

LECTURE NOTED

[Entrepreneur & Management Research] Week 08# – Data Collection in Entrepreneurial Contexts

■ PART 1 — REVIEW OF MEETING 6

Sampling and Respondent Strategy

- Sampling determines whose world becomes research evidence (e.g., studying incubator effectiveness through incubator managers only will produce different knowledge from studying both managers and tenant founders).
- Respondent strategy must fit the phenomenon, not convenience (e.g., researching family business succession requires successors, incumbents, or both—not generic SME owners).
- A sampling choice already shapes the meaning of the findings (e.g., social enterprise studies may differ greatly if respondents come from registered entities versus grassroots initiatives).
- Good research begins by identifying who can speak meaningfully to the issue (e.g., crowdfunding entrepreneurs, backers, and platform managers each reveal different realities).

Penjelasan

Pada pertemuan sebelumnya, kita telah memahami bahwa sampling bukan sekadar soal jumlah responden, tetapi soal siapa yang diberi posisi untuk mewakili kenyataan. Ini penting, karena penelitian tidak pernah berbicara tentang realitas secara netral; penelitian selalu berbicara tentang realitas sebagaimana ia ditangkap melalui pihak-pihak tertentu. Bila seorang peneliti hanya mengambil perspektif manajer inkubator, maka ia akan lebih banyak melihat program, struktur, dan mekanisme dukungan formal. Namun bila ia juga mengambil perspektif tenant founders, maka ia akan melihat bagaimana dukungan itu benar-benar dialami, dimanfaatkan, atau bahkan diabaikan dalam praktik. Studi tentang co-production of business assistance in business incubators justru menegaskan bahwa hubungan antara inkubator dan entrepreneur bersifat timbal balik dan interdependen, sehingga bukti dari satu pihak saja akan membuat realitas tampak terlalu sederhana.

Karena itu, sampling pada dasarnya adalah keputusan tentang siapa yang berhak menjelaskan fenomena. Dalam penelitian suksesi bisnis keluarga, misalnya, mewawancarai generasi penerus saja akan menghasilkan cerita yang berbeda dari penelitian yang juga memasukkan generasi pendahulu. Penerus mungkin menekankan tekanan untuk berinovasi dan membangun identitas baru, sedangkan generasi sebelumnya mungkin lebih menekankan kesinambungan nilai, reputasi keluarga, dan tanggung jawab lintas generasi. Artinya, sejak awal, sampling sudah membentuk kemungkinan makna yang akan muncul dalam penelitian. Studi lapangan tentang the entrepreneur's character, life issues, and strategy making juga menunjukkan bahwa keputusan strategis entrepreneur sangat dipengaruhi oleh sejarah hidup dan prioritas personal mereka, sehingga siapa yang ditanya sangat menentukan jenis pengetahuan yang diperoleh.

Pelajaran pentingnya adalah ini: peneliti yang baik tidak memulai dari pertanyaan “siapa yang paling mudah dijangkau,” tetapi dari pertanyaan “siapa yang paling relevan untuk menjelaskan persoalan ini.” Itulah perbedaan antara penelitian yang sekadar praktis dan penelitian yang benar-benar metodologis.

Karena itu, setelah responden ditentukan secara tepat, tahap berikutnya menjadi sangat krusial: bagaimana bukti dari mereka dikumpulkan sehingga layak dipercaya secara akademik?

2 — INTRODUCTION

Why Data Collection Is More Than a Technical Step

- Data collection is where abstract constructs meet lived reality (e.g., “entrepreneurial resilience” only becomes researchable when linked to actions, experiences, or decisions).
- Entrepreneurial contexts are unstable and often nonlinear (e.g., founders may change strategy, redefine failure, or alter identity during the research process).
- The way data are collected shapes the kind of truth that becomes visible (e.g., surveys show distribution, while fieldwork shows practice and context).
- Data collection is not neutral; it privileges some realities over others (e.g., interviews privilege narration, while archival data privilege recorded traces).

Penjelasan

Banyak orang memperlakukan pengumpulan data sebagai tahap teknis setelah desain penelitian selesai. Cara pandang ini terlalu dangkal. Pengumpulan data sesungguhnya adalah titik ketika konsep-konsep abstrak seperti resilience, legitimacy, opportunity recognition, family commitment, atau social mission dipaksa untuk bertemu dengan dunia nyata. Selama konsep masih berada di tingkat teori, ia belum benar-benar menghasilkan pengetahuan. Ia baru menjadi pengetahuan ketika peneliti mampu menunjukkan bukti seperti apa yang mewakili konsep itu dalam realitas empiris. Karena itu, data collection bukan sekadar “mengambil data,” tetapi proses mengubah teori menjadi sesuatu yang bisa diuji, diperdebatkan, dan dipertanggungjawabkan. Textbook metodologi bisnis juga menempatkan data collection sebagai jembatan antara desain penelitian dan bukti empiris.

Dalam konteks entrepreneurship, masalah ini menjadi lebih kompleks karena realitas yang diteliti jarang stabil. Founder bisa mengubah arah venture, mengubah cara menceritakan kegagalan, bahkan mengubah identitas dirinya sendiri selama proses penelitian berlangsung. Editorial Journal of Business Venturing tentang qualitative methods in entrepreneurship research menegaskan bahwa salah satu alasan metode kualitatif tetap penting adalah karena banyak fenomena kewirausahaan bersifat prosesual, ambigu, dan berubah sepanjang waktu. Itu berarti peneliti tidak bisa memperlakukan data collection seolah-olah sedang memotret objek yang diam. Ia sedang berusaha menangkap fenomena yang masih bergerak.

Di sinilah metode pengumpulan data menjadi penentu jenis kebenaran yang akan terlihat. Survei mampu memperlihatkan pola, kecenderungan, dan distribusi. Tetapi observasi lapangan mampu memperlihatkan praktik, improvisasi, dan interaksi yang tidak selalu dapat diceritakan dengan baik oleh pelaku. Arsip dan dokumen mampu menunjukkan representasi formal, sedangkan digital traces mampu menunjukkan perilaku aktual yang terekam. Jadi, ketika peneliti memilih metode, ia bukan hanya memilih teknik, tetapi juga memilih lapisan realitas mana yang ingin dibuka.

Karena itu, pengumpulan data tidak pernah netral. Ia selalu memihak jenis bukti tertentu. Wawancara memihak narasi. Observasi memihak praktik. Dokumen memihak representasi. Data digital memihak jejak perilaku. Peneliti yang matang harus sadar bahwa setiap pilihan metode akan membuat sebagian dunia tampak terang, dan sebagian lain tetap gelap. Itulah sebabnya pembahasan data collection dalam buku metodologi harus bersifat argumentatif: ia harus menunjukkan bukan hanya bagaimana data dikumpulkan, tetapi juga mengapa cara itu membuka kebenaran tertentu.

3 — WHAT COUNTS AS DATA?

Expanding the Meaning of Evidence in Entrepreneurial Research

- Data can be spoken, written, observed, recorded, or digitally traced (e.g., founder interviews, strategy memos, crowdfunding comments, meeting notes, and field observations).
- Entrepreneurial data often exist beyond formal questionnaires (e.g., venture websites, investor decks, incubator reports, and campaign updates).
- Different data forms reveal different layers of reality (e.g., interviews reveal interpretation, documents reveal representation, and observation reveals enactment).
- The best data source is the one that best answers the research question (e.g., legitimacy-building on crowdfunding may be better studied through campaign texts than through self-report alone).

Penjelasan

Dalam penelitian entrepreneurship, data tidak boleh dipahami secara sempit sebagai jawaban atas daftar pertanyaan. Banyak realitas bisnis justru paling jelas terlihat bukan dalam kuesioner, tetapi dalam jejak aktivitas yang ditinggalkan oleh pelaku. Venture websites, investor decks, notulen rapat, laporan inkubator, proposal hibah, crowdfunding pages, dan komentar backers semuanya dapat menjadi sumber data yang sangat kuat. Dengan kata lain, data adalah segala bentuk jejak yang dapat dibaca secara sistematis sebagai bukti atas suatu fenomena. Ini penting agar pembaca buku tidak terjebak dalam imajinasi metodologis yang terlalu sempit.

Hal ini sangat relevan karena entrepreneurship sering kali berlangsung dalam banyak arena sekaligus: arena naratif, arena formal, arena sosial, dan arena digital. Founder dapat mengatakan satu hal dalam wawancara, menampilkan citra lain dalam pitch deck, dan menjalankan praktik yang berbeda lagi di lapangan.

Itulah sebabnya bentuk data yang berbeda tidak saling menggantikan, tetapi justru membuka dimensi yang berbeda dari fenomena yang sama. Artikel tentang crowdfunding dalam entrepreneurial media discourse menunjukkan bahwa teks media digital dapat menjadi bukti penting untuk melihat bagaimana suatu fenomena diposisikan dalam ruang publik, bukan hanya bagaimana pelakunya mendeskripsikannya.

Karena itu, bentuk data yang dipilih akan menentukan lapisan realitas mana yang paling terang dalam penelitian. Wawancara sangat kuat untuk menangkap penafsiran. Dokumen sangat kuat untuk melihat bagaimana aktor merepresentasikan dirinya. Observasi sangat kuat untuk melihat apa yang benar-benar dilakukan. Data digital sangat kuat untuk menangkap pola perilaku yang terekam tanpa harus sepenuhnya bergantung pada ingatan responden. Peneliti yang baik memahami bahwa tidak ada data yang netral; masing-masing selalu membawa kemungkinan pengetahuan yang berbeda.

Pelajaran metodologisnya jelas: peneliti tidak boleh bertanya “data apa yang paling mudah diambil,” tetapi “jejak apa yang paling masuk akal untuk menjawab pertanyaan saya.” Kalau pertanyaannya tentang bagaimana legitimasi dibangun di platform crowdfunding, maka teks kampanye dan interaksi digital bisa lebih kuat daripada self-report. Kalau pertanyaannya tentang bagaimana rasa tanggung jawab diwariskan dalam bisnis keluarga, maka narasi wawancara bisa lebih relevan daripada angka survei. Ini adalah bentuk berpikir metodologis yang harus ditekankan dalam buku.

4 — INTERVIEWS

When the Research Needs Meaning, Voice, and Turning Points

- Interviews are powerful when researchers need actors' interpretations (e.g., how successors in family firms make sense of inherited responsibility).
- Semi-structured interviews allow comparability without killing nuance (e.g., founders answer similar prompts but narrate different trajectories).
- Interviews are especially useful for hidden tensions and sensitive transitions (e.g., conflict between family expectations and strategic business choices).
- The quality of interview data depends on probing, reflexivity, and trust (e.g., shallow questioning produces superficial narratives).

Penjelasan

Wawancara adalah metode yang sangat kuat ketika penelitian ingin memahami makna di balik tindakan. Ini penting, karena dalam dunia entrepreneurship banyak keputusan yang secara lahiriah tampak sama, tetapi sesungguhnya didorong oleh alasan yang berbeda. Dua penerus bisnis keluarga bisa sama-sama menerima suksesi, tetapi yang satu memaknainya sebagai kehormatan, sedangkan yang lain memaknainya sebagai beban. Survei mungkin mampu menangkap sikap secara umum, tetapi tidak cukup kuat untuk menunjukkan bagaimana tanggung jawab, loyalitas, atau konflik batin itu dipahami oleh pelaku. Di sinilah wawancara menjadi tidak tergantikan.

Kekuatan utama wawancara terletak pada kemampuannya membuka alur penafsiran. Peneliti tidak hanya mengetahui apa yang terjadi, tetapi juga bagaimana aktor menjelaskan apa yang terjadi itu kepada dirinya sendiri. Semi-structured interviews sangat berguna karena menjaga keseimbangan antara arah penelitian dan kebebasan narasi. Peneliti tetap memiliki kerangka, tetapi responden masih bisa membawa cerita, ketegangan, atau pengalaman yang tidak diprediksi sebelumnya. Justru pada ruang tak terduga itulah banyak temuan penting lahir.

Namun, wawancara yang baik tidak lahir hanya dari daftar pertanyaan. Ia bergantung pada kemampuan peneliti untuk membangun trust, mendengarkan secara aktif, dan melakukan probing yang tepat. Pertanyaan yang terlalu cepat, terlalu normatif, atau terlalu tertutup akan menghasilkan jawaban yang tipis. Karena itu, kualitas wawancara lebih banyak ditentukan oleh kedalaman interaksi daripada oleh jumlah pertanyaan. Ini perlu ditegaskan dalam buku, agar pembaca tidak mengira wawancara adalah metode "mudah" hanya karena bentuknya tampak sederhana.

Bagi naskah buku, pesan utamanya adalah ini: wawancara bukan sekadar alat untuk mengambil pernyataan, melainkan alat untuk memasuki dunia makna pelaku. Ketika tujuan penelitian adalah memahami pengalaman, dilema, ketegangan, dan perubahan penafsiran, wawancara menjadi salah satu metode paling tajam yang dimiliki peneliti.

5 — FIELD STUDY, OBSERVATION, AND CASE-BASED INQUIRY

When Entrepreneurship Must Be Seen in Action

- Observation captures practice, not just narration (e.g., how incubator managers and founders actually co-produce business assistance).

- Field studies are useful for evolving, interaction-heavy processes (e.g., strategy making that unfolds through daily action rather than formal plans).
- Case-based inquiry helps explain how and why in natural settings (e.g., why support relationships differ across incubated ventures).
- These methods reveal process, interaction, and enacted context (e.g., what entrepreneurs actually prioritize in everyday decisions).

Penjelasan

Ada banyak pertanyaan dalam entrepreneurship yang tidak cukup dijawab dengan meminta orang menceritakan apa yang mereka lakukan. Beberapa pertanyaan justru menuntut peneliti melihat tindakan itu secara langsung. Dalam konteks inkubator bisnis, misalnya, hubungan antara inkubator dan tenant tidak selalu tercermin dalam program formal atau pernyataan resmi. Banyak dinamika penting terjadi dalam bentuk percakapan spontan, intensitas intervensi, kesiapan founder untuk menerima bantuan, dan variasi cara dukungan dijalankan. Studi co-production of business assistance in business incubators memperlihatkan dengan sangat jelas bahwa bantuan bisnis bukan sesuatu yang “diberikan” sepihak, tetapi diproduksi bersama melalui relasi yang saling bergantung. Itu adalah temuan yang sangat sulit ditangkap bila peneliti hanya mengandalkan kuesioner.

Hal yang sama berlaku untuk strategi entrepreneurial firms. Artikel the entrepreneur's character, life issues, and strategy making menunjukkan bahwa strategi tidak selalu tumbuh dari rencana formal, tetapi dari prioritas hidup, sejarah personal, dan tindakan sehari-hari entrepreneur. Ini berarti bahwa untuk memahami strategi kewirausahaan, peneliti sering kali harus melihat prosesnya dalam setting alami, bukan sekadar membaca hasil akhirnya dalam dokumen formal. Observasi dan field study menjadi kuat justru karena ia menangkap strategi yang sedang dijalankan, bukan strategi yang sudah dirasionalisasi belakangan.

Pendekatan berbasis kasus juga penting karena ia membantu peneliti menjelaskan how dan why dalam dunia nyata. Ia memungkinkan pembacaan yang lebih halus terhadap interaksi, konteks, dan urutan kejadian. Dalam naskah buku, ini sangat penting karena menunjukkan bahwa metode bukan hanya alat untuk mengukur hubungan, tetapi juga alat untuk menjelaskan proses yang kompleks. Pembaca akan melihat bahwa entrepreneurship adalah sesuatu yang sering tumbuh melalui praktik, improvisasi, dan negosiasi terus-menerus.

Karena itu, observasi dan case-based inquiry harus dipahami sebagai metode yang memberi akses pada entrepreneurship as enacted reality. Peneliti tidak hanya mendengar apa yang dikatakan pelaku, tetapi melihat bagaimana mereka benar-benar bertindak, menyesuaikan diri, dan memprioritaskan sesuatu dalam keseharian. Itulah ketajaman utama metode ini.

6 — ETHNOGRAPHY AND CONTEXTUAL IMMERSION

When the Social World Is Part of the Venture

- Ethnography is powerful when context is inseparable from action (e.g., entrepreneurship shaped by kinship, patronage, and spiritual ties).
- Context should not be treated as passive background (e.g., entrepreneurs enact context through social and cultural relationships).

- Immersion reveals meanings that respondents may never state explicitly (e.g., forms of obligation, hierarchy, and trust).
- Ethnography is demanding, but uniquely rich for culturally embedded ventures (e.g., ethnic entrepreneurship and community-based enterprise).

Penjelasan

Salah satu kelemahan umum dalam penelitian bisnis adalah memperlakukan konteks sebagai sesuatu yang berada “di luar” entrepreneur. Cara pandang ini terlalu sempit. Pada banyak kasus, konteks justru merupakan bagian aktif dari tindakan usaha itu sendiri. Artikel an anthropological perspective on contextualizing entrepreneurship menunjukkan bahwa pada entrepreneur etnis Tionghoa di Asia Tenggara, relasi kekerabatan, patronase, dan spiritualitas bukan sekadar faktor eksternal, tetapi bagian dari cara entrepreneurship dijalankan, dinegosiasikan, dan dimaknai. Dengan kata lain, konteks tidak mengelilingi entrepreneur dari luar; konteks dijalankan melalui tindakan entrepreneur.

Di sinilah ethnography menjadi penting. Immersion memungkinkan peneliti melihat bagaimana kewajiban, penghormatan, rasa malu, hierarki, dan kepercayaan bekerja dalam kehidupan sehari-hari. Hal-hal seperti ini sering tidak diucapkan secara eksplisit dalam wawancara karena dianggap terlalu biasa, terlalu sensitif, atau terlalu “sudah sewajarnya.” Tetapi justru hal-hal itulah yang sering menopang keputusan usaha, relasi bisnis, dan strategi bertahan. Ethnography membantu peneliti membaca logika yang tersembunyi di balik praktik yang tampak biasa.

Metode ini sangat berguna untuk konteks seperti ethnic entrepreneurship, migrant entrepreneurship, community-based ventures, atau bisnis keluarga yang sangat dipengaruhi budaya lokal. Dalam setting seperti itu, keputusan usaha tidak pernah murni ekonomis. Ia selalu terkait dengan jaringan sosial, sejarah komunitas, dan makna-makna budaya yang lebih luas. Tanpa immersion yang cukup, peneliti mudah salah menafsirkan praktik yang tampaknya sederhana di permukaan.

Karena itu, ethnography bukan metode yang dipilih karena “unik,” tetapi karena fenomenanya memang menuntut kehadiran lapangan yang cukup dalam. Dalam buku metodologi, ethnography penting ditampilkan sebagai cara ilmiah untuk memahami entrepreneurship yang sangat tertanam dalam konteks sosial dan budaya, bukan sekadar sebagai metode alternatif.

7 — DOCUMENTS, ARCHIVES, AND MEDIA TEXTS

When Public Narratives Become Evidence

- Documents can reveal how ventures present themselves to stakeholders (e.g., pitch decks, incubator reports, investor briefs, and strategy memos).
- Media texts can show how entrepreneurship is publicly framed (e.g., how crowdfunding is positioned in financial and entrepreneurial discourse).
- Archives help researchers reconstruct processes over time (e.g., policy shifts, venture evolution, or organizational emergence).
- Documentary evidence is powerful when read critically, not passively (e.g., public texts may signal aspiration, not only reality).

Penjelasan

Dokumen sering kali dianggap sebagai bahan pendukung, padahal dalam banyak penelitian ia justru dapat menjadi sumber utama. Pitch deck, proposal hibah, laporan inkubator, ringkasan investor, memo strategi, dan website venture memperlihatkan bagaimana organisasi ingin dilihat oleh pihak lain. Itu penting, karena penelitian tidak hanya berkepentingan pada “apa yang terjadi,” tetapi juga pada “bagaimana realitas itu dipresentasikan.” Dalam konteks bisnis, representasi publik sering kali merupakan bagian dari strategi itu sendiri.

Media texts juga sangat berguna untuk membaca bagaimana suatu fenomena dibingkai di ruang publik. Artikel *the relevance of crowdfunding in the entrepreneurial framework from a specialized media perspective* menunjukkan bahwa crowdfunding bisa saja penting secara ekonomi, tetapi tetap memiliki profil rendah dalam discourse entrepreneurship media digital. Ini berarti media tidak hanya melaporkan fenomena; media ikut membentuk visibilitas dan legitimasi fenomena tersebut. Bagi peneliti, itu menjadikan teks media sebagai sumber data yang sangat bernilai.

Arsip memberi nilai tambahan karena membantu peneliti melihat proses secara longitudinal. Ketika peneliti ingin menjelaskan perubahan kebijakan, evolusi venture, atau munculnya bentuk organisasi baru, arsip memberi jejak yang lebih kuat daripada ingatan responden semata. Dengan arsip, penelitian dapat bergerak dari penggambaran saat ini menuju rekonstruksi proses pembentukan.

Namun, dokumen tidak boleh dibaca secara naif. Teks publik sering kali merupakan representasi strategis: ia bisa berisi harapan, janji, citra, atau klaim legitimasi. Justru karena itu, dokumen sangat berharga. Nilainya bukan hanya pada “kebenaran faktual,” tetapi pada kemampuannya memperlihatkan bagaimana organisasi memilih untuk terlihat. Peneliti yang matang akan membaca dokumen sebagai bukti representasi, bukan sekadar laporan netral.

8 — DIGITAL TRACE DATA

When Entrepreneurial Activity Leaves a Platform Footprint

- Digital platforms generate rich behavioral data (e.g., campaign updates, backer comments, risk disclosures, and reward structures).
- Digital traces are useful for studying signaling and resource acquisition (e.g., how disclosure influences crowdfunding outcomes).
- They help researchers capture large-scale behavior without relying only on self-report (e.g., analyzing hundreds or thousands of platform cases).
- Digital traces must still be interpreted theoretically (e.g., platform behavior matters because it signals trust, legitimacy, or uncertainty).

Penjelasan

Perkembangan platform digital telah mengubah wajah pengumpulan data dalam entrepreneurship. Kini, aktivitas venture sering meninggalkan jejak yang sangat rinci: update kampanye, komentar pengguna, struktur reward, disclosure of risks, hingga pola interaksi yang terus berubah. Bagi peneliti, ini membuka peluang besar karena banyak perilaku entrepreneurial kini dapat diamati melalui data yang terekam secara alami, bukan hanya melalui ingatan atau penjelasan setelah kejadian.

Kekuatan utama digital trace data adalah kemampuannya menangkap perilaku dalam skala besar dan secara lebih langsung. Artikel *risk disclosure and entrepreneurial resource acquisition in crowdfunding digital platforms* menunjukkan bahwa teks pengungkapan risiko pada platform dapat dianalisis untuk

menjelaskan hasil perolehan dana, dan bahwa struktur reward dapat memoderasi dampak topik risiko tertentu. Ini adalah contoh yang sangat tajam bahwa data digital bukan sekadar pelengkap, melainkan sumber utama untuk menjelaskan mekanisme resource acquisition.

Namun, keunggulan skala tidak boleh membuat peneliti lupa pada makna. Jejak digital hanya akan menjadi bukti ilmiah yang kuat bila ditafsirkan melalui kerangka teori. Pengungkapan risiko penting bukan hanya karena ia muncul dalam teks, tetapi karena ia berkaitan dengan signaling, legitimacy, trust, dan information asymmetry. Tanpa teori, peneliti hanya melihat pola permukaan, bukan penjelasan.

Untuk naskah buku, bagian ini sangat penting karena menunjukkan perkembangan mutakhir metodologi. Ia memperlihatkan bahwa penelitian modern tidak lagi terbatas pada instrumen tradisional. Peneliti kini dapat membaca platform behavior sebagai bentuk evidence yang serius, selama tetap menjaga disiplin teoritis dalam interpretasinya.

9 — SOCIAL ENTERPRISE AND ORGANIZATIONAL EMERGENCE EXAMPLE

Collecting Data on New Organizational Forms

- Some entrepreneurial questions require population-level or institutional data (e.g., how a new social enterprise form emerges after legal change).
- Organizational emergence can be studied through administrative and archival records (e.g., registration trends, policy changes, and organizational density).
- This kind of data helps explain formation, diffusion, and legitimacy at scale (e.g., why some forms expand rapidly while others remain marginal).
- Not all entrepreneurial research needs direct founder interviews (e.g., emergence can be studied through institutional traces).

Penjelasan

Tidak semua pertanyaan entrepreneurship harus dijawab pada level individu. Ada pertanyaan yang justru lebih tepat dijawab pada level populasi, organisasi, atau institusi. Misalnya, ketika peneliti ingin memahami bagaimana social enterprise tumbuh setelah adanya bentuk hukum baru, fokus penelitian bukan lagi terutama pada pengalaman personal founder, tetapi pada kemunculan dan difusi suatu bentuk organisasi. Ini memperluas imajinasi metodologis bahwa entrepreneurship juga dapat dipelajari sebagai fenomena kelembagaan.

Dalam konteks seperti ini, data administratif, arsip kebijakan, catatan registrasi, dan density organisasi menjadi sangat penting. Melalui data semacam itu, peneliti dapat melihat apakah suatu bentuk organisasi benar-benar tumbuh, bagaimana penyebarannya, dan apa yang mungkin mendorong atau menghambatnya. Kelebihan pendekatan ini adalah kemampuannya menjelaskan perubahan pada level yang lebih luas daripada pengalaman individual.

Pendekatan seperti ini juga mengajarkan bahwa tidak semua data terbaik datang dari wawancara. Kadang justru jejak kelembagaan memberi gambaran yang lebih kuat tentang emergence, legitimacy, dan diffusion. Ini penting untuk buku, karena pembaca perlu melihat bahwa metodologi penelitian tidak harus selalu bersifat mikro dan personal. Entrepreneurship dapat pula diteliti sebagai gejala populasi organisasi.

Dengan memasukkan contoh ini, naskah menjadi lebih kaya dan tidak terjebak pada satu jenis dunia empiris. Pembaca akan memahami bahwa data collection dalam entrepreneurship bisa bergerak dari level personal hingga level institusional, tergantung sifat pertanyaan penelitiannya.

10 — CONCLUSION

- Data collection is not a routine step, but a strategic methodological choice (e.g., the same topic may require interviews, observation, documents, or digital traces depending on the question).
- Different data sources reveal different entrepreneurial realities (e.g., public narratives, lived meanings, enacted practices, and institutional patterns).
- The best method is the one that fits the logic of the phenomenon (e.g., platform behavior is better captured by digital traces than by memory-based self-report alone).
- Strong entrepreneurial research collects evidence that is both relevant and intellectually defensible (e.g., matching the source of data to the nature of the claim).

Penjelasan

Pada akhirnya, data collection harus dipahami sebagai keputusan strategis tentang jenis realitas apa yang ingin dibuka oleh penelitian. Ia bukan sekadar tahap pelaksanaan setelah proposal selesai. Pertanyaan yang sama bisa menghasilkan strategi pengumpulan data yang sangat berbeda tergantung apakah peneliti ingin menjelaskan pola, menangkap makna, melihat praktik, atau membaca jejak kelembagaan. Inilah sebabnya pengumpulan data harus selalu dibaca sebagai bagian dari logika inquiry.

Kita telah melihat bahwa wawancara membuka makna, observasi membuka praktik, dokumen membuka representasi, arsip membuka pola kelembagaan, dan digital traces membuka perilaku yang terekam. Tidak ada metode yang selalu paling unggul. Yang ada adalah metode yang paling tepat untuk fenomena dan pertanyaan tertentu. Kematangan metodologis justru terlihat ketika peneliti mampu menyesuaikan sumber bukti dengan jenis klaim yang ingin dibangun.

Karena itu, kekuatan penelitian tidak hanya bergantung pada banyaknya data, tetapi pada kecocokan antara pertanyaan, konteks, dan jenis bukti yang digunakan. Data yang banyak tetapi salah sasaran akan menghasilkan penjelasan yang lemah. Sebaliknya, data yang tepat, meski tidak selalu sangat besar, dapat menghasilkan pengetahuan yang jauh lebih kuat. Ini adalah prinsip yang sangat penting untuk buku metodologi.

11 — KEY TAKEAWAYS

- Entrepreneurial research can draw on multiple forms of evidence (e.g., interviews, observation, documents, media texts, archives, and digital traces).
- Examples must vary across contexts to enrich methodological understanding (e.g., incubators, family business, ethnic entrepreneurship, social enterprise, and crowdfunding).
- Method choice should follow the phenomenon, not habit (e.g., some questions need immersion, others need platform data, and others need archives).

- A book-quality methods chapter should avoid repetitive examples and repetitive logic (e.g., each method should be illustrated through a distinct research world).

Penjelasan

Pelajaran pertama dari pertemuan ini adalah bahwa entrepreneurship research memiliki spektrum data yang luas. Peneliti dapat bekerja dengan bukti verbal, visual, dokumenter, perilaku, dan digital. Ini penting agar pembaca buku melihat bahwa metodologi bukan dunia yang sempit, tetapi medan pilihan intelektual yang kaya.

Pelajaran kedua adalah bahwa contoh-contoh metodologis juga harus beragam. Inkubator, bisnis keluarga, ethnic entrepreneurship, social enterprise, dan crowdfunding menunjukkan bahwa metode bekerja berbeda dalam konteks yang berbeda. Variasi contoh bukan sekadar pemanis, tetapi bagian dari pendidikan metodologis itu sendiri, karena membantu pembaca memahami fleksibilitas metode.

Pelajaran ketiga adalah bahwa peneliti yang matang memilih metode karena fenomenanya menuntut demikian, bukan karena ia sudah terbiasa memakai metode tersebut. Jika pertanyaannya tentang praktik dan interaksi, observation bisa lebih kuat. Jika pertanyaannya tentang public discourse, media texts bisa lebih relevan. Jika pertanyaannya tentang signaling pada platform, digital traces menjadi pilihan yang lebih masuk akal.

12 — CLOSING REMARKS

- Strong evidence begins with strong choices about how to collect it (e.g., a good theory still fails if evidence is gathered from the wrong source).
- Entrepreneurial contexts reward methodological imagination (e.g., evidence may come from people, practices, documents, or platforms).
- Researchers must explain not only what they found, but why their data deserve trust (e.g., by justifying source, access, and fit).
- The next step is to examine how collected data are turned into defensible measures and instruments (e.g., moving from evidence gathering to validity and reliability).

Penjelasan

Pertemuan ini menegaskan bahwa bukti yang kuat tidak lahir secara otomatis dari teori yang baik. Ia lahir dari keputusan metodologis yang baik tentang bagaimana bukti itu dikumpulkan. Penelitian akan lemah bila sumber datanya tidak sesuai, sekalipun framework teorinya menarik. Karena itu, data collection harus diposisikan sebagai bagian inti dari kekuatan penelitian, bukan sekadar tahap teknis.

Konteks entrepreneurship memberi tantangan sekaligus peluang besar. Sumber datanya sangat beragam, tetapi peneliti harus cukup imajinatif dan cukup disiplin untuk memilih mana yang paling tepat. Orang, praktik, dokumen, media, dan platform semuanya bisa menjadi bukti, tetapi nilainya bergantung pada seberapa baik peneliti menjelaskan relevansi dan kecocokannya dengan pertanyaan penelitian.

Karena itu, peneliti yang matang tidak hanya mengatakan “ini data saya,” tetapi juga menunjukkan mengapa data itu pantas dipercaya. Transparansi tentang sumber, akses, konteks, dan alasan pemilihan metode adalah bagian dari integritas ilmiah. Itulah yang membedakan penelitian yang rapi secara formal dari penelitian yang sungguh kuat secara metodologis.

See you in Meeting 9, with the topic:

Instrument Development: Validity and Reliability

Pada pertemuan berikutnya, kita akan bergerak dari how evidence is gathered menuju how evidence is turned into trustworthy measurement, sehingga instrumen penelitian benar-benar valid dan reliabel.

1. Research Methods for Business Students, Mark N. K. Saunders, Philip Lewis, Adrian Thornhill, Pearson, 2024, 888 pages.
2. Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, John W. Creswell, J. David Creswell, SAGE Publications, 2018, 304 pages.
3. Research Methods For Business: A Skill Building Approach, Roger Bougie, Uma Sekaran, John Wiley & Sons, 2020, 432 pages.
4. Business Research Methods, Emma Bell, Bill Harley, Alan Bryman, Oxford University Press, 2022, 647 pages.
5. Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship, Helle Neergaard, John Parm Ulhøi (Editors), Edward Elgar Publishing, 2007, 520 pages.
6. Co-production of Business Assistance in Business Incubators: An Exploratory Study, William B. Gartner, Monica C. Rice, Journal of Business Venturing, Elsevier, 2002, 163-187.
7. The Entrepreneur's Character, Life Issues, and Strategy Making: A Field Study, J. Robert Baum, Edwin A. Locke, Journal of Business Venturing, Elsevier, 2002, 489-518.
8. An Anthropological Perspective on Contextualizing Entrepreneurship, Michiel Verver, Juliette Koning, Small Business Economics, Springer, 2024, 649-665.
9. The Relevance of Crowdfunding in the Entrepreneurial Framework from a Specialized Media Perspective, Desamparados Cervantes-Zacarés, Myriam Martí-Sánchez, Marcos Pascual-Soler, José-Miguel Berné-Martínez, Journal of Business Research, Elsevier, 2023, 113665.
10. Risk Disclosure and Entrepreneurial Resource Acquisition in Crowdfunding Digital Platforms: Evidence from Digital Technology Ventures, Hong Huo, Chen Wang, Chunjia Han, Mu Yang, Wen-Long Shang, Information Processing & Management, Elsevier, 2024, 103655.
11. The Nascent Ecology of Social Enterprise, Helen Haugh, Paul Robson, John Hagedoorn, Kate Sugar, Small Business Economics, Springer, 2022, 1223-1242.