

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Hotel Golden Flower Bandung merupakan salah satu hotel yang berada di bawah manajemen Kagum Group (Manajemen Hotel Kagum). Pada tanggal 1 Juli 2009 Hotel Golden Flower Bandung didirikan untuk menunjang kepariwisataan di Kota Bandung, khususnya dalam penyediaan akomodasi bagi wisatawan. Hotel Golden Flower Bandung terletak disebelah Selatan Kota Bandung, yang berlokasi di Jl. Asia Afrika No. 15 – 17 Bandung 401111. Hotel berbintang 4 ini diciptakan untuk memberikan pengalaman Hotel Bandung *modern* terbaik yang menggabungkan kenyamanan luar biasa dengan lokasi yang strategis, kamar dan fasilitas hotel yang dirancang dengan cerdas, layanan yang ramah, dan banyak hal (Golden-flower.co.id, 2020).



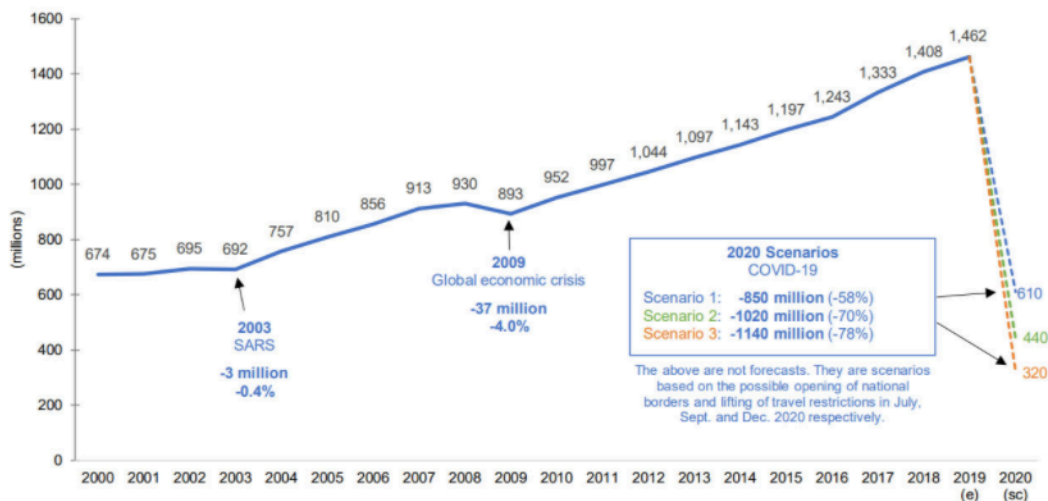
Gambar 1. 1 Logo Golden Flower Hotel

Sumber: Golden-flower.co.id, 2020

Hotel ini cocok menjadi tempat yang nyaman untuk beristirahat pada akhir pekan bersama keluarga. Lokasi strategis yang berada di pusat kota Bandung, menjadikan Hotel Golden Flower sebagai hotel yang sangat layak untuk disinggahi oleh para wisatawan yang berkunjung di Bandung. Hotel Golden Flower memiliki fasilitas berupa 193 kamar tamu, 350 restoran internasional, 22 ruang pertemuan, *ballroom modern* yang dapat menampung hingga 1000 orang (Golden-flower.co.id, 2020).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Organisasi Pariwisata Dunia PBB (UNWTO) menunjukkan bahwa kontribusi sektor pariwisata adalah salah satu yang besar dalam perolehan devisa. Namun wabah virus corona yang melumpuhkan perjalanan global menyebabkan dampak kerugian besar bagi industri pariwisata dunia. Dapat dilihat dari sisi ukuran, dinamika pasar perjalanan global, penyebaran geografis COVID-19 dan potensi dampak ekonominya, UNWTO memperkirakan kedatangan wisatawan internasional bisa menurun terbagi menjadi 3 skenario sebesar 58%, 70% hingga 78% pada tahun 2020 secara global (Unwto.org, 2020).



Gambar 1. 2 Kedatangan Turis Internasional, Skenario 2020

Sumber: Unwto.org, 2020

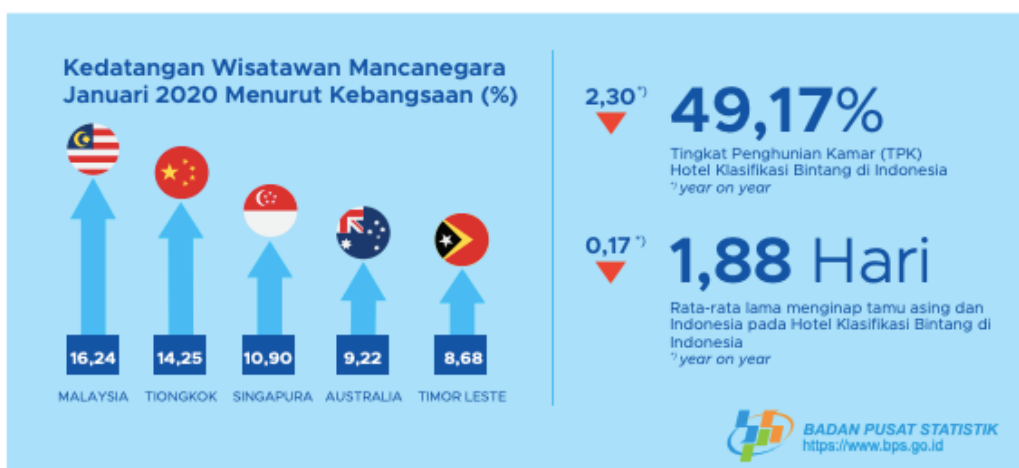
Menurut data Bps.go.id (2020) kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang datang ke Indonesia pada awal 2020 mengalami penurunan. Pada Januari 2020, kunjungan wisman mencapai sebanyak 1,27 juta kunjungan. Angka ini menurun 7,62 persen bila dibandingkan jumlah kunjungan turis asing pada Desember 2019 sebanyak 1,37 juta kunjungan. Penyebab utama dari penurunan jumlah kunjungan turis asing ini berupa wabah virus corona yang terjadi pada pekan terakhir Januari 2020.



Gambar 1. 3 Perkembangan Pariwisata 2020

Sumber: Bps.go.id, 2020

Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel klasifikasi bintang di Indonesia pada Januari 2020 mencapai rata-rata 49,17 persen atau turun 2,30 poin dibandingkan dengan TPK Januari 2019 yang tercatat sebesar 51,47 persen. Begitu pula, jika dibanding TPK Desember 2019, TPK hotel klasifikasi bintang pada Januari 2020 mengalami penurunan sebesar 10,22 poin. Rata-rata lama menginap tamu asing dan Indonesia pada hotel klasifikasi bintang selama Januari 2020 tercatat sebesar 1,88 hari, terjadi penurunan sebesar 0,17 poin jika dibandingkan keadaan Januari 2019.



Gambar 1. 4 Kedatangan Wisman Menurut Kebangsaan

Sumber: Bps.go, 2020

Pada bulan Agustus 2020 Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel di Jawa Barat mencapai 34,95 persen, naik 7,78 poin dibandingkan TPK Juli 2020 yang mencapai 27,17 persen. TPK hotel bintang dan non bintang mengalami kenaikan. TPK hotel bintang pada Agustus 2020 sebesar 40,82 persen, naik 10,31 poin dibandingkan TPK Juli 2020 yang mencapai 30,51 persen. TPK tertinggi menurut kelas hotel bintang tercatat pada hotel bintang 4 sebesar 46,94 persen, sedangkan TPK terendah terjadi pada hotel bintang 1 sebesar 30,24 persen (Jabar.bps.go.id, 2020).

| Klasifikasi [1] | TPK (Persen) | | |
|--------------------|---------------------|------------------|---------------------|
| | Agustus 2019 [2] | Juli 2020 [3] | Agustus 2020 [4] |
| Hotel Berbintang | 49,58 | 30,51 | 40,82 |
| Bintang 1 | 37,10 | 33,27 | 30,24 |
| Bintang 2 | 48,77 | 35,48 | 42,30 |
| Bintang 3 | 46,96 | 24,46 | 35,65 |
| Bintang 4 | 53,46 | 33,42 | 46,94 |
| Bintang 5 | 53,61 | 36,81 | 45,61 |

Gambar 1. 5 TPK Hotel Menurut Klasifikasi Bintang di Jawa Barat

Sumber: Jabar.bps.go.id, 2020

Persaingan hotel bintang empat di salah satu Kota di Jawa Barat sendiri yaitu Kota Bandung semakin ketat untuk meningkatkan inovasi dan pelayanan yang lebih baik lagi. Hal ini ditunjukkan bahwa industri perhotelan bintang 4 masih terus berinovasi dan diminati oleh pengunjung dibandingkan dengan hotel berbintang lainnya. Gambar 1.5 menunjukkan bahwa TPK yang dimiliki oleh hotel bintang 4 menempati urutan pertama terbanyak pada Agustus 2020 yang artinya klasifikasi hotel bintang 4 cukup banyak diminati, adapun daftar hotel bintang 4 di Kota Bandung sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Hotel Bintang 4 di Kota Bandung

| No. | Nama Hotel |
|-----|-------------------------------|
| 1. | The Papandayan |
| 2. | Gino Feruci Braga Hotel |
| 3. | Gino Feruci Kebonjati Bandung |

(bersambung)

(sambungan)

| | |
|-----|---|
| 4. | Golden Flower |
| 5. | Grand Tjokro Bandung |
| 6. | Puteri Gunung Hotel |
| 7. | Crowne Plaza Bandung |
| 8. | Hotel De Paviljoen |
| 9. | de JAVA Hotel |
| 10. | Mercure Bandung City Centre |
| 11. | HARRIS Hotel & Convention Ciumbuleuit |
| 12. | Amaroossa Bandung |
| 13. | Swiss_Belresort Dago Heritage |
| 14. | Aston Braga Hotel & Residence |
| 15. | Aston Pasteur |
| 16. | The Jayakarta Suites Bandung, Boutique, Hotel & Spa |
| 17. | Art Deco Luxury Hotel & Residence |
| 18. | Arion Swiss-Bellhotel Bandung |
| 19. | Park View Hotel Bandung |
| 20. | HOUSE Sangkuriang-Bandung |
| 21. | Prama Grand Preanger |
| 22. | Novotel Bandung |
| 23. | Best Western Premier La Grande Hotel |
| 24. | Tea Garden Resort Bandung |
| 25. | Holiday Inn Bandung Pasteur |
| 26. | Mercure Nexa Supratman |
| 27. | Garden Permata Hotel |
| 28. | Hotel Geulis |
| 29. | Travello Hotel Bandung |
| 30. | Grand Aquila Hotel Bandung |
| 31. | Sandalwood Boutique Hotel |
| 32. | Sensa Hotel |

Sumber: data yang telah diolah

Berdasarkan data pada tabel dapat terlihat dengan semakin banyaknya hotel-hotel bintang empat di Kota Bandung yang dimana masing-masing hotel berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang dimiliki agar dapat bertahan di tengah persaingan serta dapat menunjang potensi wisata yang ada di Kota

Bandung. Salah satu hotel bintang 4 di Kota Bandung yaitu Hotel Golden Flower Bandung merupakan bagian dari KAGUM Hotel Management dimana KAGUM Hotel Management adalah perusahaan yang mengelola bisnis industri perhotelan serta memiliki dedikasi yang tinggi terhadap spesialisasi dalam mengawasi pembuatan, pembangunan, dan perjalanan berbagai hotel berkualitas sesuai dengan standarisasi tinggi yang dianut oleh perusahaan (Golden-flower.co.id, 2020).

Agoda merupakan salah satu platform pemesanan perjalanan online yang berkembang paling pesat yang menyediakan sistem *online booking* pada *website* Agoda.com dengan fitur online review dan didukung lebih dari 15 juta ulasan dari wisatawan termasuk salah satunya ulasan dari pengunjung Golden Flower Hotel Bandung. Terdapat beberapa ulasan mengenai beberapa hotel yang ada pada *website* Agoda, pengguna menulis *review* pada suatu produk berdasarkan kualitas dan layanan hotel tersebut sesuai dengan penilaian mereka sendiri ketika pernah menginap di hotel tersebut (Rosi *et al.*, 2018:1992). Berikut merupakan tabel yang menunjukkan perbandingan ulasan hotel bintang 4 di bawah naungan KAGUM Hotel Management:

Tabel 1. 2 Perbandingan Review Hotel

| Hotel | Reviews |
|--------------------------------|---------|
| Gino Feruci Kebonjati | 2.097 |
| Grand Serela Setiabudi | 1.642 |
| Gino Feruci Braga | 2.220 |
| Golden Flower | 3.050 |
| Banana-Inn Hotel & Spa Bandung | 1.690 |

Sumber: Agoda.com, 2020

Pada tabel 1.2 di atas, menunjukkan 5 hotel bintang 4 yang berada di bawah naungan KAGUM Hotel Management. Hotel Golden Flower Bandung memiliki *reviews* paling banyak diantara hotel lainnya yaitu sebanyak 3.050 *review* pada *webstite* Agoda. Hal ini menandakan bahwa Hotel Golden Flower Bandung cukup diminati pengunjung untuk keperluan akomodasi penginapan. Di era teknologi digital saat ini, ada pula tantangan-tantangan yang harus dihadapi para pelaku bisnis di bidang perhotelan. Teknologi membuat pengalaman pelanggan menjadi faktor penting dalam menciptakan reputasi sebuah hotel karena pelanggan dapat

memberikan umpan balik secara online (Kompasiana.com, 2019). Saat ini bisnis perhotelan memanfaatkan adanya perkembangan teknologi dan pariwisata sebagai faktor pengembangan bisnis. Banyak website atau situs yang menyediakan *online booking* dalam bisnis perhotelan. *Online booking* adalah bagian kegiatan dari seseorang yang melakukan pemesanan atau reservasi terhadap suatu produk atau jasa melalui media online (F. K. K. Putra, 2017).

Dengan adanya sistem *online booking* munculah beberapa *website* yang menyediakan fitur *online review* pada bisnis perhotelan. Contohnya seperti Agoda.com, Traveloka.com, Booking.com, Tripadvisor.com, dan sebagainya. *Online review* memberi pelanggan informasi tentang produk dan layanan berdasarkan pengalaman pelanggan yang lain, ulasan dapat muncul di platform internet seperti situs web dan media sosial (Zhao et al., 2015). Website atau situs ini dapat berperan penting untuk wisatawan atau *traveller* dalam memutuskan pilihannya untuk memilih hotel. Adanya *online review* dari berbagai *website* dapat mengevaluasi sebuah bisnis perhotelan. Pengunjung bebas menyampaikan pujian bahkan keluhan yang dirasakannya saat menginap di hotel, sehingga manajemen hotel dapat melihat hal-hal apa yang menjadi kekurangan yang harus diperbaiki dan ditingkatkan.

Sebuah *online review* menunjukkan bahwa atribut dan faktor individu yang berbeda digunakan saat menuliskan *review* sebuah hotel. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam menuliskan sebuah *review* berada di bawah pengaruh faktor-faktor penting yang berkaitan dengan karakteristik produk atau layanan hotel, informasi yang diterima, pengalaman menginap dan preferensi pribadi lainnya (Baruca & Civre, 2015). Adapun beberapa hal utama yang menjadi topik pada *online review* yang ditulis oleh pelanggan menurut Gellerstedt & Arvemo (2019) seperti *Wifi* yang handal, *Wifi* gratis, kebersihan, kualitas restoran hotel, fasilitas pelatihan, dll.

Meningkatkan pemahaman saat ini tentang pengalaman wisatawan akan membantu manajer hotel menemukan pendekatan baru untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Menurut Brochado, et al., (2019) pengalaman pariwisata yang dibagikan secara online bervariasi menurut jenis wisatawan. Topik disusun

dalam 5 dimensi utama yaitu penginapan (mis. hotel, area, dan kamar), layanan makanan (mis. restoran dan sarapan), pemandangan, staf, dan transportasi.

Dengan meninjau dan memahami komentar wisatawan tentang pengalaman hotel mereka, manajer dapat memperoleh pengetahuan tentang elemen mana yang mempengaruhi untuk membentuk citra merek yang positif. Elemen bahasan yang sering muncul pada ulasan negatif pengunjung yaitu kata-kata tentang kekurangan kebersihan hotel (kotor) sedangkan pada ulasan positif pengunjung sering menuliskan tentang hotel dengan lokasi yang nyaman seperti dekat dengan objek wisata, perbelanjaan, bandara, dan restoran serta kualitas layanan staf yang ramah dan terlatih (Barreda & Bilgihan, 2015).

Untuk dapat meninjau dan memahami pengalaman menginap pengunjung hotel melalui fitur *online review* yang ada dalam *website* Agoda dapat diolah melalui metode *text mining*. Metode *text mining* memiliki definisi menambang data berbentuk teks yang sumber datanya biasa didapatkan dari dokumen dan memiliki tujuan untuk mencari kata - kata yang dapat mewakili isi dari dokumen sehingga dapat dilakukan analisis keterhubungan (Yulian, 2018). *Topic modeling* merupakan metode pendekatan spesifik yang digunakan pada *text mining* yang merupakan salah satu cara untuk mengidentifikasi topik dari sebuah teks ataupun dokumen (Alamsyah et al., 2018).

Latent Dirichlet Allocation (LDA) adalah metode pemodelan topik yang paling populer karena metode ini mengatasi keterbatasan metode pemodelan topik lain seperti Latent Semantic Analysis (LSA) dan Probabilistic Latent Semantic Analysis (pLSA). Latent Dirichlet Allocation (LDA) merupakan salah satu metode *topic modeling* yang digunakan untuk melakukan kategorisasi aspek yang mampu menentukan topik tersembunyi dari suatu dokumen. Topik tersembunyi tersebut adalah kata-kata penting atau kata-kata yang sering muncul dalam korpus yang dihitung berdasarkan probabilitas kedekatan topik dokumen dan topik kata (Priyantina & Sarno, 2019).

Maka dari itu, penelitian ini akan menawarkan solusi dalam melakukan analisis *topic modeling* terhadap adanya data ulasan yang diberikan oleh pengunjung Golden Flower Hotel Bandung melalui *website* Agoda. Analisis

menggunakan *topic modeling* ini bertujuan untuk mengetahui topik-topik apa saja yang sering muncul, sehingga memudahkan dalam mengetahui persepsi konsumen guna mendapatkan *customer insight* dari pengalaman menginap pengunjung. Berdasarkan latar belakang dan fenomena di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Reviews Pengunjung Hotel Menggunakan Metode *LDA-Based Topic Modeling* (Studi Kasus: Golden Flower Hotel Bandung)**”.

1.3 Perumusan Masalah

Perkembangan industri pariwisata dan perhotelan harus tetap berjalan ditengah adanya pandemi virus corona. Hal ini menjadikan banyak pesaing pada bisnis perhotelan terutama pada hotel berbintang empat di Kota Bandung. Salah satu hotel dibawah naungan KAGUM *Hotel Management* yaitu Hotel Golden Flower Bandung merupakan salah satu hotel ternama di Kota Bandung dilihat dari segi kualitas jasa dan fasilitas yang ada, Hotel Golden Flower sudah memiliki *image* yang cukup baik di mata masyarakat, namun ditengah persaingan dan pandemi seperti sekarang ini *income* Golden Flower Hotel perlu ditingkatkan agar dapat terus berkembang. Pengalaman pengunjung yang telah menggunakan Hotel Golden Flower Bandung kini dapat dilihat dari ulasan *online* yang tersedia di situs Agoda dan data ulasan-ulasan tersebut dapat diambil menggunakan metode *text mining*. Metode ini dapat digunakan untuk mengevaluasi suatu pelayanan dan produk yang diberikan oleh hotel. Data ulasan yang ada di Agoda dapat diambil dan dianalisis menggunakan *software* tertentu. Data-data tersebut dapat membantu mengembangkan industri perhotelan di Indonesia. Dalam penelitian ini, ulasan akan diambil dari situs Agoda dan akan dianalisis menggunakan *text mining*. *Text mining* yang digunakan disebut dengan *topic modeling* yang merupakan bagian dari studi *data mining* yang bertujuan untuk menganalisis, mempertimbangkan, memproses, dan mengekstraksi data. Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat dibuat pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa topik yang sering dibahas terkait pengalaman menginap di Hotel Golden Flower Bandung?

2. Apa taktik pemasaran yang harus dilakukan Hotel Golden Flower Bandung berdasarkan hasil temuan *topic modeling*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi topik yang sering dibahas terkait pengalaman menginap di Hotel Golden Flower Bandung.
2. Untuk mengidentifikasi taktik pemasaran yang harus dilakukan Hotel Golden Flower Bandung berdasarkan hasil temuan *topic modeling*

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan dua manfaat penelitian, yaitu manfaat penelitian secara teoritis dan secara praktis untuk kalangan akademisi dan manfaat penelitian secara praktis untuk kalangan praktisi. Berikut manfaat penelitian ini:

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat menambah keilmuan dan memberikan pengetahuan di bidang manajemen dan pemasaran yang berbasis teknologi dan informasi dikarenakan masuknya era digital saat ini. Beberapa temuan yang terdapat dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan penelitian – penelitian berikutnya. Penelitian ini juga mengharapakan agar semakin banyak penelitian yang menggunakan *LDA-Based Topic Modeling* dalam melihat opini atau ulasan pelanggan sebagai masukan untuk perusahaan.

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan sekaligus informasi bagi perusahaan perhotelan khususnya Golden Flower Hotel Bandung dan juga industri bisnis lainnya mengenai pentingnya pengolahan dan analisis informasi berupa data pelanggan untuk mengetahui opini atau ulasan terhadap layanan dalam sebuah perusahaan tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir dilakukan penulis untuk mengetahui gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian, sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan gambaran objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan penguraian teori-teori dari umum sampai khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan uraian metode penelitian yang dilakukan, jenis penelitian, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, dan teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan pembahasan mengenai analisis data – data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan akhir penelitian serta saran – saran untuk objek penelitian ataupun pihak – pihak terkait lainnya.