

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan wisata saat ini menjadi kegiatan yang banyak dilakukan oleh masyarakat. Apalagi pasca pandemi yang telah terjadi sejak tahun 2019, masyarakat sangat antusias melakukan perjalanan wisata. Hal ini ditandai dengan tingkat kunjungan wisatawan yang sangat tinggi pada liburan Idul Fitri tahun 2022. Menurut Dispar Kota Yogyakarta tercatat 80.000 wisatawan mengunjungi 3 destinasi utama yaitu Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat, Taman Pintar, dan Gembira Loka Zoo. Sedangkan di Jawa Tengah, pengunjung Taman Wisata Candi Borobudur mencapai 113.000 orang.

Dalam melakukan kunjungan wisata, wisatawan tidak hanya mengunjungi satu destinasi saja, tetapi juga memaksimalkan waktu yang ada untuk mengunjungi destinasi lainnya. Sebagai contoh, pengunjung Taman Wisata Candi Borobudur dapat mengunjungi berbagai destinasi wisata alternatif di sekitarnya, seperti Bukit Rhema, Punthuk Setumbu, dan lain-lain. Hal ini mencerminkan pola perjalanan wisata yang semakin bervariasi dan beragam, di mana wisatawan berusaha untuk mendapatkan pengalaman sebanyak mungkin dalam satu kali perjalanan.

Potensi kunjungan wisata ini dimanfaatkan oleh Menteri BUMN Rini M. Soemarmo, sehingga membangun Balai Ekonomi Desa (Balkondes) pada tahun 2016 dan diresmikan pada tahun 2018. Balai Ekonomi Desa tersebut berupa destinasi wisata alternatif yang diberdayakan oleh masyarakat setempat. Terdapat 20 Balkondes di Kecamatan Borobudur, yang diharapkan dapat menjadi tujuan wisatawan setelah berkunjung ke Taman Wisata Candi Borobudur. Kemunculan destinasi wisata baru ini tidak hanya terjadi di sekitar Borobudur akan tetapi hampir diseluruh destinasi terkenal di Indonesia. Seharusnya memang objek wisata yang sangat populer digunakan oleh masyarakat untuk mengangkat destinasi wisata sekitarnya. Salah satu tujuannya adalah untuk meningkatkan pemerataan ekonomi (Priatmoko dkk., 2021).

Kemunculan berbagai destinasi wisata baru di berbagai wilayah menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Dengan adanya banyak pilihan, wisatawan

memiliki kebebasan untuk merencanakan perjalanan yang beragam dan menyenangkan. Namun, keberagaman destinasi ini juga memunculkan tantangan tersendiri. Bagi sebagian wisatawan, terlalu banyak pilihan bisa menjadi masalah karena membuat mereka bingung menentukan destinasi mana yang harus diprioritaskan. Keputusan yang sebelumnya mungkin sederhana menjadi lebih kompleks, memerlukan perencanaan yang lebih matang untuk memastikan bahwa setiap destinasi yang dipilih sesuai dengan minat dan tujuan wisata mereka. Sebagai contoh, beberapa wisatawan mungkin lebih tertarik pada wisata alam, sementara yang lain lebih memilih destinasi bersejarah atau budaya. Oleh karena itu, banyaknya pilihan yang tersedia membutuhkan kemampuan analisis dan perencanaan yang baik dari para wisatawan untuk memaksimalkan pengalaman perjalanan mereka.

Di era digital ini, Google Maps telah menjadi alat yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama dalam konteks perencanaan perjalanan wisata. Dengan fitur-fitur canggih yang dimilikinya, Google Maps memungkinkan wisatawan untuk mendapatkan informasi detail mengenai destinasi yang ingin mereka kunjungi. Selain menunjukkan lokasi destinasi, Google Maps juga menyediakan data tentang jarak tempuh, estimasi waktu perjalanan, dan opsi moda transportasi yang dapat digunakan. Hal ini memudahkan wisatawan dalam merencanakan rute perjalanan yang paling efisien dan menghindari kemacetan. Selain itu, Google Maps juga menawarkan fitur yang memungkinkan pengguna untuk melihat ulasan dan foto dari pengguna lain, memberikan gambaran yang lebih nyata tentang destinasi tersebut. Dengan demikian, Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai peta digital, tetapi juga sebagai sumber informasi yang komprehensif bagi para wisatawan.

Meskipun Google Maps menyediakan berbagai informasi yang membantu dalam perencanaan perjalanan, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa beberapa wisatawan masih merasa tidak puas dengan pilihan destinasi mereka. Ketidakpuasan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti harapan yang tidak sesuai dengan kenyataan, fasilitas yang kurang memadai, atau layanan yang tidak memuaskan. Bahkan, ulasan yang terlalu positif di Google Maps kadang-kadang

tidak mencerminkan kondisi sebenarnya, yang dapat menyesatkan wisatawan. Akibatnya, ulasan buruk yang diberikan oleh wisatawan tersebut dapat mempengaruhi reputasi destinasi, meskipun sebenarnya masalahnya mungkin lebih terletak pada ekspektasi yang tidak realistis daripada kualitas destinasi itu sendiri. Oleh karena itu, penting bagi wisatawan untuk melakukan riset lebih mendalam dan mempertimbangkan berbagai sumber informasi sebelum membuat keputusan akhir mengenai destinasi yang akan dikunjungi.

Ulasan dari pengguna lain sering kali menjadi acuan bagi wisatawan dalam memilih destinasi. Namun, ulasan ini tidak selalu akurat dan bisa dipengaruhi oleh preferensi dan pengalaman pribadi yang sangat subjektif. Misalnya, sebuah destinasi yang dianggap menarik dan memuaskan oleh satu wisatawan bisa jadi tidak sesuai bagi wisatawan lain dengan minat dan harapan yang berbeda. Sering kali, ulasan negatif tidak mencerminkan kekurangan destinasi itu sendiri, melainkan ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman yang dialami oleh wisatawan tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya bagi wisatawan untuk menilai ulasan dengan kritis dan menyaring informasi yang relevan dengan preferensi pribadi mereka. Selain itu, pengelola destinasi juga harus berupaya memahami dan mengelola ulasan yang diterima untuk memperbaiki layanan dan fasilitas yang disediakan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung secara keseluruhan.

Dalam upaya mengoptimalkan perjalanan wisata, banyak peneliti dan pengembang aplikasi yang mengimplementasikan algoritme rute terpendek untuk membantu wisatawan mengunjungi lebih banyak destinasi dalam waktu yang lebih efisien. Algoritme ini bekerja dengan cara menghitung rute paling cepat dan hemat waktu antara beberapa titik destinasi, sehingga wisatawan dapat memaksimalkan jumlah tempat yang dikunjungi. Namun, meskipun algoritme ini membantu dalam merencanakan perjalanan, kenyataan di lapangan sering kali berbeda. Banyaknya destinasi yang ingin dikunjungi bisa memakan waktu lebih lama dari yang diperkirakan, terutama jika wisatawan ingin menikmati setiap destinasi dengan santai. Selain itu, faktor-faktor seperti kondisi lalu lintas, waktu tunggu di tempat wisata, dan ketersediaan transportasi publik juga bisa mempengaruhi efektivitas

dari rute yang telah direncanakan. Oleh karena itu, meskipun algoritme rute terpendek sangat berguna, wisatawan tetap harus fleksibel dan siap untuk menyesuaikan rencana perjalanan mereka berdasarkan kondisi aktual yang dihadapi.

Pemilihan destinasi yang tepat memerlukan pendekatan personal agar pilihan yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan preferensi individu. Oleh karena itu, perlu dibuat sebuah model pemilihan destinasi yang bersifat personal. Dalam penelitian sebelumnya, disebutkan bahwa faktor-faktor seperti destinasi sebelumnya, pendapatan, umur, siklus hidup, gaya hidup, dan sistem nilai mempengaruhi pemilihan destinasi selanjutnya. Perkembangan media sosial juga memberikan peranan penting bagi calon wisatawan dalam menentukan destinasi mereka. Oleh karena itu, sangat penting untuk memasukkan variabel-variabel tersebut ke dalam model sehingga dapat menghasilkan output berupa destinasi yang dinilai sesuai.

Kebaruan dalam penelitian ini adalah menggabungkan variabel yang digunakan oleh seddighi dkk, tang dkk juga tankovic dkk, dengan ditambahkan variabel persepsi. Variabel persepsi di dapatkan dari komentar pengunjung terhadap Objek Wisata Candi Borobudur, kemudian diolah menggunakan Algoritme yang diajukan untuk menggolongkan komentar kedalam kelompok Negatif, Netral dan Positif. Setelah didapatkan, akan ditambahkan sebagai variabel dalam dataset.

Dengan adanya aplikasi yang membantu dalam pemilihan destinasi, diharapkan membantu wisatawan dalam menentukan destinasi secara cepat dan hasil yang memuaskan. Karena dalam usaha wisata, kepuasan pelanggan memegang peranan yang sangat penting. Efek Panjang dari kepuasan wisatawan selain untuk dirinya sendiri juga berguna untuk marketing *word of mouth* khususnya pada media elektronik (E-WoM). Sesuai dengan penelitian Andervazh dan kawan-kawan yang menyatakan bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan dan bersifat langsung, sehingga sebaiknya kata-kata negatif pada media sosial sebaiknya dihilangkan (Andervazh dkk., 2020).

1.2. Identifikasi Masalah Penelitian

Masalah dalam penelitian ini diidentifikasi berdasarkan tantangan yang dihadapi oleh wisatawan dalam memilih destinasi wisata yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Meskipun ada berbagai alat bantu digital seperti Google Maps yang menyediakan informasi mengenai destinasi, wisatawan sering kali masih mengalami kesulitan dalam membuat keputusan karena terlalu banyaknya pilihan dan perbedaan antara harapan dengan kenyataan di lapangan. Selain itu, ulasan dari pengguna lain yang sering kali digunakan sebagai acuan, tidak selalu mencerminkan kondisi sebenarnya dari destinasi yang dikunjungi. Permasalahan ini menimbulkan kebutuhan untuk mengembangkan model pemilihan destinasi yang lebih personal dan sesuai dengan persepsi wisatawan.

1.3. Perumusan Masalah

Penelitian ini dirumuskan untuk menjawab beberapa pertanyaan utama, yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pemilihan destinasi wisata?
2. Bagaimana sentimen pengunjung terhadap destinasi wisata, khususnya Candi Borobudur, mempengaruhi pemilihan destinasi?
3. Bagaimana mengelompokkan destinasi wisata berdasarkan framework 6A?
4. Bagaimana mengembangkan model pemilihan destinasi wisata dan sistem informasi yang dapat membantu wisatawan dalam menentukan destinasi yang sesuai?

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan destinasi wisata.
2. Analisis sentimen pengunjung terhadap destinasi pariwisata Candi Borobudur.
3. Mengelompokkan destinasi pariwisata berdasarkan framework 6A.
4. Mengembangkan model pemilihan destinasi wisata dan Sistem Informasi

1.5. Kebaruan dan Orisinalitas

Beberapa penelitian mengenai pemilihan destinasi wisata telah dilakukan oleh peneliti lain yang menjadi rujukan. Penelitian ini menunjukkan perbedaan dengan

penelitian sebelumnya dalam pendekatan dan fokusnya. Penelitian sebelumnya oleh Tang dkk. (2020) berfokus pada perilaku pemilihan moda transportasi ke destinasi wisata, menggunakan model multinomial logit, dan mempertimbangkan variabel seperti umur, jenis tempat tinggal, kepemilikan mobil, teman seperjalanan, dan lama liburan sebagai faktor signifikan dalam pemilihan destinasi wisata (Tang dkk., 2020).

Penelitian yang sedang dilakukan menitikberatkan pada penggunaan analisis sentimen sebagai variabel tambahan dalam proses pemilihan destinasi wisata, yang merupakan pendekatan yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Analisis sentimen memungkinkan penelitian ini untuk mempertimbangkan persepsi dan ulasan dari wisatawan sebelumnya, yang dapat memberikan insight yang lebih mendalam tentang preferensi dan kepuasan wisatawan. Pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan model yang lebih akurat dan relevan dengan kebutuhan wisatawan saat ini.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Tankovic (2022) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi destinasi wisata. Ulasan dan rekomendasi dari pengguna media sosial menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan wisatawan. Penelitian ini juga akan menggabungkan temuan tersebut dengan menilai bagaimana opini dan ulasan online dapat mempengaruhi pilihan destinasi.

Penelitian ini akan menggabungkan berbagai fitur dari penelitian sebelumnya untuk mengembangkan model baru yang merupakan penggabungan dari model-model sebelumnya. Dengan pendekatan ini, penelitian ini tidak hanya memberikan inovasi dalam metode pemilihan destinasi wisata tetapi juga memperluas wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan. Model yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi alat yang lebih efektif dalam membantu wisatawan memilih destinasi yang paling sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka.

1.6. Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

- a. Bagi Pelaku Perjalanan Wisata (Wisatawan)

- Memberikan pilihan destinasi yang sesuai dengan waktu yang cepat.
- Waktu lebih efektif karena tidak terbuang untuk mempertimbangkan destinasi yang dituju dan mengurangi risiko mengunjungi tempat yang tidak sesuai dengan preferensi wisatawan.
- Aplikasi dapat digunakan pada objek wisata lain, yang kondisinya mirip dengan Kawasan Candi Borobudur.

b. Bagi Pelaku Usaha

- Dapat memperkenalkan destinasi kepada wisatawan.
- Merupakan sistem penawaran destinasi wisata yang efektif karena tepat sasaran.

1.7. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada penggunaan algoritma Naïve Bayes untuk analisis sentimen dan pemilihan destinasi wisata di sekitar kawasan Candi Borobudur. Model yang dikembangkan hanya mempertimbangkan faktor-faktor yang relevan dengan preferensi wisatawan dan persepsi dari ulasan online, serta tidak mencakup aspek lain seperti kondisi ekonomi makro atau perubahan iklim yang mungkin mempengaruhi pola perjalanan wisata.

1.8. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan dan memberikan gambaran yang terstruktur mengenai penelitian ini, penulisan disusun dalam beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bab I - Pendahuluan membahas mengenai latar belakang masalah yang melatarbelakangi penelitian, identifikasi masalah yang menjadi fokus utama, serta perumusan masalah yang perlu dijawab oleh penelitian ini. Bab ini juga menjelaskan maksud dan tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan destinasi wisata, melakukan analisis sentimen terhadap ulasan pengunjung, dan mengembangkan model pemilihan destinasi yang dapat membantu wisatawan menentukan destinasi yang sesuai dengan preferensi mereka. Selain itu, bab ini menguraikan manfaat penelitian, baik bagi wisatawan maupun pelaku usaha pariwisata, dalam meningkatkan efektivitas pemilihan destinasi dan kepuasan wisatawan.

2. Bab II - Tinjauan Pustaka membahas penelitian-penelitian terdahulu yang relevan sebagai landasan penelitian ini, termasuk model-model yang telah dikembangkan sebelumnya dalam pemilihan destinasi wisata. Bab ini juga menguraikan landasan teori dan konsep-konsep penting yang digunakan, seperti framework 6A, algoritma analisis sentimen, dan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan wisatawan. Pembahasan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana pendekatan-pendekatan yang ada telah diterapkan dan diintegrasikan dalam penelitian ini.
3. Bab III - Metodologi Penelitian menjelaskan metode yang digunakan dalam proses pengumpulan dan analisis data. Bab ini mencakup tahapan dalam pengembangan model pemilihan destinasi wisata, mulai dari identifikasi variabel, pengumpulan data ulasan pengunjung, hingga penerapan algoritma analisis sentimen dan Naïve Bayes untuk menghasilkan rekomendasi destinasi. Pendekatan metodologis yang sistematis dijelaskan untuk memastikan bahwa model yang dikembangkan memiliki dasar yang kuat dan relevan dengan tujuan penelitian.
4. Bab IV - Analisis dan Pembahasan memaparkan hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan destinasi wisata. Bab ini juga menyajikan hasil dari analisis sentimen terhadap ulasan pengunjung dan pengelompokan destinasi wisata berdasarkan framework 6A. Pembahasan difokuskan pada interpretasi data yang diperoleh dan bagaimana hasil ini dapat digunakan untuk menyempurnakan model pemilihan destinasi wisata yang lebih personal dan tepat sasaran.
5. Bab V - Penutup menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian, yang mencakup pencapaian tujuan penelitian dan kontribusi penelitian terhadap bidang studi pariwisata. Bab ini juga memberikan saran untuk penelitian lebih lanjut, termasuk pengembangan model yang lebih kompleks atau integrasi variabel tambahan yang belum dipertimbangkan dalam penelitian ini. Rekomendasi yang diberikan bertujuan untuk memperbaiki praktik pemilihan destinasi wisata dan memberikan panduan bagi pengembangan sistem informasi yang lebih adaptif.