

Analisis Sentimen Berbasis Aspek Ulasan Pelanggan Terhadap Kertanegara Premium Guest House Menggunakan Support Vector Machine

Wirdhayanti Paulina¹, Fitra Abdurrachman Bachtiar², Alfi Nur Rusydi³

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya
Email: ¹wirdhayantipaulina@gmail.com, ²fitra.bachtiar@ub.ac.id, ³alfi.nurruydy@ub.ac.id

Abstrak

Kertanegara *Premium Guest House* adalah salah satu penginapan di Kota Malang yang terletak di Jl. Semeru No.59. Kertanegara sangat menyadari pentingnya keberadaan E-WOM (Electronic Word Of Mouth) demi kelangsungan bisnisnya. E-WOM dapat disebarkan melalui ulasan pelanggan. Kertanegara memiliki dua sumber ulasan pelanggan yaitu *Guest Review* dan ulasan *online* di situs OTA (*Online Travel Agent*). Saat ini, proses pengolahan ulasan pelanggan masih berfokus hanya pada *Guest Review*. Namun di sisi lain, Kertanegara juga memiliki ulasan dalam situs OTA yang perlu untuk diolah karena 90 persen proses *booking* berasal dari situs OTA. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menganalisis dan mengolah teks ulasan/*review* tersebut adalah analisis sentimen. Analisis sentimen dilakukan dalam tingkat aspek untuk menentukan layanan dan aspek yang memiliki polaritas negatif atau positif menggunakan metode *Support Vector Machine* (SVM) dan *Term Weighting* (TF-IDF). Data teks ulasan yang digunakan berbahasa Indonesia berasal dari situs Agoda.com, Expedia, Pegi-Pegi, Booking.Com, TripAdvisor dan berjangka waktu dari tahun 2012 sampai tahun 2019. Pengujian hasil klasifikasi menghasilkan rata-rata nilai *Accuracy* diatas 70%. Hasil analisis kemudian divisualisasikan melalui *dashboard* dengan menampilkan 6 komponen penting sehingga dapat membantu Kertanegara dalam pengambilan langkah strategis untuk membenahi, memperbaiki dan meningkatkan layanan yang memiliki polaritas negatif.

Kata kunci: *Guest House, Online Travel Agent, Analisis Sentimen, Klasifikasi, SVM, Dashboard*

Abstract

Kertanegara *Premium Guest House* is one of the inns in the city of Malang, located on Jl. Semeru No.59. Kertanegara is very aware of the importance of the existence of E-WOM (Electronic Word Of Mouth) for the continuity of its business. E-WOM can be disseminated through customer reviews. Kertanegara has two sources of customer reviews namely *Guest Reviews* and online reviews on the OTA (*Online Travel Agent*) site. At present, the process of processing customer reviews is still focused only on *Guest Review*. But on the other hand, Kertanegara also has a review on the OTA website that needs to be processed because 90 percent of the booking process comes from the OTA website. One method that can be used to analyze and process the review text is sentiment analysis. Sentiment analysis is carried out at the aspect level to determine services and aspects that have negative or positive polarity using the *Support Vector Machine* (SVM) and *Term Weighting* (TF-IDF) methods. The review text data used in the Indonesian language comes from the sites of Agoda.com, Expedia, Pegi-Pegi, Booking.Com, TripAdvisor and has a timeline from 2012 to 2019. Testing the classification results produce an average *Accuracy* value above 70%. The results of the analysis are then visualized through a dashboard by displaying 6 important components so that it can assist Kertanegara in taking strategic steps to fix, improve and improve services that have negative polarity.

Keywords: *Guest House, Online Travel Agent, Sentiment Analysis, Classification, SVM, Dashboard*

1. PENDAHULUAN

Saat ini, situs pemesanan perjalanan wisata atau yang biasa disebut *Online Travel Agent*

(OTA) bukan hanya berfungsi untuk reservasi akomodasi wisata tetapi juga mempunyai peran baru sebagai media *Electronic Word of Mouth* (E-WOM). Menurut Westbrook (1987) E-