

Metode Penelitian Bisnis Pariwisata dan Perhotelan

I Made Bayu Wisnawa
Laras Oktaviani

METODE PENELITIAN BISNIS PARIWISATA DAN PERHOTELAN

DISUSUN OLEH:
I Made Bayu Wisnawa
Laras Oktaviani

UNTRIM | PRESS
METODE PENELITIAN

BISNIS PARIWISATA DAN PERHOTELAN

DISUSUN OLEH:
I Made Bayu Wisnawa
Laras Oktaviani
Tahun Terbit : 2024



UNTRIM Press

Alamat: Jalan Kubu Gunung, Tegal Jaya, Dalung, Badung, Bali
e-mail: untrimpress@triatmamulya.ac.id
Anggota IKAPI No. 042/Anggota Luar Biasa/BAI/2023

ISBN: 978-623-88947-3-4

Penyunting	: Putu Guntur Pramana Putra
Penata Letak	: I Made Gede Darma Susila
Desainer Sampul	: Pondang Polikarpus Nainggolan
Ilustrasi Sampul dan Tata Letak	: I Gede Wiramatika

Jumlah hal.	: xix + 120
Ukuran	: 15,5 x 23 cm

Hak Cipta © Penulis

Hak cipta dilindungi UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak
sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

Isi diluar tanggung

KATA PENGANTAR

Dengan penuh penghargaan, saya menyampaikan apresiasi kepada Dr. I Made Bayu Wisnawa, A.Par., M.M., M.Par., dan Laras Oktaviani S.Pd., M.Pd., atas karya penting mereka, buku "Metode Penelitian Bisnis Pariwisata dan Perhotelan". Buku ini merupakan panduan esensial bagi mahasiswa di bidang pariwisata dan perhotelan, dirancang untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhir dengan merujuk pada Rencana Pembelajaran Semester (RPS) yang berlaku.

Buku ini tidak hanya menjadi referensi utama bagi mahasiswa dan akademisi di bidang pariwisata dan perhotelan tetapi juga diharapkan dapat meningkatkan kualitas penelitian dan pengembangan dalam sektor tersebut. Dengan menyajikan wawasan yang sesuai dengan praktik bisnis terkini, buku ini memfasilitasi pemahaman mendalam tentang metodologi penelitian yang efektif, sekaligus mendorong inovasi dan peningkatan layanan yang berkelanjutan.

Melalui buku ini, kami berharap dapat memajukan industri pariwisata dan perhotelan Indonesia, mendorong mahasiswa dan akademisi untuk mencapai keunggulan akademik dan profesional. Semoga karya ini akan memberikan dampak positif bagi pengembangan industri pariwisata dan perhotelan di Indonesia dan di tingkat internasional.

Tegal Jaya, Maret 2024
Rektor Universitas Triatma Mulya

Dr. Drs. I Ketut Putra Suarthana.,M.M

PRAKATA

Dalam buku "Metode Penelitian Bisnis Pariwisata dan Perhotelan", penekanan diberikan pada pentingnya menguasai metodologi penelitian untuk memahami dinamika sektor ini. Dengan menggali berbagai pendekatan penelitian, baik kuantitatif maupun kualitatif, karya ini bertujuan menghasilkan penelitian yang relevan dan aplikatif. Variabel seperti kepuasan pelanggan, perilaku konsumen, dan dinamika pasar menjadi fokus utama, mencerminkan kompleksitas industri pariwisata dan perhotelan.

Melalui penggunaan teknik pengukuran yang efektif dan aplikasi teori yang tepat, buku ini bertujuan membekali pembaca dengan kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengatasi tantangan di sektor pariwisata dan perhotelan. Ini termasuk mengoptimalkan peluang yang ada dengan memahami kebutuhan dan preferensi konsumen dalam konteks yang terus berubah.

Akhirnya, buku ini dirancang sebagai panduan komprehensif untuk peneliti, mahasiswa, dan praktisi, menawarkan wawasan mendalam tentang bagaimana melakukan penelitian yang berdampak di sektor pariwisata dan perhotelan. Diharapkan, pembaca dapat menerapkan pengetahuan ini dalam memajukan karir mereka atau kontribusi akademis, menjadikan industri ini lebih inovatif dan responsif terhadap kebutuhan pasar global.

Tegal Jaya, Maret 2024

Penulis

Dr. I Made Bayu Wisnawa.,A.Par., M.M.,M.Par

Laras Oktaviani.,S.Pd.,M.Pd

PETUNJUK PENGGUNAAN BUKU

Untuk memahami isi dari buku "Metode Penelitian Bisnis Pariwisata dan Perhotelan", penting untuk memperhatikan struktur dan pengorganisasian materi yang telah disusun secara sistematis. Buku ini dibagi menjadi beberapa bab yang masing-masing membahas aspek penting dalam penelitian bisnis pariwisata dan perhotelan, mulai dari pengenalan konsep dasar hingga aplikasi metodologi penelitian yang lebih kompleks. Pembaca diarahkan untuk mengikuti alur buku secara berurutan untuk membangun pemahaman yang kuat tentang topik-topik tersebut.

Di awal buku, akan ditemukan panduan penggunaan yang menjelaskan cara terbaik untuk memanfaatkan buku ini sebagai sumber belajar atau referensi penelitian. Disarankan untuk membaca setiap bab dengan teliti, memperhatikan contoh-contoh yang diberikan, dan menerapkan latihan-latihan yang ada untuk memperdalam pemahaman. Ini akan membantu pembaca tidak hanya mengerti teori-teori yang dibahas tetapi juga cara penerapannya dalam konteks nyata di industri pariwisata dan perhotelan.

Selanjutnya, buku ini juga menyediakan kasus-kasus studi yang mendemonstrasikan aplikasi praktik dari metode penelitian dalam situasi nyata di sektor pariwisata dan perhotelan. Melalui pembahasan kasus-kasus ini, pembaca akan mendapatkan insight tentang bagaimana penelitian dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah nyata, meningkatkan operasional bisnis, dan mengidentifikasi peluang baru dalam sektor ini. Pembaca diharapkan dapat memanfaatkan buku ini tidak hanya sebagai alat bantu akademis tetapi juga sebagai panduan praktis dalam karir mereka.

Bab 1 "Pengantar Metode Penelitian Bisnis Pariwisata dan Perhotelan" mengajak mahasiswa untuk menggali hubungan antara ilmu pengetahuan dan penelitian, memahami arti dan langkah-langkah penelitian, serta membedakan tipe-tipe penelitian yang ada. Mahasiswa diajak untuk mengembangkan kemampuan merancang penelitian dalam konteks pariwisata dan perhotelan, melalui studi yang meliputi analisis perilaku wisatawan, strategi pemasaran, pengelolaan destinasi, dan dampak ekonomi serta sosial industri. Langkah-langkah dalam mempelajari bab ini melibatkan membaca materi secara mendalam, melakukan diskusi berdasarkan tema yang disediakan, dan menjawab pertanyaan-pertanyaan kritis pada akhir bab untuk mengasah pemahaman dan keterampilan penelitian.

Bab 2 "Masalah, Topik Penelitian dan Hipotesis" dalam konteks penelitian bisnis pariwisata dan perhotelan, memfokuskan pada pentingnya memilih masalah penelitian yang relevan dan signifikan, mengembangkan hipotesis yang kuat, dan memahami tujuan penelitian. Langkah-langkah dalam mempelajari bab ini adalah dengan membaca materi secara saksama, melakukan diskusi tematik yang sudah disediakan, dan menjawab pertanyaan pada akhir bab untuk memperdalam pemahaman tentang bagaimana memilih topik penelitian yang akan memberi dampak nyata pada industri pariwisata dan perhotelan, merumuskan masalah penelitian yang jelas dan terukur, serta mengembangkan hipotesis yang dapat diuji melalui metodologi penelitian yang tepat.

Bab 3 "Variabel dan Data" menyajikan pemahaman mendalam tentang jenis variabel dalam penelitian pariwisata dan perhotelan, teknik pengukuran yang efektif, serta penggunaan data kualitatif dan kuantitatif untuk analisis industri. Langkah-langkah dalam mempelajari bab ini termasuk membaca materi secara teliti, berpartisipasi dalam diskusi yang sudah disediakan, dan menjawab pertanyaan

pada akhir bab. Ini memungkinkan mahasiswa untuk mengaplikasikan konsep variabel dalam penelitian nyata, mengukur variabel menggunakan skala pengukuran yang tepat seperti Skala Likert, serta memahami bagaimana data yang dikumpulkan dapat digunakan untuk membuat keputusan berdasarkan informasi dalam industri pariwisata dan perhotelan.

Dalam "Bab 4 Populasi dan Sampel," langkah-langkah mempelajari bab ini meliputi membaca materi, diskusi yang disediakan, dan menjawab pertanyaan di akhir bab. Bab ini menguraikan pentingnya memahami konsep populasi dan sampel dalam sektor pariwisata dan perhotelan, serta teknik sampling dan penentuan ukuran sampel. Materi ini menekankan pada identifikasi populasi yang tepat untuk merancang layanan sesuai kebutuhan pasar, dan pemilihan sampel yang akurat untuk validitas penelitian. Teknik sampling yang dibahas mencakup berbagai metode berbasis probabilitas dan non-probabilitas, menghadapi tantangan keragaman preferensi konsumen dan dinamika pasar yang cepat berubah.

Dalam "Bab 5 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data," langkah-langkah mempelajari bab ini meliputi membaca materi, diskusi yang disediakan, dan menjawab pertanyaan di akhir bab. Bab ini menyajikan berbagai teknik dan instrumen pengumpulan data penting dalam penelitian pariwisata dan perhotelan, termasuk observasi, wawancara, dan kuesioner. Tujuannya adalah untuk memahami dan memilih metode pengumpulan data yang sesuai, mendesain instrumen yang valid dan reliabel, dan menerapkan proses ini untuk mengumpulkan data akurat yang dapat mendukung pengambilan keputusan strategis, peningkatan layanan, dan inovasi produk.

Dalam "Bab 6 Teknik Penelitian Kuantitatif," langkah-langkah mempelajari bab ini meliputi membaca materi,

diskusi yang disediakan, dan menjawab pertanyaan di akhir bab. Bab ini menguraikan metodologi penelitian kuantitatif dalam konteks industri pariwisata dan perhotelan, menekankan pentingnya data numerik dan analisis statistik untuk memahami perilaku dan preferensi konsumen. Materi ini menjelaskan perbedaan antara penelitian kuantitatif dan kualitatif, menyoroti penggunaan desain penelitian kuantitatif yang beragam untuk mengukur efektivitas layanan, kepuasan pelanggan, dan mengidentifikasi tren pasar, serta menggarisbawahi pentingnya memilih desain yang tepat untuk meningkatkan strategi bisnis dan keberlanjutan industri.

Dalam "Bab 7 Teknik Penelitian Kualitatif," langkah-langkah mempelajari bab ini meliputi membaca materi, diskusi yang disediakan, dan menjawab pertanyaan di akhir bab. Bab ini membahas pendekatan penelitian kualitatif dalam industri pariwisata dan perhotelan, termasuk penggunaan observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi untuk memahami pengalaman, persepsi, dan perilaku pelanggan. Materi ini menekankan pentingnya mengidentifikasi nuansa spesifik yang mempengaruhi pengalaman wisatawan, seperti interaksi sosial dan keunikan budaya lokal, untuk mengembangkan strategi pemasaran dan peningkatan layanan yang meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Panduan komprehensif ini mengajak pembaca untuk mendalami penelitian kuantitatif dan kualitatif, pengumpulan data, dan analisis, sehingga dapat membekali mereka dengan kemampuan analitis dan praktis yang diperlukan dalam menghadapi tantangan nyata industri. Harapan kami adalah pembaca dapat mengintegrasikan ilmu yang dipelajari untuk meningkatkan kualitas penelitian, inovasi, dan strategi bisnis di sektor pariwisata dan perhotelan, berkontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan industri ini.

TUJUAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

CPL(Capaian Pembelajaran)-PRODI yang dibebankan pada Mata Kuliah Metode Penelitian (Bisnis Perhotelan dan Pariwisata) meliputi:

1. Sikap
2. Keterampilan Umum
3. Keterampilan Khusus
4. Pengetahuan

CPMK (Capaian Pembelajaran Mata Kuliah) dan Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah untuk mahasiswa pada Bab 1 sampai dengan Bab 7 sebagai berikut :

Bab 1: Pengantar Metode Penelitian Bisnis Pariwisata dan Perhotelan

CPMK :

Mahasiswa diharapkan mampu memahami dan merancang penelitian menghubungkan ilmu dengan membedakan tipe dan langkah efektif.

Sub CPMK :

1. Memahami hubungan antara Ilmu Pengetahuan dan penelitian.
2. Mengenali arti serta langkah-langkah dalam penelitian.
3. Membedakan tipe-tipe penelitian yang tersedia.
4. Memiliki kemampuan untuk merancang sebuah penelitian.

Bab 2: Masalah, Topik Penelitian dan Hipotesis

CPMK :

Mahasiswa diharapkan mampu memahami, merumuskan masalah, dan teori penelitian serta menyusun hipotesis adalah esensi pengembangan penelitian efektif.

Sub CPMK :

1. Memahami masalah dan topik penelitian

2. Mampu merumuskan masalah dalam penelitian.
3. Memahami konsep dan teori dalam penelitian.
4. Mampu menyusun hipotesis penelitian.

Bab 3: Variabel dan Data

CPMK :

Mahasiswa diharapkan mampu menerapkan berbagai jenis variabel, teknik pengukuran efektif, serta analisis data kualitatif dan kuantitatif dalam penelitian industri pariwisata dan perhotelan.

Sub CPMK :

1. Memahami dan mengaplikasikan jenis variabel dalam penelitian perhotelan dan pariwisata.
2. Menggunakan teknik pengukuran variabel yang efektif, termasuk penggunaan skala pengukuran dan Skala Likert.
3. Menggunakan data kualitatif dan kuantitatif untuk memahami industri pariwisata dan perhotelan.

Bab 4: Populasi dan Sampel

CPMK :

Mahasiswa memahami konsep populasi dan sampel serta menguasai teknik sampling dan penentuan ukuran sampel dalam konteks pariwisata dan perhotelan..

Sub CPMK :

1. Memahami Konsep Populasi dan Sampel dalam Pariwisata dan Perhotelan.
2. Menguasai Teknik Sampling dan Penentuan Ukuran Sampel.

Bab 5: Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

CPMK :

Mampu memilih teknik pengumpulan data yang sesuai dan mendesain instrumen yang valid dan reliabel sesuai tujuan penelitian.

Sub CPMK :

1. Memahami dan memilih teknik pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan dan desain penelitian mereka.
2. Mendesain dan mengembangkan instrumen pengumpulan data yang valid dan reliabel.

Bab 6: Penelitian Kuantitatif

CPMK :

Mahasiswa memahami dan mampu merancang dasar-dasar serta studi penelitian kuantitatif.

Sub CPMK :

1. Mahasiswa memahami dasar-dasar penelitian kuantitatif.
2. Mahasiswa mampu merancang studi penelitian kuantitatif.

Bab 7: Penelitian Kualitatif

CPMK :

Mahasiswa diharapkan memahami konsep dan prinsip penelitian kualitatif, mengembangkan keterampilan aplikatif dalam pengumpulan dan analisis data, serta mampu menyajikan temuan secara sistematis dan menarik.

Sub CPMK :

1. Memahami konsep dasar dan prinsip-prinsip penelitian kualitatif, termasuk karakteristik unik dan pendekatan etis dalam pengumpulan dan analisis data.
2. Mengembangkan keterampilan dalam mengaplikasikan metode pengumpulan data kualitatif seperti observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi, serta teknik sampling yang efektif.
1. Mampu melakukan analisis data kualitatif, interpretasi hasil penelitian, dan penyajian temuan penelitian secara sistematis dan menarik bagi pembaca.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
PRAKATA	iv
PETUNJUK PENGGUNAAN BUKU.....	v
TUJUAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR SINGKATAN.....	xvi
BAB I PENGANTAR METODE PENELITIAN	
PARIWISATA DAN PERHOTELAN	1
1.1. Pengertian Penelitian Pariwisata dan Perhotelan	1
1.2. Kerangka Konseptual Penelitian Pariwisata dan Perhotelan.....	5
1.3. Metodologi Penelitian dalam Pariwisata dan Perhotelan.....	8
1.4. Rangkuman	11
1.5. Bahan Diskusi	12
1.6. Rujukan	14
1.7. Latihan Soal-soal.....	15
BAB II MASALAH, TOPIK PENELITIAN DAN	
HIPOTESIS	16
2.1. Memilih Masalah/Topik Penelitian.....	16
2.2. Perumusan Masalah	20
2.3. Konsep atau Definisi	23
2.4. Jenis-jenis Penelitian dalam Industri Pariwisata dan Perhotelan.....	26

2.5. Rangkuman.....	26
2.6. Bahan Diskusi.....	27
2.7. Rujukan.....	28
2.8. Latihan Soal-soal.....	29
BAB III VARIABEL DAN DATA.....	30
3.1. Variabel: Pengertian dan Jenis.....	30
3.2. Pengukuran Variabel.....	34
3.3. Data: Pengertian, Kegunaan, dan Jenis.....	39
3.4. Rangkuman.....	41
3.5. Bahan Diskusi.....	42
3.6. Rujukan.....	43
3.7. Latihan Soal-soal.....	44
BAB IV POPULASI DAN SAMPEL.....	45
4.1. Populasi dan Sampel.....	45
4.2. Teknik Sampling.....	47
4.3. Penentuan Ukuran Sampel (<i>Sample Size</i>).....	51
4.4. Rangkuman.....	53
4.5. Bahan Diskusi.....	53
4.6. Rujukan.....	54
4.7. Latihan Soal-soal.....	55
BAB V TEKNIK DAN INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA.....	56
5.1. Proses Pengumpulan Data.....	56
5.2. Instrumen Pengumpulan Data.....	61
5.3. Rangkuman.....	63
5.4. Bahan Diskusi.....	63

5.5. Rujukan	64
5.6. Latihan Soal-soal.....	65
BAB VI PENELITIAN KUANTITATIF	66
6.1. Pengantar Penelitian Kuantitatif	66
6.2. Desain Penelitian Kuantitatif	68
6.3. Pengumpulan Data	70
6.4. Analisis Data	73
6.5. Penyusunan Laporan Penelitian	76
6.6. Rangkuman	77
6.7. Bahan Diskusi	78
6.8. Rujukan	78
6.9. Latihan Soal-soal.....	79
BAB VII PENELITIAN KUALITATIF	80
7.1. Pengertian dan Prinsip Dasar Penelitian Kualitatif..	80
7.2. Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif	83
7.3. Analisis Data dan Penyajian Hasil Penelitian Kualitatif	86
7.4. Rangkuman	88
7.5. Bahan Diskusi	89
7.6. Rujukan	91
7.7. Latihan Soal-soal.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
GLOSARIUM	96
INDEKS	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengantar Metode Penelitian Pariwisata dan Perhotelan	2
Gambar 1. 2 Ilustrasi Diskusi.....	13
Gambar 2. 1 Masalah, Topik Penelitian dan Hipotesis.....	17
Gambar 3. 1 Variabel dan Data.....	31
Gambar 4. 1 Populasi dan Sampel	46
Gambar 5. 1 Proses Pengumpulan Data.....	58
Gambar 5. 2 Instrumen Pengumpulan Data	61
Gambar 6. 1 Penelitian Kuantitatif	67
Gambar 7. 1 Penelitian Kuantitatif	81
Gambar 7. 2 Ilustrasi Sunset Retreat.....	89

DAFTAR SINGKATAN

SEM : *Structural Equation Modelling*

B&B : *Bed and Breakfast*

BAB I

PENGANTAR METODE PENELITIAN PARIWISATA DAN PERHOTELAN

Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari materi ini, diharapkan mahasiswa:

1. Memahami hubungan antara Ilmu Pengetahuan dan penelitian.
2. Mengenali arti serta langkah-langkah dalam penelitian.
3. Membedakan tipe-tipe penelitian yang tersedia.
4. Memiliki kemampuan untuk merancang sebuah penelitian.

1.1. Pengertian Penelitian Pariwisata dan Perhotelan

a. Definisi dan Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian pariwisata dan perhotelan adalah studi yang dilakukan untuk memahami dinamika kompleks di sektor pariwisata dan perhotelan (Stalmirska & Camprubi, 2022). Ini mencakup analisis perilaku wisatawan, strategi pemasaran hotel, pengelolaan destinasi, serta dampak ekonomi dan sosial industri. Penelitian ini penting karena industri pariwisata dan perhotelan adalah sektor yang berkembang pesat dan memiliki dampak signifikan terhadap ekonomi global. Dengan memahami variabel-variabel ini, peneliti dapat memberikan wawasan yang berharga untuk pengembangan strategi dan kebijakan di sektor ini.

Penelitian dalam bidang ini sering melibatkan pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang tren dan pola dalam industri. Ini bisa termasuk survei pelanggan, studi kasus hotel, atau analisis data keuangan. Penelitian ini tidak hanya membantu dalam pemahaman aspek operasional, tetapi juga dalam mengidentifikasi tantangan dan peluang yang ada

dalam sektor ini. Misalnya, bagaimana teknologi digital mengubah cara hotel beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan.



Gambar 1. 1 Pengantar Metode Penelitian Pariwisata dan Perhotelan

Ruang lingkup penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan sangat luas, termasuk aspek lingkungan, budaya, dan ekonomi. Penelitian ini dapat membantu dalam mengembangkan pariwisata berkelanjutan yang

mempertimbangkan pelestarian lingkungan dan penghormatan terhadap budaya lokal. Selain itu, penelitian ini juga memainkan peran penting dalam memahami bagaimana faktor ekonomi global, seperti fluktuasi mata uang atau perubahan dalam kebijakan ekonomi, mempengaruhi industri pariwisata dan perhotelan.

b. Pentingnya Penelitian dalam Pariwisata dan Perhotelan

Penelitian dalam pariwisata dan perhotelan memegang peranan krusial dalam mengembangkan pemahaman tentang kebutuhan dan preferensi wisatawan. Dengan analisis data yang mendalam, peneliti dapat mengungkap tren dan pola perilaku konsumen, memungkinkan pengembang pariwisata dan perhotelan untuk merancang layanan yang lebih sesuai dengan keinginan pasar. Penelitian ini juga berguna dalam mengidentifikasi segmen pasar yang belum terjamah, menawarkan peluang baru untuk inovasi dalam produk dan layanan. Di samping itu, memahami preferensi wisatawan membantu dalam memastikan keberlanjutan praktik bisnis.

Penelitian juga esensial dalam mengidentifikasi dan mengatasi tantangan yang dihadapi industri pariwisata dan perhotelan. Misalnya, penelitian dapat membantu dalam mengembangkan strategi untuk mengatasi dampak negatif pariwisata, seperti kerusakan lingkungan dan konflik sosial-budaya. Dengan menganalisis data dari berbagai sumber, termasuk *feedback* dari wisatawan dan penduduk lokal, peneliti dapat memberikan rekomendasi yang membantu dalam menciptakan praktik pariwisata yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Penelitian ini membantu dalam menyeimbangkan kebutuhan ekonomi industri dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Selain itu, penelitian dalam pariwisata dan perhotelan berperan penting dalam menginformasikan kebijakan publik dan keputusan investasi. Data dan analisis yang dihasilkan

dapat menjadi dasar untuk pembuatan kebijakan yang mendukung pertumbuhan industri yang sehat dan berkelanjutan. Misalnya, penelitian dapat membantu pemerintah dan organisasi terkait dalam mengembangkan infrastruktur pariwisata, meningkatkan standar pelayanan, dan mengidentifikasi area yang memerlukan investasi lebih. Dengan demikian, penelitian tidak hanya menguntungkan para pelaku industri, tetapi juga masyarakat dan pemerintah dalam pengambilan keputusan yang berwawasan luas.

c. Hubungan Penelitian dengan Pengembangan Pariwisata dan Perhotelan

Penelitian dalam pariwisata dan perhotelan berperan krusial dalam menopang perkembangan sektor ini. Melalui studi yang mendalam, penelitian memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan, yang sangat penting untuk inovasi dan peningkatan layanan. Penelitian juga membantu dalam mengidentifikasi tren pasar yang baru dan berkembang, memungkinkan bisnis untuk beradaptasi dan bertahan dalam lingkungan yang kompetitif. Selain itu, penelitian dapat mengungkap dampak sosial dan ekonomi dari pariwisata dan perhotelan, memberikan wawasan untuk pengambilan kebijakan yang lebih efektif. Dengan demikian, penelitian bukan hanya tentang pengumpulan data, tetapi juga tentang penerapan wawasan tersebut untuk kemajuan industri.

Dalam konteks pengembangan produk dan layanan, penelitian memainkan peran penting dalam inovasi. Studi pasar dan analisis perilaku konsumen yang detail memandu perusahaan dalam merancang dan memperkenalkan layanan baru yang sesuai dengan keinginan pasar. Misalnya, penelitian dapat mengungkap peluang untuk pengembangan paket wisata *eco-friendly* atau pengalaman virtual dalam perhotelan, sesuai dengan tren keberlanjutan dan teknologi. Penelitian juga membantu dalam mengidentifikasi area-area yang

memerlukan perbaikan atau penyempurnaan, memastikan bahwa perusahaan tetap relevan dan memenuhi ekspektasi pelanggan. Oleh karena itu, penelitian adalah kunci untuk inovasi berkelanjutan dan kepuasan pelanggan.

Pada tingkat strategis, penelitian menawarkan dasar untuk pembuatan keputusan dan perencanaan jangka panjang. Melalui analisis data yang komprehensif, pemangku kepentingan dapat membuat keputusan yang didasarkan pada bukti tentang alokasi sumber daya, pengembangan infrastruktur, dan inisiatif pemasaran. Penelitian juga memberikan wawasan tentang pasar global, memungkinkan bisnis untuk menargetkan pasar baru dan memahami dinamika kompetisi. Selain itu, dengan memahami dampak sosial dan lingkungan dari pariwisata, penelitian mendukung praktik berkelanjutan dan bertanggung jawab. Dengan demikian, penelitian berperan sebagai landasan bagi perkembangan strategis yang bijaksana dan berkelanjutan dalam industri pariwisata dan perhotelan.

1.2. Kerangka Konseptual Penelitian Pariwisata dan Perhotelan

a. Aspek-Aspek Kunci dalam Penelitian Pariwisata dan Perhotelan

Kerangka konseptual dalam penelitian pariwisata dan perhotelan berfungsi sebagai peta jalan dalam proses penelitian (Nang Fong, 2022). Ini mengidentifikasi variabel kunci dan hubungan antara variabel-variabel tersebut. Aspek-aspek seperti perilaku wisatawan, kepuasan pelanggan, dan dampak ekonomi dan sosial dari pariwisata dan perhotelan menjadi titik fokus. Kerangka ini membantu peneliti dalam merumuskan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang relevan, berbasis pada teori dan studi sebelumnya di bidang ini.

Dalam merancang kerangka konseptual, peneliti harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti budaya, kebijakan

pemerintah, dan tren pasar global yang mempengaruhi industri pariwisata dan perhotelan. Pendekatan multidisipliner sering kali diperlukan untuk memahami kompleksitas interaksi antara faktor-faktor ini. Kerangka ini juga mengakomodasi perubahan dan adaptasi, mengingat industri pariwisata dan perhotelan sangat dinamis dan dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal dan internal.

Penggunaan model konseptual ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi gap dalam pengetahuan yang ada dan menawarkan arah baru untuk penelitian. Ini juga membantu dalam mengkomunikasikan ide dan temuan kepada pemangku kepentingan seperti pengusaha, pembuat kebijakan, dan akademisi. Efektivitas kerangka konseptual tergantung pada kemampuannya dalam mengintegrasikan teori yang relevan dan data empiris, menciptakan sebuah basis yang kokoh untuk eksplorasi lebih lanjut dalam penelitian pariwisata dan perhotelan.

b. Pengembangan Model Konseptual

Pengembangan model konseptual dalam penelitian pariwisata dan perhotelan adalah langkah penting yang menetapkan fondasi teoretis untuk studi. Model ini membantu dalam mengidentifikasi dan merinci variabel-variabel penting serta hubungan antar variabel tersebut. Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, model konseptual biasanya mencakup faktor-faktor seperti kepuasan pelanggan, perilaku konsumen, dan dinamika pasar. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara visual hipotesis dan asumsi yang akan diuji, memudahkan pemahaman tentang struktur dan dinamika industri.

Pendekatan dalam pengembangan model konseptual seringkali bersifat interdisipliner, menggabungkan teori dan metode dari berbagai bidang seperti ekonomi, psikologi, dan manajemen. Hal ini memperkaya analisis dengan memberikan perspektif yang lebih luas dan mendalam. Misalnya, aplikasi

teori perilaku konsumen dari psikologi dapat memberikan wawasan tentang bagaimana wisatawan membuat keputusan, sementara teori manajemen dapat digunakan untuk memahami operasi perhotelan. Penggabungan berbagai teori ini tidak hanya memperkuat model konseptual tetapi juga meningkatkan validitas dan relevansi penelitian.

Pengembangan model konseptual yang efektif memerlukan pemahaman mendalam tentang industri pariwisata dan perhotelan. Ini mencakup pengetahuan tentang tren saat ini, tantangan, dan peluang dalam industri. Model yang baik harus fleksibel dan mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar dan preferensi konsumen. Selain itu, ia harus mampu mengintegrasikan teknologi baru dan inovasi yang terus menerus muncul dalam industri pariwisata dan perhotelan. Dengan demikian, model konseptual yang kuat menjadi alat penting untuk memandu penelitian dan praktik dalam bidang ini.

c. Penerapan Teori dan Model dalam Penelitian

Penerapan teori dan model dalam penelitian pariwisata dan perhotelan adalah proses integral yang memandu peneliti dalam mengkaji fenomena industri ini. Teori-teori yang ada berfungsi sebagai landasan untuk membangun hipotesis dan kerangka kerja penelitian. Model penelitian yang efektif membantu dalam pemahaman yang lebih baik tentang dinamika kompleks industri pariwisata dan perhotelan. Penggunaan model yang sesuai memungkinkan peneliti untuk memprediksi tren, memahami perilaku pelanggan, dan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi industri. Keterkaitan antara teori dan praktik menjadi penting untuk memastikan bahwa hasil penelitian relevan dan dapat diaplikasikan dalam praktik bisnis.

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, teori dan model harus mencerminkan keunikan sektor ini, seperti multikulturalisme, keberlanjutan, dan pengalaman pelanggan.

Teori seperti teori kepuasan pelanggan dan model pengalaman wisatawan dapat digunakan untuk mengukur dan meningkatkan kualitas layanan. Adaptasi model bisnis, seperti model bisnis berkelanjutan, juga krusial dalam meneliti bagaimana perusahaan dapat bertahan di pasar yang kompetitif ini. Integrasi teori dari disiplin lain, seperti psikologi dan ekonomi, juga berperan dalam memberikan wawasan baru tentang perilaku wisatawan dan operasional hotel. Penelitian harus selalu berupaya menghubungkan teori ini dengan praktik nyata untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya dalam industri.

Penelitian yang efektif dalam pariwisata dan perhotelan juga melibatkan evaluasi kritis terhadap teori dan model yang ada. Hal ini penting untuk memastikan bahwa penelitian tidak hanya mengandalkan teori lama yang mungkin tidak lagi relevan dengan kondisi pasar saat ini. Peneliti harus bersedia mengadaptasi dan memodifikasi model berdasarkan temuan baru dan tren yang berkembang. Kolaborasi lintas disiplin ilmu dan pemanfaatan teknologi canggih, seperti analisis big data, dapat membantu dalam pengembangan model penelitian yang lebih inovatif dan akurat. Akhirnya, penerapan teori dan model yang tepat memungkinkan peneliti untuk memberikan rekomendasi yang praktis dan berdampak pada industri pariwisata dan perhotelan.

1.3. Metodologi Penelitian dalam Pariwisata dan Perhotelan

a. Pendekatan Metodologis dalam Penelitian

Pendekatan metodologis dalam penelitian pariwisata dan perhotelan merupakan fondasi penting dalam membangun kredibilitas dan validitas penelitian (Dolnicar, 2022). Pendekatan ini melibatkan pemilihan desain penelitian yang sesuai, yang bisa bersifat kuantitatif, kualitatif, atau mixed-method. Dalam pendekatan kuantitatif, peneliti menggunakan angka dan statistik untuk menguji hipotesis atau menjawab

pertanyaan penelitian. Sementara itu, pendekatan kualitatif menekankan pada pemahaman mendalam mengenai pengalaman dan persepsi manusia, seringkali melalui wawancara atau studi kasus. Mixed-method menggabungkan kedua pendekatan ini untuk mendapatkan perspektif yang lebih komprehensif.

Pemilihan pendekatan metodologis harus disesuaikan dengan tujuan penelitian dan sifat data yang tersedia (Çakar, 2022). Misalnya, penelitian yang bertujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan di hotel mungkin paling baik menggunakan metode survei kuantitatif. Namun, untuk memahami pengalaman unik wisatawan dalam sebuah destinasi budaya, penelitian kualitatif seperti wawancara mendalam atau etnografi mungkin lebih cocok. Peneliti harus mempertimbangkan aspek praktis seperti sumber daya, waktu, dan keterampilan yang tersedia saat memilih metode ini. Selain itu, penting juga untuk mempertimbangkan bagaimana hasil penelitian dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pemangku kepentingan di industri pariwisata dan perhotelan.

Pendekatan metodologis juga harus mempertimbangkan etika penelitian. Hal ini termasuk memastikan kerahasiaan dan privasi responden, serta mendapatkan persetujuan mereka sebelum mengumpulkan data. Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, hal ini sering melibatkan interaksi dengan pelanggan, staf hotel, dan stakeholder lainnya yang data dan perspektifnya sangat bernilai. Peneliti harus transparan mengenai tujuan penelitian mereka dan bagaimana data akan digunakan. Akhirnya, penting untuk mengakui dan menangani bias potensial dalam penelitian, baik dalam pengumpulan data maupun dalam analisis dan interpretasi hasil.

b. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Dalam penelitian pariwisata dan perhotelan, teknik pengumpulan data adalah fondasi yang menentukan

keakuratan dan relevansi hasil penelitian. Pendekatan yang umum digunakan meliputi survei, wawancara, observasi, dan studi kasus. Survei memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data kuantitatif dari sampel besar responden, memberikan gambaran umum tentang tren dan preferensi. Wawancara, baik terstruktur maupun semi-terstruktur, mengungkap perspektif mendalam dari individu atau kelompok terpilih, memberikan nuansa kualitatif pada penelitian.

Teknik observasi, khususnya dalam penelitian kualitatif, memungkinkan peneliti untuk mengamati perilaku dan interaksi dalam konteks nyata, seperti di hotel atau destinasi wisata. Metode ini membantu dalam memahami dinamika nyata yang sering terlewatkan oleh survei atau wawancara. Di sisi lain, studi kasus membantu dalam analisis mendalam tentang contoh spesifik, seperti hotel atau destinasi tertentu, memberikan wawasan tentang kasus yang unik dan spesifik. Teknik ini sering digunakan untuk menggali keberhasilan atau kegagalan dalam aspek tertentu dalam industri pariwisata dan perhotelan.

Setelah pengumpulan data, analisis data menjadi langkah krusial. Teknik analisis data bervariasi tergantung pada jenis data dan tujuan penelitian. Untuk data kuantitatif, analisis statistik seperti regresi, analisis faktor, dan analisis kluster umum digunakan untuk mengidentifikasi pola dan hubungan. Sementara itu, data kualitatif sering diolah melalui analisis isi atau analisis naratif untuk mengungkap makna dan tema yang muncul dari data. Kombinasi pendekatan kuantitatif dan kualitatif, atau metode campuran, juga semakin populer untuk memberikan pandangan holistik terhadap isu penelitian.

c. Etika Penelitian dan Pertimbangan Praktis

Dalam penelitian pariwisata dan perhotelan, etika merupakan aspek penting yang tidak dapat diabaikan. Etika penelitian mencakup kejujuran, transparansi, dan tanggung

jawab terhadap subjek penelitian serta masyarakat secara umum. Peneliti harus memastikan bahwa semua informasi dikumpulkan dan dilaporkan dengan integritas, tanpa manipulasi data atau kesimpulan. Selain itu, penting juga untuk menjaga kerahasiaan dan privasi informasi pribadi subjek. Praktik etis ini tidak hanya memperkuat kredibilitas penelitian tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik terhadap hasil penelitian.

Pertimbangan etis lainnya berkaitan dengan persetujuan informasi dari partisipan. Penting bagi peneliti untuk memperoleh persetujuan terinformasi dari semua subjek penelitian, yang menguraikan tujuan, metode, dan potensi risiko serta manfaat dari penelitian. Ini mencerminkan penghormatan terhadap otonomi individu dan memastikan bahwa partisipasi dalam penelitian adalah sukarela. Selain itu, dalam konteks pariwisata dan perhotelan, peneliti harus sensitif terhadap budaya dan norma lokal, untuk menghindari ketidaknyamanan atau kesalahpahaman yang mungkin timbul selama proses penelitian.

Dari sudut pandang praktis, peneliti perlu mempertimbangkan keterbatasan sumber daya seperti waktu, anggaran, dan tenaga kerja. Efisiensi dalam pengumpulan dan analisis data adalah kunci untuk menghasilkan penelitian berkualitas tinggi dengan sumber daya yang terbatas. Selain itu, peneliti juga harus mempertimbangkan implikasi praktis dari temuan penelitian mereka, termasuk bagaimana hasil tersebut dapat diaplikasikan dalam industri pariwisata dan perhotelan untuk menghasilkan perubahan positif atau peningkatan dalam praktik industri.

1.4. Rangkuman

Penelitian Pariwisata dan Perhotelan mencakup studi komprehensif tentang dinamika sektor ini, termasuk perilaku wisatawan, strategi pemasaran, pengelolaan destinasi, serta dampak ekonomi dan sosialnya. Pentingnya penelitian ini

terletak pada perannya dalam memahami kebutuhan dan preferensi wisatawan, mengidentifikasi peluang inovasi, serta menyeimbangkan kebutuhan ekonomi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penelitian ini juga penting dalam menginformasikan kebijakan publik dan keputusan investasi, menawarkan dasar bagi perkembangan strategis yang bijaksana dan berkelanjutan di industri ini.

1.5. Bahan Diskusi

Tema Bahan Diskusi: "Mengatasi Tantangan Pariwisata Berkelanjutan dalam Era Digital"

Di sebuah konferensi internasional tentang pariwisata dan perhotelan, Dr. Anisa, seorang peneliti terkemuka, mempresentasikan temuannya tentang bagaimana teknologi digital telah mengubah industri pariwisata. Dia menyoroti bagaimana aplikasi dan *platform online* telah memudahkan wisatawan untuk merencanakan perjalanan mereka, namun juga membawa tantangan baru, seperti peningkatan jumlah wisatawan yang berdampak pada lokasi-lokasi populer.

Seorang pengusaha hotel, Pak Budi, berbagi pengalamannya mengintegrasikan teknologi dalam bisnisnya. Dia menjelaskan bagaimana manajemen data pelanggan dan sistem pemesanan *online* telah meningkatkan efisiensi operasional. Namun, dia juga menyoroti kebutuhan pelatihan bagi stafnya untuk mengelola teknologi ini dan menjaga keamanan data pelanggan.

Ibu Lina, aktivis lingkungan, menekankan pentingnya pariwisata berkelanjutan. Dia berbicara tentang bagaimana destinasi wisata dapat menderita akibat overtourism, yang berdampak negatif pada lingkungan dan komunitas lokal. Dia menyerukan kerjasama antara pemerintah, industri pariwisata, dan masyarakat lokal untuk menciptakan strategi pariwisata yang bertanggung jawab.



Gambar 1. 2 Ilustrasi Diskusi

Seorang mahasiswa, Riko, mengajukan ide tentang penggunaan media sosial dalam mempromosikan pariwisata berkelanjutan. Dia menjelaskan bagaimana kampanye *online* dapat meningkatkan kesadaran tentang praktik pariwisata yang ramah lingkungan dan budaya. Riko berpendapat bahwa ini bisa menjadi cara efektif untuk menarik wisatawan yang sadar lingkungan.

Diskusi tersebut berakhir dengan kesepakatan umum bahwa industri pariwisata perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi sambil mempertahankan komitmen terhadap keberlanjutan. Semua pihak setuju bahwa kolaborasi dan inovasi terus-menerus adalah kunci untuk mengatasi tantangan ini dan memastikan masa depan industri pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif.

Pertanyaan:

1. Bagaimana teknologi digital, khususnya aplikasi dan *platform online*, telah mengubah cara wisatawan merencanakan perjalanan mereka, dan apa dampaknya terhadap lokasi wisata populer?

2. Dalam konteks pengelolaan hotel, apa saja tantangan yang dihadapi dalam mengintegrasikan teknologi digital, seperti manajemen data pelanggan dan sistem pemesanan *online*?
3. Mengapa pariwisata berkelanjutan penting, dan bagaimana overtourism dapat mempengaruhi lingkungan serta komunitas lokal di destinasi wisata?
4. Bagaimana media sosial dapat digunakan untuk mempromosikan pariwisata berkelanjutan dan meningkatkan kesadaran tentang praktik pariwisata yang ramah lingkungan dan budaya?
5. Apa strategi yang dapat diterapkan oleh pemerintah, industri pariwisata, dan masyarakat lokal untuk menciptakan pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan di era digital?

1.6. Rujukan

- Çakar, K. (2022). The Use of Qualitative Content Analysis in Hospitality and Tourism. In F. Okumus, S. M. Rasoolimanesh, & S. Jahani (Eds.), *Contemporary Research Methods in Hospitality and Tourism* (pp. 143–155). Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/978-1-80117-546-320221010>
- Dolnicar, S. (2022). Designing Good Survey Studies. In F. Okumus, S. M. Rasoolimanesh, & S. Jahani (Eds.), *Contemporary Research Methods in Hospitality and Tourism* (pp. 95–110). Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/978-1-80117-546-320221007>
- Nang Fong, L. H. (2022). Publishing Experimental Research in Hospitality and Tourism: Some Key Insights. In F. Okumus, S. M. Rasoolimanesh, & S. Jahani (Eds.), *Contemporary Research Methods in Hospitality and Tourism* (pp. 111–125). Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/978-1-80117-546-320221008>
- Stalmirska, A. M., & Camprubí, R. (2022). Conducting a Systematic Qualitative Content Analysis in Hospitality and Tourism Research. In F. Okumus, S. M.

Rasoolimanesh, & S. Jahani (Eds.), *Contemporary Research Methods in Hospitality and Tourism* (pp. 127–141). Emerald Publishing Limited.

<https://doi.org/10.1108/978-1-80117-546-320221009>

1.7. Latihan Soal-soal

1. Apa definisi penelitian pariwisata dan perhotelan?
2. Sebutkan tiga aspek yang sering menjadi fokus dalam penelitian pariwisata dan perhotelan.
3. Mengapa penelitian penting untuk industri pariwisata dan perhotelan?
4. Bagaimana penelitian dapat membantu dalam mengembangkan strategi dan kebijakan sektor pariwisata dan perhotelan?
5. Apa dampak sosial dan ekonomi industri pariwisata dan perhotelan yang umumnya diteliti?
6. Bagaimana penelitian dapat mempengaruhi pengembangan produk dan layanan dalam industri pariwisata dan perhotelan?
7. Jelaskan pentingnya mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif dalam penelitian pariwisata dan perhotelan.
8. Bagaimana penelitian membantu dalam mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam sektor pariwisata dan perhotelan?
9. Apa peran penelitian dalam menginformasikan kebijakan publik dan keputusan investasi di bidang pariwisata dan perhotelan?
10. Dalam konteks penelitian pariwisata dan perhotelan, mengapa etika penelitian dan pertimbangan praktis penting?

BAB II

MASALAH, TOPIK PENELITIAN DAN HIPOTESIS

Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari materi ini, diharapkan mahasiswa:

1. Memahami masalah dan topik penelitian
2. Mampu merumuskan masalah dalam penelitian.
3. Memahami konsep dan teori dalam penelitian.
4. Mampu menyusun hipotesis penelitian.

2.1. Memilih Masalah/Topik Penelitian

a. Pengertian dan Sumber Masalah

Dalam konteks penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan, memilih masalah atau topik penelitian merupakan langkah awal yang krusial (Okumus et al., 2022). Masalah penelitian adalah sebuah fenomena yang memerlukan penjelasan, pemahaman, atau solusi yang dapat diungkap melalui proses penelitian. Dalam pariwisata dan perhotelan, masalah penelitian seringkali berkaitan dengan isu-isu seperti kepuasan pelanggan, pengelolaan destinasi wisata, strategi pemasaran hotel, atau dampak pariwisata terhadap ekonomi lokal. Sumber masalah bisa berasal dari pengalaman pribadi, literatur, artikel, atau diskusi dengan praktisi di bidang tersebut. Pentingnya memilih masalah yang relevan dan signifikan di bidang pariwisata dan perhotelan tidak hanya membantu peneliti dalam menentukan fokus penelitian tetapi juga memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan industri tersebut.

Pemilihan masalah penelitian di sektor pariwisata dan perhotelan harus mempertimbangkan beberapa aspek, seperti relevansi masalah dengan isu-isu terkini dalam industri, ketersediaan data, dan potensi untuk memberikan solusi praktis atau peningkatan pada praktik yang ada. Masalah yang dipilih harus mampu menggambarkan kesenjangan

pengetahuan yang ada atau tantangan nyata yang dihadapi oleh industri pariwisata dan perhotelan. Hal ini memungkinkan penelitian tidak hanya bersifat akademis tetapi juga aplikatif, memberikan rekomendasi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kualitas layanan, keberlanjutan, atau daya saing di sektor pariwisata dan perhotelan.



Gambar 2. 1 Masalah, Topik Penelitian dan Hipotesis

Dalam mengidentifikasi masalah penelitian, peneliti di bidang pariwisata dan perhotelan dianjurkan untuk melakukan tinjauan literatur secara mendalam untuk memahami konteks masalah, mengeksplorasi studi terdahulu, dan mengidentifikasi celah yang dapat diteliti lebih lanjut. Proses

ini tidak hanya mengasah pemahaman peneliti tentang topik yang akan diteliti tetapi juga membantu dalam merumuskan masalah penelitian yang spesifik, terukur, dan dapat diuji. Dengan demikian, pemilihan masalah yang tepat menjadi kunci penting dalam penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan, memberikan landasan yang kuat untuk eksplorasi ilmiah selanjutnya yang berkontribusi pada pengembangan teori dan praktik di industri ini.

b. Kriteria Pemilihan Masalah

Dalam konteks penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan, kriteria pemilihan masalah memiliki peran penting dalam menentukan relevansi dan dampak penelitian terhadap industri tersebut. Pertama, masalah penelitian harus memiliki nilai aplikatif yang tinggi, artinya dapat memberikan solusi praktis untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh industri pariwisata dan perhotelan. Hal ini penting karena industri ini dinamis dan terus menghadapi perubahan tren serta preferensi konsumen.

Masalah yang dipilih sebaiknya memiliki potensi untuk berkontribusi pada pengembangan teori atau model baru dalam bidang pariwisata dan perhotelan. Ini mencakup tidak hanya pemahaman teoretis tetapi juga aplikasi praktis dari teori-teori tersebut dalam konteks nyata. Dengan demikian, penelitian tidak hanya berakhir pada peningkatan pemahaman akademis tetapi juga memberikan manfaat langsung kepada praktisi di lapangan.

Kriteria pemilihan masalah harus mempertimbangkan aspek kebaruan dan urgensi. Masalah penelitian yang baik adalah yang mampu mengidentifikasi gap dalam literatur yang ada dan menawarkan perspektif baru atau solusi inovatif. Dalam industri pariwisata dan perhotelan, hal ini bisa berkaitan dengan inovasi layanan, strategi pemasaran yang lebih efektif, atau teknologi baru yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan. Memilih masalah yang relevan dan

tepat waktu dapat meningkatkan relevansi penelitian dan potensinya untuk diaplikasikan dalam praktik industri.

c. Tujuan Pemilihan Masalah

Dalam konteks metode penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan, pemilihan masalah yang tepat merupakan langkah awal yang krusial. Hal ini dikarenakan, dalam sektor pariwisata dan perhotelan, dinamika yang terjadi sangat cepat dan mempengaruhi banyak aspek, mulai dari kepuasan pelanggan, pengembangan destinasi, hingga aspek keberlanjutan lingkungan (Nunkoo, 2018). Oleh karena itu, tujuan pemilihan masalah tidak hanya untuk menemukan jawaban dari pertanyaan penelitian, tetapi juga untuk memberikan kontribusi yang berarti terhadap pengetahuan industri, praktik bisnis, serta kebijakan publik di sektor tersebut.

Tujuan pemilihan masalah dalam penelitian pariwisata dan perhotelan juga melibatkan identifikasi gap pengetahuan yang ada di industri ini. Dengan memilih masalah yang relevan, peneliti dapat mengarahkan sumber daya dan usahanya untuk menghasilkan temuan yang dapat menutup gap tersebut. Hal ini sangat penting mengingat kompleksitas dan luasnya cakupan sektor pariwisata dan perhotelan yang membutuhkan penelitian yang mendalam untuk memahami berbagai fenomena yang terjadi.

Selanjutnya, tujuan pemilihan masalah dalam konteks ini juga bertujuan untuk memperkuat basis data dan teori yang ada di bidang pariwisata dan perhotelan. Dengan demikian, penelitian tidak hanya berperan dalam menyelesaikan masalah praktis yang dihadapi oleh industri, tetapi juga mengembangkan kerangka teoritis yang dapat digunakan untuk studi di masa mendatang. Oleh karena itu, pemilihan masalah yang tepat sangatlah penting untuk memastikan bahwa penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat

jangka panjang bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang pariwisata dan perhotelan.

2.2. Perumusan Masalah

a. Pentingnya Perumusan Masalah yang Jelas

Pentingnya Perumusan Masalah yang Jelas dalam Penelitian Pariwisata dan Perhotelan terletak pada kemampuan peneliti untuk mengidentifikasi dan mengekspresikan inti dari isu atau fenomena yang sedang diteliti. Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, perumusan masalah yang jelas dan spesifik membantu peneliti mengarahkan fokus penelitiannya pada aspek-aspek kritikal yang mempengaruhi sektor ini, seperti pengaruh pandemi terhadap kunjungan wisata, preferensi pengunjung terhadap jenis akomodasi, atau dampak kebijakan pariwisata terhadap ekonomi lokal.

Sebuah perumusan masalah yang efektif dalam bidang pariwisata dan perhotelan harus mampu membatasi cakupan penelitian sehingga peneliti dapat secara efisien mengalokasikan sumber daya dan waktu. Ini berarti bahwa perumusan masalah harus cukup spesifik untuk memungkinkan penelitian yang terfokus, namun juga cukup luas untuk mencakup relevansi praktis dan teoritis. Contohnya, meneliti bagaimana ulasan *online* mempengaruhi reputasi hotel memerlukan perumusan masalah yang jelas untuk mengidentifikasi variabel utama dan kemungkinan hubungannya.

Akhirnya, dalam penelitian pariwisata dan perhotelan, perumusan masalah yang jelas dan terdefinisi dengan baik memudahkan proses pengumpulan dan analisis data. Hal ini memungkinkan peneliti untuk merancang metodologi penelitian yang sesuai dan alat pengumpulan data yang efektif, memastikan bahwa hasil penelitian dapat diaplikasikan untuk meningkatkan praktek dan kebijakan di

bidang pariwisata dan perhotelan. Sebagai inti dari penelitian, perumusan masalah yang baik menentukan arah dan keberhasilan studi tersebut.

b. Pertimbangan dalam Merumuskan Masalah

Dalam konteks metode penelitian perhotelan dan pariwisata, perumusan masalah merupakan tahap krusial yang menentukan arah dan fokus penelitian. Pertimbangan dalam merumuskan masalah harus melibatkan analisis mendalam tentang isu-isu aktual yang dihadapi industri pariwisata dan perhotelan, seperti dampak pandemi terhadap kunjungan wisata, perubahan preferensi konsumen, atau tantangan keberlanjutan. Peneliti perlu mengidentifikasi gap pengetahuan yang ada dalam literatur sebelumnya dan bagaimana penelitian mereka dapat berkontribusi terhadap pemahaman baru atau solusi praktis.

Selanjutnya, pemilihan masalah harus relevan dengan kebutuhan industri, dengan mempertimbangkan potensi aplikasi praktis dari hasil penelitian. Misalnya, studi tentang pengaruh layanan digital terhadap kepuasan pelanggan di hotel atau analisis strategi pemasaran destinasi wisata baru. Hal ini membutuhkan peneliti untuk memiliki pemahaman yang baik tentang dinamika pasar dan tren terkini dalam sektor pariwisata dan perhotelan, serta kemampuan untuk meramalkan bagaimana temuan mereka dapat diterapkan dalam praktek.

Akhirnya, dalam merumuskan masalah, peneliti diharapkan dapat menetapkan pertanyaan penelitian yang spesifik, terukur, dan dapat dijawab melalui pengumpulan dan analisis data. Pertanyaan penelitian harus dirancang sedemikian rupa sehingga jawabannya dapat memberikan wawasan baru atau rekomendasi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan praktik dalam industri pariwisata dan perhotelan. Melalui pendekatan sistematis ini, penelitian diharapkan tidak hanya memberikan

kontribusi akademis tetapi juga nilai aplikatif yang tinggi bagi pemangku kepentingan industri.

c. Hubungan Perumusan Masalah dengan Hipotesis dan Tujuan Penelitian

Hubungan antara perumusan masalah dengan hipotesis dan tujuan penelitian dalam konteks pariwisata dan perhotelan sangat krusial. Perumusan masalah yang jelas dan terfokus memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi aspek-aspek kunci yang perlu diteliti dalam industri pariwisata dan perhotelan, memastikan bahwa penelitian tersebut relevan dan dapat memberikan kontribusi nyata. Hipotesis yang dibangun berdasarkan perumusan masalah tersebut akan mengarah pada prediksi yang logis dan teruji tentang hubungan antara variabel-variabel tertentu dalam konteks pariwisata dan perhotelan.

Pembangunan hipotesis yang kuat dan terarah berperan sebagai pondasi dalam menentukan metode penelitian yang akan digunakan. Hal ini memungkinkan peneliti untuk merancang penelitian yang efisien, dengan menggunakan sumber daya dan waktu secara optimal. Dalam industri pariwisata dan perhotelan, hal ini berarti dapat mengatasi masalah spesifik yang dihadapi oleh praktisi dan stakeholder, sehingga hasil penelitian dapat langsung diaplikasikan untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan.

Akhirnya, tujuan penelitian yang dirumuskan berdasarkan masalah penelitian dan hipotesis yang telah dibangun akan memastikan bahwa seluruh proses penelitian berfokus pada pencapaian hasil yang dapat memberikan manfaat praktis dan teoritis untuk industri pariwisata dan perhotelan. Ini mencakup pengembangan strategi yang inovatif, peningkatan kualitas layanan, dan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan dalam industri yang dinamis ini.

2.3. Konsep atau Definisi

a. Pengertian dan Tujuan Pembuatan Konsep

Pembuatan konsep atau definisi dalam penelitian pariwisata dan perhotelan memegang peranan penting untuk memastikan kejelasan dan pemahaman bersama tentang topik yang diteliti. Konsep-konsep ini berfungsi sebagai dasar dalam pengumpulan data, analisis, dan interpretasi hasil penelitian. Dengan adanya definisi yang jelas, peneliti dapat menghindari ambiguitas dan mempermudah komunikasi temuan kepada pembaca atau stakeholder yang terkait. Misalnya, dalam studi tentang kepuasan pelanggan di hotel, konsep "kepuasan pelanggan" perlu didefinisikan secara spesifik agar pengukuran yang dilakukan dapat dilakukan secara akurat dan relevan dengan konteks perhotelan.

Dalam penelitian pariwisata, konsep-konsep seperti "wisata berkelanjutan" atau "pengalaman wisata" harus didefinisikan dengan jelas untuk mengarahkan fokus penelitian. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi variabel-variabel penting yang perlu diukur dan memastikan bahwa penelitian tersebut relevan dengan isu-isu terkini dalam industri pariwisata. Penggunaan definisi yang tepat dan konsisten juga membantu dalam membandingkan hasil penelitian dengan studi lain yang serupa, sehingga memperkaya literatur akademik dalam bidang pariwisata dan perhotelan.

Terakhir, pengembangan konsep yang baik dalam penelitian perhotelan dan pariwisata tidak hanya membantu dalam fase pengumpulan dan analisis data, tetapi juga dalam menyusun rekomendasi yang praktis dan implementatif. Konsep yang telah didefinisikan dengan baik memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi solusi atau strategi yang dapat meningkatkan praktik pariwisata dan perhotelan. Dengan demikian, konsep dan definisi menjadi kunci dalam

menghasilkan penelitian yang tidak hanya akademis tetapi juga memiliki aplikasi praktis yang signifikan dalam industri.

b. Kriteria Konsep atau Definisi yang Baik

Dalam konteks metode penelitian pariwisata dan perhotelan, kriteria konsep atau definisi yang baik sangat penting untuk memastikan validitas dan reliabilitas penelitian. Konsep harus diartikulasikan dengan jelas dan spesifik, memungkinkan peneliti untuk mengukur atau mengobservasi fenomena dengan akurasi. Dalam pariwisata dan perhotelan, konsep seperti "kepuasan pelanggan" atau "loyalitas merek" harus didefinisikan dengan parameter yang dapat diukur, sehingga hasil penelitian dapat diinterpretasikan secara objektif dan dapat dibandingkan dengan studi lain dalam bidang yang sama.

Konsep yang baik juga harus relevan dengan masalah penelitian dan dapat diaplikasikan dalam konteks industri pariwisata dan perhotelan. Ini berarti bahwa konsep harus mencerminkan realitas industri, memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan menganalisis aspek-aspek penting yang mempengaruhi dinamika industri. Misalnya, dalam mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam perhotelan, definisi yang digunakan harus mencakup variabel-variabel yang spesifik dan relevan, seperti kualitas layanan, harga, lokasi, dan fasilitas.

Terakhir, konsep yang baik harus memberikan kerangka kerja teoretis untuk analisis. Dalam penelitian pariwisata dan perhotelan, ini berarti bahwa konsep harus dapat mengintegrasikan teori-teori dari disiplin ilmu lain seperti psikologi konsumen, ekonomi, dan manajemen bisnis. Integrasi ini membantu dalam memahami perilaku konsumen dan dinamika pasar dalam industri pariwisata dan perhotelan, serta memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan strategi dan kebijakan yang efektif.

c. Peranan Konsep dalam Penelitian

Dalam konteks metode penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan, peranan konsep menjadi sangat penting untuk memastikan kejelasan dan ketepatan dalam pengumpulan serta analisis data. Konsep atau definisi yang baik dan jelas membantu peneliti dalam merancang kerangka penelitian yang solid, memudahkan identifikasi dan pengklasifikasian informasi yang relevan. Ini penting terutama di sektor pariwisata dan perhotelan, di mana variabel penelitian sering kali bersifat subjektif dan beragam, seperti kepuasan pelanggan, pengalaman wisata, dan standar layanan.

Konsep yang jelas memungkinkan peneliti untuk mengkomunikasikan ide dan temuan mereka dengan lebih efektif kepada pihak lain, termasuk praktisi industri, akademisi, dan para pembuat kebijakan. Dalam pariwisata dan perhotelan, hal ini sangat relevan karena sektor ini sangat dipengaruhi oleh persepsi dan pengalaman pribadi. Definisi yang jelas dan konsisten dari istilah-istilah kunci memastikan bahwa semua pihak memiliki pemahaman yang sama tentang apa yang dibahas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kolaborasi dan pengambilan keputusan berbasis bukti.

Selanjutnya, penerapan konsep yang baik dalam penelitian pariwisata dan perhotelan berkontribusi pada pengembangan teori dan praktek yang lebih kuat dalam bidang ini. Dengan membangun atas definisi yang telah disepakati, penelitian dapat lebih mudah dibandingkan dan diintegrasikan ke dalam korpus pengetahuan yang lebih besar, memungkinkan penemuan tren, pola, dan hubungan baru. Ini penting untuk inovasi dan peningkatan berkelanjutan dalam pariwisata dan perhotelan, sektor yang dinamis dan terus berubah.

2.4. Jenis-jenis Penelitian dalam Industri Pariwisata dan Perhotelan

Industri pariwisata dan perhotelan menawarkan beragam topik penelitian yang mencakup berbagai aspek operasional, manajerial, dan pengalaman pelanggan. Jenis penelitian dalam sektor ini dapat dikategorikan sebagai berikut:

- a. Penelitian Deskriptif:** Fokus pada penggambaran karakteristik objek penelitian, seperti profil wisatawan, perilaku konsumsi, atau evaluasi layanan hotel.
- b. Penelitian Eksploratif:** Bertujuan untuk menjelajahi fenomena yang belum ter gali secara mendalam, sering digunakan untuk mengidentifikasi masalah atau kesempatan baru dalam pariwisata dan perhotelan.
- c. Penelitian Kausal:** Menyelidiki hubungan sebab-akibat antar variabel, seperti dampak promosi terhadap tingkat hunian hotel atau efek kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.
- d. Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif:** Menggunakan data numerik untuk analisis statistik atau data naratif untuk pemahaman mendalam terhadap pengalaman dan persepsi pelanggan.

Pemilihan jenis penelitian tergantung pada pertanyaan penelitian, sumber daya yang tersedia, dan objektif akhir studi. Setiap jenis memiliki metodologi yang berbeda, menawarkan wawasan unik dan mendalam terhadap dinamika kompleks industri pariwisata dan perhotelan.

2.5. Rangkuman

Memilih masalah penelitian yang tepat dalam bidang pariwisata dan perhotelan adalah langkah awal penting yang menentukan arah dan fokus penelitian. Proses ini melibatkan identifikasi fenomena yang memerlukan penjelasan atau solusi, seringkali berkaitan dengan isu seperti kepuasan pelanggan atau pengelolaan destinasi wisata. Sumber masalah dapat berasal dari pengalaman, literatur, atau diskusi dengan praktisi, dan pemilihan masalah yang relevan memberikan

kontribusi signifikan bagi industri. Peneliti diharapkan melakukan tinjauan literatur untuk memahami konteks masalah dan merumuskan masalah penelitian yang spesifik, terukur, dan dapat diuji, yang tidak hanya bersifat akademis tetapi juga aplikatif, mendukung pengembangan teori dan praktik industri.

2.6. Bahan Diskusi

Tema Bahan Diskusi: "Pentingnya Penelitian yang Teliti dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Industri Pariwisata dan Perhotelan"

Di sebuah universitas terkemuka, sekelompok mahasiswa jurusan pariwisata dan perhotelan berkumpul untuk memulai proyek penelitian semester mereka. Mereka memutuskan untuk mengeksplorasi kepuasan pelanggan di hotel-hotel butik lokal, sebuah topik yang menurut mereka belum banyak diteliti. Sebagai langkah pertama, mereka melakukan diskusi intensif untuk memilih masalah penelitian, mempertimbangkan relevansi industri, ketersediaan data, dan potensi dampak terhadap praktik bisnis.

Setelah menetapkan topik, mereka mulai merumuskan masalah penelitian dengan jelas, membatasi fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti layanan personalisasi dan pengalaman unik. Ini membutuhkan mereka untuk menyelami literatur yang ada, mewawancarai praktisi hotel, dan merencanakan survei pelanggan untuk mengumpulkan data primer.

Dalam proses penelitian, mahasiswa tersebut menghadapi tantangan dalam mendefinisikan konsep "kepuasan pelanggan" secara spesifik dalam konteks hotel butik. Mereka menyadari pentingnya definisi yang jelas untuk memastikan validitas dan reliabilitas penelitian. Oleh karena itu, mereka menghabiskan waktu untuk mengembangkan kerangka kerja konseptual yang komprehensif,

mengintegrasikan teori kepuasan pelanggan dari berbagai sumber.

Pada akhirnya, penelitian mereka mengungkapkan bahwa personalisasi layanan dan pengalaman autentik berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di hotel-hotel butik. Temuan ini tidak hanya memberikan wawasan baru bagi akademisi tetapi juga rekomendasi praktis bagi pemilik hotel untuk meningkatkan layanan mereka.

Melalui proyek ini, mahasiswa belajar pentingnya memilih masalah penelitian yang relevan, merumuskan masalah dengan jelas, dan mengembangkan konsep yang kuat. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya pengetahuan mereka tentang industri pariwisata dan perhotelan tetapi juga mengasah kemampuan penelitian mereka, mempersiapkan mereka untuk tantangan di masa depan.

Pertanyaan:

1. Apa topik penelitian yang dipilih oleh kelompok mahasiswa?
2. Faktor-faktor apa yang mereka fokuskan untuk mengeksplorasi kepuasan pelanggan?
3. Mengapa mahasiswa tersebut menghabiskan waktu untuk mendefinisikan konsep "kepuasan pelanggan"?
4. Temuan apa yang diungkapkan oleh penelitian mereka mengenai hotel-hotel butik?
5. Bagaimana pengalaman proyek penelitian ini mempengaruhi kemampuan penelitian mahasiswa?

2.7. Rujukan

Nunkoo, R. (2018). *Handbook of Research Methods for Tourism and Hospitality Management*. Edward Elgar Publishing.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4337/9781785366284>

4

Okumus, F., Rasoolimanesh, S. M., & Jahani, S. (2022).

Contemporary Research Methods in Hospitality and Tourism. Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/978-1-80117-546-320221006>

2.8. Latihan Soal-soal

1. Apa definisi penelitian pariwisata dan perhotelan?
2. Sebutkan tiga aspek yang sering menjadi fokus dalam penelitian pariwisata dan perhotelan.
3. Mengapa penelitian penting untuk industri pariwisata dan perhotelan?
4. Bagaimana penelitian dapat membantu dalam mengembangkan strategi dan kebijakan sektor pariwisata dan perhotelan?
5. Apa dampak sosial dan ekonomi industri pariwisata dan perhotelan yang umumnya diteliti?
6. Bagaimana penelitian dapat mempengaruhi pengembangan produk dan layanan dalam industri pariwisata dan perhotelan?
7. Jelaskan pentingnya mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif dalam penelitian pariwisata dan perhotelan.
8. Bagaimana penelitian membantu dalam mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam sektor pariwisata dan perhotelan?
9. Apa peran penelitian dalam menginformasikan kebijakan publik dan keputusan investasi di bidang pariwisata dan perhotelan?
10. Dalam konteks penelitian pariwisata dan perhotelan, mengapa etika penelitian dan pertimbangan praktis penting?

BAB III VARIABEL DAN DATA

Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari materi ini, diharapkan mahasiswa:

1. Memahami dan mengaplikasikan jenis variabel dalam penelitian perhotelan dan pariwisata.
2. Menggunakan teknik pengukuran variabel yang efektif, termasuk penggunaan skala pengukuran dan Skala Likert.
3. Menggunakan data kualitatif dan kuantitatif untuk memahami industri pariwisata dan perhotelan.

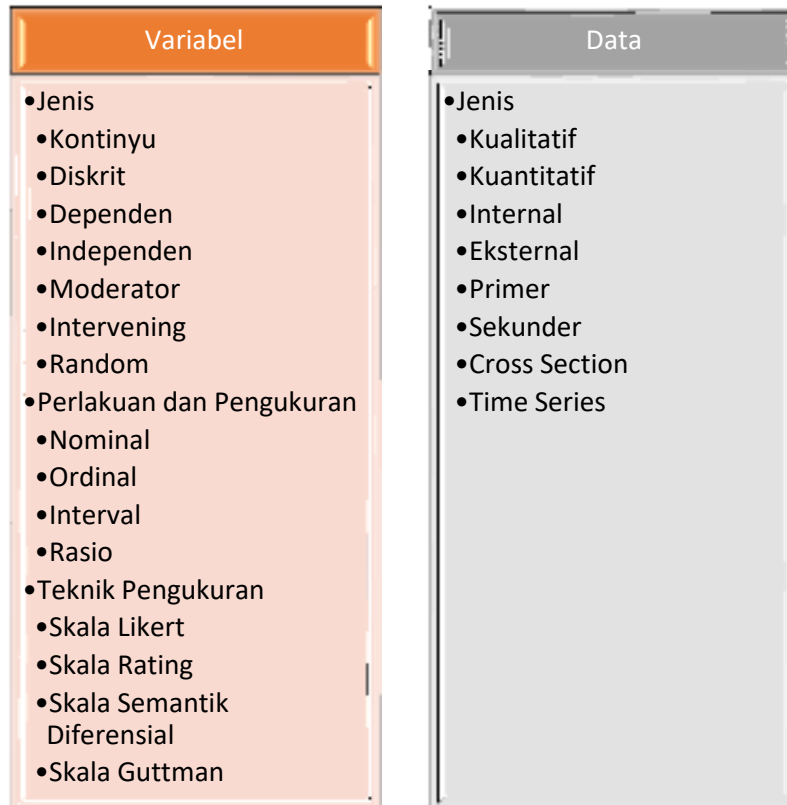
3.1. Variabel: Pengertian dan Jenis

a. Definisi dan Konsep Variabel

Dalam konteks penelitian perhotelan dan pariwisata, variabel memegang peranan penting sebagai konsep yang memiliki berbagai nilai (Gursoy, 2018; Line & Runyan, 2012; Menon et al., 2021; Tu, 2020). Variabel menggambarkan fenomena dalam industri perhotelan dan pariwisata secara abstrak, yang dikembangkan melalui proses generalisasi dari karakteristik atau situasi khusus. Misalnya, dalam penelitian mengenai kepuasan pelanggan hotel, variabel seperti kualitas layanan, kebersihan kamar, dan harga, masing-masing memiliki nilai yang berbeda dan signifikan. Para ilmuwan dalam bidang perhotelan dan pariwisata secara sadar mengembangkan konsep-konsep ini untuk tujuan ilmiah tertentu, dengan tujuan mengkonstruksi pemahaman yang lebih baik tentang fenomena yang terjadi di sektor ini.

Variabel dalam penelitian perhotelan dan pariwisata sering kali merefleksikan dinamika yang kompleks dan multifaset dari industri ini. Sebagai contoh, dalam mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi, variabel seperti

aksesibilitas, atraksi wisata, fasilitas akomodasi, dan faktor budaya menjadi sangat penting. Setiap variabel ini membawa nilai yang berbeda dan memberikan kontribusi pada hasil penelitian secara keseluruhan. Dengan memahami dan mengukur variabel-variabel tersebut secara akurat, peneliti dapat menghasilkan wawasan yang berharga untuk pengembangan strategi dalam industri pariwisata dan perhotelan, memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih tepat dan strategis dalam mengembangkan sektor ini.



Gambar 3. 1 Variabel dan Data

b. Jenis-Jenis Variabel (Kontinyu, Diskrit, Dependent, Independent, Moderator, Intervening, Random)**Variabel Kontinyu**

Variabel kontinyu mengacu pada data yang bisa memiliki nilai dalam rentang yang tidak terbatas atau kontinu. Dalam konteks pariwisata, variabel kontinyu bisa berupa durasi waktu yang dihabiskan wisatawan di hotel. Nilai ini dapat bervariasi dan diukur dengan tingkat presisi yang tinggi, misalnya jumlah jam atau menit.

Variabel Diskrit

Variabel diskrit adalah variabel yang nilainya terbatas dan biasanya bersifat hitungan. Contohnya dalam industri perhotelan adalah jumlah kamar yang terisi setiap malam. Nilai ini bersifat diskrit karena hanya bisa berupa angka bulat tanpa pecahan.

Variabel Dependent

Variabel dependent (terikat) adalah variabel yang nilainya terpengaruh oleh variabel lain. Dalam penelitian pariwisata, variabel ini bisa berupa tingkat kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas layanan hotel.

Variabel Independent

Variabel independent (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau menentukan nilai dari variabel dependent. Misalnya, dalam industri perhotelan, kualitas layanan bisa dianggap sebagai variabel independent yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Variabel Moderator

Variabel moderator memodifikasi hubungan antara variabel independent dan dependent. Dalam konteks pariwisata, musim liburan bisa menjadi variabel moderator yang mempengaruhi hubungan antara promosi hotel dan peningkatan jumlah pengunjung.

Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang muncul dalam hubungan antara variabel independent dan dependent, namun tidak teramati langsung. Misalnya, dalam penelitian perhotelan, kepuasan kerja karyawan bisa menjadi variabel intervening yang mempengaruhi hubungan antara lingkungan kerja dan kualitas layanan.

Variabel Random

Variabel random adalah variabel yang perubahannya tidak terprediksi dan tidak terkait dengan variabel lain dalam penelitian. Dalam sektor pariwisata, ini bisa berupa perubahan cuaca mendadak yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk menginap di hotel.

c. Perlakuan dan Pengukuran Variabel**Skala Nominal**

Skala nominal adalah tingkatan dasar dalam pengukuran variabel. Pada skala ini, angka atau simbol diberikan pada kategori tertentu tanpa mengandung nilai perbandingan atau urutan. Misalnya, dalam penelitian tentang preferensi pelanggan terhadap jenis layanan perhotelan, variabel jenis layanan dapat dikategorikan sebagai "Layanan Bintang 5" dan "Layanan Bintang 3". Di sini, angka bintang tidak menunjukkan tingkatan atau kualitas, melainkan hanya sebagai label untuk membedakan kategori.

Skala Ordinal

Skala ordinal digunakan untuk mengurutkan data berdasarkan tingkatan tanpa menentukan besarnya jarak antara setiap tingkatan. Dalam konteks pariwisata, skala ini dapat digunakan untuk mengklasifikasikan hotel berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan. Misalnya, pelanggan diminta untuk memberikan penilaian dari "Sangat Puas" hingga "Tidak Puas". Skala ini memberikan urutan (ranking) tetapi tidak menunjukkan seberapa jauh perbedaan antara setiap tingkatan.

Skala Interval

Skala interval memperkenalkan konsep jarak yang sama antara nilai-nilai yang diukur. Contohnya, dalam survei tentang waktu tunggu layanan di restoran hotel, interval waktu (misalnya, 0-5 menit, 6-10 menit, dst.) memiliki jarak yang sama dan memberikan informasi tentang berapa lama waktu tunggu, namun tidak memiliki titik nol mutlak.

Skala Rasio

Skala rasio merupakan skala pengukuran yang paling lengkap karena mencakup semua sifat dari skala nominal, ordinal, dan interval, dengan tambahan memiliki nilai nol mutlak. Dalam penelitian perhotelan, skala ini bisa digunakan untuk mengukur variabel seperti pendapatan tahunan sebuah hotel, di mana nol berarti tidak ada pendapatan dan setiap nilai lainnya menunjukkan jumlah pendapatan yang sebenarnya.

3.2. Pengukuran Variabel

a. Pentingnya Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel memiliki peran penting dalam penelitian, terutama dalam konteks perhotelan dan pariwisata, dimana variabel-variabel seperti kepuasan pelanggan, efisiensi layanan, dan preferensi wisatawan sering menjadi fokus. Berikut adalah penjelasan tentang pentingnya pengukuran variabel dalam konteks ini.

Pengukuran variabel dalam penelitian perhotelan dan pariwisata adalah kunci untuk memahami dinamika industri ini. Misalnya, dalam mengukur kepuasan pelanggan terhadap sebuah hotel, variabel seperti kualitas layanan, kebersihan kamar, dan fasilitas menjadi penting. Pengukuran ini membantu menentukan aspek mana yang memuaskan atau perlu ditingkatkan. Tanpa pengukuran yang akurat, manajemen hotel tidak akan mampu menyusun strategi efektif untuk meningkatkan layanan mereka.

Dalam konteks pariwisata, pengukuran variabel seperti daya tarik wisata, aksesibilitas lokasi, dan harga paket

perjalanan memberikan wawasan tentang preferensi dan perilaku wisatawan. Dengan mengukur variabel-variabel ini, para pelaku industri pariwisata dapat menyesuaikan pemasaran dan operasional mereka agar lebih menarik bagi target pasar. Sebagai contoh, jika terungkap bahwa wisatawan lebih menyukai destinasi yang menawarkan pengalaman budaya autentik, penyedia jasa pariwisata dapat mengembangkan paket wisata yang lebih fokus pada keunikan budaya lokal.

Pengukuran variabel juga penting dalam penentuan harga dan strategi promosi di industri perhotelan dan pariwisata. Dengan memahami variabel seperti tingkat pendapatan rata-rata wisatawan, musim puncak kunjungan, dan tren kompetitif, sebuah hotel atau agen perjalanan dapat menetapkan harga yang kompetitif dan merancang promosi yang menarik. Misalnya, analisis variabel dapat menunjukkan bahwa menawarkan diskon di luar musim puncak dapat meningkatkan tingkat hunian hotel.

Lebih lanjut, pengukuran variabel membantu dalam pengambilan keputusan berdasarkan data. Dalam industri yang sangat kompetitif seperti perhotelan dan pariwisata, keputusan yang didasarkan pada data dan analisis variabel yang tepat dapat menghasilkan keunggulan kompetitif. Misalnya, hotel yang memahami preferensi tamu terkait fasilitas dapat melakukan investasi yang lebih tepat, seperti peningkatan fasilitas kebugaran atau penyediaan layanan spa, daripada membuang-buang sumber daya pada aspek yang kurang penting bagi tamu mereka.

Akhirnya, pengukuran variabel efektif memungkinkan peneliti dan praktisi di bidang perhotelan dan pariwisata untuk menilai dampak dari kebijakan atau perubahan yang diterapkan. Sebagai contoh, setelah implementasi program loyalitas baru oleh sebuah hotel, pengukuran variabel seperti tingkat kepuasan pelanggan dan frekuensi kunjungan ulang

dapat memberikan umpan balik mengenai efektivitas program tersebut. Tanpa pengukuran ini, sulit untuk menentukan apakah program tersebut memberikan hasil yang diinginkan atau perlu disesuaikan.

b. Teknik Pengukuran Variabel (Skala Likert, Guttman, Semantik Diferensial, Rating)

Berikut adalah penjelasan mengenai teknik pengukuran variabel dalam konteks penelitian pariwisata dan perhotelan

Skala Likert

Skala Likert banyak digunakan dalam penelitian pariwisata dan perhotelan untuk mengukur sikap atau pendapat responden. Skala ini mengubah tanggapan responden yang bersifat kualitatif menjadi data kuantitatif. Misalnya, dalam menilai kepuasan pelanggan terhadap layanan hotel, pertanyaan dapat disusun dengan pilihan jawaban dari 'sangat tidak setuju' hingga 'sangat setuju', dimana setiap pilihan diberi nilai tertentu. Skala ini memungkinkan peneliti mendapatkan data yang representatif mengenai pandangan responden terhadap layanan atau fasilitas tertentu di sektor pariwisata dan perhotelan.

Skala Rating

Teknik skala rating sering digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan atau produk dalam industri pariwisata dan perhotelan. Hampir mirip dengan Skala Likert, skala rating mengubah data kualitatif menjadi kuantitatif, namun dengan pilihan jawaban yang bisa ganjil atau genap. Contohnya, dalam menilai kebersihan sebuah kamar hotel, responden bisa memberikan nilai dari 1 (sangat jelek) hingga 5 (sangat baik). Skala ini efektif untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara spesifik.

Skala Semantik Diferensial

Skala Semantik Diferensial cocok untuk menilai persepsi responden pada aspek-aspek subjektif dalam pariwisata dan perhotelan, seperti kesan terhadap sebuah destinasi wisata

atau hotel. Skala ini mempergunakan garis dengan nilai yang berlawanan di kedua ujungnya, seperti 'sangat buruk' hingga 'sangat baik'. Responden diminta untuk memberikan penilaian mereka pada sebuah kontinum. Misalnya, dalam menilai atmosfer sebuah restoran, responden memilih nilai pada garis yang merepresentasikan persepsi mereka dari 'sangat tidak menyenangkan' hingga 'sangat menyenangkan'.

Skala Guttman

Skala Guttman digunakan untuk mengukur sikap atau opini responden dengan cara yang lebih tegas. Teknik ini menyediakan dua pilihan yang kontras, seperti 'Ya' atau 'Tidak', 'Baik' atau 'Buruk'. Skala ini bermanfaat dalam penelitian perhotelan dan pariwisata untuk isu-isu yang memerlukan jawaban yang jelas dan tegas, seperti 'Apakah Anda akan merekomendasikan hotel ini kepada orang lain?' Jawaban positif diberi skor tinggi, sedangkan jawaban negatif diberi skor rendah. Ini membantu peneliti memahami pendapat tegas responden terhadap suatu topik.

c. Skala Pengukuran (Nominal, Ordinal, Interval, Rasio)

Dalam penelitian perhotelan dan pariwisata, skala pengukuran berperan penting dalam mengklasifikasikan data. Data yang dikumpulkan dapat dianalisis lebih efektif jika skala pengukuran yang tepat digunakan.

Skala Nominal

Skala Nominal dalam penelitian perhotelan digunakan untuk mengklasifikasikan data tanpa memberikan urutan atau nilai relatif. Contohnya, skala ini bisa digunakan untuk mengategorikan jenis layanan yang ditawarkan oleh hotel. Misalnya, layanan yang ada di hotel bisa diklasifikasikan menjadi beberapa kategori seperti "layanan kamar", "spa", dan "restoran". Masing-masing kategori ini berdiri sendiri dan tidak menyiratkan urutan atau tingkatan. Skala ini berguna untuk mengidentifikasi dan membedakan jenis layanan tanpa menilai mana yang lebih baik atau lebih penting.

Skala Ordinal

Skala Ordinal mengurutkan data, namun tanpa menentukan besar selisih antar kategori. Dalam penelitian pariwisata, skala ordinal dapat digunakan untuk mengukur tingkat prioritas pengunjung terhadap berbagai aktivitas wisata. Misalnya, pengunjung diminta untuk mengurutkan aktivitas yang paling mereka minati dari "paling diutamakan", "diutamakan", "cukup diutamakan", hingga "tidak diutamakan". Metode ini membantu dalam mengidentifikasi aktivitas wisata yang paling menarik bagi pengunjung, tanpa perlu mengetahui seberapa besar perbedaan kepentingan antara satu aktivitas dengan aktivitas lainnya.

Skala Interval

Skala interval mengurutkan data berdasarkan nilai yang memiliki selisih yang sama antara poin-poinnya, memungkinkan perbandingan jumlah dan selisih. Namun, tidak memiliki titik nol mutlak, yang berarti tidak bisa menunjukkan ketiadaan nilai secara absolut. Misalnya, dalam penelitian pariwisata, skala ini bisa digunakan untuk mengukur suhu di destinasi wisata, di mana 0 derajat tidak menandakan ketiadaan suhu, tetapi merupakan titik dalam skala. Ini memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis statistik yang lebih kompleks, seperti menghitung rata-rata atau selisih suhu, tetapi tidak untuk menghitung rasio. Dalam survei kepuasan pelanggan hotel, skala interval dapat digunakan untuk menilai tingkat kenyamanan dari 1-10, dengan selisih setiap poin yang konstan.

Skala Rasio

Skala rasio membedakan dirinya dari skala interval dengan adanya titik nol mutlak, yang memungkinkan perbandingan absolut antar nilai. Fitur ini memungkinkan pengukuran yang lebih akurat dan bermakna dalam penelitian, seperti menghitung pengeluaran atau durasi tinggal, karena pengukuran tersebut bisa secara sah dikatakan dua kali lebih

besar atau separuh dari nilai lain, berkat adanya titik nol yang mutlak. Ini sangat berguna dalam analisis statistik yang memerlukan perbandingan rasio yang tepat.

Pemilihan skala pengukuran yang tepat esensial dalam penelitian perhotelan dan pariwisata. Skala yang digunakan mempengaruhi bagaimana data diinterpretasikan dan analisis yang dihasilkan.

3.3. Data: Pengertian, Kegunaan, dan Jenis

a. Definisi dan Sifat Data

Data diartikan sebagai keterangan atau informasi yang dikumpulkan untuk analisis dalam suatu penelitian. Data ini penting untuk menggambarkan kondisi atau masalah yang diteliti dan membantu dalam pembuatan keputusan atau kebijakan. Sifat data yang baik mencakup kepercayaan terhadap kebenaran data (*reliability*), kebaruan (*up-to-date*), dan keluasan cakupan (*comprehensiveness*). Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, pengumpulan data yang akurat dan representatif sangat penting untuk memahami dinamika pasar, kebutuhan pelanggan, dan untuk meningkatkan layanan serta pengalaman pelanggan.

b. Kegunaan dan Manfaat Data dalam Penelitian

Data dalam penelitian pariwisata dan perhotelan berperan sangat penting sebagai dasar dalam mengambil keputusan dan menyusun strategi. Data yang akurat dan terpercaya memungkinkan peneliti dan praktisi untuk memahami tren pasar, preferensi konsumen, serta dinamika persaingan. Dalam penelitian, data digunakan untuk menganalisis fenomena atau kejadian, menguji hipotesis, dan memvalidasi teori. Dalam praktik perhotelan dan pariwisata, data membantu dalam meningkatkan kualitas layanan, merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, serta meningkatkan efisiensi operasional. Pengumpulan data yang sistematis dan analisis data yang mendalam berkontribusi

pada pengembangan sektor pariwisata dan perhotelan yang berkelanjutan.

c. Jenis Data (Kualitatif, Kuantitatif, Internal, Eksternal, Primer, Sekunder, *Cross Section*, *Time Series*)

1) Data Kualitatif dan Kuantitatif

Data Kualitatif: Merupakan data yang berupa keterangan atau deskripsi tentang suatu fenomena, seperti ulasan tamu tentang kenyamanan hotel. Data ini penting untuk memahami persepsi dan pengalaman tamu secara mendalam.

Data Kuantitatif: Berupa angka dan dapat diukur secara objektif, seperti jumlah tamu yang menginap per bulan. Data ini membantu dalam melakukan analisis statistik untuk mengevaluasi performa operasional hotel atau destinasi wisata.

2) Data Internal dan Eksternal

Data Internal: Data yang berasal dari dalam organisasi, seperti data penjualan hotel, jumlah kamar yang terisi, dan laporan keuangan. Penting untuk analisis internal dan pengambilan keputusan strategis.

Data Eksternal: Informasi yang diperoleh dari luar organisasi, termasuk data pasar, tren pariwisata, dan kebijakan pemerintah. Data ini membantu dalam memahami lingkungan eksternal yang mempengaruhi industri pariwisata dan perhotelan.

3) Data Primer dan Sekunder

Data Primer: Dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui survei, wawancara, atau observasi. Dalam konteks pariwisata, bisa berupa tanggapan pengunjung terhadap destinasi wisata baru.

Data Sekunder: Informasi yang sudah tersedia dari sumber lain, seperti publikasi pemerintah, laporan industri, dan artikel. Misalnya, data kunjungan wisatawan dari badan statistik nasional.

4) *Data Cross Section* dan *Time Series*

Data Cross Section: Data yang dikumpulkan pada satu titik waktu tertentu, seperti survei kepuasan tamu hotel pada bulan tertentu. Berguna untuk snapshot kondisi saat itu.

Data Time Series: Data yang dikumpulkan secara berkala selama periode waktu, seperti data bulanan tentang kunjungan wisatawan. Memungkinkan analisis tren dan perkembangan sepanjang waktu.

Dengan memahami jenis-jenis data ini, peneliti dapat mendesain studi yang lebih efektif untuk mengumpulkan informasi yang relevan, sehingga menghasilkan wawasan yang dapat digunakan untuk pengembangan pariwisata dan perhotelan yang berkelanjutan.

3.4. Rangkuman

Variabel dalam penelitian pariwisata dan perhotelan merupakan konsep kunci yang mencakup berbagai nilai untuk menggambarkan fenomena industri secara abstrak. Variabel dapat bersifat kontinyu, diskrit, dependent, independent, moderator, intervening, dan random, masing-masing dengan peran spesifik dalam penelitian. Pengukuran variabel, menggunakan skala seperti nominal, ordinal, interval, dan rasio, adalah penting untuk memahami dan menginterpretasikan dinamika industri ini. Teknik pengukuran yang digunakan, termasuk Skala Likert dan Rating, memungkinkan peneliti untuk mengkonversi tanggapan kualitatif menjadi data kuantitatif yang dapat dianalisis. Data, didefinisikan sebagai keterangan atau informasi yang dikumpulkan, dibagi menjadi kualitatif dan kuantitatif, internal dan eksternal, primer dan sekunder, serta *cross section* dan *time series*. Keakuratan dan representasi data sangat penting dalam menggali dinamika pasar, kebutuhan pelanggan, dan pengembangan layanan di sektor pariwisata dan perhotelan.

3.5. Bahan Diskusi

Tema Diskusi: "Perjalanan Variabel: Menguak Rahasia di Balik Layar Pariwisata dan Perhotelan"

Di suatu sudut kota yang ramai, sebuah hotel berbintang lima berdiri megah, menjanjikan kenyamanan dan kemewahan kepada setiap tamunya. Manajemen hotel, dipimpin oleh Pak Arya, seorang manajer yang berpengalaman, menghadapi tantangan untuk mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi di tengah persaingan yang ketat dari hotel-hotel baru di sekitarnya.

Pak Arya, bersama dengan timnya, memutuskan untuk melakukan penelitian mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung dalam memilih hotel mereka. Mereka mengidentifikasi berbagai variabel seperti kualitas layanan, kebersihan kamar, harga, aksesibilitas, dan fasilitas akomodasi sebagai fokus utama penelitian.

Mereka menggunakan skala pengukuran yang berbeda untuk mengukur variabel-variabel tersebut, termasuk skala Likert untuk kepuasan pelanggan, skala rating untuk mengevaluasi kebersihan, dan skala rasio untuk menghitung pendapatan hotel. Selain itu, Pak Arya memperhatikan pentingnya membedakan antara variabel kontinu dan diskrit, dependent dan independent, serta memahami peran variabel moderator dan intervening dalam analisis mereka.

Dalam diskusi ini, kita akan menyelami bagaimana penggunaan variabel dan teknik pengukuran yang tepat dapat membuka wawasan baru dalam pengembangan strategi untuk industri pariwisata dan perhotelan. Cerita Pak Arya dan timnya mengilustrasikan pentingnya penelitian yang terstruktur dan analitis dalam menghadapi tantangan industri yang dinamis ini.

Pertanyaan:

1. Bagaimana pengidentifikasian dan pengukuran variabel yang tepat dapat membantu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan operasional hotel?
2. Peran apa yang dimainkan oleh variabel moderator dan intervening dalam memahami dinamika kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana teknik pengukuran seperti skala Likert, rating, semantik diferensial, dan Guttman dapat diterapkan dalam penelitian pariwisata dan perhotelan untuk hasil yang lebih akurat?

3.6. Rujukan

- Gursoy, D. (2018). Future of hospitality marketing and management research. *Tourism Management Perspectives*, 25, 185–188.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.008>
- Line, N. D., & Runyan, R. C. (2012). Hospitality marketing research: Recent trends and future directions. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 477–488.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.07.006>
- Menon, D., Gunasekar, S., Dixit, S. K., Das, P., & Mandal, S. (2021). Present and prospective research themes for tourism and hospitality education post-COVID19: A bibliometric analysis. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, xxxx, 1–16.
<https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2021.100360>
- Tu, Y. F. (2020). Trends and research issues of mobile learning studies in hospitality, leisure, sport and tourism education: a review of academic publications from 2002 to 2017. In *Interactive Learning Environments* (Vol. 28, Issue 4, pp. 385–403).
<https://doi.org/10.1080/10494820.2018.1528285>

3.7. Latihan Soal-soal

1. Apa pengertian variabel dalam konteks penelitian perhotelan dan pariwisata?
2. Sebutkan contoh variabel yang digunakan dalam penelitian kepuasan pelanggan hotel.
3. Apa itu variabel kontinyu dan berikan contoh yang relevan dalam industri pariwisata?
4. Jelaskan perbedaan antara variabel diskrit dan variabel kontinyu dengan contoh dalam konteks perhotelan.
5. Bagaimana variabel dependent berbeda dari variabel independent dalam penelitian pariwisata?
6. Apa peran variabel moderator dalam penelitian perhotelan dan pariwisata?
7. Dalam konteks penelitian, apa itu variabel intervening dan bagaimana pengaruhnya terhadap hasil penelitian?
8. Jelaskan konsep dan contoh variabel random dalam penelitian pariwisata.
9. Mengapa pengukuran variabel penting dalam penelitian pariwisata dan perhotelan?
10. Bagaimana skala Likert digunakan dalam mengukur sikap atau pendapat responden dalam penelitian pariwisata?

BAB IV POPULASI DAN SAMPEL

Capaian Pembelajaran

- Setelah mempelajari materi ini, diharapkan mahasiswa:
1. Memahami Konsep Populasi dan Sampel dalam Pariwisata dan Perhotelan.
 2. Menguasai Teknik Sampling dan Penentuan Ukuran Sampel.

4.1. Populasi dan Sampel

a. Definisi Populasi

Populasi merujuk kepada keseluruhan individu atau unit yang menjadi objek studi terkait dengan sektor tersebut (Hair et al., 2019). Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, ini bisa mencakup wisatawan, hotel, destinasi wisata, atau bahkan komunitas lokal yang berinteraksi dengan industri pariwisata. Populasi ini penting dalam perencanaan dan pengembangan strategi pariwisata, karena memberikan gambaran menyeluruh tentang karakteristik dan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh industri pariwisata dan perhotelan.

Mengidentifikasi populasi dengan tepat membantu stakeholder dalam pariwisata dan perhotelan untuk merancang produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan target pasar. Ini juga memungkinkan untuk pengambilan data yang lebih efisien dan efektif dalam studi penelitian, memastikan bahwa hasilnya relevan dan dapat diaplikasikan untuk meningkatkan pengalaman wisata serta operasional perhotelan. Populasi dalam konteks ini dapat sangat bervariasi tergantung pada fokus studi atau kegiatan pemasaran yang dijalankan.



Gambar 4. 1 Populasi dan Sampel

b. Definisi Sampel

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, sampel merujuk pada sekelompok individu atau entitas yang dipilih dari populasi yang lebih besar untuk dijadikan objek penelitian atau analisis. Sampel ini diharapkan dapat mewakili populasi secara keseluruhan, memungkinkan peneliti dan praktisi untuk mengambil kesimpulan atau membuat prediksi tentang tren, preferensi, atau perilaku konsumen dalam sektor pariwisata dan perhotelan (Hatmoko, 2015). Pemilihan sampel yang tepat sangat kritikal, karena hal ini berpengaruh langsung terhadap validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Oleh karena itu, metode sampling harus disesuaikan dengan tujuan penelitian dan karakteristik populasi, memastikan bahwa sampel dapat memberikan gambaran yang akurat dan relevan terhadap fenomena yang sedang diteliti.

Dalam industri pariwisata dan perhotelan, definisi sampel berkaitan erat dengan pengumpulan data tentang wisatawan, tamu hotel, atau pengguna jasa lainnya. Informasi ini kemudian digunakan untuk meningkatkan layanan, merancang produk atau jasa baru, dan menyesuaikan strategi pemasaran agar lebih efektif. Proses sampling di sektor ini

sering melibatkan tantangan tertentu, seperti keragaman besar dalam preferensi dan perilaku konsumen, serta dinamika pasar yang cepat berubah. Oleh karena itu, pemilihan teknik sampling yang adaptif dan inovatif menjadi sangat penting, untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan adalah representatif dan dapat diandalkan untuk pengambilan keputusan dan perencanaan strategis dalam industri pariwisata dan perhotelan.

4.2. Teknik Sampling

a. Sampling berbasis probabilitas

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, sampling berbasis probabilitas memegang peranan penting dalam mengumpulkan data yang representatif dan dapat diandalkan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memilih sampel dari populasi dengan cara yang memastikan setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Hal ini sangat relevan untuk memahami preferensi, kebiasaan, dan tren di antara wisatawan atau pengunjung hotel, memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam pengembangan produk, pelayanan, atau strategi pemasaran. Penggunaan teknik ini dalam pariwisata dan perhotelan dapat membantu dalam merancang pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan, sekaligus meningkatkan efektivitas operasional dan promosi.

Simple Random Sampling

Simple random sampling adalah metode pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap elemen dalam populasi untuk dipilih. Dalam pariwisata, teknik ini bisa digunakan untuk memilih secara acak wisatawan yang akan ditanyakan tentang pengalaman mereka, sedangkan di perhotelan, metode ini dapat digunakan untuk menilai kepuasan pelanggan terhadap layanan hotel. Metode ini memastikan bahwa sampel yang dihasilkan representatif, sehingga hasil survei atau penelitian dapat diandalkan untuk

membuat keputusan atau perbaikan layanan yang lebih tepat sasaran.

Stratified Random Sampling

Stratified Random Sampling dalam konteks pariwisata dan perhotelan melibatkan pengelompokan populasi menjadi strata yang berbeda, seperti jenis akomodasi (hotel, motel, B&B), lokasi (*urban, suburban, rural*), atau segmen pasar (*budget, luxury, family*). Setiap strata dipilih karena memiliki karakteristik khusus yang relevan dengan penelitian. Sampel kemudian diambil secara acak dari setiap strata untuk memastikan semua segmen pasar atau jenis akomodasi terwakili secara proporsional. Metode ini meningkatkan presisi statistik dan memungkinkan analisis yang lebih spesifik tentang preferensi dan perilaku pelanggan di berbagai segmen pariwisata dan perhotelan.

Systematic Random Sampling

Systematic Random Sampling dalam konteks pariwisata dan perhotelan digunakan untuk memilih sampel dari pelanggan atau pengunjung secara sistematis, memastikan distribusi yang merata dan representatif. Misalnya, dari daftar tamu hotel atau pengunjung objek wisata, setiap ke-*n* orang dipilih sebagai sampel, dimulai dari angka acak. Metode ini memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data tentang kepuasan, preferensi, atau kebiasaan pelanggan, dengan efisiensi waktu dan sumber daya. Hal ini penting dalam industri yang dinamis dan berorientasi layanan seperti pariwisata dan perhotelan, di mana pemahaman tentang pelanggan dapat langsung mempengaruhi pengalaman mereka dan keberhasilan usaha.

Cluster Sampling

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, *Cluster Sampling* digunakan untuk mengelompokkan populasi menjadi cluster atau kelompok yang memiliki karakteristik serupa, seperti hotel di kawasan tertentu atau pengunjung dari negara-negara

tertentu. Kemudian, beberapa *cluster* dipilih secara acak untuk dijadikan sampel. Metode ini memudahkan pengumpulan data karena tidak memerlukan daftar semua elemen populasi. Ini sangat berguna dalam studi pasar pariwisata, memahami preferensi pelanggan, dan mengembangkan strategi pemasaran yang ditargetkan. *Cluster Sampling* efektif dalam menangani populasi yang besar dan tersebar, memungkinkan peneliti mendapatkan informasi yang representatif dengan biaya dan waktu yang lebih efisien.

b. Sampling Non Probabilitas

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, sampling non-probabilitas sering digunakan karena kemudahannya dalam mengumpulkan data dari target pasar yang spesifik. Metode ini memungkinkan peneliti untuk secara selektif memilih responden yang dianggap paling informatif atau relevan dengan tujuan penelitian, seperti pengunjung hotel tertentu atau wisatawan di destinasi populer. Pendekatan ini berguna untuk mendapatkan insight mendalam tentang preferensi dan perilaku konsumen, meskipun tidak memberikan representasi statistik seluruh populasi. Sampling non-probabilitas efektif dalam mengeksplorasi tren dan pola dalam industri pariwisata dan perhotelan, membantu pengembangan strategi pemasaran dan layanan yang lebih disesuaikan.

Accidental (Convenience) Sampling

Accidental (Convenience) Sampling dalam konteks pariwisata dan perhotelan merujuk pada teknik pengambilan sampel di mana responden dipilih berdasarkan kemudahan dan keberadaan mereka yang mudah diakses oleh peneliti. Misalnya, dalam studi mengenai kepuasan pelanggan hotel, peneliti mungkin memilih untuk mensurvei tamu yang kebetulan sedang check-in atau berada di lobi hotel karena mereka mudah dijangkau. Teknik ini sering digunakan karena efisien dan hemat biaya, namun dapat menghasilkan bias

karena tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Dalam industri pariwisata, hal ini bisa berarti bahwa pendapat atau kepuasan dari segmen pasar tertentu mungkin tidak terwakili secara akurat.

Quota Sampling

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, *Quota Sampling* digunakan untuk memastikan representasi beragam segmen pasar atau kelompok wisatawan dalam penelitian. Misalnya, peneliti dapat menetapkan kuota berdasarkan kriteria seperti usia, jenis kelamin, kebangsaan, atau tingkat pengeluaran para wisatawan. Teknik ini memungkinkan peneliti mendapatkan insight yang berimbang dari berbagai segmen, yang krusial untuk merancang layanan atau produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi spesifik. Quota Sampling efektif dalam mengumpulkan data cepat dan ekonomis tanpa memerlukan daftar lengkap populasi, sangat cocok untuk industri dinamis seperti pariwisata dan perhotelan.

Purposive Sampling

Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel yang berfokus pada kriteria tertentu yang telah ditetapkan untuk mendapatkan informasi yang paling relevan dan berguna. Kriteria ini disesuaikan dengan kebutuhan peneliti dan tujuan penelitian itu sendiri. Misalnya, dalam penelitian tentang kepuasan pelanggan hotel, sampel mungkin terdiri dari tamu yang telah menginap minimal dua malam. Atau, dalam studi tentang perilaku wisatawan, sampel bisa terfokus pada wisatawan yang mengunjungi destinasi tertentu. Dengan demikian, Purposive Sampling memungkinkan peneliti pariwisata dan perhotelan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang segmen tertentu dari populasi yang mereka studi.

Snowball Sampling

Snowball Sampling dalam konteks pariwisata dan perhotelan adalah teknik pengambilan sampel di mana peneliti memulai

dengan sejumlah kecil informan yang memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam bidang yang diteliti, misalnya pariwisata atau perhotelan. Proses ini dimulai dari satu atau beberapa informan awal yang kemudian memberikan referensi kepada informan lain dalam jaringan sosial atau profesional mereka. Misalnya, dalam penelitian tentang preferensi turis terhadap jenis akomodasi hotel, peneliti mungkin awalnya menginterview manajer hotel, yang kemudian merujuk pada karyawan hotel lain atau tamu yang sering menginap. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menjangkau informan yang mungkin sulit diakses melalui metode sampel lain, dan biasanya dilakukan hingga informasi yang dibutuhkan terkumpul secara memadai..

4.3. Penentuan Ukuran Sampel (*Sample Size*)

Penentuan ukuran sampel merupakan proses krusial untuk memastikan representasi yang akurat dari populasi yang ditargetkan. Dalam konteks ini, ukuran sampel harus cukup besar untuk mengurangi kesalahan sampling dan meningkatkan kepercayaan hasil penelitian. Ini penting karena sektor pariwisata dan perhotelan sering kali melibatkan populasi yang heterogen dengan berbagai karakteristik dan preferensi. Oleh karena itu, peneliti harus memilih metode penentuan sampel yang sesuai dengan karakteristik populasi, seperti stratified random sampling untuk populasi heterogen atau simple random sampling untuk populasi homogen. Juga, dalam penentuan ukuran sampel, aspek praktis seperti biaya, waktu, dan sumber daya yang tersedia perlu dipertimbangkan untuk menyeimbangkan antara keakuratan dan keterlaksanaan penelitian.

a. Metode Berdasarkan Jumlah Pertanyaan Kuesioner

Dalam riset di sektor pariwisata dan perhotelan, pemilihan jumlah sampel didasari oleh pendapat dari (Supranto, 2011), yang menyampaikan bahwa untuk mendapatkan ukuran sampel yang optimal, sebaiknya jumlah

pertanyaan dalam suatu kuesioner dikalikan antara lima hingga sepuluh. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, dengan adanya 24 pertanyaan, perhitungan ukuran sampel menjadi 24 kali 5, yang menghasilkan 120 sebagai jumlah sampel yang tepat. Penting untuk dicatat bahwa proses menentukan jumlah sampel dan cara pengambilannya tergantung pada batasan yang dihadapi oleh peneliti, termasuk keterbatasan waktu dan biaya.

b. Metode Persentasi Populasi Suharsimi Arikunto

Dalam ruang lingkup penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan, Suharsimi Arikunto (2006:134) dalam (Hatmoko, 2015) merekomendasikan bahwa jika subjek penelitian berjumlah kurang dari 100, sebaiknya seluruh subjek tersebut dijadikan sampel, sehingga studi tersebut berubah menjadi penelitian populasi. Namun, apabila jumlah subjek melebihi 100, peneliti bisa memilih untuk menggunakan sampel sekitar 10-15%, 20-25%, atau bahkan lebih.

c. Metode Slovin

Metode Slovin merupakan sebuah cara yang efektif dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian, termasuk di sektor pariwisata dan perhotelan. Rumus dasar Metode Slovin adalah:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

di mana “n” adalah jumlah sampel, N adalah ukuran populasi, dan e adalah tingkat kesalahan. Untuk memahami penerapannya, bayangkan sebuah hotel ingin mengadakan survei kepuasan pelanggan dengan populasi tamu 2000 orang dan tingkat kesalahan 5%. Dengan memasukkan nilai-nilai ini ke dalam rumus Slovin, didapatkan jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sekitar 323 responden. Metode ini sangat berguna karena sederhana dan efisien, tetapi juga penting

untuk mempertimbangkan asumsi-asumsi yang digunakan, seperti distribusi populasi yang seragam.

4.4. Rangkuman

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, "populasi" merujuk pada keseluruhan individu atau unit yang terlibat dalam sektor tersebut, seperti wisatawan, hotel, atau destinasi wisata. Populasi ini penting untuk perencanaan dan pengembangan strategi, karena memberikan gambaran menyeluruh tentang kebutuhan yang harus dipenuhi. Mengidentifikasi populasi dengan tepat memungkinkan desain produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar, memastikan data yang relevan dan aplikatif untuk meningkatkan pengalaman wisata.

"Sampel" dalam konteks yang sama adalah sekelompok individu atau entitas yang dipilih dari populasi yang lebih besar untuk penelitian atau analisis. Pemilihan sampel yang tepat kritis untuk validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Dalam industri pariwisata dan perhotelan, sampling digunakan untuk mengumpulkan data tentang konsumen, membantu dalam meningkatkan layanan, merancang produk baru, dan menyesuaikan strategi pemasaran. Metode sampling harus adaptif dan inovatif, menghadapi tantangan seperti keragaman preferensi konsumen dan dinamika pasar yang cepat berubah.

4.5. Bahan Diskusi

Tema Diskusi: "Mengoptimalkan Strategi Sampling dalam Riset Pariwisata dan Perhotelan untuk Hasil yang Lebih Representatif"

Sebuah perusahaan konsultan pariwisata ingin melakukan penelitian tentang kepuasan wisatawan terhadap layanan hotel bintang 5 di Bali. Populasi yang ditargetkan adalah semua wisatawan yang menginap di hotel bintang 5 di Bali selama tahun 2024. Mengingat jumlah hotel yang banyak dan keragaman wisatawan yang tinggi, tim peneliti

menghadapi tantangan dalam menentukan teknik sampling yang paling efektif untuk mengumpulkan data yang representatif dan akurat.

Peneliti perlu mempertimbangkan faktor-faktor seperti budget, waktu yang tersedia, dan sumber daya manusia. Mereka juga perlu memastikan bahwa sampel yang diambil bisa mewakili populasi secara keseluruhan, memungkinkan mereka untuk mengambil kesimpulan yang valid tentang kepuasan pelanggan secara umum. Dengan berbagai metode sampling yang tersedia, seperti *simple random sampling*, *stratified random sampling*, dan *cluster sampling*, tim peneliti harus memutuskan metode mana yang paling sesuai dengan tujuan penelitian mereka.

Pertanyaan:

1. Metode sampling apa yang paling tepat untuk penelitian ini, mengingat keragaman dan distribusi geografis hotel bintang 5 di Bali?
2. Bagaimana tim peneliti dapat memastikan bahwa sampel yang diambil representatif terhadap populasi target?
3. Apa tantangan yang mungkin dihadapi dalam mengaplikasikan metode sampling tersebut, dan bagaimana mengatasinya?

4.6. Rujukan

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*.
<https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Hatmoko, J. H. (2015). Survei Minat Dan Motivasi Siswa Putri Terhadap Mata Pelajaran Penjasorkes Di Smk Se-Kota Salatiga Tahun 2013. *E-Jurnal Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 4(4), 1729–1736.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (4th ed.).

PT Rineka Cipta.

4.7. Latihan Soal-soal

1. Apa yang dimaksud dengan populasi dalam konteks pariwisata dan perhotelan?
2. Mengapa populasi penting dalam perencanaan dan pengembangan strategi pariwisata?
3. Bagaimana cara mengidentifikasi populasi dapat membantu stakeholder pariwisata dan perhotelan?
4. Apa yang dimaksud dengan sampel dalam konteks pariwisata dan perhotelan?
5. Mengapa pemilihan sampel yang tepat kritikal dalam penelitian pariwisata dan perhotelan?
6. Sebutkan salah satu teknik sampling berbasis probabilitas yang digunakan dalam pariwisata dan perhotelan.
7. Apa keuntungan menggunakan metode simple random sampling dalam industri pariwisata?
8. Bagaimana stratified random sampling meningkatkan presisi statistik dalam penelitian pariwisata dan perhotelan?
9. Apa itu sampling non-probabilitas dan kapan biasanya digunakan dalam pariwisata dan perhotelan?
10. Bagaimana Metode Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian pariwisata dan perhotelan?

BAB V
TEKNIK DAN INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA
Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari materi ini, diharapkan mahasiswa:

1. Memahami dan memilih teknik pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan dan desain penelitian mereka.
2. Mendesain dan mengembangkan instrumen pengumpulan data yang valid dan reliabel.

5.1. Proses Pengumpulan Data

Dalam dunia penelitian, proses pengumpulan data merupakan langkah krusial yang menentukan keakuratan dan keandalan hasil studi. Memahami berbagai teknik dan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data memungkinkan peneliti untuk merancang dan melaksanakan penelitian mereka dengan lebih efisien dan efektif. Mulai dari pemilihan metode yang sesuai dengan sifat penelitian, hingga pengembangan instrumen yang tepat untuk mengumpulkan data, setiap aspek dari proses ini berkontribusi penting dalam mencapai tujuan penelitian (Gulo, 2002).

a. Pengertian dan Tujuan Pengumpulan Data

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, "data" merujuk pada fakta mentah yang dikumpulkan melalui observasi, survei, atau transaksi yang berkaitan dengan kegiatan usaha, seperti jumlah kunjungan wisatawan, preferensi pelanggan, atau tingkat hunian hotel. "Informasi", di sisi lain, adalah hasil dari pengolahan data tersebut yang memberikan nilai dan wawasan untuk pengambilan keputusan, seperti analisis tren kunjungan atau evaluasi kepuasan pelanggan. Pengertian ini menekankan pentingnya mengumpulkan data yang akurat dan relevan untuk diolah

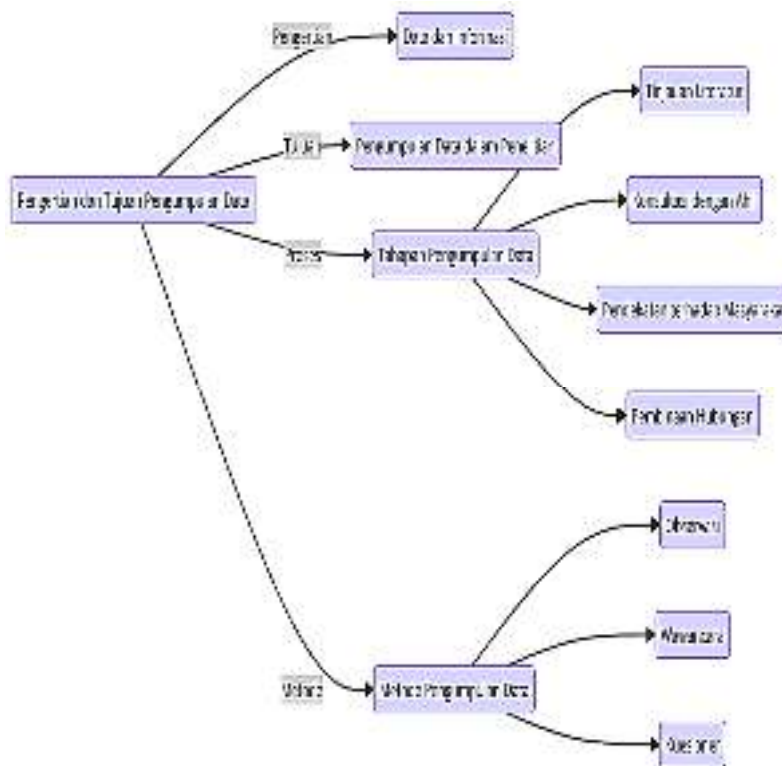
menjadi informasi yang dapat mendukung strategi bisnis di sektor pariwisata dan perhotelan.

Tujuan pengumpulan data dalam penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan sangat penting untuk memahami perilaku, kebutuhan, dan preferensi pelanggan, yang pada gilirannya membantu dalam pengembangan produk dan layanan yang lebih baik. Dengan data yang akurat, pengelola dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kualitas layanan, dan memaksimalkan kepuasan pelanggan (Siyoto & Sodik, 2015). Selain itu, pengumpulan data memungkinkan analisis tren pasar, evaluasi dampak kegiatan promosi, dan pengambilan keputusan strategis untuk pertumbuhan bisnis berkelanjutan di sektor pariwisata dan perhotelan.

b. Tahapan Proses Pengumpulan Data

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, tinjauan literatur dan konsultasi dengan ahli merupakan langkah awal penting dalam proses pengumpulan data. Tinjauan literatur membantu peneliti memahami landasan teori, tren terkini, serta gap penelitian yang ada dalam bidang pariwisata dan perhotelan. Ini melibatkan pengkajian mendalam terhadap jurnal akademik, buku, dan publikasi terkait untuk mendapatkan wawasan komprehensif tentang topik penelitian. Sementara itu, konsultasi dengan ahli, seperti akademisi, praktisi industri, dan pembuat kebijakan, memberikan perspektif praktis yang membantu dalam merumuskan hipotesis dan metodologi penelitian. Melalui dialog dengan para ahli, peneliti dapat memperoleh pandangan yang berharga mengenai aspek-aspek kritis yang mungkin tidak sepenuhnya terungkap hanya melalui tinjauan literatur. Kedua proses ini secara bersamaan meningkatkan validitas dan relevansi penelitian, memastikan bahwa data yang dikumpulkan nantinya dapat memberikan kontribusi

signifikan terhadap pengembangan sektor pariwisata dan perhotelan.



Gambar 5. 1 Proses Pengumpulan Data

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, pendekatan dan pengenalan terhadap kelompok masyarakat memegang peran penting untuk membangun hubungan yang harmonis dan memahami kebutuhan serta ekspektasi mereka. Pendekatan yang dilakukan harus bersifat inklusif dan menghargai kearifan lokal, sehingga dapat menciptakan pengalaman yang autentik bagi wisatawan. Pengenalan terhadap kelompok masyarakat juga membantu pelaku industri pariwisata untuk merancang produk atau layanan yang sesuai dengan karakteristik dan keunikan masyarakat setempat. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan

wisatawan, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Pembinaan hubungan dengan responden dalam konteks pariwisata dan perhotelan adalah proses yang membutuhkan pendekatan yang tulus dan profesional. Dalam industri ini, kepercayaan dan kenyamanan responden adalah kunci, karena mereka seringkali adalah tamu atau pelanggan yang pengalamannya dapat memberikan wawasan berharga untuk peningkatan layanan. Pendekatan yang ramah dan terbuka, dengan memastikan bahwa privasi dan preferensi mereka dihormati, membantu dalam membangun hubungan yang positif (Rosmiati, 2017). Menjelaskan tujuan penelitian dengan jelas dan bagaimana kontribusi mereka akan digunakan untuk meningkatkan layanan dapat mendorong partisipasi. Selain itu, memberikan apresiasi atau insentif atas partisipasi mereka seringkali meningkatkan responsivitas dan keterlibatan.

c. Metode Pengumpulan Data

Teknik Observasi (Pengamatan)

Teknik pengumpulan data melalui pengamatan (observasi) memegang peranan penting dalam mengumpulkan informasi secara langsung mengenai perilaku, preferensi, dan kepuasan pengunjung. Observasi memungkinkan peneliti atau praktisi untuk mendapatkan data yang autentik mengenai interaksi antara tamu dan layanan, serta pengalaman mereka selama berada di destinasi atau fasilitas perhotelan. Melalui observasi, peneliti dapat memahami nuansa perilaku konsumen yang tidak bisa diungkapkan melalui teknik pengumpulan data lainnya, seperti wawancara atau kuesioner. Teknik ini sangat bermanfaat untuk mengevaluasi standar layanan, memperbaiki fasilitas, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Observasi juga dapat dilakukan dalam berbagai setting, baik itu observasi terstruktur di

lingkungan yang telah ditentukan sebelumnya atau observasi tak terstruktur di lingkungan alami tanpa intervensi.

Teknik Wawancara

Teknik pengumpulan data melalui wawancara memegang peranan penting untuk mengumpulkan informasi mendalam mengenai pengalaman, kepuasan, dan ekspektasi pelanggan. Wawancara memungkinkan peneliti untuk mendapatkan insight langsung dari narasumber, seperti wisatawan dan tamu hotel, mengenai persepsi mereka terhadap layanan dan fasilitas yang disediakan. Melalui dialog interaktif, peneliti dapat mengeksplorasi nuansa perilaku dan preferensi pelanggan yang tidak dapat sepenuhnya diungkap melalui survei tertulis atau metode kuantitatif lainnya. Pendekatan ini sangat berguna untuk mengidentifikasi area perbaikan dan inovasi dalam layanan pariwisata dan perhotelan, serta untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih personal dan efektif.

Teknik Kuesioner (Angket)

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner memegang peranan penting dalam memahami preferensi, perilaku, dan kepuasan pengunjung. Kuesioner yang dirancang dengan baik dapat mengumpulkan informasi terperinci tentang pengalaman tamu, ekspektasi, dan feedback terhadap layanan yang diberikan. Penggunaan kuesioner *online* atau fisik memudahkan pengelolaan data dan analisis statistik untuk meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, kuesioner dapat membantu mengidentifikasi tren pasar dan membuka peluang untuk inovasi dalam layanan yang ditawarkan. Dengan demikian, penggunaan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data di sektor pariwisata dan perhotelan menjadi strategi kunci untuk pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

5.2. Instrumen Pengumpulan Data

a. Daftar Observasi

Instrumen pengumpulan data dalam bentuk daftar observasi sangat penting dalam sektor pariwisata dan perhotelan. Daftar ini memungkinkan pengamat untuk mencatat secara sistematis berbagai aspek layanan dan fasilitas yang ditawarkan kepada pengunjung atau tamu. Dalam konteks pariwisata, daftar observasi dapat mencakup kriteria seperti kebersihan lingkungan, kualitas pemandangan, keramahan staf, dan efisiensi layanan. Di sektor perhotelan, daftar ini bisa digunakan untuk menilai kualitas kamar, ketersediaan fasilitas, kecepatan layanan, dan kepuasan pelanggan secara umum. Penggunaan daftar observasi memastikan bahwa data yang dikumpulkan objektif dan terstruktur, yang memudahkan analisis dan perbaikan layanan secara berkelanjutan.



Gambar 5. 2 Instrumen Pengumpulan Data

b. Daftar Wawancara

Instrumen pengumpulan data berupa daftar wawancara sangat penting dalam penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan. Melalui daftar wawancara, peneliti dapat mengumpulkan informasi mendalam mengenai pengalaman, persepsi, dan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang disediakan. Pertanyaan-pertanyaan dalam daftar wawancara dirancang untuk mengeksplorasi aspek-aspek spesifik layanan, seperti kualitas akomodasi, kebersihan, pelayanan staf, dan ketersediaan fasilitas. Dengan menggunakan teknik wawancara, peneliti dapat memperoleh nuansa dan konteks yang kaya dari jawaban responden, memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap data yang diperoleh. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap aspek layanan yang dinilai dapat dijelajahi secara komprehensif, memberikan wawasan yang berharga untuk peningkatan layanan di masa depan.

c. Kuesioner

Instrumen berupa kuesioner menjadi alat penting untuk mengumpulkan data yang relevan tentang preferensi, perilaku, dan kepuasan pelanggan. Melalui kuesioner, pengelola dapat mengidentifikasi aspek-aspek layanan yang memerlukan peningkatan serta menggali potensi pasar baru. Kuesioner yang dirancang dengan baik memungkinkan untuk mengumpulkan informasi spesifik dari responden secara efisien, memberikan insight yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan strategi pemasaran. Oleh karena itu, pengembangan kuesioner memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap pertanyaan-pertanyaan yang relevan dan cara penyajiannya, agar dapat menghasilkan data yang akurat dan dapat diandalkan untuk pengambilan keputusan strategis dalam sektor pariwisata dan perhotelan.

5.3. Rangkuman

Bab ini menyelidiki proses pengumpulan data dalam pariwisata dan perhotelan, menggarisbawahi pentingnya memahami dan memilih metode yang tepat untuk mengumpulkan data yang akurat dan relevan. Ini mencakup pemahaman tentang perbedaan antara "data" dan "informasi" serta pentingnya mengubah data menjadi informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan strategis. Tahapan pengumpulan data meliputi tinjauan literatur, konsultasi dengan ahli, dan pembinaan hubungan dengan responden, yang semuanya bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Metode pengumpulan data yang dibahas mencakup observasi, wawancara, dan kuesioner, masing-masing dengan peranannya dalam mengumpulkan informasi yang berharga untuk pengembangan produk dan layanan yang lebih baik dalam sektor ini.

5.4. Bahan Diskusi

Tema Diskusi: "Inovasi Melalui Data: Mengungkap Rahasia Pariwisata dan Perhotelan"

Dalam sebuah kota kecil yang dikenal dengan keindahan alam dan keramahan penduduknya, terdapat sebuah hotel tua yang ingin meningkatkan layanan dan menarik lebih banyak pengunjung. Untuk mencapai tujuan ini, pemilik hotel, Pak Budi, memutuskan untuk menggunakan teknik pengumpulan data secara sistematis. Dia memulai dengan mengadakan survei menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada tamu saat check-out untuk memahami kepuasan mereka terhadap layanan hotel. Selain itu, Pak Budi juga mengadakan wawancara mendalam dengan beberapa tamu yang sering menginap untuk mendapatkan insight lebih dalam tentang kebutuhan dan preferensi mereka.

Pak Budi menemukan bahwa banyak tamu menginginkan layanan yang lebih personal dan pengalaman yang unik selama menginap. Berdasarkan data yang

terkumpul, dia memperkenalkan paket menginap tematik yang disesuaikan dengan minat tamu, seperti paket petualangan alam untuk keluarga dan paket relaksasi untuk pasangan. Pak Budi juga meningkatkan fasilitas hotel dengan menambahkan area bermain anak dan spa.

Beberapa bulan kemudian, hotel Pak Budi mengalami peningkatan signifikan dalam tingkat hunian dan kepuasan pelanggan. Cerita ini menjadi bukti nyata bagaimana proses pengumpulan data yang terstruktur dan analisis yang cermat dapat mengubah strategi bisnis dan membawa inovasi dalam sektor pariwisata dan perhotelan.

Pertanyaan:

1. Bagaimana proses pengumpulan data dapat membantu usaha di sektor pariwisata dan perhotelan untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan?
2. Dalam cerita di atas, teknik pengumpulan data apa yang paling efektif dan mengapa?
3. Apa tantangan yang mungkin dihadapi dalam mengumpulkan dan menganalisis data di sektor pariwisata dan perhotelan, dan bagaimana mengatasinya?
4. Bagaimana usaha kecil dan menengah di sektor pariwisata dan perhotelan dapat memanfaatkan data untuk bersaing dengan perusahaan besar?

5.5. Rujukan

- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian* (1st ed., Issue 1). Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rosmiati, A. (2017). Dasar-dasar Penulisan Karya Ilmiah. In *ISI Press*. [http://repository.isi-ska.ac.id/1395/3/Dasar-Dasar Penulisan Ilmiah.pdf](http://repository.isi-ska.ac.id/1395/3/Dasar-Dasar%20Penulisan%20Ilmiah.pdf)
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. In Ayup (Ed.), *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Literasi Media Publishing.

5.6. Latihan Soal-soal

1. Apa yang dimaksud dengan proses pengumpulan data dalam penelitian?
2. Mengapa pengumpulan data dianggap langkah krusial dalam penelitian?
3. Bagaimana teknik dan alat pengumpulan data mempengaruhi efisiensi dan efektivitas penelitian?
4. Apa perbedaan antara data dan informasi dalam konteks pariwisata dan perhotelan?
5. Bagaimana data dapat diolah menjadi informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan di sektor pariwisata dan perhotelan?
6. Mengapa memahami perilaku, kebutuhan, dan preferensi pelanggan penting dalam penelitian pariwisata dan perhotelan?
7. Bagaimana tinjauan literatur dan konsultasi dengan ahli membantu dalam proses pengumpulan data?
8. Mengapa pembinaan hubungan dengan responden penting dalam industri pariwisata dan perhotelan?
9. Bagaimana observasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam pariwisata dan perhotelan?
10. Mengapa kuesioner dianggap alat penting dalam mengumpulkan data tentang preferensi dan kepuasan pelanggan di sektor pariwisata dan perhotelan?

BAB VI

PENELITIAN KUANTITATIF

Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari materi ini, diharapkan mahasiswa:

1. Mahasiswa memahami dasar-dasar penelitian kuantitatif.
2. Mahasiswa mampu merancang studi penelitian kuantitatif.

6.1. Pengantar Penelitian Kuantitatif

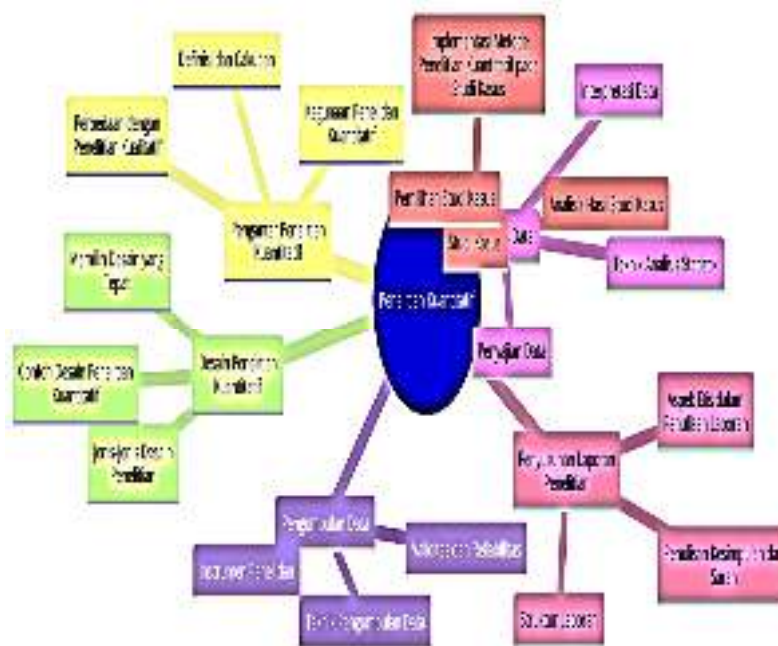
Dalam konteks industri pariwisata dan perhotelan, penelitian kuantitatif memegang peranan vital dalam memetakan dan memahami dinamika perilaku serta preferensi konsumen (Ažić et al., 2020). Melalui aplikasi metodologi yang berorientasi pada data numerik dan analisis statistik, industri ini dapat menggali insight berharga terkait kepuasan pelanggan, efektivitas layanan, dan trend pasar. Pendekatan ini, yang berbeda secara fundamental dari penelitian kualitatif, menawarkan kemampuan untuk mengambil keputusan berbasis data yang objektif, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan pada akhirnya, meningkatkan daya saing serta keberlanjutan bisnis dalam sektor yang sangat kompetitif ini.

a. Definisi dan Cakupan

Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai metodologi penelitian yang berfokus pada pengumpulan data yang dapat diukur secara numerik dan analisis statistik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis dan memprediksi hasil dengan menggunakan sampel yang representatif dari populasi yang lebih besar (Siyoto & Sodik, 2015).

Metode ini menekankan pada objektivitas dan menghindari interpretasi subjektif, memastikan hasil penelitian yang dapat diandalkan dan valid. Dengan demikian,

penelitian kuantitatif menjadi alat penting dalam banyak bidang ilmu untuk mengembangkan dan menguji teori-teori yang berbasis pada data empiris.



Gambar 6. 1 Penelitian Kuantitatif

b. Perbedaan dengan Penelitian Kualitatif

Perbedaan mendasar antara penelitian kuantitatif dan kualitatif terletak pada pendekatan dan tujuan penelitiannya. Penelitian kuantitatif mengutamakan penggunaan data numerik untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian melalui metode statistik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur dan menganalisis variabel-variabel penelitian secara objektif (Rosmiati, 2017).

Di sisi lain, penelitian kualitatif fokus pada pemahaman mendalam tentang perilaku, pengalaman, atau fenomena sosial melalui data deskriptif yang diperoleh dari wawancara, observasi, atau analisis dokumen. Pendekatan ini lebih

menekankan pada konteks dan proses daripada hasil atau produk. Kedua metode ini saling melengkapi dalam ilmu pengetahuan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang suatu masalah.

c. Kegunaan Penelitian kuantitatif

Penelitian kuantitatif memiliki peran penting dalam industri pariwisata dan perhotelan, terutama dalam memahami perilaku dan preferensi konsumen. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat mengukur efektivitas layanan yang ditawarkan, seperti kepuasan pelanggan dan tingkat penggunaan fasilitas. Data yang diperoleh membantu dalam pengambilan keputusan strategis dan peningkatan kualitas layanan (Xiao et al., 2022).

Selanjutnya, analisis kuantitatif mendukung pengembangan produk pariwisata dan perhotelan yang lebih baik dengan mengidentifikasi tren pasar dan preferensi pelanggan. Misalnya, survei dapat mengungkap minat terhadap jenis akomodasi baru atau aktivitas rekreasi tertentu. Hasil penelitian ini sangat berharga untuk menyesuaikan penawaran dan strategi pemasaran, sehingga meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis di sektor pariwisata dan perhotelan.

6.2. Desain Penelitian Kuantitatif

Dalam mengarungi dinamisnya industri pariwisata dan perhotelan, pemilihan desain penelitian kuantitatif yang tepat menjadi kunci untuk mengungkap insight berharga. Dari eksperimen yang ketat hingga survei mendalam, berbagai desain ini dilengkapi untuk menjawab pertanyaan spesifik, memastikan bahwa setiap strategi yang diimplementasikan didasarkan pada data yang solid dan analisis yang akurat. Berikut ini jenis-jenis desain penelitian kuantitatif yang dapat memaksimalkan potensi bisnis di sektor pariwisata dan perhotelan.

a. Jenis-jenis Desain Penelitian

Dalam industri pariwisata dan perhotelan, jenis-jenis desain penelitian kuantitatif yang sering digunakan meliputi:

- 1) **Desain Eksperimental:** Cocok untuk menguji efektivitas strategi promosi baru atau program loyalitas pelanggan dalam meningkatkan penjualan atau kepuasan pelanggan.
- 2) **Desain Survei:** Banyak digunakan untuk mengumpulkan data tentang preferensi, perilaku, atau kepuasan pelanggan. Ini membantu dalam mengidentifikasi tren pasar dan menyesuaikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- 3) **Desain Korelasional:** Berguna untuk menganalisis hubungan antara berbagai faktor, seperti pengaruh lokasi hotel terhadap tingkat hunian atau korelasi antara rating *online* dan kunjungan ulang pelanggan.
- 4) **Desain Kausal-Komparatif:** Digunakan untuk membandingkan efek dari variabel yang berbeda, seperti perbandingan antara kepuasan pelanggan di hotel bintang lima dibandingkan dengan hotel bintang tiga.
- 5) **Desain Longitudinal:** Memungkinkan pengamatan tren dan perubahan dalam jangka waktu yang panjang, seperti efek dari perubahan kebijakan pariwisata terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung.

Setiap desain memiliki kekuatan dan keterbatasannya tersendiri, sehingga pemilihan desain yang tepat sangat penting untuk mencapai tujuan penelitian dalam konteks industri pariwisata dan perhotelan.

b. Memilih Desain yang Tepat

Memilih desain penelitian yang tepat dalam industri pariwisata dan perhotelan membutuhkan pemahaman mendalam tentang karakteristik unik sektor ini. Pertama, penting untuk menentukan tujuan penelitian, apakah untuk mengukur kepuasan pelanggan, efektivitas strategi pemasaran, atau dampak ekonomi lokal (Hoe, 2008).

Desain kuantitatif eksperimental atau **kuasi-eksperimental** bisa cocok untuk mengevaluasi efektivitas intervensi tertentu, seperti program loyalitas pelanggan. **Survei lintas seksi** dapat digunakan untuk mengumpulkan data tentang preferensi dan perilaku pelanggan, sangat berguna untuk analisis tren dan segmentasi pasar. **Longitudinal atau time-series analysis** berguna untuk memahami perubahan perilaku pelanggan atau tren pasar seiring waktu, penting dalam industri yang sangat dipengaruhi oleh musim dan tren global.

Memilih desain yang sesuai tidak hanya meningkatkan validitas penelitian tetapi juga memberikan insight yang dapat diaplikasikan untuk pengembangan strategi bisnis di industri pariwisata dan perhotelan.

c. Contoh Desain Penelitian Kuantitatif

Contoh desain penelitian kuantitatif dalam industri pariwisata dan perhotelan dapat mencakup studi tentang kepuasan pelanggan terhadap layanan hotel. Peneliti dapat menggunakan survei dengan skala Likert untuk mengukur persepsi tamu terhadap berbagai aspek layanan, seperti kebersihan kamar, kualitas layanan, dan fasilitas hotel. Analisis statistik, seperti regresi linear, dapat digunakan untuk menentukan faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasilnya dapat membantu manajemen hotel dalam merumuskan strategi peningkatan layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pendekatan kuantitatif ini memungkinkan pengambilan keputusan yang didasarkan pada data yang objektif.

6.3. Pengumpulan Data

Dalam industri pariwisata dan perhotelan, pentingnya teknik pengumpulan data kuantitatif tidak dapat diremehkan, mengingat perannya yang krusial dalam mengukur kinerja, memahami preferensi pelanggan, dan mengidentifikasi tren pasar yang berlaku. Penggunaan beragam instrumen

penelitian, termasuk survei kepuasan pelanggan, analisis data penjualan, observasi langsung, serta pemanfaatan big data dan analytics, memungkinkan pemangku kepentingan untuk mengumpulkan feedback yang berharga dan mendapatkan wawasan mendalam tentang dinamika pasar. Melalui pendekatan ini, industri pariwisata dan perhotelan dapat mengambil keputusan strategis yang informasinya berdasarkan data yang akurat dan relevan, membuka jalan untuk peningkatan layanan dan ekspansi pasar yang efektif.

a. Teknik Pengumpulan Data

Dalam industri pariwisata dan perhotelan, teknik pengumpulan data kuantitatif memegang peranan penting untuk mengukur kinerja, preferensi pelanggan, dan tren pasar. Survei kepuasan pelanggan, baik *online* maupun tatap muka, sering digunakan untuk mengumpulkan feedback langsung dari pelanggan tentang pengalaman mereka. Analisis data penjualan dan pemesanan dapat memberikan insight tentang pola permintaan dan preferensi pengunjung.

Observasi langsung pada fasilitas dan layanan juga menjadi teknik penting untuk menilai standar pelayanan. Selain itu, penggunaan big data dan analytics dari media sosial dan review *online* memungkinkan pemangku kepentingan untuk memahami persepsi publik terhadap brand atau destinasi mereka. Teknik-teknik ini, jika digunakan secara efektif, dapat membantu dalam pengambilan keputusan strategis untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperluas pangsa pasar.

b. Instrumen Penelitian

Dalam konteks industri pariwisata dan perhotelan, instrumen penelitian merupakan alat vital untuk mengumpulkan data yang akurat dan relevan terhadap fenomena yang sedang diteliti. Instrumen ini bisa berupa kuesioner, wawancara, observasi, atau kombinasi dari beberapa metode, yang dirancang khusus untuk menggali

informasi tentang perilaku, preferensi, dan kepuasan pelanggan. Penggunaan instrumen yang tepat memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tren pasar, memahami kebutuhan pelanggan, dan mengevaluasi kinerja layanan atau produk yang ditawarkan.

Pengembangan instrumen penelitian harus mempertimbangkan faktor-faktor unik dari industri ini, seperti musiman, keanekaragaman budaya pelanggan, dan dinamika persaingan. Misalnya, kuesioner dapat dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap fasilitas hotel atau pengalaman wisata, sementara wawancara dapat digunakan untuk mendapatkan insight mendalam tentang preferensi pelanggan terhadap paket wisata tertentu. Penggunaan instrumen yang dirancang dengan baik tidak hanya meningkatkan keandalan dan validitas data yang dikumpulkan tapi juga memberikan insight yang berharga untuk pengembangan strategi bisnis di industri pariwisata dan perhotelan.

c. Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian kuantitatif di industri pariwisata dan perhotelan, validitas menentukan apakah alat ukur benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur, dengan cut off point seringkali ditentukan melalui analisis statistik, seperti koefisien korelasi yang signifikan di atas 0,3 secara statistik untuk menunjukkan kekuatan dan arah hubungan antara alat ukur dan variabel yang diukur. Sebagai contoh, survei kepuasan pelanggan harus secara akurat mengukur tingkat kepuasan, bukan faktor lain seperti kemudahan penggunaan survei.

Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi pengukuran alat ukur terhadap waktu dan kondisi yang berbeda, dengan cut off point umumnya ditetapkan melalui koefisien alpha Cronbach yang lebih besar dari 0.7, menunjukkan tingkat konsistensi internal yang baik. Dalam konteks perhotelan, ini

berarti bahwa survei atau instrumen penelitian yang sama akan menghasilkan hasil yang konsisten ketika diterapkan pada situasi atau waktu yang berbeda, memastikan keandalan data untuk keputusan manajerial.

6.4. Analisis Data

Dalam dunia industri pariwisata dan perhotelan, pemanfaatan teknik analisis statistik, interpretasi data yang mendalam, dan penyajian data yang efektif menjadi kunci dalam mengambil keputusan strategis. Melalui penggunaan metode seperti faktor, regresi, path analysis, dan SEM, industri ini dapat lebih memahami dinamika pasar, preferensi konsumen, serta meningkatkan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Visualisasi data yang cermat tidak hanya memudahkan pemahaman tren dan pola, tetapi juga membantu dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, memperbaiki layanan, dan pada akhirnya, meningkatkan kepuasan pelanggan.

a. Teknik Analisis Statistik

Dalam industri pariwisata dan perhotelan, teknik analisis statistik seperti faktor, regresi, path analysis, dan SEM (*Structural Equation Modeling*) memainkan peranan penting dalam menginterpretasikan data dan membuat keputusan yang berbasis informasi. Analisis faktor digunakan untuk mengidentifikasi variabel yang tidak teramati yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih destinasi atau layanan hotel. Hal ini membantu dalam pengelompokan faktor-faktor seperti kenyamanan, harga, dan lokasi, yang kemudian dapat digunakan untuk meningkatkan layanan atau menargetkan promosi.

Analisis regresi sering digunakan untuk memprediksi tingkat kepuasan pelanggan dan permintaan terhadap layanan tertentu, dengan menghubungkan variabel-variabel seperti harga, fasilitas, dan layanan terhadap kepuasan pelanggan. Ini memungkinkan perusahaan pariwisata dan perhotelan untuk

menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan preferensi pelanggan dan tren pasar.

Path analysis digunakan untuk memahami hubungan kausal antar variabel, seperti bagaimana promosi media sosial dapat mempengaruhi kesadaran merek, yang kemudian berdampak pada keputusan pembelian. Teknik ini sangat berguna dalam mengidentifikasi jalur yang paling efektif dalam strategi pemasaran dan komunikasi.

SEM (*Structural Equation Modelling*), di sisi lain, menggabungkan teknik analisis faktor dan regresi untuk memodelkan hubungan antara variabel teramati dan tidak teramati. Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, SEM dapat digunakan untuk menguji model yang kompleks, seperti pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan niat berulang.

Menggunakan teknik-teknik ini memungkinkan para profesional di industri pariwisata dan perhotelan untuk membuat keputusan yang didasarkan pada data, memperbaiki layanan, dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Ini tidak hanya membantu dalam mempertahankan pelanggan tetapi juga dalam menarik pelanggan baru melalui pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan preferensi mereka.

b. Interpretasi Data

Dalam konteks industri pariwisata dan perhotelan, interpretasi data merupakan langkah krusial untuk mengidentifikasi tren pasar, preferensi konsumen, dan area potensial untuk peningkatan layanan. Misalnya, analisis data dari survei kepuasan pelanggan dapat mengungkapkan aspek-aspek tertentu dari pengalaman menginap yang paling dihargai oleh tamu, seperti kebersihan kamar atau keramahan staf. Dengan memahami elemen-elemen ini, manajemen hotel dapat mengalokasikan sumber daya lebih efektif untuk memperkuat kekuatan mereka atau memperbaiki kelemahan.

Selain itu, dalam merespons fluktuasi permintaan musiman, data historis pengunjung dapat membantu perencanaan strategis promosi dan penawaran khusus. Analisis tren kunjungan sepanjang tahun dapat mengidentifikasi periode-periode ketika upaya pemasaran harus ditingkatkan untuk menarik lebih banyak pengunjung. Sebagai hasilnya, interpretasi data yang akurat memungkinkan pelaku industri pariwisata dan perhotelan untuk membuat keputusan berdasarkan bukti, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengoptimalkan keuntungan.

c. Penyajian Data

Dalam industri pariwisata dan perhotelan, penyajian data merupakan tahap krusial untuk memahami tren, preferensi pelanggan, dan efektivitas strategi yang diterapkan. Data yang dikumpulkan dari survei kepuasan pelanggan, tingkat hunian hotel, dan pola pemesanan dapat disajikan dalam bentuk grafik, tabel, atau infografis yang memudahkan pemangku kepentingan untuk mengambil keputusan. Visualisasi data ini memungkinkan manajemen untuk mengidentifikasi area yang memerlukan peningkatan, mengukur dampak dari promosi yang dilakukan, serta merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif di masa depan (Sugiyono, 2019).

Lebih lanjut, analisis data dalam konteks ini tidak hanya terbatas pada aspek kuantitatif, tetapi juga kualitatif, seperti ulasan dan komentar pelanggan. Pemetaan sentimen dari ulasan ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas merek. Dengan demikian, penyajian data yang efektif dalam industri pariwisata dan perhotelan tidak hanya membantu dalam pemahaman tren pasar saat ini tetapi juga dalam merumuskan strategi untuk menciptakan pengalaman

pelanggan yang lebih baik dan meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

6.5. Penyusunan Laporan Penelitian

a. Struktur Laporan

Dalam industri pariwisata dan perhotelan, struktur laporan penelitian kuantitatif harus disusun dengan teliti untuk menyajikan informasi yang relevan dan berguna bagi pemangku kepentingan. Bab awal biasanya mencakup pendahuluan yang menjelaskan latar belakang penelitian, tujuan, dan pertanyaan penelitian yang berkaitan dengan tren pariwisata dan perhotelan, serta pentingnya penelitian tersebut bagi industri. Metodologi penelitian dijelaskan secara detail, termasuk desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan analisis statistik yang digunakan.

Bab hasil menampilkan data dan analisis yang dilakukan, dengan tabel dan grafik untuk memudahkan pemahaman tentang tren konsumen, preferensi, dan perilaku pasar dalam pariwisata dan perhotelan. Diskusi mengaitkan hasil dengan teori yang ada dan penelitian sebelumnya, memberikan wawasan baru atau mengkonfirmasi tren yang diperkirakan.

Kesimpulan merangkum temuan utama dan implikasinya bagi industri pariwisata dan perhotelan, termasuk rekomendasi strategis untuk praktisi dan pembuat kebijakan. Lampiran dapat mencakup kuesioner, data mentah, atau kode analisis, memberikan transparansi dan memungkinkan pembaca untuk menggali lebih dalam atau mereplikasi studi. Struktur yang sistematis dan komprehensif ini mendukung pemahaman yang lebih baik tentang dinamika industri dan membantu dalam pengambilan keputusan berbasis bukti.

b. Aspek Etis dalam Penulisan Laporan

Aspek etis dalam penelitian kuantitatif menekankan pentingnya menghormati privasi dan kerahasiaan informasi

dari responden atau subjek penelitian. Hal ini berkaitan erat dengan cara pengumpulan, pengolahan, dan penyajian data yang tidak hanya mematuhi norma hukum, tapi juga etika profesi. Peneliti harus memastikan bahwa data yang diperoleh tidak akan merugikan atau membahayakan subjek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung. Ini termasuk memperoleh persetujuan informasi dari partisipan sebelum pengumpulan data dan menjelaskan tujuan serta manfaat penelitian kepada mereka. Selain itu, penting bagi peneliti untuk menjaga anonimitas dan kerahasiaan identitas responden untuk menghindari diskriminasi atau stigmatisasi. Dalam menyajikan hasil penelitian, peneliti diharapkan untuk berlaku adil dan objektif, tanpa memanipulasi data demi kepentingan tertentu yang bisa merusak integritas penelitian. Kesimpulannya, menjaga etika dalam penelitian kuantitatif di industri pariwisata dan perhotelan tidak hanya tentang mematuhi aturan, tapi juga tentang membangun kepercayaan dan integritas ilmiah.

6.6. Rangkuman

Bab tentang "Pengantar Penelitian Kuantitatif" dalam konteks industri pariwisata dan perhotelan menyoroti pentingnya metodologi kuantitatif untuk memahami perilaku dan preferensi konsumen. Metodologi ini berfokus pada data numerik dan analisis statistik untuk menggali insight tentang kepuasan pelanggan, efektivitas layanan, dan tren pasar, membantu dalam pengambilan keputusan berbasis data, optimisasi strategi pemasaran, dan peningkatan daya saing. Perbedaan utama dengan penelitian kualitatif adalah pendekatan berbasis data numerik, yang mengutamakan objektivitas dan menghindari interpretasi subjektif. Penelitian kuantitatif menjadi krusial untuk mengembangkan dan menguji teori-teori berbasis data empiris dalam meningkatkan layanan dan produk di industri ini.

6.7. Bahan Diskusi

Tema Diskusi: "Inovasi Melalui Data: Mengungkap Rahasia Pariwisata dan Perhotelan"

Sebuah hotel berbintang di Bali ingin meningkatkan kepuasan pelanggan dan efektivitas layanan mereka. Mereka memutuskan untuk melakukan penelitian kuantitatif untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap berbagai aspek layanan hotel, seperti kebersihan kamar, kualitas makanan, dan keramahan staf. Penelitian ini menggunakan survei *online* yang disebar ke pelanggan yang telah menginap dalam 6 bulan terakhir. Hasil survei menunjukkan bahwa kebersihan kamar dan keramahan staf memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan, sementara kualitas makanan dinilai memuaskan tetapi tidak signifikan dalam menentukan kepuasan keseluruhan.

Pertanyaan:

1. Bagaimana hotel tersebut dapat menggunakan hasil penelitian untuk meningkatkan strategi pelayanan mereka?
2. Apa langkah-langkah yang harus diambil untuk memastikan bahwa peningkatan layanan berfokus pada aspek yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Dalam melaksanakan survei, aspek etis apa yang harus diperhatikan oleh hotel untuk memastikan integritas penelitian?

6.8. Rujukan

- Ažić, M. L., Dlačić, J., & Suštar, N. (2020). Loyalty trends and issues in tourism research. *Tourism and Hospitality Management*, 26(1), 133–155.
<https://doi.org/10.20867/thm.26.1.8>
- Hoe, S. L. (2008). Quantitative Methods Inquires ISSUES AND PROCEDURES IN ADOPTING STRUCTURAL. *Journal of Applied Quantitative Methods*, 3(1), 76–83.

- Rosmiati, A. (2017). Dasar-dasar Penulisan Karya Ilmiah. In *ISI Press*. [http://repository.isi-ska.ac.id/1395/3/Dasar-Dasar Penulisan Ilmiah.pdf](http://repository.isi-ska.ac.id/1395/3/Dasar-Dasar%20Penulisan%20Ilmiah.pdf)
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. In Ayup (Ed.), *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Meetode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Xiao, X., Fang, C., Lin, H., & Chen, J. (2022). A framework for quantitative analysis and differentiated marketing of tourism destination image based on visual content of photos. *Tourism Management*, 93, 104585. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104585>

6.9. Latihan Soal-soal

1. Apa tujuan utama dari penelitian kuantitatif dalam industri pariwisata dan perhotelan?
2. Bagaimana penelitian kuantitatif membantu dalam memahami perilaku konsumen di industri pariwisata?
3. Apa perbedaan mendasar antara penelitian kuantitatif dan kualitatif?
4. Sebutkan satu kegunaan penelitian kuantitatif dalam industri pariwisata dan perhotelan.
5. Apa saja jenis-jenis desain penelitian kuantitatif yang digunakan dalam industri pariwisata?
6. Mengapa penting untuk memilih desain penelitian yang tepat dalam industri pariwisata?
7. Sebutkan satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk industri pariwisata.
8. Apa pentingnya validitas dan reliabilitas dalam penelitian kuantitatif?
9. Bagaimana teknik analisis statistik dapat membantu dalam pengambilan keputusan di sektor pariwisata?
10. Mengapa aspek etis penting dalam penelitian kuantitatif, khususnya di industri pariwisata dan perhotelan?

BAB VII

PENELITIAN KUALITATIF

Capaian Pembelajaran

Setelah mempelajari materi ini, diharapkan mahasiswa:

1. Memahami konsep dasar dan prinsip-prinsip penelitian kualitatif, termasuk karakteristik unik dan pendekatan etis dalam pengumpulan dan analisis data.
2. Mengembangkan keterampilan dalam mengaplikasikan metode pengumpulan data kualitatif seperti observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi, serta teknik sampling yang efektif.
3. Mampu melakukan analisis data kualitatif, interpretasi hasil penelitian, dan penyajian temuan penelitian secara sistematis dan menarik bagi pembaca.

7.1. Pengertian dan Prinsip Dasar Penelitian Kualitatif

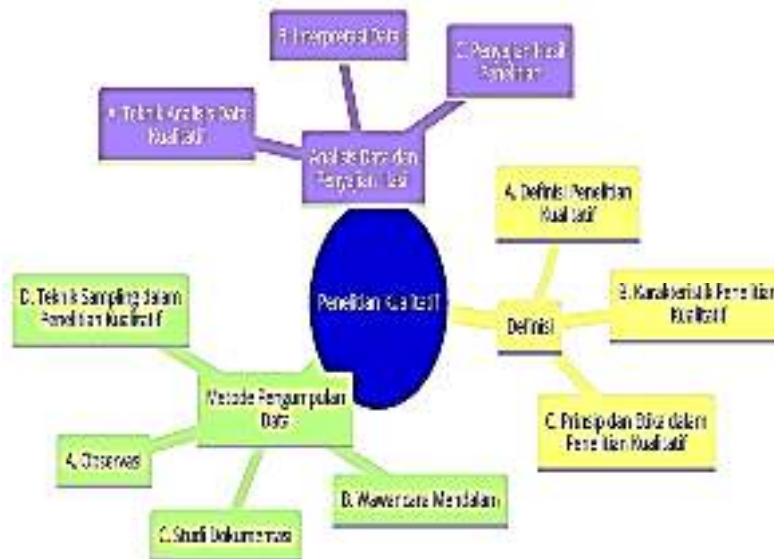
Memasuki dunia pariwisata dan perhotelan melalui lensa penelitian kualitatif membuka jendela untuk memahami berbagai dimensi yang mempengaruhi sektor ini, dari persepsi pelanggan hingga dinamika operasional yang kompleks (Fadli, 2021).

a. Definisi Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif dalam konteks pariwisata dan perhotelan merupakan pendekatan yang mengutamakan pemahaman mendalam terhadap pengalaman, persepsi, dan perilaku pelaku dan pengguna jasa di sektor ini. Metode ini mengeksplorasi aspek-aspek non-kuantitatif seperti kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan daya tarik destinasi wisata melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan studi kasus. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh insight yang berharga mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dan preferensi

wisatawan serta dinamika operasional dalam industri pariwisata dan perhotelan (Sugiyono, 2019).

Melalui penelitian kualitatif, dapat diidentifikasi nuansa-nuansa spesifik yang berkontribusi pada pengalaman wisatawan, seperti atmosfer, interaksi sosial, dan keunikan budaya lokal, yang tidak bisa sepenuhnya dijelaskan oleh data kuantitatif. Hal ini sangat penting dalam pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan layanan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penelitian kualitatif menjadi alat yang krusial dalam menyusun kebijakan dan strategi bisnis yang efektif di sektor pariwisata dan perhotelan, yang pada akhirnya dapat memperkuat posisi kompetitif serta memperluas pangsa pasar.



Gambar 7. 1 Penelitian Kualitatif

b. Karakteristik Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif dalam konteks pariwisata dan perhotelan menekankan pada pemahaman mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan motivasi pelaku industri serta

konsumennya. Karakteristik utamanya adalah fokus pada konteks sosial dan budaya di mana interaksi pariwisata dan perhotelan berlangsung, memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa dan makna yang mungkin tidak muncul dalam pendekatan kuantitatif. Melalui metode seperti wawancara mendalam dan observasi partisipatif, penelitian kualitatif membuka jalan bagi penggalian insight tentang perilaku, kebutuhan, dan kepuasan pelanggan yang lebih kaya dan kompleks (Suryana, 2012).

Dalam konteks ini, penelitian kualitatif juga berperan penting dalam mengidentifikasi tren baru dan dinamika pasar yang berubah, yang sangat berguna untuk inovasi dan pengembangan produk di sektor pariwisata dan perhotelan. Pendekatan ini memfasilitasi pemahaman tentang cerita di balik angka, memperkuat strategi pemasaran dan pengembangan layanan yang lebih sesuai dengan keinginan dan ekspektasi pelanggan. Dengan demikian, penelitian kualitatif menjadi kunci dalam mengoptimalkan pengalaman pelanggan dan mempertajam keunggulan kompetitif di industri pariwisata dan perhotelan.

c. Prinsip dan Etika dalam Penelitian Kualitatif

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, prinsip dan etika dalam penelitian kualitatif berfokus pada penghormatan terhadap budaya dan norma lokal, serta transparansi dan kejujuran dalam pengumpulan data. Peneliti diharapkan memperhatikan sensitivitas budaya saat berinteraksi dengan partisipan dan masyarakat lokal, menghargai privasi dan kerahasiaan informasi. Etika juga menuntut peneliti untuk menghindari eksploitasi sumber daya dan komunitas lokal, menjamin bahwa penelitian memberikan manfaat bagi mereka, dan hasil penelitian disampaikan dengan cara yang menghormati semua pihak yang terlibat (Rosmiati, 2017).

Menerapkan etika dalam penelitian kualitatif di bidang pariwisata dan perhotelan juga berarti memastikan bahwa

partisipasi dalam penelitian bersifat sukarela, dengan informasi yang cukup dan persetujuan yang diperoleh dari partisipan. Peneliti harus transparan tentang tujuan penelitian, metode pengumpulan data, dan penggunaan hasil penelitian. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan dan memastikan bahwa penelitian dilakukan dengan cara yang bertanggung jawab dan etis, mengutamakan kepentingan dan kesejahteraan partisipan serta komunitas yang diteliti (Veal, 2011).

7.2. Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif

Teknik-teknik pengumpulan data kualitatif dalam industri pariwisata dan perhotelan, mencakup observasi, wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan teknik sampling. Setiap metode menawarkan insight berharga mengenai perilaku, preferensi, dan pengalaman pelanggan, serta memberikan data mendalam untuk peningkatan layanan dan pengalaman pelanggan. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi peluang inovasi dan perbaikan dalam layanan yang ditawarkan, mendukung keberhasilan jangka panjang di sektor pariwisata dan perhotelan (Veal, 2011).

a. Observasi

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, teknik observasi berperan penting dalam mengumpulkan data yang autentik dan mendalam mengenai perilaku dan preferensi pelanggan. Observasi memungkinkan peneliti untuk melihat secara langsung bagaimana pengunjung berinteraksi dengan lingkungan pariwisata atau perhotelan, termasuk reaksi terhadap fasilitas, layanan, dan pengalaman yang ditawarkan. Teknik ini membantu dalam mengidentifikasi aspek-aspek yang mungkin tidak terungkap melalui metode pengumpulan data lainnya, seperti survei atau wawancara, karena memberikan konteks nyata perilaku pelanggan.

Selain itu, observasi dalam pariwisata dan perhotelan dapat dilakukan dalam berbagai setting, mulai dari observasi tidak terstruktur yang lebih informal hingga observasi terstruktur dengan kriteria dan indikator yang jelas. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data tentang interaksi sosial, kepuasan pelanggan, dan keefektifan layanan. Teknik observasi juga sangat berharga dalam mengidentifikasi peluang peningkatan layanan dan pengalaman pelanggan, yang merupakan kunci untuk keberhasilan jangka panjang di industri pariwisata dan perhotelan.

b. Wawancara Mendalam

Teknik wawancara mendalam adalah metode pengumpulan data yang sangat berharga dalam penelitian pariwisata dan perhotelan, memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang persepsi, pengalaman, dan motivasi pengunjung atau pelanggan. Melalui wawancara yang terstruktur dengan baik, peneliti dapat mengeksplorasi nuansa perilaku dan preferensi yang tidak selalu muncul dalam metode survei kuantitatif. Wawancara ini memberi kesempatan untuk dialog dua arah, di mana responden dapat berbagi cerita dan pengalaman mereka secara detail (Suryana, 2012).

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam tentang apa yang dicari pelanggan dalam pengalaman pariwisata atau perhotelan mereka, termasuk layanan, fasilitas, dan aspek-aspek pengalaman yang mempengaruhi kepuasan mereka. Teknik ini sangat berguna untuk mengidentifikasi area perbaikan dan inovasi dalam layanan yang ditawarkan. Melalui analisis yang cermat dari wawancara, organisasi dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi kompetitif mereka di pasar.

c. Studi Dokumentasi

Teknik studi dokumentasi dalam konteks pariwisata dan perhotelan memainkan peran penting dalam pengumpulan data kualitatif. Metode ini melibatkan analisis dokumen yang berkaitan dengan destinasi wisata, fasilitas perhotelan, kebijakan pariwisata, serta ulasan dan feedback dari pelanggan. Dokumen-dokumen ini dapat berupa laporan pemerintah, artikel, buku, brosur, serta media sosial dan website yang memberikan insight mengenai tren dan preferensi konsumen. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memahami latar belakang historis, perkembangan saat ini, dan proyeksi masa depan dari industri pariwisata dan perhotelan.

Penggunaan studi dokumentasi memperkaya penelitian dengan menyediakan data sekunder yang mendalam dan beragam. Ini termasuk analisis kompetitif, pemahaman tentang strategi pemasaran, dan evaluasi dampak ekonomi dan sosial dari pariwisata pada suatu wilayah. Melalui dokumen-dokumen tersebut, peneliti dapat mengeksplorasi aspek-aspek unik dari destinasi pariwisata, inovasi dalam layanan perhotelan, dan tantangan yang dihadapi sektor ini. Teknik ini, oleh karena itu, menawarkan perspektif yang berharga yang tidak selalu dapat diperoleh melalui metode pengumpulan data primer saja.

d. Teknik Sampling dalam Penelitian Kualitatif

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, teknik sampling dalam penelitian kualitatif memegang peranan penting untuk mendapatkan data yang mendalam dan representatif terhadap fenomena yang diteliti. Teknik purposive sampling seringkali digunakan, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang kaya dari sumber yang dianggap paling mengetahui atau paling terpengaruh oleh isu penelitian.

Selain itu, snowball sampling juga populer dalam penelitian pariwisata dan perhotelan, khususnya ketika mencari informasi tentang komunitas atau kelompok yang sulit diakses. Dengan metode ini, peneliti memulai dengan beberapa informan kunci yang kemudian merekomendasikan informan lain, memungkinkan peneliti untuk memperluas jaringan responden secara organik. Teknik ini sangat efektif untuk menggali pengetahuan dan perspektif yang luas tentang praktik, persepsi, dan pengalaman dalam industri pariwisata dan perhotelan (Sugiyono, 2019).

7.3. Analisis Data dan Penyajian Hasil Penelitian Kualitatif

Dalam penelitian kualitatif di sektor pariwisata dan perhotelan, teknik analisis data, interpretasi, dan penyajian hasil menawarkan wawasan mendalam tentang dinamika perilaku dan preferensi konsumen. Melalui metode seperti analisis naratif dan tematik, peneliti dapat mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pendekatan ini memungkinkan pengembangan strategi yang lebih personal dan efektif, berdasarkan pemahaman nuansa pengalaman dan ekspektasi pelanggan, serta adaptasi layanan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing di pasar.

a. Teknik Analisis Data Kualitatif

. Teknik analisis data kualitatif dalam konteks pariwisata dan perhotelan memfokuskan pada pemahaman mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan motivasi pengunjung atau tamu. Metode seperti analisis naratif, analisis tematik, atau grounded theory sering digunakan untuk menginterpretasikan data dari wawancara mendalam, observasi partisipatif, atau ulasan *online*. Ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tren dan pola dalam perilaku dan preferensi pengunjung, yang kritis dalam merancang

pengalaman wisata atau layanan perhotelan yang lebih memuaskan.

Dalam praktiknya, peneliti akan mengumpulkan narasi atau feedback dari para pelaku industri pariwisata dan pengunjung, kemudian menganalisis data tersebut untuk membangun pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Melalui teknik ini, bisa diidentifikasi kebutuhan dan harapan spesifik pelanggan, yang bisa dijadikan dasar dalam pengembangan produk atau layanan baru yang inovatif dan bertarget. Pendekatan analitis ini sangat berharga dalam adaptasi strategi pemasaran dan operasional yang lebih efektif di sektor pariwisata dan perhotelan.

b. Interpretasi Data

Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, interpretasi data kualitatif melibatkan analisis mendalam terhadap pengalaman, persepsi, dan tanggapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Pendekatan ini memungkinkan para peneliti untuk menggali nuansa dan makna yang terkandung dalam data naratif, seperti ulasan dan wawancara dengan tamu, untuk mengidentifikasi tema-tema utama seperti kepuasan pelanggan, ekspektasi layanan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap atau kunjungan. Interpretasi ini penting untuk mengembangkan strategi perbaikan layanan yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

Selanjutnya, interpretasi data kualitatif dalam sektor pariwisata dan perhotelan seringkali melibatkan pemahaman terhadap konteks budaya dan sosial yang mempengaruhi pengalaman wisatawan. Hal ini memungkinkan penyedia jasa pariwisata dan perhotelan untuk menyesuaikan layanan dan produk mereka agar lebih relevan dan menarik bagi target pasar mereka. Dengan memanfaatkan insight dari data kualitatif, pengelola dapat meningkatkan kualitas layanan,

menciptakan pengalaman yang berkesan bagi tamu, dan pada akhirnya, meningkatkan loyalitas pelanggan serta posisi kompetitif mereka di pasar.

c. Penyajian Hasil Penelitian

Penyajian hasil penelitian kualitatif dalam konteks pariwisata dan perhotelan menitikberatkan pada narasi mendalam dan deskripsi yang kaya tentang pengalaman, persepsi, dan interpretasi responden. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa dan kompleksitas pengalaman pariwisata yang tidak dapat diungkapkan melalui data kuantitatif saja. Dalam penyajiannya, peneliti biasanya menggunakan kutipan langsung dari wawancara atau catatan lapangan untuk memperkuat temuan, menjadikan laporan penelitian sebagai cerita yang menarik dan informatif yang mampu memberikan wawasan baru tentang praktik dan kebijakan pariwisata.

Selain itu, penyajian hasil dalam penelitian kualitatif seringkali disertai dengan analisis tematik, di mana data disusun berdasarkan tema-tema yang muncul selama penelitian. Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, hal ini bisa mencakup aspek seperti motivasi wisatawan, kepuasan pelanggan, atau dampak sosial-ekonomi dari pariwisata pada komunitas lokal. Dengan demikian, laporan penelitian tidak hanya menyediakan deskripsi yang mendalam tentang subjek penelitian, tetapi juga menawarkan interpretasi dan rekomendasi yang dapat digunakan oleh praktisi dan pembuat kebijakan dalam pengembangan strategi pariwisata yang lebih efektif dan berkelanjutan.

7.4. Rangkuman

Penelitian kualitatif di pariwisata dan perhotelan mendalami pengalaman dan persepsi pengguna, menggunakan metode seperti observasi dan wawancara untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dan preferensi wisatawan. Karakteristiknya meliputi fokus pada

konteks sosial dan budaya, dengan prinsip etika yang menekankan penghormatan terhadap budaya lokal dan transparansi dalam pengumpulan data. Hasilnya disajikan secara naratif, memperkuat temuan dengan kutipan langsung dan analisis tematik, memberikan insight berharga untuk pengembangan strategi bisnis yang efektif di sektor ini.

7.5. Bahan Diskusi

Tema Diskusi: "Sunset Retreat: Mengoptimalkan Pengalaman Wisatawan Melalui Penelitian Kualitatif"

Di kota kecil yang dikelilingi oleh bukit dan laut, terdapat sebuah hotel boutique bernama "Sunset Retreat". Hotel ini dikelola oleh tiga sahabat, Ana, Budi, dan Carlos, yang memiliki mimpi besar untuk membuat hotel mereka menjadi destinasi pilihan bagi wisatawan dari seluruh dunia. Mereka menyadari bahwa untuk mencapai mimpi tersebut, mereka harus menawarkan lebih dari sekadar tempat menginap yang nyaman; mereka harus menciptakan pengalaman yang unik dan personal bagi setiap tamu.



Gambar 7. 2 Ilustrasi Sunset Retreat

Ana, yang memiliki latar belakang dalam psikologi, mengusulkan untuk menggunakan penelitian kualitatif sebagai cara untuk memahami keinginan dan kebutuhan tamu mereka secara lebih dalam. Dia meyakinkan Budi dan Carlos bahwa dengan teknik seperti observasi, wawancara mendalam, dan analisis ulasan tamu, mereka bisa mendapatkan insight berharga tentang bagaimana membuat pengalaman menginap di "Sunset Retreat" menjadi tak terlupakan.

Budi, yang berbakat dalam komunikasi dan pemasaran, mengambil ide tersebut dan berencana untuk mengadakan sesi wawancara mendalam dengan tamu yang baru saja menginap. Dia ingin mengetahui apa yang mereka nikmati, apa yang bisa diperbaiki, dan apa yang membuat mereka memilih "Sunset Retreat" dari sekian banyak pilihan yang ada. Carlos, dengan keahliannya dalam manajemen operasional, memutuskan untuk mengamati interaksi antara staf dan tamu, mencari cara untuk meningkatkan layanan sehingga setiap tamu merasa spesial dan dihargai.

Dengan menggabungkan hasil penelitian mereka, ketiganya mulai mengimplementasikan perubahan. Mereka memperkenalkan layanan personal seperti menyediakan panduan wisata khusus yang disesuaikan dengan minat setiap tamu, mengatur acara budaya lokal untuk memperkaya pengalaman tamu, dan bahkan menyesuaikan menu sarapan berdasarkan preferensi diet tamu.

Kisah tentang "Sunset Retreat" dan pendekatan uniknya dalam mengoptimalkan pengalaman wisatawan dengan cepat menyebar. Tamu mulai berdatangan, tidak hanya karena keindahan alam yang mengelilingi hotel tetapi juga karena pengalaman personal yang mereka dapatkan selama menginap. Ana, Budi, dan Carlos sering ditemukan berbincang dengan tamu, mengumpulkan cerita dan umpan

balik yang akan mereka gunakan untuk membuat "Sunset Retreat" menjadi lebih baik lagi.

Tidak lama kemudian, "Sunset Retreat" menjadi lebih dari sekadar hotel; itu menjadi simbol bagaimana pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat menciptakan pengalaman yang tak hanya memuaskan tapi juga membangun kesetiaan yang tulus. Kisah Ana, Budi, dan Carlos menginspirasi banyak pelaku industri pariwisata dan perhotelan lainnya untuk mengadopsi pendekatan penelitian kualitatif dalam bisnis mereka, membuktikan bahwa di balik setiap keberhasilan, terdapat cerita tentang pemahaman, inovasi, dan komitmen untuk memberikan yang terbaik bagi setiap wisatawan.

Pertanyaan:

1. Bagaimana penelitian kualitatif dapat membantu dalam mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan spesifik wisatawan yang menginap di hotel?
2. Apa saja teknik pengumpulan data kualitatif yang paling efektif dalam memahami perilaku dan preferensi pelanggan di sektor pariwisata?
3. Bagaimana hasil penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan di destinasi wisata?
4. Dalam konteks pariwisata dan perhotelan, bagaimana observasi dan wawancara mendalam dapat memberikan insight baru untuk inovasi layanan?
5. Bagaimana sektor pariwisata dan perhotelan dapat memanfaatkan studi dokumentasi, seperti ulasan *online*, untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih personal dan efektif?

7.6. Rujukan

- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.

- <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Rosmiati, A. (2017). Dasar-dasar Penulisan Karya Ilmiah. In *ISI Press*. [http://repository.isi-ska.ac.id/1395/3/Dasar-Dasar Penulisan Ilmiah.pdf](http://repository.isi-ska.ac.id/1395/3/Dasar-Dasar%20Penulisan%20Ilmiah.pdf)
- Sugiyono. (2019). *Meetode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Suryana. (2012). Metodologi Penelitian : Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. In *Universitas Pendidikan Indonesia*. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Veal, A. J. (2011). Research Method for Leisure and Tourism. In *University of Technology Sydney* (5th ed.). Pearson Education Limited.

7.7. Latihan Soal-soal

1. Apakah yang dimaksud dengan penelitian kualitatif dalam konteks pariwisata dan perhotelan?
2. Bagaimanakah penelitian kualitatif dapat membantu memahami pengalaman pelanggan di sektor pariwisata?
3. Apa sajakah metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif di bidang pariwisata?
4. Mengapakah observasi penting dalam penelitian kualitatif pariwisata dan perhotelan?
5. Bagaimana wawancara mendalam dapat memberikan insight tentang perilaku pelanggan?
6. Apa peran studi dokumentasi dalam penelitian kualitatif sektor pariwisata?
7. Mengapa sampling penting dalam penelitian kualitatif pariwisata?
8. Bagaimana data kualitatif dianalisis dalam konteks pariwisata dan perhotelan?
9. Apa pentingnya interpretasi data dalam penelitian kualitatif pariwisata?
10. Bagaimana hasil penelitian kualitatif disajikan dalam bidang pariwisata dan perhotelan?

DAFTAR PUSTAKA

- Ažić, M. L., Dlačić, J., & Suštar, N. (2020). Loyalty trends and issues in tourism research. *Tourism and Hospitality Management*, 26(1), 133–155.
<https://doi.org/10.20867/thm.26.1.8>
- Çakar, K. (2022). The Use of Qualitative Content Analysis in Hospitality and Tourism. In F. Okumus, S. M. Rasoolimanesh, & S. Jahani (Eds.), *Contemporary Research Methods in Hospitality and Tourism* (pp. 143–155). Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/978-1-80117-546-320221010>
- Dolnicar, S. (2022). Designing Good Survey Studies. In F. Okumus, S. M. Rasoolimanesh, & S. Jahani (Eds.), *Contemporary Research Methods in Hospitality and Tourism* (pp. 95–110). Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/978-1-80117-546-320221007>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
<https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian* (1st ed., Issue 1). Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Gursoy, D. (2018). Future of *hospitality* marketing and management research. *Tourism Management Perspectives*, 25, 185–188.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.008>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Hatmoko, J. H. (2015). Survei Minat Dan Motivasi Siswa Putri Terhadap Mata Pelajaran Penjasorkes Di Smk Se-Kota Salatiga Tahun 2013. *E-Jurnal Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 4(4), 1729–1736.
- Hoe, S. L. (2008). Quantitative Methods Inquires ISSUES

AND PROCEDURES IN ADOPTING
STRUCTURAL. *Journal of Applied Quantitative
Methods*, 3(1), 76–83.

- Line, N. D., & Runyan, R. C. (2012). Hospitality marketing research: Recent trends and future directions. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 477–488.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.07.006>
- Menon, D., Gunasekar, S., Dixit, S. K., Das, P., & Mandal, S. (2021). Present and prospective research themes for tourism and hospitality education post-COVID19: A bibliometric analysis. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, xxx, 1–16.
<https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2021.100360>
- Nang Fong, L. H. (2022). Publishing Experimental Research in Hospitality and Tourism: Some Key Insights. In F. Okumus, S. M. Rasoolimanesh, & S. Jahani (Eds.), *Contemporary Research Methods in Hospitality and Tourism* (pp. 111–125). Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/978-1-80117-546-320221008>
- Nunkoo, R. (2018). *Handbook of Research Methods for Tourism and Hospitality Management*. Edward Elgar Publishing.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4337/9781785366284>
- Okumus, F., Rasoolimanesh, S. M., & Jahani, S. (2022). *Contemporary Research Methods in Hospitality and Tourism*. Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/978-1-80117-546-320221006>
- Rosmiati, A. (2017). Dasar-dasar Penulisan Karya Ilmiah. In *ISI Press*. <http://repository.isi-ska.ac.id/1395/3/Dasar-Dasar-Penulisan-Ilmiah.pdf>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. In Ayup (Ed.), *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Literasi Media Publishing.

- Stalmirska, A. M., & Camprubí, R. (2022). Conducting a Systematic Qualitative Content Analysis in Hospitality and Tourism Research. In F. Okumus, S. M. Rasoolimanesh, & S. Jahani (Eds.), *Contemporary Research Methods in Hospitality and Tourism* (pp. 127–141). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-80117-546-320221009>
- Sugiyono. (2019). *Meetode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Supranto, J. (2011). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar (4th ed.). PT Rineka Cipta.
- Suryana. (2012). *Metodologi Penelitian: Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. In *Universitas Pendidikan Indonesia*. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Tu, Y. F. (2020). Trends and research issues of mobile learning studies in hospitality, leisure, sport and tourism education: a review of academic publications from 2002 to 2017. In *Interactive Learning Environments* (Vol. 28, Issue 4, pp. 385–403). <https://doi.org/10.1080/10494820.2018.1528285>
- Veal, A. J. (2011). Research Method for Leisure and Tourism. In *University of Technology Sydney* (5th ed.). Pearson Education Limited.
- Xiao, X., Fang, C., Lin, H., & Chen, J. (2022). A framework for quantitative analysis and differentiated marketing of tourism destination image based on visual content of photos. *Tourism Management*, 93, 104585. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104585>

GLOSARIUM

ANALISIS DATA	: Proses sistematis untuk menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan untuk memahami pola atau hubungan dalam konteks penelitian.
B&B	: Jenis akomodasi pariwisata yang menawarkan tempat tidur untuk menginap dan sarapan bagi tamunya, biasanya dijalankan secara keluarga.
DATA	: Informasi atau fakta yang dikumpulkan melalui pengamatan atau eksperimen, yang dapat dianalisis untuk mendukung pengambilan keputusan atau penarikan kesimpulan.
DATA PRIMER	: Data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui survei, wawancara, atau eksperimen untuk tujuan penelitian tertentu.
DATA SEKUNDER	: Data yang sudah ada sebelumnya, dikumpulkan oleh organisasi atau individu lain, yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian tanpa perlu pengumpulan data primer.
DEFINISI	: Penjelasan tentang arti dari suatu kata atau frase, terutama dalam konteks ilmiah atau akademik.
DESAIN EKSPERIMENTAL	: Metode penelitian yang melibatkan manipulasi variabel independen untuk mengukur dampaknya terhadap variabel dependen dalam kondisi yang terkontrol.

DESAIN KAUSAL-KOMPARATIF	: Pendekatan penelitian yang mencari hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel dengan membandingkan kelompok-kelompok yang terpapar dengan yang tidak terpapar terhadap variabel independen.
DESAIN KORELASIONAL	: Metode penelitian yang bertujuan untuk menentukan hubungan atau korelasi antara dua variabel atau lebih tanpa intervensi dari peneliti.
DESAIN LONGITUDINAL	: Penelitian yang dilakukan selama periode waktu tertentu untuk mengamati perubahan atau perkembangan terhadap subjek atau fenomena.
DESAIN SURVEI	: Metode pengumpulan data dari sekelompok individu untuk mendapatkan informasi tentang karakteristik, pendapat, atau perilaku mereka.
DINAMIKA KOMPLEKS	: Studi tentang sistem yang berubah sepanjang waktu dan bagaimana interaksi antar elemen dalam sistem tersebut menghasilkan perilaku kompleks.
ECO-FRIENDLY	: Produk atau praktik yang tidak berdampak buruk terhadap lingkungan alam.
EKONOMI GLOBAL	: Sistem ekonomi yang meliputi semua aktivitas ekonomi yang melintasi batas negara, termasuk perdagangan, investasi, dan pergerakan modal.
ETIKA PENELITIAN	: Prinsip dan pedoman yang mengatur perilaku peneliti dalam

	melakukan penelitian, termasuk perlakuan terhadap subjek penelitian dan integritas data.
FEEDBACK	: Respon atau informasi balik yang diberikan kepada seseorang atau sistem tentang tindakan atau perilaku mereka, seringkali digunakan untuk meningkatkan atau memodifikasi tindakan tersebut di masa depan.
HIPOTESIS	: Pernyataan yang dapat diuji yang membuat prediksi tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.
INDUSTRI PARIWISATA	: Sektor ekonomi yang terdiri dari semua bisnis yang menyediakan layanan atau barang kepada orang-orang yang sedang berlibur atau bepergian.
INDUSTRI PERHOTELAN	: Cabang dari industri pariwisata yang fokus pada penyediaan layanan akomodasi, makanan, dan minuman kepada para pelancong.
INOVASI	: Pengenalan ide, barang, metode, atau layanan baru yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, atau kepuasan.
INSTRUMEN	: Alat atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian.
KONSEP	: Ide atau prinsip yang merupakan dasar dari suatu argumen, teori, atau kebijakan.
KUALITATIF	: Metode penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang perilaku manusia dan

	alasan yang mendasarinya, biasanya melalui analisis non-numerik.
KUANTITATIF	: Metode penelitian yang menggunakan teknik statistik untuk mengumpulkan dan menganalisis data numerik guna menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian.
MASALAH PENELITIAN	: Isu atau pertanyaan spesifik yang ingin dijawab melalui proses penelitian.
METODE	: Cara atau prosedur yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan dan menganalisis data.
METODOLOGI	: Kerangka kerja teoritis yang mendasari penggunaan metode tertentu dalam penelitian.
MODEL KONSEPTUAL	: Representasi visual atau verbal dari hubungan antar variabel dalam sebuah studi.
MODEL PENELITIAN	: Struktur atau kerangka yang digunakan untuk merencanakan dan melaksanakan penelitian.
ONLINE REVIEW	: Ulasan atau penilaian yang diposting di internet oleh konsumen tentang produk, layanan, atau pengalaman.
PENELITIAN	: Proses sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data guna meningkatkan pemahaman tentang suatu fenomena.
PLATFORM ONLINE	: Media digital yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten,

	berinteraksi, dan melakukan transaksi di internet.
RESPONDEN	: Individu atau entitas yang memberikan data atau informasi sebagai bagian dari sebuah penelitian.
SKALA GUTTMAN	: Skala pengukuran yang digunakan untuk menguji pola tanggapan terhadap serangkaian pernyataan yang terstruktur secara hierarkis.
SKALA INTERVAL	: Skala pengukuran yang memiliki interval yang sama antara angka-angka tetapi tidak memiliki titik nol mutlak, memungkinkan perbandingan perbedaan tetapi tidak rasio.
SKALA LIKERT	: Skala yang digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat, biasanya dengan lima poin yang berkisar dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju.
SKALA NOMINAL	: Skala pengukuran yang kategorinya tidak memiliki urutan atau hierarki, digunakan untuk klasifikasi data.
SKALA ORDINAL	: Skala pengukuran yang mengurutkan kategori berdasarkan suatu sifat atau karakteristik tetapi tidak menunjukkan besaran perbedaan antarkategori.
SKALA RASIO	: Skala pengukuran yang memiliki titik nol mutlak dan memungkinkan perbandingan rasio antara angka-angka.
SKALA RATING	: Skala yang digunakan untuk menilai tingkat, intensitas, atau

	kualitas suatu atribut atau karakteristik.
SKALA SEMANTIK DIFERENSIAL	: Skala yang digunakan untuk mengukur sikap atau persepsi seseorang terhadap suatu objek dengan menggunakan serangkaian lawan kata.
STATISTIK	: Cabang matematika yang berfokus pada pengumpulan, analisis, interpretasi, dan presentasi data.
SURVEI	: Metode pengumpulan data dari sejumlah orang untuk mendapatkan informasi tentang pendapat, perilaku, atau karakteristik tertentu.
TEKNIK SAMPLING NON PROBABILITAS	: Metode pemilihan sampel dimana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai bagian dari sampel.
TEKNIK SAMPLING PROBABILITAS	: Metode pemilihan sampel yang memberikan setiap anggota populasi peluang yang sama untuk dipilih.
TEORI	: Sistem konsep atau prinsip yang dirancang untuk menjelaskan fenomena tertentu dan memprediksi peristiwa masa depan.
TUJUAN PENELITIAN	: Alasan atau motivasi di balik pelaksanaan sebuah studi penelitian, sering kali dirumuskan sebagai pertanyaan penelitian atau pernyataan tujuan.
VARIABEL	: Karakteristik atau atribut yang dapat mengambil nilai yang berbeda dari satu unit pengamatan ke unit lainnya.

INDEKS

A

Analisis data · 71, 102

B

B&b · 102

D

Data · 102
 Data primer · 102
 Data sekunder · 102
 Definisi · x, 1, 23, 24, 25, 30, 39,
 45, 46, 66, 80, 102
 Desain eksperimental · 102
 Desain kausal-komparatif · 102
 Desain korelasional · 102
 Desain longitudinal · 102
 Desain survei · 102
 Dinamika kompleks · 102

E

Eco-friendly · 102
 Ekonomi global · 102
 Etika penelitian · 10, 102

F

Feedback · 102

H

Hipotesis · iv, vii, xiii, 17, 22, 102

I

Industri pariwisata · 26, 102
 Industri perhotelan · 102
 Inovasi · 63, 78, 102
 Instrumen · v, viii, xi, xiii, 61, 62, 71,
 102

K

Konsep · viii, x, 23, 24, 25, 30, 102
 Kualitatif · vi, ix, xii, 26, 40, 67, 79,
 80, 81, 82, 83, 85, 86, 89, 91, 92,
 93, 95, 103
 Kuantitatif · v, ix, xii, xiii, 26, 40, 66,
 67, 68, 70, 77, 79, 92, 95, 103

M

Masalah penelitian · 16, 18, 103
 Metode · i, ii, iii, iv, vii, xii, xiii, 2, 10,
 38, 47, 48, 49, 51, 52, 53, 54, 55,
 59, 63, 66, 80, 83, 85, 86, 91, 93,
 96, 97, 98, 99, 101, 103
 Metodologi · x, 8, 64, 76, 77, 79,
 92, 93, 94, 95, 103
 Model konseptual · 103
 Model penelitian · 7, 103

O

Online review · 103

P

Penelitian · i, ii, iii, iv, v, vi, vii, ix, x,
xii, xiii, 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 10, 11,
16, 17, 20, 22, 25, 26, 27, 39, 64,
66, 67, 68, 69, 70, 71, 76, 77, 78,
79, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 88, 89,
91, 92, 93, 94, 95, 97, 103

Platform online · 103

R

Responden · 37, 103

S

Skala guttman · 103

Skala interval · 34, 38, 103

Skala likert · 103

Skala nominal · 33, 103

Skala ordinal · 33, 103

Skala rasio · 34, 38, 103

Skala rating · 103

Skala semantik diferensial · 103

Statistik · 73, 103

Survei · 10, 54, 69, 70, 71, 93, 103

T

Teknik sampling non probabilitas ·
103

Teknik sampling probabilitas · 103

Teori · 7, 8, 104

Tujuan penelitian · 104

V

Variabel · ii, iv, viii, xi, xiii, 30, 31,
32, 33, 34, 36, 41, 42, 104