

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor perekonomian yang dapat meningkatkan pendapatan daerah dan kesejahteraan masyarakat setempat (Afrad dkk., 2024). Salah satu kota dengan potensi pariwisata yang tinggi merupakan Kota Surakarta, Jawa Tengah (Maulidia & Astuti, 2022). Adanya potensi pariwisata yang tinggi, memiliki hubungan yang erat dengan industri perhotelan, terutama bisnis perhotelan (Langi dkk., 2024). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surakarta, jumlah hotel di Kota Surakarta pada 2024 mencapai 164 (Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, 2024).

Tabel 1. 1 Jumlah hotel di Kota Surakarta

Kecamatan	Hotel Berbintang	Hotel Non Bintang	Jumlah Hotel
Laweyan	28	26	54
Serengan	3	3	6
Pasar Kliwon	7	7	14
Jebres	4	2	6
Banjarsari	19	65	84
Jumlah	61	103	164

Melihat banyaknya hotel di Kota Surakarta, persaingan bisnis perhotelan menjadi ketat. Hotel memiliki peran krusial dalam sektor pariwisata karena berfungsi sebagai sarana akomodasi bagi para wisatawan selama melakukan perjalanan. Hotel Keprabon merupakan salah satu hotel non bintang yang berada pada kecamatan Banjarsari. Hotel ini terletak pada jantung Kota Surakarta yang dekat dengan berbagai destinasi wisata di Kota Surakarta seperti salah satunya adalah Pura Mangkunegaran. Sektor perhotelan dianggap penting karena menyediakan fasilitas dan layanan penginapan, makanan, minuman, serta berbagai layanan lain yang dikelola secara profesional dan bertahap (Suwarno & Martini, 2021). Faktor-faktor seperti fasilitas, kenyamanan, harga, layanan, dan ulasan pengunjung sebelumnya berpengaruh keputusan saat memesan hotel. Salah satu

bentuk evaluasi Hotel Keprabon adalah melihat umpan balik yang diberikan dari pelanggan berupa ulasan, baik dari platform digital atau secara langsung yang dapat dimanfaatkan hotel untuk meningkatkan mutu layanan mereka. Ulasan tersebut mencerminkan pandangan pribadi tamu mengenai pengalaman mereka selama menginap di hotel dan dapat membentuk opini calon tamu lainnya. Dengan mengetahui persepsi dan pengalaman pelanggan, pihak hotel dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki guna meningkatkan kepuasan tamu serta memperkuat citra dan reputasi hotel. Ulasan online sangat mempengaruhi cara pelanggan dalam melihat barang atau layanan dan membuat keputusan pembelian mereka (Farrel dkk., 2023). Dengan adanya persaingan bisnis ini, Hotel Keprabon ingin memahami pandangan pelanggan terhadap Hotel Keprabon apakah puas atau kecewa sebelum meningkatkan kualitas mereka. Salah satu langkah yang diambil adalah dengan mengetahui respon pelanggan hotel melalui ulasan pelanggan di aplikasi atau platform yang terhubung dengan hotel.

Dalam dunia digital ini, ulasan online telah menjadi sumber informasi penting bagi wisatawan dan pengelola hotel. *Traveloka* adalah salah satu aplikasi yang berfokus pada layanan bepergian seperti pemesanan hotel atau tiket. *Traveloka* didirikan pada tahun 2012 dengan tujuan utama untuk memudahkan para pelancong dalam memilih akomodasi yang cocok (Diekson dkk., 2022). Selain *Traveloka*, salah satu layanan pemesanan hotel secara *online* adalah *Tiket.com*. *Tiket.com* menyediakan pemesanan tiket hotel dan hal seputar akomodasi lainnya secara *online* (Budiman dkk., 2024). Ulasan yang ditinggalkan pelanggan hotel pada berbagai platform tersebut dapat memberikan tanggapan berharga tentang pengalaman mereka. Penilaian dari pelanggan umumnya berupa rating dan pengalaman yang sering kali disampaikan dalam bentuk komentar atau saran. Kualitas layanan hotel umumnya dinilai menggunakan *rating* dan masukan dari para tamu. Walaupun metode rating sering dipakai dalam mengukur layanan hotel, *rating* sendiri tidak dapat sepenuhnya menangkap keluhan atau kekurangan yang dirasakan pelanggan (Bayu Baskoro dkk., 2021). Maka dari itu, ulasan adalah sesuatu berguna dalam menentukan ekspresi atau pengalaman pelanggan berdasarkan yang mereka ungkapkan. Data ulasan yang dianalisis dalam penelitian

ini diperoleh dari ulasan pelanggan di *platform Traveloka* dan *Tiket.com*. Platform tersebut dipilih karena berdasarkan pelanggan yang menginap dari Hotel Keprabon.

Analisis sentimen merupakan teknik yang digunakan untuk mengenali, mengambil, dan mengolah teks guna mengungkap informasi emosional yang terkandung dalam ekspresi pikiran seseorang (Safira dkk., 2023). Analisis sentimen memungkinkan penggalian informasi penting dari data yang tidak terstruktur, dengan cara mengelompokkan opini yang disampaikan menjadi sentimen positif atau negatif sesuai dengan emosi yang terkandung dalam opini tersebut (Ramadhani & Suryono, 2024). Dengan menerapkan analisis sentimen Hotel Keprabon pada berbagai ulasan dari beberapa platform, manajemen Hotel Keprabon dapat memperoleh seluruh gambaran dari perasaan dan pendapat para pengunjung hotel. Hotel Keprabon ingin melakukan peningkatan infrastruktur hotel, tetapi sebelum itu perlu melihat pandangan pelanggan terhadap Hotel Keprabon terlebih dahulu karena dari pihak Hotel Keprabon juga kesulitan terhadap fasilitas mana yang akan mereka perbaiki, maka dari itu diperlukan pendapat atau pandangan pelanggan terhadap Hotel Keprabon.

Tahapan analisis sentimen terdapat metode klasifikasi yang umum digunakan yaitu, Algoritma *Naïve Bayes* yang banyak digunakan pada data *mining* atau *text mining* (Darwis dkk., 2021). Algoritma ini memprediksi kemungkinan di masa depan berdasarkan pengalaman masa lalu, sehingga dikenal dengan nama teorema Bayes. Algoritma *Naïve Bayes* dapat bekerja dengan efisien dan dapat bekerja dengan baik pada dataset yang memiliki banyak atribut (fitur) dan sampel (jumlah data) (Sofyan Zakaria dkk., 2023). Selain *Naïve Bayes*, terdapat beberapa metode lain yang digunakan untuk analisis sentimen, seperti *Decision Tree*, K-NN, dan *Support Vector Machine*. Dalam penelitian ini, algoritma *Naïve Bayes* dipilih karena dinilai efisien dalam mengklasifikasikan opini, terutama pada data berbasis teks seperti ulasan dari pengunjung (Arya Utama, 2023). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fatikhah, Muhtarom, dan Oktaviani (2024) dalam jurnal ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi, algoritma *Naïve Bayes* terbukti efektif dalam menganalisis sentimen ulasan pelanggan terhadap Mie Gacoan Solo Veteran di platform Google Maps. Penelitian ini menggunakan algoritma *Naïve Bayes* yang dipadukan dengan

teknik peningkatan data menggunakan *Synthetic Minority Over-sampling Technique* (SMOTE), dan berhasil meraih akurasi sebesar 91% dalam proses klasifikasi sentimen ulasan. Hal tersebut menunjukkan bahwa metode *Naïve Bayes* dapat digunakan secara optimal dalam mengelompokkan opini berbasis teks, khususnya untuk ulasan pengguna di media digital (Fatikhah dkk., 2024).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan dalam latar belakang, penelitian ini merumuskan permasalahan untuk mengkaji bagaimana penilaian dan opini pelanggan tercermin dalam ulasan mereka, serta bagaimana informasi tersebut dapat dimanfaatkan oleh Hotel Keprabon guna meningkatkan kualitas layanan. Dengan memahami pengalaman dan emosi pelanggan, hotel dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki demi meningkatkan kepuasan dan reputasi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui proporsi sentimen positif dan negatif, serta mengukur sejauh mana algoritma *Naïve Bayes* mampu mengklasifikasikan dan menganalisis sentimen dari ulasan pelanggan yang berasal dari *Traveloka* dan *Tiket.com*.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui respon positif dan negatif pelanggan mengenai Hotel Keprabon dengan metode *Naïve Bayes* berdasarkan ulasan *Traveloka* dan *Tiket.com*.
2. Mengetahui hasil akurasi metode *Naïve Bayes* dalam menganalisis sentimen pelanggan mengenai kualitas pelayanan Hotel Keprabon.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

1. Bagi Hotel Keprabon

Penelitian ini mampu memberikan ringkasan opini pelanggan terkait fasilitas layanan Hotel Keprabon. Selain itu, dari hasil analisis ini, dapat dimanfaatkan hotel dalam menentukan bidang yang perlu ditingkatkan.

2. Bagi peneliti lain

Dapat dijadikan referensi yang berkaitan dengan analisis sentimen menggunakan metode *Naïve Bayes*.

1.5 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir

Untuk membatasi penelitian yang dilakukan, maka Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Data yang digunakan adalah mengenai ulasan Hotel Keprabon di *Traveloka* dan *Tiket.com*.
2. Dataset yang digunakan menggunakan Bahasa Indonesia.
3. Klasifikasi sentimen yang digunakan terdiri dari positif dan negatif.

1.6 Sistematika Penelitian

1.6.1 BAB I

Laporan ini terdiri dari enam bab utama yang diawali dengan Bab pertama, yaitu Pendahuluan. Bab pertama berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta batasan dan asumsi penelitian. Bab ini memberikan dasar bagi penelitian yang dilakukan serta menggambarkan pentingnya melakukan analisis sentimen terhadap Hotel Keprabon menggunakan algoritma *Naïve Bayes*.

1.6.2 BAB II

Landasan Teori, membahas penelitian sebelumnya serta konsep dasar teori yang menjadi dasar pada penelitian ini. Teori yang dibahas mencakup jenis dataset apa saja yang digunakan dalam analisis sentimen serta proses pengambilan datanya, proses *pre-processing* data, metode yang digunakan dalam analisis sentimen, ekstraksi fitur yang digunakan, dan proses evaluasi seperti *Confusion Matrix*.

1.6.3 BAB III

Bab ketiga, Metode Penyelesaian Masalah, menjelaskan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini. Langkah-langkah yang dilakukan mencakup studi literatur untuk mengumpulkan referensi, pengambilan data di *Google Maps*, *Traveloka*, dan *Tiket.com*, proses *preprocessing data*, pelabelan, penerapan algoritma *Naïve Bayes*, serta evaluasi dengan *Confusion Matrix*.

1.6.4 BAB IV

Bab keempat, Pengolahan Data dan Analisis Hasil, berfokus pada hasil implementasi sistem. Bab ini mencakup proses pengambilan data dengan *Google Extentions*, perancangan model algoritma *Naïve Bayes* yang menggunakan bahasa pemrograman *Python*, serta evaluasi menggunakan *Confusion Matrix* untuk mengevaluasi. Setelah itu melakukan uraian proses validasi yang dilakukan dengan mengajukan saran untuk Hotel Keprabon terkait sentimen yang telah ditentukan.

1.6.5 BAB V

Bab terakhir, Kesimpulan dan Saran, menyajikan kesimpulan dari penelitian berdasarkan hasil yang diperoleh, serta memberikan saran untuk pengembangan atau penelitian lebih lanjut. Dengan sistematika laporan yang terstruktur ini,

penelitian dapat dilakukan secara sistematis dan terarah, sehingga hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan serta bermanfaat bagi Hotel Keprabon.