

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Digitalisasi telah memberikan perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang pariwisata. Dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang, Masyarakat kini dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi terkait destinasi wisata, paket perjalanan, serta layanan pendukung lainnya. Menurut penelitian [1], pemanfaatan teknologi informasi yang terintegrasi dengan *platform* digital dapat meningkatkan pengalaman wisatawan secara signifikan. Salah satu *platform* digital yang semakin populer adalah teknologi *web*.

Website telah menjadi salah satu *platform* digital umum yang digunakan dalam dunia digital untuk memudahkan pemberian informasi dan layanan kepada pengguna. Dengan kemudahan akses dan interaktivitas yang ditawarkan, *website* menjadi solusi praktis dalam membantu pengguna mencari informasi destinasi wisata, paket perjalanan, dan layanan terkait lainnya. Pengembangan *website* dengan fitur interaktif mampu meningkatkan ketertarikan dan keterlibatan pengguna [2]. Oleh karena itu, banyak *platform* mulai beralih dari layanan manual ke layanan digital berbasis *website*.

Kegiatan *travelling* sebagai bentuk “*healing*” telah menjadi tren di kalangan masyarakat, khususnya generasi milenial dan Gen Z. aktivitas ini tidak hanya dipandang sebagai sarana rekreasi saja, tetapi juga sebagai bentuk pemulihan Kesehatan mental akibat tekanan rutinitas sehari-hari. Menurut penelitian [3], peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kesehatan mental turut mendorong meningkatnya minat terhadap aktivitas wisata. Untuk melakukan sebuah perjalanan wisata memerlukan persiapan yang cukup kompleks mulai dari mengatur waktu, akomodasi, penginapan, dan lain sebagainya. Penyusunan *itinerary* merupakan kebutuhan penting sebelum melakukan perjalanan wisata, terutama untuk menjaga kelancaran dan efisiensi perjalanan. Namun, kurangnya informasi mengenai cara menuju destinasi wisata, biaya transportasi, serta akomodasi di Indonesia membuat banyak wisatawan memilih bepergian ke luar negeri. Padahal, saat ini sudah banyak sekali jasa yang menawarkan paket wisata dengan penyusunan *itinerary* yang cukup

lengkap mulai dari cara menuju destinasi, biaya transportasi, serta akomodasi untuk wisatanya sendiri. Jasa penyedia layanan paket wisata biasanya dikelola dalam bentuk *opentrip* dan *private trip*.

Opentrip dan *private trip* telah menjadi salah satu layanan wisata yang diminati oleh wisatawan, terutama wisatawan yang ingin menjelajahi destinasi baru tanpa harus repot menyusun rencana perjalanan sendiri. Dengan konsep perjalanan yang sudah terorganisir, wisatawan tidak perlu lagi memikirkan detail teknis seperti transportasi, akomodasi, hingga *itinerary*, sehingga wisatawan dapat lebih fokus menikmati pengalaman yang ditawarkan. Selain memberikan kemudahan, *opentrip* juga menawarkan fleksibilitas yang memungkinkan wisatawan untuk bertemu dan berinteraksi dengan orang-orang baru dalam satu perjalanan, menciptakan pengalaman sosial yang lebih kaya dan berkesan. Dengan demikian, *opentrip* tidak hanya sekadar menjadi pilihan praktis dalam berwisata, tetapi juga membuka ruang bagi pengalaman yang lebih mendalam dan bermakna dalam menjelajahi berbagai destinasi wisata [4].

Biro perjalanan wisata merupakan penyedia layanan yang berperan dalam membantu wisatawan dalam merencanakan dan mengatur perjalanan wisata. Layanan yang diberikan mencakup pemesanan transportasi, akomodasi, penyusunan *itinerary*, hingga penyediaan paket wisata yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Menurut penelitian [5], biro perjalanan wisata memiliki peran strategis dalam industri pariwisata, tidak hanya sebagai penyedia layanan, tetapi juga sebagai fasilitator yang memastikan pengalaman wisatawan berjalan dengan lancar dan nyaman. Dengan adanya digitalisasi, biro perjalanan wisata kini semakin mengadopsi *platform* berbasis web untuk meningkatkan layanan mereka. Penerapan teknologi ini memungkinkan pelanggan untuk memperoleh informasi dengan lebih mudah, membandingkan berbagai pilihan paket wisata, serta mendapatkan rekomendasi destinasi yang sesuai dengan preferensi mereka secara lebih efisien[6]

PT. Sukses Usia Muda *Opportunity* atau biasa dikenal dengan *Sumovacation Tour* merupakan salah satu biro perjalanan wisata yang telah berdiri sejak tahun 2017. Layanan paket wisata yang tersedia di dalamnya yaitu *opentrip* dan *private trip* yang mencapai bergabai destinasi wisata baik itu di Indonesia maupun luar

negeri seperti Malaysia dan Singapura. Dalam proses operasionalnya *Sumovacation Tour* memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dan pemesanan layanan dilakukan melalui *whatsapp*. Dengan dibuatnya sistem informasi berupa *website* untuk *Sumovacation Tour* akan mempermudah proses operasional yang ada serta dapat meningkatkan branding perusahaan.

Sistem rekomendasi berbasis teknologi dapat membantu pengguna menemukan paket wisata yang paling sesuai dengan preferensi wisatawan. Dalam dunia digital, penerapan sistem rekomendasi telah terbukti meningkatkan pengalaman pengguna dengan memberikan pilihan yang lebih relevan berdasarkan data historis dan pola preferensi. Penelitian [7] menunjukkan bahwa sistem rekomendasi mampu meningkatkan kepuasan pengguna dalam layanan berbasis digital, khususnya dalam konteks layanan perjalanan.

Pemilihan metode *Collaborative Filtering* dalam penelitian ini didasarkan pada efektivitasnya dalam menyediakan rekomendasi yang personal dan relevan bagi pengguna. *Collaborative Filtering* telah terbukti mampu meningkatkan kepuasan pengguna dalam berbagai platform digital dengan mengandalkan preferensi pengguna lain yang memiliki pola kesukaan serupa[8]. Menurut Chujai et al. (2020), sistem rekomendasi berbasis *Collaborative Filtering* dapat memberikan rekomendasi yang lebih akurat dibandingkan metode berbasis konten karena memanfaatkan interaksi dan ulasan dari pengguna lain untuk menyusun rekomendasi yang lebih sesuai[9]. Selain itu, penggunaan algoritma Cosine Similarity dalam metode ini memungkinkan pengukuran kesamaan antara preferensi pengguna secara efisien, sehingga meningkatkan akurasi sistem rekomendasi[10]. Oleh karena itu, implementasi *Collaborative Filtering* dengan Cosine Similarity dalam sistem rekomendasi biro perjalanan wisata diharapkan dapat memberikan solusi yang lebih optimal dalam membantu wisatawan menemukan paket perjalanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Metode *Collaborative Filtering* (CF) merupakan salah satu pendekatan yang populer dalam pengembangan sistem rekomendasi. *Collaborative Filtering* bekerja dengan memanfaatkan data dari pengguna lain untuk memberikan rekomendasi yang lebih relevan bagi pengguna baru. Algoritma *Cosine Similarity* sering digunakan untuk menghitung kesamaan antara pengguna atau item. Penelitian [11]

menunjukkan bahwa penggunaan CF dengan algoritma *Cosine Similarity* dapat meningkatkan akurasi rekomendasi dalam berbagai *platform* digital. Dalam penelitian ini, metode *Collaborative Filtering* akan diterapkan pada *website* Biro perjalanan wisata untuk memberikan rekomendasi paket wisata yang lebih sesuai dengan preferensi wisatawan. Dengan menggunakan teknik *Cosine Similarity*, diharapkan hasil rekomendasi yang dihasilkan dapat lebih optimal serta memudahkan pengguna dalam merencanakan perjalanan mereka selanjutnya.

Selain metode *Collaborative Filtering*, penelitian ini juga menggunakan pendekatan *Content-Based Filtering* (CBF) sebagai bagian dari model *Hybrid Filtering*. Pada CBF, rekomendasi dihasilkan dengan mencocokkan preferensi pengguna dengan atribut atau fitur yang dimiliki oleh suatu item. Namun, efektivitas CBF sangat bergantung pada bagaimana sistem mengelola setiap fitur yang memiliki tingkat pengaruh berbeda terhadap keputusan pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini mengadopsi pendekatan pembobotan fitur (*weighted feature approach*) untuk meningkatkan akurasi rekomendasi. Menurut penelitian [12], pemberian bobot pada fitur seperti aktor, sutradara, dan sinopsis dalam sistem rekomendasi berbasis konten terbukti meningkatkan relevansi hasil rekomendasi karena sistem mampu menilai kontribusi setiap fitur secara proporsional melalui metode *Weighted Tree Similarity*. Pendekatan serupa juga diterapkan oleh [13] di mana pembobotan fitur pada atribut dokumen seperti judul, abstrak, dan kata kunci meningkatkan kemampuan sistem dalam mendeteksi kemiripan konten secara lebih presisi dibandingkan perhitungan kesamaan biasa.

Selain itu, penelitian Akbar et al [14] menunjukkan bahwa penggunaan pembobotan pada fitur-fitur konten dalam sistem rekomendasi pariwisata dapat meningkatkan kualitas rekomendasi, terutama ketika metode *Content-Based Filtering* digabungkan dengan *Collaborative Filtering* dalam model *hybrid*. Pendekatan ini memungkinkan sistem menghasilkan rekomendasi yang lebih personal, stabil, serta mampu menangani variasi preferensi pengguna secara lebih efektif. Berdasarkan temuan tersebut, penerapan pembobotan fitur dalam *Content-Based Filtering* pada sistem rekomendasi wisata *Sumovacation Tour* menjadi relevan dan strategis. Integrasi antara pembobotan fitur dan kesamaan preferensi

antar pengguna diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi wisata yang lebih akurat, variatif, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Dengan melihat urgensi dan kebutuhan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan sebuah sistem informasi berupa *website* untuk Biro Perjalanan Wisata *Sumovacation Tour* yang memiliki berbagai fitur untuk memudahkan proses operasional biro. Implementasi ini diharapkan dapat menjadi solusi efektif dalam membantu Biro *Sumovacation Tour* serta *customernya* dalam melakukan proses operasionalnya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merancang dan membangun sistem reservasi online dengan fitur rekomendasi wisata menggunakan metode hybrid filtering?
2. Bagaimana cara untuk mengevaluasi kepuasan pengguna terhadap sistem yang telah dibangun?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun sistem reservasi online “Sumo Tour Organizer” dengan fitur rekomendasi wisata menggunakan metode hybrid filtering.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk beberapa pihak antara lain:

1.4.1. Bagi Penulis

- a. Sebagai bentuk implementasi ilmu dari kegiatan pembelajaran yang telah dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitian ilmiah.
- b. Memberikan pengalaman dan wawasan dalam merancang sebuah website dengan fitur kompleks.
- c. Mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam terkait algoritma *Hybrid Filtering*, baik dari aspek teori maupun implementasi praktisnya.

1.4.2. Bagi Biro Perjalanan Wisata

- a. *Website* yang dirancang memudahkan proses operasional pada Biro perjalanan wisata khususnya proses reservasi online.
- b. Mengoptimalkan proses pemasaran dan promosi paket wisata dengan fitur rekomendasi berbasis *Hybrid Filtering*

- c. Meningkatkan efisiensi dalam manajemen data wisata, termasuk destinasi, harga, dan ketersediaan paket perjalanan.
- d. Meningkatkan potensi penjualan paket wisata melalui fitur pemesanan online yang lebih mudah dan cepat.
- e. Mempermudah analisis tren wisata berdasarkan data preferensi pelanggan yang tersimpan dalam sistem.

1.4.3. Bagi Pengguna

- a. *Website* yang dirancang memudahkan pengguna dalam mencari informasi terkait Sumovacation Tour.
- b. Dengan adanya sistem rekomendasi berbasis Hybrid Filtering, pengguna mendapatkan saran destinasi wisata yang sesuai dengan preferensi mereka dan pengalaman pengguna lainnya.
- c. Fitur pemesanan paket wisata memudahkan pengguna dalam memesan paket wisata sesuai dengan yang diinginkan dengan mudah dan efisien.
- d. Pengguna mendapatkan akses ke informasi terstruktur terkait pilihan wisata, rekomendasi open trip, dan riwayat perjalanan yang terdokumentasi dengan baik.

1.5. Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada batasan-batasan masalah berikut ini:

- a. Pembuatan sistem menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan *framework* Laravel.
- b. *Database* yang digunakan adalah MySQL
- c. Menggunakan metode rekomendasi Hybrid Filtering (*Content Based Filtering* dan *Collaborative Filtering*).
- d. Data wisata diambil dari mitra yaitu PT. Sukses Usia Muda Opportunity (*Sumo Tour Organizer*).
- e. Data untuk rekomendasi merupakan data rating dari *customer* yang diambil dari *google maps Sumo Tour Organizer*.