

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Industri *Wedding Planning*

Industri pernikahan Indonesia adalah industri bernilai miliaran dolar dan mencakup banyak bidang bisnis. Bisnis-bisnis ini menawarkan layanan yang memenuhi kebutuhan calon pengantin untuk membuat hari-hari istimewa mereka berkesan. Beberapa dari bisnis terkait dengan pernikahan termasuk *wedding retailers*, perencana pernikahan, *catering*, dekorator, fotografer, persewaan tempat, dan banyak lainnya (Salim, 2013).

Menurut Neighbors & Sobal (2018) dalam Huang et al., (2017) sebuah pernikahan tidak hanya melibatkan pasangan calon pengantin, tetapi juga melibatkan seluruh keluarga. *Career Winner Magazine Editorial* (2005) Li (2004) Hsu (2012) dalam Huang et al., (2017) mengemukakan kompleksitas dari sebuah pernikahan cenderung menyebabkan gesekan antara dua keluarga, dan seringkali membutuhkan bantuan dari orang lain. Sebagian besar pasangan calon pengantin mempercayakan persiapan pernikahan mereka kepada pihak ketiga, dan *Wedding Planning Industry* dikembangkan, untuk membantu pasangan ini dengan persiapan pernikahan.

1.1.2 Bridestory

Bridestory adalah direktori pernikahan berskala global. *Bridestory* merupakan *marketplace* yang memberikan fasilitas untuk menghubungkan para profesional pernikahan dan vendor dengan pihak calon pengantin di seluruh dunia. (business.bridestory.com).



Gambar 1.1 Logo *Bridestory*

Sumber: www.bridestory.com (2020)

Sejak didirikan pada tahun 2014, *Bridestory* telah bertumbuh menjadi *marketplace* pernikahan dengan jumlah kunjungan paling banyak di Indonesia. *Bridestory* telah membantu menghubungkan lebih dari 3,5 juta calon pengantin setiap tahunnya, dengan lebih dari 20.000 penyedia produk dan layanan keperluan pernikahan yang telah terkurasi. Ajang tahunan *Bridestory* Market pun telah menjadi ajang pameran pernikahan terbesar di Asia Tenggara (tokopedia.com).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia setelah China, India, dan Amerika dengan jumlah penduduk mencapai 272 juta jiwa (www.worldometers.info) dengan prediksi jumlah penduduk Indonesia lima tahun kemudian pada tahun 2025 adalah sebesar 284 juta jiwa atau naik sebesar 12 juta jiwa dari tahun 2020 (bps.go.id). Berikut proyeksi proporsi penduduk Indonesia berdasarkan umur pada tahun 2010-2035 (%) :

Tabel 1.1 Proyeksi Umur Penduduk Indonesia 2010-2035 (%)

Proyeksi Umur Penduduk Indonesia	Tahun					
	2010	2015	2020	2025	2030	2035
Umur 0-14 tahun	28,6%	27,3%	26,1%	24,6%	22,9%	21,5%
Umur 15-64 tahun	66,5%	67,3%	67,7%	67,9%	68,1%	67,9%
Umur 65+	5,0%	5,4%	6,2%	7,5%	9,0%	10,6%

Sumber: www.b7ps.go.id (2020)

Berdasarkan tabel berikut dapat dilihat bahwa mayoritas penduduk Indonesia dari tahun 2010 hingga 2035 berdasarkan 3 fase rentang umur adalah pada umur 15-64 tahun. Proyeksi persentase pertumbuhan penduduk Indonesia antara tahun 2010-2035 cenderung menurun pada umur 0-14 tahun dari 28,6% pada 2010 hingga 21,5% pada tahun 2035, pada rentang umur 15-64 tahun terjadi peningkatan dari 66,5% tahun 2010 hingga 67,9% tahun 2035 dan pada rentang umur 65 tahun ke atas terus terjadi peningkatan dari 5,0% pada tahun 2010 menjadi 10,6% pada tahun 2035. Persentase tahun saat penelitian ini dilakukan (2020) bila dihubungkan dengan proyeksi tahun terdekat (2025) dapat dilihat bahwa penurunan persentase umur penduduk Indonesia

hanya terjadi pada rentang umur 0-14 tahun, sedangkan peningkatan terjadi pada rentang umur 15-64 tahun dan umur 65 tahun ke atas.

Hukum yang mengatur mengenai usia pernikahan di Indonesia dituangkan dalam Undang-Undang (UU) Nomor 16 Tahun 2019 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan pada Pasal ke 7 Ayat ke 1 menyatakan bahwa “Perkawinan hanya diizinkan apabila pria dan wanita sudah mencapai umur 19 (sembilan belas) tahun.” dan Pasal 7 Ayat 2 “ Dalam hal terjadi penyimpangan terhadap ketentuan umur sebagaimana dimaksud pada ayat (1), orang tua pihak pria dan/atau orang tua pihak wanita dapat meminta dispensasi kepada Pengadilan dengan alasan sangat mendesak disertai bukti-bukti pendukung yang cukup.”

Menurut catatan Badan Pusat Statistik (BPS), persentase laki-laki dan perempuan yang belum menikah berumur 10 tahun ke atas turun sebesar 32,43% pada tahun 2017 dan 32,20% pada tahun 2018 (bps.go.id). Berdasarkan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2018 adalah sekitar 265 juta jiwa (bappenas.go.id). Artinya 32,20% dari jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2018 adalah sekitar 85 juta jiwa penduduk Indonesia yang belum menikah pada tahun 2018.

Pernikahan merupakan sesuatu yang sakral dan dinantikan oleh setiap orang, Dalam ikatan pernikahan tidak hanya menggabungkan dua individu dengan latar belakang berbeda tetapi juga menggabungkan dua keluarga besar mereka (Mohtarom, 2017). Ketua Tim Percepatan dan Pengembangan Wisata Kuliner dan Belanja Kementerian Pariwisata, Tim Ahli *Co-Branding Wonderful Indonesia*, Ravita Datau (dalam Silawati, 2018) mengatakan bahwa “*Wedding* telah menjadi industri yang berkembang dan merupakan bisnis yang menjanjikan baik bagi pengguna, industri yang terlibat maupun bagi destinasi”.

Menurut Ketua Umum Himpunan Perusahaan Penata Acara Pernikahan (Hastana) Priapratama (dalam Handayani, 2020) Berdasarkan peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, eksistensi industri pernikahan semakin diakui keberadaannya karena industri ini termasuk dalam

industri *event* dan kreatif dalam lingkup ekonomi kreatif yang mencakup usaha kuliner, rias dan gaun pengantin, produksi dan dekorasi, video dan fotografi, *merchandise*.

Menurut Pengamat bisnis dan waralaba Karamoy (dalam Mansur, 2016) mengatakan bahwa peluang usaha penyelenggara pernikahan sangatlah besar untuk pasar di Indonesia. Mengingat pernikahan ingin dikenang sebuah momen yang tidak terlupakan, sehingga ingin diselenggarakan dengan baik. Banyak sekali masyarakat ingin pernikahannya dilaksanakan menggunakan jasa penyelenggara pernikahan yang profesional, oleh karena itu bisnis ini sangat prospektif ke depan.



Gambar 1.2 Linimasa Persiapan Pernikahan Dalam 12 Bulan

Sumber: Bridestory.com (2020)

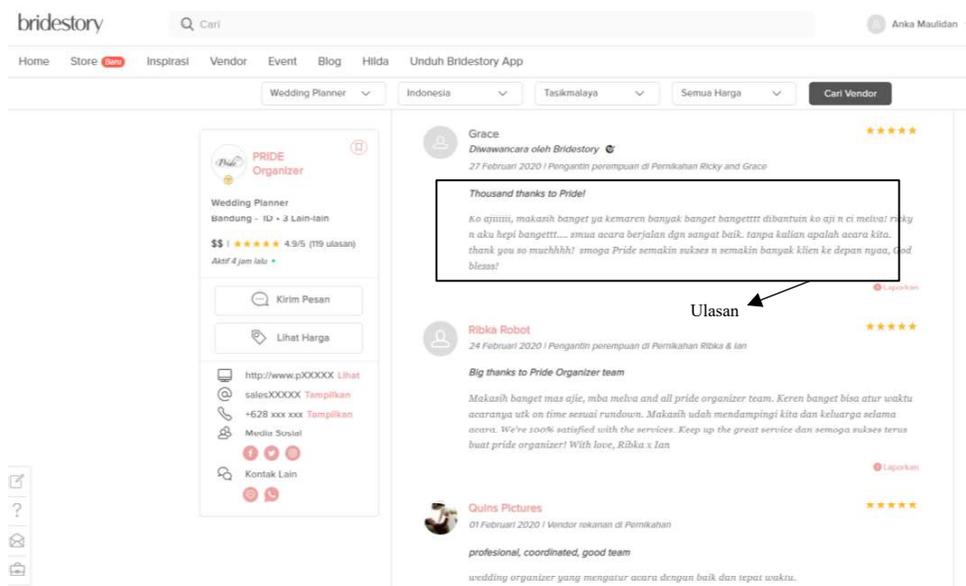
Gambar diatas merupakan linimasa persiapan pernikahan dalam 12 bulan yang sebelumnya diperoleh dari 180 ribu responden *Bridestory* di Indonesia pada tahun 2019. Berdasarkan gambar tersebut diketahui bahwa *vendor Wedding Planning* merupakan salah satu prioritas pertama yang dicari oleh calon pasangan dalam 12 bulan perencanaan pernikahan.

Provinsi Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 4 juta jiwa pada tahun 2019 (bali.bps.go.id). Bali menjadi salah satu destinasi populer untuk melangsungkan pernikahan, dengan total 16 ribu pernikahan dalam satu tahun (wolipop.detik.com). *Chairman Bali Wedding Association (BWA)*, Sinly Anfenny (dalam Silawati, 2018) mengatakan bahwa “Bali mempunyai alam dan budaya serta pilihan lokasi pernikahan yang beragam, mulai pantai, gunung, sawah, tebing hingga hotel bintang lima, *resort* maupun villa dengan fasilitas *premium* yang sangat mudah diakses”. Menurut Sekretaris Bali *Wedding Association (BWA)*, Marcelino Wauran (dalam Kusniarti, 2018) mengatakan bahwa “belakangan Bali

memang menjadi destinasi favorit *wedding* baik bagi lokal *market* hingga wisatawan mancanegara (wisman)”.
Pada tahun 2018 melalui T+L India *Best Award* menobatkan Bali sebagai *Best Wedding Destination International* (Kumparan.com). Oleh karena Bali telah diakui baik lokal maupun Internasional sebagai salah satu destinasi populer dalam melangsungkan acara pernikahan, maka seluruh pihak terkait dengan Industri *Wedding* harus bekerjasama untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dalam menyukseskan acara pernikahan yang diselenggarakan di Bali termasuk dengan vendor *Wedding Planning* di Bali. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menjadikan Bali sebagai batasan penelitian dalam menganalisis data ulasan *vendor Wedding Planning* pada *e-commerce Bridestory*.

Bridestory merupakan sebuah *platform* pernikahan penyedia layanan penghubung dari berbagai macam *vendor* pernikahan kepada calon pengantin di seluruh dunia, salah satunya adalah vendor *Wedding Planning*.

Bridestory merupakan sebuah *platform* pernikahan penyedia layanan penghubung dari berbagai macam *vendor* pernikahan kepada calon pengantin di seluruh dunia, salah satunya adalah vendor *Wedding Planning*.



Gambar 1.3 Screenshot Ulasan di website Bridestory

Sumber: Bridestory.com (2020)

Data ulasan konsumen dalam laman *Bridestory* disebut *Online Customer Review* (OCR), OCR adalah ulasan yang diberikan oleh konsumen terkait dengan informasi atas

evaluasi suatu produk tentang berbagai macam aspek. Dengan informasi tersebut, konsumen bisa mendapatkan kualitas produk yang dicari dari ulasan dan pengalaman yang ditulis oleh konsumen lain yang telah membeli produk dari penjual *online* sebelumnya (Mo & Fan, 2015)

Kandungan dari informasi tersebut merupakan data yang disebut dengan istilah *User Generated Content* (UGC) yakni konten yang dibuat oleh pengguna atau sering disebut juga dengan *user* dalam media (Bruns, 2016). Agar dapat mengetahui *customer experience* dari *User Generated Content* (UGC) pada situs *Bridestory* maka dilakukan *Text Mining*, *Text mining* adalah divisi dari penambangan data yang berfokus pada penemuan sebuah *insight* dari informasi teks (Zhai & Massung, 2016). *Insight* bermanfaat yang diperoleh perusahaan dari informasi teks berdasarkan *customer experience* disebut *customer insight*. *Customer Insight* merupakan cara terbaru pemasaran dengan memanfaatkan pelanggan sebagai sarana mengambil informasi untuk dipahami lebih dalam tentang pelanggan dan pasar yang akan menjadi penciptaan nilai pelanggan, keterlibatan pelanggan, dan keterlibatan hubungan yang lebih dekat. (Kotler & Armstrong 2016:131).

Salah satu metode yang digunakan dari *text mining* yaitu *topic modelling*. *Topic modelling* merupakan Teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi topik tersembunyi dari sebuah teks maupun dokumen. *topic modelling* mewakili setiap dokumen sebagai kombinasi kompleks dari beberapa topik dan setiap topik sebagai kombinasi kompleks beberapa kata, Hal tersebut digunakan sebagai penambang kata untuk mengklasifikasikan dokumen berdasarkan hasil inferensi topik (Liu & Zhang, 2012). Pendekatan *topic modelling* dalam penelitian ini menggunakan *Latent Dirichlet Allocation* (LDA). LDA merupakan metode *unsupervised* untuk menemukan topik laten dari kumpulan dokumen. Dalam LDA, setiap dokumen direpresentasikan sebagai distribusi probabilitas atas topik, di mana setiap topik adalah distribusi probabilitas atas semua kata dalam kosa kata (Wang et al., 2016).

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti melihat peluang bagi vendor *Wedding Planning* dalam Industri *Wedding Planning* untuk dapat lebih memahami konsumen dengan cara melakukan *text mining* terhadap *User Generated Content* (UGC)

yang diperoleh dari situs *Bridestory* dengan menggunakan analisis *topic modelling* dengan pendekatan *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) untuk mengetahui topik-topik yang sering muncul dengan tujuan untuk mendapatkan *customer insight* dari *customer experience* yang berguna bagi vendor *wedding planning* sebagai masukan dalam upaya menjaga dan meningkatkan manajemen layanan serta daya saing industri *wedding planning* di Bali dari lokal hingga kancah Internasional.

Berdasarkan fenomena yang telah dikemukakan diatas maka penulis memutuskan untuk meneliti mengenai “Analisis Data Ulasan *Wedding Planning Industry* di Provinsi Bali menggunakan Metode *Latent Dirichlet Allocation* pada *E-Commerce Bridestory*”.

1.3 Perumusan Masalah

Peluang usaha dalam Industri *Wedding Planning* di Indonesia sangat besar dikarenakan peristiwa pernikahan merupakan acara yang dinantikan oleh setiap orang, ditambah Industri Pernikahan yang semakin diakui keberadaannya akibat dikeluarkannya Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif karena industri ini termasuk dalam industri *event* dan kreatif dalam lingkup ekonomi kreatif yang mencakup usaha kuliner, rias dan gaun pengantin, produksi dan dekorasi, video dan fotografi, *merchandise*.

Berdasarkan data persiapan pernikahan dalam 12 bulan dari 180 ribu responden yang dilakukan oleh *bridestory* diketahui bahwa *vendor Wedding Planning* merupakan salah satu prioritas pertama yang dicari oleh calon pasangan dalam 12 bulan perencanaan pernikahan.

Provinsi Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 4 juta dan menjadi destinasi favorit pernikahan dari *local market* hingga wisatawan mancanegara dengan total acara pernikahan Bali mencapai angka 16 ribu pernikahan dalam satu tahun. Bali menjadi salah satu destinasi populer untuk melangsungkan acara pernikahan yang meraih penghargaan *Best Wedding Destination International* pada T+L India tahun 2018. Dengan pengakuan terhadap Bali baik dari lokal hingga mancanegara sebagai salah satu destinasi favorit dalam melangsungkan

acara pernikahan, maka seluruh pihak terkait dengan Industri *Wedding* harus berusaha menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dalam menyelenggarakan acara pernikahan di Bali, termasuk dengan vendor *Wedding Planning* yang menjadi salah satu prioritas utama yang dicari calon pasangan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menjadikan Bali sebagai batasan penelitian dalam menganalisis data ulasan *vendor Wedding Planning* pada *e-commerce Bridestory*.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis ingin menganalisis data ulasan pada *Wedding Planning Industry* di Provinsi Bali pada situs *Bridestory* untuk mengetahui mengenai topik yang sering dibahas oleh pengguna layanan jasa dari berbagai *vendor Wedding Planning* pada *e-commerce Bridestory* sebagai masukan untuk meningkatkan manajemen layanan serta daya saing industri *wedding planning* di Bali dari lokal hingga kancah Internasional. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode analisis *topic modelling* yaitu teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi topik tersembunyi dari sebuah teks maupun dokumen dengan pendekatan LDA (*Latent Dirichlet Allocation*) untuk mengetahui berbagai topik yang sering muncul dalam data ulasan pada Industri *Wedding Planning* di Bali pada situs *Bridestory*.

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan, maka penulis memperoleh pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana melakukan *topic modelling* dengan metode *Latent Dirichlet Allocation* dalam menganalisis topik-topik yang terdapat dalam data ulasan mengenai industri *Wedding Planning* di Provinsi Bali?
- 2) Apa topik utama yang dibicarakan *user* pada konten dalam data ulasan industri *Wedding Planning* di Provinsi Bali?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan analisis *topic modelling* dengan metode *Latent Dirichlet Allocation* untuk mengetahui topik-topik apa saja yang terdapat dalam data ulasan industri *Wedding Planning* di Provinsi Bali dalam *e-commerce Bridestory*.

- 2) Untuk mengidentifikasi topik utama yang dibahas oleh *customer* dalam data ulasan industri *Wedding Planning* di Provinsi Bali

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Dari hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan kepada Civitas Academica, Perusahaan, Industri *Wedding Planning* akan manfaat dari penggunaan *Topic modelling* dengan metode *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) dalam mengetahui topik yang sering dibicarakan dari data ulasan sebagai masukan bagi manajemen layanan organisasi.

1.5.2 Aspek Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan yang masuk dalam kategori Industri *Wedding Planning* maupun pada industri lainnya akan manfaat yang begitu besar dari sebuah pengetahuan atas hasil pengolahan dari data konsumen atas suatu layanan perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut sistematika penulisan tugas akhir sebagai gambaran umum mengenai penelitian ini:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menjabarkan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penelitian, memaparkan penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjabarkan metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, sumber data dan proses analisis data yang digunakan.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis memaparkan hasil pengolahan data yang sudah diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode analisis yang telah di tetapkan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian, memberikan saran untuk untuk objek penelitian serta pihak-pihak yang terkait dalam penelitian.