



ESENSI PERBEDAAN PENELITIAN KUALITATIF DAN PENELITIAN KUANTITATIF DALAM PENELITIAN BISNIS

THE ESSENCE OF THE DIFFERENCE BETWEEN QUALITATIVE RESEARCH AND QUANTITATIVE RESEARCH IN BUSINESS RESEARCH

Hendika Siringoringo¹, Annisa Desviana², Suci Ramadani³, Muammar Khaddafi⁴

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Malikussaleh

Email: hendika.220420179@mhs.unimal.ac.id¹, annisa.220420214@mhs.unimal.ac.id²

suci.220420054@mhs.unimal.ac.id³, khaddafi@unimal.ac.id⁴

Article Info

Article history :

Received : 04-07-2025

Revised : 05-07-2025

Accepted : 07-07-2025

Published : 11-07-2025

Abstract

This study aims to compare qualitative and quantitative research in the context of business research, and evaluate the advantages, disadvantages, and relevance of each method to various business objectives. Qualitative research is used to understand phenomena in depth through interviews, observations, and case studies, while quantitative research is used to measure and analyze numerical data through surveys and statistical analysis. The results show that the choice of research method depends heavily on the research objectives, the type of data collected, and the organizational context. Qualitative research is more effective for exploring new problems and understanding consumer behavior, while quantitative research excels in testing hypotheses and making generalizations. This article provides important insights for researchers and practitioners in selecting appropriate research methods to obtain more valid and applicable results.

Keywords: *qualitative research, quantitative research, business research*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam konteks penelitian bisnis, serta mengevaluasi keunggulan, kelemahan, dan relevansi masing-masing metode terhadap berbagai tujuan bisnis. Penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui wawancara, observasi, dan studi kasus, sementara penelitian kuantitatif digunakan untuk mengukur dan menganalisis data numerik melalui survei dan analisis statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan penelitian sangat bergantung pada tujuan penelitian, jenis data yang dikumpulkan, serta konteks organisasi. Penelitian kualitatif lebih efektif untuk eksplorasi masalah baru dan pemahaman perilaku konsumen, sedangkan penelitian kuantitatif unggul dalam menguji hipotesis dan membuat generalisasi. Artikel ini memberikan wawasan penting bagi peneliti dan praktisi dalam memilih penelitian yang sesuai guna memperoleh hasil yang lebih valid dan aplikatif.

Kata kunci : *penelitian kualitatif, penelitian kuantitatif, penelitian bisnis*

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat dalam bidang penelitian bisnis menuntut peneliti untuk memilih metode yang paling sesuai agar hasil studi yang dihasilkan memiliki tingkat validitas, reliabilitas, dan relevansi yang tinggi. Setiap metode penelitian memiliki ciri khas, tujuan, serta pendekatan analisis yang berbeda



dalam mengungkap kompleksitas fenomena bisnis. Pendekatan kualitatif lebih menekankan pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman individu, interpretasi makna, serta interaksi sosial yang memengaruhi perilaku dan proses dalam dunia bisnis, melalui teknik seperti wawancara, observasi, atau studi kasus. Sementara itu, pendekatan kuantitatif berorientasi pada data numerik yang diperoleh melalui survei atau eksperimen, dan diolah dengan analisis statistik untuk menguji hipotesis serta menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasi. Dalam kenyataannya, para peneliti kerap menghadapi kebingungan dalam menentukan metode yang paling sesuai, apalagi jika penelitian mencakup aspek eksploratif dan pengujian secara bersamaan. Oleh sebab itu, pemahaman yang mendalam mengenai perbedaan, kelebihan, dan keterbatasan antara penelitian kualitatif dan kuantitatif sangat penting, guna membantu peneliti menentukan pendekatan yang paling tepat untuk konteks bisnis yang diteliti.

Dalam proses penelitian di bidang bisnis, pemilihan pendekatan metodologis sangat bergantung pada jenis informasi yang dibutuhkan serta tujuan utama dari riset tersebut. Sebagai contoh, ketika perusahaan ingin menelusuri alasan emosional di balik keputusan konsumen, metode kualitatif menjadi pilihan yang tepat. Sebaliknya, jika tujuan penelitian adalah untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antar variabel seperti anggaran promosi dan tingkat penjualan, maka pendekatan kuantitatif lebih relevan. Dengan demikian, metode yang digunakan dalam riset bisnis tidak hanya mencerminkan teknik pengumpulan data, tetapi juga mencerminkan konteks dan kebutuhan praktis dari lingkungan bisnis.

Penelitian kualitatif dikenal dengan kemampuannya menggali informasi secara mendalam melalui interaksi langsung antara peneliti dan partisipan. Pendekatan ini mampu menangkap kompleksitas fenomena yang berkaitan dengan perilaku manusia, nilai, budaya, atau dinamika organisasi secara menyeluruh. Meski memberikan wawasan yang kaya, pendekatan ini memiliki keterbatasan dalam hal objektivitas dan generalisasi, sehingga memerlukan interpretasi yang cermat serta pendekatan yang reflektif dari peneliti.

Sementara itu, pendekatan kuantitatif menawarkan ketepatan dalam pengukuran dan analisis data secara numerik. Melalui pengolahan statistik, peneliti dapat menguji dugaan atau hipotesis dengan lebih terstruktur dan menghasilkan temuan yang dapat diterapkan pada populasi yang lebih luas. Meskipun begitu, pendekatan ini cenderung tidak cukup dalam menangkap aspek-aspek emosional atau kontekstual yang mungkin memengaruhi perilaku atau keputusan manusia dalam bisnis, karena keterbatasannya dalam memahami realitas subjektif. Karena masing-masing pendekatan memiliki keunggulan dan keterbatasannya sendiri, penggunaan metode gabungan atau mixed methods kini semakin diminati dalam riset bisnis modern. Pendekatan kombinitif ini memungkinkan peneliti untuk mengintegrasikan data kualitatif yang mendalam dengan data kuantitatif yang terukur, sehingga menghasilkan gambaran yang lebih menyeluruh dan dapat dipercaya. Oleh karena itu, kemampuan dalam memahami perbedaan mendasar antara kedua metode tersebut menjadi kunci utama bagi peneliti dalam merancang penelitian yang efektif dan kontekstual.

Literatur Teori

Metode penelitian merupakan suatu pendekatan ilmiah yang dirancang untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian secara terstruktur, sistematis, dan objektif, serta secara umum dapat



diklasifikasikan ke dalam dua pendekatan utama, yakni metode kualitatif dan metode kuantitatif. Dalam ranah penelitian bisnis, pendekatan kualitatif sering kali dimanfaatkan untuk mengkaji secara mendalam berbagai aspek seperti perilaku konsumen, nilai-nilai budaya dalam organisasi, serta dinamika proses internal perusahaan melalui penggunaan teknik pengumpulan data seperti wawancara intensif, observasi partisipatif, dan studi kasus, yang bertujuan untuk menangkap secara utuh nuansa sosial dan konteks empiris yang tidak dapat sepenuhnya dijelaskan dengan angka atau ukuran statistik. Sebaliknya, pendekatan kuantitatif lebih sesuai digunakan apabila tujuan penelitian adalah untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel, menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, serta melakukan generalisasi hasil penelitian terhadap populasi yang lebih luas melalui penggunaan instrumen penelitian yang terstruktur seperti survei dan kuesioner, dan dianalisis secara mendalam menggunakan metode statistik yang ketat guna menjamin validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

Dengan memperhatikan bahwa lingkungan bisnis kontemporer bersifat dinamis, kompleks, dan sering kali tidak dapat diprediksi, maka pemilihan pendekatan penelitian yang tepat menjadi sangat krusial dalam menjamin bahwa hasil studi yang dihasilkan tidak hanya dapat dipertanggungjawabkan secara akademik, tetapi juga memiliki nilai aplikatif dalam mendukung proses pengambilan keputusan strategis di berbagai level organisasi. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif terhadap distingsi konseptual dan filosofis antara Penelitian kualitatif dan kuantitatif, serta kemampuan untuk mengintegrasikan keduanya secara metodologis, akan sangat menentukan tingkat kualitas, relevansi, dan kebermanfaatan hasil riset dalam dunia bisnis yang terus berubah.

PEMBAHASAN

Pengertian Penelitian bisnis

Dalam metodologi penelitian, penelitian bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan secara terstruktur, terencana, dan objektif untuk memperoleh informasi serta data yang berkaitan dengan aktivitas bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendukung pengambilan keputusan, menyelesaikan persoalan-persoalan bisnis, serta memberikan landasan yang kuat dalam menyusun strategi perusahaan. Proses penelitian bisnis mencakup tahapan-tahapan penting seperti identifikasi masalah, perumusan tujuan, pengumpulan dan analisis data, serta penyusunan kesimpulan dan saran. Penelitian ini memiliki peranan penting dalam dunia usaha karena mampu memberikan gambaran mendalam mengenai pasar, perilaku konsumen, dinamika organisasi, dan perkembangan industri.

William G. Zikmund (2010) mendefinisikan penelitian bisnis sebagai sebuah proses yang sistematis dan objektif untuk memperoleh, merekam, serta menganalisis data yang digunakan dalam pengambilan keputusan bisnis. Dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa penelitian bisnis tidak hanya digunakan dalam lingkungan akademik, melainkan juga sangat penting dalam praktik manajerial yang mengandalkan informasi berbasis data. Temuan dari penelitian ini sering digunakan oleh pihak manajemen untuk menilai kinerja perusahaan, merancang strategi baru, meningkatkan efektivitas operasional, serta memahami keinginan dan kebutuhan konsumen secara lebih akurat.



Oleh karena itu, penelitian bisnis dalam metodologi penelitian menuntut tidak hanya penguasaan terhadap teknik dan metode ilmiah, tetapi juga kemampuan untuk menerapkannya dalam konteks nyata di dunia usaha. Proses ini membutuhkan ketepatan, objektivitas, dan kemampuan analisis yang kuat agar data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi yang ada dan dapat memberikan solusi yang bermanfaat bagi perkembangan bisnis.

1. Penelitian Kuantitatif

Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang bersifat objektif dan bertumpu pada data yang dapat diukur secara numerik. Pendekatan ini melibatkan proses pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menerapkan teknik analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Dalam praktiknya, penelitian kuantitatif terbagi menjadi dua bentuk utama, yaitu: (a) penelitian survei dan (b) penelitian eksperimen.

- a. Penelitian survei mencakup dua jenis desain, yakni *Cross-Sectional* dan *Longitudinal*. Penelitian *Cross-Sectional* dikenal pula sebagai penelitian “sekali bidik” karena pengumpulan data dilakukan hanya pada satu titik waktu tertentu. Sebaliknya, penelitian *Longitudinal* melibatkan pengumpulan data secara berkelanjutan dalam kurun waktu yang lebih panjang, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengamati perubahan atau perkembangan variabel dari waktu ke waktu.
- b. Sementara itu, penelitian eksperimen dirancang untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat (kausal) antar variabel. Tujuan utamanya adalah untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas (independen) mempengaruhi variabel terikat (dependen), dengan mengontrol faktor-faktor lain yang dapat mengganggu.

Menurut Zikmund (2010), eksperimen merupakan suatu penelitian yang dilakukan dalam kondisi yang terkendali, sehingga peneliti dapat memanipulasi satu atau lebih variabel untuk menguji suatu hipotesis secara lebih akurat. Penelitian eksperimen terdiri dari dua jenis, yaitu eksperimen murni (*true experiment*) yang menggunakan desain acak (*randomized*), dan eksperimen kuasi (*quasi-experiment*) yang menggunakan desain non-acak (*non-random*).

2. Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang lebih menitikberatkan pada makna subjektif yang berasal dari persepsi individu terhadap realitas sosial dan kemanusiaan. Fokus utamanya adalah pada pemahaman mendalam atas fenomena sosial melalui eksplorasi terhadap perilaku, pandangan, dan pengalaman manusia. Penelitian jenis ini bertujuan untuk mengungkap alasan di balik tindakan manusia, proses terbentuknya opini dan sikap, pengaruh lingkungan sosial terhadap individu, serta pembentukan budaya yang dianut suatu kelompok. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang menekankan pada aspek numerik seperti jumlah, frekuensi, dan tingkat, penelitian kualitatif lebih memusatkan perhatian pada pertanyaan-pertanyaan eksploratif seperti “mengapa” (*why*), “bagaimana” (*how*), dan “dengan cara apa” (*in what ways*).



Ciri utama dari penelitian kualitatif antara lain adalah:

- a. Menggali opini, perasaan, dan pengalaman pribadi yang bersifat subjektif.
- b. Mempelajari peristiwa sosial dalam konteks alaminya tanpa adanya intervensi atau manipulasi, berbeda dengan eksperimen dalam kuantitatif.
- c. Mencoba memahami realitas sosial berdasarkan perspektif para partisipan, bukan hanya mengukur variabel-variabel seperti dalam pendekatan kuantitatif.
- d. Menggunakan data untuk membangun teori melalui pendekatan induktif, sedangkan penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan deduktif untuk menguji teori.
- e. Data diperoleh melalui interaksi langsung, baik melalui wawancara mendalam, diskusi kelompok, maupun observasi, dengan jangka waktu pengumpulan yang relatif panjang dan jumlah partisipan yang terbatas.
- f. Teknik sampling bersifat purposive, yaitu pemilihan partisipan yang dapat memberikan informasi bermakna dari kelompok tertentu, berbeda dengan sampling acak pada pendekatan kuantitatif yang menekankan pada generalisasi temuan.

3. Tujuan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Bisnis

Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antar variabel melalui data yang dapat dihitung secara numerik serta dianalisis menggunakan statistik. Dalam praktik bisnis, pendekatan ini banyak dimanfaatkan untuk menguji teori, menganalisis tren pasar, menilai kinerja perusahaan, dan menentukan seberapa efektif strategi yang diterapkan. Penelitian kuantitatif bersifat objektif dan memungkinkan penarikan kesimpulan yang berlaku luas.

Contoh penerapannya antara lain survei tingkat kepuasan pelanggan, analisis laporan keuangan, atau pengujian pengaruh harga terhadap permintaan. Teknik seperti analisis regresi, korelasi, atau uji ANOVA sering digunakan dalam pendekatan ini. Tujuan akhirnya adalah menghasilkan temuan yang valid secara statistik sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis.

Sedangkan, penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali makna dan pemahaman yang mendalam terhadap perilaku, motivasi, serta pandangan individu atau kelompok dalam suatu situasi sosial tertentu. Dalam dunia bisnis, pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan fenomena yang belum banyak diketahui, seperti hubungan emosional antara konsumen dan merek, nilai-nilai budaya dalam organisasi, atau tanggapan pelanggan terhadap suatu layanan atau produk. Tujuannya bukan untuk membuat generalisasi, melainkan untuk memahami situasi secara menyeluruh.

Dengan menggunakan metode seperti wawancara mendalam, observasi langsung, atau studi dokumen, penelitian kualitatif membantu peneliti menemukan wawasan baru. Informasi ini penting dalam proses pengambilan keputusan strategis, seperti pengembangan produk, perencanaan komunikasi pemasaran, atau perbaikan layanan pelanggan. Misalnya, penelitian ini bisa mengungkap alasan emosional di balik loyalitas konsumen terhadap suatu merek.



KESIMPULAN

Penelitian bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan secara terstruktur, terencana, dan objektif untuk memperoleh informasi serta data yang berkaitan dengan aktivitas bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendukung pengambilan keputusan, menyelesaikan persoalan-persoalan bisnis, serta memberikan landasan yang kuat dalam menyusun strategi perusahaan.

Dalam praktik bisnis, penelitian kuantitatif banyak dimanfaatkan untuk menguji teori, menganalisis tren pasar, menilai kinerja perusahaan, dan menentukan seberapa efektif strategi yang diterapkan. Penelitian ini juga bersifat objektif dan memungkinkan penarikan kesimpulan yang berlaku luas. Sedangkan penelitian kualitatif digunakan untuk menjelaskan fenomena yang belum banyak diketahui, seperti hubungan emosional antara konsumen dan merek, nilai-nilai budaya dalam organisasi, atau tanggapan pelanggan terhadap suatu layanan atau produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Asep Hermawan, Husna Leila Yusran. (2017). *Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Kencana
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods (9th ed.)*. Cengage Learning.