

INTISARI

Hotel merupakan tempat beristirahat yang dapat mempengaruhi pengalaman dan kepuasan wisatawan melalui fasilitas dan pelayanan yang diberikan. Pengalaman dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas dan profitabilitas perusahaan serta dipengaruhi oleh beberapa atribut hotel. Informasi mengenai kedua hal ini dapat diperoleh dari ulasan *online* yang dipercaya dapat memberikan informasi yang berharga dalam pengambilan keputusan pemesanan kamar. Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengidentifikasi atribut yang penting bagi pelanggan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan terkini. Namun, penelitian ini belum cukup untuk memberikan informasi secara spesifik terkait atribut yang sebaiknya diprioritaskan dalam peningkatan pelayanan oleh hotel. Atribut yang teridentifikasi sebagai atribut penting namun tidak memuaskan bagi disebut peluang pelayanan hotel. Peluang pelayanan hotel dapat diprioritaskan dalam peningkatan dan perbaikan pelayanan hotel. Dengan kehadiran pandemi Covid-19 yang mengubah kebiasaan pelanggan, timbul urgensi mengidentifikasi atribut dan peluang pelayanan hotel untuk menyiapkan strategi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan terkini.

Penelitian dilakukan dengan memanfaatkan data ulasan dari *platform* perjalanan TripAdvisor. Penelitian ini menganalisis perbandingan atribut hotel di Indonesia sebelum (tahun 2019) dan selama pandemi Covid-19 (tahun 2021) menggunakan metode *topic modeling*. Penelitian ini juga memperhatikan dinamika perubahan tingkat kepentingan atribut terhadap waktu. Selain itu, penelitian ini menganalisis tingkat kepuasan pelanggan menggunakan *rating* ulasan dan peluang pelayanan hotel menggunakan algoritma peluang.

Penelitian ini mengidentifikasi 30 atribut yang penting bagi pelanggan sebelum dan selama pandemi Covid-19. Terdapat perbedaan tingkat kepentingan atribut sebelum dan selama pandemi Covid-19. Perbedaan paling terlihat pada protokol kesehatan yang menjadi atribut terpenting selama pandemi namun atribut paling tidak penting sebelum pandemi. Selain itu, kebutuhan harian dan karantina, kenyamanan kamar, serta proses *check-in/out* juga terlihat lebih penting selama pandemi dibandingkan sebelum pandemi. Atribut yang lebih penting sebelum pandemi merupakan atribut yang digunakan bersama dengan pelanggan lain atau berhubungan dengan fasilitas umum. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa peluang pelayanan hotel di Indonesia sebelum pandemi adalah fasilitas kebugaran dan internet, kolam renang, dan ruangan rokok/non-rokok. Sedangkan, peluang pelayanan hotel di Indonesia selama pandemi adalah protokol kesehatan serta fasilitas kebugaran dan internet.

Kata kunci: Covid-19, Atribut Hotel, *Text Mining*, *Topic Modeling*, Algoritma Peluang

ABSTRACT

Hotel is a place to rest that can affect the experience and satisfaction of tourists through the facilities and services provided. Customers' experience and satisfaction affect the company's loyalty and profitability and are influenced by several hotel attributes. Customers' experience and satisfaction can be obtained from online reviews which are believed to provide valuable information for decision-making. Studies have been conducted to identify the important attributes for customers to find the current customer needs. However, the identification of important attributes is insufficient to provide particular information regarding which attributes should be improved by the hotel. Important and unsatisfactory attributes for customers are called the hotel service opportunities. Hotel service opportunities can be prioritized in improving hotel services. With the presence of the Covid-19 pandemic that has changed customer behavior, there is an urgency to identify hotel attributes and service opportunities to prepare strategies following current customer needs.

This study was conducted using reviews from TripAdvisor. This study analyzes hotel attributes in Indonesia before and during the Covid-19 pandemic, represented in 2019 and 2021, respectively, using topic modeling. It also considered changes in the importance of attributes over time. Furthermore, it analyzed the level of satisfaction using rating reviews and analyzed hotel service opportunities using opportunity algorithm.

This study identified 30 important attributes for customers before and during the Covid-19 pandemic. There are changes in the importance of attributes before and during the Covid-19 pandemic. The most visible change is health protocol which is the most important attribute during the pandemic but the least important attribute before the pandemic. Moreover, daily and quarantine necessities, room comfort, and check-in/out process are more important during the pandemic compared to before the pandemic. The more important attributes before the pandemic were those that were shared with other customers or related to public facilities. This study also shows that hotel service opportunities in Indonesia before the pandemic were fitness center and internet connection, swimming pool, and smoking/no-smoking room. Meanwhile, hotel service opportunities in Indonesia during the pandemic are health protocol and fitness center & internet connection.

Keywords: Covid-19, Hotel Attributes, Text Mining, Topic Modeling, Opportunity Algorithm