

SKRIPSI

**ANALISIS SENTIMEN ULASAN TAMU GRAND PALACE HOTEL
SANUR BALI PADA *ONLINE TRAVEL AGENT* (OTA)**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik
Negeri Bali**

Oleh :

RIBKA

NIM : 2015744117

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BSNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

**ANALISIS SENTIMEN ULASAN TAMU GRAND PALACE HOTEL
SANUR BALI PADA *ONLINE TRAVEL AGENT* (OTA)**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik
Negeri Bali**


Oleh :

RIBKA

NIM : 2015744117

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BSNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

- 
1. Judul Skripsi : Analisis Sentimen Ulasan Tamu Grand Palace Hotel Sanur Bali pada *Online Travel Agent* (OTA).
2. Penulis
a. Nama : Ribka
b. NIM : 2015744117
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
: Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 07 Agustus 2024

Menyetujui:
Pembimbing I,



Gede Pradiva Adiningrat, S.AB., M.AB.
199201312019031011

Pembimbing II,



Ngurah Putu Raka Novandra Asta, S.Kom., M.M.T.
NIP. 199511122023211010

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS SENTIMEN ULASAN TAMU GRAND PALACE HOTEL SANUR
BALI PADA *ONLINE TRAVEL AGENT* (OTA)

Oleh :

RIBKA

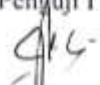
Nim : 2015744117


Disahkan:


Ketua Penguji

Penguji I

Penguji II


Ir. Ni Wayan Sakartini, M.agb.
NIP.196204221990032002

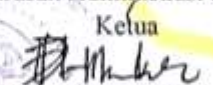

Gede Pradiva Adiningrat, S.AB., M.AB.
NIP. 199201312019031011


Ngurah Putu Raka Novandra Asta, S.Kom., M.M.T
NIP. NIP. 199511122023211010

Mengetahui

Jurusan Administrasi Niaga

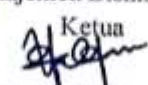
Ketua


Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D.
NIP. 196409291990032003

Badung, 7 Agustus 2024

Prodi. Manajemen Bisnis Internasional

Ketua


Ketut Vini Elfarosa, SE, M.M.
NIP. 197612032008122001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

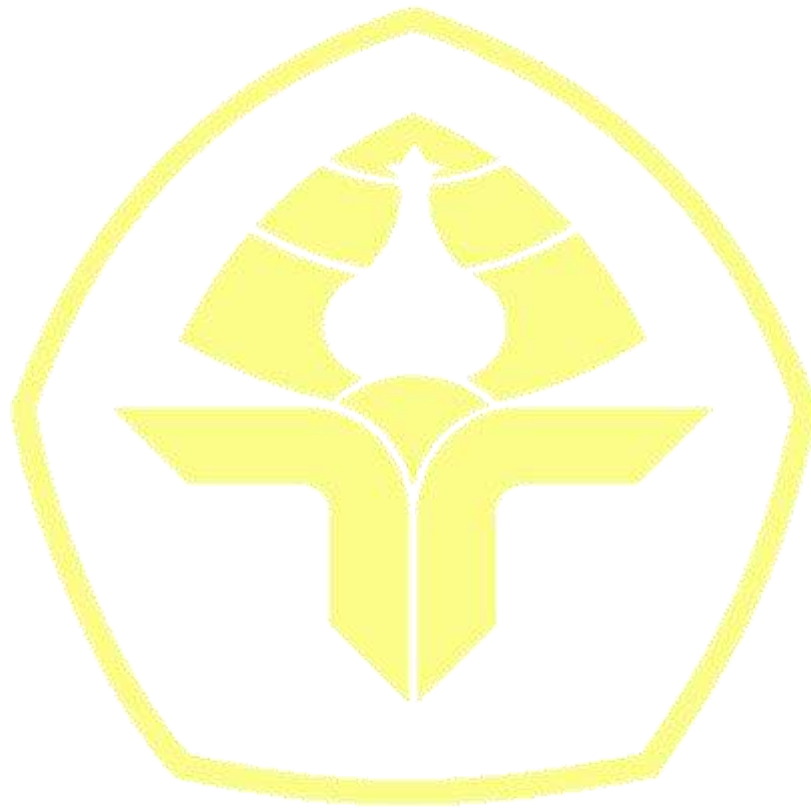
*“Kamu Harus Berani Keluar dari Zona Nyaman untuk Menantang Dirimu
Menjadi Pribadi yang Lebih Kuat”*

Persembahan :

Skripsi ini dipersembahkan untuk orang-orang yang telah mendampingi penulis selama proses penyelesaian, yaitu :

1. Orang tuaku yang tercinta dan tersayang, Bapak Martinus dan Ibu Hermina atas segala bentuk pengorbanan, kasih sayang yang tulus, serta kesempatan untukku keluar dari zona nyaman. Semoga Bapak dan Ibu selalu diberikan kesehatan dan sukacita.
2. Saudaraku yang tersayang Kak Lintar, Kak Kiki dan Adikku Jhon dan Rifky serta semua keluarga besarku yang selalu mendukung setiap keputusan yang terbaik dalam hidupku.
3. Keluarga besar SLM Denpasar yang selalu setia mendoakan dari awal penyusunan skripsi hingga selesai dan terkhusus untuk Kak Merry dan Adikku Gaby yang tak henti - hentinya memberi semangat dan motivasi untuk bisa menyelesaikan sampai akhir.

4. Keluarga besar Grand Palace Hotel Sanur Bali yang sudah memberikan kesempatan untuk magang dan bekerja. Dan terkhusus departemen accounting yang sudah memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi.
5. Semua teman-teman yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul : **Analisis Sentimen Ulasan Tamu Grand Palace Hotel Sanur Bali Pada *Online Travel Agent* (OTA)** adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

Badung, 7 Agustus 2024

Yang menyatakan



Ribka

NIM. 2015744117

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

Sentimen analysis of guest reviews plays a very important role in the hospitality business to understand customer responses to the services provided. This study aims to determine the process of guest review sentimen analysis using the Naive Bayes Classifier algorithm, the level of accuracy produced and a recommendation for hotels related to the results of the analysis. Guest review data was collected from the Traveloka website then went through a preprocessing process, namely text cleaning, casefolding, tokenization, stopword removal and stemming. The Naive Bayes Classifier algorithm is the preferred analysis model because of its simplicity and ability to handle text effectively. The results of the analysis show that the model used is able to provide an accuracy level of 91% which means it has a fairly good level of accuracy.

Keywords : sentimen analysis, online travel agent, algoritma Naive Bayes classifier, digital teknologi, traveloka

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini yang berjudul “Analisis Sentimen Ulasan Tamu Grand Palace Hotel Sanur Bali pada *Online Travel Agent (OTA)*”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Sarjana Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan dan bantuan yang tulus dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah yang memberikan fasilitas selama mengikuti perkuliahan hingga pembuatan proposal di Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu I Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA.,PhD selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.ST. Ak.,M.Si selaku Sekertaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pembekalan terkait Program Praktik Kerja Lapangan.
4. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE.,MM selaku ketua Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan informasi dengan sangat baik selama pelaksanaan PKL.
5. Ibu A.A. Ayu Mirah Kencanawati, SE.,M.M selaku koordinator PKL Program Studi D4 Manajemen Bisnis Intenasional Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pembekalan dan sosialisasi mengenai Praktik Kerja Lapangan.
6. Bapak Dr. I Gusti Lanang Suta Artatanaya, SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing PKL yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu praktikan dalam proses penyusunan proposal.

7. Ibu Obicks Bintarawati selaku *Chief Accounting*, Pak Harta Kesuma Wijaya selaku *Cost Controller* dan seluruh karyawan yang telah membimbing dengan sangat baik selama menjalani PKL di Grand Palace Hotel Sanur.
8. Bapak Gede Pradiva Adiningrat, S.AB., M.AB. selaku dosen pembimbing satu dan Bapak Ngurah Putu Raka Novandra Asta, S.Kom., M.M.T. selaku dosen pembimbing dua yang sudah memberi motivasi dan membimbing dengan sangat baik hingga skripsi ini bisa selesai.
9. Seluruh dosen Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan banyak ilmu bermanfaat selama perkuliahan.
10. Teristimewa untuk kedua orang tua, Bapak Martinus dan Ibu Hermina yang telah mendoakan dan memberikan kasih sayang serta dukungan baik dukungan moril maupun materil. Orang tua menjadi motivator untuk penulis tetap semangat melangkah dan bisa menyelesaikan pendidikan dengan baik di Politeknik Negeri Bali.
11. Kak Merry Wattimena yang menjadi kakak rohani yang terus mendoakan dan memberi semangat agar terus berani melangkah dan percaya diri.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis mengharap kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki penusunan proposal di masa mendatang dan semoga proposal ini dapat bermanfaat untuk banyak pihak.

Denpasar, 07 Agustus 2024

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI



Penulis

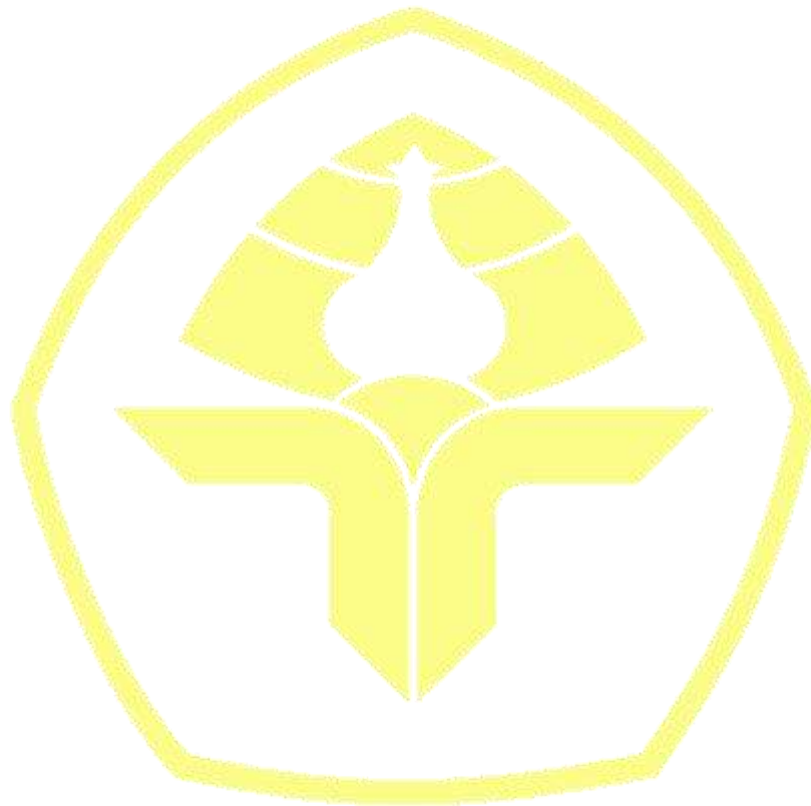
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Implikasi Teoritis dan Praktis.....	11
1.6. Sistematika penulisan Skripsi.....	13
BAB V PENUTUP	15
5.1. Kesimpulan	15
5.2. Saran.....	16
DAFTAR PUSTAKA	18

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

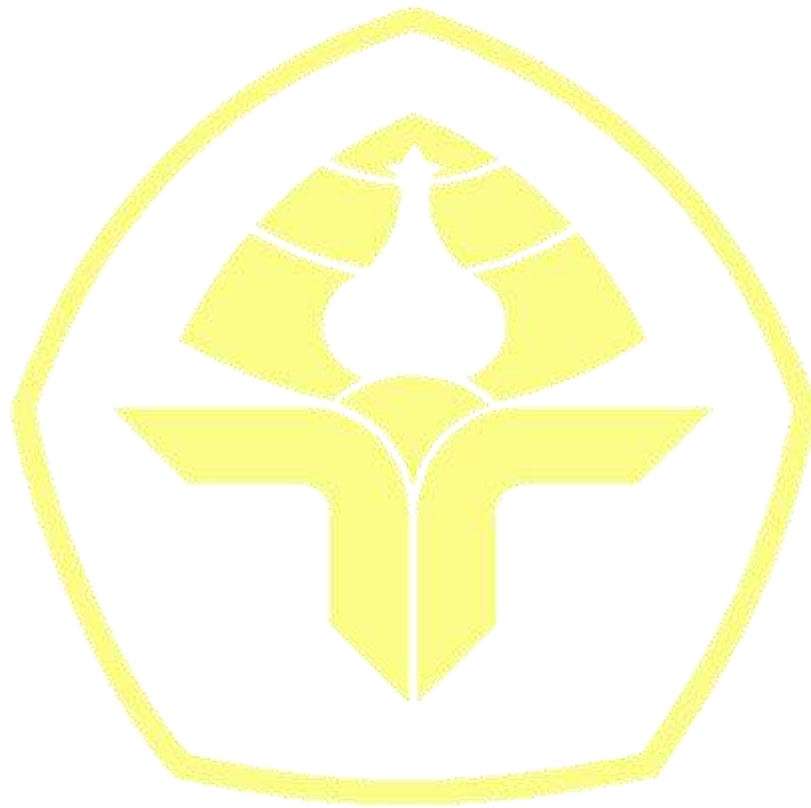
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Metode Pemesanan Hotel.....	2
Tabel 1.2 Online Travel Agent yang Bekerja sama dengan GPH Sanur Bali.....	5



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Formulir Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 Lembar Persetujuan Skripsi
- Lampiran 3 Kode Phyton Proses Data Understanding
- Lampiran 4 Kode Phyton Proses Preprocesssing
- Lampiran 5 Kode Phyton Proses Text Visualization
- Lampiran 6 Kode Phyton Proses Data Preparation
- Lampiran 7 Kode Phyton Proses Modeling
- Lampiran 8 Kode Phyton Proses Testing
- Lampiran 9 Kode Phyton Proses Evaluasi
- Lampiran 10 Buku Panduan Hasil Penelitian
- Lampiran 11 Riwayat Hidup Penulis

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat menuntut berbagai sektor untuk terus beradaptasi agar mampu bertahan dan bersaing dengan sektor lainnya. Salah satu sektor yang terus beradaptasi yaitu sektor pariwisata dimana sektor ini sudah menerapkan teknologi informasi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Sektor pariwisata adalah sektor yang memiliki potensi untuk diperluas karena menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan (Morama et al., 2022). Contoh penerapan teknologi informasi untuk menjangkau pasar yang lebih luas yaitu penggunaan *Electronic Commerce* (E-commerce). *E-commerce* adalah transaksi komersial secara digital antar organisasi dan individu (Pratiwi, 2020).

E-commerce di era sekarang sudah digunakan diseluruh dunia sebagai media elektronik untuk mempermudah masyarakat mendapatkan barang dan jasa yang mereka inginkan (Widoyoko, 2019). Dalam bidang akomodasi khususnya perhotelan, *e-commerce* telah mengubah gaya hidup wisata masyarakat termasuk melakukan *reservasi* hotel secara *online*. Kegiatan pencarian, pemesanan, dan penjualan produk

pariwisata sudah dilakukan secara *online* (Warmaya, 2018). Dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat tersebut juga ikut mengubah bagaimana semua metode pemesanan hotel dalam beroperasi. Metode pemesanan hotel tersebut diantaranya *Online Travel Agent* (OTA) yang sudah bisa diakses secara *online*, *Walk-in* dengan manajemen *check-in* yang lebih canggih, *Travel Agent* dengan layanan yang personal dengan cepat dan mudah serta *Corporate Booking* dengan adanya sistem manajemen yang berbasis *cloud*. Grand Palace Hotel Sanur Bali juga sudah menggunakan beberapa metode pemesanan kamar sejak tahun 2017. Beberapa metode tersebut diantaranya yaitu OTA, *Walk-in*, *Travel Agent* dan *Corporate Booking*. Dari beberapa metode pemesanan kamar tersebut, berikut kriteria yang menjadi pertimbangan dalam penentuan sumber ulasan dalam penelitian ini yang disajikan dalam tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Metode Pemesanan Hotel

Kriteria	OTA	<i>Walk-in</i>	<i>Travel Agent</i>	Corporate Booking
Volume Data				
Frekuensi Pembaruan Ulasan	Setiap saat sesuai dengan waktu <i>reservasi</i> .	Hanya pada saat ada tamu yang <i>check-in</i> .	Tidak teratur karena disesuaikan dengan paket perjalanan.	Biasanya hanya setiap akhir periode bulanan bisnis.

Pengaruh pada Reputasi Hotel	Sangat berpengaruh besar khususnya rangking pada OTA.	Hanya pada reputasi lokal.	Sedang dimana dipengaruhi oleh ulasan yang diberikan agent.	Hanya pada pandangan internal perusahaan.
Akseibilitas Data	Sangat mudah diakses dengan internet dan bisa dilihat oleh publik.	Tidak disampaikan langsung kepada publik.	Sangat terbatas dimana data biasanya dikelola oleh agent terlebih dahulu.	Sangat terbatas dan biasanya hanya dibutuhkan untuk secara internal.
Detail dan Spesifik Data	Sangat detail, menjelaskan semua pengalaman yang dirasakan tamu.	Biasanya disampaikan secara singkat dan tidak begitu jelas.	Tergantung pada setiap agent dan biasanya bermacam-macam.	Biasanya hanya berfokus pada kebutuhan bisnis.

Kemudahan Pengumpulan Data	Sangat mudah, situs ini menyediakan API untuk mengumpulkan data ulasan.	Sulit, karena harus melakukan wawancara pada setiap tamu.	Sedang, memerlukan akses ke beberapa agent.	Sulit, harus melakukan negoisasi ke perusahaan untuk wawancara kepada setiap tamu.
----------------------------	---	---	---	--

Berdasarkan tabel dengan beberapa kriteria diatas dapat disimpulkan bahwa OTA menjadi pilihan sebagai sumber untuk mengambil data ulasan karena memiliki jumlah data yang lebih besar, lebih mudah diakses, menjelaskan ulasan dengan jelas serta sangat mudah dalam mengumpulkan ulasan.

OTA adalah agen perjalanan yang berperan sebagai media promosi dan penjualan secara *online* melalui *website dan* aplikasi yang dikelola oleh OTA untuk mendistribusikan dan memfasilitasi pemesanan ke pihak penyedia usaha pariwisata (Australian Tourism Data Warehouse, 2013). Penggunaan OTA dapat membantu hotel untuk memaksimalkan volume penjualan kamar (Candra, 2022). Adapun beberapa contoh OTA yang ada di Indonesia yaitu Traveloka, Booking.com, Tiket.com, Agoda, Mister Aladin, Antavaya, ReKunten, Reddors, Oyo, Airy, PegiPegi, Klik Hotel dan

masih banyak lagi. Untuk memudahkan analisis dalam penelitian ini, penulis menentukan salah satu dari beberapa OTA yang bekerja sama dengan Grand Palace Hotel Sanur Bali sebagai sumber untuk mengambil ulasan dengan fokus pada ulasan dalam Bahasa Indonesia. Berikut beberapa OTA dengan beberapa kriteria yang akan menjadi pertimbangan penulis dalam menentukan OTA yang akan dipilih.

Table 1.2 Online Travel Agent yang Bekerja sama dengan GPH Sanur Bali

Kriteria	Traveloka	Booking.com	Agoda	Tiket.com	Expedia
Volume Ulasan	432 sampai bulan Agustus.	1269 sampai bulan Agustus.	782 sampai bulan Agustus.	459 sampai bulan Agustus.	504 sampai bulan Agustus.
Persentase Ulasan dalam Bahasa Indonesia	90% dalam Bahasa Indonesia.	35% dalam Bahasa Indonesia.	30% dalam Bahasa Indonesia.	85% dalam Bahasa Indonesia.	25% dalam Bahasa Indonesia.
Fokus Pasar	Berfokus pada Asia Tenggara dan Indonesia.	Pasar secara global yang mencakup Eropa dan Amerika.	Pasar global yang berfokus paada Asia	Berfokus pada Indonesia.	Pasar global yang fokus pada Amerika Utara.

			dan Pasifik.		
Relevansi Budaya dan Lokal	Sangat sesuai dengan target pasar Indonesia.	Lebih berfokus pada pasar global.	Sesuai dengan pasar Asia dan tidak hanya untuk Indonesia.	Sangat sesuai dengan target pasar Indonesia.	Lebih berfokus pada pasar global.

Berdasarkan pertimbangan bahwa penelitian yang akan dilakukan lebih berfokus pada ulasan berbahasa Indonesia maka fokus pada tabel diatas yaitu kriteria persentase ulasan dalam Bahasa Indonesia. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Traveloka menjadi pilihan sebagai sumber untuk mengambil ulasan dalam penelitian ini karena Traveloka memiliki persentase ulasan bahasa Indonesia yang paling besar yaitu sebesar 90%.

Traveloka merupakan salah satu dari banyaknya OTA yang terbesar di dunia, suatu *website* atau aplikasi yang digunakan untuk mendapatkan informasi serta opini dari wisatawan lain agar bias merencanakan perjalanan yang diimpikan (Sevtiani et al., 2020). Untuk mendapatkan informasi serta opini tersebut Traveloka sudah menyediakan fitur ulasan untuk membantu para pengguna dalam menentukan hotel

yang diinginkan. Fitur tersebut mengemas ulasan dari pengguna dengan sangat baik sehingga setiap orang dapat melihat ulasan dari tamu sebelumnya dan hal tersebut dapat dijadikan sebagai media promosi bagi pelaku bisnis perhotelan. Ulasan yang ditampilkan berupa ulasan positif dan negatif. Ulasan positif akan membantu hotel untuk terus berkembang dan sebaliknya ulasan negatif akan merusak reputasi dari hotel tersebut. Oleh karena itu pihak perhotelan menjadikan ulasan tersebut sebagai strategi promosi untuk penjualan kamar hotel dan sebagainya.

Grand Palace Hotel Sanur Bali merupakan salah satu hotel bintang empat yang menyediakan penginapan serta produk *food* dan *beverage*. Hotel ini bekerja sama dengan Traveloka untuk membantu penjualan kamar dimana harga dan ketersediaan kamar tetap dikendalikan oleh pihak hotel namun jika ada *reservasi* akan dikerjakan Traveloka sehingga pihak hotel akan memberikan komisi sesuai dengan kontrak yang disepakati. Untuk memaksimalkan penjualan kamar Grand Palace Hotel Sanur Bali juga memanfaatkan fitur ulasan pada Traveloka untuk melihat tingkat kepuasan tamu hotel melalui komentar yang diberikan baik dari segi pelayanan maupun produk. Untuk mengetahui komentar dari tamu tersebut maka penulis akan melakukan analisis sentimen ulasan tamu pada fitur ulasan Traveloka dan juga memperhatikan beberapa penelitian sebelumnya.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dilakukan oleh Apriani et al., (2019) algoritma Naive Bayes Classifier menjadi salah satu solusi untuk mengklasifikasikan ulasan menjadi ulasan positif dan negatif terhadap komentar

pengguna aplikasi Tokopedia di Playsore. Analisis ini menghasilkan nilai *accuracy performance* yang baik sebesar 97,13% dengan nilai *precision* 1 dan pada *Recall* menghasilkan 95,49%. Selanjutnya penelitian dengan melakukan implementasi algoritma *naives bayes* pada media sosial Twitter terhadap data film menghasilkan nilai akurasi sebesar 90% dari hasil pengujian tersebut (Ratnawati, 2018). Penelitian selanjutnya tentang sentimen analisis menggunakan metode Naive Bayes terhadap data opini di Twitter dan beberapa situs belanja *online* di Indonesia menghasilkan rata-rata akurasi sebesar 93,33% dari pengujian yang dilakukan (Prihandono et al., 2018).

Dari uraian penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh penulis terdahulu maka penulis juga akan menggunakan Naive Bayes Classifier sebagai algoritma pengklasifikasian karena dengan menggunakan algoritma ini akan membantu pengambilan keputusan terbaik dalam sebuah permasalahan. Selain itu beberapa penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis terdahulu bahwa algoritma ini memiliki tingkat akurasi yang baik dan efektif. Algoritma Naive Bayes Classifier memiliki beberapa kelebihan, yaitu mudah untuk dimengerti, tidak membutuhkan data latih dalam jumlah besar, cepat dan efisien (Khadafi et al., 2022). Naive Bayes Classifier merupakan sebuah metoda klasifikasi yang berakar pada *teorema bayes*. Metode pengklasifikasian dengan menggunakan metode *probabilitas dan statistik* yg dikemukakan oleh ilmuwan Inggris yang bernama Thomas Bayes (1963) yaitu memprediksi peluang di masa depan berdasarkan pengalaman di masa sebelumnya sehingga dikenal sebagai *teorema bayes*. Ciri utama dari Naive Bayes Classifier ini

adalah asumsi yg sangat kuat (naif) akan independensi dari masing-masing kondisi atau kejadian. Menurut Delen (2008) menjelaskan Naive Bayes untuk setiap kelas keputusan, menghitung probabilitas dengan syarat bahwa kelas keputusan adalah benar, mengingat vektor informasi obyek.

Urgensi penelitian ini mengangkat permasalahan pada ulasan tamu Grand Palace Hotel Sanur Balipada Traveloka yang memiliki ulasan negatif dari tamu yang sudah menginap. Ulasan negatif tersebut tentunya akan berdampak pada citra Grand Palace Hotel Sanur Bali sehingga akan berpengaruh terhadap calon tamu yang akan menginap. Oleh karena itu analisis sentimen ini sangat penting untuk dilakukan untuk memberi rekomendasi terkait proses analisis sentimen yang bisa dilakukan agar lebih mudah mengidentifikasi setiap ulasan yang kurang baik dan segera mengambil tindakan untuk memperbaiki citra dari hotel tersebut. Dengan adanya urgensi penelitian tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Sentimen Ulasan Tamu Grand Palace Hotel Sanur Bali pada *Online Travel Agent* (OTA).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana menganalisis ulasan tamu Grand Palace Hotel Sanur Bali pada *Online Travel Agent* (OTA)?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hasil analisis sentimen ulasan tamu Grand Palace Hotel Sanur Bali pada *Online Travel Agent (OTA)*.

1.4. Manfaat Penelitian

Di dalam penelitian yang dilakukan ada beberapa manfaat yang akan didapatkan yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta wawasan bagi pembaca dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi penulis lainnya yang ingin melakukan penelitian dalam bidang yang sama.
2. Dapat menjadi pengembangan teori dengan menyumbangkan dan menyempurnakan teori yang sudah ada sebelumnya.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Dengan adanya penelitian ini dapat memberi manfaat bagi mahasiswa yaitu dapat mengembangkan sebuah keterampilan untuk melakukan analisis, riset serta bagaimana memecahkan sebuah masalah. Selain itu penelitian ini juga menambah pengetahuan baru serta membantu untuk memahami bidang studi yang didalami.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini akan memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu membantu perusahaan dalam proses pengambilan keputusan kedepannya terkait layanan ataupun fasilitas yang akan diperbaiki serta meningkatkan daya saing serta inovasi baru.

3. Bagi Program Studi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk mendorong setiap mahasiswa agar mampu berfikir kritis dalam memecahkan setiap masalah. Selain itu penelitian ini bermanfaat untuk membuka peluang baru untuk kerja sama dengan perusahaan kedepannya.

1.5. Implikasi Teoritis dan Praktis

a. Implikasi Teoritis

Secara teoritis, dengan dilakukannya penelitian ini dapat memperdalam pemahaman tentang kinerja algoritma Naive Bayes terhadap analisis sentimen. Berikut implikasi teoritis yang didapatkan setelah melakukan penelitian ini.

1. Validasi dan Pengembangan Model Teoritis

Teorema Naive Bayes memiliki asumsi bahwa setiap fitur yang ada di dalam teks memiliki sifat *independen* diantara yang lainnya. Menurut Keynes (1883-1936) dalam dunia ekonomi, *independensi* menjadi variable yang sangat berpengaruh terhadap keputusan ekonomi. Dengan demikian asumsi tersebut di dalam penelitian ini berpengaruh terhadap akurasi model

yang dapat menjadi informasi tentang apa saja yang menjadi setiap batasan model dan bagaimana penerapan teori *probabilitas* pada pengolahan bahasa alami.

2. Pengujian Teori Pengolahan Bahasa Alami

Naive Bayes berperan dalam proses pengujian dan pengembangan teori pada pengolahan bahasa alami (NLP). Penerapan pada model ini dapat memberi informasi apakah setiap teknik pemrosesan teks dapat berjalan dengan efektif, misalnya tokenisasi serta penimbangan kata dan bagaimana dampaknya terhadap klasifikasi sentimen.

3. Komparasi dengan Model Lain

Selain *Naive Bayes* ada beberapa model lain seperti *support vector machines* atau *neural networks*. Model lain tersebut dapat dibandingkan dengan *Naive Bayes* untuk mengetahui apa yang menjadi kelebihan dan kelemahan dari beberapa model yang digunakan untuk analisis sentimen.

b. Implikasi Praktis

Berikut implikasi teoritis yang didapatkan setelah melakukan penelitian.

1. Peningkatan Kualitas Layanan Hotel

Dengan melakukan analisis sentimen ulasan tamu maka pihak manajemen hotel dapat melakukan identifikasi terhadap setiap ulasan tamu apakah sering mnendapat ulasan positif atau negatif. Informasi tersebut

dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki fasilitas dan layanan hotel.

2. Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik

Manajer hotel akan lebih mudah mengambil keputusan dengan melihat data yang ada contohnya ketika ada banyak sentimen negatif tentang keamanan maka manajer hotel akan lebih mudah untuk memperbaiki bagian keamanan.

3. Pengelolaan Reputasi *Online*

Dapat memberi pemahaman yang lebih mendalam tentang analisis sentimen serta dapat dilakukan perbaikan terhadap layanan maupun fasilitas berdasarkan data ulasan tamu yang telah diberikan.

1.6. Sistematika penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan skripsi ini ditujukan kepada para pembaca agar lebih memahami isi dari laporan skripsi. Secara garis besar berikut sistematika penulisan skripsi yang terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan terdapat beberapa hal yang menjadi pembahasan yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, implikasi teoritis dan praktis dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bagian ini membahas tentang teori-teori yang erat kaitannya dengan analisis sentimen menggunakan Naive Bayes Classifier serta hal-hal pendukung lainnya untuk proses analisis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini membahas tentang sumber data serta langkah-langkah yang harus dilakukan untuk melakukan analisis sentimen dengan menggunakan algoritma Naive Bayes Classifier.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini menjelaskan tentang proses pengolahan data sampai pada proses pengujian model sehingga dapat memberikan hasil berupa tingkat akurasi model yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran yang diberikan dari proses analisis sentimen yang sudah dilakukan.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis sentimen ulasan tamu Grand Palace Hotel Sanur Bali pada Online Travel agent (OTA) maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Penelitian ini sudah menjelaskan bagaimana menganalisis ulasan sentimen menggunakan algoritma Naive Bayes Classifier yang terbukti sebagai algoritma yang akurat karena menghasilkan nilai akurasi sebesar **91,3%** yang berarti bahwa model yang digunakan memiliki tingkat akurasi yang tinggi dan mampu melakukan klasifikasi.
2. Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal terkait identifikasi masalah, rekomendasi tindakan serta strategi untuk meningkatkan citra hotel sebagai berikut.
 - Identifikasi masalah
Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa dari aspek layanan segi negatif yang disampaikan tamu yaitu cara berkomunikasi dan sikap sedangkan segi positif yaitu keramahan dan kecepatan staf hotel, aspek kebersihan dari segi

negatif yaitu area makan yang kurang bersih dan segi positif yaitu area kamar dan sekitar hotel bersih dan aspek yang terakhir yaitu fasilitas dari segi negatif terdapat peralatan bagian dalam kamar yang tidak berfungsi dengan baik dan segi positif yaitu restoran menyediakan makanan yang enak dan lokasi strategis.

- Rekomendasi tindakan

Berdasarkan hasil identifikasi masalah tersebut maka rekomendasi tindakan yang bisa dilakukan pihak hotel yaitu pelatihan staf, pemeliharaan fasilitas dan pemeriksaan rutin.

- Strategi peningkatan citra

Untuk meningkatkan dan memperbaiki citra hotel maka berikut rekomendasi strategi yang bisa dilakukan pihak hotel yaitu peningkatan layanan pelanggan, kampanye pemasaran, peningkatan pengalaman tamu dan tindak lanjut dan respon.

Secara keseluruhan analisis yang dilakukan berjalan dengan baik sehingga dapat memberikan hasil berupa wawasan berharga yang dapat digunakan untuk meningkatkan serta memperbaiki citra Grand Palace Hotel Sanur Bali.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan masih banyak kekurangan, dengan demikian peneliti berharap penelitian ini untuk dikembangkan, beberapa saran dari penulis, di antaranya :

1. Menggunakan algoritma klasifikasi yang lain sehingga dapat membandingkan hasil uji model yang dilakukan untuk mencari algoritma klasifikasi terbaik.
2. Menambah data *training* dan mengupayakan untuk menyeimbangkan jumlah data di setiap kelasnya agar model Naive Bayes lebih mudah untuk mengklasifikasikan data.
3. Ketika melakukan analisis data pada *google colab* sebaiknya diselesaikan dalam waktu yang bersamaan karena agar tidak mengalami *error* ketika kembali dilakukan *running* pada kode program.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Safitri, N. A. (2023). *Analisis Sentimen Pada Data Ulasan Hotel Menggunakan Metode Naïve Bayes Classifier* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Jember).
- Imron, A. (2019). Analisis sentimen terhadap tempat wisata di kabupaten Rembang menggunakan metode Naive Bayes Classifier.
- Pati, G. K., & Umar, E. (2022). Analisis Sentimen Komentar Pengunjung Terhadap Tempat Wisata Danau Weekuri Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier Dan K-Nearest Neighbor. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 6(4), 2309-2315.
- Apriani, R., & Gustian, D. (2019). Analisis Sentimen dengan Naïve Bayes Terhadap Komentar Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Rekayasa Teknologi Nusa Putra*, 6(1), 54-62.
- Nurlinda, E. (2022). Mengajar Matematika berbasis teori belajar konektivisme di era teknologi digital. *Journal of Mathematics In Teaching and Learning*, 1(1), 28-31.
- Santosa, S., & Maulana, R. (2020). Pengaruh Iklan Di Traveloka Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Gumilang Regency. *Pro Mark*, 10(2).
- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2013). *Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital*. Pearson.
- Synnott, W. S. (2007). *Sistem Informasi Manajemen*. Prentice Hall.
- Pang, B., & Lee, L. (2008). *Penggalian Opini dan Analisis Sentimen*. Foundations and Trends in Information Retrieval, 2(1-2), 1-135.
- Liu, B. (2012). *Analisis Sentimen dan Penggalian Opini*. Morgan & Claypool Publishers.

Lee, S., & Kim, D. Y. (2017). *Kepribadian Merek Online Travel Agent (OTA): Pengaruhnya terhadap Niat Kunjungan Kembali Secara Online.*

International Journal of Tourism Research, 19(3), 261-271.

Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2014). *Pemasaran untuk Perhotelan dan Pariwisata.* Pearson.

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2010). *Pemasaran untuk Perhotelan dan Pariwisata* (edisi ke-5). Pearson.

Liu, B. (2012). *Analisis Sentimen dan Penggalan Opini.* Morgan & Claypool Publishers.

Feldman, R., & Sanger, J. (2007). *The Text Mining Handbook: Pendekatan Lanjutan dalam Menganalisis Data Tidak Terstruktur.* Cambridge University Press.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI