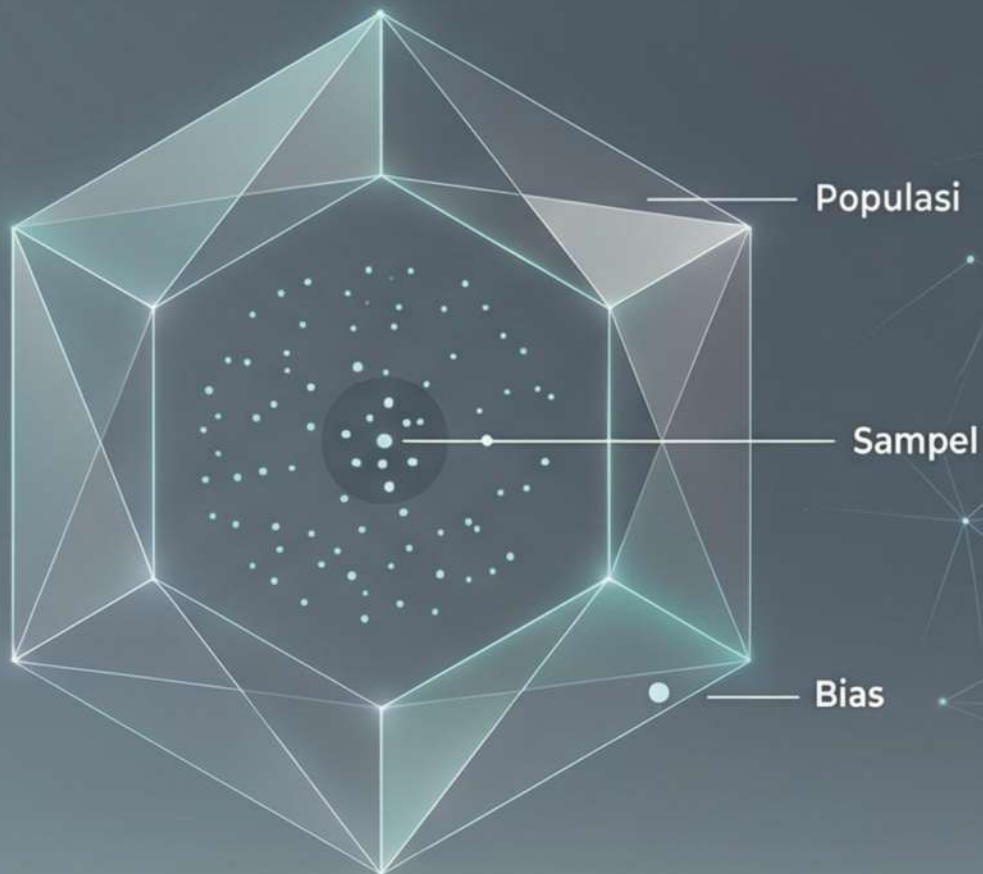


POPULASI, SAMPEL DAN BIAS

Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern



Riyadi Wibowo, Amiruddin, Andri Pratama Budiman,
Anisa Cahya Dini, Dani Budiyo, Dimas Adi Pratama, Helda Fajriani,
Herdiansa Putra, Indah Sri Munggar, Karmila Sari, Nita Sintia

POPULASI, SAMPEL DAN *BIAS*

Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern

Riyadi Wibowo, Amiruddin, Andri Pratama Budiman,
Anisa Cahya Dini, Dani Budiyo, Dimas Adi Pratama, Helda Fajriani,
Herdiansa Putra, Indah Sri Munggar, Karmila Sari, Nita Sintia



POPULASI, SAMPEL DAN BIAS
Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern

Tim Penulis:

**Riyadi Wibowo, Amiruddin, Andri Pratama Budiman,
Anisa Cahya Dini, Dani Budiyanto, Dimas Adi Pratama, Helda Fajriani,
Herdiansa Putra, Indah Sri Munggari, Karmila Sari, Nita Sintia**

Desain Cover:

Riyadi Wibowo

Sumber Ilustrasi:

Riyadi Wibowo

Tata Letak:

Riyadi Wibowo

Editor:

Dr. Ir. Umi Rusilowati, M.M.

ISBN:

978-634-317-222-2

Cetakan Pertama:

September, 2026

**Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama**

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: @penerbitwidina

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas tersusunnya buku karya mahasiswa dengan baik. Kehadiran buku ini menjadi salah satu bukti nyata bahwa mahasiswa tidak hanya mampu memahami teori di dalam ruang perkuliahan, tetapi juga mampu menuangkan gagasan, pemikiran, kreativitas, dan hasil refleksi akademiknya ke dalam sebuah karya ilmiah yang bermanfaat. Sebagai Ketua Program Studi, saya merasa bangga dan memberikan apresiasi setinggi-tingginya atas semangat serta dedikasi mahasiswa dalam menyelesaikan buku ini.

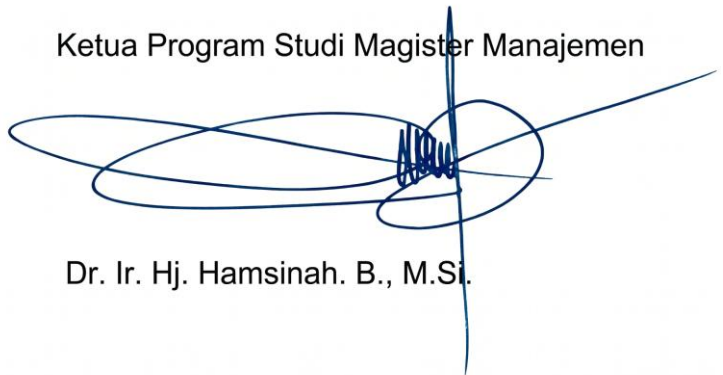
Buku ini merupakan representasi dari semangat belajar, budaya literasi, dan daya inovasi mahasiswa yang terus berkembang di tengah dinamika dunia pendidikan saat ini. Setiap tulisan yang tersaji di dalamnya mencerminkan proses berpikir kritis, kemampuan analisis, serta keberanian mahasiswa dalam menyampaikan ide dan perspektifnya. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki potensi besar untuk menjadi generasi intelektual yang unggul, kreatif, dan mampu memberikan kontribusi positif bagi masyarakat maupun dunia akademik.

Kami berharap karya ini tidak hanya menjadi pencapaian akademik semata, tetapi juga menjadi inspirasi bagi mahasiswa lainnya untuk terus berkarya dan mengembangkan kemampuan diri. Menulis buku adalah sebuah langkah besar dalam membangun tradisi keilmuan dan memperkuat budaya akademik yang produktif. Oleh karena itu, saya mengajak seluruh mahasiswa untuk terus menumbuhkan semangat literasi, riset, dan publikasi

sebagai bagian dari pengembangan kompetensi diri di era global yang penuh tantangan.

Akhir kata, saya mengucapkan selamat dan sukses kepada seluruh mahasiswa yang telah berkontribusi dalam penyusunan buku ini. Semoga karya yang dihasilkan dapat memberikan manfaat, menambah wawasan pembaca, serta menjadi amal ilmu yang bernilai positif di masa mendatang. Teruslah berkarya, berinovasi, dan membawa nama baik institusi melalui prestasi-prestasi yang membanggakan.

Ketua Program Studi Magister Manajemen

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a vertical line extending downwards, positioned over the text of the chair's name.

Dr. Ir. Hj. Hamsinah. B., M.Si.

PRAKATA

Alhamdulillah, Puji syukur senantiasa kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku kolaborasi yang berjudul **"Populasi, Sampel dan Bias: Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern"** ini dapat diselesaikan dengan baik.

Buku ini kami susun sebagai respon terhadap dinamika metodologi penelitian yang terus berkembang, khususnya dalam bidang ilmu manajemen di era digital. Kami menyadari bahwa pemahaman yang menyeluruh mengenai batasan populasi, teknik penarikan sampel yang presisi (baik *probability* maupun *non-probability sampling*), determinasi ukuran sampel, hingga mencegah berbagai ancaman *bias* merupakan prasyarat penting untuk menghasilkan riset dan keputusan manajerial yang valid.

Melalui sepuluh bab yang disajikan mulai dari landasan terminologi, dinamika kerangka sampel, pengujian validitas eksternal, hingga etika dan privasi subjek penelitian kami berupaya mengintegrasikan konsep filosofis, dasar teoretis, serta aplikasi praksisnya. Buku ini juga dirancang secara interaktif dengan menyertakan contoh kasus manajemen pemasaran, tata kelola organisasi, serta kelengkapan latihan soal untuk menguji pemahaman pembaca.

Penyelesaian karya ini tentu tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta kontribusi pemikiran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, tim penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Dr. Ir. Umi Rusilowati, M.M., selaku editor buku ini. Terima kasih yang tak terhingga atas dedikasi, arahan yang tajam, serta ketelitian beliau dalam menyunting dan mengawal kualitas naskah ini sehingga menjadi sebuah karya akademik yang sistematis, berbobot, dan mudah dipahami.

Seluruh rekan-rekan tim penulis: **Riyadi Wibowo, Amiruddin, Andri Pratama Budiman, Anisa Cahya Dini, Dani Budiyanto, Dimas Adi Pratama, Helda Fajriani, Herdiansa Putra, Indah Sri Munggari, Karmila Sari, dan Nita Sintia** atas kerja keras, diskusi kritis, dan sinergi yang luar *biasa* dari awal penyusunan draf hingga tahap akhir penyelesaian.

Pihak penerbit dan seluruh pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu, yang telah memberikan fasilitasi dan dukungan hingga buku ini dapat hadir di hadapan pembaca.

Kami menyadari bahwa ilmu pengetahuan terus berkembang dan karya ini masih memiliki ruang untuk penyempurnaan. Oleh karenanya, segala kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca sangat kami harapkan. Akhir kata, semoga buku ini mampu menjadi panduan terpercaya dan memberikan kontribusi nyata bagi mahasiswa, akademisi, serta praktisi yang tengah merancang riset manajemen modern

Tangerang Selatan, September 2026

Tim Penulis

DAFTAR ISI

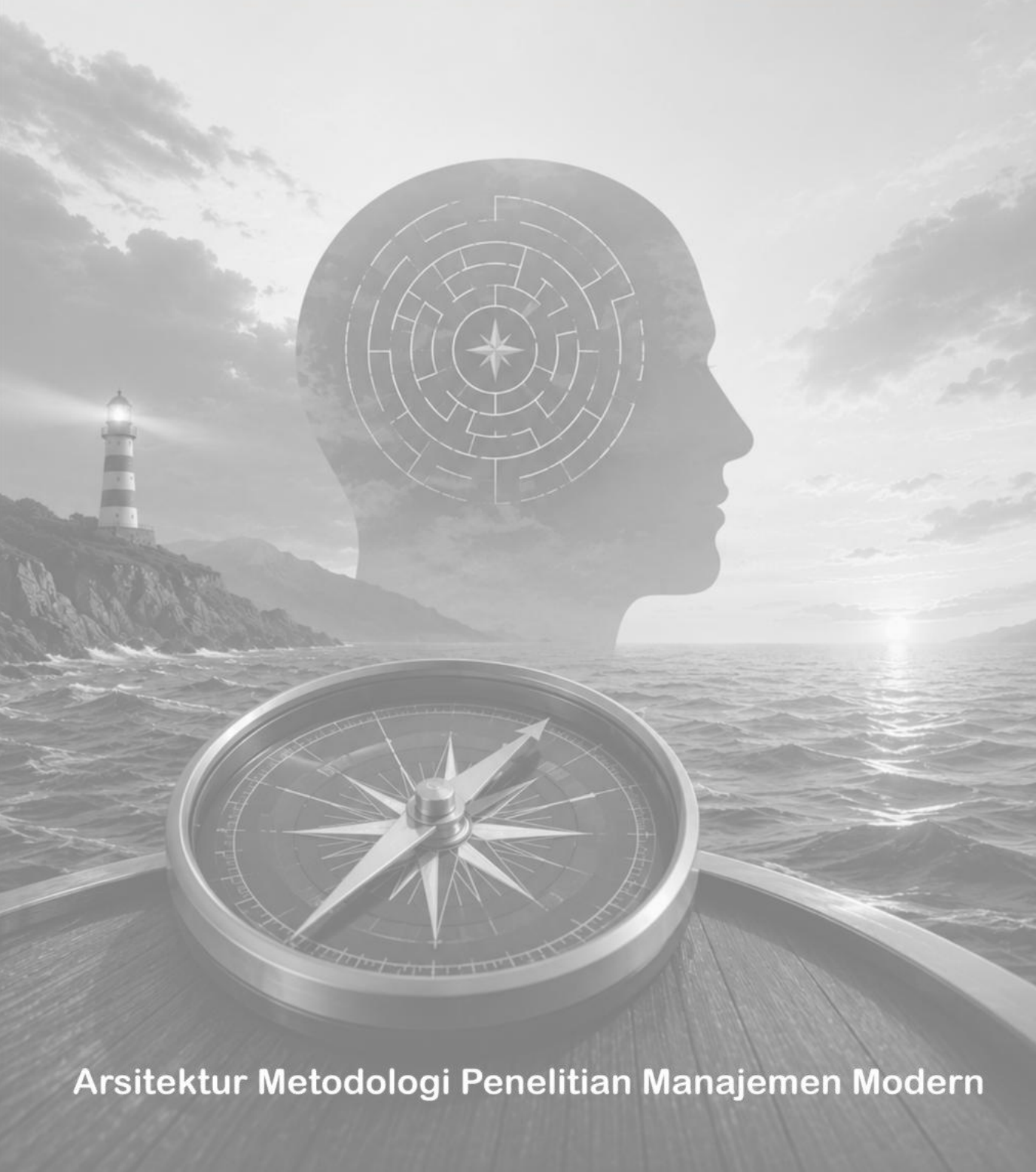
KATA PENGANTAR	iii
PRAKATA	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB 1 ONTOLOGI POPULASI DAN UNIT ANALISIS.....	2
A. Landasan Teori dan Studi Literatur	2
B. Ruang Lingkup dan Dimensi	4
C. Pembahasan Teoritis dan Model Konseptual	6
D. Permasalahan dan Keterbatasan.....	8
E. Implementasi dalam Penelitian Manajemen.....	9
F. Latihan Soal & Pembahasan	10
BAB 2 TAKSONOMI POPULASI - TARGET VS TERJANGKAU	16
A. Pendahuluan.....	16
B. Batasan Ontologis Populasi dalam Metodologi Modern	17
C. Polarisasi Taksonomi: Target vs Terjangkau	17
D. Dinamika Kesenjangan Cakupan (<i>Coverage Error</i>).....	19
E. Stratifikasi Populasi: Teknik Meningkatkan Presisi	22
F. Contoh Soal dan Pembahasan.....	23
BAB 3 DINAMIKA KERANGKA SAMPEL	26
A. Pendahuluan.....	26
B. Landasan Teori Teknik <i>Sampling</i>	26
C. Klasifikasi Teknik <i>Sampling</i> dan Representativitas Data	27
D. Formulasi Ukuran Sampel, Analisis Kekuatan, dan <i>Effect Size</i>	28
E. Analisis Kuantifikasi dan Strategi Reduksi Kesalahan	30

F. Implementasi dalam Penelitian Manajemen	31
G. Contoh Soal dan Pembahasan	32
BAB 4 RANCANGAN PROBABILITAS SAMPEL KOMPLEKS.....	38
A. Pengertian Penarikan Sampel dalam Metodologi	38
B. <i>Simple Random Sampling</i> (SRS) dan Ekstensinya	39
C. Proporsionalitas vs Disproporsionalitas	42
D. <i>Cluster</i> dan <i>Multi-Stage Sampling</i> : Pragmatisme vs Presisi	45
E. <i>Systematic Sampling</i> : Distorsi Pola dan Era <i>Big Data</i>	47
F. Sintesis Matriks dan Estimator Parameter	49
G. Rancangan Logika Penentuan Teknik	50
H. Contoh Soal dan Pembahasan	52
BAB 5 RIGORITAS NON-PROBABILITY SAMPLING.....	56
A. Pendahuluan.....	56
B. Landasan Teori dan Studi Literatur	57
C. Definisi dan Konsep <i>Non-Probability Sampling</i> dalam Riset	58
D. Ruang Lingkup dan Dimensi	59
E. <i>Purposive Sampling</i>	60
F. Pembahasan Teoritis dan Model	62
G. Permasalahan dan Keterbatasan	64
H. Implementasi dalam Penelitian Manajemen	64
I. Contoh Kasus Penelitian.....	67
BAB 6 DETERMINASI UKURAN SAMPEL DAN POWER ANALYSIS.....	70
A. Pendahuluan.....	70
B. Landasan Teori dan Studi Literatur	71
C. Ruang Lingkup dan Dimensi	73

D. Pembahasan Teoretis dan Model.....	74
E. Permasalahan dan Keterbatasan.....	76
F. Implementasi dalam Penelitian Manajemen.....	77
G. Studi Kasus Aplikasi Riset Manajemen	78
H. Latihan Soal dan Pembahasan	79
BAB 7 PENANGANAN <i>BIAS</i>	84
A. Pendahuluan.....	84
B. Sumber dan Dampak <i>Non-Response Bias</i>	85
C. <i>Self-Selection Bias</i> : Mekanisme dan Deteksi	87
D. <i>Common Method Bias</i> (CMB) dalam Riset Manajerial	88
E. Teknik Pengujian <i>Bias</i> : <i>Harman's Test</i> dan CFA.....	89
F. Strategi Mitigasi dan Tata Kelola Instrumen	90
G. Latihan Soal dan Pembahasan	91
BAB 8 TEKNIK <i>SAMPLING</i> DI ERA DIGITAL	96
A. Pergeseran Pandangan <i>Sampling</i> di Era Digital.....	96
B. Ekstraksi Data: <i>Web Scraping</i> dan <i>API Sampling</i>	97
C. Pandangan <i>Big Data</i>	100
D. <i>Platform</i> Digital: <i>Survey</i> Daring dan Panel Penelitian	101
E. Problematika Representativitas Data Digital.....	103
F. Latihan Evaluasi Kompetensi.....	106
BAB 9 VALIDITAS EKSTERNAL VS <i>TRANSFERABILITY</i>.....	112
A. Pendahuluan.....	112
B. Landasan Teori dan Studi Literatur	113
C. Ruang Lingkup dan Dimensi	116
D. Pembahasan Teoritis dan Model.....	119

E. Permasalahan dan Keterbatasan	120
F. Implementasi dalam Penelitian Manajemen	121
G. Contoh Kasus Penelitian dalam Manajemen Pemasaran	122
H. Latihan Soal dan Pembahasan Konsep.....	123
BAB 10 PROTOKOL ETIKA DAN PRIVASI SUBJEK.....	130
A. Pendahuluan.....	130
B. <i>Informed Consent</i> : Komponen dan Implementasi	132
C. Anonimitas, Kerahasiaan, dan Pseudonimisasi	134
D. Regulasi Perlindungan Data:	139
E. Prosedur <i>Ethical Clearance</i> di Perguruan Tinggi.....	140
F. Integritas Pelaporan dan <i>Bias</i> Analitik	142
G. Implementasi dalam Riset Manajemen	143
H. Contoh Soal dan Pembahasan	144
PENUTUP	147
DAFTAR PUSTAKA	149

ONTOLOGI POPULASI



Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern

BAB 1

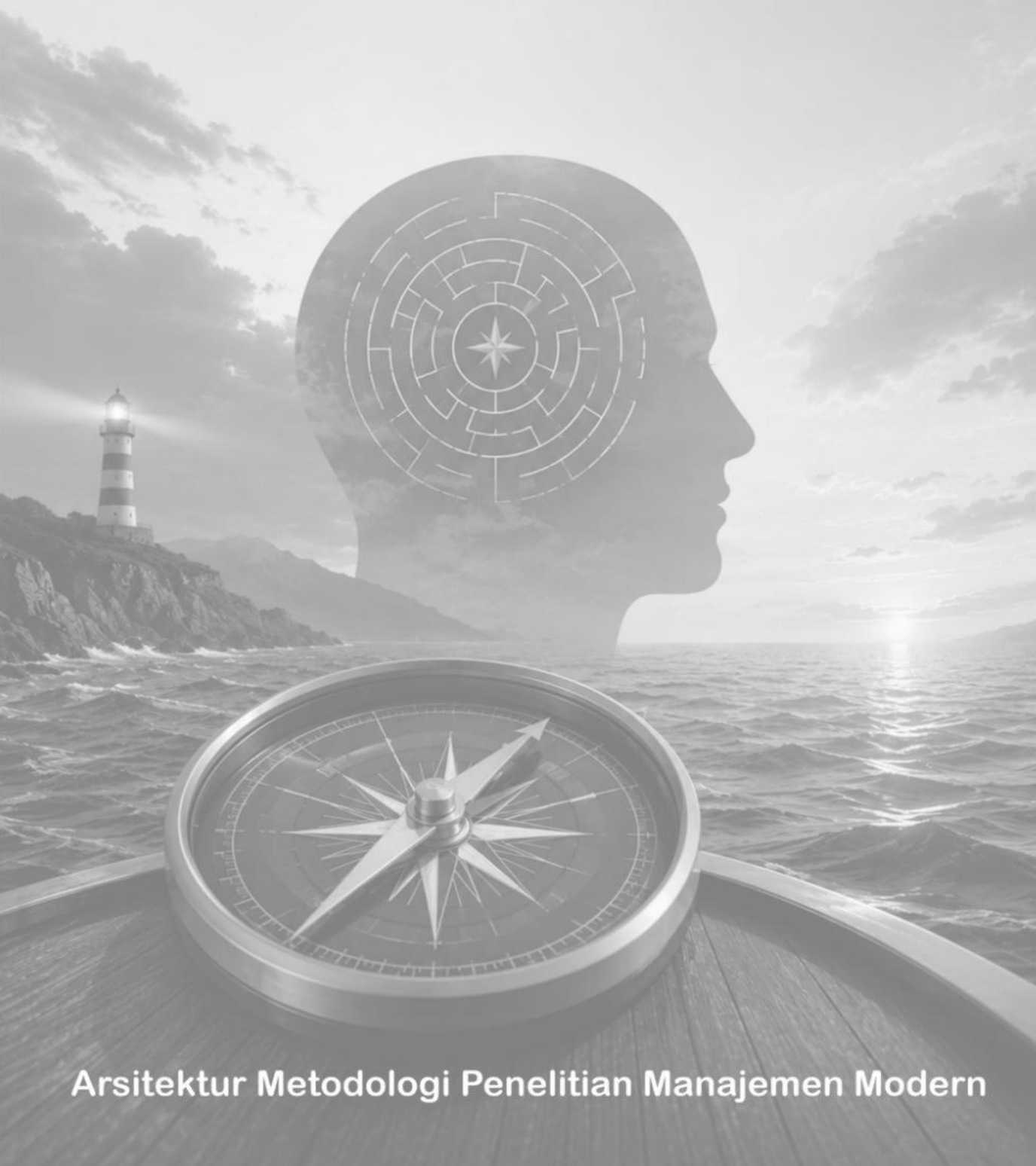
ONTOLOGI POPULASI DAN UNIT ANALISIS

Secara etimologis, istilah ontologi berakar dari bahasa Yunani, yakni *ontos* (sesuatu yang mewujud atau eksis) dan *logos* (ilmu atau kajian). Sebagai salah satu cabang utama filsafat, ontologi menitikberatkan pada telaah mendalam mengenai hakikat realitas. Dalam metodologi penelitian, ontologi mengambil peran penting sebagai pijakan filosofis. Pijakan ini memandu peneliti dalam mengonseptualisasikan apa yang diakui sebagai realitas objektif, batasan-batasannya, serta bagaimana realitas tersebut dapat dibedah secara ilmiah. Konsekuensinya, pandangan secara filsafat secara langsung mendikte cara peneliti merumuskan fenomena, membatasi objek pengamatan, dan memilih pendekatan metodologis yang paling relevan.

A. LANDASAN TEORI DAN STUDI LITERATUR

Tiga elemen mendasar dalam desain penelitian metodologis, ontologi, populasi, dan unit analisis berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan abstraksi filosofis dengan implementasi riset empiris. Agar seorang peneliti mampu mengidentifikasi serta membedah fenomena secara presisi, ontologi hadir untuk mengurai hakikat realitas yang menjadi lokus penyelidikan. Implikasi logis dari hal ini adalah bahwa kredibilitas suatu penelitian tidak semata-mata diukur dari kecanggihan alat analisisnya, melainkan sangat bergantung pada seberapa jernih peneliti merumuskan realitas yang menjadi titik tolak penelitian.

TAKSONOMI POPULASI



Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern

BAB 2

TAKSONOMI POPULASI - TARGET VS TERJANGKAU

A. PENDAHULUAN

Transisi dari konseptualisasi teoretis menuju eksekusi empiris merupakan salah satu fase paling rawan dalam desain metodologi. Menentukan tata cara atau metode untuk memilih sebagian kecil dari populasi bukanlah sekadar masalah prosedur teknis. Hal tersebut adalah sebuah persyaratan metodologis mendasar yang pada akhirnya akan menentukan tingkat validitas keputusan manajemen yang dihasilkan. Penelitian manajemen selalu berhadapan dengan problematika mengenai mekanisme pengumpulan data serta seberapa tangguh representasi data tersebut dalam menggambarkan keadaan pasar atau organisasi yang sesungguhnya.

Dalam riset, membedakan batasan antara objek yang idealnya ingin dikaji dan objek yang secara pragmatis dapat diobservasi adalah sebuah keharusan. Bab ini akan membedah secara mendalam taksonomi populasi, menginvestigasi polarisasi antara Populasi Target (*Target Population*) dan Populasi Terjangkau (*Accessible Population*), serta mengupas anatomi kesenjangan cakupan (*coverage error*) yang kerap mendelegitimasi konklusi strategis dalam bisnis.

DINAMIKA KERANGKA SAMPEL



Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern

BAB 3

DINAMIKA KERANGKA SAMPEL

A. PENDAHULUAN

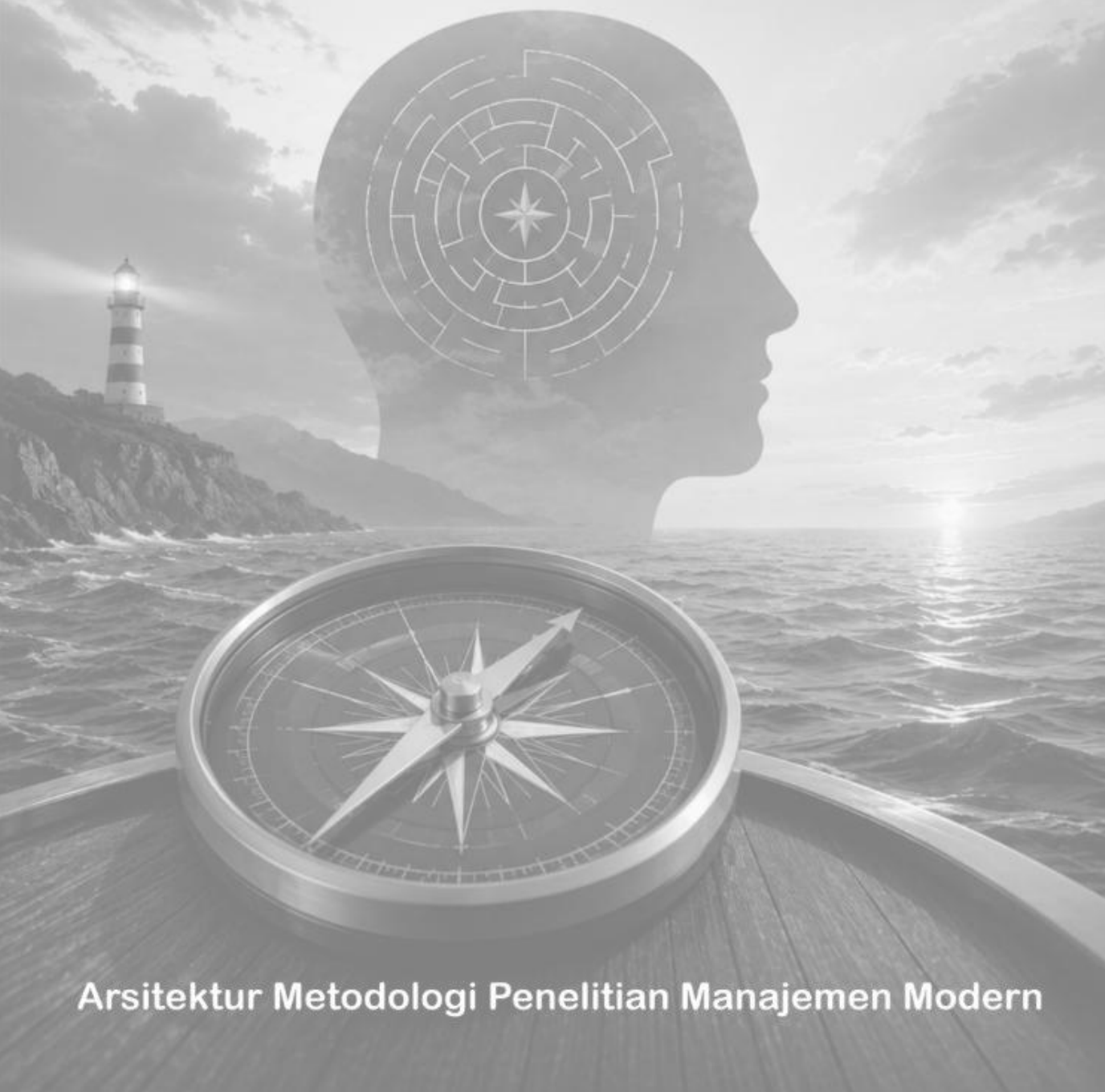
Penelitian manajemen selalu menghadapi masalah tentang cara mengumpulkan data dan seberapa baik data tersebut dapat menggambarkan keadaan organisasi atau pasar yang sebenarnya. Untuk menentukan metode ilmiah untuk memilih sebagian kecil populasi, bahasan ini berfungsi sebagai penghubung antara operasi. Memilih metode teknik *sampling* dan menghitung jumlah bukan sekadar masalah prosedur teknis. Hal itu adalah persyaratan metodologis yang akan menentukan validitas keputusan manajemen.

Pada saat ini, riset manajemen banyak menggunakan survei berbasis internet. Oleh karena itu, pemahaman tentang keterwakilan data, penghitungan tingkat kesalahan sampel, dan perluasan cakupan kerangka sampel menjadi sangat penting bagi peneliti. Melalui bahasan ini, Anda akan mempelajari cara pemilihan sampel probabilitas dan *non-probabilitas*, penghitungan ukuran sampel berbasis kekuatan numerik, serta strategi sistematis untuk menekan *bias* data. Rekomendasi keputusan manajemen yang tepat dan dapat diterapkan adalah tujuan.

B. LANDASAN TEORI TEKNIK *SAMPLING*

Konseptualisasi teknik-teknik *sampling* dikemukakan oleh berbagai pakar dengan fokus yang saling melengkapi:

PROBABILITAS SAMPEL KOMPLEKS



Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern

BAB 4

RANCANGAN PROBABILITAS

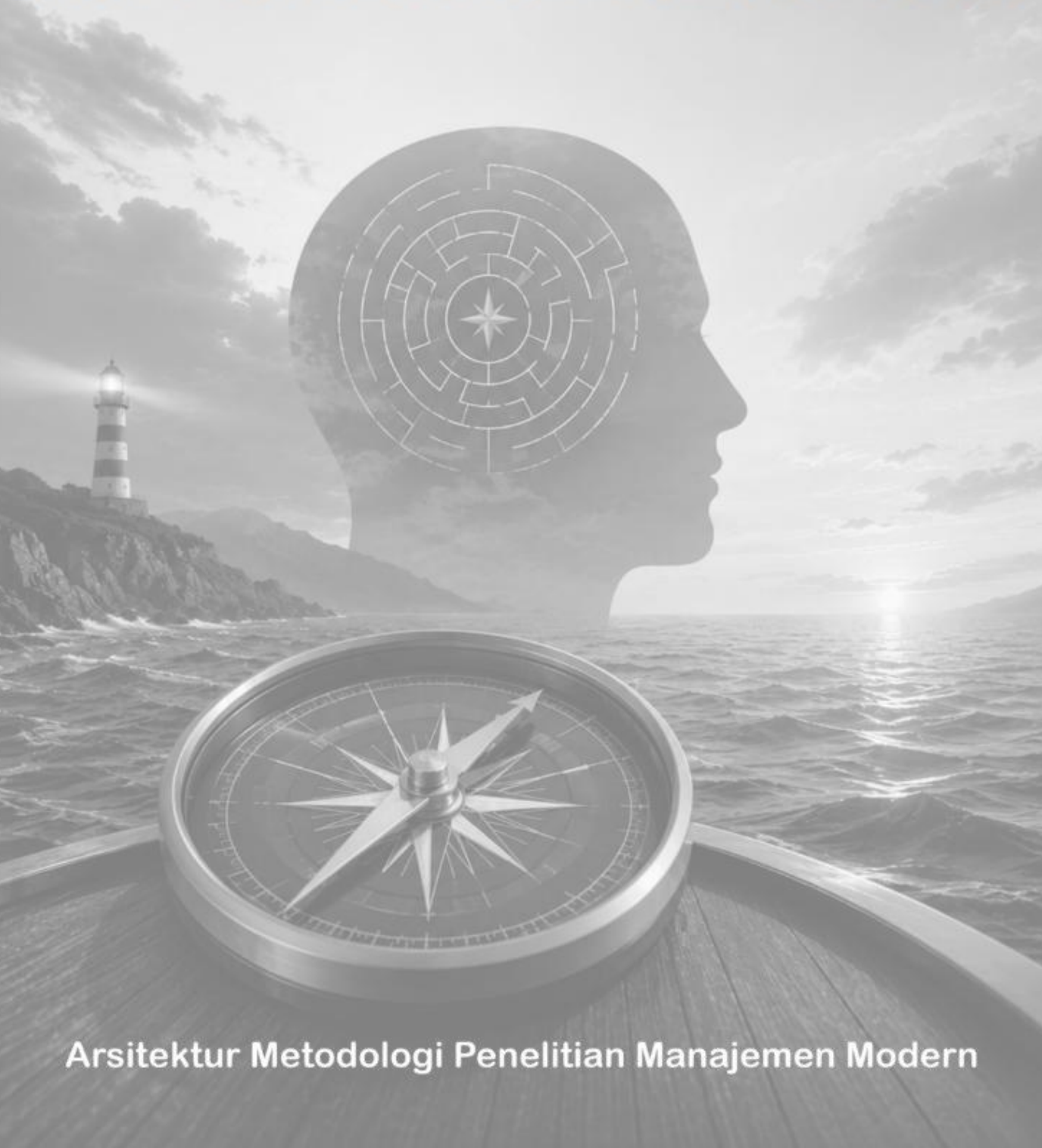
SAMPEL KOMPLEKS

A. PENGERTIAN PENARIKAN SAMPEL DALAM METODOLOGI

Dalam penelitian kuantitatif, desain pengambilan sampel adalah pilihan utama yang secara langsung memengaruhi validitas dan akurasi penelitian. Kesalahan dalam proses pengambilan sampel tidak hanya mencemari data mentah, tetapi juga membahayakan validitas eksternal. Pada akhirnya, hal ini menantang peneliti untuk membuat generalisasi tentang apa yang mereka lihat tentang populasi sasaran. Prinsip probabilitas sampel berdasarkan asumsi bahwa setiap komponen populasi memiliki kemungkinan yang diketahui, diukur, dan tidak nol untuk dikeluarkan dari populasi sehingga termasuk dalam sampel yang akan dianalisis.. Sebagai dasar yang tepat untuk setiap inferensi statistik prediktif yang sah, karakteristiknya yang unik membedakannya dari pendekatan *non*-probabilitas sekaligus menjadi prasyarat yang tidak bersyarat.

Namun, setiap varian dalam klaster probabilitas akan memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan. Intinya adalah bahwa menggunakan teknik atau metode yang tidak sesuai dengan karakteristik mendasar dari suatu populasi tertentu adalah salah. Meskipun teknik atau metode tersebut berbasis probabilitas, Mereka berisiko menghasilkan estimasi parameter yang salah dan tidak efisien terhadap varians, yang membuatnya sulit untuk

RIGORITAS NON-PROBABILITAS SAMPLING



Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern

BAB 5

RIGORITAS *NON-PROBABILITY SAMPLING*

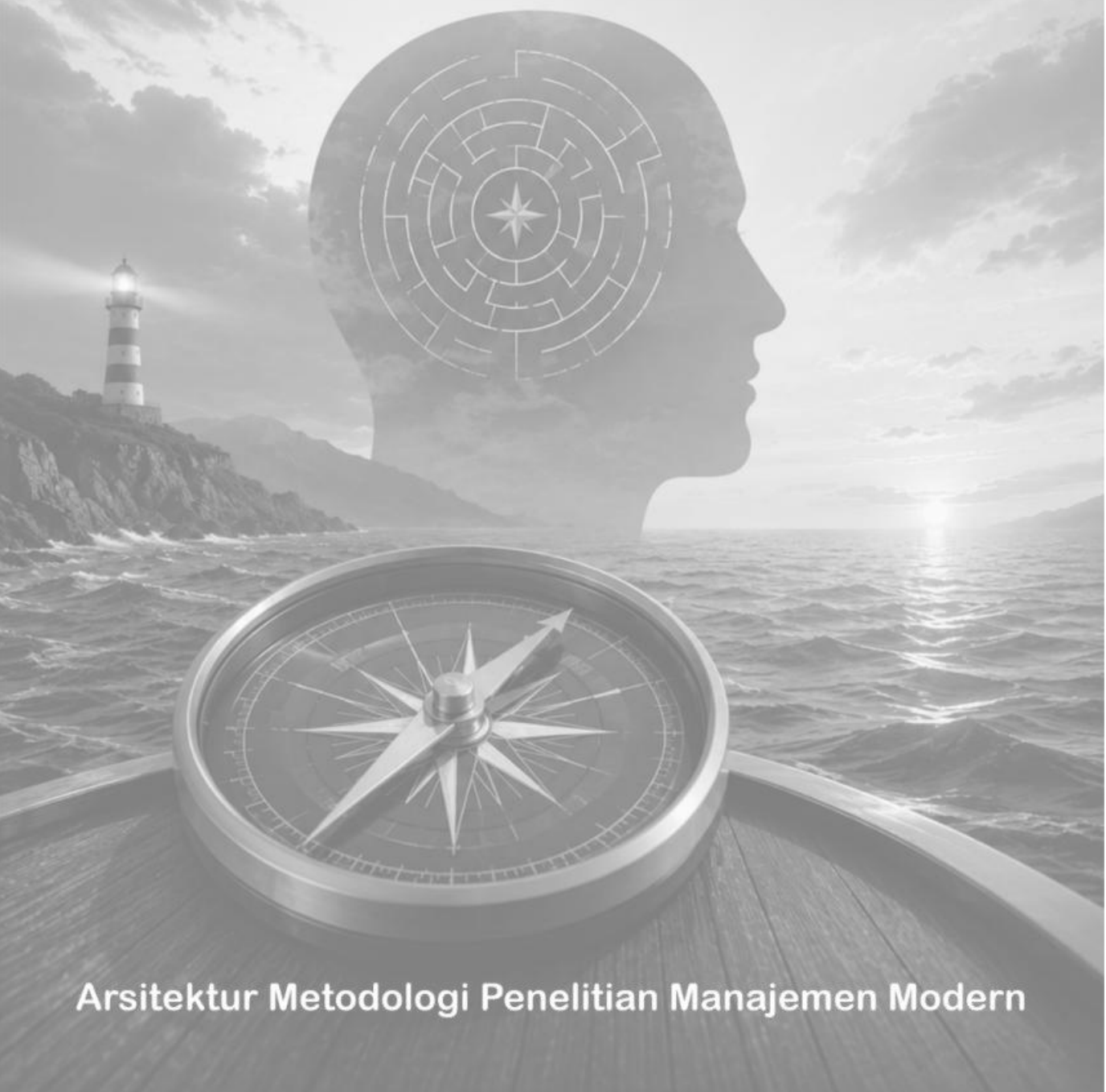
A. PENDAHULUAN

Salah satu langkah penting dalam penelitian adalah memilih sampel. Seorang peneliti harus memastikan bahwa sampel yang dipilih benar-benar mewakili topik penelitian. Pada kenyataannya, tidak semua riset dapat menggunakan metode *probability sampling* (sampel acak) karena adanya hambatan akses, keterbatasan waktu, dana yang minim, atau karakter responden yang terlampau sulit dijangkau. Karena alasan inilah, *non-probability sampling* hadir sebagai jalan keluar yang lumrah dipakai dalam kajian sosial, bisnis, pendidikan, dan manajemen.

Meski sering dikritik karena dianggap lemah saat harus membuat generalisasi atau kesimpulan umum, metode ini sebenarnya menyimpan nilai metodologis yang berbobot asal diterapkan dengan ketegasan (rigoritas) akademik yang mumpuni. Untuk tingkat Magister, penggunaan teknik ini harus dibarengi dengan alasan teoretis yang kuat, prosedur yang terbuka, serta rincian metode yang jelas agar temuan riset tetap terpercaya dan ilmiah.

Bab ini akan mengupas tuntas aneka teknik seperti *purposive*, *snowball*, *quota*, *convenience*, hingga *theoretical sampling*. Selain itu, kita akan mendalami cara membangun standar ketat dalam praktik penarikan sampel ini agar riset Anda tetap memenuhi kualifikasi akademik di jenjang Magister.

DETERMINASI UKURAN SAMPEL DAN ANALISIS KEKUATAN



Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern

BAB 6

DETERMINASI UKURAN

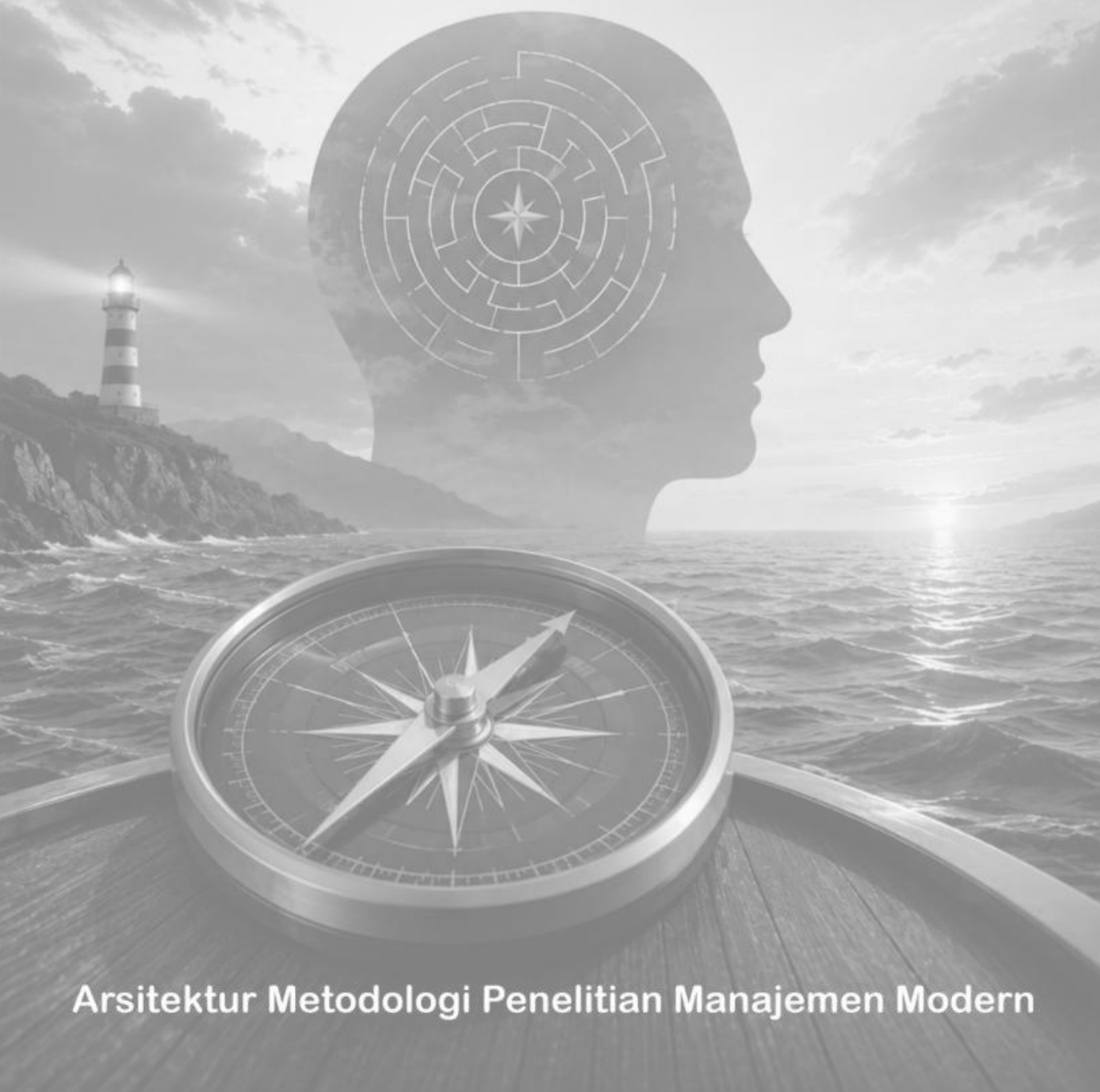
SAMPEL DAN *POWER ANALYSIS*

A. PENDAHULUAN

Penentuan ukuran sampel merupakan pilar penting dalam metodologi penelitian manajemen. Kesalahan dalam mengestimasi jumlah sampel dapat memicu *bias* temuan, menurunkan tingkat signifikansi, hingga menggagalkan representasi karakteristik populasi secara presisi. Sampel yang terlampau kecil berisiko mereduksi validitas analisis, sementara ukuran yang berlebihan berimplikasi pada inefisiensi alokasi waktu dan sumber daya finansial. Dalam desain penelitian kuantitatif, besaran sampel berelasi langsung dengan parameter populasi, batas toleransi kesalahan (*margin of error*), tingkat kepercayaan, Kerumitan model analitis, dan kekuatan uji statistik (*statistical power*). Seiring dengan evolusi metodologi riset, pendekatan berbasis *power analysis* menggunakan perangkat lunak seperti *G*Power* kian dikedepankan karena terbukti lebih mutakhir dan akurat dalam mengalkulasi kebutuhan spesimen pengamatan.

Bab ini menguraikan ragam pendekatan menyeluruh dalam proses determinasi ukuran sampel. Pembahasan meliputi transisi dari pemanfaatan formula klasik seperti Slovin, Cochran, dan pendekatan indikator Hair menuju metode modern berbasis *power analysis*. bahasan lebih lanjut mengupas konsep penting mengenai kesalahan (*error*) tipe I dan tipe II,

PENANGANAN BIAS NON-RESPON & SELF SELECTION



Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern

BAB 7

PENANGANAN *BIAS*

NON-RESPONSE, SELF-SELECTION, COMMON METHOD BIAS

A. PENDAHULUAN

Penelitian survei memegang peranan sentral sebagai instrumen pengumpulan data utama dalam bahasan ilmu manajemen, pemasaran, dan perilaku organisasi. Keunggulan komparatif metode ini terletak pada efisiensi akuisisi data berskala besar dalam rentang waktu yang ringkas. Kendati demikian, ketegaran (*robustness*) temuan empiris sangat bergantung pada kualitas representasi data yang dijaring. Tantangan metodologis yang paling penting dalam survei adalah kemunculan *bias* sistematis yang berpotensi mendistorsi validitas inferensi statistik dan menyesatkan penarikan kesimpulan manajerial.

Bias terjadi ketika karakteristik sampel yang diobservasi mengalami deviasi secara sistematis dari parameter populasi yang sebenarnya. Dalam riset manajemen, penanganan *bias* bukan lagi sekadar pelengkap analitis, melainkan prasyarat penting yang menentukan legitimasi publikasi ilmiah dan fondasi pengambilan keputusan strategis. Kualitas penelitian kuantitatif tidak eksklusif ditentukan oleh volume responden, melainkan oleh rasio keterwakilan sampel tersebut terhadap populasi sasaran (Sugiyono, 2023). Lebih jauh, pengujian validitas instrumen konvensional dipandang tidak memadai apabila peneliti abai terhadap potensi *bias* yang dapat mengaburkan

TEKNIK SAMPLING DI ERA DIGITAL & BIG DATA



Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern

BAB 8

TEKNIK *SAMPLING* DI ERA DIGITAL

A. PERGESERAN PANDANGAN *SAMPLING* DI ERA DIGITAL

1. Transformasi Konsep Dasar *Sampling*

Proses penelitian manajemen telah mengalami perubahan besar sebagai akibat dari kemajuan teknologi digital. pandangan pengumpulan data menggunakan ekosistem siber daripada pendekatan konvensional seperti wawancara tatap muka, observasi lapangan, dan kuesioner cetak. Saat ini, peneliti memiliki kemampuan untuk mengekstraksi data secara *real-time* melalui sensor yang sangat presisi, *platform e-commerce*, media sosial, dan aplikasi seluler. Pergeseran ini sangat penting karena organisasi terus menghasilkan data bervolume besar yang sangat penting untuk mengevaluasi kinerja strategis dan memetakan perilaku konsumen.

Secara konseptual, pengambilan sampel atau penarikan sampel adalah metode untuk mengestimasi karakteristik populasi secara keseluruhan dengan tingkat akurasi yang dapat dipertanggungjawabkan dengan mengisolasi sebagian kecil elemen populasi. Metode ini digunakan dalam tradisi riset konvensional untuk mengatasi keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga manusia. Untuk mengetahui tingkat kepuasan 20.000 pelanggan aktif, peneliti hanya perlu mengurangi amatan dari 377 sampel representatif, sebagai ilustrasi klasik.

VALIDITAS EKSTERNAL DAN TRASFERABILITY



Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern

BAB 9

VALIDITAS EKSTERNAL VS *TRANSFERABILITY*

A. PENDAHULUAN

Kualitas studi empiris sangat bergantung pada ketepatan peneliti dalam memastikan bahwa hasilnya dapat dipercaya, relevan, dan berguna di luar lingkup observasi awal. Dalam tradisi positivis, yang mendasarinya penelitian kuantitatif, Sejauh mana suatu kesimpulan dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih besar dapat diukur dengan gagasan validitas eksternal.. Di sisi lain, dalam tradisi interpretatif, yang mendasarinya penelitian kualitatif, prinsip *transferability*, atau keteralihan, digunakan untuk menentukan sejauh mana temuan dapat diterapkan pada hal yang serupa.

Dikotomi ini disebabkan oleh perbedaan mendasar dalam cara kita melihat realitas sosial dan tujuan penelitian kita. pandangan positivis menekankan perluasan statistik, presisi pengukuran metrik, dan objektivitas pengamatan. Sebaliknya, interpretivisme memprioritaskan studi mendalam tentang perkembangan sosial dan interpretasi pengalaman subjek. Berdasarkan hal tersebut, *transferability* dan validitas eksternal adalah alat evaluasi khusus yang terkait dengan terminologi masing-masing pendapat dan bukannya dua ide yang saling meniadakan.

PROTOKOL ETIKA DAN PRIVASI SUBJEK



Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern

BAB 10

PROTOKOL ETIKA DAN PRIVASI SUBJEK

A. PENDAHULUAN

Dalam penelitian manajemen, khususnya yang melibatkan data manusia seperti karyawan, konsumen, atau pemangku kepentingan organisasi, isu etika dan privasi subjek penelitian menjadi fondasi yang tidak bisa dibiarkan. Protokol etika dan privasi tidak hanya berfungsi sebagai prosedur administrasi tetapi juga berfungsi sebagai standar yang memastikan bahwa pengumpulan, pengolahan, dan pelaporan data dilakukan secara jujur, adil, dan tidak merugikan pihak yang terlibat. Bab ini akan membahas lima elemen utama: prinsip etika penelitian yang berasal dari Laporan Belmont, gagasan dan pelaksanaan persetujuan yang dimaklumkan, pengelolaan anonimitas, kerahasiaan, dan pseudonimisasi data, konsep dan pelaksanaan undang-undang perlindungan data seperti GDPR dan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) di Indonesia, dan prosedur persetujuan etika di perguruan tinggi.

1. Prinsip Dasar Etika Penelitian:

Kerangka Belmont Report (1979) merupakan instrumen mendasar yang menetapkan standar etika dalam penelitian yang melibatkan subjek manusia, termasuk dalam bidang manajemen, perilaku organisasi, dan pemasaran. Laporan ini diformulasikan sebagai respons terhadap pelanggaran etika

PENUTUP

Buku "*Populasi, Sampel dan Bias: Arsitektur Metodologi Penelitian Manajemen Modern*" ini memberikan landasan filosofis bagi peneliti di bidang ilmu manajemen. Melalui sepuluh bab yang telah dipaparkan, kita dapat menarik benang merah bahwa keandalan sebuah riset tidak hanya ditentukan oleh perhitungan matematis saja. Bab pertama hingga ketiga meletakkan fondasi dengan membedah terminologi populasi, pentingnya membedakan antara populasi target dan populasi terjangkau, serta bagaimana mengelola dinamika kerangka sampel di lapangan. Pemahaman pada tahap awal ini menjadi penting agar unit analisis yang ditarik tidak melenceng dari rumusan masalah riset. Selanjutnya, pada Bab keempat hingga Bab enam, buku ini mengeksplorasi penarikan sampel, mulai dari perancangan probabilitas sampel kompleks, upaya mempertahankan rigoritas (ketatnya metodologi) saat menggunakan *non-probability sampling*, hingga determinasi ukuran sampel yang presisi menggunakan uji *Power Analysis*.

Bab selanjutnya menyoroti tantangan nyata di lapangan berupa penanganan serta mencegah *bias*, dan bagaimana teknik penarikan sampel beradaptasi dengan inovasi digital, mengingat rekrutmen partisipan secara daring (seperti lewat forum *online*) rentan terhadap *coverage bias*. Terakhir, Bab sembilan dan Bab sepuluh menutup desain metodologi ini dengan memastikan bahwa setiap hasil riset kuantitatif memiliki Validitas Eksternal yang dapat digeneralisasi, atau riset kualitatif yang memenuhi syarat *Transferability*. Seluruh rangkaian riset tersebut diikat oleh protokol etika yang

DAFTAR PUSTAKA

- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). American Psychological Association.
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396–402.
<https://doi.org/10.1177/002224377701400320>
- Aşan, Ö., & Ayhan, H. Ö. (2013). *Sampling and non-response bias in Internet surveys*. *Open Journal of Statistics*, 3(4), 293–302.
<https://doi.org/10.4236/ojs.2013.34034>
- Babbie, E. R. (2021). *The practice of social research* (15th ed.). Cengage Learning.
- Campbell, D. T., & Stanley, J. C. (1963). *Experimental and quasi-experimental designs for research*. Rand McNally.
- Chan, D. (1998). Functional relations among constructs in the same content domain at different levels of *analysis*: A typology of composition models. *Journal of Applied Psychology*, 83(2), 234–246. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.83.2.234>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Cook, T. D., & Campbell, D. T. (1979). *Quasi-experimentation: Design and analysis issues for field settings*. Rand McNally.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Crotty, M. (1998). *The foundations of social research: Meaning and perspective in the research process*. SAGE Publications.
- Davidson, R., et al. (2023). Web scraping for social science research: Techniques and ethical considerations. *Journal of Computational Social Science*.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method*. John Wiley & Sons.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4.
- Firmansyah, A., & Dede, M. (2022). *Metodologi penelitian manajemen*. Media Sains Indonesia.
- Firmansyah, D., & Dede, M. (2022). Teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi penelitian: Literature review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures: Selected essays*. Basic Books.
- Gerke, S., et al. (2024). Ethical considerations in digital health research: Informed consent and data privacy. *Lancet Digital Health*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 105–117). SAGE Publications.

- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of business research methods* (4th ed.). Routledge.
- Israel, M., & Hay, I. (2021). *Research ethics for social scientists*. SAGE Publications.
- Klein, K. J., & Kozlowski, S. W. J. (2000). *Multilevel theory, research, and methods in organizations: Foundations, extensions, and new directions*. Jossey-Bass.
- Klitzman, R. (2023). *Ethical challenges in research with human subjects: The role of IRBs*. *Ethics & Behavior*.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Ohme, J., et al. (2024). *Web scraping ethics in social science: A guide for researchers*. *New Media & Society*.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). *Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies*. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Rousseau, D. M. (1985). *Issues of level in organizational research: Multi-level and cross-level perspectives*. *Research in Organizational Behavior*, 7, 1–37.
- Şanlı, M. (2023). *Sampling methods in management research*. Academic Press.
- Şanlı, O. (2023). *Sampling methods and sample size determination in social sciences research*. *International Journal of Assessment Tools in Education*.
- Sawlat, A., & Masomi, M. (2024). *Sampling error estimation and statistical inference in survey research*. *Journal of Statistical Research and Applications*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill building approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.

- Singer, E., & Couper, M. P. (2008). Some *methodological* uses of *surveys*: An overview. *International Journal of Public Opinion Research*.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian manajemen*. Alfabeta.
- Voigt, P., & von dem Bussche, A. (2023). *The EU General Data Protection Regulation (GDPR): A practical guide*. Springer.
- World Medical Association. (2013). World Medical Association Declaration of Helsinki: *Ethical* principles for medical research involving human subjects. *JAMA*, 310(20), 2191–2194.
<https://doi.org/10.1001/jama.2013.281053>

POPULASI, SAMPEL DAN BIAS

Buku ini hadir sebagai cetak biru (blueprint) komprehensif bagi arsitektur metodologi penelitian manajemen modern, menyajikan panduan mendalam untuk menavigasi kompleksitas pendefinisian populasi hingga teknik sampling presisi guna memitigasi risiko bias yang sering kali mengikis kredibilitas temuan ilmiah; melalui pendekatan rigor, literatur ini membekali peneliti dengan strategi determinasi ukuran sampel yang akurat, penanganan bias kontemporer di era Big Data, serta penguatan validitas dan integritas penelitian melalui protokol etika yang ketat.

 www.penerbitwidina.com
 [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)
 [penerbit widina](https://www.facebook.com/penerbitwidina)
 penerbitwidina@gmail.com
 widina store
 widina bookstore

Layanan Pembaca & Penitipan Buku
 0815-7000-699



SCANME

Metodologi Penelitian

ISBN 978-634-317-222-2



9

786343

172222