

ABSTRAK

Indonesia memiliki banyak potensi wisata yang luar biasa. Hal ini terlihat dari pertumbuhan yang pesat dari industri pariwisata di Indonesia. Pada tahun 2023, Jawa Timur akan menjadi provinsi yang paling banyak dikunjungi di Indonesia, dan salah satu daerah yang paling banyak dikunjungi adalah Kabupaten Malang. Persaingan bisnis perhotelan juga meningkat dengan cepat bersamaan dengan banyaknya pelaku bisnis yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami posisi merek di tiga resort bintang lima di Kabupaten Malang, yaitu Golden Tulip Holland Resort Batu, The Singhasari Resort Batu, dan Jambuluwuk Convention Hall & Resort Batu. Hal ini akan dilakukan melalui analisis ulasan pengunjung yang terdapat di platform Traveloka. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi kinerja dan posisi merek tersebut di mata pengunjung, sehingga mereka dapat bersaing secara efektif dalam kondisi pasar yang kompetitif.

Penelitian ini menggunakan metode campuran, dengan pengumpulan data dilakukan melalui crawling pada platform Traveloka menggunakan Google Colab. Data yang diperoleh berkaitan dengan ulasan pengunjung pada aplikasi Traveloka untuk tiga resort bintang lima di Kabupaten Malang. Selanjutnya, data tersebut dianalisis menggunakan metode sentiment analysis dan diekspresikan dalam bentuk visualisasi teks dengan menggunakan wordcloud. Hal ini dilakukan untuk menyelidiki topik yang sering dibicarakan oleh pengunjung yang telah mengunjungi ketiga resort tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga resort bintang lima Kabupaten Malang tersebut memiliki perbedaan yang hampir serupa pada sentiment analysisnya yaitu didominasi oleh opini positif dibandingkan dengan opini negatif yang tertera. Brand positioning yang didapatkan pun menjadi faktor penting dalam membangun citra merek pada pengunjung. Golden Tulip Holland Resort Batu, Jambuluwuk Convention Hall & Resort Batu, dan The Singhasari Resort Batu ini pun memiliki keunikan masing-masing seperti akomodasi bulan madu yang menjadikan nilai plus pada Golden Tulip Resort Batu, lokasi yang strategis dan konsep tradisional yang unik dari Jambuluwuk Convention Hall & Resort Batu, serta berbagai atraksi yang dapat mengisi waktu luang yang diberikan oleh The Singhasari Resort Batu. Hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi perusahaan tentang posisi merek mereka dalam pasar pariwisata, serta memberikan panduan yang konkret untuk meningkatkan kinerja, memperkuat citra merek, dan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Kata Kunci: *brand positioning, resort, sentiment analysis, traveloka, online review*