dalam kehidupan sehari-hari penggunaan sampel bukan merupakan sesuatu yang asing lagi bagi kita. Pada umumnya untuk memperoleh informasi tentang karakteristik suatu populasi maka tidak perlu semua anggota populasi diteliti, tetapi cukup sebagian saja. Umpamanya seseorang yang akan mencoba rasa sesuatu jenis soup dalam satu panci besar apakah rasa soup itu manis, masam, asin atau tawar akan mengambil satu sendok saja untuk merasakan soup itu setelah mengaduknya terlebih dahulu. Contoh lain jika dari beberapa karyawan suatu perusahaan yang diwawancarai ternyata lebih menyukai jam kerja yang fleksibel, maka kita dapat memperkirakan bahwa karyawan yang lain juga memiliki kesukaan yang sama, dengan catatan karyawan yang dipilih untuk diwawancarai tersebut mewakili (representative) bagi seluruh karyawan perusahaan tersebut.

Keseluruhan soup dalam panci dan semua karyawan perusahaan disebut sebagai populasi. **Populasi berarti keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.** Sedangkan 1 (satu)

sendok soup dan beberapa karyawan yang diwawancarai yang dalam hal ini sebagai contoh disebut dengan sampel. Sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan metode tertentu sehingga diharapkan dapat dapat mewakili populasinya. Jadi dapat dikatakan, **sampel adalah sebagian dari populasi yang ingin diteliti, yang ciri-ciri dan keberadaannya diharapkan mampu mewakili atau menggambarkan populasi yang sebenarnya.** Sampel merupakan bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sedangkan banyaknya anggota suatu sampel disebut **ukuran sampel.**

B. KAPAN SAMPEL DIGUNAKAN?

Alasan dipergunakannya sampel dalam suatu penelitian terutama didasarkan pada pertimbangan berikut :

1. Populasi terlalu besar

Terkadang populasi yang hendak diteliti jumlahnya sangat besar (misalnya mahasiswa seluruh indonesia) sehingga kecil kemungkinan untuk diobservasi satu per satu, dan walaupun itu dilakukan akan memerlukan waktu yang lama, juga tenaga dan biaya.

2. Percobaan yang sifatnya merusak

Misalnya mau meneliti daya tahan lampu pijar, tentunya tidak mungkin akan meneliti semua lampu pijar yang diproduksi.

3. Hemat waktu, tenaga dan biaya

Meneliti seluruh anggota populasi terlebih yang ukurannya besar butuh waktu yang lama dan ketelitian dalam pengumpulan dan pemrosesan juga tenaga yang terlatih dan banyak.

Berbeda dengan penelitian sampel, akan lebih cepat dan lebih tepat, lebih hemat tenaga dan pasti lebih murah.

4. Informasi yang diberikan menyeluruh dan mendalam(Komprehensif)

Penanganan sejumlah kecil data (sampel) akan jauh lebih “ mudah “ dan memberikan lebih sedikit kesalahan dari pada penanganan data dalam jumlah besar. Lebih mudah diteliti secara mendalam sehingga memberikan informasi yang lebih banyak.

C. BAGAIMANA MENGHASILKAN SAMPEL YANG BAIK?

Tujuan dari dilakukannya pengambilan sampel adalah untuk memperoleh data yang representatif dalam kaitannya dengan populasi yang menjadi sasaran penelitian, diharapkan individu-individu sampel yang diobservasi mampu mewakili seluruh anggota populasi.

Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan penggunaan metode pengambilan sampel yang tepat agar dari sampel yang diambil diperoleh statistik yang dapat digunakan sebagai penduga parameter populasi. Statistik yang diperoleh akan menjadi penduga (*estimator*) yang baik jika memenuhi syarat berikut :

1. Tidak Bias

Suatu penduga dikatakan tidak bias apabila nilai yang diharapkan (*expected value*) adalah sama dengan nilai parameternya.

2. Efisien

Dikatakan efisien apabila penduga tersebut dapat menghasilkan standard error yang terkecil dibandingkan dengan standard error dari penduga yang lain.

3. Konsisten

Dikatakan Konsisten bila peluang untuk memperoleh perbedaan antara statistic dengan parameter mendekati nol jika jumlah individu sampel ditambah. Artinya jika sampelnya diperbesar maka suatu nilai statistic tertentu mendekati nilai parameter yang diestimasi.

D. BESAR UKURAN SAMPEL

Dimuka telah disebutkan bahwa besar atau ukuran sampel adalah banyaknya individu, subyek atau elemen dari populasi yang diambil sebagai sampel.

Dalam penentuan besarnya sampel tidak ada aturan yang tegas yang dipersyaratkan untuk suatu penelitian. Juga tidak ada batasan yang pasti dan jelas mengenai apa yang dimaksud dengan sampel besar dan sampel kecil. Penentuan ukuran sampel tergantung pada (1) variasi populasinya. Semakin besar dispersi atau variasi suatu populasi maka semakin besar pula ukuran sampel yang diperlukan agar

estimasi terhadap parameter populasi yang dilakukan akurat dan presisi. Ukuran sampel, disamping itu, juga dipengaruhi oleh (2) tingkat keyakinan peneliti dalam melakukan estimasi.

1. Menetapkan Ukuran sampel jika besarnya populasi diketahui.

Ada beberapa pendapat yang dapat digunakan sebagai rujukan untuk menentukan ukuran Sampel, diantaranya :

1. **Black & Champion (1992)** dalam Soehardi Sigit menyarankan:
“besar sampel yang umum adalah 1/10. Namun 1/10 dapat juga terlalu besar atau terlalu kecil, tergantung pada keadaan populasinya”
2. **Slovin (1960)** yang dikutip Sevilla dalam Husein Umar menyatakan bahwa untuk memberikan hasil yang akurat, ukuran sampel yang diambil dapat dilakukan dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = Jumlah Populasi

e = Kesalahan yang bisa ditolerir

3. **Krejcie dan Morgan (1970)**, yang dikutip oleh Uma Sekaran melakukan perhitungan ukuran sampel didasarkan atas kesalahan 5%. Jadi sampel yang dihitung memiliki kepercayaan 95% terhadap populasi.

Tabel Krejcie dan Morgan

<https://images.app.goo.gl/jmafHfChQXm79HaB8>

2. Menetapkan Ukuran sampel jika besarnya populasi tidak diketahui.

Roscoe (1975) yang dikutip oleh Uma Sekaran (2006: 160), mengusulkan aturan untuk menentukan ukuran sampel:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Di mana sampel dipecah ke dalam sub sampel; (pria / wanita, junior /senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian multivariat (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam studi
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat (match pairs, dan sebagainya), penelitian yang sukses adalah mungkin dengan sampel ukuran kecil antara 10 hingga 20.

E. TEHNIK PENGAMBILAN SAMPEL

Secara garis besar Teknik Pengambilan Sampel dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua), sebagai berikut :

1. *Random Sampling* (Probabilitas)

Random Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Ada beberapa teknik Random Sampling, yaitu:

a. *Simple Random Sampling*

Dikatakan *simple* (sederhana) karena dalam pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.

Cara ini dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.

Simple Random Sampling dapat dilaksanakan dengan dua cara, yaitu:

- Cara undian
- Menggunakan tabel angka random

b. *Systematic Sampling*

Pengambilan sampel sistematis adalah suatu metode pengambilan sampel di mana **hanya unsur pertama sampel saja** yang dipilih secara acak, sedangkan unsur selanjutnya dipilih secara sistematis menurut pola tertentu.

Pola tertentu dapat diartikan sebagai memilih anggota sampel dari suatu populasi dengan interval yang sama, biasanya diukur dengan ukuran waktu atau tempat.

Metode ini dapat dijalankan pada kedua keadaan, yaitu:

1. Apabila nama atau identifikasi dari satuan-satuan elementer dalam populasi terdapat dalam suatu daftar sehingga satuan-satuan tersebut dapat diberi nomor urut.
2. Apabila populasi tersebut mempunyai pola beraturan, seperti blok-blok dalam kota, rumah-rumah pada suatu jalan. Blok-blok atau rumah-rumah tersebut dapat diberi nomor urut.

Ada 2 (dua) metode *systematic sampling*

a. *inier Systematic Selection (LSS)*

Caranya:

- Tentukan populasi sasaran dan satuan-satuan samplingnya yang akan menunjukkan ukuran populasi. Sebagai contoh $N = 1.500$
- Tentukan ukuran sampelnya. Sebagai contoh $n = 30$
- Tentukan interval pemilihan dengan rumus $I = N/n = 1.500/30 = 50$
- Tentukan secara random sebuah bilangan random (disebut $RS = \text{Random Start}$) yang besarnya memenuhi: $1 \leq RS \leq I$ sehingga $1 \leq RS \leq 50$, misalnya secara random terpilih angka 05. Oleh karena nomor satuan sampling terdiri atas empat digit (001 – 150), maka $RS = 0005$.

Dengan demikian satuan sampling pertama yang terpilih adalah : 1 = 0005

- Satuan sampling lainnya dipilih dengan cara menambahkan 1 (50) kepada nomor yang terpilih, jadi satuan sampling 2 = 0055; 3 = 0105 ; 4 = 0155 ; ... 30 = 1455.

b. *Circular Systematic Selection*

Caranya:

- Tentukan populasi sasaran dan satuan-satuan samplingnya yang akan menunjukkan ukuran populasi. Sebagai contoh $N = 2.111$
- Tentukan ukuran sampelnya. Contoh $n = 13$
- Tentukan interval pemilihan dengan rumus $I = N/n = 2111/13 = 162$
- Tentukan secara random sebuah bilangan random (disebut $RS = \text{Random Start}$) yang besarnya memenuhi: $1 \leq RS \leq N$, sehingga $1 \leq RS \leq 2111$,
- Misalnya secara random terpilih angka 1842, dengan demikian satuan sampling pertama yang terpilih adalah: 1 = 1842
- Satuan sampling lainnya dipilih dengan cara menambahkan 1 (162) kepada nomor yang terpilih ($RS = 1842$), jadi satuan sampling 2 = 2004; 3 = 2166 (tidak dipakai, sebab satuan sampling hanya sampai nomor 2111) dengan demikian satuan sampling

ke tiga adalah $2166 - 2111 = 0055$; 4 = 0217;
...13 = 1675.

c. Stratified Random Sampling

Adalah Teknik pengambilan sampel secara random dengan cara terlebih dahulu membagi populasi menjadi beberapa lapisan yang disebut strata. Tujuannya adalah membentuk sub-sub populasi yang keadaan elemen-elemennya relatif homogen.

Stratified random sampling dapat dibedakan menjadi 2(dua) , yaitu:

1. Proportionale Stratified Random Sampling

Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota / unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

Contoh:

Suatu organisasi mempunyai pegawai dengan berbagai latar belakang pendidikan, maka populasi pegawai tersebut berstrata, misalkan jumlah pegawai yang lulus $S1 = 50$, $D3 = 300$, $SLTA = 500$, $SLTP = 100$ dan $SD = 50$,

Andaikan dikehendaki ukuran sampel, $n = 278$, maka jumlah ukuran sampel masing-masing adalah :

$$S1 \quad n1 = (50/1000) \times 278 = 13,9 = 14$$

$$D3 \quad n2 = (300/1000) \times 278 = 83,40 = 83$$

$$SLTA \quad n3 = (500/1000) \times 278 = 139,00 = 139$$

$$SLTP \quad n4 = (100/1000) \times 278 = 27,80 = 28$$

$$SD \quad n5 = (50/1000) \times 278 = 13,90 = 14$$

$$\text{Jumlah total} = 278$$

Dari setiap strata kemudian dipilih satuan sampling melalui *simple random sampling*

2. *Disproportionale Stratified Random Sampling*

Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota / unsur yang tidak homogen dan berstrata secara **tidak proporsional**

Contoh:

Suatu organisasi mempunyai pegawai dengan berbagai latar belakang pendidikan, maka populasi pegawai tersebut berstrata, misalkan jumlah pegawai yang lulus $S1 = 3$, $D3 = 4$, $SLTA = 500$, $SLTP = 100$ dan $SD = 50$, maka 3 orang lulusan $S1$ dan 4 orang lulusan $D3$ tersebut diambil semuanya sebagai sampel, sebab kedua kelompok ini terlalu kecil bila dibandingkan dengan kelompok lainnya.

Apabila dikehendaki ukuran sampel, $n = 120$, maka hasilnya sebagai berikut :

$$S1 \quad n1 = \text{diambil seluruhnya} = 3$$

$$D3 \quad n2 = \text{diambil seluruhnya} = 4$$

$$SLTA \quad n3 = (500/657) \times 120 = 91,300 = 91$$

$$SLTP \quad n4 = (100/657) \times 120 = 18,26 = 18$$

$$SD \quad n5 = (50/657) \times 120 = 9,13 = 9$$

$$\text{Jumlah Total} = 125$$

Dari setiap strata kemudian dipilih satuan sampling melalui *simple random sampling*.

D. Cluster Sampling

Cluster Sampling adalah teknik memilih sebuah sampel dari kelompok-kelompok atau unit-unit kecil yang disebut dengan cluster. Cluster sampling dilakukan dengan cara membagi populasi menjadi beberapa kelompok. Pembagian anggota populasi ke dalam beberapa kelompok ini dilakukan secara acak / random. Setelah pembentukan kelompok tersebut selesai, maka dipilih beberapa anggota dari setiap kelompok secara acak untuk dijadikan sebagai anggota sampel.

Catatan:

- a. Pemilihan dapat dilakukan sekali atau lebih dari sekali.
 - Apabila pemilihan hanya dilakukan sekali, disebut *single stage cluster sampling (SSCS)*.

- Apabila pemilihan dilakukan dua kali, disebut *Two-Stage Cluster Sampling*.
 - Jika pemilihan dilakukan tiga kali, disebut *Three-Stage Cluster Sampling*.
 - Secara umum apabila pemilihan sudah lebih dari sekali, maka cluster sampling disebut *Multi-Stage Cluster Sampling*.
- b. Bentuk *cluster*, baik merupakan Single-SCS, Two-SCS atau Three-SCS, apabila wujudnya adalah daerah, maka *cluster sampling* disebut juga sebagai ***area sampling***.

Contoh,

Sebuah kabupaten dibagi ke dalam kecamatan, maka kecamatan merupakan Satuan Sampling Primary (SSP) atau Primary Sampling Unit (PSU). Di dalam SSP berisi satuan sampling yang lebih kecil, misalnya di dalam kecamatan ada desa. Desa disebut Satuan Sampling Sekunder (SSS) atau *Secondary Sampling Unit (SSU)*

2. NonRandom Sampling (Non Probabilitas)

Teknik ini tidak memberikan peluang / kesempatan sama, bagi semua unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Beberapa sampling yang termasuk *non-random* sampling yaitu:

a. Accidental Sampling

Sampling ini adalah sampling di mana satuan sampel diperoleh secara sembarangan (seketemunya). Dengan catatan populasi homogen.

b. Voluntary Sampling

Pada teknik ini satuan sampel dikumpulkan atas dasar sukarela,

Contoh yang banyak digunakan di bidang kedokteran

c. Purposive Sampling

Pada teknik ini pemilihan satuan sampel dilakukan atas dasar pertimbangan sekelompok pakar di bidang yang sedang diteliti.

d. Snow ball Sampling

Seorang dokter ahli penyakit kulit dan kelamin memperoleh indikator ada beberapa kuman Gonorrhoe, dalam penelitian ini yang dijadikan satuan sampelnya adalah WTS (wanita tuna susila). Orang pertama yang mempunyai kuman gonorrhoe, ditanya untuk memperoleh informasi WTS lain yang mempunyai kuman gonorrhoe, kemudian orang kedua tersebut ditanya lagi mengenai WTS yang memiliki kuman gonorrhoe selain orang pertama yang sudah dijadikan sampel dan demikian seterusnya sehingga diperoleh sampel yang besar

e. Quota Sampling

Tipe sampling ini sangat banyak digunakan dalam penelitian sosial untuk mengumpulkan pendapat (*opinion poll*)

Contoh :

Ditentukan sebuah Quota 1, misalnya quota 1 adalah akan diteliti 500 orang ibu rumah tangga.

Ditentukan quota 2, yaitu bahwa dalam 500 ibu rumah tangga itu haruslah terdiri dari 250 orang ibu rumah tangga yang berumur di atas 50 tahun, dan 250 orang kurang atau sama dengan 50 tahun.

Ditentukan quota 3, yaitu bahwa dari 250 orang ibu rumah tangga berumur di atas 50 tahun, harus ada yang berpendidikan Perguruan Tinggi Orang, SLTA Orang, SLTP Orang, demikian juga untuk ibu rumah tangga di bawah atau sama dengan 50 tahun. Quota ini bisa terus digunakan tergantung dari maksud dan tujuan penelitian.

BAGIAN 8

PROSES PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN BISNIS

A. PENGERTIAN DATA SERTA MANFAAT BAGI PENELITIAN

Jumlah informasi yang meningkat setiap bulan bahkan setiap minggu membuat manusia saat ini berada pada era informasi yang juga ditandai dengan kemudahan untuk mengaksesnya. Adapun istilah data dan informasi, meskipun keduanya berkaitan dengan pengumpulan fakta, memiliki variasi antara tujuan dan bagian-bagian komponennya. Data menggambarkan fakta sedangkan informasi menyajikan fakta tersebut untuk dipahami dan memudahkan pengambilan keputusan.

Data dapat didefinisikan sebagai observasi atau bukti. Penelitian ilmiah memerlukan data melalui penyusunan instrumen atau alat penelitian standar. Peneliti perlu mengetahui jumlah data yang akan dikumpulkan, jenis data yang akan dikumpulkan, dan kapan data tersebut akan dikumpulkan. Selain itu, harus dipastikan bahwa jenis data yang diperoleh dari instrumen yang dipilih akan dapat digunakan untuk menunjukkan pentingnya penelitian dalam model statistik apa pun yang akan digunakan pada akhirnya. Pengumpulan data adalah akumulasi bukti khusus yang memungkinkan peneliti menganalisis hasil seluruh kegiatan sesuai dengan desain dan prosedur penelitian. Data diperlukan dalam pekerjaan penelitian untuk memenuhi tujuan berikut:

1. Memberikan landasan yang kokoh bagi penelitian.
2. Memberikan arahan yang pasti serta jawaban atas tujuan penelitian.
3. Mendukung berbagai argumentasi dalam temuan penelitian.
4. Memverifikasi hipotesis.
5. Data statistik digunakan dalam dua masalah dasar penyelidikan:
 - a. Estimasi parameter populasi, yang membantu dalam menggambar generalisasi.
 - b. Hipotesis penyelidikan apapun diuji dengan prosedur pengumpulan data.
6. Data kualitatif digunakan untuk mengetahui fakta dan data kuantitatif digunakan untuk mengetahui fakta merumuskan teori atau prinsip baru.

Data berfungsi sebagai sumber daya fundamental yang digunakan untuk memperoleh temuan-temuan yang berkaitan dengan suatu hal tertentu dalam bidang penelitian. Persyaratan pengumpulan data bergantung pada topik spesifik yang diselidiki. Data memiliki karakteristik yang bersifat sementara dan rentan. Desas-desus, laporan yang diperoleh dari sumber sekunder, dan perspektif subjektif sering kali disajikan sebagai kebenaran objektif. Selain itu, proses menafsirkan dan memahami informasi yang direkam rentan terhadap distorsi dan bias, sehingga kerap mengurangi keakuratan informasi aslinya (Walliman, 2011).

Dalam penelitian di bidang bisnis dan manajemen, pengumpulan data umumnya difasilitasi dengan penggunaan survei. Metode survei

mencakup praktik pengumpulan informasi dari individu, departemen, atau perusahaan melalui wawancara tatap muka, percakapan telepon, atau pembagian kuesioner. Pendekatan ini bertujuan untuk mengumpulkan data pribadi, organisasi, atau sektor tertentu. Survei dilakukan dalam spektrum yang mencakup ukuran sampel terbatas hingga representasi populasi yang komprehensif, dan kadang-kadang mencakup seluruh populasi, yang disebut sensus. Konsep yang mendasarinya melibatkan pengumpulan respon atas sejumlah atas sejumlah pertanyaan, sehingga cenderung mengarah pada metode kuantitatif dalam pemrosesan data. Kekhawatiran utama mengenai survei berkaitan dengan sejauh mana individu yang disurvei secara akurat mewakili populasi yang lebih besar.

Keterwakilan populasi memainkan peran penting dalam menentukan hasil. Sejumlah besar peneliti sering memilih untuk melakukan survei berdasarkan kuesioner karena alasan kemudahan. Akan tetapi mengingat bahwa penggunaan survei sudah menjadi hal yang terlalu umum, terkadang menimbulkan kelelahan survei di kalangan individu dan organisasi. Akibatnya, hal ini mengakibatkan penurunan tingkat respons, padahal data yang obyektif sangat penting untuk interpretasi hasil penelitian. Perolehan data dapat dilakukan dengan beberapa metode seperti melakukan survei, melakukan tes, melakukan observasi pribadi, melakukan wawancara, dan menggunakan strategi lain untuk mengumpulkan informasi kuantitatif dan kualitatif. Penting bagi peneliti untuk memiliki pemahaman komprehensif tentang kuantitas dan sifat pengumpulan

data yang akan dilakukan, serta jangka waktu spesifik kapan pengumpulan data tersebut akan dilakukan. Peneliti juga harus memastikan bahwa data yang diperoleh dari instrumen yang dipilih sesuai untuk digunakan dalam model statistik berikutnya agar dapat secara efektif menunjukkan relevansi penelitian. Pengumpulan data mengacu pada pengumpulan informasi tertentu secara sistematis, yang memfasilitasi peneliti dalam menganalisis secara efektif hasil dari berbagai tindakan yang dilakukan dalam kerangka desain dan prosedur penelitian mereka. Dengan demikian, tujuan utama pengumpulan data adalah untuk memvalidasi hipotesis penelitian (Singh, 2006).

B. KATEGORISASI DATA PENELITIAN

Data penelitian dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori. Dua kategori dasar data menurut sifatnya adalah data metrik dan data nonmetrik. Data metrik dan nonmetrik disebut juga sebagai data kuantitatif dan data kualitatif. Adapun kategorisasi data menurut sumbernya dibagi menjadi data eksternal dan data internal. Sementara itu, kategorisasi data menurut cara memperolehnya dapat dibedakan ke dalam data primer dan data sekunder, Kategorisasi data menurut periode waktunya, dibagi menjadi data longitudinal/ time series (jangka panjang/ panel data) serta data cross sectional (dikumpulkan pada satu rentang waktu tertentu).

Data metrik (data kuantitatif) mencerminkan kuantitas atau jarak relatif, atau data yang berupa angka-angka. Data metrik memungkinkan peneliti untuk memeriksa jumlah dan besaran. Data metrik atau data kuantitatif juga dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis: diskrit dan kontinu. Data diskrit hanya dapat mengambil nilai tertentu yang berbeda atau terisolasi dalam rentang tertentu, misalnya jumlah saudara kandung 0, 1, 2, ..., 10. Adapun data kontinu dapat mengambil nilai apapun dalam rentang tertentu, misalnya usia dari 0 tahun hingga 100 tahun. Sebagai contoh lain, jika seseorang ingin mengetahui faktor apa saja yang berhubungan dengan kinerja perwakilan penjualan, sejumlah ukuran dapat digunakan untuk menunjukkan keberhasilan. Volume penjualan dolar atau unit, atau bagian dari item yang hilang dapat digunakan sebagai ukuran keberhasilan tenaga penjualan. Data nonmetrik (data kualitatif) adalah data yang tidak dapat diukur dan biasanya merupakan atribut, atau karakteristik yang biasanya digunakan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran (Hair, et al, 1995 dalam Marczyk, DeMatteo, & Festinger, 2005.). Data kuantitatif dan data kualitatif dapat dikumpulkan melalui berbagai metode, termasuk wawancara, kuesioner, tes, dan observasi pribadi.

C. TAHAPAN DALAM PENGUMPULAN DATA

Dalam pengumpulan data, hal pertama yang harus dipertimbangkan di awal adalah menentukan lebih dulu informasi apa saja yang perlu

dikumpulkan datanya, kemudian menetapkan berapa lama data harus dikumpulkan, metode pengumpulan data yang mana yang akan digunakan, baru masuk ke pengumpulan data, dilanjutkan dengan rekap data, coding, edit data hingga analisis data serta implementasi hasil.

Pengumpulan Data dan Triangulasi. Istilah “Triangulasi” terkait dengan penggunaan berbagai sumber data dalam metode pengumpulan data. Triangulasi penting digunakan sebagai cara untuk meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan atas hasil penelitian. Triangulasi dapat menjelaskan berbagai strategi atau prosedur di mana peneliti akan mengumpulkan data (Kornuta & Germaine, 2019). Triangulasi membandingkan temuan dari berbagai sumber untuk mencari kesamaan pengamatan di lebih dari satu sumber data dan dengan demikian memberikan kredibilitas pada temuan tersebut (Ary et al., 2006; Gay dkk., 2012, dalam Kornuta & Germaine, 2019). Adapun yang dapat dimasukkan sebagai sumber data dalam proses triangulasi meliputi:

- Wawancara terhadap responden, yang biasanya direkam, ditranskrip, untuk kemudian dijadikan sebagai salah satu sumber data. Dalam hal ini diperlukan rencana yang matang, tempat yang tenang, waktu yang cukup, juga alat perekam yang dibutuhkan. Wawancara dibedakan menjadi dua jenis (Sekaran & Bougie, 2016), yaitu wawancara terstruktur (seluruh pertanyaan sudah disiapkan lebih dulu, daftar pertanyaan sudah disusun berurutan) dan wawancara tidak terstruktur (ada poin-poin apa saja yang

akan ditanyakan, tetapi tidak ada daftar spesifik yang sudah disiapkan sebelumnya (Kumar, 2011). Pertanyaan mengalir sejalan dengan bagaimana proses wawancara dibangun, dengan kata lain pewawancara sudah berpengalaman dalam melakukan proses wawancara dengan narasumber, serta ada kebebasan atau kelonggaran dalam pemilihan kata atau kalimat yang digunakan).

- Diskusi kelompok terfokus, yaitu wawancara kelompok yang melibatkan seluruh responden. Anggota kelompok fokus diundang oleh peneliti, kemudian peneliti meminta anggota kelompok untuk memahami data yang dikumpulkan dari wawancara dan berbagi pengetahuan mereka. Selain itu, peneliti mengajukan pertanyaan kepada kelompok dan mencatat tanggapan dan interaksi peserta untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang tujuan penelitian.
- Dokumen yang dibuat oleh peserta dan berkaitan dengan tujuan penelitian. Dengan menggunakan triangulasi, hasil penelitian menjadi lebih kredibel dan dapat dipercaya. Strategi atau prosedur pengumpulan data yang berbeda digunakan untuk menetapkan atau mengonfirmasi apakah data yang dikumpulkan dengan satu cara menegaskan data yang dikumpulkan dengan cara yang berbeda. Triangulasi dapat diterapkan sebagai teknik penilaian dalam desain penelitian kualitatif dan kuantitatif.

Alat ukur dan sumber data lainnya. Digunakan untuk menjelaskan instrumen penelitian apa pun yang digunakan untuk mengumpulkan

data penelitian. Apabila instrumen sudah ada, perlu dilakukan pengecekan atas reliabilitas dan validitas instrument tersebut. Jika perlu membuat instrumen tes sendiri, perlu dijelaskan bagaimana mengatasi masalah reliabilitas dan validitasnya. Misalnya, instrumen yang dirancang harus diujicobakan kepada orang-orang dengan karakteristik serupa dengan populasi sampel penelitian untuk melihat apakah hasilnya sesuai dengan harapan. Temuan dari instrumen yang diujicobakan akan membantu membangun data mengenai reliabilitas dan validitas instrumen. Selain itu, meminta pertolongan orang lain yang ahli di bidang penelitian yang sedang dikerjakan dan meminta pendapat mereka untuk memeriksa instrumen tes, juga merupakan hal yang umum dilakukan. Terkait dengan izin mengakses data, perlu dijelaskan mengenai bagaimana cara mendapatkan informasi dan protokol yang harus diikuti. Untuk beberapa jenis pengumpulan data, ada kalanya kuesioner maupun survei harus dikembangkan sendiri. Survei yang baik memperjelas tiga hal bagi responden: Pertama, gambaran tentang apa yang diukur harus jelas. Misalnya, informasi awal mungkin mengatakan, “Tujuan survei ini adalah untuk mempelajari persepsi responden terhadap Dukungan Help Desk.” Kedua, responden perlu mengetahui dengan jelas apa yang ingin dipelajari tentang apa yang diukur. Berikan deskripsi tentang item yang Anda tanyakan. Misalnya, untuk mempelajari tentang ‘Dukungan Help Desk’, survei mungkin mengatakan, “Kami ingin mengetahui persepsi Anda mengenai kualitas atau kemudahan penggunaan layanan Help Desk.” Ketiga, data yang dikumpulkan akan lebih berguna jika kita mengetahui dengan jelas tingkat

kesadaran responden terhadap layanan tertentu, layanan apa yang telah mereka gunakan, pentingnya layanan, kepuasan atau sejumlah istilah serupa (Kornuta & Germaine, 2019).

D. PENGUKURAN DATA

Pada prinsipnya, untuk memudahkan pemahaman, variabel-variabel kuantitatif biasanya diukur dengan berbagai skala. Format survei yang banyak digunakan hingga saat ini dikembangkan oleh Rensis Likert. Likert menciptakan skala untuk menanggapi pertanyaan yang menggunakan kategori seperti “sangat setuju”, “setuju”, “tidak setuju”, dan “sangat tidak setuju”. Dalam contoh ini, kategori netral tidak digunakan karena peneliti mungkin ingin menghindari tanggapan netral. Meskipun demikian untuk beberapa tujuan dapat saja peneliti menggunakan pilihan yang netral atau belum diputuskan sehingga responden tidak dipaksa untuk setuju atau tidak setuju terhadap suatu item. Seringkali jawaban diberi nilai numerik: “sangat setuju = 4, setuju = 3” dan seterusnya. Jawaban responden kemudian dapat dirangkum secara numerik.

Sangat disarankan agar setiap nomor atau kategori skala didefinisikan. Misalnya, jika skala lima poin diperlukan, setiap kategori harus didefinisikan sehingga keputusan mengenai penilaian tertentu tidak diserahkan sepenuhnya kepada responden. Responden harus mengetahui perbedaan peringkat “5” dengan peringkat “4” atau “3”. Ketika skala ditentukan, responden mempunyai panduan

untuk membuat penilaian, dan keandalan temuan akan diperkuat. Pertanyaan yang jelas dan tidak ambigu dikombinasikan dengan skala penilaian yang jelas berkontribusi terhadap reliabilitas dan validitas instrumen. Artinya kemungkinan besar hasil yang sangat mirip akan diperoleh jika instrumen tersebut diberikan berulang kali kepada populasi yang sama dengan cara yang sama pada waktu yang berbeda, atau ketika instrumen diberikan oleh penyelenggara survei yang berbeda.

Pada akhirnya, tanggapan afirmatif terhadap pertanyaan, “Apakah survei ini mengukur apa yang ingin kita ukur?” dan, “Apakah hal ini terjadi secara konsisten pada populasi serupa?” berkontribusi pada temuan yang bermakna.

Adapun skala dapat didefinisikan sebagai alat ukur untuk kuantifikasi variabel yang tepat. Dengan kata lain, skala adalah spektrum atau rangkaian kategori yang berkesinambungan. Seperti penelitian lainnya, empat jenis skala digunakan dalam penelitian bisnis. Skala tersebut meliputi skala nominal, ordinal, interval dan rasio.

Skala Nominal

Pengukuran nominal merupakan penggunaan jenis skala yang paling sederhana. Angka atau huruf yang diberikan pada objek berfungsi sebagai label identifikasi atau klasifikasi. Misalnya, nama, daftar pemain, jenis kelamin adalah variabel kategori; misalnya L untuk laki-laki dan P untuk perempuan, atau '1' untuk laki-laki dan '2' untuk perempuan, atau sebaliknya, '1' untuk perempuan dan '2' untuk laki-

laki. Contoh lainnya yang bisa diterapkan dengan skala nominal adalah status perkawinan, agama, ras, warna kulit juga status pekerjaan, dan lain sebagainya. Dengan kata lain data dibagi menjadi beberapa bagian kategori yang kemudian dapat dibandingkan satu sama lain. Dengan memilah data menggunakan nama atau label, maka dapat dilakukan pengklasifikasian atau kategorisasi jenis. Hal ini memungkinkan untuk memasukkan atau mengecualikan kasus tertentu serta membandingkannya, seperti dalam pengklasifikasian bangunan ke dalam tipe bangunan komersial, industri, perumahan, dan lain-lain. Data nominal dapat dianalisis dengan hanya menggunakan grafik sederhana dan teknik statistik. Grafik batang (*bar-chart*) misalnya, dapat digunakan untuk membandingkan ukuran kategori dan properti statistik sederhana seperti persentase hubungan satu subgrup dengan subgrup lain atau satu subgroup ke grup total untuk dapat dieksplorasi lebih lanjut.

Skala Ordinal

Skala nominal yang mengikuti suatu urutan disebut sebagai skala ordinal. Dengan kata lain, skala ordinal mengatur objek atau variabel kategori menurut urutan hubungan. Jadi, pemeringkatan skala nominal adalah kriteria penting untuk skala ordinal. Skala ordinal yang umum dalam penelitian bisnis menanyakan responden untuk menilai peluang karier dan merek perusahaan sebagai ‘sangat baik’, ‘baik’, ‘sedang’, atau ‘buruk’.

Contoh: Urutkan lima karakteristik pekerjaan berikut berdasarkan seberapa pentingnya karakteristik tersebut bagi Anda. Anda harus memberi peringkat item yang paling penting dengan angka 1, item penting berikutnya dengan angka 2, dan seterusnya, hingga Anda memberi peringkat masing-masing item tersebut 1, 2, 3, 4, atau 5, yang paling sesuai dengan urutan prioritas menurut diri Anda!

Karakteristik pekerjaan	Peringkat penting
Kesempatan yang diberikan oleh pekerjaan untuk:	
Berinteraksi dengan orang lain	—
Gunakan sejumlah keterampilan berbeda.	—
Selesaikan seluruh tugas dari awal hingga akhir.	—
Melayani orang lain.	—
Bekerja secara mandiri.	—

Sumber: Sekaran & Bougie (2016)

Skala interval

Skala interval menunjukkan jarak atau perbedaan satuan antara dua peristiwa. Dengan kata lain, skala tersebut tidak hanya menunjukkan keteraturan, melainkan juga mengukur keteraturan atau jarak dalam satuan interval yang sama. Sebagai contoh, dalam indeks harga, angka tahun dasar biasanya ditetapkan 100. Contoh lain dari skala

interval adalah suhu di mana titik awal cenderung menunjukkan arbitrase.

Skala Rasio

Skala rasio mempunyai besaran mutlak dan bukan besaran relatif. Dengan kata lain, jika suatu skala interval mempunyai nilai absolut nol maka dapat digolongkan sebagai skala rasio. Nol mutlak mewakili suatu titik pada skala dimana ada tidak adanya atribut yang diberikan. Contohnya: Uang Mirna 10 kali lebih banyak dari uang milik Jessica. Berat gajah secara umum adalah tiga kali lebih besar dibandingkan berat zebra.

E. SUMBER DATA SEKUNDER

Penggunaan sumber-sumber sekunder sebagai data penunjang maupun data utama penelitian seperti catatan yang diproduksi pemerintah, catatan kepegawaian dan sejarah perusahaan serta laporan keuangan cenderung semakin diperlukan dan paling cepat untuk diakses (Adams et al, 2014). Sementara itu, jumlah pengumpulan data yang ditempatkan pada situs jejaring terus meningkat. Beberapa alamat situs yang dapat ditemukan melalui URL dan banyak memberikan data yang diperlukan untuk menunjukkan fenomena penelitian atau informasi penunjang penelitian mudah ditemukan pada laman berikut:

<http://www.worldbank.org/>

<http://dir.yahoo.com/Government/>

<http://www.census.gov/>

<http://hdr.undp.org/hdr2006/statistics/>

<http://forbes.ac.id>

Excite Newstracker <http://www.bbc.co.uk>

Ask Jeeves <http://www.ask.co.uk/>

FinancialFind <http://www.financialfind.com/>

Di Indonesia, situs jejaring milik instansi pemerintah pusat, pemerintah daerah, lembaga-lembaga negara juga banyak dijadikan acuan dalam pencarian data dan informasi, seperti halnya berhubungan dengan profil daerah, kebijakan pemerintah, media kampanye, media interaksi pemerintah dan masyarakat, seperti dinas pariwisata, juga dinas pendidikan. Demikian halnya situs-situs berita yang mudah diakses masyarakat luas. Beberapa situs jejaring pemerintah juga kanal-kanal berita yang banyak dikunjungi terkait pencarian data dan informasi antara lain: <https://jogjaprovo.go.id/>, <https://www.jogjakota.go.id/>, www.idx.co.id, www.bps.go.id, www.kemdikbud.go.id, www.tribunnews.com, www.detik.com, www.kompas.com, www.liputan6.com, www.kapanlagi.com, www.okezone.com, www.tempo.co.

Sejumlah mesin pencari lainnya yang dapat digunakan untuk menemukan berbagai informasi lingkup dunia meliputi:

AltaVista <http://www.altavista.com>

Excite <http://www.excite.com>

Google <http://www.google.com>

HotBot <http://www.hotbot.com>

FAST <http://www.alltheweb.com>

Infoseek <http://infoseek.go.com>

Northern Light <http://www.northernlight.com>

F. LATIHAN

Latihan 1. Susunlah kompilasi daftar format data sekunder yang secara fisik ada di perpustakaan terdekat Anda. Tuliskan kegunaan masing-masing format dalam kaitannya dengan bidang penelitian Anda!

Latihan 2. Identifikasi artikel jurnal terbaru yang ditulis oleh seorang akademisi atau peneliti. Catat semua referensi yang digunakan dalam artikel khusus ini dan gunakan katalog atau mesin pencari untuk menemukannya.

- Berapa banyak yang dapat Anda peroleh dari perpustakaan Anda sendiri?
- Berapa proporsi yang dapat Anda peroleh dengan mengunduh dari situs Internet?
- Berapa proporsi yang tidak dapat Anda referensikan, atau sulit diperoleh?

Latihan 3. Rancanglah kuesioner sederhana untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat frekuensi orang berbelanja di supermarket tertentu, yang memungkinkan dilakukan analisis deskriptif berdasarkan jenis kelamin, usia dan kelompok sosial ekonomi.

BAGIAN 9

ANALISIS DATA DALAM PENELITIAN BISNIS

A. DEFINISI ANALISIS DATA PENELITIAN

Analisis data adalah proses yang dilakukan untuk mengorganisir, memahami, dan menginterpretasikan informasi yang terkandung dalam kumpulan data. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang data, mengidentifikasi pola, tren, atau hubungan, dan menghasilkan temuan yang dapat digunakan untuk membuat keputusan atau menyusun laporan.

Dalam analisis data penelitian bisnis, ada beberapa langkah yang perlu Anda lakukan untuk menghasilkan temuan yang relevan dan dapat diandalkan. Berikut adalah langkah-langkah utama dalam analisis data penelitian, yaitu persiapan data, eksplorasi data, pemilihan metode analisis data, pengolahan data statistik, interpretasi, dan pembahasan hasil penelitian.

B. PERSIAPAN DATA

Sebelum melakukan analisis data, perlu dipersiapkan data yang telah dikumpulkan, dan memahami skala pengukuran dari data yang telah dikumpulkan. Menurut Ghazali (2013), pengukuran adalah melekatkan angka atau simbol kedalam karakteristik atau atribut obyek menurut aturan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam pengukuran variabel, kita melekatkan angka atau simbol kedalam

konsep atau variabel penelitian. Jadi pengukuran variabel adalah pengumpulan data dari variabel penelitian dalam bentuk angka.

Dari pengukuran variabel yang telah ditentukan, terdapat skala data yaitu mekanisme untuk membedakan bagaimana karakteristik berbeda dari satu individu dengan individu lain dari variabel yang diteliti. Terdapat empat skala dalam pengukuran yaitu nomina, ordinal, interval dan rasio. Skala merupakan seperangkat aturan yang diperlukan untuk mengkuantifikasi data dari pengukuran suatu variable.

Berikut penjelasan tentang empat skala pengukuran:

1. Skala Nominal

Penelitian dengan instrument penelitian skala nominal, sebenarnya tidak melakukan pengyukuran tetapi lebih pada pengkategorian, memberi nama, dan menghitung fakta-fakta dari obyek yang diteliti. Pengetahuan skala pengukuran ini sangat penting untuk melakukan pengkodean atau coding untuk proses pengolahan data. Berikut contoh skala nominal:

- a) Peneliti dapat mengkategorikan, misalnya karyawan Laki-laki dan Perempuan, Suku Sunda, Jawa, Batak, dan lainnya. Skala pengukurannya bisa menggunakan angka atau simbol: 1 = Laki-laki, 2 = Perempuan; Suku Sunda = 1; Suku Barak = 2, Suku Jawa = 3; dan seterusnya.
- b) Peneliti dapat memberi nama dari hasil observasinya, misalnya jabatan Kepala Bagian, Kasubag, Kasie, Operator, skala

pengukurannya menggunakan angka atau simbol: Kepala Bagian = 4, Kasubag = 3, Kasie = 2, Operator = 1.

- c) Peneliti dapat menghitung dari jumlah observasi dan langsung memberikan jumlah hitungannya, misalnya: jumlah karyawan 100 orang, jumlah laptop 20, jumlah mobil 10, dan sebagainya. Dalam hal ini peneliti seringkali memberi kategori, sekaligus menghitung jumlahnya.

2. Skala Ordinal

Penelitian dengan instrument skala ordinal, berarti peneliti sudah melakukan pengukuran terhadap variable yang diteliti. Skala ordinal adalah skala yang berjenjang dimana sesuatu “lebih” atau “kurang” dari yang lain. Misalnya, kategori juara I, Juara II, Juara III, dan seterusnya. Juara I telah memenangkan 15 kali pertandingan; Juara II memenangkan 9 kali pertandingan; Juara III telah memenangkan 5 kali pertandingan, dan seterusnya. Data yang diperoleh dari pengukuran dengan skala ini disebut data ordinal yaitu data berjenjang yang jarak antara satu data dengan yang lain tidak sama.

3. Skala Interval

Penelitian dengan instrument skala interval, berarti peneliti sudah melakukan pengukuran terhadap variable yang diteliti, hanya data yang diperoleh berbeda dengan data ordinal. Skala interval adalah skala yang jarak antara satu data dengan data lainnya sama, tetapi tidak mempunyai nilai nol (0) absolut (nol yang berarti tidak ada nilainya).

Misalnya skala thermometer adalah skala interval. Angka nol derajat Celcius bukan berarti tidak ada nilainya, dan suhu es nol derajat Celcius adalah suatu nilai. Tetapi di dalam skala interval ini tidak bias dibuat untuk penjumlahan atau kelipatan, Misalnya 5-liter air yang bersuhu 20°C + 5 liter air yang bersuhu 40°C tidak sama dengan 10 liter air bersuhu skala 60°C ; Atau 100 derajat C bukan berarti perkalian $5 \times 20^{\circ}\text{C}$.

4. Skala Rasio

Skala rasio juga digunakan untuk mengukur variable tertentu, seperti halnya skala ordinal dan interval, hanya data yang diperoleh berbeda dengan data ordinal maupun data interval. Data rasio adalah data yang antara interval yang satu dengan yang lain mempunyai jarak yang sama, tetapi mempunyai nilai nol absolut.

Contoh:

Pengukuran terhadap besarnya gaji karyawan, pengukuran Panjang, berat, IQ, dan lainnya. Gaji nol rupiah berarti karyawan tersebut tidak menerima gaji/uang sedikit pun, demikian juga Panjang nol meter berarti tidak ada pajang sama sekali, dan berat 0 Kg berarti memang tidak ada berat sama sekali.

Penggunaan Skala Likert

Berbagai skala pengukuran sikap yang digunakan dalam penelitian psikologi, sosiologi, bisnis maupun manajemen, biasanya menggunakan skala pengukuran, diantaranya yaitu Skala Likert, Skala Guttman, Rating Scale, dan Semantic Differensial. Berikut ini

akan dijelaskan untuk skala Likert yang banyak digunakan oleh peneliti.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variable yang diukur dijabarkan menjadi dimensi, kemudian dimensi atau indikator dijabarkan menjadi komponen-komponen atau item yang dapat diukur. Komponen-komponen yang terukur ini kemudian dijadikan menjadi titik tolak untuk menyusun item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang kemudian akan dijawab oleh responden.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat dibuat dengan kata-kata sbb:

Persetujuan	Pengakuan/Pendapat	Penilaian
1 = Sangat Tidak Setuju (STS)	1 = Tidak Pernah (TP)	1 = Sangat Tidak Baik (STB)
2 = Tidak Setuju (TS)	2 = Hampir Tidak Pernah (HTS)	2 = Tidak Baik (TB)
3 = Ragu-ragu (R)	3 = Kadang-kadang (KK)	3 = Cukup Baik (CB)
4 = Setuju (S)	4 = Sering (SR)	4 = Setuju (S)
5 = Sangat Setuju (SS)	5 = Selalu (SL)	5 = Sangat Setuju (SS)

C. EKSPLORASI DATA

Langkah ini adalah eksplorasi awal data dengan menggunakan statistik deskriptif dengan menyajikan tabel, grafik, visualisasi, dan lainnya. Tujuannya adalah memahami karakteristik data, seperti distribusi, pola, dan statistik dasar.

1. Analisis Deskriptif

Tahap eksplorasi data dengan analisis deskriptif yang paling umum adalah menggunakan tabel yang sudah memuat distribusi frekuensi, persentase, atau bisa juga menyajikan pemusatan, seperti mean, modus atau median, atau juga menyajikan pemencaran data, seperti standar deviasi atau range. Tabel berikut adalah contoh penyajian demografi responden dalam bentuk tabel yang sederhana.

Tabel 1. Contoh Kuesioner Menggunakan Skala Likert

Kategori	Karakteristik	Frekuensi	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	261	36%
	Perempuan	459	64%
	Jumlah	720	100%
Usia (tahun)	17 - 20	550	76%
	21 - 24	157	22%
	25 - 28	6	1%
	29 - 32	7	1%
	Jumlah	720	100%
Program Studi	D3 Akuntansi	33	5%
	D3 Pajak	33	5%
	D3 Perbankan	22	3%
	S1 Akuntansi	80	11%
	S1 Manajemen	528	73%
	S2 Manajemen	24	3%
	Jumlah	720	100%

Untuk variabel penelitian, tabel dapat juga digunakan untuk menyajikan eksplorasi data penelitian secara deskriptif. Berikut adalah contoh tabel deskriptif variabel penelitian.

Tabel 2. Contoh Kuesioner Menggunakan Skala Likert

Tabel1. Rata-rata Skor Kepribadian "The Big Five"

VARIABEL	All	Operator	Foreman	Spv	Mgr	Dir
<i>Extraversion</i>	3,57	3,50	3,53	3,69	3,33	3,75
<i>Agreeableness</i>	3,47	3,50	3,50	3,47	3,42	3,50
<i>Conscientiousness</i>	4,03	4,01	4,10	4,01	3,96	4,13
<i>Openness to Experience</i>	3,49	3,48	3,52	3,41	3,25	3,75
<i>Neuroticism</i>	2,73	2,71	2,79	2,76	2,42	2,69
Valid N	188	122	36	18	8	4

Sumber : Data Primer Diolah, 2019 (Lampiran-3)

Pada setiap variabel kepribadian diatas dapat disajikan eksplorasi data dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi, sehingga dapat dilihat bagaimana sebaran tanggapan dari responden dengan menggunakan kategori rendah sekali, rendah, sedang, tinggi dan tinggi sekali. Berikut adalah contoh tabel distribusi frekuensi.

Tabel 3. Contoh Kuesioner Menggunakan Skala Likert

Tabel Distribusi Frekuensi Kepribadian *Extraversion* seluruh Responden

Interval	Kategori	Frekuensi	%
1,00 - < 1,80	Rendah Sekali	0	0.0%
1,80 - < 2,60	Rendah	10	5.3%
2,60 - < 3,40	Sedang	57	30.3%
3,40 - < 4,20	Tinggi	107	56.9%
4,20 - 5,00	Tinggi Sekali	14	7.4%
Jumlah		188	100,0%

Sumber : Data Primer Diolah,2019 (Lampiran-3)

Untuk melakukan eksplorasi data penelitian dapat menggunakan software statistik, seperti SPSS, Eviews, atau Minitab, atau juga bisa menggunakan aplikasi MS Exel. Penggunaan aplikasi MS Exel hanya dapat digunakan untuk eksplorasi data dalam pembuatan tabel dan grafis, sementara untuk pengolahan data aplikasi MS Exel tidak lazim digunakan atau mungkin tidak diakui dalam pengolahan data penelitian, khususnya untuk analisis inferensial, seperti analisis korelasi, analisis regresi, analisis *compare-mean* (uji beda) dan analisis lainnya. Berikut adalah contoh eksplorasi data dengan menggunakan software statistik SPSS.

Data variabel penelitian dapat dicopy dari exel langsung ke SPSS pada sheet data view. Copy data bisa hanya untuk datanya saja atau bisa juga dengan nama item dari setiap variabel. Pilihan copy paste di SPSS akan diberikan.

Data variabel penelitian dapat dicopy dari exel langsung ke SPSS pada sheet data view. Berikut adalah eksplorasi data menggunakan SPSS.

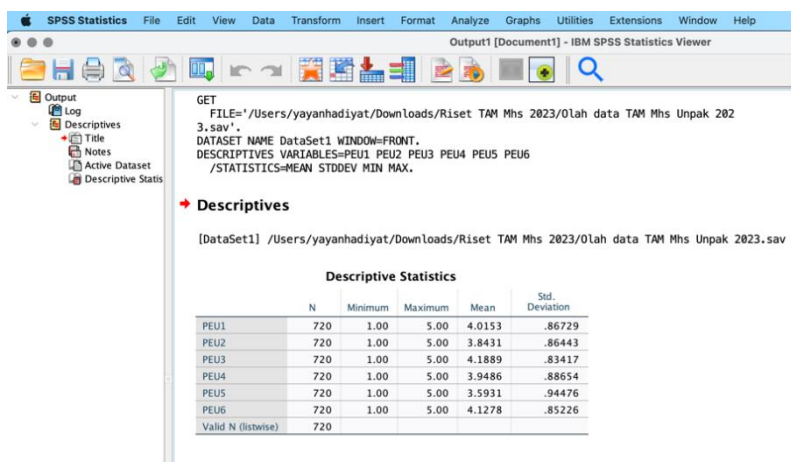
a. Pilihan 1 Analisis Deskriptif di SPSS

Tahapan analisisnya adalah: Pilih menu *Analyze* → *Descriptive Statistics* → *Descriptives*.

Output analisis deskriptif dengan memilih menu: *Descriptive* akan tampil pilihan variabel yang akan dianalisis, maka dipindahkan ke kolom disebela kanan, misalnya pada gambar diatas adalah PEU1, PEU2, PEU3, PEU4, PEU5, dan PEU1. Kemudian pilih menu *Option* akan tampil menu *Descriptives*

Option yaitu *mean, sum, dispersion: minimum, maximum, variance, S.E mean; Distribution: Kurtosis dan Skewness; dan Display Order: variable list, alphabetic, ascending mean, descening mean*. Menu ini dipilih sesuai kebutuhan dalam eksplorasi data untuk disajikan pada analisis deskpritif.

Output analisis deskriptif dengan SPSS dapat disajikan sebagai berikut:



GET
FILE= '/Users/yayanhadiyat/Downloads/Riset TAM Mhs 2023/0lah data TAM Mhs Unpak 2023.sav'.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
DESCRIPTIVES VARIABLES=PEU1 PEU2 PEU3 PEU4 PEU5 PEU6
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

→ Descriptives

[DataSet1] /Users/yayanhadiyat/Downloads/Riset TAM Mhs 2023/0lah data TAM Mhs Unpak 2023.sav

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PEU1	720	1.00	5.00	4.0153	.86729
PEU2	720	1.00	5.00	3.8431	.86443
PEU3	720	1.00	5.00	4.1889	.83417
PEU4	720	1.00	5.00	3.9486	.88654
PEU5	720	1.00	5.00	3.5931	.94476
PEU6	720	1.00	5.00	4.1278	.85226
Valid N (listwise)	720				

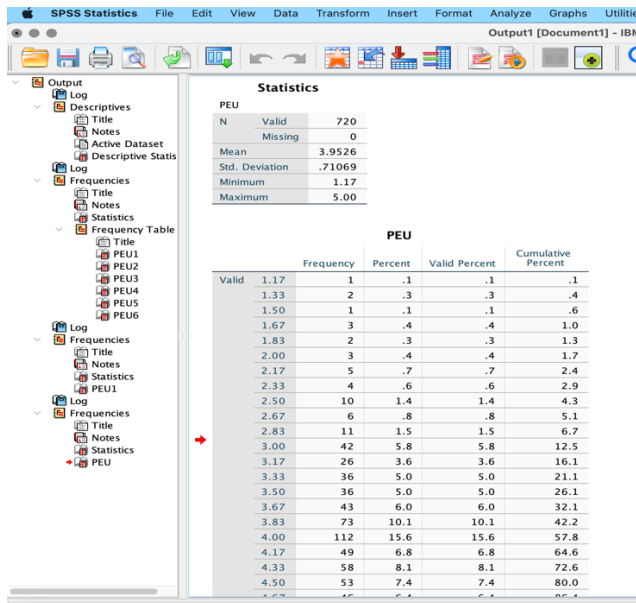
Tampilan output ini akan menyajikan hasil analisis deskriptif dari pilihan item variabel mana yang kita masukkan ke dalam menu analisis di *Descriptive Statistics: Descriptives*

b. Analisis deskriptif dengan Frekuensi di SPSS

Eksplorasi data penelitian bisa juga menggunakan menu Analisis Deskriptif dengan Frekuensi, yaitu pilih menu *Analyze* → *Descriptive Statistics* → *Frequencies*. Tampilan di SPSS

sebagai berikut. Akan tampil menu analisis deskriptif sebagai berikut:

Output analisis deskriptif dengan menu Frekuensi dapat disajikan sebagai berikut:



Output ini penting untuk mengeksplorasi data dari responden atas pilihan skala pengukuran dari setiap variabel penelitian. Jika variabel penelitian telah dibuat dengan menghitung seluruh item, misalnya Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan atau *Percieved Easy to Use (PEU)* dalam penelitian Model TAM (*Technology Acceptance Model*) terhadap implementasi aplikasi LMS (*Learning Management System*) di universitas, memiliki 6 (enam) item penelitian yaitu PEU1, PEU2, PEU3, PEU4, PEU5, dan PEU1, maka dengan prosedur

yang sama dari opsi kedua ini yaitu Analisis Deskriptif dengan Frekuensi.

Dari output tersebut kita dapat membuat tabel frekuensi dengan membuat kategori jawaban responden terhadap variable penelitian yang dikonversi dari skala Likert 5 poin dengan teknik pembuatan kelas dan interval kelas terhadap jawaban persetujuan atau *level of agreement*, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju (STS); 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Ragu-Ragu (RR); 4 = Setuju (S), dan 5 = Sangat Setuju (SS), sehingga menjadi kategori sbb:

- a. Rendah Sekali = 1 - 1,8; d. Tinggi = > 3,4 - 4,2
- b. Rendah = > 1,8 - 2,6 e. Sangat Tinggi = > 4,2 - 5
- c. Sedang = > 2,6 - 3,4

Hasil tabulasi output analisis deskriptif tersebut dapat dibuat seperti berikut:

Tabel 4. Contoh Distribusi Frekuensi

PEU			
Interval	Kategori	Frekuensi	%
1,00 - 1,80	Rendah Sekali	7	1%
1,81 - 2,60	Rendah	24	3%
2,61 - 3,40	Sedang	121	17%
3,41 - 4,20	Tinggi	313	43%
4,21 - 5,00	Tinggi Sekali	255	35%
Total		720	100%

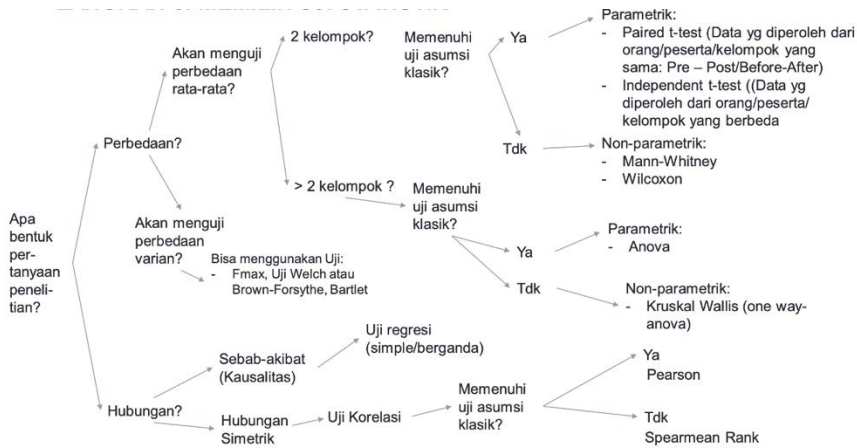
Eksplorasi data variabel PEU tersebut dapat diidentifikasi berapa persen responden yang menyatakan persepsi

kemudahan penggunaan (*percieved easy to use*) dalam penggunaan aplikasi LMS tersebut yaitu tinggi sekali 35%, tinggi 43%, sedang 17%, rendah 3% dan rendah sekali 1%.

D. MEMILIH METODE ANALISIS DATA

Setelah melakukan eksplorasi data dengan analisis deskriptif, tahap selanjutnya adalah memilih metode analisis statistik untuk analisis inferensial, yaitu pengujian hipotesis penelitian. Pemilihan metode analisis data tersebut sangat tergantung kepada pertanyaan penelitian, model penelitian dan hipotesis yang digunakan. Secara umum analisis model penelitian terbagi menjadi dua bagian, yaitu: 1) Analisis Perbedaan; dan 2) Analisis Hubungan.

Analisis perbedaan seringkali disebut juga sebagai uji beda yang digunakan untuk menganalisis perbedaan rata-rata atau perbedaan varians. Sementara itu, analisis hubungan digunakan untuk menguji hubungan simetrik maupun kausalitas atau sebab-akibat. Gambar 2 berikut menjelaskan skema pilihan analisis statistik untuk menguji perbedaan dan menguji hubungan.



Gambar 9.1. Memilih Uji Statistik

Kedua jenis analisis statistik tersebut digunakan untuk parametrik maupun non-parametrik. Pemilihan analisis statistik tersebut mengikuti prosedur, sehingga kita dapat melakukan analisis data sesuai dengan kondisi atau kualitas data itu sendiri. Misalkan, untuk menguji perbedaan rata-rata, prosedur pertama harus dicek, apakah penelitian akan menguji dua kelompok sampel dari populasi yang sama atau dari dua populasi yang berbeda? Kemudian, apakah data terhindar dari asumsi klasik, yaitu data memenuhi normalitas, tidak terjadi multikolinieritas, autokorelasi, atau heteroskedisitas?

Jika kita ingin menguji perbedaan rata-rata dari 2 (dua) sampel dari populasi yang sama dan memenuhi uji asumsi klasik, maka kita bisa menggunakan metode analisis statistik parametrik dengan *paired sample t-test*, dan jika data sampel tersebut berasal dari dua populasi yang berbeda, kita bisa menggunakan metode *independent sample t-test*. Sementara itu, jika pengujian perbedaan rata-rata 2 (dua)

sampel, tetapi tidak memenuhi asumsi klasik, kita dapat menggunakan metode analisis statistik non-parametrik, yaitu bisa menggunakan metode analisis statistik *Mann-Whitney* atau *Wilcoxon*.

Kemudian jika pengujian perbedaan rata-rata dengan lebih dari 2 (dua) sampel atau populasi, maka jika data memenuhi uji asumsi klasik, maka uji beda tersebut bisa menggunakan statistik parametrik dengan metode ANOVA (*Analysis of Variance*), dan jika tidak memenuhi asumsi klasik, maka analisisnya menggunakan statistik non-parametrik, bisa menggunakan metode *Kruskal-Wallis (One-Way Anova)*.

Demikian pula untuk pengujian hubungan, jika kita ingin melakukan uji hubungan simetris, misalkan untuk menguji hubungan variabel X1 dan X2, maka jika data memenuhi uji asumsi klasik, kita bisa melakukan analisis statistik parametrik dengan metode korelasi Pearson, dan jika tidak memenuhi asumsi klasik, kita bisa menggunakan metode statistik non-parametrik dengan metode Rank-Speareman. Sementara itu, jika kita melakukan pengujian analisis hubungan kausalitas, yaitu untuk menyelidiki adanya pengaruh variabel X terhadap Y misalnya, kita bisa menggunakan analisis paramterik dengan regresi atau regresi berganda, untuk penggunaan variabel X lebih dari satu, jika terpenuhi uji asumsi klasik. Akan tetapi jika tidak terpenuhi uji asumsi klasik, kita bisa menggunakan analisis non-parametrik dengan regresi logistik.

1. Uji Asumsi Klasik

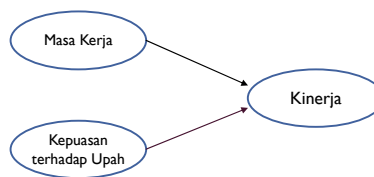
Analisis statistik inferensial mensyaratkan beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi agar hasil penelitian dapat memberikan kesimpulan umum dan bisa menjelaskan populasi. Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square (OLS)*. Untuk memastikan bahwa model regresi yang diperoleh merupakan model yang terbaik, dalam hal ketepatan estimasi, tidak bias, serta konsisten, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik (Juliandi et al., 2014).

Uji asumsi klasik untuk memastikan persamaan regresi yang difungsikan tepat dan valid. Sebelum melakukan analisa regresi berganda dan pengujian hipotesis, maka harus melakukan beberapa uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan sudah terbebas dari penyimpangan asumsi dan memenuhi ketentuan untuk mendaoatkan linier yang baik. Uji asumsi klasik yang biasa digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Asumsi klasik adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi pada model regresi linear OLS agar model tersebut menjadi valid sebagai alat penduga.

Tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji multikolienearitas tidak dilakukan pada analisis regresi linear sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data *cross sectional*. Demikian pula, analisis uji asumsi klasik tidaklah digunakan dalam analisis model struktural dengan menggunakan metode partial-least square atau disebut Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM), baik menggunakan *SmartPLS* maupun *WarpPLS*. Menurut Ghozali (2016) bahwa PLS merupakan suatu metode analisis yang *powerfull* dan tidak berdasarkan pada banyaknya asumsi dan data juga tidak harus berdistribusi normal serta ukuran sampel tidak harus besar.

Berikut adalah contoh uji 2 asumsi klasik, yaitu **uji normalitas** dan **uji multikolinieritas** dengan menggunakan SPSS. Misalkan topik penelitiannya adalah **“Pengaruh kepuasan terhadap Kepuasan terhadap Upah dan Masa Kerja terhadap Kinerja Salesman”**, dengan model penelitian sbb:



Tabulasi data hasil penelitian “Pengaruh masa kerja dan Kepuasan terhadap Upah terhadap kinerja Salesman”

No Resp.	Masa Kerja	Upah	Kinerja
1	2	3	1.80
2	2	3	1.60
3	2	3	1.90
4	2	3	1.50
5	3	3	1.70
6	3	4	1.70
7	3	4	1.80
8	4	3	1.90
9	4	3	1.90
10	5	3	1.60
11	5	3	1.60
12	5	3	1.70
13	5	4	1.90
14	6	3	1.90
15	6	3	1.70
16	6	3	1.60
17	6	3	1.50
18	6	3	1.80
19	6	4	1.90
20	6	4	1.70
21	7	2.5	1.90
22	7	3.6	1.60
23	7	3.5	1.50
24	7	3.5	1.50
25	7	3.6	1.80
26	7	4	1.90
27	8	4	1.60
28	8	4	1.40
29	8	4	1.80
30	8	4	2.10

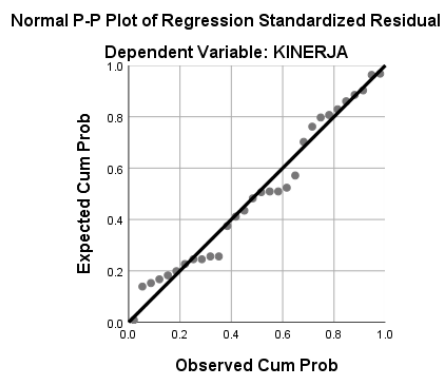
a. Uji Normalitas.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variable bersifat dependen, independent, atau keduanya, dan apakah berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak normal. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal, atau mendekati normal. Langkah-langkah menggunakan SPSS untuk uji normalitas:

- Buka file di SPSS (Misal nama file: file Uji Asumsi Klasik)
- Klik menu **Analyze**, kemudian pilih **Regerssion**, dan pilih **Linear**.

- Kolom Depdenden diisi KINERJA, kolom Independen diisi UPAH dan MASAKERJA. Yang lain biarkan.
- Klik menu **Plots**.
- Aktifkan kotak pilihan **Normal Probability Plot**.
- Biarkan yang lain, lalku klik **Continue**.
- Klik **Ok**.

Akan muncul output dari pengolahan data sbb:



Berdasarkan output analisis statistics dengan SPSS bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. Berarti model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinieritas menggunakan SPSS berdasarkan data observasi atau data hasil penelitian sbb:

- Buka file di SPSS (Misal nama file: file Uji Asumsi Klasik)
- Klik menu Analyze, kemudian pilih Regression, dan pilih Linear.

- Kolom Depdenden diisi KINERJA, kolom Independen diisi UPAH dan MASAKERJA.
- Klik menu Statistics, lalu non-aktifkan pilihan Estimates dan Model fit.
- Aktifkan pilihan *Covariance matrix* dan *Collinearity diagnostics*.
- Klin Ok.

Akan muncul outpout dari pengolahan data sbb

Coefficients ^a				Coefficient Correlations ^a			
Model		Collinearity Statistics		Model		UPAH	
		Tolerance	VIF	1	Correlations	UPAH	MASAKERJ
1	MASAKERJ	.998	1.002			1.000	.041
	UPAH	.998	1.002		MASAKERJ	.041	1.000
					Covariances	UPAH	.261
a. Dependent Variable: KINERJA						MASAKERJ	.001
							.002
				a. Dependent Variable: KINERJA			

- **Besaran VIP (*Variance Inflation Factor*)** di sekitar angka 1 dan Tolerance mempunyai nilai mendekati 1, oleh karena itu tidak terjadi multikolinearitas.
- Besaran koefisien korelasi antar variable independent, yaitu KEPUASAN TERHADAP UPAH dan MASAKERJA adalah 0,041. Besaran ini sangat kecil, jauh dibawah patokkan 0,5. Oleh karean itu, tidak terjadi multikolinearitas.

2. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda adalah model regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau prediktor. Istilah regresi berganda dapat disebut juga dengan istilah multiple regression. Kata multiple berarti jamak atau lebih dari satu

variabel. Banyak yang tidak dalam memahami membedakan istilah *multiple regression* dengan *multivariat regression*. Perbedaannya adalah jika *multiple regression* atau **regresi berganda** adalah adanya lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas/variabel independen. Sedangkan *multivariat regression* atau **regresi multivariat** adalah analisis regresi dimana melibatkan lebih dari satu variabel response (variabel terikat/variabel dependen).

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X_1 dan X_2 = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

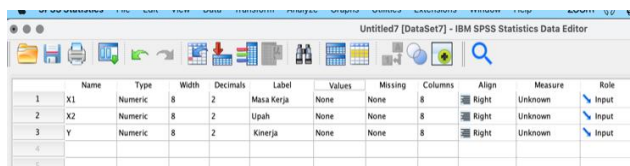
Contoh Kasus diatas:

Misalkan topik penelitiannya adalah “**Pengaruh Masa Kerja dan Kepuasan terhadap Upah terhadap Kinerja Salesman**”.

Langkah-langkah pada program SPSS

- 1) Masuk program SPSS
- 2) Klik variable view pada SPSS data editor

- 3) Pada kolom Name ketik Y, kolom Name pada baris kedua ketik X1, kemudian untuk baris kedua ketik X2.
- 4) Pada kolom Label, untuk kolom pada baris pertama ketik Masa Kerja, untuk kolom pada baris kedua ketik Kepuasan terhadap Upah, kemudian pada baris ketiga ketik Kinerja.
- 5) Untuk kolom-kolom lainnya boleh dihiraukan (isian default)
- 6) Buka data view pada SPSS data editor, maka didapat kolom variabel Y, X1, dan X2.



	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1	X1	Numeric	8	2	Masa Kerja	None	None	8	Right	Unknown	Input
2	X2	Numeric	8	2	Upah	None	None	8	Right	Unknown	Input
3	Y	Numeric	8	2	Kinerja	None	None	8	Right	Unknown	Input
4											
5											

- 7) Ketikkan atau input data sesuai dengan variabelnya
- 8) Klik **Analyze - Regression – Linear**
- 9) Klik variabel Kinerja dan masukkan ke kotak Dependent, kemudian klik variabel Masa Kerja dan Kepuasan terhadap Upah, dan klik masukkan ke kotak Independent.
- 10) Klik **Statistics**, klik **Casewise diagnostics**, klik **All cases**. Klik **Continue**
- 11) Klik **OK**, maka hasil output yang didapat pada kolom *Coefficients* dan *Casewise diagnostics* adalah sebagai berikut:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.240 ^a	.058	-.012	.16390

a. Predictors: (Constant), Upah, Masa Kerja

b. Dependent Variable: Kinerja

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.044	2	.022	.825	.449 ^b
	Residual	.725	27	.027		
	Total	.770	29			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Upah, Masa Kerja

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.819	.214		8.519	.000
	Masa Kerja	-.019	.017	-.236	-1.159	.257
	Upah	-.003	.068	-.010	-.048	.962

a. Dependent Variable: Kinerja

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y' = 1,819 + (-0,19)X_1 + (-0,03)X_2$$

$$Y' = 1,819 - 0,19X_1 + 0,03X_2$$

Keterangan:

Y' = Kinerja

a = konstanta

b₁, b₂ = koefisien regresi

X₁ = Masa Kerja

X₂ = Kepuasan terhadap Upah

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 1,819; artinya jika Masa Kerja (X_1) dan Kepuasan terhadap Upah (X_2) nilainya adalah 0, maka Kinerja (Y') nilainya adalah 1,819.
- Koefisien regresi variabel Masa Kerja (X_1) sebesar -0,19; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Masa Kerja mengalami kenaikan 1 satuan, maka Kinerja (Y') akan mengalami penurunan sebesar 0,19. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara Masa Kerja dengan Kinerja, semakin naik Masa Kerja, maka semakin turun Kinerja.
- Koefisien regresi variabel Kepuasan terhadap Upah (X_2) sebesar -0,03; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Kepuasan terhadap Kepuasan terhadap Upah mengalami penurunan 1 satuan, maka Kinerja (Y') akan mengalami peningkatan sebesar 0,03. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara Kepuasan terhadap Upah dengan Kinerja, semakin naik Kepuasan terhadap Upah maka semakin meningkat Kinerja.

a. Interpretasi Analisis Korelasi Ganda (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Dari hasil analisis regresi, lihat pada output *model summary* dan disajikan sebagai berikut:

Tabel. Hasil Analisis Korelasi Ganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.240 ^a	.058	-.012	.16390
a. Predictors: (Constant), Upah, Masa Kerja				
b. Dependent Variable: Kinerja				

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R sebesar 0,240. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang rendah (Sugiyono, 2017), antara Masa Kerja dan Kepuasan terhadap Upah terhadap Kinerja.

b. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel. Hasil analisis determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.240 ^a	.058	-.012	.16390
a. Predictors: (Constant), Upah, Masa Kerja				
b. Dependent Variable: Kinerja				

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R^2 (*R Square*) sebesar 0,058 atau (5,8%). Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (Masa

Kerja dan Kepuasan terhadap Upah) terhadap variabel dependen (Kinerja) sebesar 5,8%. Atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (Masa Kerja dan Kepuasan terhadap Upah) hanya menjelaskan sebesar 5,8% variasi variabel dependen (Kinerja). Sedangkan sisanya sebesar 94,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

c. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan atau Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Jadi apakah pengaruh yang terjadi atau kesimpulan yang didapat berlaku untuk populasi perusahaan. Dari hasil output analisis regresi dapat diketahui nilai F seperti pada tabel 2 berikut ini.

Tabel. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.044	2	.022	.825	.449 ^b
	Residual	.725	27	.027		
	Total	.770	29			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Upah, Masa Kerja

Tahap-tahap untuk melakukan uji F adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh signifikan antara Masa Kerja dan Kepuasan terhadap Upah secara bersama-sama terhadap Kinerja.

Ha : Ada pengaruh signifikan antara Masa Kerja dan Kepuasan terhadap Upah secara bersama-sama terhadap Kinerja.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian)

3. Menentukan F hitung

Berdasarkan tabel diperoleh F hitung sebesar 0,825.

4. Menentukan F tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (jumlah variabel-1) = 2, dan df 2 ($n - k - 1$) atau $30 - 2 - 1 = 27$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen), hasil diperoleh untuk F tabel sebesar 3,3540 (Lihat pada lampiran) atau dapat dicari di Ms Excel dengan cara pada cell kosong ketik **=finv(0.05;2;27)** lalu enter (lihat format titik dan koma di excel komputer).

5. Kriteria pengujian

- Ho diterima bila F hitung < F tabel
- Ho ditolak bila F hitung > F tabel

Atau melihat nilai p-Value, Jika p-Value $< 0,05$, maka ada pengaruh signifikan, jika p-Value $> 0,05$, maka ada pengaruh signifikan

6. Membandingkan F hitung dengan F tabel.

Nilai F hitung $< F$ tabel ($0,825 < 3,3540$), maka gagal menolak H_0 , atau terima H_0 . Atau lihat nilai p-Value = $0,449$ yang berarti $> 0,05$, berarti tidak ada pengaruh signifikan.

7. Kesimpulan

Karena F hitung $< F$ tabel ($0,825 < 3,3540$) maka H_0 gagal ditolak, atau nilai p-Value > 0 , artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara Masa Kerja dan Kepuasan terhadap Upah secara bersama-sama terhadap Kinerja. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan bahwa Masa Kerja dan Kepuasan terhadap Upah secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Kinerja.

d. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dari hasil analisis regresi output dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.819	.214		8.519	.000
	Masa Kerja	-.019	.017	-.236	-1.159	.257
	Upah	-.003	.068	-.010	-.048	.962

a. Dependent Variable: Kinerja

Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

Pengujian koefisien regresi variabel Masa Kerja

1. Menentukan Hipotesis

Ho : Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara Masa Kerja dengan Kinerja.

Ha : Secara parsial ada pengaruh signifikan antara Masa Kerja dengan Kinerja.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$

3. Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel diperoleh t hitung sebesar -1,259

4. Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $30-2-1 = 27$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi $\alpha = 0,025$) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 2,0518 (Lihat pada lampiran) atau dapat dicari di Ms Excel dengan cara pada cell kosong ketik `=tinv(0.05,27)` lalu enter.

5. Kriteria Pengujian

Ho diterima jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

Ho ditolak jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

Atau melihat nilai p-Value, Jika $p\text{-Value} < 0,05$, maka ada pengaruh signifikan, jika $p\text{-Value} > 0,05$, maka tidak ada pengaruh signifikan

6. Membandingkan t_{hitung} dengan $t \text{ tabel}$

Nilai $-t \text{ hitung} > -t \text{ tabel}$ ($-1,159 > -2,0518$) maka Ho gagal ditolak atau Ho diterima.

Atau lihat nilai $p\text{-Value} = 0,257$ yang berarti $> 0,05$, berarti tidak ada pengaruh signifikan

7. Kesimpulan

Oleh karena nilai $-t \text{ hitung} > -t \text{ tabel}$ ($-1,259 > -2,131$) maka Ho diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara Masa Kerja dengan Kinerja. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial Masa kerja tidak berpengaruh terhadap Kinerja pada perusahaan tersebut.

Analisis regresi secara parsial dapat dilakukan untuk variabel Kepuasan Upah terhadap Kinerja (X_2) dengan prosedur penyelesaian diatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ackoff, R. L. (1979). *The Art of Problem Solving: Accompanied by Ackoff's Fables*. Wiley.
- Adams, John, Khan, Hafiz T A, & Raeside, Robert. 2014. *Research Methods for Business and Social Science Students*: SAGE.
- Adams, John, Khan, Hafiz T A, Raeside, Robert, & White, David I. 2007. *Research Methods for Graduate Business and Social Science Students*-SAGE Publications.
- Adams, John; Khan, Hafiz, T. A., ; Raeside, Robert. 2014. *Research Methods for Business and Social Sciences Students*. 2nd Edition. New Delhi: Sage Pub
- Agung, A. A. P. dan Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis. Kuantatif dan Kualitatif*. Penerbit: CV Noah Aletheia. Bali
- Albar et al (2021): *Metodologi Penelitian Bisnis*: Penerbit Guepedia the First on Publisher in Indonesia.
- Amirullah (2015): *Pengantar Manajemen*: penebit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Andersen, E. S. (2019). *Action Research in Business Studies*. In *The Routledge Companion to Critical Marketing* (pp. 235-250). Routledge.
- Anderson, V., R. Fontinha, and F. Robson. 2020. *Research Methods in Human Resources Management*. London: Kogan Page.
- Argyris, C., & Schön, D. A. (1978). *Organizational learning: A theory of action perspective*. Addison-Wesley.

- Ating Somantri, Sambas Ali, 2006. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*, Bandung, Pustaka Setia.
- Babbie, E. R. (2016). *The Basics of Social Research*. Cengage Learning.
- Babbie, Earl. 2014. *The Basics of Social Research*. 6th Edition. Canada: Cengage Learning
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2015). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases*. Pearson.
- Brydon-Miller, M., & Coghlan, D. (2014). *The SAGE Encyclopedia of Action Research*. SAGE Publications.
- Brydon-Miller, M., & Greenwood, D. (2006). From Action Research to Interactive Research: The Co-evolution of Action Research and Design Science. In J. Mingers & A. Gill (Eds.), *Multimethod Research, Causal Mechanisms, and Case Studies: An Integrated Approach* (pp. 100-116). Emerald Group Publishing Limited.
- Brydon-Miller, M., Greenwood, D., & Maguire, P. (2003). Why Action Research? *Action Research*, 1(1), 9-28.
- Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business Research Methods*. Oxford University Press.
- Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business research methods*. Oxford University Press.
- Burns, A. and A . Veeck. 2020. *Marketing Research* 4th ed. Pearson; River street, Hoboken, NJ.
- Burns, A. and R. Bush. 2003. *Marketing research online research application*. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall.

- Burns, Robert B., & Burns, Richard A. 2008. *Business Research Methods and Statistics Using SPSS*. USA: Sage Pub
- Checkland, P., & Holwell, S. (1998). Action Research: Its Nature and Validity. *Systemic Practice and Action Research*, 11(1), 9-21.
- Checkland, P., & Poulter, J. (2006). *Learning for Action: A Short Definitive Account of Soft Systems Methodology and Its Use for Practitioners, Teachers and Students*. Wiley.
- Coghlan, D., & Shani, A. B. (2018). *Organizational Development: Strategy and Models*. Routledge.
- Coghlan, D., & Shani, A. B. (Eds.). (2018). *Doing Action Research in Your Own Organization*. Sage Publications.
- Cohen, D. S., & Bailey, D. E. (1997). What makes team work: Group effectiveness research from the shop floor to the executive suite. *Journal of Management*, 23(3), 239-290.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). "Research Methods in Education." Routledge.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2020). *Business Research Methods*. McGraw-Hill Education.
- Cooper, Donald R., & Schindler, Pamela S. 2014. *Business Research Methods*. 12th Edition. USA: McGraw-Hill
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publication.
- Creswell, J.W. 2003. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (volume 2). Thousand Oaks. CA: Sage.
- Creswell, John W., *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*, Third Edition, SAGE Publications Ltd.
- Creswell, John.W (2016); *Research Design, pendekatan metode*
- Cummings, T. G., & Worley, C. G. (2014). *Organization Development and Change*. Cengage Learning.
- Easterby-Smith, M., & Araujo, L. (1999). *Organizational learning: Current debates and opportunities*. In M. D. Cohen & L. S. Sproull (Eds.), *Organizational learning* (pp. 1-22). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Easterby-Smith, M., Thorpe, R., & Jackson, P. R. (2018). *Management Research*. Sage Publications.
- Emory, C. Wiliam, & R. Cooper. (1995). *Business Research Methods*. Fourth Ed. Homewood Illinois. Irwin
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. Sage.
- Garcia, A., & Lee, S. (2019). "Lean Manufacturing Practices in the Electronics Industry: Lessons from Company XYZ." *International Journal of Operations Management*, 28(4), 341-357.

- Ghozali, I. (2017). *Structural Equation Modeling Konsep dan Aplikasi dengan Program WarpPLS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition*. John Wiley & Sons.
- Gronmo, Sigmund. 2020. *Social Research Methods: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: Sage Pub
- Hair Jr., J., and Brunsveld. 2020. *Essentials of Business Research Methods*. New York: Routledge.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Pearson.
- Hair, Joe F.,; Page, Michael., & Brunsveld, Niek. 2020. *Essentials of Business Research Methods*. 4th Edition. New York: Taylor & Francis
- Harvard Business Review. (n.d.). *Business Research*. Retrieved from <https://hbr.org/topic/business-research>
- Hermawan & Amirrullah (2016): *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan, Kualitatif & Kuantitatif*: Penerbit: Media Nusa Creative: Malang, Jawa Timur. ISBN : 978-602-38-2.
- Hermawan, Sigit dan Amirullah. 2016. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.

- Hermawan, Sigit. (2012). Peran Pengelolaan dan Pemberdayaan Intelektual Capital, serta perbaikan Praktik Bisnis Industri Farmasi
- Huesin, Umar. 2019, Metode Riset Manajemen Perusahaan. Gramedia Pustaka Utama.
- Husein Umar, 2011. Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Edisi 11, Jakarta, Rajawali Pers.
- Johnson, G., Whittington, R., & Scholes, K. (2017). Exploring Strategy: Text and Cases. Pearson.
- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. Educational Researcher, 33(7), 14-26.
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). Participatory Action Research: Communicative Action and the Public Sphere. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), The Sage Handbook of Qualitative Research (3rd ed., pp. 559-604). Sage Publications.
- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2013). The Action Research Planner: Doing Critical Participatory Action Research. Springer.
- Khan Academy. (n.d.). Research Methods for Business Students. Retrieved from <https://www.khanacademy.org/>
- Kornuta, Halyna M. & Germaine. Ron W. 2019. A Concise Guide to Writing a Thesis or Dissertation Educational Research and Beyond Second Edition. London – USA: Routledge-Taylor Francis
- Kotler Philip dan Armstrong (2018): Prinsip -prinsip Marketing Edisi ke 7 Penerbit Salemba Empat Jakarta.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- kualitatif, kuantitatif, dan campuran terjemahan pustaka pelajar, Yogyakarta
- Kumar, Ranjit. 2011, *Research Methodology: Step-by-step Guide For Beginners*. SAGE Publications Ltd
- Kumar, Ranjit. 2011. *Research Methodology: A Step-By-Step Guide for Beginners*. Third Edition. New Delhi: SAGE Publications India Pvt Ltd.
- Kusumastuty et al (2020): *Metode penelitian Kuantitatif*: penerbit Deepublisher, Sleman. Yogyakarta.
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2014). *Practical Research: Planning and Design*. Pearson.
- Lewin, K. (1946). Action Research and Minority Problems. *Journal of Social Issues*, 2(4), 34-46.
- MacNaughton, G., & Hughes, P. (2006). Action Research and the Politics of Reflection. *The Learning Organization*, 13(4), 347-357.
- Malhotra, N., D. Nunan, and D. Birks. 2017. *Marketing Research: An Applied Approach*, 5 ed. Harlow UK: Pearson.
- Malhotra, Naresh K. (1993). *Marketing Research, An Applied Orientation*. New Jersey: Prantice Hall
- Marczyk, Geoffrey, DeMatteo, David, and Festinger, David. 2005. *Essentials of Research Design and Methodology*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

- McNiff, J., & Whitehead, J. (2006). All you need to know about action research. Sage.
- McNiff, J., & Whitehead, J. (2016). Action Research: Principles and Practice. Routledge.
- McNiff, J., Lomax, P., & Whitehead, J. (2003). You and your action research project (2nd ed.). Routledge.
- Mellemvik, F., & Ellingsen, G. (2017). Action Research in the Practice of Management. In Practicing Strategy (pp. 75-94). Springer.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. Sage Publications.
- Mills, G. E. (2014). Action Research: A Guide for the Teacher Researcher. Pearson.
- Myers, M. D. (2014). Penelitian Kualitatif di Manajemen dan Bisnis. (Idrus, M. S. Dan Priyono, Terjemahan). Sidoarjo: Zifatama Publisher
- Patton, M. Q. (2014). Qualitative Research & Evaluation Methods. Sage Publications.
- Rangkuti, F. (1997). Riset Pemasaran. Cetakan 1. Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama bekerja sama dengan Sekolah Tinggi Ekonomi IBII
- Reason, P., & Bradbury, H. (Eds.). (2008). The SAGE Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice. Sage Publications.
- Rizan, et al (2022); Metode Penelitian Bisnis; Penerbit Ahli Media Press, Malang: ISBN 978-523-413-045-4

- Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Research Methods for Business Students. Pearson.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Research Methods for Business Students. Pearson.
- Saunders, Mark, N. K; Lewis, Philip., & Thornhill, Adrian. 2016. Research Methods for Business Students. 9th Edition. England: Pearson Learning
- Sekaran, U. and R. Bougie. 2016. Research Methods for Business a skill building approach 6th ed. John Wiley & Sons.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill Building Approach. Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill Building Approach. Wiley.
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. 2016. Research Methods for Business: A Skill Building Approach. Seventh Edition. A John Wiley and Sons, Ltd, Publication
- Sekaran, Uma. (1992). Research Methods for Business, A Skill Building Approach, Second Edition John Woley and Sons Inc. New York
- Sekaran, Uma. 2003, Research Methods For Business: A Skill-Building Approach. John Wiley & Sons, Inc.
- Sekaran, Uma., & Bougie, Roger. 2016. Research Methods For Business: A Skill Building Approach. 7th Edition. UK: John Wiley & Sons

- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. New York: Doubleday/Currency.
- Singh, Yogesh Kumar. 2006. *Fundamental of Research Methodology and Statistics*. New Delhi: New Age International Publisher
- Smith, J. (2020). "Implementing Action Research in Manufacturing: A Case Study of Company XYZ." *Journal of Business Research*, 35(2), 123-136.
- Smith, J. (2021). "Improving Operational Efficiency in Manufacturing: A Case Study of Company XYZ." *Journal of Business Research*, 45(2), 123-136.
- Soehardi Sigit, 2001. *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial Bisnis-Manajemen*, Yogyakarta, Pena Persada.
- Stringer, E. T. (2013). *Action Research*. SAGE Publications.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasinya*. Edisi 1. Penerbit: C.V Andi offset (Penerbit Andi) Yogyakarta
- Sugiarto, dkk. 2001. *Tehnik Sampling*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono (2014); *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*: Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2010. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono, 2012, *Statistik Non Parametris*, Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Administrasi*, Penerbit Alfabeta Bandung

- Suhartanto, Dwi. dkk. 2023. *Metode Riset Bisnis: Dasar-Dasar Mendesain dan Melakukan Riset di Konteks Bisnis*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sumarwan, U. dkk. (2018). *Metode Riset Bisnis dan Konsumen*. Edisi Revisi. Penerbit: PT IPB Press
- Sumarwan, U., Jauzi, A., Mulyana, A. (2013). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Seri 1. Penerbit: PT IPB Press
- Susman, G. I., & Evered, R. D. (1978). An Assessment of the Scientific Merits of Action Research. *Administrative Science Quarterly*, 23(4), 582-603.
- The Research Methodology Group. (n.d.). *Research Methodology*. Retrieved from <https://research-methodology.net/>
- Trochim, W. M., & Donnelly, J. P. (2008). *The Research Methods Knowledge Base*. Cengage Learning.
- Uma Sekaran, 2006. *Research Methods For Bussiness, Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 2, Jakarta, Salemba Empat.
- Walliman, Nicholas. 2011. *Research Methods: the basics*. Canada: Taylor & Francis e-library.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2017). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability*. Pearson.
- Widiyono dan Mukhaer Pakkanna. (2013). *Pengantar Bisnis. Respon terhadap Dinamika Global*. edisi 2. Penerbit kerjasama Mitra Wacana Media dengan STIAM I Jakarta

Yin, R. K. (2017). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Sage Publications.

Zulmiyetri et all (2019)::*Penulisan Karya Ilmiah*; penerbit, Kencana, Divisi dari Prenadamedia group, Jakarta,Indonesia.

TENTANG PENULIS

Penulis Bagian 1



Dr. Ervina Waty, S.E., MM., CA., CPA (Aus.), CMA (Aus.), ASEAN CPA seorang Penulis dan Praktisi di perusahaan swasta Indonesia. Lahir di Jakarta, 20 September 1977. Penulis merupakan anak tunggal dari pasangan Bapak Haditiawan dan Ibu Linda Juningsih. Ia menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) di Universitas Katolik Atmajaya Jakarta prodi Ekonomi konsentrasi di bidang Akuntansi dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Katolik Atmajaya Jakarta prodi Magister Manajemen konsentrasi di bidang Manajemen Keuangan serta telah menyelesaikan program Doktor (S3) di Universitas Bina Nusantara prodi Manajemen konsentrasi di bidang *Strategic Growth*.

Penulis Bagian 2



Dr. Annisa Fitri Anggraeni., SE., MM., CIISA., seorang Penulis dan Dosen Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti Bandung. Lahir di Bandung, 24 Oktober 1991. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Dr. H. Deden Komar Priatna., ST., SIP., MM., CHRA dan ibu Dr. Hj. Yustina Yuliasari., S.Pdi., M.Ag. ia menamatkan pendidikan program Sarjana Akuntansi (S1) di Universitas Pendidikan Indonesia, menamatkan program Magister Manajemen (S2) di

Universitas Winaya Mukti dan menyelesaikan program Doktor Ilmu Akuntansi (S3) di Universitas Padjadjaran Bandung konsentrasi Sistem Informasi Akuntansi. Saat ini beliau sedang menempuh Pendidikan Doktor (S3) Kembali pada jurusan Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Pasundan (2023). Penulis mendapatkan sertifikasi *Certified International Information Systems Audit* (CIISA) dari American Academy Project Management pada Tahun 2020. Penulis aktif menulis buku dan berbagai jurnal ilmiah bereputasi.

Link Research Gate: <https://www.researchgate.net/profile/Annisa-Anggraeni-4>

penulis bagian 3



Anita Apriani SE., M.Si

seorang Penulis dan Dosen Prodi Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Papua. Lahir di kota Jayapura, 22 April 1994. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan bapak H. Abunawas S.Pd., M.Pd dan Ibu Hj. Hasnah. Ia menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) di Universitas Cenderawasih Papua prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Cenderawasih

Papua prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Penulis Bagian 4



Hasan Ibrahim, S.Pt, M.Si,

Lahir di Lamahala NTT 24 Agustus 1969. Pendidikan S1 Fakultas Peternakan Universitas Nusa Cendana (1995) dan S2 IPB (2007) Sekolah Pascasarjana Program Studi Gizi Masyarakat dan Sumber Daya Keluarga (Ilmu Keluarga Konsumen).

Sejak tahun 1997-2015 sebagai dosen di Politeknik Pertanian Negeri Kupang dan sejak tahun 2015-hingga kini mengajar di Politeknik

Pertanian Negeri Payakumbuh. Menikah dengan Dr. Rinda Yanti, SP, M.Si tahun 2000 dan telah dikaruniai putera yaitu Fityan Loli Alhasan (22) dan Alghifari Loli Hasan (17). Beberapa buku dan jurnal yang telah dihasilkan sejak 2017-2023 terkait Ekonomi Kesejahteraan, Pemberdayaan Perempuan dan Kewirausahaan, Pengantar Manajemen, dan Perilaku Konsumen.

Penulis Bagian 5



Dr. Afrina Sari, M.Si

Seorang penulis dan dosen tetap Prodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur di Jakarta. Lahir di Padang 17 April 1968 Sumatera Barat.

Penulis merupakan anak Pertama dari Lima bersaudara dari pasangan bapak Alm.Syamsul Bahri dan Ibu. Alm. Mawarni. Pendidikan program Sarjana (S1) di Universitas Ibnu Chaldun pada program Ilmu Komunikasi Jurusan

Kehumasan. Lulus tahun 1987. Pendidikan Magister (S2) di Institute Pertanian Bogor (IPB) prodi Komunikasi Pembangunan dan Pedesaan (KMP) Lulus Tahun 2006. Kemudian menyelesaikan

Pendidikan doktor di Institute Pertanian Bogor (IPB) Prodi Komunikasi Pembangunan dan Pedesaan (KMP) lulus tahun 2011. Saat ini juga sedang menyelesaikan program doctor Psikologi Pendidikan di Universitas Persada Indonesia Y.A.I. penulis telah menulis buku ajar dan buku referensi. Seperti Buku ajar manajemen pemasaran dan buku digital marketing serta buku konsep dasar anak usia dini (teori dan Panduan komperensif).

Penulis Bagian 6



Dr.Henny A. Manafe,SE,MM.

Lahir di Kupang, Provinsi NTT. Gelar Doktor Ilmu Ekonomi diraih tahun 2019, pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Menjadi Pengurus ISEI Cabang Kupang, sebagai ketua Bidang Pendidikan dan Penelitian. Pernah menjadi anggota tim peneliti AUSAID ANTARA, dalam rangka Kajian NTT *Public Expenditurwew Analysis and Capacity Enhancement* (NTT PEACH) di Kabupaten Maumere. Saat ini bekerja sebagai dosen tetap dan sebagai sekretaris Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira.

Penulis Bagian 7



Drs. Galuh Juniarto, SE., MM.

Dosen Program Studi Manajemen FEB Universitas 17 Agustus 1945 Semarang
Penulis lahir di Salatiga tanggal 30 Juni 1966. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, sejak tahun 1992 sampai dengan sekarang. Menyelesaikan Pendidikan S1 Manajemen dan S1 Akuntansi serta Program Magister Manajemen di Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Penulis Bagian 8



Tinjung Desy Nursanti, SE, MSi

seorang *faculty member* di program studi Manajemen Universitas Bina Nusantara Jakarta, serta tercatat sebagai dosen tidak tetap di beberapa perguruan tinggi swasta di Jakarta. Merampungkan pendidikan sarjana di UPN Veteran Yogyakarta serta menyelesaikan program pendidikan pasca sarjana di UGM Yogyakarta. Saat ini masih tercatat sebagai mahasiswa program doctoral di UPI Bandung yang berada dalam tahap penyelesaian disertasi.

Penulis Bagian 9



Dr. Ir. Yayan Hadiyat, M.M.

Saat ini aktif sebagai Dosen Tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan, Bogor, dan mengampu mata kuliah *Introduction to Statistics, Business Statistics, Research Methodology* dan *Human Resource Management*. Ia juga aktif mengajar di Sekolah Pasca Sarjana, Universitas Pakuan dan mengampu mata kuliah *HR Theory & HRM Strategic, Leadership and Organization Culture*, dan *Industrial Relations Management*. Selain sebagai akademisi, ia juga aktif bekerja sebagai praktisi SDM di Napan Group sebagai *Chief Human Resource Officer (CHRO)* sejak tahun 2013. Pendidikan sarjananya diperoleh dari Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan, Institut Pertanian Bogor (IPB) tahun 1995, kemudian pendidikan pascasarjana yaitu Magister Manajemen (M.M.) diperoleh dari Sekolah Tinggi Manajemen PPM dengan konsentrasi Manajemen SDM di tahun 1999. Kemudian, pendidikan doktoralnya diperoleh dari Fakultas Ilmu Administrasi (Bisnis), Universitas Brawijaya, Malang, di tahun 2021. Ia juga aktif menulis buku dan artikel di beberapa media masa yaitu koran dan majalah, serta artikel jurnal di tingkat nasional (Sinta) dan jurnal internasional bereputasi (Scopus ID: 57223597397). Selain aktif menulis, ia juga aktif sebagai reviewer di beberapa jurnal nasional.

Penerbit :

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Buku Gudang Ilmu, Membaca Solusi
Kebodohan, Menulis Cara Terbaik
Mengikat Ilmu. Everyday New Books

SONPEDIA.COM
PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Redaksi :

Jl. Kenali Jaya No 166

Kota Jambi 36129

Tel +6282177858344

Email: sonpediapublishing@gmail.com

Website: www.sonpedia.com