



A - to - Z Research

BELAJAR RISET TANPA RIBET

*Berpikir, Berbicara, Bertindak
Berdasarkan Data*

HASANUDDIN ALI

Founder & CEO, Alvara Research Center

alvara
Beyond Insight

Agustus 2026



01

Semua Berawal dari Satu Pertanyaan



Riset yang mahal dan rapi sekalipun bisa gagal total kalau sejak awal pertanyaannya salah.

Hampir setiap hari kita mengambil Keputusan, dari yang kecil (makan siang di mana) sampai yang besar (meluncurkan produk, menyusun kebijakan, memilih pemimpin). Dulu, pengalaman dan intuisi cukup. Sekarang dunia berubah dan bergerak jauh lebih cepat.



Riset itu seperti menyalakan lampu di ruangan gelap. Ia tidak menentukan ke mana kita berjalan, tapi membuat kita melihat risikonya.

Klien Tidak Pernah Bilang "Saya Butuh Riset"

Yang datang ke peneliti selalu berupa keluhan, bukan pertanyaan riset yang matang. Tugas pertama peneliti adalah membedakan mana gejala dan mana masalah sesungguhnya.



Penjualan turun, bisa karena harga, distribusi, atau daya beli. Bukan otomatis soal produk.



Elektabilitas stagnan, bisa karena belum dikenal, atau dikenal tapi belum dipercaya.



Program tidak dimanfaatkan, bisa karena minim informasi, bukan karena masyarakat tak peduli.

Tangga Empat Tingkat

Data mentah baru bernilai kalau naik sampai ke tingkat insight, pemahaman yang benar-benar mengubah keputusan.



CONTOH

Data: 75% pelanggan menjawab "puas". Informasi: tingkat kepuasan = 75%. Insight: yang tidak puas ternyata pelanggan muda, karena proses pembelian pesaing lebih gampang. Keputusan: perbaiki pengalaman beli untuk segmen muda.

Ini Bukan Soal Rumus

Kita tidak sedang membahas rumus statistik. Yang dibahas adalah bagaimana seorang peneliti berpikir, dari merumuskan masalah, memilih metode, sampai mengubah angka jadi keputusan. Metodologi, kuesioner, statistik, bahkan AI, semuanya cuma alat.

KEY POINTS

- ✓ Riset bukan tujuan akhir, tujuannya keputusan yang lebih baik.
- ✓ Keluhan klien = gejala, bukan pertanyaan riset. Gali dulu sampai ke akar masalahnya.
- ✓ Data -> Informasi -> Insight -> Keputusan. Berhenti di data = riset belum selesai.
- ✓ Makin banyak data tersedia, makin penting kemampuan menyaringnya.

Studi Kasus



STUDI KASUS

Sebuah perusahaan consumer goods punya survei kepuasan pelanggan yang sangat lengkap dengan ribuan responden, analisis berlapis, visualisasi menarik. Tapi begitu dipresentasikan ke direksi, muncul satu pertanyaan sederhana: "Baik, setelah ini apa yang harus kami lakukan?" Ruangan hening. Datanya mampu menjelaskan apa yang terjadi, tapi gagal menjelaskan mengapa.

HASIL

Riset dirancang ulang dengan pertanyaan 'apa yang harus berubah' sebagai titik awal, bukan hanya 'seberapa puas'. Tim menemukan masalah utamanya bukan produk, tapi kecepatan layanan purna jual. Rekomendasi jadi spesifik dan langsung ditindaklanjuti kuartal berikutnya.

PELAJARAN KUNCI

Laporan yang penuh angka belum tentu menjawab pertanyaan yang sebenarnya penting bagi pengambil keputusan. Sebelum riset dimulai, selalu bayangkan dulu keputusan apa yang ingin diambil setelah hasilnya keluar — bukan sekadar data apa yang ingin dikumpulkan.

Tips Praktis

Beberapa kebiasaan kecil yang membantu menjaga arah riset sejak awal:



Sebelum mulai riset, tuliskan satu kalimat: "Setelah riset ini selesai, keputusan apa yang ingin saya ambil?"



Tanyakan "mengapa" minimal tiga kali pada setiap gejala yang dilaporkan klien.



Sintesa "insight yang mengejutkan", insight yang membantah dugaan awal biasanya paling berharga.



Jangan lompat ke metode sebelum pertanyaan risetnya benar-benar jelas ditulis.



Latih diri mengenali kapan sebuah masalah sebenarnya tidak butuh riset baru sama sekali.

INGAT

Rasa ingin tahu adalah alat paling murah yang dimiliki peneliti. Sebelum menambah satu pertanyaan pun ke kuesioner, pastikan dulu pertanyaan besarnya sudah benar.

Do & Don't

LAKUKAN

- ✓ Mulai dari pertanyaan yang ingin dijawab, baru pikirkan datanya.
- ✓ Anggap data sebagai bahan mentah, bukan hasil akhir.
- ✓ Jangan bimbang bila ada temuan yang membantah asumsi awal.
- ✓ Luangkan waktu ekstra merumuskan masalah sebelum turun ke lapangan.

HINDARI

- ✗ Langsung menyusun kuesioner begitu klien menyebut sebuah masalah.
- ✗ Berhenti di angka tanpa menjelaskan "mengapa".
- ✗ Menganggap riset selesai begitu laporan dicetak.
- ✗ Mengabaikan data yang bertentangan dengan dugaan awal.



Peneliti hebat bukan yang paling banyak tahu, tapi yang paling sering bertanya sebelum menyimpulkan.



02

Merumuskan Masalah: Separuh Jawaban Berawal dari Sini



Peneliti yang baik tidak menerima keluhan klien apa adanya, ia bertanya sekali lagi, bahkan berkali-kali.

Bayangkan kamu datang ke dokter dan bilang, "Dok, saya pusing." Dokter yang baik tidak langsung kasih obat, ia bertanya dulu: sejak kapan, disertai demam atau tidak, pola tidur bagaimana. Karena "pusing" bukan diagnosis, hanya gejala.

Riset bekerja dengan logika yang sama. Penjualan turun bukan otomatis soal produk, bisa distribusi, harga pesaing, atau daya beli yang melemah.



Pekerjaan pertama peneliti bukan mengumpulkan data. Pekerjaan pertamanya memastikan ia memahami persoalan yang sebenarnya.

GODAAN TERBESAR PENELITI BARU

Terlalu cepat bicara metode: "Pakai survei atau FGD? Sampelnya berapa?" Padahal metode adalah jawaban atas pertanyaan, kalau pertanyaannya belum jelas, memilih metode itu seperti memilih kendaraan sebelum tahu tujuan.

Dari Kegelisahan ke Pertanyaan Riset

Empat tingkatan supaya riset tidak kehilangan arah sejak awal:



CONTOH ALURNYA

Business: "Penjualan turun 18% dalam 6 bulan." Decision: Apakah harga perlu diubah? Research: Faktor apa yang menyebabkan penjualan menurun? Question: Seberapa sensitif konsumen terhadap harga?

Sayangnya, urutan ini sering dilompati, banyak riset langsung menyusun kuesioner tanpa pernah mendiskusikan decision problem-nya.



3 Pertanyaan Sebelum Riset Dimulai

1

Apakah keputusan ini butuh informasi baru? Kalau datanya sudah ada di sistem internal, riset baru cuma buang sumber daya.

2

Apakah informasinya sudah tersedia dari sumber lain? Riset primer itu pilihan terakhir, bukan pilihan pertama.

3

Apakah hasilnya benar-benar akan dipakai memutuskan sesuatu? Riset bagus yang cuma disimpan di rak tidak menghasilkan perubahan apa-apa.

KEY POINTS



Yang disampaikan klien biasanya gejala, bukan masalah riset sesungguhnya.



Business Problem -> Decision Problem -> Research Problem -> Research Question.



Angka ('berapa') hanya titik awal, 'mengapa' yang mengubah data jadi keputusan.

Studi Kasus



STUDI KASUS

Sebuah perusahaan FMCG sangat yakin penurunan penjualannya karena harga terlalu mahal dibanding kompetitor. Diskusi internal sudah mengarah ke strategi diskon besar-besaran, bahkan sebelum riset dimulai.

HASIL

Setelah wawancara mendalam dilakukan, mayoritas konsumen justru tidak menyebut harga sebagai masalah utama, yang paling dikeluhkan adalah produk yang sulit ditemukan di toko karena jaringan distribusi melemah. Perusahaan membatalkan rencana diskon dan mengalihkan anggaran ke perbaikan distribusi; penjualan pulih dalam dua kuartal.

PELAJARAN KUNCI

Kalau perusahaan itu langsung menurunkan harga tanpa riset, kemungkinan besar penjualan tetap tidak akan membaik, bahkan bisa merugi karena margin tergerus tanpa menyelesaikan akar masalahnya. Dugaan yang paling meyakinkan sekalipun tetap perlu diuji dengan data.

Tips Praktis

Cara menjaga rumusan masalah tetap tajam sebelum riset dimulai:



Selalu tuliskan alur Business Problem -> Decision Problem -> Research Problem -> Research Question sebelum menyusun instrumen.



Tanyakan ke klien: "Keputusan apa yang akan Anda ambil setelah tahu jawabannya?"



Cek dulu apakah jawabannya sudah tersedia dari data internal sebelum riset baru dijalankan.



Jangan terlalu percaya diri dengan hipotesis awal, perlakukan sebagai dugaan yang harus diuji.



Libatkan orang di luar tim riset untuk membaca ulang rumusan masalah, perspektif segar sering menemukan celah yang terlewat.

INGAT

Sepuluh keberhasilan riset ditentukan sebelum satu data pun dikumpulkan. Luangkan waktu ekstra untuk merumuskan masalah, itu investasi, bukan pemborosan waktu.

Do & Don't

LAKUKAN

- ✓ Gali kegelisahan klien sampai ke akar masalahnya.
- ✓ Rumuskan *decision problem* sebelum menyentuh metode.
- ✓ Uji hipotesis awal dengan data, bukan asumsi.
- ✓ Diskusikan ulang rumusan masalah kalau ada temuan baru.

HINDARI

- ✗ Menerima *business problem* klien apa adanya.
- ✗ Melompat ke penyusunan kuesioner tanpa *decision problem* yang jelas.
- ✗ Membiarkan riset dijadikan alat pembenaran keputusan yang sudah dibuat.
- ✗ Menganggap satu kali diskusi cukup untuk merumuskan masalah.



Rumusan masalah yang tepat sering kali lebih berharga daripada seribu responden yang salah sasaran.



03

Mendesain Riset: Memilih Jalan Terbaik Menemukan Jawaban



Desain riset bukan kompetisi memilih metode paling canggih, tapi memilih cara paling sesuai untuk menjawab satu pertanyaan.

Saya senang mengibaratkan desain riset seperti *blueprint* rumah. Sebelum satu bata disusun, arsitek sudah memikirkan jumlah ruangan, arah cahaya, sampai kekuatan struktur. Kalau *blueprint* berubah saat rumah setengah jadi, biaya membengkak dan waktu mundur.

Riset juga sama, kalau di tengah jalan baru sadar data yang dikumpulkan tidak menjawab persoalan, hampir seluruh proses harus diulang dari awal.



Kualitas riset lebih banyak ditentukan oleh kualitas desain, daripada kecanggihan analisis statistiknya.



Kuantitatif atau Kualitatif?

Bukan soal mana yang lebih unggul, tapi soal kesesuaian dengan apa yang ingin diketahui.

KUANTITATIF , JAWAB “BERAPA”

- Berapa persen kenal merek ini?
- Berapa tingkat kepuasan pelanggan?
- Hasil bisa digeneralisasi ke populasi
- Perlu sampel yang representatif

KUALITATIF , JAWAB “MENGAPA”

- Mengapa pelanggan berpindah merek?
- Bagaimana pengalaman mereka?
- Menangkap makna & konteks
- Perlu wawancara / FGD mendalam

Dalam praktik, sering kali kita butuh keduanya, kualitatif untuk memahami fenomenanya, kuantitatif untuk tahu seberapa besar fenomena itu terjadi.

Sampling: Bukan Soal Berapa Banyak

Bagaimana mungkin survei ke ± 1.200 orang bisa mewakili pendapat 280 juta penduduk Indonesia? Jawabannya bukan di jumlahnya, tapi di siapa yang dipilih dan bagaimana cara memilihnya.

POPULASI DULU, BARU SAMPEL

Sebelum bicara jumlah sampel, definisikan dulu populasinya dengan jelas. Kalau populasinya salah didefinisikan, hasilnya menyimpang sejak awal. Sampel besar pun tidak menyelamatkan kalau tidak representatif.



Probability sampling — tiap anggota populasi punya peluang diketahui untuk terpilih. Untuk hasil yang mau digeneralisasi.



Purposive sampling — responden dipilih sesuai kriteria spesifik, untuk kelompok yang tidak mudah ditemukan acak.



Snowball sampling — responden awal membantu menemukan responden berikutnya, untuk komunitas tertutup.

Segitiga yang Sulit Dihindari



KENYATAAN DI LAPANGAN

Ketiganya jarang bisa dipenuhi sekaligus. Riset yang sangat cepat menuntut penyederhanaan cakupan. Riset yang murah membatasi metode. Tugas peneliti: membantu klien memahami konsekuensi dari tiap pilihan.

KEY POINTS

- ✓ Mulai dari 'keputusan apa yang akan diambil', bukan 'data apa yang mau dikumpulkan'.
- ✓ Sampling itu soal representasi, bukan soal jumlah responden, definisikan populasi dulu.
- ✓ Riset yang sempurna tidak ada. yang ada riset yang jujur soal keterbatasannya.

Studi Kasus



STUDI KASUS

Sebuah lembaga pemerintah menyelesaikan survei evaluasi program dengan ribuan responden dan analisis statistik lengkap. Namun ketika hasilnya dipresentasikan, pimpinan bertanya, "Apa yang harus kami perbaiki dulu?", laporan itu tidak punya jawaban meyakinkan karena sejak awal desainnya tidak dirancang untuk menjawab pertanyaan itu.

HASIL

Tim riset menambahkan tahap kualitatif, wawancara dengan penerima manfaat dan petugas lapangan, dikombinasikan dengan survei kuantitatif untuk mengukur skala masalahnya. Kombinasi ini menghasilkan tiga rekomendasi prioritas yang langsung diadopsi jadi revisi kebijakan.

PELAJARAN KUNCI

Desain yang baik dimulai dari membayangkan hari presentasi, bukan dari daftar variabel. Ketika desainnya tepat, kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif bisa menjawab pertanyaan yang tidak akan pernah terjawab lengkap oleh satu metode saja.

Tips Praktis

Beberapa kebiasaan yang membantu memilih desain riset yang tepat:



Sebelum memilih metode, bayangkan dulu hari presentasi hasil, informasi apa yang harus Anda sampaikan?



Definisikan populasi riset secara spesifik sebelum bicara jumlah sampel.



Kombinasikan kualitatif dan kuantitatif kalau sumber daya memungkinkan, keduanya saling melengkapi.



Jangan pilih metode karena sedang tren, pilih karena paling menjawab pertanyaan riset.



Selalu siapkan rencana cadangan kalau kondisi lapangan berubah di tengah jalan.

INGAT

Tidak ada desain riset yang sempurna. Yang ada adalah desain yang tepat dengan segala keterbatasannya, dan tetap cukup kuat menjawab pertanyaan yang diajukan.

Do & Don't

LAKUKAN

- ✓ Mulai desain riset dari "keputusan apa yang akan diambil".
- ✓ Definisikan populasi riset sebelum menghitung sampel.
- ✓ Bersikap fleksibel pada metode, tapi tegas pada tujuan riset.
- ✓ Jelaskan konsekuensi tiap pilihan desain ke klien secara terbuka.

HINDARI

- ✗ Memilih metode sebelum pertanyaan risetnya jelas.
- ✗ Menganggap sampel besar otomatis representatif.
- ✗ Mengorbankan kualitas demi memenuhi tenggat yang tidak realistis.
- ✗ Mengabaikan keterbatasan desain riset dalam laporan akhir.



Desain riset yang baik adalah kompas, bukan peta, ia menunjukkan arah, bukan jalan yang kaku.



04

Merancang Instrumen: Seni Mengajukan Pertanyaan yang Tepat



Kualitas data tidak dimulai ketika responden menjawab, tapi ketika peneliti memilih kata pertama dalam pertanyaannya.



Kalau saya diminta menyebutkan satu keterampilan yang paling menentukan kualitas peneliti, jawabannya bukan analisis statistik semata. Melainkan kemampuan menyusun pertanyaan.

3 Jebakan yang Sering Terjadi



Pertanyaan membawa asumsi keliru, "Mengapa kamu tidak memilih produk kami?" mengasumsikan respondennya bukan pelanggan.



Leading question, "Bukankah pelayanan sekarang lebih baik?" mengarahkan ke jawaban yang "diharapkan".



Double-barreled question, "Apakah pelayanan cepat dan ramah?" dua gagasan sekaligus, jawabannya ambigu.

Skala Harus Mengikuti Apa yang Diukur

SALAH KAPRAH

- Pakai Likert untuk semua pertanyaan
- Skala 1–10 untuk segala hal
- Skala rumit dikira lebih ilmiah

YANG TEPAT

- Likert untuk tingkat persetujuan/puas
- Skala frekuensi untuk kebiasaan
- Ranking untuk cari prioritas

UJI SEDERHANA SEBELUM MENULIS PERTANYAAN

Bayangkan dirimu jadi responden: apakah paham tanpa baca dua kali? Apakah bisa dijawab? Apakah terasa menghakimi? Kalau gagal salah satu ujian ini, tulis ulang.

1/3

dari satu kuesioner kadang tidak pernah dipakai dalam analisis akhir. Ratusan responden meluangkan waktu untuk pertanyaan yang sia-sia..

Karena itu, selalu lakukan pretest , gladi bersih sebelum turun ke lapangan sungguhan. Kalau responden bingung, yang salah biasanya pertanyaannya, bukan respondennya.

KEY POINTS

- ✓ Gunakan bahasa responden, bukan bahasa laporan penelitian.
- ✓ Waspadaai leading question dan double-barreled question.
- ✓ Untuk topik sensitif, pertanyaan tidak langsung sering lebih jujur.
- ✓ Selalu pretest sebelum turun ke lapangan sungguhan.

Studi Kasus



STUDI KASUS

Sebuah tim menyusun kuesioner untuk memahami mengapa pelanggan berhenti berlangganan sebuah layanan digital. Setelah didiskusikan panjang dan direview oleh beberapa akademisi, kuesioner dianggap sudah sangat baik hingga diuji coba ke lapangan.

HASIL

Pretest menemukan banyak masalah tak terduga, misalnya istilah yang membingungkan, pilihan jawaban yang tidak mewakili pengalaman nyata responden, bahkan pertanyaan yang ditafsirkan berbeda-beda. Setelah direvisi, tingkat jawaban yang jelas dan bisa dianalisis meningkat secara signifikan, dan volume jawaban yang tidak relevan turun drastis.

PELAJARAN KUNCI

Kalau responden bingung memahami pertanyaan, yang salah biasanya pertanyaannya, bukan respondennya. Waktu yang dihabiskan untuk pretest selalu jauh lebih murah dibandingkan dengan biaya mengulang seluruh pengumpulan data karena instrumen yang cacat.

Tips Praktis

Kebiasaan kecil yang membuat instrumen jauh lebih tajam:



Bacakan tiap pertanyaan, kalau terdengar aneh diucapkan, kemungkinan besar juga aneh dibaca responden.



Selalu tanya: "Kenapa pertanyaan ini perlu ada?" Kalau jawabannya lemah, coret.



Pisahkan pertanyaan yang mengandung dua gagasan sekaligus jadi dua pertanyaan terpisah.



Jangan lewati pretest, sekecil apa pun skala risetnya.



Rekam reaksi responden saat pretest, bukan cuma jawabannya, keraguan mereka adalah data juga.

INGAT

Instrumen yang baik terasa seperti obrolan, bukan interogasi. Semakin sedikit responden berpikir keras memahami pertanyaan, semakin jujur jawaban yang didapat.

Do & Don't

LAKUKAN

- ✓ Gunakan bahasa sehari-hari responden.
- ✓ Uji coba instrumen ke beberapa responden sebelum turun penuh.
- ✓ Berikan skala yang sesuai dengan jenis informasi yang dicari.
- ✓ Tulis ulang pertanyaan yang gagal diuji sederhana.

HINDARI

- ✗ Menggabungkan dua pertanyaan dalam satu kalimat (double-barreled).
- ✗ Menulis pertanyaan yang mengarahkan jawaban (leading question).
- ✗ Memakai skala rumit hanya supaya terlihat lebih ilmiah.
- ✗ Mengasumsikan responden pernah mengalami hal yang ditanyakan.



Satu kata yang salah dalam pertanyaan bisa mengubah seluruh makna jawaban yang diterima.



05

Mengumpulkan Data: Kadang Rencana Tidak Sesuai Kenyataan



Sebuah riset bagus bila data yang dikumpulkan juga bagus

Garbage in, garbage out. Kalau data yang masuk buruk, hasil yang keluar juga buruk, analisis sehebat apa pun tidak bisa menyelamatkannya.



Bagi responden, enumerator adalah wajah dari penelitian itu sendiri.

Konsistensi Lebih Penting daripada Kecepatan

Satu wawancara yang dilakukan dengan benar jauh lebih bernilai daripada lima wawancara yang terburu-buru. Jangan jadikan jumlah responden satu-satunya ukuran keberhasilan.



Survei Online: Kapan Tepat, Kapan Hati-hati

TEPAT DIPAKAI

- Populasi memang di ruang digital
- Survei pengguna aplikasi/e-commerce
- Riset internal karyawan
- Topik sensitif (lebih jujur)

PERLU HATI-HATI

- Mau gambarkan opini masyarakat umum
- Tak semua kelompok punya akses internet
- Responden yang mengisi jadi bias
- Rawan isian asal-asalan / ganda



MEDIA SOSIAL: PELENGKAP, BUKAN PENGGANTI

Isu yang ramai di media sosial belum tentu isu utama di masyarakat luas. Media sosial bagus untuk memahami percakapan yang berkembang, tapi untuk tahu seberapa besar suatu pendapat dianut, survei dengan sampling yang baik tetap lebih tepat.

KEY POINTS

- ✓ Kualitas riset ditentukan sejak wawancara pertama di lapangan.
- ✓ Jangan kejar jumlah responden dengan mengorbankan kualitas wawancara.
- ✓ Survei online unggul kalau populasinya memang di ruang digital.
- ✓ Suara ramai di medsos belum tentu mewakili suara mayoritas.

Studi Kasus



STUDI KASUS

Sebuah survei nasional dikejar tenggat sangat ketat. Untuk mengejar target jumlah responden, sebagian enumerator mulai mempercepat wawancara, beberapa pertanyaan dibacakan terburu-buru, sebagian dilewati.

HASIL

Tim *quality control* menemukan pola jawaban mencurigakan di beberapa wilayah (durasi wawancara jauh lebih singkat dari rata-rata). Setelah diverifikasi, sebagian data itu diulang pengambilannya. Pemantauan durasi wawancara kemudian jadi standar tetap di proyek berikutnya.

PELAJARAN KUNCI

Target waktu tidak boleh mengorbankan protokol wawancara, kualitas data dibangun sejak wawancara pertama di lapangan. Sistem pemantauan sederhana, seperti mencatat durasi wawancara, sering cukup untuk mendeteksi masalah sebelum terlambat.

Tips Praktis

Cara menjaga kualitas data sejak proses pengumpulan di lapangan:



Latih enumerator bukan cuma soal cara bertanya, tapi juga kenapa tiap pertanyaan itu penting.



Pantau durasi wawancara sebagai indikator awal kualitas data.



Pilih metode pengumpulan data sesuai karakter populasi, bukan sesuai kebiasaan tim.



Perlakukan media sosial sebagai pelengkap, bukan pengganti, survei.



Buat protokol quality control sejak hari pertama pengumpulan data, jangan menunggu semua data masuk.

INGAT

Data yang bagus tidak lahir dari keberuntungan, ia lahir dari protokol lapangan yang dijaga ketat sejak wawancara pertama sampai terakhir.

Do & Don't

LAKUKAN

- ✓ Perlakukan enumerator sebagai representasi wajah penelitian.
- ✓ Verifikasi kualitas data selama pengumpulan berlangsung.
- ✓ Gunakan survei online untuk populasi yang memang aktif digital.
- ✓ Siapkan protokol cadangan kalau kondisi lapangan berubah.

HINDARI

- ✗ Mengorbankan kualitas wawancara demi mengejar jumlah responden.
- ✗ Menganggap survei online selalu representatif untuk populasi umum.
- ✗ Mengabaikan bias yang mungkin muncul dari cara pengumpulan data.
- ✗ Membiarkan enumerator bekerja tanpa pemantauan berkala.



Rencana riset yang baik hanya akan menghasilkan data lapangan yang berkualitas jika protokolnya dijaga secara konsisten hingga responden terakhir.



06

Dari Data Menjadi Insight



"Biarkan data yang berbicara" , kedengarannya keren, tapi tidak sepenuhnya benar.

72% pelanggan bilang puas. Apakah itu berarti perusahaan berhasil? Belum tentu, tahun lalu mungkin 85%, atau pesaing punya 90%. Angka baru bermakna kalau ditempatkan dalam konteks yang tepat.

Segmentasi Bikin Data Lebih Hidup

CONTOH NYATA

Rata-rata kepuasan pelanggan 82%, kelihatan bagus. Tapi setelah dipecah per usia: pelanggan di atas 40 tahun 91% puas, di bawah 25 tahun cuma 65%. Rata-rata menyembunyikan bahwa perusahaan mulai kehilangan hati pelanggan mudanya.



Jebakan Saat Membaca Data



Terlalu cepat menyimpulkan — fokus ke 85% yang puas, lupa gali siapa 15% yang tidak.



Mencari pembenaran, bukan kebenaran — hanya memperhatikan data yang mendukung dugaan awal.



Mengira korelasi = sebab-akibat — pakai aplikasi sering tidak otomatis jadi penyebab loyalitas.



Melupakan konteks — kepuasan turun, tapi periode yang sama ada perubahan sistem besar-besaran?





Analisis data mengolah angka. Peneliti berusaha memahami manusia.

Rekomendasi yang baik bukan yang terbanyak, tapi yang paling penting dan bisa ditindaklanjuti. Laporan dengan 30 rekomendasi biasanya justru membuat manajemen bingung menentukan prioritas.

KEY POINTS



Data -> Informasi -> Insight. Insight lahir dari penjelasan 'mengapa' + implikasi keputusan.



Selalu cari pembandingan, angka tanpa pembandingan nyaris tak bermakna.



Peneliti adalah mitra berpikir, bukan pemberi jawaban tunggal.

Studi Kasus



STUDI KASUS

Sebuah tim melihat rata-rata kepuasan pelanggan sebesar 82% dan menyimpulkan semuanya baik-baik saja. Tidak ada tindakan khusus diambil.

HASIL

Setelah data dipecah per kelompok usia, ditemukan bahwa kepuasan pelanggan di bawah 25 tahun hanya 65%, jauh di bawah kelompok yang lebih tua (91%). Insight ini mengubah prioritas perusahaan, mereka menyadari sedang kehilangan basis pelanggan mudanya, dan segera menyusun program loyalitas khusus segmen tersebut.

PELAJARAN KUNCI

Rata-rata sering menyembunyikan cerita yang justru paling penting untuk diketahui. Kebiasaan memecah data ke beberapa segmen sebelum menyimpulkan apa pun adalah salah satu investasi waktu paling murah dalam sebuah analisis.

Tips Praktis

Kebiasaan yang membantu mengubah data jadi insight yang bernilai:



Selalu pecah data ke beberapa segmen sebelum menyimpulkan dari rata-rata saja.



Cari pembandingan untuk setiap angka, tanpa pembandingan, angka nyaris tak bermakna.



Curigai data yang terlalu rapi, insight terbaik sering muncul dari kejanggalan.



Batasi jumlah rekomendasi ke yang benar-benar prioritas, bukan yang terbanyak.



Libatkan orang di luar tim analisis untuk membaca temuan, pertanyaan naif mereka sering membuka insight baru.

INGAT

Data yang sama bisa menghasilkan insight yang sangat berbeda, tergantung siapa yang membacanya dan pertanyaan apa yang mereka ajukan padanya.

Do & Don't

LAKUKAN

- ✓ Krostabulasi data sebelum menarik kesimpulan besar.
- ✓ Uji apakah korelasi yang ditemukan benar-benar sebab-akibat.
- ✓ Sampaikan keterbatasan data secara terbuka.
- ✓ Ajukan pertanyaan "mengapa" ke setiap pola yang muncul.

HINDARI

- ✗ Berhenti di angka rata-rata tanpa menelusuri variasinya.
- ✗ Mengabaikan konteks eksternal saat membaca perubahan data.
- ✗ Membuat laporan dengan puluhan rekomendasi tanpa prioritas.
- ✗ Buru-buru menyimpulkan sebelum menguji penjelasan alternatif.



Angka tidak pernah berbohong, tapi ia juga tidak pernah bercerita sendiri tanpa diinterpretasikan.



07

Mengomunikasikan Insight: Dari Laporan Menjadi Pengaruh



Laporan 200 halaman kalah dipakai dibanding laporan ringkas yang langsung mengarah ke persoalan.

Laporan yang baik selalu dimulai dari masalah, bukan dari angka. Angka hanyalah alat untuk menjelaskan masalah itu.

SATU SLIDE, SATU PESAN

Kalau sebuah slide ingin menjelaskan kepuasan pelanggan menurun di segmen muda, grafiknya mendukung, judulnya menjelaskan, kalimatnya memperkuat. Jangan jejakkan lima grafik dan lima kesimpulan dalam satu slide.

Jangan mulai presentasi dari metodologi. Audiens ingin tahu "apa yang sebenarnya terjadi" dulu, bukan margin of error dan teknik sampling.



Dari Penyedia Data Menjadi Trusted Advisor



Klien mulai bertanya "menurutmu apa yang sedang terjadi?" bukan cuma "berapa hasil surveinya?" di situlah peneliti mulai jadi mitra berpikir, bukan sekadar penyedia angka.





Klien yang baik lebih menghargai fakta yang jujur, daripada laporan yang cuma berisi kabar baik.

KEY POINTS

- ✓ Executive summary adalah bagian paling banyak dibaca, perlakukan sebagai pintu masuk.
- ✓ Jangan takut sampaikan hasil yang tidak menyenangkan klien.
- ✓ Satu slide, satu pesan. Mulai presentasi dari konteks, bukan metodologi.
- ✓ Trusted advisor lahir dari konsistensi & kejujuran.

Studi Kasus



STUDI KASUS

Sebuah tim riset menyerahkan laporan setebal 200 halaman lengkap dengan seluruh output statistik ke kliennya. Presentasi dimulai dengan penjelasan metodologi selama 30 menit sebelum masuk ke temuan.

HASIL

Klien kehilangan minat sebelum sampai ke bagian penting. Di proyek berikutnya, laporan utama dipangkas jadi 20 halaman berisi temuan kunci, output statistik dipindah ke lampiran, dan presentasi dimulai langsung dari konteks masalah. Diskusi strategis terjadi jauh lebih cepat dan hasilnya lebih banyak ditindaklanjuti.

PELAJARAN KUNCI

Laporan yang baik bukan yang paling lengkap, tapi yang paling mudah dipakai mengambil keputusan. Semakin sedikit usaha yang dibutuhkan pembaca untuk sampai ke inti temuan, semakin besar peluang riset itu benar-benar ditindaklanjuti.

Tips Praktis

Kebiasaan yang membuat laporan dan presentasi lebih berpengaruh:



Tulis executive summary seolah itu satu-satunya halaman yang akan dibaca klien.



Presentasi metodologi singkat saja, fokus pada masalah dan temuan risetnya



Batasi satu slide untuk satu pesan utama.



Jangan takut menyampaikan hasil yang tidak menyenangkan, itu yang membangun kepercayaan jangka panjang.



Latih diri menjawab "jadi apa maksudnya?" dalam satu kalimat untuk setiap temuan sebelum menulis laporan.

INGAT

Insight sebaik apa pun tidak berdampak kalau gagal dipahami. Kemampuan mengomunikasikan hasil riset sama pentingnya dengan kemampuan menganalisisnya.

Do & Don't

LAKUKAN

- ✓ Mulai laporan dan presentasi dari masalah, bukan dari angka.
- ✓ Pilih hanya temuan yang relevan dengan keputusan yang akan diambil.
- ✓ Ceritakan insight sebagai narasi, bukan daftar angka.
- ✓ Siapkan jawaban untuk pertanyaan "jadi apa yang harus kami lakukan?"

HINDARI

- ✗ Memasukkan seluruh output statistik ke laporan utama.
- ✗ Menghabiskan sebagian besar waktu presentasi menjelaskan metodologi.
- ✗ Menyesuaikan kesimpulan supaya terdengar menyenangkan klien.
- ✗ Menjejalkan banyak grafik dan pesan dalam satu slide.



Laporan yang paling berpengaruh bukan yang paling tebal, tapi yang paling mudah diingat dan dipahami.



08

Masa Depan Riset: Ketika AI, Big Data, dan Manusia Bertemu



AI tidak akan menggantikan peneliti. AI akan menggantikan sebagian pekerjaan peneliti.

Big data mampu menjelaskan apa yang dilakukan seseorang, tapi tidak selalu bisa menjelaskan mengapa mereka melakukannya. Di situlah survei dan wawancara tetap penting.

AI Bisa, AI Belum Bisa

AI SANGAT MEMBANTU

- Merangkum ratusan halaman dokumen
- Coding ribuan jawaban terbuka
- Membuat visualisasi & draf laporan
- Mencari pola awal dalam data

TETAP BUTUH MANUSIA

- Merumuskan pertanyaan yang tepat
- Memahami konteks bisnis & budaya
- Intuisi dari pengalaman lapangan
- Menilai apa yang layak dipercaya

CARA TERBAIK MEMANDANG AI

Bukan sebagai pesaing, sebagai rekan kerja. Peneliti yang menolak AI akan tertinggal. Peneliti yang menyerahkan seluruh proses berpikirnya ke AI akan kehilangan keunggulan utamanya.



Riset bukan tentang data. Riset adalah tentang memahami manusia.



Warisan seorang peneliti bukan tumpukan laporan di rak buku. Warisan terbesarnya adalah keputusan-keputusan yang jadi lebih baik, karena riset yang pernah ia lakukan.

KEY POINTS

- ✓ Big data jawab 'apa', riset tetap dibutuhkan untuk jawab 'mengapa'.
- ✓ AI menggantikan sebagian pekerjaan peneliti, bukan menggantikan peneliti.
- ✓ Teknologi berubah, tapi tujuan riset tidak: memahami manusia.
- ✓ Warisan peneliti = keputusan yang lebih baik, bukan laporan yang menumpuk.

Studi Kasus



STUDI KASUS

Sebuah tim riset mulai menggunakan AI untuk mempercepat coding ribuan jawaban terbuka dari survei nasional, pekerjaan yang biasanya makan waktu dua minggu penuh.

HASIL

AI menyelesaikan pengelompokan awal hanya dalam hitungan jam. Tapi tim tetap meninjau ulang secara manual, dan menemukan AI salah mengelompokkan sejumlah jawaban bernuansa sarkasme dan idiom lokal. Waktu pengerjaan tetap terpangkas signifikan, tapi validasi manusia tetap jadi tahap wajib sebelum insight difinalisasi.

PELAJARAN KUNCI

AI mempercepat pekerjaan mekanis, tapi konteks budaya dan nuansa bahasa tetap butuh mata manusia. Kombinasi kecepatan AI dengan validasi manusia, bukan salah satu saja, yang menghasilkan insight paling bisa dipercaya.

Tips Praktis

Cara memanfaatkan AI tanpa kehilangan kendali atas kualitas riset:



Gunakan AI untuk mempercepat pekerjaan mekanis, seperti coding, ringkasan, draf awal, bukan untuk mengambil kesimpulan akhir.



Selalu validasi output AI dengan pemahaman konteks lokal dan budaya.



Latih tim untuk tetap kuat merumuskan pertanyaan, ini yang paling sulit digantikan AI.



Anggap AI sebagai rekan kerja, bukan pengganti proses berpikir.



Investasikan waktu mempelajari alat AI baru, tapi jangan pernah berhenti mengasah insting riset dari pengalaman lapangan.

INGAT

Teknologi akan terus berubah. Yang membedakan peneliti hebat bukan seberapa cepat ia memakai alat baru, tapi seberapa tajam ia bertanya.

Do & Don't

LAKUKAN

- ✓ Manfaatkan AI untuk pekerjaan repetitif dan analisis awal.
- ✓ Tetap validasi hasil AI dengan konteks manusia.
- ✓ Terus asah kemampuan merumuskan pertanyaan yang tajam.
- ✓ Gabungkan kecepatan AI dengan pengalaman lapangan peneliti.

HINDARI

- ✗ Menyerahkan seluruh interpretasi insight ke AI tanpa validasi.
- ✗ Menolak AI sepenuhnya karena takut tergantikan.
- ✗ Mengabaikan bias yang mungkin dibawa dari data latih AI.
- ✗ Menganggap output AI selalu benar tanpa diperiksa ulang.



Alat akan terus berganti. Yang bertahan adalah peneliti yang terus bertanya dengan kritis.



Epilog

Seorang Peneliti Tidak Pernah Berhenti Bertanya



"Apa rahasia menjadi peneliti yang baik?" Menjadi peneliti bukan berarti mengetahui banyak jawaban. Berarti terbiasa mengajukan pertanyaan yang lebih baik.

Modal utama seorang peneliti bukan komputer paling canggih, bukan pula software statistik paling lengkap. Modal utamanya adalah rasa ingin tahu yang tidak pernah padam.

JANGAN TAKUT BILANG "SAYA BELUM TAHU"

Kalimat itu bukan tanda kelemahan — justru awal dari sebuah penelitian. Kalau kita sudah merasa tahu semua jawaban, tidak ada lagi alasan untuk riset.



*Jangan langsung bertanya, "Apa jawabannya?"
Mulailah dengan bertanya, "Apakah saya sudah
mengajukan pertanyaan yang tepat?"*

KEY POINTS

- ✓ Jangan pernah jatuh cinta pada asumsi sendiri, uji terus dengan bukti.
- ✓ Teknologi akan terus berubah, tapi rasa ingin tahu tetap jadi inti profesi ini.
- ✓ Pertanyaan yang baik jauh lebih berharga daripada jawaban yang terburu-buru.
- ✓ Selama masih ada pertanyaan yang layak dijawab, perjalanan peneliti tak pernah benar-benar berakhir.





Belasan tahun riset, satu benang merah yang sama, membantu pengambil keputusan melihat lebih jernih di tengah ketidakpastian.

2012–2015

The Portrait of Urban Moslems, potret gaya hidup dan perilaku konsumsi Muslim urban Indonesia.

2016

The Urban Middle-Class Millennial, studi awal tentang kelas menengah milenial di perkotaan.

2017

Millennial Nusantara & Indonesia Middle-Class Muslim, memetakan perilaku keuangan, digital, dan religiositas kelas menengah.

2018

Indonesia Muslim Report 2018, termasuk catatan akhir tahun soal radikalisme di kalangan terdidik.

2019

Indonesia Muslim Report & Indonesia Millennial Report 2019, memperdalam potret generasi milenial Indonesia.

2020

9 Potret Milenial Indonesia & Indonesia Gen Z and Millennial Report, memperluas cakupan ke Gen Z.

2021

Potret Umat Beragama & Catatan Akhir Tahun Alvara 2021.

2022

Riset Gen Z dan Milenial menjelang tahun politik, potret preferensi pemilih muda.

2023–2024

Outlook ekonomi dan catatan akhir tahun, dinamika politik, ekonomi, dan arah Indonesia.

2025

Riset terbaru seputar Gen Z dan masa depan Indonesia.



THE ECONOMIST 27 Oktober 2016

"Young Indonesians are more apathetic and less loyal than older folk," says Hasanuddin Ali of Alvara, a research firm.

CNN 6 April 2019

"Millennials are very important to the two candidates," said Hasanuddin Ali, chief executive of research company Alvara Research Center. "Millennial voters are also a key success factor in the Indonesian election."

BLOOMBERG 16 April 2022

"Young Indonesians are mainly concerned about economic issues, including access to education, jobs and a supportive environment to start businesses," said Hasanuddin Ali, chief executive officer at research firm Alvara Strategic.

