

LECTURE NOTED

[Entrepreneur & Management Research] Week 05# – Designing Research Projects

1 — REVIEW OF MEETING 4

Literature Review as Strategic Mapping

- **A literature review maps the intellectual terrain of a topic** (e.g., *identifying trust, authenticity, and persuasion as dominant themes in influencer marketing studies*).
- **It reveals what is over-studied, under-studied, and inconsistently studied** (e.g., *customer satisfaction is widely tested, but post-purchase emotional recovery is less explored*).
- **Research gap is the core outcome of a strong review** (e.g., *showing that direct-effect models are often too simple and need mediating mechanisms*).
- **A conceptual framework should emerge from reviewed knowledge** (e.g., *adding value co-creation or fear of failure because literature shows a missing explanatory process*).

Penjelasan

Pada pertemuan sebelumnya, kita telah menegaskan bahwa literature review bukanlah aktivitas mengumpulkan kutipan, melainkan proses memetakan struktur pengetahuan. Ketika seorang peneliti membaca topik seperti influencer marketing, startup failure, atau digital trust, ia seharusnya tidak hanya mengetahui bahwa “banyak artikel tersedia,” tetapi harus mampu melihat tema-tema utama, pola penjelasan yang dominan, dan wilayah-wilayah yang masih lemah. Dengan demikian, literature review bekerja sebagai peta intelektual, bukan sebagai daftar bacaan.

Kita juga melihat bahwa research gap tidak lahir dari kekosongan yang dangkal, tetapi dari pembacaan yang analitis terhadap literatur. Gap yang kuat muncul ketika peneliti mampu menunjukkan bahwa pengetahuan yang ada masih belum cukup menjelaskan mekanisme tertentu, masih saling bertentangan, atau terlalu sempit dalam konteks dan pendekatannya. Di sinilah literature review mulai berubah dari kegiatan membaca menjadi kegiatan membangun alasan ilmiah bagi penelitian baru.

Dari literature review yang kuat, conceptual framework kemudian dibangun. Framework yang baik tidak lahir dari variabel-variabel yang dipilih secara acak, tetapi dari teori dan temuan terdahulu yang telah dianalisis secara kritis. Dalam marketing, value co-creation muncul bukan karena model ingin

dibuat rumit, tetapi karena literatur menunjukkan bahwa engagement tidak cukup dijelaskan secara langsung menuju loyalty. Dalam entrepreneurship, fear of failure muncul karena obstacle tidak cukup menjelaskan withdrawal tanpa mekanisme psikologis yang menjembatannya.

Dengan demikian, pertemuan keempat pada dasarnya mempersiapkan fondasi untuk pembahasan hari ini. Setelah literatur dipetakan, gap diidentifikasi, dan framework dirumuskan, peneliti harus mengambil langkah yang lebih strategis: **bagaimana proyek penelitian itu dirancang secara logis, sistematis, dan layak dijalankan?** Pertanyaan inilah yang membawa kita masuk ke inti **research design**.

2 — INTRODUCTION

Research Design as the Logic of Inquiry

- **Research design is the blueprint that turns ideas into inquiry** (e.g., deciding whether digital trust should be examined through a large-scale survey, in-depth interviews, or a mixed-method design).
- **It connects research questions with the kind of evidence needed** (e.g., causal questions require different evidence from meaning-centered questions).
- **A strong design protects a study from conceptual confusion** (e.g., not asking interpretive questions while using only rigid closed-ended instruments).
- **Research design is where theory, practicality, and evidence meet** (e.g., aligning research aims with available time, access, and analytical strategy).

Penjelasan

Research design adalah titik di mana sebuah ide penelitian mulai memperoleh bentuk operasional. Banyak mahasiswa memiliki topik yang baik, pertanyaan yang menarik, bahkan literature review yang cukup kuat, tetapi penelitian mereka tetap lemah karena tidak memiliki desain yang koheren. Di sinilah pentingnya research design: ia bukan tambahan teknis setelah teori selesai, tetapi struktur logis yang mengubah gagasan menjadi inquiry yang dapat dijalankan. Textbook metodologi bisnis utama secara konsisten menempatkan research design sebagai inti dari keseluruhan proses penelitian.

Penting juga dipahami bahwa tidak semua pertanyaan penelitian membutuhkan bentuk bukti yang sama. Pertanyaan tentang apakah satu variabel memengaruhi variabel lain menuntut bukti yang berbeda dari

pertanyaan tentang bagaimana aktor memaknai pengalaman tertentu. Karena itu, research design harus menghubungkan tipe pertanyaan dengan tipe evidensinya. Tanpa hubungan ini, peneliti akan mudah jatuh pada desain yang tampak rapi tetapi tidak sungguh-sungguh menjawab pertanyaannya.

Research design juga melindungi penelitian dari kebingungan konseptual. Kesalahan yang sangat umum adalah menanyakan sesuatu yang interpretif tetapi menjawabnya dengan instrumen yang kaku dan tertutup, atau menanyakan relasi kausal tetapi mengumpulkan data yang terlalu dangkal untuk mengujinya. Di sini, desain yang baik bekerja seperti disiplin intelektual: ia memaksa peneliti menjaga kesesuaian antara apa yang ingin diketahui dan bagaimana ia berusaha mengetahuinya.

Akhirnya, research design adalah ruang pertemuan antara teori, bukti, dan realitas praktis. Peneliti harus memperhitungkan bukan hanya apa yang ideal secara akademik, tetapi juga apa yang mungkin dijalankan dalam batas akses, waktu, dan sumber daya yang tersedia. Karena itu, design yang baik bukan design yang paling rumit, melainkan design yang paling logis, paling selaras, dan paling feasible.

3 — WHAT IS RESEARCH DESIGN?

- **Research design is the overall plan for answering research questions** (e.g., *deciding how a study on employee identification will move from theory to data and interpretation*).
- **It includes choices about approach, strategy, data, and analysis** (e.g., *selecting survey design, interview design, case study, or mixed methods*).
- **It is broader than data collection techniques** (e.g., *questionnaires are tools, but design explains why and how they are used*).
- **A good design aligns purpose, theory, method, and evidence** (e.g., *ensuring that a finance study on investment intention uses data suited to modeling decision processes*).

Penjelasan

Research design dapat dipahami sebagai rencana menyeluruh tentang bagaimana pertanyaan penelitian akan dijawab secara sistematis. Jika seorang peneliti ingin meneliti employee identification, maka design tidak berhenti pada keputusan apakah ia akan memakai kuesioner atau wawancara. Design juga harus menjelaskan bagaimana konsep didefinisikan, teori apa yang dipakai, siapa yang akan diteliti, data seperti apa yang dibutuhkan, dan bagaimana bukti itu akhirnya akan ditafsirkan.

Dengan kata lain, design berada pada level logika penelitian, bukan sekadar pada level alat.

Karena design bersifat menyeluruh, ia mencakup serangkaian keputusan yang saling berhubungan: pendekatan penelitian, strategi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis. Inilah sebabnya Creswell & Creswell menempatkan philosophical assumptions, review of literature, use of theory, dan approach selection dalam satu bangunan yang sama. Research design adalah cara semua elemen itu disusun menjadi satu sistem yang koheren.

Mahasiswa sering menyamakan research design dengan data collection techniques. Padahal kuesioner, wawancara, observasi, atau dokumentasi hanyalah instrumen. Design menjelaskan mengapa instrumen itu dipilih, kapan digunakan, pada siapa diterapkan, dan bagaimana hasilnya akan menjawab pertanyaan penelitian. Tanpa design yang jelas, penggunaan instrumen akan tampak mekanis dan sering kali tidak cukup kuat untuk mendukung klaim penelitian.

Dengan demikian, kualitas design ditentukan oleh alignment. Purpose, theory, method, and evidence harus bergerak dalam arah yang sama. Bila sebuah studi finance ingin menjelaskan bagaimana financial knowledge membentuk investment intention melalui risk perception dan attitude, maka seluruh desain harus disusun untuk menangkap proses keputusan itu, bukan hanya mengukur pengetahuan secara umum. Ketika keselarasan ini tercapai, design menjadi kredibel.

4 — STARTING FROM PURPOSE

Exploratory, Descriptive, and Explanatory Design

- **Exploratory design is useful when a phenomenon is still unclear** (*e.g., exploring how founders interpret early-stage failure experiences*).
- **Descriptive design is useful when researchers want to portray patterns or profiles** (*e.g., describing the financial literacy level of young investors*).
- **Explanatory design is useful when researchers want to test relationships or mechanisms** (*e.g., examining whether perceived organizational support explains identification through mediation*).
- **Purpose should shape the design from the beginning** (*e.g., not forcing an explanatory model when the field still needs exploration*).

Penjelasan

Keputusan paling awal dalam research design adalah menjawab satu pertanyaan dasar: **untuk apa penelitian ini dilakukan?** Bila fenomena yang diteliti masih kabur atau belum cukup dipahami, maka desain **exploratory** jauh lebih masuk akal. Dalam konteks entrepreneurship, misalnya, bila peneliti ingin memahami bagaimana founder memaknai kegagalan tahap awal, pendekatan eksploratori lebih tepat daripada langsung memaksakan model kuantitatif yang sangat kaku. Di sini, penelitian berfungsi membuka wilayah pemahaman yang belum terang.

Desain **descriptive** berbeda. Tujuannya bukan terutama menjelaskan mekanisme, tetapi menggambarkan pola, karakteristik, atau distribusi suatu fenomena secara sistematis. Penelitian tentang tingkat literasi keuangan mahasiswa, profil perilaku investor muda, atau pemetaan awal pengalaman pelanggan di konteks tertentu termasuk ke dalam logika deskriptif. Penelitian deskriptif sering diremehkan, padahal ia sangat penting ketika bidang membutuhkan gambaran dasar yang rapi sebelum penjelasan yang lebih kompleks dibangun.

Sementara itu, desain **explanatory** dipakai ketika peneliti ingin menjelaskan hubungan atau mekanisme. Contohnya sangat jelas pada model **LMX → POS → organizational identification** atau **financial knowledge → risk perception → attitude → investment intention**. Di sini, penelitian tidak lagi berhenti pada “apa yang terjadi,” tetapi berusaha menjawab “mengapa” dan “melalui proses apa” sesuatu terjadi. Ini membuat explanatory design jauh lebih menuntut, karena ia harus menyusun evidensi yang cukup kuat untuk mendukung jalur penjelasan tersebut.

Pelajaran utamanya adalah bahwa purpose harus datang sebelum method. Banyak penelitian melemah karena peneliti terlalu cepat memilih teknik tanpa jujur dulu terhadap tujuan studinya. Penelitian yang sebenarnya masih membutuhkan eksplorasi akan goyah jika dipaksa menjadi explanatory terlalu cepat. Sebaliknya, penelitian yang ingin menjelaskan mekanisme akan tampak dangkal jika berhenti pada level deskriptif. Karena itu, design yang baik selalu dimulai dari kejelasan tujuan.

5 — RESEARCH APPROACH

Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods

- **Quantitative design is useful for testing patterns, relationships, and general tendencies** (e.g., modeling how financial knowledge shapes investment intention through serial mediation).
- **Qualitative design is useful for understanding meaning, context, and process** (e.g., exploring how entrepreneurs interpret fear of failure and withdrawal).
- **Mixed methods design is useful when one form of evidence is not enough** (e.g., combining surveys and interviews to understand both customer engagement patterns and customer value perceptions).
- **Approach should follow the research problem, not researcher habit** (e.g., not choosing a survey simply because it is familiar).

Penjelasan

Pendekatan **kuantitatif** relevan ketika peneliti ingin menguji pola, melihat keteraturan, atau memodelkan hubungan antarvariabel secara sistematis. Dalam studi finance, misalnya, model serial mediation yang menghubungkan financial knowledge, risk perception, attitude, dan investment intention membutuhkan pengukuran yang konsisten dan analisis yang dapat menangkap jalur hubungan itu dengan jelas. Pada situasi seperti ini, kuantitatif memberi kekuatan pada presisi model dan peluang generalisasi.

Pendekatan **kualitatif** menjadi jauh lebih berguna ketika fokus penelitian adalah makna, konteks, dan proses. Dalam entrepreneurship, pertanyaan tentang bagaimana founder memaknai fear of failure atau bagaimana mereka mengalami dorongan untuk mundur dari peluang tidak bisa dijawab sepenuhnya dengan angka. Di sini, peneliti membutuhkan narasi, refleksi, dan konteks. Itulah sebabnya literatur kualitatif entrepreneurship menempatkan pengalaman wirausahawan sebagai sesuatu yang harus dipahami secara mendalam, bukan hanya diukur.

Pendekatan **mixed methods** relevan ketika satu bentuk bukti tidak cukup. Dalam marketing, misalnya, peneliti bisa membutuhkan survei untuk melihat pola customer engagement secara luas, tetapi juga membutuhkan wawancara atau data kualitatif untuk memahami bagaimana pelanggan memaknai value co-creation. Dalam situasi seperti ini, mixed methods bukan kompromi, tetapi strategi integratif untuk mendapatkan keluasan sekaligus kedalaman.

Yang paling penting, pendekatan tidak boleh dipilih karena kebiasaan. Banyak mahasiswa memilih survei hanya karena familiar, atau memilih wawancara hanya karena terasa lebih fleksibel. Padahal, pertanyaan yang lebih penting adalah: **bentuk bukti apa yang benar-benar dibutuhkan oleh masalah penelitian ini?** Kedewasaan metodologis mulai terlihat

ketika peneliti berhenti memilih metode berdasarkan kenyamanan, dan mulai memilihnya berdasarkan kebutuhan inquiry.

6 — ALIGNMENT IN RESEARCH DESIGN

Question, Theory, Design, and Evidence

- **A good design aligns research question and evidence** (e.g., a mediation question requires data that can capture process links, not only surface descriptions).
- **Theory should guide what is measured or explored** (e.g., Service-Dominant Logic justifies value co-creation in a marketing design).
- **Evidence should fit the level of the claim** (e.g., broad causal claims need stronger design than anecdotal observation).
- **Misalignment weakens otherwise interesting studies** (e.g., using a narrow descriptive design for a complex explanatory question).

Penjelasan

Salah satu prinsip terpenting dalam research design adalah alignment. Jika pertanyaan penelitian menuntut penjelasan mekanisme atau mediasi, maka data yang dikumpulkan harus mampu menangkap proses tersebut. Pertanyaan tentang apakah fear of failure menjembatani obstacles dan nascent entrepreneurial activity, misalnya, tidak bisa dijawab hanya dengan deskripsi umum. Peneliti membutuhkan design yang memang dibangun untuk memodelkan relasi prosesual itu.

Teori juga harus memandu apa yang diukur atau dieksplorasi. Dalam marketing, **Service-Dominant Logic** memberi dasar konseptual yang kuat untuk memasukkan **value co-creation** ke dalam model engagement dan loyalty. Tanpa dasar teoritis seperti ini, model penelitian mudah berubah menjadi sekadar kumpulan variabel yang tampak menarik tetapi tidak memiliki logika penjas yang meyakinkan.

Evidence pun harus sesuai dengan level klaim yang ingin dibuat. Jika peneliti ingin menyatakan bahwa suatu mekanisme bekerja secara cukup umum dalam populasi tertentu, maka design harus mendukung klaim itu dengan bukti yang lebih kuat. Sebaliknya, bila tujuannya adalah memahami pengalaman spesifik atau konteks yang kaya, maka data naratif yang mendalam justru lebih relevan daripada generalisasi statistik. Design yang matang tahu bahwa level klaim menentukan level bukti yang dibutuhkan.

Misalignment adalah salah satu sumber kelemahan paling umum dalam penelitian mahasiswa. Pertanyaan yang kompleks tetapi dijawab dengan design yang terlalu sempit akan menghasilkan kontribusi yang lemah. Inilah sebabnya research design harus selalu diuji melalui satu pertanyaan sederhana namun mendasar: **apakah cara saya meneliti sungguh-sungguh sejalan dengan apa yang ingin saya ketahui?** Jika tidak, desain harus diperbaiki sejak awal.

7 — DESIGN CHOICES IN PRACTICE

Strategy, Time Horizon, and Feasibility

- **Research strategy should fit the phenomenon** (e.g., survey for large-scale pattern testing, case study for process-rich organizational inquiry).
- **Time horizon matters in design** (e.g., cross-sectional design captures a moment, while longitudinal design captures change and development).
- **Feasibility is part of good design, not a secondary concern** (e.g., a startup study must consider access to founders, records, and time-sensitive data).
- **Strong design balances rigor and realism** (e.g., a feasible mixed-method project is better than an idealized but impossible one).

Penjelasan

Design yang baik selalu diwujudkan dalam keputusan-keputusan praktis yang tepat. Salah satunya adalah pemilihan **research strategy**. Survei cocok ketika peneliti ingin melihat pola dalam sampel yang lebih besar, sedangkan case study atau desain yang lebih kontekstual cocok ketika peneliti ingin mengikuti proses organisasi secara mendalam. Tidak ada strategi yang otomatis unggul; yang ada adalah strategi yang paling tepat untuk fenomena tertentu.

Time horizon juga sangat menentukan. Desain **cross-sectional** berguna ketika peneliti ingin menangkap kondisi pada satu titik waktu, seperti persepsi, sikap, atau niat tertentu. Namun **longitudinal design** lebih kuat ketika peneliti ingin melihat perubahan, pembelajaran, atau perkembangan identitas dan perilaku. Dalam topik seperti entrepreneurship, innovation, atau organizational change, waktu sering kali bukan sekadar latar, tetapi bagian dari fenomena itu sendiri.

Feasibility adalah bagian dari kualitas design, bukan sekadar kompromi lapangan. Penelitian startup bisa tampak sangat bagus di proposal, tetapi gagal bila founder sulit diakses, data sensitif tidak tersedia, atau waktu penelitian terlalu sempit untuk menangkap proses yang diinginkan. Design

yang tampak elegan tetapi tidak feasible hampir selalu berujung pada data yang dangkal atau penelitian yang tidak selesai dengan baik.

Karena itu, design yang kuat selalu menyeimbangkan rigor dan realism. Proyek mixed methods yang sederhana tetapi sungguh-sungguh bisa dijalankan akan lebih bernilai daripada desain ambisius yang mustahil diwujudkan. Bagi mahasiswa, ini pelajaran yang sangat penting: research design bukan kompetisi kompleksitas, tetapi seni menyusun penelitian yang paling logis, paling jujur, dan paling mungkin dijalankan dengan kuat.

8 — MARKETING EXAMPLE

Designing a Marketing Research Project

- **A marketing project should begin with a design that matches the explanatory mechanism** (e.g., *testing engagement → value co-creation → loyalty requires a mediation-oriented design*).
- **Theory should justify the model before data are collected** (e.g., *Service-Dominant Logic explains why value co-creation belongs in the design*).
- **Measurement must reflect conceptual distinctions** (e.g., *customer engagement should not be measured as if it were customer loyalty*).
- **The design should produce evidence strong enough for the intended claim** (e.g., *a broad mediation claim needs structured data from an appropriate sample*).

Penjelasan

Dalam marketing, design yang kuat harus mengikuti mekanisme yang ingin dijelaskan. Jika literature review menunjukkan bahwa hubungan engagement dan loyalty terlalu sederhana bila dipahami secara langsung, maka desain penelitian harus benar-benar disusun untuk menguji proses mediasi. Artinya, model, instrumen, data, dan analisis harus diarahkan pada jalur **engagement → value co-creation → loyalty**, bukan hanya pada korelasi permukaan antarkonstruksi.

Teori harus hadir sebelum data dikumpulkan. **Service-Dominant Logic** menjelaskan mengapa value co-creation merupakan mekanisme yang masuk akal untuk menjembatani engagement dan loyalty. Tanpa teori seperti ini, design akan tampak seperti susunan variabel yang rapi tetapi tidak memiliki akar penjelasan yang kuat. Dengan teori, design memperoleh legitimasi intelektual.

Pengukuran juga harus disiplin. Customer engagement, value co-creation, attitudinal loyalty, dan behavioral loyalty adalah konstruksi yang berbeda. Bila

peneliti mengukurnya secara longgar atau membingungkan satu dengan yang lain, maka design sudah lemah bahkan sebelum analisis dilakukan. Inilah sebabnya kejelasan konseptual harus menjadi bagian dari desain, bukan sekadar urusan teori di bab awal.

Akhirnya, design marketing yang baik harus menghasilkan bukti yang cukup kuat untuk menopang klaim yang ingin dibuat. Bila peneliti hendak mengklaim adanya mekanisme mediasi dalam konteks pelanggan digital, maka ia harus membangun desain yang memang memungkinkan jalur itu diuji secara meyakinkan. Dalam konteks ini, research design menjadi penghubung yang sangat langsung antara theory-based logic dan empirical credibility.

9 — ENTREPRENEURSHIP EXAMPLE

Designing an Entrepreneurship Research Project

- **An entrepreneurship project should capture process, not only outcomes** (e.g., *obstacles matter because they trigger fear of failure and shape opportunity decisions*).
- **Design should reflect the level of explanation sought** (e.g., *modeling withdrawal behavior requires more than simply listing obstacles*).
- **Theory should explain the psychological or structural path** (e.g., *a social cognitive perspective on achievement motives justifies fear of failure as mediator*).
- **Entrepreneurship design often benefits from sensitivity to timing and context** (e.g., *nascent entrepreneurial activity is time-sensitive and process-oriented*).

Penjelasan

Dalam entrepreneurship, research design menjadi lemah ketika hanya berfokus pada outcome tanpa menangkap proses yang melahirkannya. Bila peneliti ingin menjelaskan mengapa nascent entrepreneurs mundur, maka obstacle saja tidak cukup. Design harus mampu menangkap bahwa obstacle dipersepsi, diproses secara emosional, lalu memengaruhi evaluation dan exploitation. Jadi, design harus dibangun mengikuti **logika proses**, bukan hanya daftar faktor.

Level penjelasan juga sangat menentukan. Bila penelitian hanya mencatat obstacle, hasilnya akan tetap berada di permukaan. Tetapi ketika design memasukkan fear of failure sebagai mediator, pertanyaan berubah dari “apa hambatannya” menjadi “bagaimana hambatan itu bekerja terhadap tindakan.” Di titik inilah kualitas penjelasan meningkat. Peneliti tidak lagi sekadar menunjukkan hubungan, tetapi mulai menjelaskan mekanismenya.

Teori kemudian berfungsi memberi legitimasi pada jalur prosesual tersebut. Dalam studi Kollmann dkk., **social cognitive perspective on achievement motives** membuat fear of failure muncul bukan sebagai tambahan yang arbitrer, tetapi sebagai respons psikologis yang logis terhadap obstacle. Ini menunjukkan bahwa design entrepreneurship yang kuat harus memasukkan teori ke dalam logika proses, bukan hanya menaruh teori di bagian tinjauan pustaka.

Selain itu, entrepreneurship sering kali sangat sensitif terhadap waktu dan konteks. Nascent entrepreneurial activity tidak bersifat statis; keputusan untuk mundur, menunda, atau terus maju dapat berubah dalam proses yang dinamis. Karena itu, design penelitian pada bidang ini sering membutuhkan sensitivitas lebih tinggi terhadap timing, proses, dan situasi aktual daripada penelitian yang hanya bersifat snapshot. Inilah yang membuat design entrepreneurship menuntut kehati-hatian metodologis yang lebih besar.

10 — CONCLUSION

- **Research design is the bridge between research questions and credible evidence** (*e.g., a mediation question requires a design capable of capturing process links*).
- **A strong design aligns purpose, theory, method, and feasibility** (*e.g., a startup study must be both conceptually strong and realistically executable*).
- **Design decisions shape the strength of contribution** (*e.g., weak design can reduce even a promising topic to a shallow study*).
- **Good research design makes inquiry systematic rather than accidental** (*e.g., turning reviewed knowledge into a workable empirical plan*).

Penjelasan

Pada akhirnya, research design adalah jembatan antara research question dan bukti yang kredibel. Pertanyaan yang baik tidak akan cukup bila design tidak mampu menghasilkan evidensi yang relevan dan kuat. Karena itu, kualitas design akan sangat menentukan apakah sebuah pertanyaan penelitian benar-benar bisa dijawab secara ilmiah, atau hanya tampak menarik di proposal tanpa pernah memperoleh jawaban yang memadai.

Design yang kuat selalu menggabungkan empat hal sekaligus: purpose, theory, method, and feasibility. Penelitian startup, misalnya, harus kokoh secara konseptual tetapi juga realistis dalam hal akses dan waktu. Penelitian finance harus bisa memodelkan proses keputusan, tetapi juga harus feasible dalam pengumpulan data. Jadi, kualitas design tidak pernah bersifat abstrak; ia selalu diuji dalam logika sekaligus realitas pelaksanaannya.

Kekuatan kontribusi penelitian juga sangat ditentukan oleh design. Topik yang menarik bisa kehilangan nilainya bila desainnya salah arah, terlalu sempit, atau tidak sesuai dengan pertanyaannya. Sebaliknya, design yang kuat dapat membuat penelitian yang tampaknya sederhana menjadi bernilai tinggi karena mampu menghubungkan teori, data, dan analisis secara disiplin. Di sini, research design tidak sekadar mendukung kontribusi; ia ikut membentuk kontribusi itu sendiri.

Karena itu, research design membuat inquiry menjadi sistematis, bukan kebetulan. Ia menerjemahkan literature review, theory, dan research question menjadi rencana empiris yang benar-benar bisa dijalankan. Di sinilah penelitian mulai bergerak dari ide menuju pelaksanaan yang sah dan bermakna.

11 — KEY TAKEAWAYS

- **Research design is the overall plan for answering research questions** (*e.g., not just choosing tools, but organizing the whole inquiry*).
- **Purpose should come before method** (*e.g., exploratory, descriptive, and explanatory goals require different designs*).
- **Approach must follow the problem** (*e.g., quantitative, qualitative, or mixed methods should be selected because the problem demands it*).
- **Alignment is the heart of strong design** (*e.g., research question, theory, evidence, and feasibility must move together*).

Penjelasan

Pelajaran pertama dari pertemuan ini adalah bahwa research design adalah rencana menyeluruh penelitian, bukan sekadar pilihan alat. Ketika mahasiswa memahami hal ini, mereka berhenti melihat metode sebagai keputusan teknis yang terpisah, dan mulai melihat penelitian sebagai satu sistem logis yang harus dirancang secara utuh.

Pelajaran kedua adalah bahwa tujuan penelitian harus datang lebih dulu daripada metode. Exploratory, descriptive, dan explanatory research masing-masing membutuhkan design yang berbeda. Tanpa kejelasan purpose, desain akan mudah melenceng sejak awal karena peneliti memilih teknik tanpa tahu jenis pengetahuan apa yang sebenarnya ingin dihasilkan.

Pelajaran ketiga adalah bahwa pendekatan harus mengikuti masalah. Kuantitatif, kualitatif, dan mixed methods bukan preferensi pribadi, tetapi strategi untuk menghasilkan bukti yang sesuai dengan inquiry. Di sinilah

peneliti mulai belajar berpikir secara metodologis, bukan sekadar procedural.

Pelajaran terakhir adalah bahwa alignment adalah jantung dari desain yang kuat. Research question, theory, evidence, and feasibility harus saling mendukung. Ketika keempatnya bergerak bersama, desain menjadi kredibel. Ketika salah satunya melenceng, kualitas penelitian akan ikut melemah.

\

■ PART 12 — CLOSING REMARKS

Points (English + Example)

- **A strong project is designed, not improvised** (*e.g., good studies do not jump from topic to data without a plan*).
- **Research design turns literature and theory into a workable investigation** (*e.g., converting a gap and framework into a feasible research plan*).
- **Methodological maturity begins when design choices become intentional** (*e.g., choosing methods because they fit the inquiry, not because they are familiar*).
- **The next step is to understand how populations and respondents are selected** (*e.g., moving from design logic to sampling strategy*).

Penjelasan

Pertemuan ini menegaskan bahwa proyek penelitian yang kuat tidak pernah lahir dari improvisasi. Penelitian yang baik tidak melompat dari topik langsung ke pengumpulan data. Ia dibangun melalui design yang sengaja disusun untuk memastikan bahwa pertanyaan, teori, metode, dan bukti benar-benar saling mendukung. Itulah sebabnya research design layak dipahami sebagai inti strategi penelitian, bukan sekadar tahap persiapan.

Research design juga menunjukkan bagaimana literature review dan conceptual framework diterjemahkan menjadi investigasi yang bisa dijalankan. Gap yang baik dan framework yang kuat tidak akan berarti banyak bila peneliti tidak tahu bagaimana mengubahnya menjadi strategi empiris yang feasible dan kredibel. Dengan kata lain, design adalah jembatan dari teori menuju pelaksanaan.

Mahasiswa mulai matang secara metodologis ketika keputusan desain mereka menjadi intentional. Mereka tidak lagi memilih metode karena

terbiasa, tetapi karena design itu paling cocok untuk menjawab inquiry yang sedang dibangun. Inilah salah satu tanda terpenting bahwa mereka mulai berpikir bukan hanya sebagai mahasiswa yang mengerjakan tugas, tetapi sebagai peneliti yang menyusun pengetahuan.

See you in Meeting 6, with the topic:

Sampling and Respondent Strategy

Pada pertemuan berikutnya, kita akan bergerak dari logika desain ke pertanyaan yang sangat praktis tetapi sangat menentukan kualitas penelitian: **siapa yang diteliti, bagaimana mereka dipilih, dan mengapa pilihan itu menentukan kualitas bukti yang dihasilkan**

Referensi

Research Methods for Business Students, Mark N. K. Saunders, Philip Lewis, Adrian Thornhill, Pearson, 2024, 888 pages.

Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, John W. Creswell, J. David Creswell, SAGE Publications, 2018, 304 pages.

Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, Roger Bougie, Uma Sekaran, John Wiley & Sons, 2019, 432 pages.

Business Research Methods, Emma Bell, Alan Bryman, Bill Harley, Oxford University Press, 2022, 647 pages.

Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship, Helle Neergaard, John Parm Ulhøi (Editors), Edward Elgar Publishing, 2007, 520 pages.

Digital Platforms and SMEs' Business Model Innovation: Exploring the Mediating Mechanisms of Capability Reconfiguration, Y. Xie et al., *International Journal of Information Management*, Elsevier, 2022, 102513.

Perceived Organizational Support as a Mediator between Relational Exchange and Organizational Identification, David M. Sluss, Malayka Klimchak, Jeanne J. Holmes, *Journal of Vocational Behavior*, Elsevier, 2008, 457–464.

A Serial Mediation Model of Financial Knowledge on the Intention to Invest: The Central Role of Risk Perception and Attitude, Sang Lim Thien, Rasid Mail, Mohd Rahimie Abd Karim, Zatul Karamah Ahmad Baharul Ulum, Junainah Jaidi, Raman Noordin, *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, Elsevier, 2018, 74–79