

PENERAPAN ANALISIS KONTEN KUALITATIF PADA STUDI REVISIT INTENTION WISATAWAN MUSLIM KE LOMBOK DALAM KONTEKS PARIWISATA HALAL

by Dhanny Safitri

Submission date: 13-Feb-2023 12:26AM (UTC-0600)

Submission ID: 2012901231

File name: dhanny_safitri.pdf (472.83K)

Word count: 5792

Character count: 36540



PENERAPAN ANALISIS KONTEN KUALITATIF PADA STUDI REVISIT INTENTION WISATAWAN MUSLIM KE LOMBOK DALAM KONTEKS PARIWISATA HALAL

Dhanny Safitri¹, Akhmad Saufi², Dwi Putra Buana Sakti³

¹Program Studi Magister Manajemen, FEB Universitas Mataram

ds.dhannysafitri@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

akh.saufi@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram

dwiputrabs@unram.ac.id

| ARTICLE INFO | ABSTRACT |
|---|--|
| <p>Keywords: <i>qualitative content analysis, analysis method, revisit intention, halal tourism</i></p> <p>Kata kunci: <i>analisis konten kualitatif, metode analisis, niat berkunjung kembali, pariwisata halal</i></p> <p>How to cite: <i>Safitri, Dhanny., Saufi, Akhmad., Sakti, Dwi Putra Buana., (2022). Penerapan Analisis Konten Kualitatif Pada Studi Revisit Intention Wisatawan Muslim Ke Lombok Dalam Konteks Pariwisata Halal. JMM UNRAM, 11(4), 308-320</i></p> <p>DOI: 10.29303/jmm.v11i4.740</p> <p>Dikumpulkan : 21 September 2022 Direvisi : 25 Oktober 2022 Dipublikasi : 28 Oktober 2022</p> | <p><i>Content analysis is one of the data analysis methods in qualitative research which can be applied in various fields of study. This method is known for its advantages and flexibility in analyzing various text data. By using content analysis, especially the inductive approach, this article tries to explain how to conduct and apply a qualitative content analysis to research issues that is still fragmented, such as investigating the factors of Muslim tourists' revisit intention to Lombok in the context of halal tourism. The main stages described in this paper are: open coding, recontextualization, and categorization and compilation. In addition, this article also explained how to present and interpret the data that has been analyzed. It is hoped that the explanation of this article can help other researchers who want to use inductive qualitative content analysis in the field of management and/or tourism studies, or other studies where the topics researched are still limited or fragmented.</i></p> <p>Analisis konten adalah salah satu metode analisis data dalam penelitian kualitatif yang mana dapat diterapkan dalam berbagai bidang studi. Metode ini dikenal akan kelebihan dan fleksibilitasnya dalam menganalisis berbagai data teks. Dengan menggunakan analisis konten khususnya pendekatan induktif, makalah ini mencoba menjelaskan bagaimana melakukan dan menerapkan analisis konten kualitatif terhadap isu yang penelitian masih terfragmentasi seperti mengenai investigasi penyebab munculnya niat berkunjung kembali wisatawan Muslim ke Lombok dalam konteks pariwisata halal. Tahapan utama yang dijelaskan dalam makalah ini adalah: pengkodean terbuka, rekontekstualisasi, dan kategorisasi dan kompilasi. Selain itu, dijelaskan pula bagaimana menyajikan dan menafsirkan data yang telah dianalisis. Diharapkan penjelasan makalah ini dapat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan analisis</p> |

| | |
|--|---|
| | konten kualitatif induktif pada bidang studi manajemen dan/atau pariwisata, atau studi lainnya dimana topik yang diteliti masih terbatas atau terfragmentasi. |
| | Copyright © 2022. Dhanny Safitri, Akhmad Saufi, Dwi Putra Buana Sakti. All rights reserved. |

1. PENDAHULUAN

Dalam bidang studi pariwisata dan/atau manajemen seperti *revisit intention*, jenis penelitian yang cukup sering digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sebagai contohnya beberapa penelitian kuantitatif yang menganalisis satu atau lebih variabel faktor yang mempengaruhi *revisit intention* wisatawan terhadap suatu destinasi wisata, yaitu: citra destinasi (Chen & Tsai, 2007; Chou, 2013; Som et al., 2012), kualitas dan nilai yang dirasakan (Ranjbarian & Pool, 2015), resiko yang dirasakan (Viet et al., 2020), mencari kebaruan (Assaker et al., 2011; Jang & Feng, 2007), dan pengalaman wisatawan yang tidak terlupakan (Zhang et al., 2018). Kemudian terkait dengan studi *revisit intention* dalam konteks pariwisata halal, khususnya yang menjadikan Indonesia atau salah satu wilayahnya sebagai fokus penelitian juga cenderung menggunakan pendekatan kuantitatif, seperti: Apriani, Saufi dan Mulyono (2020), Fadiryana dan Chan (2019), Juliana, Putri dan Wulandari (2022), Suhartanto, Gan, Andrianto, Ismail dan Wibisono (2021), Sumaryadi, Hurriyati, Wibowo dan Gaffar (2020), Wantara dan Irawati (2021), Wibowo, Prasetyo dan Kriyantono (2019).

Sebagaimana penelitian-penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif, maka penelitian mereka hanya terbatas pada beberapa variabel atau faktor penyebab *revisit intention* tertentu saja. Hal ini menyebabkan studi mereka terfragmentasi dalam melihat tren *revisit intention*. Padahal, penting untuk mendapatkan pandangan yang holistik mengenai apa saja penyebab munculnya *revisit intention* dari sudut pandang wisatawan, yang dalam hal ini lebih utama dilakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan kualitatif khususnya kualitatif deskriptif. Kemudian, dalam penelitian kualitatif, terdapat berbagai metode analisis yang dapat diterapkan seperti etnografi, historiografi, *grounded theory*, fenomenologi, studi kasus, hermeneutika, dan konten analisis (Bengtsson, 2016; Lune & Berg, 2017). Dalam makalah ini, metode analisis yang akan digunakan adalah analisis konten.

Analisis konten adalah metode analisis yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif maupun kuantitatif (Bryman, 2012). Selain itu, analisis konten juga merupakan metode analisis yang pada dasarnya memiliki dua pendekatan yang berbeda pula, yaitu kuantitatif dan kualitatif (Bryman, 2012; Cho & Lee, 2014; Lune & Berg, 2017; Vitouladiti, 2014; Bengtsson, 2016). Secara umum, penelitian dengan metode analisis konten mengumpulkan dan menganalisis konten teks, yaitu seperti: transkripsi wawancara, *open-ended* kuesioner, observasi, buku, artikel surat kabar, iklan, pidato, dokumen resmi, film, lirik musik, situs Web, dan/atau karya seni (Cohen, Manion, & Morrison, 2007; Lune & Berg, 2017; Elo, et al., 2014; Neuman, 2014; Bengtsson, 2016). Analisis konten juga merupakan metode analisis data yang objektif karena sangat transparan, yang mana skema pengkodean dan prosedur pengambilan sampel dapat ditetapkan dengan jelas sehingga ulangan dan studi lanjutan dapat dilakukan.

Selanjutnya, metode ini dikenal sebagai *unobtrusive method* karena fleksibilitasnya, peneliti dapat terlibat dalam pengumpulan data dengan atau tanpa kontak langsung dengan orang yang diteliti. (Bryman, 2012; Cho & Lee, 2014; Lune & Berg, 2017; Vitouladiti, 2014). Fleksibilitas metode ini juga mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian secara induktif maupun deduktif (Elo et al., 2014), atau gabungan dari keduanya (Cho & Lee, 2014;

Forman & Damschroder, 2015; Lune & Berg, 2017). Yang membedakan pendekatan induktif dan deduktif adalah dari bagaimana kode awal terbentuk. Berdasarkan Lune dan Berg (2017) dan berbagai studi di dalam Cho dan Lee (2014), dalam pendekatan induktif, kode dan kategori maupun tema ditarik secara langsung dari data, berbeda dari pendekatan deduktif yang menjadikan kode atau kategori hasil dari teori atau penelitian sebelumnya sebagai titik awal proses analisis data.

Namun, dibalik berbagai kelebihan ini, metode analisis konten bisa sangat memakan waktu dan membutuhkan pengetahuan yang cukup terkait isu atau topik yang di analisis (Bryman, 2012). Sebagaimana dijelaskan oleh Cicourel (1964) dan Garfinkel (1967) dalam Bryman (2012) bahwa tidak mungkin merancang manual pengkodean yang tidak memerlukan interpretasi dari peneliti sebagai pembuat kode, maka peneliti harus memanfaatkan pengetahuan mereka agar dapat melakukan mengkodekan materi yang mereka angkat. Dengan demikian, para peneliti perlu menyadari bahwa metode analisis ini memerlukan waktu dan pengetahuan yang cukup terkait topik yang mereka analisis.

Berbagai buku penelitian seperti Bryman (2012) dan Cohen, Manion, & Morrison (2007), serta penelitian ilmiah telah menawarkan penjelasan terkait konten analisis secara lebih dalam. Sebagai contoh, pada tahun 1988 David R. Wheeler mencoba menjelaskan apa itu analisis konten, metodologinya, dan bagaimana sejarah penggunaan metode analisis konten selama ini dan di dalam studi pemasaran. Kemudian, Cho dan Lee (2014) mencoba menjelaskan perbedaan antara analisis konten dengan *grounded theory*; Forman & Damschroder (2015) mencoba menjelaskan perbedaan konten analisis kuantitatif dan kualitatif; dan Camprubi dan Coromina (2016) dan Vitouladiti (2014) menjelaskan analisis konten dalam konteks pariwisata. Camprubi dan Coromina (2016) menunjukkan bagaimana analisis konten diterapkan dengan menggunakan 164 artikel ilmiah pariwisata yang menggunakan analisis konten guna mendeteksi isu-isu kritis terkait penerapannya tersebut agar dapat dijadikan pedoman aplikasi metode ini dimasa depan. Sedangkan Vitouladiti (2014) lebih menjelaskan secara singkat latar belakang teoritis dan kelebihan dan kekurangan analisis konten, dan bagaimana menggunakan analisis konten kuantitatif sebagai instrumen penelitian untuk mempelajari tujuan wisata pulau Corfu.

Berdasarkan beberapa contoh tersebut, sudah cukup banyak studi yang menjelaskan analisis konten secara teoritis maupun mencoba mengaplikasikannya baik itu di bidang pariwisata maupun bidang lainnya. Namun, makalah ini melihat walaupun banyak sekali kelebihan yang ditawarkan oleh metode analisis konten analisis, namun perlu contoh yang lebih aplikatif daripada teoritis terkait bagaimana penggunaan analisis konten khususnya terkait isu yang penelitiannya masih terfragmentasi seperti *revisit intention*. Oleh sebab itu penelitian ini mencoba menjelaskan bagaimana tahap-tahap penerapan analisis konten kualitatif pada studi *revisit intention* wisatawan Muslim dalam konteks pariwisata halal di Lombok. Diharapkan pembaca maupun peneliti yang tertarik menggunakan metode ini mendapatkan kejelasan yang lebih detail sehingga dapat membantu penelitian mereka di masa depan.

2. KAJIAN PUSTAKA

Dalam Bryman (2012), analisis konten diartikan sebagai sebuah pendekatan analisis dokumen dan teks yang berusaha untuk mengukur isi atau konten dalam hal kategori yang telah ditentukan dengan cara yang sistematis dan dapat di replikasi. Bryman (2012) menambahkan bahwa pengertian ini berlaku untuk analisis konten kuantitatif. Sedangkan, analisis konten kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian untuk interpretasi subjektif dari isi data teks melalui proses klasifikasi sistematis pengkodean dan mengidentifikasi tema

atau pola (Hsieh & Shannon, 2005). Namun, terdapat ketidakpastian definisi analisis konten kualitatif karena terdapat perbedaan tentang bagaimana data dianalisis setelah dimasukkan ke dalam kategori. Beberapa penulis menganggap dalam analisis konten kualitatif memerlukan penghitungan kata atau kategori untuk mendeteksi pola yang kemudian dipahami artinya, sedangkan sebagian penulis lainnya mengartikan analisis konten kualitatif secara lebih luas yang melihat metode analisis konten kualitatif harus dianalisis hanya secara kualitatif dan tanpa menggunakan teknik penghitungan atau statistik (Forman & Damschroder, 2015).

Metode analisis konten yang pertama kali muncul dan digunakan adalah analisis konten kuantitatif (Cho & Lee, 2014), yang mana banyak digunakan dalam penelitian media. Sedangkan metode konten analisis kualitatif banyak digunakan di dalam penelitian sosial. Walaupun demikian, tidak ada ketentuan khusus dalam penggunaan konten analisis terkait ilmu tertentu, sehingga penggunaan metode ini bersifat universal (Bengtsson, 2016). Dalam ilmu sosial seperti studi manajemen, konten analisis sering digunakan dalam penelitian terkait persepsi (individu dan/atau kolektif) seperti niat, nilai, sikap, dan kognisi (Vitouladiti, 2014). Kemudian, dalam beberapa tahun terakhir, konten analisis juga semakin banyak digunakan pada studi di bidang pariwisata (Camprubi & Coromina, 2016).

Analisis konten berakar kuat dalam penelitian kuantitatif (Bryman, 2012), berpusat pada penghitungan jumlah kata (Mayring, 2000). Analisis konten kuantitatif mencoba untuk menampilkan frekuensi data yang disajikan dalam bentuk angka aktual atau persentase dari setiap kategori. Pendekatan kuantitatif ini dinilai terlalu menyederhanakan data teks yang dianalisis dan tidak memberikan gambaran menyeluruh terkait makna dan kode kontekstual karena membuat data teks menjadi unit terukur di dalam proses analisisnya. Sehingga kemudian lahir pendekatan kualitatif (Bengtsson, 2016; Cho & Lee, 2014; George (1959) & Shoemaker dan Reese (1996) dalam Vitouladiti (2014)). Konten analisis kualitatif menawarkan aspek interpretasi dari data teks yang dianalisis ketika menentukan kategorisasi data, dengan menyesuaikan interpretasi tersebut dari pertanyaan penelitian (Bengtsson, 2016; Mayring, 2000). Secara singkat, analisis konten kualitatif mempertahankan keunggulan pendekatan kuantitatif namun dengan interpretasi data teks yang lebih kualitatif (Mayring, 2000). Saat ini, konten analisis kualitatif (*qualitative content analysis*, selanjutnya akan disebut sebagai QCA) dianggap sebagai salah satu metode analisis utama dari data kualitatif (Bryman, 2012; Cohen, Manion, & Morrison, 2007).

3. METODE PENELITIAN

Makalah ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk menjelaskan bagaimana tahapan metode analisis data QCA untuk diaplikasikan dalam contoh studi *revisit intention* dalam konteks pariwisata halal. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan karena memberikan gambaran yang lebih akurat dan detail tentang topik/ isu yang diangkat (Neuman, 2014). Secara lebih spesifik, peneliti akan menjelaskan terkait bagaimana penggunaan metode QCA dengan pendekatan induktif karena topik terkait *revisit intention* wisatawan Muslim ke destinasi wisata halal seperti Lombok masih sangat terbatas dan terfragmentasi sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya. Berdasarkan Elo dan Kyngäs (2008) dalam Cho dan Lee (2014), konten analisis induktif tepat digunakan apabila pengetahuan sebelumnya terkait fenomena yang diteliti terbatas atau terfragmentasi. Selain itu, pendekatan induktif juga digunakan guna mendapatkan sudut pandang atau persepsi dari seorang individu dengan cara yang paling jujur (Lune dan Berge, 2014).



Figur 1. Tahapan operasionalisasi QCA (diadaptasi dari sintesis literatur)

Tahapan menggunakan metode analisis data QCA induktif dibagi menjadi 3, yaitu pengkodean terbuka, rekontekstualisasi, dan kategorisasi dan kompilasi sebagaimana Figur 1. Namun, sebelum masuk ke dalam ketiga tahapan tersebut, terdapat tahapan persiapan dimana peneliti harus menentukan sampel penelitian dan jenis data teks yang nantinya akan dianalisis. Selanjutnya, hasil dari analisis data QCA perlu untuk diinterpretasikan dan ditriangulasi agar mendapatkan gambaran yang lebih jelas terkait hasil penelitian yang dilakukan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan Penerapan *Qualitative Content Analysis (QCA) Induktif*

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, terdapat berbagai pilihan data teks yang dapat digunakan dalam metode analisis data QCA. Dalam makalah ini, peneliti akan menggunakan contoh data teks berupa transkrip wawancara dan kuesioner kualitatif, yang mana keduanya dalam bentuk *semi-structured* dengan menggunakan banyak *open-ended question*. Hal ini karena *open-ended question* mengizinkan informan untuk menjawab pertanyaan dengan istilah mereka sendiri tanpa adanya batasan sehingga akan mendapatkan jawaban yang paling jujur dari para informan (Cohen et al., 2007). Peneliti menerapkan hal ini karena menyesuaikan dengan contoh studi yang diangkat, yaitu *revisit intention* wisatawan Muslim, yaitu berfokus pada persepsi dari masing-masing wisatawan. Sehingga, pada dasarnya peneliti yang tertarik menggunakan QCA khususnya QCA induktif dapat menggunakan data teks lainnya untuk dianalisis, disesuaikan dengan kebutuhan dan konteks penelitian masing-masing.

Dalam mengumpulkan data teks yang digunakan dalam makalah ini, peneliti menggunakan *purposive sampling*, yaitu dengan kriteria informan adalah wisatawan domestik Muslim yang pernah berlibur di Lombok pada 2016-2022. Pada analisis QCA, jumlah sampelnya berdasarkan saturasi data (Elo et al., 2014); kemudian, dalam makalah ini saturasi data tercapai setelah 12 informan. Pengumpulan data wawancara dilakukan terhadap 7 informan, berkisar antara 10-40 menit melalui platform Google Meet dan WhatsApp. Semua wawancara direkam dan kemudian di transkripsikan agar menjadi data teks. Kemudian, 5 kuesioner kualitatif yang dikumpulkan dengan Google Form juga digunakan dalam makalah ini.

Operasionalisasi QCA Induktif

Berikut adalah operasionalisasi dari masing-masing tahapan QCA induktif yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Pengkodean terbuka (*open coding*)

Hal pertama yang harus dilakukan adalah membiasakan dan membaca data yang telah dikumpulkan (Bengtsson, 2016). Setiap data teks dibaca kata demi kata dan baris demi baris sebelum dipecah menjadi unit makna yang lebih kecil sebagaimana arahan dalam Bengtsson (2016) dan Cho dan Lee (2014). Selanjutnya baru masuk ke tahapan pengkodean terbuka (*open coding*). Berdasarkan Lune dan Berge (2014), proses ini bertujuan untuk menafsirkan atau menemukan makna dari teks secara sistematis. Setelah

unit makna berhasil diidentifikasi, maka kemudian dikondensasi atau diringkas kemudian diberikan label kode. Bengtsson (2016) menjelaskan bahwa dalam pemberian kode kepada unit makna ini, peneliti harus menyesuaikannya dengan konteks pertanyaan penelitian.

Kemudian, sesuai saran dari Elo et al. (2014), proses pengkodean terbuka ini dapat dimulai setelah beberapa data terkumpul, maka peneliti melakukan pengkodean awal terhadap 4 transkrip wawancara. Penentuan unit makna dan pemberian label kode ini dilakukan dengan menandai kata atau kalimat yang sesuai dengan konteks penelitian agar dapat dibandingkan dari satuan makna lainnya yang terdapat dalam transkrip aslinya.

Tabel 1. Potongan transkripsi wawancara Informan 1

| | |
|----------|---|
| Informan | Seminggu ada sih Han |
| Peneliti | Lumayan juga tuh muter-muter Lombok ya. |
| Informan | Ya sudah lumayan khatam |
| Peneliti | Kira-kira kak Qiqi ada niatan gak buat kapan gitu main ke Lombok lagi? |
| Informan | <i>I don't know</i> , ingin sih sebenarnya main ke Lombok lagi. Kemarin kan lebih banyak <i>explore</i> pantainya, terus salah satu yang menarik di Lombok itu juga kan pendakian Gunung Rinjani itu ya, dan aku belum sempat tuh pendakian Gunung Rinjani. Kemarin juga pas menyeberang ke tiga 3 gili itu cepat banget kan waktunya. Mungkin harus kaya di <i>spare</i> gitu. Kemarin kaya pas baru sampai, terus seharian <i>explore</i> , besoknya sudah berangkat ke Bali. Jadi ke Rinjani dan Gili Terawangan, eh 3 gili itu menarik untuk di <i>explore</i> menurutku. |

Sebagaimana terlihat pada Tabel 1, peneliti menandai unit makna yang kiranya menjawab pertanyaan penelitian. Kemudian, peneliti memasukkan unit makna tersebut ke dalam tabel seperti terlihat pada Tabel 2 untuk kemudian di kondensasi dan diberikan kode. Dari pengkodean terbuka terhadap 4 transkrip wawancara, telah ditemukan beberapa kode awal. Namun, karena peneliti menganggap data yang dihasilkan belum jenuh maka dilakukan lagi 3 wawancara yang kemudian ditranskripsikan dan dianalisis kembali.

Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara dari yang pertama hingga yang terakhir kurang lebih sama, berfokus pada pertanyaan penelitian yang ingin dijawab yaitu mengetahui faktor-faktor penyebab *revisit intention* wisawatan. Beberapa inti pertanyaan yang diajukan dalam proses wawancara adalah seperti: “apakah Anda tertarik untuk mengunjungi Lombok kembali di masa depan?”, “apa yang menyebabkan Anda ingin berlibur kembali ke Lombok?”, “selain faktor X sebagaimana yang telah Anda ceritakan, kira-kira apa lagi yang membuat Anda ingin datang ke Lombok lagi?”.

Tabel 2. Pengkodean unit makna dalam proses QCA

| Unit Makna | Unit Makna Terkondensasi | Kode | Kategori | Tema |
|--|--|----------------------------|----------|------|
| Kemarin kan lebih banyak <i>explore</i> pantainya, terus salah satu yang menarik di Lombok itu juga kan pendakian Gunung Rinjani itu ya, dan aku belum sempat tuh pendakian Gunung Rinjani | Ingin mendaki Gunung Rinjani yang belum sempat didatangi | Mencoba aktivitas baru | | |
| Kemarin juga pas menyeberang ke tiga 3 gili itu cepat banget kan waktunya. Mungkin harus kaya di <i>spare</i> gitu. Kemarin kaya pas baru sampai, terus seharian | Ingin mendatangi 3 Gili kembali dengan waktu yang lebih lama | Eksplorasi dan wisata alam | | |

| | | | | |
|---|---|----------------------------|--|--|
| <i>explore</i> , besoknya sudah berangkat ke Bali | | | | |
| Jadi ke Rinjani dan Gili Terawangan, eh 3 gili itu menarik untuk di <i>explore</i> menurutku. | Meng- <i>explore</i> Rinjani dan 3 Gili | Eksplorasi dan wisata alam | | |

Semakin banyak data teks yang di analisis, peneliti menemukan bahwa proses pengkodean terbuka dapat dilakukan dalam waktu yang semakin singkat karena banyak jawaban informan yang serupa sehingga lebih mudah untuk mengidentifikasi unit makna dan memberikan label kode. Kemudian, untuk memastikan saturasi data, peneliti melakukan analisis QCA kembali terhadap data kuesioner kualitatif. Namun, peneliti tidak melakukan tahapan kondensasi unit makna karena jawaban informan sudah cukup singkat, jadi langsung memberikan kode saja terhadap unit makna yang ditetapkan. Akhirnya setelah melakukan pengkodean terbuka terhadap 5 kuesioner, peneliti menemukan kejenuhan data. Peneliti mendapatkan kesimpulan tersebut setelah mengecek kuesioner-kuesioner lainnya, yang mana peneliti tidak menemukan jawaban dan/atau kode baru.

2. Rekontekstualisasi

Dalam metode QCA induktif, kode-kode yang telah ditemukan dalam pengkodean terbuka dapat direvisi atau berubah seiring kemajuan penelitian karena lebih banyak data yang dikumpulkan (Bengtsson, 2016). Oleh sebab itu terdapat beberapa kali perubahan pemberian label kode terhadap unit makna dari ke 12 data yang digunakan. Kemudian, sebagai mana saran dari Burnard (1991) dalam Bengtsson (2016) bahwa setelah menentukan unit makna dan label, selanjutnya peneliti memeriksa kembali apakah semua data yang berkaitan dengan fokus penelitian sudah tercakup semua atau belum. Maka, dalam hal ini peneliti membaca ulang semua data yang digunakan. Teks yang tidak ditandai pada proses pengkodean terbuka dipertimbangkan kembali apakah memberikan jawaban atas fokus penelitian atau tidak.

3. Kategorisasi dan Kompilasi

Dalam tahapan kategorisasi, kode-kode yang telah kemudian dikelompokkan kedalam beberapa kategori untuk diorganisasi kembali, direvisi, dan disempurnakan menjadi unit grup yang lebih luas dan tinggi, yaitu tema (Bengtsson, 2016; Cho & Lee, 2014; Lune & Berg, 2017). Secara singkat, unit makna yang digunakan dalam penelitian dan telah melalui proses pengkodean terbuka dan rekontekstualisasi kemudian dikelompokkan dalam kategori dan tema sebagaimana Tabel 3 demi memastikan transparansi dan kualitas analisa (Bengtsson, 2016).

Tabel 3. Analisis unit makna menjadi tema dalam proses QCA

| Unit Makna | Unit Makna Terkonsdensasi | Kode | Kategori | Tema |
|--|--|------------------------|------------------|--------------------|
| Kemarin kan lebih banyak <i>explore</i> pantainya, terus salah satu yang menarik di Lombok itu juga kan pendakian Gunung Rinjani itu ya, dan aku belum sempat tuh pendakian Gunung Rinjani | Ingin mendaki Gunung Rinjani yang belum sempat didatangi | Mencoba aktivitas baru | Mencari kebaruan | <i>Push factor</i> |

| | | | | |
|--|--|----------------------------|-----------------------------------|--------------------|
| Kemarin juga pas menyeberang ke tiga 3 gili itu cepat banget kan waktunya. Mungkin harus kaya di <i>spare</i> gitu. Kemarin kaya pas baru sampai, terus seharian <i>explore</i> , besoknya sudah berangkat ke Bali | Ingin mendatangi 3 Gili kembali dengan waktu yang lebih lama | Eksplorasi dan wisata alam | Daya tarik wisata alam dan budaya | <i>Pull factor</i> |
| Jadi ke Rinjani dan Gili Terawangan, eh 3 gili itu menarik untuk di <i>explore</i> menurutku. | Meng- <i>explore</i> Rinjani dan 3 Gili | Eksplorasi dan wisata alam | Daya tarik wisata alam dan budaya | <i>Pull factor</i> |

Penentuan kategori dan tema tidak bisa dilakukan secara sembarangan karena harus disesuaikan dengan pertanyaan penelitian dan penelitian terdahulu. Hal ini sesuai dengan yang telah disebutkan sebelumnya bahwa proses analisis data teks QCA membutuhkan pengetahuan yang cukup terkait topik penelitian (Bryman, 2012). Setelah analisis selesai dan sekiranya tidak ada revisi lagi terhadap komponen-komponen analisis, selanjutnya dilakukan perhitungan kuantitatif terhadap jumlah kode, kategori, dan tema. Perhitungan ini dilakukan guna keperluan statistik deskriptif (Lune & Berg, 2017). Kemudian, berdasarkan arahan Bengtsson (2016), hasil temuan dari QCA disajikan dalam bentuk figur agar mempermudah pembaca dalam mendapatkan gambaran singkat hasil penelitian.

Hasil Operasionalisasi QCA dan Tantangan yang Dihadapi

Setelah operasionalisasi QCA melalui tahapan-tahapan di atas, ditemukan 2 tema dan 12 kategori yang direduksi dari 39 kode dengan total frekuensi kemunculan kode sebanyak 149 kali. Selanjutnya, hasil QCA ini diinterpretasi dan disimpulkan guna mendapatkan pemahaman atau penjelasan yang koheren (Forman & Damschroder, 2015). Contoh dari penafsiran dan kesimpulan hasil QCA tersebut adalah bahwa dari 2 tema yang diidentifikasi, diketahui bahwa *revisit intention* wisatawan Muslim ke Lombok disebabkan oleh faktor pendorong dan faktor penarik, yang mana setiap faktor ini memiliki sub-faktor (kategori) tersendiri. Kemudian, dari Tabel 4 juga dapat dilihat frekuensi dari masing-masing kategori. Semakin sering kode itu muncul dalam proses analisis, maka semakin signifikan kategori atau faktor tersebut dalam memicu *revisit intention* wisatawan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa faktor penarik, secara lebih spesifik *Islamic attribute of destinations (IAD)* adalah alasan utama *revisit intention* wisatawan Muslim ke Lombok. Sedangkan, penyebab *revisit intention* yang paling tidak signifikan adalah faktor pendorong, khususnya relaksasi.

Tabel 4. Tema dan kategori hasil operasionalisasi QCA induktif

| TEMA | KATEGORI | FREKUENSI |
|--|--|------------|
| Faktor penarik (<i>pull factors</i>) | <i>Islamic atribut of destinations (IAD)</i> | 37 |
| | Daya tarik alam dan budaya | 24 |
| | Daya tarik produk dan jasa pariwisata | 23 |
| | Lingkungan dan keamanan | 20 |
| | <i>Cognitive perceived value</i> | 11 |
| | Bisnis dan pekerjaan | 2 |
| Total | | 117 |

| | | |
|---|--|-----------|
| Faktor pendorong (<i>push factors</i>) | Mencari kebaruan (<i>novelty seeking</i>) | 14 |
| | Kebersamaan keluarga | 5 |
| | Pencapaian | 4 |
| | Relaksasi | 2 |
| | Keterikatan emosional dan kondisi yang menunjang | 3 |
| | Kepuasan | 4 |
| Total | | 32 |

Kemudian hasil data QCA ini ditriangulasi untuk mengurangi bias dan kemungkinan salah tafsir data sehingga hal ini dapat meningkatkan kredibilitas temuan penelitian (Cho & Lee, 2014). Sebagai contoh, terkait dengan IAD, hasil penelitian ini mengkonfirmasi penelitian Battour et al. (2011), Battour et al. (2013), dan Yuliviona et al. (2019) yang menyatakan IAD secara signifikan berpengaruh terhadap *revisit intention* dalam konteks pariwisata halal. Hal ini sekaligus mengkonfirmasi bahwa wisatawan Muslim memang memiliki ketentuan atau kebutuhan khusus ketika mereka bepergian atau berwisata, yang mana pemenuhan atas kebutuhan ini akan berkontribusi pada loyalitas dan kepercayaan para wisatawan, sekaligus menjadi kunci keberhasilan bisnis pariwisata halal (Al-Ansi & Han, 2019; Jia & Chaozhi, 2020). Proses triangulasi data ini selanjutnya diterapkan terhadap kategori lain dan/atau tema yang muncul dari hasil QCA.

Terdapat beberapa tantangan dalam proses QCA, khususnya terkait kebutuhan waktu yang cukup lama dan perhatian terhadap detail yang lebih besar. Karena terfragmentasinya penelitian terdahulu terkait *revisit intention* khususnya dalam konteks pariwisata halal, maka cukup sulit dalam menentukan kode awal terutama ketika kode yang muncul sangat banyak. Hal ini karena digunakan pendekatan induktif, dimana penarikan kode dan kategori langsung dari data, bukan hanya sekedar menguji kode atau kategori dari teori penelitian sebelumnya sebagaimana dilakukan dalam QCA deduktif (Cho & Lee, 2014, Lune & Berg, 2017). Untuk mengatasi permasalahan ini diperlukan pembacaan berulang pada teks yang akan dianalisis dan juga pembacaan mendalam pada studi terdahulu guna memahami teori-teori dan mencari referensi terkait faktor-faktor *revisit intention*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam makalah ini, peneliti mencoba menjelaskan tahapan penggunaan analisis analisis konten kualitatif (QCA) induktif untuk diaplikasikan kepada topik penelitian yang masih terbatas/terfragmentasi, yaitu terkait *revisit intention* wisatawan Muslim dalam konteks pariwisata halal. Proses analisis QCA induktif dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu pengkodean terbuka, rekontekstualisasi, dan kategorisasi dan kompilasi. Secara singkat, kode-kode awal yang telah diidentifikasi pada proses pengkodean terbuka di rekontekstualisasi dan dikelompokkan ke dalam tingkatan yang lebih tinggi, yaitu kategori dan tema. Namun, sebelum masuk kepada ketiga tahapan tersebut, setiap peneliti yang ingin menggunakan QCA induktif perlu untuk melakukan persiapan seperti penentuan sampel dan jenis data teks yang akan dianalisis.

Selanjutnya, hasil analisis QCA yang telah dilakukan kemudian dikompilasi, disajikan, ditafsirkan, dan ditriangulasi untuk menghasilkan analisis data yang transparan, koheren, dan berkredibilitas. Catatan penting dalam penggunaan metode QCA ini adalah bahwa dalam menentukan kode awal hingga tema, diperlukan pemahaman dan pembacaan yang cukup terkait topik yang diangkat, agar proses analisis dapat berjalan dengan baik. Sebagaimana makalah ini mencoba memberikan contoh aplikatif terkait metode QCA

induktif, diharapkan penelitian yang akan datang dapat menerapkan metode ini dalam studi lainnya yang masih terbatas/terfragmentasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ansi, A., & Han, H. (2019). Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination image and loyalty. *Journal of Destination Marketing & Management* 13, 51-60. doi:10.1016/j.jdmm.2019.05.007
- Alegre, J., & Juaneda, C. (2006). Destination loyalty: consumers' economic behavior. *Annals of Tourism Research* 33(3), 684-706. doi:10.1016/j.annals.2006.03.014
- Assaker, G., Vinzi, V. E., & O'Connor, P. (2011). Examining the effect of novelty seeking, satisfaction, and destination image on tourists' return pattern: A two factor, non-linear latent growth model. *Tourism Management* 32(4), 890-901. doi:10.1016/j.tourman.2010.08.004
- Baker, D., & Crompton, J. (2000). Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research* 27(3), 785-804. doi:10.1016/S0160-7383(99)00108-5
- Battour, M. M., Ismail, M. N., & Battor, M. (2010). Towards a halal tourism market. *Tourism Analysis* 15(4), 461-470. doi:10.3727/108354210X12864727453304
- Battour, M., Battor, M., & Bhatti, M. A. (2013). Islamic Attributes of Destination: Construct Development and Measurement Validation, and Their Impact on Tourist Satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 556-564. doi:10.1002/jtr.1947
- Battour, M., Ismail, N., & Battor, M. (2011). The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist's Choice. *International Journal of Tourism Research*, 527-540. doi:doi.org/10.1002/jtr.824
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus Open* 2, 8-14. doi:10.1016/j.npls.2016.01.001
- Bogan, E., & Sariisik, M. (2019). Halal tourism: conceptual and practical challenges. *Journal of Islamic Marketing* 10(1), 87-96. doi:10.1108/JIMA-06-2017-0066
- BPS NTB. (2017, November 15). *Persentase Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Agama yang Dianut di Provinsi Nusa Tenggara Barat 2016*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat: <https://ntb.bps.go.id/statictable/2017/11/15/189/persentase-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-yang-dianut-di-provinsi-nusa-tenggara-barat-2016.html>
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods 4th Edition*. New York: Oxford University Press Inc.
- Camprubí, R., & Coromina, L. (2016). Content analysis in tourism research. *Tourism Management Perspectives* 18, 134-140. doi:10.1016/j.tmp.2016.03.002
- Chanin, O., Sriprasert, P., Rahman, H. A., & Don, M. S. (2015). Guidelines on Halal Tourism Management in the Andaman Sea Coast of Thailand. *Journal of Economics, Business and Management* 3(8), 791-794.
- Cho, J. Y., & Lee, E.-H. (2014). Reducing Confusion about Grounded Theory and Qualitative Content Analysis: Similarities and Differences. *The Qualitative Report*, 19(32), 1-20. doi:10.46743/2160-3715/2014.1028
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education 6th Ed*. New York: Routledge.
- Cole, S. T., & Scott, D. (2004). Examining the Mediating Role of Experience Quality in a Model of Tourist Experiences. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 16 (1), 79-90. doi:10.1300/J073v16n01_08

- Desilver, D., & Masci, D. (2017, January 31). *Pew Reserach Center*. Diambil kembali dari World's Muslim population more widespread than you might think: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/01/31/worlds-muslim-population-more-widespread-than-you-might-think/>
- Diamant, J. (2019, April 1). *Pew Research Center*. Diambil kembali dari The countries with the 10 largest Christian populations and the 10 largest Muslim populations: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/04/01/the-countries-with-the-10-largest-christian-populations-and-the-10-largest-muslim-populations/>
- Duman, T. (2012). The Value of Islamic Tourism : Perspectives from the Turkish Experience. *Islam and Civilisational Renewal*, 718-739.
- El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really Halal? *Tourism Management Perspectives Vol. 19*, 124-130. doi:10.1016/j.tmp.2015.12.013
- Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K., & Kyngäs, H. (2014). Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness. *Sage Open* 4(1), 1-10. doi:10.1177/2158244014522633
- Forman, J., & Damschroder, L. (2015). Qualitative Content Analysis. *Empirical Methods for Bioethics: A Primer.*, 39-62. doi:10.1016/S1479-3709(07)11003-7
- GMTI. (2019). *Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2019*. Global Muslim Travel Index (GMTI). doi:https://www.crescentrating.com/download/thankyou.html?file=hJGfOCBy_20190406_MC-CR_GMTI_2019_Interactive.pdf
- Han, H., & Ryu, K. (2007). Moderating role of personal characteristics in forming restaurant. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 15(4), 25-54. doi:10.1300/J150v15n04_03
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288. doi:10.1177/1049732305276687
- Hui, T. K., Wan, D., & Ho, A. (2007). Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore. *Tourism Management* 28(4), 965-975. doi:10.1016/j.tourman.2006.08.008
- Jia, X., & Chaozhi, Z. (2020). "Halal tourism": is it the same trend in non-Islamic destinations with Islamic destinations? *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 25(2), 189-204. doi:10.1080/10941665.2019.1687535
- Junarta, H., Nuryakin, & Fatmawati, I. (2021). The Influence of Heritage Image, Destination Image, and Experiential Quality on Behavioural Intentions of Foreign Tourists. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 12(1), 29-40. doi:10.15294/jdm.v10i1.17359
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2021, Agustus 14). *Potensi Pengembangan Wisata Halal di Indonesia*. Diambil kembali dari Kemenparekraf/Baparekraf RI: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Potensi-Pengembangan-Wisata-Halal-di-Indonesia->
- Kessler, K. (2015). Conceptualizing mosque tourism: A central feature of Islamic and religious tourism. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage* 3(2), 11-32. doi:10.21427/D7RB0G
- Khasawneh, M. S., & Alfandi, A. M. (2019). Determining behaviour intentions from the overall destination image and risk perception. *Tourism and Hospitality Management* 25(2), 355-375. doi:10.20867/thm.25.2.6
- Khoiriati, S. D., Suharko, Krisnajaya, I. m., & Dinarto, D. (2018). Debating Halal Tourism Between Values and Branding: A Case Study of Lombok, Indonesia. *The 1st International Conference on South East Asia Studies (ICSEAS)*. Badan Penerbit dan Publikasi Universitas Gadjah Mada. doi:10.18502/kss.v3i5.2352
- Kim, S.-H., Holland, S., & Han, H.-S. (2013). A structural model for examining how destination image, perceived value, and service quality affect destination loyalty: a

- case study of Orlando. *International Journal of Tourism Research* 15(4), 313-328. doi:10.1002/jtr.1877
- Koran Sindo. (2015, April 27). 13 Provinsi Siap Jadi Tujuan Wisata Syariah. Diambil kembali dari SINDONEWS.com: <https://nasional.sindonews.com/berita/994208/162/13-provinsi-siap-jadi-tujuan-wisata-syariah>
- Kozak, M., & Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination. *Journal of Travel Research* Vol. 38, 260-269. doi:10.1177/004728750003800308
- Li, F., Wen, J., & Ying, T. (2017). The influence of crisis on tourists' perceived destination image and revisit intention: An exploratory study of Chinese tourists to North Korea. *Journal of Destination Marketing & Management* 9(3). doi:10.1016/j.jdmm.2017.11.006
- Lune, H., & Berg, B. L. (2017). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences 9th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung* 1(2). doi:https://www.researchgate.net/publication/215666096_Qualitative_Content_Analysis
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches 7th Ed*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Nugroho, M., & Suteja, I. (2018). Eksplorasi Potensi Pulau Lombok sebagai Destinasi Wisata Halal di Nusa Tenggara Barat. *Media Bina Ilmiah* 13(7), 1337-1342.
- Quintal, V., & Polczynski, A. (2010). Factors influencing tourists' revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 22(4), 554 - 578. doi:10.1108/13555851011090565
- Rahmawati, R., Oktora, K., Ratnasari, S. L., Ramadania, R., & Darma, D. C. (2021). Is it true that lombok deserves to be a halal tourist destination in the world? a perception of domestic tourists. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 34(1), 94-101. doi:10.30892/gtg.34113-62
- Ramadhani, S. A., & Mochklas, M. (2019). Effect of Destination Image and Subjective Norm on the Intention to Visit Lombok Island Indonesia as the Best World Halal Tourism Destination. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business* 2 (2), 161-169.
- Rhama, B. (2021). The halal tourism - alternative or mass tourism? Indications of traditional mass tourism on crescent rating guidelines on halal tourism. *Journal of Islamic Marketing*. doi:10.1108/JIMA-07-2020-0199
- Sulhaini, Saufi, A., & Rusdan. (2015). Developing Halal Tourist Destination: Investigating Lombok's Potentials from Destination Marketing Perspective. Dalam A. Saufi, I. Andilolo, N. Othman, & A. Lew (Penyunt.), *Balancing Development and Sustainability in Tourism Destinations: Proceedings of the Tourism Outlook Conference 2015* (hal. 67-78). Singapore: Springer. doi:10.1007/978-981-10-1718-6_8
- Um, S., Chon, K., & Ro, Y. (2006). Antecedents of Revisit Intention. *Annals of Tourism Research* 33(4), 1141-1158.
- Vargas-Sánchez, A., & Moral-Moral, M. (2019). Halal tourism: state of the art. *Tourism Review* 74(3), 385-399. doi:10.1108/TR-01-2018-0015
- Vargas-Sánchez, V.-S., & Moral-Moral, M. (2020). Halal tourism: literature review and experts' view. *Journal of Islamic Marketing* 11(3), 549-569. doi:10.1108/JIMA-04-2017-0039

- Vitouladiti, O. (2014). Content Analysis as a Research Tool for Marketing, Management and Development Strategies in Tourism. *Procedia Economics and Finance* 9, 278-287. doi:10.1016/S2212-5671(14)00029-X
- Wahyudi, E. (2019, November 16). *Ini 5 Destinasi Prioritas Wisata Halal, Bukan Toba dan Bali*. Diambil kembali dari Tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/1272879/ini-5-destinasi-prioritas-wisata-halal-bukan-toba-dan-bali>
- Wang, D. (2004). Tourist behaviour and repeat visitation to Hong Kong. *Tourism Geographies* 6(1), 99-118. doi:10.1080/14616680320001722355
- Wheeler, D. R. (1988). CONTENT ANALYSIS: AN ANALYTICAL TECHNIQUE FOR INTERNATIONAL MARKETING. *International Marketing Review*, 5(4), 34-40. doi:10.1108/eb008363
- Yuliviona, R., Alias, Z., Abdullah, M., & Azliyanti, E. (2019). THE RELATIONSHIP OF HALAL TOURISM, ISLAMIC ATTRIBUTES, EXPERIENTIAL VALUE, SATISFACTION AND MUSLIM REVISIT INTENTION IN FRAMEWORK: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews* 6(1), 50-57. doi:10.18510/ijthr.2019.614
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing & Management* 8, 326-336. doi:10.1016/j.jdmm.2017.06.004

PENERAPAN ANALISIS KONTEN KUALITATIF PADA STUDI REVISIT INTENTION WISATAWAN MUSLIM KE LOMBOK DALAM KONTEKS PARIWISATA HALAL

ORIGINALITY REPORT

| | | | |
|------------------|------------------|--------------|----------------|
| 1 % | 0 % | 1 % | 0 % |
| SIMILARITY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATIONS | STUDENT PAPERS |

PRIMARY SOURCES

| | | |
|----------|---|------------|
| 1 | Yati Utami Purwaningsih. "Efektifitas Pembelajaran Biologi dengan Pendekatan Saintifik Menggunakan Media Wheel Concerned", JURNAL BIOEDUKATIKA, 2014 | 1 % |
| | Publication | |

Exclude quotes On Exclude matches < 25 words
Exclude bibliography On

PENERAPAN ANALISIS KONTEN KUALITATIF PADA STUDI REVISIT INTENTION WISATAWAN MUSLIM KE LOMBOK DALAM KONTEKS PARIWISATA HALAL

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13
