

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambar Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) objek penelitian merupakan sebuah atribut, sifat, atau nilai dari seseorang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek penelitian ini merupakan resort bintang lima yang berada di Kabupaten Malang.

1.1.1 Golden Tulip Holland Resort Batu

Golden Tulip merupakan resort bintang lima yang dinaungi oleh Louvre Hotels Group yang berada di berbagai negara di dunia, salah satunya di Malang yang bernama Golden Tulip Holland Resort Batu yang berkomitmen terhadap standar kualitas yang dimilikinya dengan tetap merangkul budaya lokal di dalamnya. Golden Tulip Holland Resort berada di jantung kota Malang yang dapat dinikmati dengan keluarga.



Gambar 1.1 Logo Golden Tulip Holland Resort Batu

Sumber: Golden Tulip Holland Resort Batu (2022)

Golden Tulip Holland Resort Batu ingin menjadikan resort ini menjadi pilihan yang sempurna bagi pasangan yang mencari liburan romantis, dan merasakan suguhan mewah dengan berbagai fasilitas yang diberikan termasuk dengan fasilitas pusat kebugaran yang menarik. Golden Tulip Holland Resort Batu juga ingin dapat memberikan kesan liburan tenteram dan jauh dari hingar-bingar dengan memberikan kenyamanan serta pelayanan prima bagi pengunjung (Golden Tulip, 2022).

1.1.2 The Singhasari Resort Batu

The Singhasari Resort & Convention merupakan resort bintang lima di Jawa Timur yang mengintegrasikan budaya, tradisi, keindahan, dan gaya hidup Indonesia. Singhasari Resort and Convention, sesuai dengan namanya, mengambil konsep resort tradisional namun juga memadukan dengan unsur modern kontemporer. Singhasari Resort merupakan resort bintang lima di Kota Wisata Batu, dengan banyak fasilitas yang sangat lengkap dan pelayanan berkualitas tinggi yang memuaskan.



Gambar 1.2 Logo The Singhasari Resort Batu

Sumber: The Singhasari Resort (2023)

The Singhasari Resort Batu ingin menjadikan resort ini menjadi pilihan yang sempurna untuk liburan romantis bagi pasangan serta menjadi pilihan tepat bagi suguhan mewah untuk liburan. The Singhasari Resort Batu juga ingin memberikan kenyamanan yang dapat menginginkan liburan yang damai dan jauh dari keramaian (The Singhasari, 2023).

1.1.3 Jambuluwuk Convention Hall & Resort Batu

Jambuluwuk Resort Batu merupakan resort bintang lima yang berada di Batu, Malang yang terletak 1035 meter di atas permukaan laut yang secara strategis berada di antara Kabupaten Batu dan Kota Pujon. Resort ini menghadirkan pemandangan taman yang rimbun dan perkebunan tropis yang ingin memberikan kesan terhadap tamunya dengan alam yang indah dan suasana keramahan Jawa Timur.



Gambar 1.3 Logo Jambuluwuk Convention Hall & Resort Batu

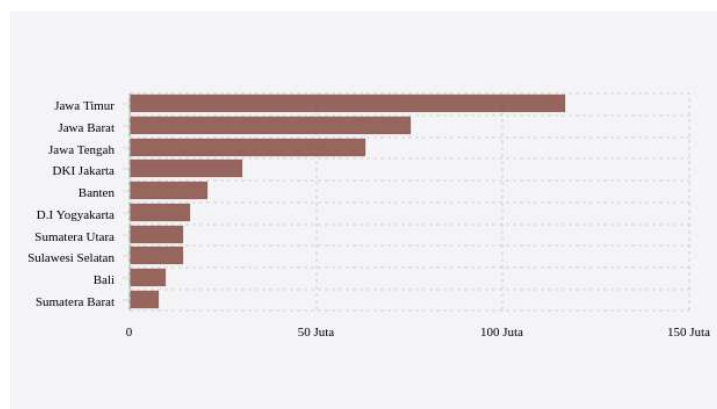
Sumber: Jambuluwuk Hotel & Resort (2023)

Jambuluwuk Convention Hall & Resort Batu ingin menjadikan resort ini bagi seseorang yang ingin menikmati pemandangan alam yang menarik dengan suasana

tradisional yang terdapat pada Jambuluwuk Convention Hall & Resort Batu. Berbagai macam aktivitas juga dapat dinikmati oleh pengunjung seperti badminton, yoga, sauna, pusat kebugaran, renang, hingga hal lainnya yang dapat dinikmati di Jambuluwuk Convention Hall & Resort Batu (Jambuluwuk, 2023).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat besar. Hal ini terlihat dari pesatnya perkembangan industri pariwisata Indonesia. Bahkan, pesatnya perkembangan pariwisata terlihat dari banyaknya prestasi Indonesia yang mendunia. Tak hanya dikelilingi pegunungan dan perbukitan, Indonesia juga kaya akan alam bawah laut. Pasca pandemi, pemulihan pariwisata dan ekonomi kreatif semakin kuat. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah kumulatif kunjungan wisatawan mancanegara pada triwulan I tahun 2023 mencapai 2,5 juta atau meningkat 508,87% dibandingkan periode yang sama tahun 2022. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) juga memperkirakan jumlah kunjungan wisman bisa mencapai kurang lebih 9 juta pada akhir tahun ini (Purwowitz, 2023).



Gambar 1.4 Proporsi Kunjungan Terbanyak oleh Wisatawan Nusantara

Sumber: Databoks (2023)

Pada tahun 2023, Jawa Timur tercatat sebagai provinsi dengan provinsi yang paling sering dikunjungi turis lokal. Angkanya hingga mencapai 116,70 juta atau

setara dengan 26,92% dari total wisatawan nusantara. Jumlahnya wisatawan Jawa Timur bahkan dapat mengalahkan Bali yang sudah tak asing lagi memiliki angka kunjungan wisatawan terbanyak, namun pada tahun ini Jawa Timur memegang kuat posisi kunjungan wisatawan terbanyak ini (Gambar 1.4). Dalam setahun wisatawan nusantara di Jawa Timur tercatat memiliki nilai transaksi mencapai Rp487 triliun. Jawa Timur memiliki banyak destinasi wisata yang unik dan indah seperti Gunung Bromo, Museum Angkut, Batu Secret Zoo, dan yang lainnya yang dapat menjadi pilihan yang cocok untuk dikunjungi wisatawan mancanegara dan nusantara untuk mengeksplor Jawa Timur lebih dalam (Muhammad, 2023). Pada tahun 2023, Gubernur Jawa Timur Khofifah menjelaskan bahwa Kota Surabaya, Kabupaten Malang, dan Kabupaten Sidoarjo yang menjadi daerah di Provinsi Jawa Timur yang paling banyak dikunjungi wisatawan (Kominfo Prov Jatim, 2023). Seiring dengan perkembangan pesat kunjungan wisatawan di Jawa Timur, maka pertumbuhan bisnis resort menjadi hal yang menjadi hal yang membantu mendukung potensi pariwisata di Jawa Timur. Resort memiliki karakteristik yang unik dengan berbagai jenis aktivitas serta area rekreasi yang dapat digunakan secara bebas oleh pengunjung resort. Resort juga berfokus dalam menonjolkan sisi kemewahan serta kenyamanan pengunjung dengan berbagai fasilitas, sehingga resort dihadirkan untuk seseorang yang mencari kenyamanan dalam berwisata. Dalam segi lokasi, resort memiliki letak dengan memperlihatkan sisi alam yang menyejukan dan menawarkan pengalaman menginap secara *intimate*.

Malang menjadi salah satu daerah di Jawa Timur yang menjadi destinasi terpopuler tahun 2023, maka dari itu resort menjadi tempat yang cocok untuk dijadikan tempat bersantai di Malang. Resort memiliki klasifikasinya tersendiri dan yang menjadi penilaian klasifikasinya yaitu dilihat dari beberapa pengelompokan tingkatan yang dilakukan berdasarkan ukuran dari penilaian tertentu, yang meliputi jumlah kamar, fasilitas yang disediakan, peralatan yang ada, serta mutu pelayanan. Jawa Timur memiliki berbagai jenis resort yang dapat menjadi pilihan yang berbeda, dan berdasarkan situs Traveloka terdapat 3 resort di Batu, Malang yang memiliki bintang 5 diantaranya yaitu Golden Tulip Holland Resort Batu, The Singhasari Resort, dan Jambuluwuk Hotel & Resort. Pada penelitian ini dilakukan

untuk menganalisis brand positioning dari resort bintang lima. Hal ini dikarenakan dalam industri perhotelan bintang lima dinilai lebih unggul dibandingkan dengan bintang 1,2,3, dan 4. Terdapat beberapa kriteria bintang pada industri perhotelan yang telah ditetapkan oleh Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU) yang berada di bawah naungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Pada perhotelan bintang lima LSU menetapkan bahwa klasifikasinya terdiri dari layanan restoran 24 jam, *spa*, tempat rekreasi serta staf yang multiprofesional dan jumlah kamar minimal 100 kamar dengan 4 kamar dengan level *suites* (Kurniawan Njoto et al). Dalam perkembangan resort yang terdapat di Malang ini penting adanya keberhasilan merek dalam menarik perhatian pengunjung hingga pada akhirnya melakukan pembelian. Hal ini dapat dilihat pada model pemasaran yang menggambarkan interaksi antara produk atau jasa dengan pengunjung di era digital yang digagas oleh Dentsu yaitu AISAS model pada tahun 2004 (Gambar 1.5).



Gambar 1.5 AISAS Model

Sumber: (PPM School of Management, 2022)

AISAS model terdiri dari 5 tahap yaitu *Attention*, *Interest*, *Search*, *Action*, *Share*. Seluruh tahapan AISAS model dapat digunakan sebagai pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif di era digital dengan memahami alur interaksi antara produk dengan pengunjung sehingga perusahaan dapat menciptakan pesan dan saluran pemasaran yang lebih tepat sasaran (PPM SoM, 2022). Pada analisis *brand positioning* resort bintang lima Kabupaten Malang di Platform Traveloka, AISAS memiliki peran penting dalam penelitian ini. Tahap pertama model AISAS yaitu *Attention* hal ini dapat dilihat pada saat pengunjung memperhatikan suatu produk, iklan, dan layanan yang dimiliki oleh ketiga resort bintang lima Kabupaten Malang. Selanjutnya ada pada tahap *Interest*, pada posisi ini pengunjung akan

memiliki rasa minat terhadap suatu objek sehingga hal tersebut dapat mendorong pengunjung dalam mempertimbangkan resort tersebut untuk dipilih. Pada tahap selanjutnya terdapat *Search* hal ini dapat dilihat dari bagaimana pengunjung akan secara bertahap melakukan pencarian lebih lanjut mengenai resort yang akan dipilihnya hal ini dapat meliputi fasilitas, lokasi, harga, hingga ketersediaan kamar melalui platform Traveloka. Selanjutnya ada pada tahap *Action*, hal ini dilakukan setelah pengunjung melakukan pencarian lebih lanjut mengenai calon pengunjung yang pada akhirnya melakukan tindakan dalam memesan kamar pada resort bintang lima Kabupaten Malang pada platform Traveloka dan merasakan berbagai hal yang disediakan oleh resort tersebut. Hingga pada akhirnya setelah pengunjung telah merasakan resort tersebut akan muncul kesan dalam benak pengunjung secara sadar, sehingga pengunjung yang telah merasakannya dapat memberikan ulasan baik ulasan positif maupun negatif yang mereka rasakan selama menginap di resort tersebut. Hal ini dapat menjadi sudut pandang yang penting bagi calon pengunjung lainnya yang mempertimbangkan dalam menginap pada resort tersebut. Dengan demikian, ulasan pengunjung pada resort bintang lima di Kabupaten Malang yang dipublikasikan di Traveloka dapat memengaruhi setiap tahap dalam model AISAS, mulai dari menarik perhatian calon pengunjung hingga mempengaruhi tindakan mereka untuk menginap di resort tersebut. Pada penelitian ini peneliti menggunakan Traveloka sebagai alat dalam melakukan peneliti lebih lanjut, Traveloka merupakan platform yang menyediakan layanan dalam pemesanan tiket transportasi hingga perhotelan di seluruh dunia secara daring yang terfokuskan pada perjalanan domestik di Indonesia. Traveloka dapat menjadi situs sebagai bahan pertimbangan wisatawan dalam merencanakan liburannya, salah satunya dengan melihat *review* yang tersedia di platform Traveloka. Menurut Sugiarti & Iskandar (2021) *user review* merupakan informasi yang diberikan pengunjung kepada perusahaan berupa *review* produk setelah pembelian. *user review* bisa dikatakan sebagai evaluasi pengunjung terhadap calon pengunjung sebelum mereka memutuskan untuk membeli produk (Sugiarti & Iskandar, 2021). *User review* juga dapat dijadikan aspek dalam membangun kepercayaan di antara pengguna, ulasan negatif dan

positif akan menjadi bahan pertimbangan yang dapat memberikan pengaruh yang sangat kuat bagi pengunjung lainnya.

Tabel 1.1 Jumlah User Review Resort Bintang 5 di Traveloka

No.	Nama Resort	Total User Review
1.	Golden Tulip Holland Resort Batu	8811
2.	The Singhasari Resort Batu	3090
3.	Jambuluwuk Convention Hall & Resort Batu	1349

Sumber: Traveloka (2023)

Berdasarkan jumlah user review yang tertera pada (Tabel 1.1) terdapat beberapa cara dalam melakukan analisis *user review*, salah satunya terdapat pada situs Traveloka memiliki laman yang memaparkan banyak ulasan yang telah diunggah oleh berbagai macam pengunjung yang telah bersedia memberikan testimoni terhadap produk yang pernah digunakannya. Terdapat berbagai ulasan yang dapat dilihat pada laman tersebut seperti ulasan positif yang dapat menggambarkan bentuk opini dalam kepuasan pengunjung dengan pada suatu produk, layanan, atau pengalaman serta dapat menjadi rekomendasi bagi orang lain dalam mencoba hal yang sama. Ulasan negatif dapat menggambarkan ketidakpuasan dengan produk, layanan atau pengalaman serta peringatan bagi orang lain dalam menghindari produk, layanan, atau pengalaman yang dialami. Ulasan pengguna didominasi oleh komponen teks, sehingga penelitian ini menjadikan analisis teks sebagai metode yang cocok untuk pendekatan penelitian ini. *Text analytics* merupakan suatu metode dan proses untuk memperoleh data tidak terstruktur yang akan diolah menjadi data terstruktur guna memberikan informasi dan wawasan kepada pengguna (Sarkar, 2019). Dengan adanya kolom ulasan pada Traveloka, perusahaan perhotelan dapat memahami perilaku pengunjung serta menjadi bahan acuan bagi perusahaan dalam persaingan kompetitorinya sehingga dapat memperlihatkan *brand positioning* yang dilihat oleh pengunjung. Resort bintang lima di Kabupaten Malang menggunakan pendekatan AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) untuk memperkuat posisi merek

mereka di platform Traveloka. Dengan memanfaatkan strategi ini, mereka menarik perhatian calon pelanggan melalui penawaran unik dan fasilitas mewah, membangkitkan minat dengan penawaran khusus yang menarik, memahami kebutuhan pencarian pelanggan melalui data platform, mendorong tindakan langsung seperti pemesanan, dan mempromosikan ulasan positif untuk memperkuat citra mereka sebagai destinasi liburan eksklusif dan memenuhi ekspektasi pelanggan dengan lebih baik.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan pada latar belakang, maka akan dilakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS *BRAND POSITIONING* RESORT BINTANG LIMA KABUPATEN MALANG DI PLATFORM TRAVELOKA”**.

1.3 Perumusan Masalah

Perkembangan yang sangat pesat pada industri pariwisata menjadi penyebab dalam peningkatan perekonomian di Indonesia. Peningkatan pariwisata yang cukup signifikan pasca pandemi menjadikan hal tersebut menjadi kekuatan bagi Indonesia dalam menciptakan pariwisata yang semakin maju. Jawa Timur menjadi provinsi dengan pengunjung wisatawan terbanyak pada tahun 2023 (Purwowidhu, 2023). Aplikasi Traveloka merupakan salah satu teknologi yang dapat menunjang pariwisata di Indonesia. Traveloka menjadi aplikasi sarana hiburan yang memiliki banyak fitur seperti akses pada berbagai atraksi, transportasi, hingga perhotelan. Dalam hal ini menjadi fokus wisatawan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang beragam. Pengunjung dapat secara luas mengakses informasi terkait ulasan pengguna bagi pengunjung yang menyampaikan opininya terkait hal yang mereka rasakan terhadap fasilitas hingga kesan yang mereka dapatkan selama berkunjung pada resort tersebut. Dalam mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang seberapa baik brand positioning sebuah resort cocok dengan persepsi yang dibentuk oleh pelanggan melalui ulasan, langkah-langkah tertentu dapat diambil. Pertama, resort perlu mengidentifikasi dengan jelas dimensi atau atribut utama dari brand positioning resort, seperti kemewahan, pengalaman keluarga, lokasi yang strategis,

dan lainnya. Selanjutnya, dilakukan analisis menyeluruh terhadap ulasan pelanggan dari berbagai platform untuk memahami bagaimana pengunjung menggambarkan pengalaman mereka secara spesifik, apa yang mereka rasakan, dan di mana mungkin terdapat ketidakcocokan dengan harapan mereka. Dengan membandingkan temuan dari analisis ulasan dengan aspek-aspek yang dipromosikan dalam brand positioning, resort dapat mengidentifikasi gap yang mungkin terjadi. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengambil tindakan korektif yang tepat, seperti meningkatkan pelatihan staf, menyesuaikan strategi komunikasi, atau meningkatkan fasilitas dan layanan yang ditawarkan, untuk memastikan bahwa persepsi pelanggan sejalan dengan citra yang diinginkan untuk ketiga resort bintang lima Kabupaten Malang. Proses ini harus didukung dengan monitoring terus-menerus terhadap ulasan dan umpan balik pelanggan, sehingga resort dapat terus memperbaiki dan mengoptimalkan pengalaman mereka.

Fenomena tersebut merupakan latar belakang yang menjadi salah satu fokus utama Perusahaan agar dapat menjadi tonggak perusahaan dalam melihat sejauh mana kinerja perusahaan dalam membangun kesan yang baik ke dalam *branding* mereka di mata pengunjung. Dengan adanya hal ini maka perusahaan dapat menilai sejauh mana janji yang diberikan kepada pengunjung telah sesuai dengan harapan dan pengalaman mereka. Selain itu, perusahaan dapat menganalisis keunggulan dan kelemahan produk mereka dalam perbandingan dengan pesaing, terutama dalam konteks diferensiasi produk. Hal ini sangat penting mengingat persaingan pasar yang semakin kompetitif, di mana keduanya berusaha untuk meraih posisi unggul.

Kemudian text analytics dapat dijadikan cara dalam menganalisis *brand positioning* dalam perusahaan tiga resort bintang lima di Kabupaten Malang yaitu Golden Tulip Holland Resort Batu, The Singhasari Resort Batu, dan Jambuluwuk Convention Hall & Resort Batu. Akan dikaji juga bagaimana proporsi sentiment analysis dari ulasan pengunjung termasuk ke dalam opini positif, netral, ataupun negatif pada ketiga resort tersebut di platform Traveloka.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka terdapat perumusan masalah dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana sentiment pengguna ketiga resort bintang lima pada Traveloka?

2. Bagaimana gambaran *brand positioning* ketiga resort bintang lima di Kabupaten Malang pada ulasan pengunjung di Traveloka?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pernyataan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dipaparkan, sehingga terdapat tujuan penelitian diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui opini positif dan negatif dari pengguna ketiga resort bintang lima Kabupaten Malang pada Traveloka.
2. Untuk mengetahui gambaran *brand positioning* yang terdapat di benak pengunjung ketiga resort bintang lima di Kabupaten Malang pada Traveloka.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada penelitian ini, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Berikut manfaat dari penelitian ini yang terbagi menjadi dua aspek, diantaranya sebagai berikut:

1.5.1 Aspek Teoritis

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat memberikan pengetahuan pada bidang marketing yang dapat dikolaborasikan dengan metode big data yaitu text analytics. Penulis juga berharap penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang serupa.

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk fokus pada *brand positioning* di benak pengunjung untuk memperoleh wawasan baru dan penelitian ini dapat bermanfaat bagi kepentingan bisnis khususnya di industri perhotelan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pada bab ini menjelaskan mengenai sistematika serta penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri lima bab dalam laporan penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan deskripsi singkat yang menggambarkan isi penelitian yang meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Isi dari bab ini meliputi teori dari yang umum hingga yang khusus, disertai dengan penelitian terdahulu dan diikuti dengan kerangka pemikiran.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menekankan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab pertanyaan penelitian. Bab ini memuat uraian mengenai: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Tahapan Penelitian, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data dan Sumber Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu bagian pertama memaparkan hasil penelitian, dan bagian kedua memaparkan pembahasan atau analisis hasil penelitian ketiga resort bintang lima Kabupaten Malang pada Traveloka. Setiap aspek pembahasan diawali dengan hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan, dan kemudian disimpulkan.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini akan membahas mengenai simpulan dari keseluruhan penelitian serta mencakup saran yang dapat dilakukan pada penelitian selanjutnya dalam menganalisis *brand positioning* yang tercantum pada kesimpulan dan saran.