

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1.1.1. Pariwisata**

Pariwisata adalah perpindahan orang ke tempat tujuannya secara sementara dari tempat dia hidup untuk melakukan hal lain dan memenuhi kebutuhannya di lokasi tujuannya (Mathieson & Wall, 1982). Dalam pariwisata, Mason (2015) menyebutkan bahwa tempat tujuan yang dimaksud adalah tempat selain tempat kerja dan tempat tinggal. Seseorang akan dikatakan berwisata jika telah melakukan kegiatan lebih dari 24 jam dan kurang dari 6 bulan di tempat lain dengan tujuan kesenangan, kesehatan, rekreasi, pendidikan, pahala, dan prestise (Pradana, 2019).

Sudah dari dulu manusia melakukan pariwisata atau perpindahan dengan tujuan perang dan memperluas daerah kekuasaan. Pada tahun 1840-an, pariwisata menjadi hal yang mewah dan menyasar orang yang memiliki banyak uang dan waktu untuk meninggalkan lingkungannya sehari-hari (Mathieson & Wall, 1982; Robinson et al., 1979). Tetapi di masa ini, pariwisata merupakan hal yang bisa dirasakan semua orang dan merupakan salah satu gaya hidup. Indonesia merupakan salah satu destinasi pilihan wisatawan.

Indonesia memiliki banyak sumber daya yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Sumber daya yang dimaksud adalah kuliner, budaya, dan kekayaan tanah air (Rahma, 2020).

##### **1.1.2. Hotel**

Hotel merupakan tempat yang digunakan orang untuk tinggal dalam jangka waktu tertentu dengan sistem sewa. Hotel merupakan salah satu bentuk layanan akomodasi di sektor pariwisata yang sangat berperan penting untuk menyediakan tempat tinggal bagi pengunjung yang datang ke daerah. Wisatawan menjadikan hotel sebagai prioritas dalam melakukan rencana perjalanan (G. Li et al., 2013). Oleh sebab itu, hotel harus

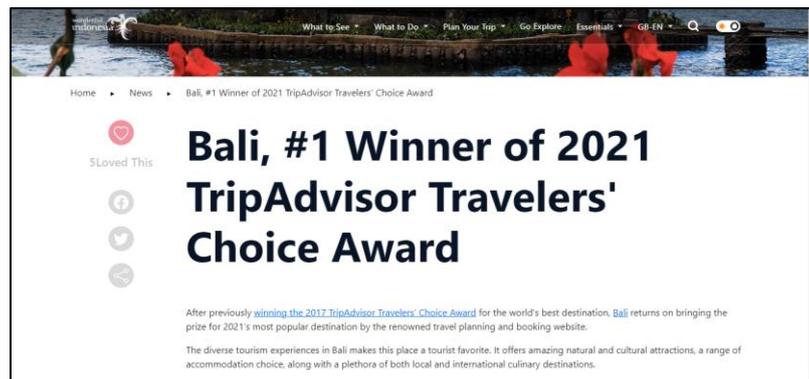
memberikan pelayanan yang terbaik untuk menarik dan mempertahankan konsumen dan mempertahankan posisi mereka di dalam industri (Cai & Hobson, 2004).

### 1.1.3. TripAdvisor

TripAdvisor merupakan situs web yang menyajikan informasi pariwisata. Pengguna dari TripAdvisor adalah wisatawan dan pemilik bisnis yang memasukkan bisnisnya (seperti hotel, rental mobil, paket liburan, dll.) ke dalam TripAdvisor. TripAdvisor memberikan informasi wisata dalam bentuk ulasan pengguna atau menampilkan jasa yang diperlukan oleh wisatawan ketika ingin pergi ke tempat tertentu. TripAdvisor juga membantu wisatawan dengan menawarkan harga jasa yang paling murah dan menunjukkan destinasi wisata yang direkomendasikan berdasarkan ulasan pengguna lainnya.

## 1.2. Latar Belakang Penelitian

Indonesia sebagai negara kepulauan yang memiliki beragam budaya menjadi daya tarik bagi wisatawan. Keberagaman budaya ini membuat wisatawan datang untuk berkunjung dan merasakan pengalaman yang berbeda-beda di tiap daerah. Salah satu destinasi wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik adalah Bali.

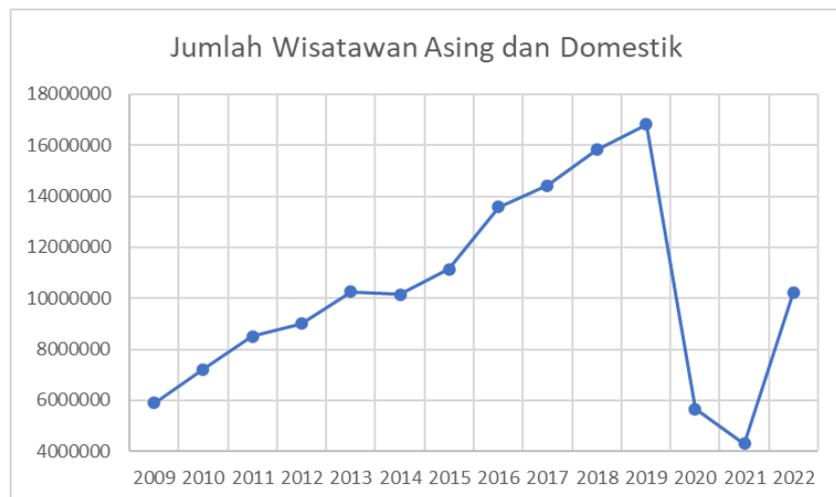


Gambar 1. 1 Bali menjadi pemenang dalam TripAdvisor's Travelers' Choice Award 2021

*Sumber: Wonderful Indonesia*

Bali selalu masuk dalam rekomendasi destinasi wisata di media. Bloom (2019) membuat “*Bucket List Travel: The Top 50 Places in The World*” dan Bali menempati nomor satu dalam daftar. U.S. News juga merilis daftar “*15 Best Places to Visit in Asia*” yang menampilkan Bali di posisi ke-4 setelah Phuket dan daftar “*30 World’s Best Places to Visit*” yang menampilkan Bali di posisi ke 15 setelah Kota New York (Tersch, 2022).

Selain itu, Bali juga memenangkan *TripAdvisor Traveler’s Choice Award* pada tahun 2021 mengalahkan destinasi - destinasi terkenal dunia seperti London, Dubai, Roma, dan Paris. Tidak hanya itu, Bali secara tidak langsung menjadi destinasi nomor satu di Asia mengalahkan Vietnam, Thailand, dan Kamboja.

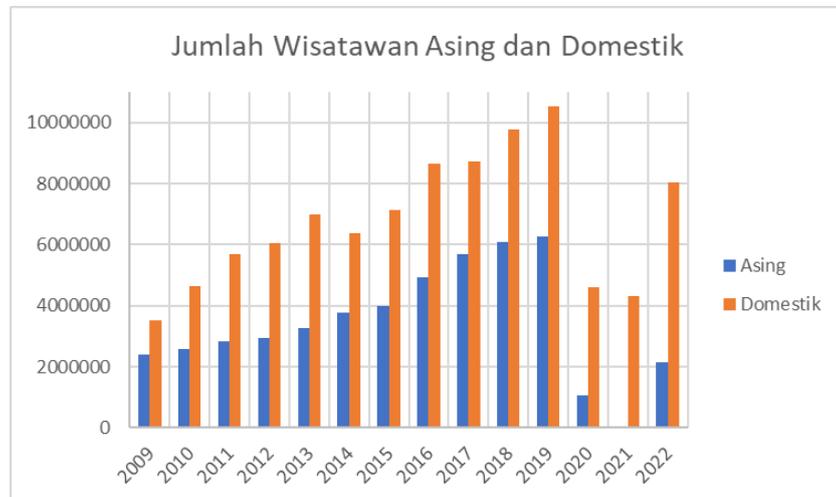


Gambar 1. 2 Jumlah Wisatawan Asing dan Domestik di Bali

*Sumber: Data yang telah diolah*

Pada Gambar 1.3 menunjukkan grafik jumlah wisatawan asing dan domestik yang datang ke Bali dalam rentang tahun 2009-2022. Grafik di atas menunjukkan bahwa kedatangan wisatawan di Bali selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya. Penurunan kedatangan wisatawan terjadi pada tahun 2020 dan 2021. Penurunan ini disebabkan oleh terjadinya pandemi Covid-19. Negara-negara yang terdampak Covid-19 memberikan peraturan kepada masyarakatnya untuk tidak melakukan aktivitas perjalanan ke

negara lain termasuk aktivitas berwisata (A.A.A Ribeka Martha Purwahita et al., 2021).



Gambar 1. 3 Perbandingan Wisatawan Asing dan Domestik di Bali

*Sumber: Data yang telah diolah, 2023*

Gambar 1.4 menunjukkan perbandingan wisatawan asing dan domestik di Bali. Pada gambar tersebut, dapat dilihat bahwa wisatawan domestik selalu mendominasi. Bahkan kedatangan wisatawan domestik masih bisa mencapai 4 juta kedatangan pada tahun 2020. Hal ini menunjukkan bahwa Bali masih bisa menjalankan sektor pariwisatanya dengan tidak hanya dengan wisatawan asing saja.

Jumlah kedatangan wisatawan yang ada harus didukung oleh fasilitas yang ditawarkan. Fasilitas yang dimaksud adalah hotel, spa, restoran, dan bentuk akomodasi lainnya (Mandić et al., 2018). Khairi & Darmawan (2021) menyebutkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan dalam menarik kembali wisatawan. Untuk menjaga tingkat kedatangan wisatawan, fasilitas yang ada harus dijaga atau dikembangkan. Fasilitas yang ditawarkan juga menjadi pembanding bagi wisatawan untuk memilih layanan yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatannya.

### 1.3. Perumusan Masalah

Bali tampak kuat sebagai salah satu destinasi wisata jika dilihat dari grafik jumlah wisatawan asing dan domestik di Bali sejak 2009-2022. Perkembangan teknologi yang terjadi juga membantu penyebaran informasi. Para pengguna atau wisatawan bisa memberikan informasi berupa pengalamannya ke wisatawan lain dalam komunitas atau subjek yang sama. Informasi ini dapat mempengaruhi pilihan wisatawan dalam berwisata dan dapat digunakan untuk mendukung keputusan yang dibuat untuk menaikkan kualitas pelayanan wisata oleh pihak manajemen (J Miguéns et al., 2008). Oleh sebab itu, suara konsumen (*voice of customer*) perlu diketahui untuk dapat memenuhi kebutuhan, kebiasaan, dan ekspektasi konsumen (Barravecchia et al., 2022). Cooper dan Dreher (2010) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa sebuah komunitas dan sistem rating merupakan cara yang baik dalam mendengarkan suara konsumen. Cooper dan Dreher (2010) menyebutkan bahwa hanya dengan membaca komentar dan pesan, hal-hal yang menyangkut dengan organisasi dapat diketahui (seperti masalah dan keinginan).

Bali merupakan salah satu tempat yang menjadi destinasi yang direkomendasikan oleh media berita atau wisatawan dalam media sosial. Ada banyak tempat seperti Kuta, Ubud, Sanur, dan tempat lainnya yang dikunjungi oleh wisatawan di Bali. Tempat-tempat yang berbeda ini juga memberikan layanan dan fasilitas yang berbeda tergantung pada lokasinya.

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah, penelitian ini mengarah kepada beberapa pertanyaan yang harus dijawab:

1. Bagaimana sentimen wisatawan terhadap hotel di Bali?
2. Apa topik yang dibicarakan oleh wisatawan terhadap hotel di Bali?
3. Apa topik yang paling sering dibicarakan oleh wisatawan terhadap hotel di Bali?
4. Bagaimana sentimen setiap topik yang dibicarakan oleh wisatawan terhadap hotel di Bali?

Penelitian ini dibatasi dengan hanya mempertimbangkan data ulasan yang dikumpulkan dari platform media sosial TripAdvisor.

### **1.1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sentimen wisatawan terhadap hotel di Bali berdasarkan *rating* yang diberikan pada ulasan.
2. Untuk mengetahui topik yang dibahas oleh wisatawan terhadap hotel di Bali melalui ulasan TripAdvisor.
3. Untuk mengetahui topik yang paling sering dibicarakan oleh wisatawan terhadap hotel di Bali
4. Untuk mengetahui sentimen setiap topik yang dibicarakan oleh wisatawan terhadap hotel di Bali

### **1.2. Manfaat Penelitian**

#### **1.2.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dengan menambah wawasan bagi keilmuan manajemen bisnis dan analisis data menggunakan IndoBERT untuk melakukan sentimen analisis dan *topic modelling*. Penulis berharap penelitian ini dapat dimanfaatkan bagi akademisi untuk menggali informasi baru mengenai *text analytics* dalam Bahasa Indonesia untuk mengembangkan ilmu manajemen bisnis dan pemasaran.

#### **1.2.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku bisnis di dalam sektor pariwisata khususnya penyedia jasa penginapan atau hotel. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai sentimen wisatawan yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur manajemen hotel atau awal untuk membuat keputusan dalam mengembangkan pelayanan, fasilitas, dan mengevaluasi hotel yang ada.

### **1.3. Sistematika Tugas Akhir**

Dalam sistematika penulisan penelitian ini, peneliti melakukan pembagian penulisan yang dalam beberapa bab. Adapun pembagian itu adalah sebagai berikut:

**a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan secara tepat objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

**b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang kajian pustaka yang mencakup teori dan penelitian terdahulu yang mendukung permasalahan dalam penelitian, dan kerangka pemikiran.

**c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang akan menjadi jawaban atau penjelasan untuk masalah penelitian.

**d. BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil analisis penelitian dan pembahasannya secara kronologis dan sistematis.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan berdasarkan tafsiran penulisan terhadap hasil penelitian dan saran yang merupakan implikasi kesimpulan dan berhubungan dengan masalah serta alternatif pemecah masalah, baik bagi perusahaan maupun penelitian lebih lanjut.

