

# **OLAH PIKIR : MEMBANGUN TEORI DALAM ILMU PARIWISATA**

*Edisi Pertama*



**PROF. JOHN J.O.I. IHALAUW. S.E.,PH.D.  
DR. SUHENDROYONO. S.H., M.M., M.PAR., CHE  
DR. DRA. DAMIASIH. M.M., M.PAR., CHE  
DR. TONNY HENDRATONO. S.E., M.M.**

## SEKAPUR SIRIH

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas rahmat Nya, penyusun telah menyelesaikan buku Olah Pikir: Membangun Teori dalam Ilmu Pariwisata. Semenjak pariwisata digulirkan sebagai sebuah ilmu di negara tercinta ini, banyak bermunculan penelitian dan buku-buku yang mendukung ke arah penguatan pariwisata sebagai ilmu. Demikian pula halnya dengan karya ini yang dihadirkan untuk melengkapi dan memperkuat keilmuan pariwisata di Tanah Air.

Ucapan terimakasih penyusun sampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penulisan dan penyelesaian buku ini, sehingga karya ini dapat diluncurkan tepat waktu. Secara khusus ucapan terimakasih ini disampaikan pada para mahasiswa program Sarjana, program Magister Manajemen, dan program Doktor Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana-Salatiga, para mahasiswa program Magister Pariwisata pada Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo-Yogyakarta yang telah mempelajari kemampuan untuk membangun teori atau model melalui buku Konstruksi Teori: Komponen dan Proses (Ihalauw, 2008), dan pada ibu Pudji Nurutami Widjaja, S.E. yang dengan menggunakan perspektif pembelajar dan pengguna, telah secara sukarela terlibat dalam proses perampungan buku ini. Pertanyaan dan komentar kritis mereka telah menjadi masukan berharga untuk menyusun dan memperkaya buku Olah Pikir: Membangun Teori dalam Ilmu Pariwisata. Oleh karena itu pempunan dari buku ini adalah pada kemampuan para pembelajar dan pengguna agar dapat membangunkembangkan sendiri teori(-mini) dan model dalam ilmu pariwisata; supaya pada akhirnya mereka pun dapat berkata: "Ah, ternyata saya bisa!"

Penyusun menyadari sepenuhnya bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kami sangat terbuka bila ada saran dan kritik yang membangun. Penyusun sangat berharap buku ini dapat memberikan sumbangsiah terhadap pengembangan ilmu pariwisata, khususnya dalam rangka memajukan pendidikan pariwisata di Indonesia. Hingga saat ini pariwisata tetap menjadi primadona ekonomi dan edukasi di negara ini, kendati ketika buku ini dipersiapkan industri dan pendidikan pariwisata sedang dilanda tekanan yang sangat luar biasa gegara pandemi COVID-19. Apa pun situasi terkini, pariwisata harus terus didukung dari berbagai lini, dimana salah satunya adalah melalui buku ini.

Terima kasih

Yogyakarta, 11 Maret 2020

Penyusun

## DAFTAR ISI

<i>Sekapur Sirih</i>	<i>i</i>
<i>Daftar Isi</i>	<i>ii</i>
<i>Daftar Peraga</i>	<i>iv</i>

### **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1. Mengembangkan Pariwisata sebagai Ilmu Mandiri	1
1.2. Fenomena untuk Membangun Teori	7
1.3. Kontribusi Pendekatan Dasar dari Ilmu Lain pada Ilmu Pariwisata	9

### **BAB II. FONDASI UNTUK MEMBANGUN TEORI**

2.1. Asumsi-Asumsi Filosofis untuk Membangun Teori	13
2.2. Aras Kiblat Pikir Ilmiah dan Pendekatan Ilmiah	17
2.3. Nilai-Nilai Ilmiah dan Etika	19

### **BAB III. KONSEP: UNSUR DASAR DARI OLAH PIKIR UNTUK MEMBANGUN TEORI**

3.1. Apa itu Konsep. Bagaimana Membuat Konsep	23
3.2. Mengapa Harus Membuat Definisi Konseptual	28
3.3. Bagaimana Membuat Definisi Konseptual	29
3.4. Macam-Macam Konsep	32
3.5. Matra dari Konsep	36

### **BAB IV. PROPOSISI: ARTI PERNYATAAN TENTANG HAKIKAT FENOMENA**

4.1. Apa itu Proposisi	39
4.2. Bagaimana Membuat Proposisi	40
4.3. Spesifikasi dari Peubah-Peubah dalam Proposisi	42
4.4. Dasar untuk Menautkan Konsep dalam Proposisi	45
4.5. Bentuk-Bentuk Rumusan dari Tautan Sebab Akibat dalam Proposisi	46
4.6. Jebakan Tautan Semu dalam Membuat Proposisi	47
4.7. Arah Tautan Sebab Akibat dalam Proposisi	48

### **BAB V. MEMBANGUN TEORI**

5.1. Apa itu Teori	50
5.2. Bagaimana Membangun Teori	52

## **BAB VI. PARADIGMA**

6.1. Apa itu Paradigma	58
6.2. Alternatif-Alternatif Paradigma	60

## **BAB VII. MEMBANDING TEORI-TEORI**

7.1. Mengapa Perlu Membanding Teori-Teori	63
7.2. Tolok-Ukur untuk Membanding Teori-Teori	64

## **BAB VIII. PENUTUP**

8.1. Simpulan	70
8.2. Saran	71

<b>Daftar Pustaka</b>	<b>73</b>
-----------------------	-----------

## DAFTAR PERAGA

Peraga 1.1.	Peranan Rerangka Acuan	3
Peraga 2.1.	Metode-Metode Kuantitatif, Terburkan dan Kualitatif	11
Peraga 2.2.	Aras Kiblat Pikir Ilmiah dan Implikasinya	12
Peraga 3.1.	Kesalingterhubungan antara Simbol, Makna, dan Fenomena	27
Peraga 3.2.	Makna dan Struktur Definisi <i>Aristotelian</i>	31
Peraga 3.3.	Konsep Berdimensi Jamak Diurai Menjadi Sub-Sub Konsep	37
Peraga 4.1.	Cara Membuat Proposisi	40
Peraga 4.2.	Contoh Pertautan Fungsional	41
Peraga 4.3.	Contoh Kerancuan Gegara Keliru Gunakan Peubah Pemoderasi	44
Peraga 4.4.	Contoh Pengaruh Peubah Bebas dengan Mediasi	45
Peraga 4.5.	Dasar Pertautan Konsep dalam Proposisi	46
Peraga 4.6.	Contoh Pertautan Semu	48
Peraga 5.1.	Membangun Teori dengan Proposisi Nir Arah	53
Peraga 5.2.	Membangun Teori dengan Peubah Pemoderasi	54
Peraga 5.3.	Membangun Teori dengan Peubah Pemediasi	55
Peraga 5.4.	Membangun Teori yang Kompleks	56
Peraga 6.1.	Revolusi Ilmiah Kuhn	58
Peraga 6.2.	Ringkasan Isi Paradigma-Paradigma	61
Peraga 7.1.	Tolok Ukur Meta-Theory untuk Mengevaluasi Teori-Teori	68

# BAB I. PENDAHULUAN

Kemajuan Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini tidak dapat dilepaskan dari kegiatan dan kontribusi dari sektor pariwisata. Bersama dengan tiga sektor lain, pariwisata telah menjadi sektor prioritas untuk Indonesia. Perkembangan di atas diikuti pula oleh perkembangan lain di mana pariwisata telah menjadi program studi yang tergolong dalam kelompok Science, Technology, Engineering, and Mathematics (STEM), baik untuk aras sarjana, magister, dan doktor. Selain itu STEM mencakup juga program studi perencanaan kepariwisataan, khususnya untuk aras magister.

## 1.1. Mengembangkan Pariwisata sebagai Ilmu Mandiri

Perkembangan ini tidak terlepas dari keputusan yang sangat strategik dari Pemerintah Indonesia pada tanggal 13 Februari 2008 yang telah menjadikan pariwisata sebagai sebuah ilmu mandiri. Menjadi sebuah ilmu mandiri membawa berbagai konsekuensi, di mana salah satunya adalah keharusan untuk membangun dan mengembangkan sendiri teori-teori dalam ilmu pariwisata selain dari memanfaatkan teori-teori dari disiplin-disiplin ilmu yang lain.

Menyadari akan arti penting dari teori-teori dalam pariwisata sebagai ilmu mandiri, maka Himpunan Lembaga Pendidikan Tinggi Pariwisata Indonesia (HILDIKTIPARI) mencanangkan bahwa salah satu capaian pembelajaran dari setiap lulusan program studi doktor pariwisata ialah “menguasai teori membangun teori (*theory construction/ building*) serta pengetahuan yang substansial, terkini dan terdepan di bidang pariwisata.” Zaltman, LeMasters dan Heffring (1982) berpendapat bahwa kompetensi membangun teori bukan hanya penting untuk komunitas akademik, tetapi juga untuk para praktisi. Untuk komunitas akademik dan para peneliti, kompetensi membangun dan mengembangkan teori penting karena terkait dengan proses sosialisasi. Mereka menulis “*the socialization process in many academic settings contribute to a self-identity which finds the generalizing of knowledge rewarding.*” (1982: 17)

Memiliki kompetensi membangun teori tidak kalah pentingnya untuk para praktisi. Zaltman, LeMasters, dan Heffring mengemukakan tiga alasan, yaitu: *metalanguage*, *learning in new situations*, dan *frame of reference*.

- Bahasa (dalam beragam bentuk) melayani penyampaian makna dari satu insan kepada insan-insan yang lain. Maksud lain dari bahasa adalah menyediakan sebuah mekanisme untuk para insan supaya dapat menafsirkan makna-makna dari beragam peristiwa dan perhelatan. Sebagai contoh: kata wisata, pariwisata, dan wisatawan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 memaknai kata “wisata” adalah “kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.” Selanjutnya kata “pariwisata” dimaknai sebagai “berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah,” sedangkan “wisatawan” adalah “orang yang melakukan wisata.”

Bahasa dari praktik pariwisata terdiri dari konsep-konsep dan istilah-istilah yang biasa digunakan secara formal di mana makna dari konsep-konsep itu telah dimengerti bersama oleh para praktisi, begitu juga para ilmuwan, peneliti, dan para mahasiswa. *Metalanguage* mencipta akibat-akibat yang memperjelas maksud dan makna secara formal. Pengembangan konsep-konsep tersebut akan mempermudah dan memperjelas para praktisi dalam upaya mereka memahami dan menyesuaikan perilaku mereka.

- Alasan kedua mengapa para praktisi harus menguasai kompetensi membangun dan mengembangkan teori adalah sebagai pembelajaran dalam situasi-situasi baru (*learning in new situations*). Contoh: Manajer Merek (*Brand Manager*) yang bertanggung jawab untuk sebuah produk destinasi wisata tertentu. Dia wajib mengetahui dan menguasai sebanyak mungkin

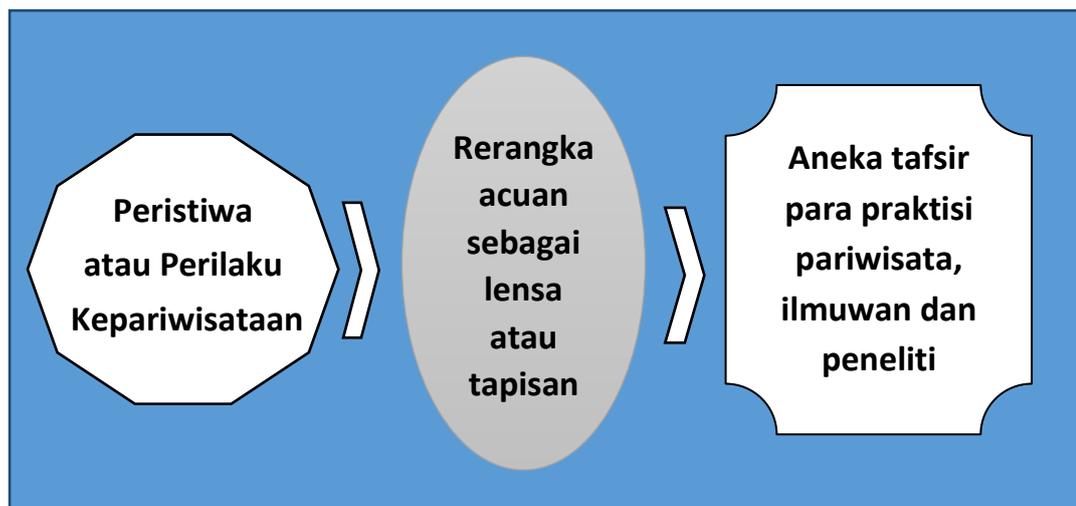
tentang berbagai faktor yang memengaruhi produk destinasi wisata tersebut. Faktor-faktor penentu itu antara lain fluktuasi harga, perubahan perilaku pesaing, perubahan gaya-hidup, preferensi wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman), kebiasaan dan budaya masyarakat setempat, risiko kesehatan sebagai akibat dari merebaknya virus Corona (Covid-19) ke berbagai destinasi wisata di berbagai negara dan kapal pesiar sekalipun. Perubahan-perubahan pada satu faktor akan berdampak secara berantai pada faktor-faktor lain pula. Oleh karena itu Manajer Merek wajib memahami faktor-faktor kunci, dan bagaimana faktor-faktor itu berhubungan dengan produk wisata tertentu di mana dia bertanggung jawab. Mengenai pembelajaran dalam situasi-situasi baru, para praktisi pariwisata wajib menggunakan *metalanguage* dari bangunan teori yang lazim untuk semua konteks, karena kompetensi itu adalah “*a way of thinking about thinking*” (Zaltman, LeMasters, dan Heffring, 1982: 20).

- Alasan ketiga agar para praktisi, termasuk juga praktisi pariwisata, menguasai kompetensi membangun teori adalah sebagai kerangka acuan (*frame of reference*). Sebuah kerangka acuan ialah perangkat gagasan-gagasan dan gambaran yang umumnya digunakan dalam memandang sesuatu; merupakan perangkat asumsi-asumsi, harapan-harapan, dan aturan-aturan keputusan yang tidak terungkap. Para praktisi (pariwisata) menggunakan sebuah kerangka acuan tertentu, dan tidak mustahil kerangka-kerangka acuan mereka berbeda-beda ketika memandang peristiwa atau perhelatan tertentu, tergantung pada berbagai faktor.

Sebagai contoh: ketika mengevaluasi tanggapan wisatawan terhadap destinasi wisata Labuan Bajo, para praktisi pariwisata, ilmuwan, peneliti, dan para mahasiswa dapat menggunakan kerangka-kerangka yang berbeda-beda, sehingga boleh dikatakan bahwa sebuah kerangka acuan berperan sebagai lensa, tapisan, atau alat evaluasi terhadap peristiwa atau perilaku kepariwisataan pada satu pihak, dan aneka tafsir oleh para praktisi, ilmuwan, dan

para peneliti serta mahasiswa terhadap peristiwa dan perilaku kepariwisataan tersebut pada pihak lain. Bersumber pada Zaltman, LeMasters dan Heffring (1982: 21), peranan rerangka acuan untuk para praktisi bahkan untuk ilmuwan dan peneliti serta para mahasiswa sekalipun dapat digambarkan melalui peraga yang telah disesuaikan berikut ini.

### Peraga 1.1. Peranan Rerangka Acuan



Sumber. Gerald Zaltman, Karen LeMasters, dan Michael Heffring. 1982. Theory Construction in Marketing. Some Thoughts on Thinking. Halaman 21. Disesuaikan. Wiley

Menyadari bahwa pariwisata adalah ilmu mandiri akan mengharuskan para ilmuwan, peneliti, praktisi pariwisata dan para mahasiswa untuk tidak jemu-jemu mencari dan mengembangkan suatu kebenaran ilmiah (*scientific truth*). Kebenaran ilmiah berbeda dari tiga kebenaran lainnya, yaitu kebenaran yang bersifat *authoritarian*, *mystical*, dan kebenaran *logico-rational*. Perbedaan antara suatu kebenaran ilmiah dan tiga macam kebenaran lainnya terletak pada P2E, yaitu *producer*, *procedure*, dan *effect* (Wallace, 1971; Ihalauw, 2008).

*Producer* adalah siapa yang mengatakan bahwa sebuah pernyataan empirik itu benar. *Procedure* yaitu tentang bagaimana seseorang mengetahui bahwa sebuah pernyataan empirik itu benar adanya. *Effect* adalah tentang akibat yang ditimbulkan oleh sebuah pernyataan empirik

yang telah diterima sebagai suatu kebenaran. Khususnya mengenai kebenaran ilmiah, *producer*-nya adalah siapa pun asalkan pernyataan yang dia buat dialaskan pada pengamatan empirik dan dengan menggunakan metode ilmiah tertentu. Metode ilmiah itu memanfaatkan pertimbangan penilaian kolektif, sehingga membuka peluang dilakukannya replikasi dari *procedure* yang telah digunakan. Cara ilmiah ini terbuka terhadap suatu kritik ilmiah, sehingga menghasilkan kebenaran ilmiah yang baru dan membuat sebuah pengetahuan ilmiah bersifat akumulatif.

Prosedur untuk memperoleh kebenaran ilmiah atau pengetahuan ilmiah tidak lekat pada diri pribadi seseorang. Prosedur tersebut berada di luar jati diri seseorang. Langkah demi langkah dari prosedur yang digunakan terbuka untuk diketahui dan dilacak oleh setiap insan, dapat diuji kesesuaian dan keabsahannya, dapat diulang-gunakan oleh siapa pun (Wallace, 1971; Ihalauw, 2008). Tak heran apabila Vercruysse (LPIS, 1973) menegaskan bahwa suatu prosedur ilmiah dialaskan pada nilai-nilai ilmiah, yaitu: netralitas emosional, universalisme, orientasi persekutuan, dan individualisme. Nilai-nilai ilmiah ini akan dibahas lebih lanjut dalam Bab II.

Creswell (1994, 2009) mengemukakan bahwa dalam mencari dan menegakkan suatu kebenaran ilmiah mengharuskan seseorang—ilmuwan, peneliti, praktisi, mahasiswa—untuk menggunakan metode ilmiah, baik yang bersifat deduktif kuantitatif, atau induktif kualitatif, atau metode-metode terburai kuantitatif kualitatif. Strategi deduktif kuantitatif beranjak dari batang tubuh pengetahuan ilmiah terkini (*existing body of knowledge*) mencakup teori-teori terkini, dan hasil-hasil penelitian terdahulu dalam jurnal-jurnal ilmiah, serta perenungan dan penalaran sendiri beralaskan pada pengalaman dan pengamatan. Hakikat dari masalah dalam strategi deduktif kuantitatif bersentuhan dengan peubah-peubah yang telah diketahui (*known variables*).

Pada pihak lain strategi induktif kualitatif bermula dari faktor-faktor situasional terkini (*existing situational factors*) seperti peristiwa, data, perilaku, hasil, dan kinerja. Oleh karena itu hakikat dari masalah dalam strategi induktif kualitatif bersentuhan dengan peubah-peubah yang

## DAFTAR PUSTAKA

- Abell, Peter. 1971. *Model Building in Sociology*. Schoken Books.
- Bahm, Archie J. 1980. *“What is Science”? Reprinted from Axiology: The Science of Values*.pp.14-49. Albuquerque. World Books.
- Bertens, K. 2000. **Pengantar Etika Bisnis**. Kanisius.
- Blaikie, Norman. 2000. *Designing Social Social Research*. Polity Press.
- Creswell, John W. 1994. *Research Design. Qualitative & Quantitative Approaches*. Sage.
- ..... 2007. *Qualitative Inquiry & Research Design. Choosing Among Five Approaches*. Sage
- ..... 2009. *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Third Edition.Sage.
- Curd, Martin., Cover, J. A., dan Christopher Pincock. 2013. *Philosophy of Science. The Central Issues*. Second Edition. W.W. Norton & Company.
- Damiasih. 2019. **Pencapaian-Kebaharuan: Pemicu Minat Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Daerah Istimewa Yogyakarta**. Fakultas Eknomika dan Bisnis. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Esterberg, Kristin. 2002. *Qualitative Methods in Social Research*. McGraw Hill.
- Goeldner, Charles R. dan J.R. Brent Ritchie. 2012. *Tourism. Principles, Practices, Philosophies*. Twelfth Edition. Wiley
- Ihalauw, John J.O.I. 2008. **Konstruksi Teori: Komponen dan Proses**. Grasindo.
- ..... 2014. **Pemasalahan, Asumsi-Filosofis Dasar, dan Desain Penelitian**. Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB). Universitas Kristen Satya Wacana.

- Isdarmanto. 2018. **Hotel Introduction**. Sekolah Tinggi Pariwisata. 2010.  
***The Essence of Research Methodology***. Springer.
- Kompas. 2000. **Tajuk Rencana. “Perancis Mengajarkan bahwa Berjuang itu sampai Titik Akhir”**. Tanggal 4 Juli. 2000: 4.
- Kuhn, Thomas. 1974. ***The Structure of Scientific Revolutions***. The University of Chicago Press
- Kuhnke, Elizabeth. 2016. ***Body Language. Learn How To Read Others and Communicate With Confidence***. Capstone.
- Laiskodat, Viktor Bungtilu. 2018. **Pariwisata Nusa Tenggara Timur. Potensi dan Dinamika**. Satya Wacana University Press.
- Lembaga Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial. 1973. **Melakukan Penelitian Lapangan**. LPIS. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Lin, Nan . 1976. ***Foundations of Social Research***. McGraw-Hill.
- Merton, Robert K. 1968. ***Social Theory and Social Structure***. Enlarged Edition. The Free Press.
- Morrison, Alastair M. 2002. ***Hospitality and Travel Marketing***. Third Edition. Delmar.
- Northrop, F.S.C. 1969. ***Logic of the Sciences and the Humanities***. Meridian Books.
- Phillips, Bernard S. 1971. ***Social Research. Strategy and Tactics***. MacMillan, Popper, Sir Karl. 1968. ***The Logic of Scientific Discovery***. Herber Sorchbocks.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2016. ***Research Methods for Business. A Skill-Building Approach***. Seventh Edition. Wiley.
- Sheth, Jaglish N., Gardner, David M., dan Dennis E. Garrett. 1988. ***Marketing Theory: Evolution and Evaluation***. Wiley.

Singleton, Jr., Royce, Straits, Bruce C., Straits, Margaret M., dan Ronald J. McAllister. 1988. ***Approaches to Social Research***. Oxford University Press.

Suhendroyono. 2019. **Pemosisian Perilaku Kepariwisata Berdasar pada Perilaku Konsumen, Produk, Kualitas Sumberdaya Manusia, dan Perilaku Pemasaran di Daerah Istimewa Yogyakarta**. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Kristen Satya Wacana.

Suriasumantri, Jujun S. 1981. **Ilmu dalam Perspektif**. Gramedia

..... 1984. **Filsafat Ilmu. Sebuah Pengantar Populer**. Sinar Harapan.

Swarbrooke, John. 2009. ***The Development and Management of Visitor Attractions***. Second Edition. Butterworth-Heinemann.

Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 Tentang **Kepariwisataan**.

Wallace, Walter L. 1971. ***The Logic of Science in Sociology***. Aldine.

West, Richard. dan Lynn H. Turner. 2014. ***Introducing Communication Theory. Analysis and Application***. Fifth Edition. McGraw-Hill.

Yuniati, Nining. 2019. **Membangun Kesetiaan Pelanggan Ramah Lingkungan. Kasus Wisatawan Pengguna Hotel Ramah Lingkungan di Yogyakarta**. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Kristen Satya Wacana.

Zaltman, Gerlad., LeMasters, Karen., dan Michael Heffring. 1982. ***Theory Construction in Marketing. Some Thoughts on Thinking***. Wiley.

Zetterberg, Hans L. 1966. ***On Theory and Verification in Sociology***. The Bedminster Press.

diterbitkan oleh



Alamat: Jl. Wonosari Km 7, Sampangan  
Rt 01/00, Banguntapan, Bantul Yogyakarta

ISBN:978-602-6248-78-7



9 786026 248787