

---

## ANALISIS ULASAN WISATAWAN PADA WISATA TREKKING DI BATUR

Oleh

**Putu Wira Parama Suta<sup>1</sup>, Reinaldo Rafael<sup>2</sup>, Anak Agung Ayu Ratih Kesumadewi<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Udayana, Bali, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[wiraparama@unud.ac.id](mailto:wiraparama@unud.ac.id), <sup>2</sup>[reinaldo.rafael@unud.ac.id](mailto:reinaldo.rafael@unud.ac.id), <sup>3</sup>[agungratih@unud.ac.id](mailto:agungratih@unud.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis sentimen wisatawan mancanegara terhadap aktivitas sunrise trekking Gunung Batur serta mengidentifikasi faktor pendorong dan pemicu ketidakpuasan, menggunakan kerangka konsep 4A (Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Service). Data dikumpulkan melalui web scraping dari Tripadvisor, menghasilkan 1480 ulasan berbahasa Inggris yang kemudian dianalisis menggunakan sentiment analysis dan bigram analysis. Hasil menunjukkan bahwa sentimen wisatawan terhadap trekking Gunung Batur tergolong sangat positif, dengan dominasi 1459 ulasan positif. Pendorong utama kepuasan bersumber dari daya tarik alam Geopark UNESCO dan, secara signifikan, kualitas layanan personal pemandu lokal (terekam melalui bigram nama-nama pemandu) yang melengkapi pengalaman trekking. Meskipun demikian, analisis bigram negatif mengidentifikasi beberapa kerentanan yang harus dikelola. Pemicu ketidakpuasan utama meliputi isu keselamatan (good shoes), kepadatan di puncak (many people), dan kegagalan komunikasi pemandu dalam mengelola ekspektasi wisatawan terkait cuaca dan pemandangan. Implikasi manajerial menyarankan fokus pada standarisasi keamanan, mitigasi kepadatan, dan peningkatan pelatihan pemandu dalam aspek manajemen risiko dan komunikasi transparan untuk mempertahankan reputasi dan keberlanjutan destinasi.

**Kata Kunci:** *Trekking, Gunung Batur, Analisis Sentimen, Bigram*

### PENDAHULUAN

Peningkatan kesadaran akan lingkungan dan pencarian pengalaman otentik, tren pariwisata global telah bergeser menuju wisata minat khusus, salah satunya adalah aktivitas trekking. Wisata trekking menarik bagi segmen pasar yang mencari pengalaman di alam bebas, relaksasi, serta kesempatan untuk kegiatan kebugaran fisik dan pengurangan stres. Peningkatan minat terhadap aktivitas pendakian gunung ini terlihat jelas di berbagai kawasan konservasi, di mana jumlah pendaki mengalami pertumbuhan substansial dari tahun ke tahun, menegaskan popularitasnya di kalangan wisatawan domestik maupun mancanegara (Meko, 2025). Di sisi lain, wisata minat khusus seperti pendakian gunung membawa risiko yang tinggi, mencakup potensi cedera fisik parah hingga risiko fatal akibat faktor cuaca atau kelalaian peralatan. Kondisi ini menuntut standar keamanan dan manajemen risiko yang

sangat ketat, serta perhatian khusus terhadap faktor aksesibilitas dan keadaan iklim di kawasan tersebut. Oleh karena itu, pengalaman yang dibagikan oleh wisatawan yang telah berkunjung memiliki nilai yang penting dalam membantu manajemen destinasi untuk memitigasi bahaya dan meningkatkan kelayakan operasional (Fatimah, 2017).

Gunung Batur, terletak di timur laut Bali, merupakan destinasi ikonik yang menawarkan pemandangan kaldera ganda yang luar biasa dan terkenal sebagai tempat trekking matahari terbit. Pengakuan internasional terhadap nilai geologis, flora, fauna, dan budaya unik kawasan ini diperkuat dengan penetapannya sebagai Batur UNESCO Global Geopark sejak April 2016. Sebagai Geopark Global, Batur mencakup wilayah seluas 370,5 km<sup>2</sup> dan memiliki peran penting dalam menyediakan lanskap vulkanik lengkap,



mulai dari dinding kaldera hingga fenomena panas bumi (Mudana dkk, 2018).

Pada era digital, Electronic Word of Mouth (E-WOM) telah bertransformasi menjadi salah satu mekanisme paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan perjalanan wisatawan. E-WOM, yang diwujudkan dalam bentuk ulasan daring dan komentar, seringkali dianggap lebih kredibel dan terpercaya dibandingkan bentuk komunikasi pemasaran yang dikontrol, seperti iklan (Sari dan Pengestuti, 2017). Fenomena ini sangat memengaruhi niat berkunjung dan keputusan akhir wisatawan, karena informasi yang disampaikan bersifat peer-to-peer dan berdasarkan pengalaman nyata (Afroh dan Susanti, 2024). Pengaruh E-WOM dapat diukur melalui beberapa dimensi penting, termasuk intensitas ulasan, kualitas konten yang dibagikan, serta polaritas respon, baik positif maupun negatif. Semua penilaian yang diberikan oleh pengunjung, termasuk respon positif dan negatif, akan menjadi pertimbangan bagi pengunjung lain dalam pengambilan keputusan (Zarrad dan Debabi, 2015). Ulasan daring ini memungkinkan wisatawan potensial untuk menilai citra destinasi, fasilitas, risiko, dan potensi kendala sebelum melakukan kunjungan. Khusus untuk wisata berisiko seperti trekking, E-WOM berperan ganda sebagai sumber informasi rekreasi sekaligus alat penilaian risiko yang vital, yang akan menjadi pertimbangan utama dalam keputusan berkunjung.

Untuk dapat melaksanakan analisis ulasan daring, pemilihan platform yang kredibel dan relevan sangat menentukan validitas temuan penelitian. TripAdvisor, sebagai salah satu platform ulasan perjalanan terbesar di dunia, sering dijadikan acuan utama bagi tamu domestik dan internasional dalam memutuskan pemesanan dan kunjungan ke destinasi tertentu. Kredibilitas informasi yang disajikan di TripAdvisor ditingkatkan melalui fitur-fitur internal, seperti informasi nama pengguna, domisili, lencana keanggotaan, dan tingkat kontributor, yang memungkinkan pembaca menilai keaslian dan pengalaman penulis ulasan. Fitur helpful votes juga

tersedia, memungkinkan pembaca menilai seberapa bermanfaat konten ulasan tersebut. Selain itu, ulasan di TripAdvisor memberikan konteks rinci yang melampaui skor bintang, termasuk narasi panjang mengenai pengalaman pemandu, kondisi jalur, dan interaksi lokal, yang sangat berharga untuk analisis kualitatif (Budhi dan Witarsana, 2022). Analisis awal terhadap ulasan trekking Gunung Batur menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan memberikan rating "Excellent," yang meskipun memberikan gambaran positif, memerlukan analisis konten mendalam untuk mengungkap faktor spesifik di balik rating tersebut. Dengan demikian, data ulasan dari platform dengan kredibilitas tinggi ini memberikan fondasi yang kokoh bagi pembuat kebijakan pariwisata untuk membenarkan intervensi atau perubahan standar operasional, karena didukung oleh bukti digital yang dianggap jujur dan tepercaya

Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan untuk melakukan mengetahui apa saja faktor pendorong utama kepuasan (sentimen positif) dan pemicu ketidakpuasan (sentimen negatif) wisatawan terhadap aktivitas trekking Gunung Batur. Temuan terkait sentimen negatif akan menjadi masukan kritis bagi pengelola dan pemangku kepentingan sejalan dengan peningkatan standar manajemen keamanan

## LANDASAN TEORI

### E-Tourism

Konsep e-tourism mengacu pada penggunaan teknologi digital dan internet untuk memfasilitasi aktivitas pariwisata, seperti promosi destinasi, reservasi online, dan interaksi wisatawan. E-tourism menjadi penting dalam era digital karena memberikan akses informasi secara cepat dan membentuk persepsi calon wisatawan melalui platform digital (Buhalis dan Law, 2008). Pengelolaan destinasi melalui e-tourism harus mempertimbangkan kehadiran digital yang efektif serta feedback wisatawan yang membangun reputasi online.

### Daya Tarik Wisata

Menurut Suwena dan Widyatmaja dalam Suta dan Mahagangga (2017) Daya tarik wisata terdiri dari empat komponen yaitu *attraction* (atraksi wisata) Ini adalah inti dari daya tarik, alasan utama wisatawan datang, bisa berupa keindahan alam (gunung, pantai), budaya (tari, upacara), sejarah (candi, monumen), atau hiburan buatan manusia (taman bermain, kebun binatang). *Accessibility* (aksesibilitas) kemudahan untuk menjangkau destinasi, termasuk transportasi (jalan, bandara, pelabuhan), petunjuk arah, hingga keamanan perjalanan. *Amenities* (fasilitas) Fasilitas dasar dan pendukung yang dibutuhkan wisatawan selama berada di destinasi, seperti penginapan (hotel, homestay), restoran, toilet, pusat informasi, dan tempat belanja oleh-oleh. Terakhir *ancillary service* (pelayanan tambahan) Layanan tambahan yang melengkapi pengalaman, seperti pemandu wisata, asuransi, pusat oleh-oleh, layanan kesehatan, serta pengelolaan destinasi yang baik.

### **Bigram**

Bigram dalam teks adalah metode segmentasi kata berurutan dua kata (bigram) yang dapat digunakan untuk menemukan pola frasa yang sering muncul dalam ulasan. Ini membantu menggali konteks detail dari review yang menyinggung aspek-aspek spesifik pengalaman wisatawan seperti "pelayanan kurang memuaskan" atau "antrian sangat panjang" (Manning dkk., 2008). Teknik ini mendukung analisis sentimen yang lebih dalam dan spesifik.

### **METODE PENELITIAN**

Sumber data penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder dalam proses pengumpulan datanya. Data primer diambil melalui ulasan online yang terdapat di TripAdvisor. Sedangkan, data sekunder bersumber dari data statistik jumlah kunjungan wisatawan, buku, artikel jurnal ilmiah yang dapat mendukung penelitian ini. Analisis data dalam penelitian ini

Metode ataupun langkah yang digunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini dimulai dengan studi pustaka

untuk mengumpulkan referensi dan rujukan yang relevan terkait penelitian ini. Studi pustaka ini bertujuan membangun landasan teori yang kuat serta memahami perkembangan terkini dalam bidang pariwisata digital dan teknik analisis data (Pradana, 2020). Data dikumpulkan melalui teknik *web scraping* pada *website* TripAdvisor, platform ulasan wisata yang banyak digunakan wisatawan untuk memberikan feedback dan pengalaman mereka. *Web scraping* memungkinkan pengambilan data secara otomatis dan masif dari ulasan yang tersedia, sehingga data yang diperoleh representatif dan kaya informasi (Glez-Peña dkk., 2014).

Setelah data diperoleh, dilakukan proses filtering atau pembersihan data untuk menghilangkan data yang tidak bermakna, kosong, atau terduplikasi. Proses ini penting untuk memastikan kualitas data yang dianalisis sehingga hasil analisis valid dan dapat diandalkan. Filtering mencakup penghapusan entri data yang tidak relevan dan duplikat yang dapat mengganggu hasil analisis (Pradana, 2020).

Data yang sudah bersih dianalisis menggunakan library NLTK (Natural Language Tool Kit) pada bahasa pemrograman Python. NLTK menyediakan alat dan sumber daya yang lengkap untuk menangani berbagai tugas analisis teks, seperti tokenisasi, pengenalan pola kata, stemming, lemmatization, parsing, dan analisis sentimen. Dalam penelitian, terutama yang melibatkan analisis ulasan, komentar, atau data teks lainnya, NLTK sangat berguna untuk mengekstrak informasi dan pola dari data teks secara sistematis dan otomatis (Bird dkk., 2009).

Dengan menggunakan NLTK, peneliti dapat melakukan pengolahan data teks besar untuk mengidentifikasi kata kunci, pola bahasa, dan hubungan antar kata yang penting untuk memahami sentimen dan opini dari wisatawan, melakukan analisis bigrams atau trigrams untuk melihat pola frasa yang sering muncul, serta memvisualisasikan aspek-aspek penting melalui analisis statistik (Suta dkk.,

2025)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Komponen Daya Tarik Wisata di Batur

Daya tarik wisata Gunung Batur bersumber dari keunikan lanskap geologisnya, yang merupakan formasi kaldera ganda yang kompleks dan menawarkan pemandangan vulkanik yang menakjubkan. Kawasan ini telah diakui secara internasional sebagai UNESCO Global Geopark, yang artinya menegaskan Gunung Batur sebagai lokasi dengan nilai ilmiah, edukatif, dan estetika yang tinggi. Pengelolaan Geopark Batur mengintegrasikan prinsip konservasi geologi, perlindungan ekologi, dan pelestarian budaya lokal, terutama dalam filosofi Tri Hita Karana yang dianut masyarakat Bali. Keberadaan 15 *geosite* utama, seperti Desa Trunyan dan Toya Bungkah, merepresentasikan nilai historis yang turut membentuk peradaban manusia di Pulau Bali. Status Geopark ini secara strategis berperan penting dalam penguatan pilar ekonomi hijau dan peningkatan daya saing Bali di tingkat global, menjadikannya instrumen penting pembangunan berkelanjutan (Suciati, 2024).

Produk wisata utama dan paling diminati di Gunung Batur adalah aktivitas *sunrise trekking* (pendakian matahari terbit), yang menawarkan pengalaman fisik menantang dengan pemandangan spektakuler Danau Batur dan Gunung Agung saat fajar menyingsing. Pengalaman *trekking* mengkombinasikan antara petualangan alam dan *wellbeing* yang dicari oleh segmen wisatawan milenial dan petualang. Selain daya tarik alamnya, kawasan ini juga memuat warisan budaya seperti termasuk Pura Ulun Danu Batur dan desa kuno Trunyan dengan tradisi pemakaman yang unik. Pengalaman *trekking* ini menuntut persiapan fisik yang matang, termasuk pemilihan sepatu yang tepat dan istirahat yang cukup, hal tersebut disebabkan karena jalurnya cukup terjal dan berbatu (Wiryanatha dkk., 2014). Ketinggian dari Gunung Batur sendiri adalah 1.717 meter diatas permukaan laut.

Selain aktivitas *trekking* aktivitas lain

yang dapat dinikmati di Gunung Batur diantaranya Adalah bersepeda, menaiki *motor trear*, mobil *jeep*, berenang di kolam air panas alami, hingga *sightseeing*, melihat pemandangan Gunung Batur dari kaldera sambil menikmati makanan dan minuman yang disediakan di masing-masing café di sekitar kawasan Gunung Batur

Aksesibilitas fisik menuju kawasan Gunung Batur, yang terletak di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, dapat ditempuh dengan transportasi darat yang berjarak kurang lebih satu setengah jam dari Ubud Gianyar dan dua jam dari Kota Denpasar. Kualitas jalan yang menjadi koneksi dirasa sudah cukup memberikan kenyamanan dan keselamatan wisatawan, terutama mengingat perjalanan sering dilakukan pada dini hari. (Wiguna dkk., 2023).

Aksesibilitas informasi dan kemudahan pemesanan digital juga sudah memadai mengingat wisatawan sangat mengandalkan platform *online* seperti Tripadvisor, media sosial, dan situs *tour operator* untuk mencari informasi, membandingkan paket, dan melakukan *booking* jasa *trekking*. Informasi tersebut menjadi faktor yang menentukan *pre-visit experience* wisatawan mancanegara. Peran biro perjalanan wisata dan *online travel agent* (OTA) menjadi sangat penting dalam menyusun dan memasarkan paket wisata Batur secara global, memastikan rute perjalanan yang sesuai dan preferensi wisatawan. (Sari, 2022).

Komponen amenitas mencakup ketersediaan fasilitas akomodasi yang bervariasi di sekitar Kaldera Batur, mulai dari hotel konvensional hingga konsep *glamping* (*glamour camping*) yang sedang populer di kalangan wisatawan milenial. Fasilitas makan dan minum (F&B) juga berkembang pesat, ditandai dengan munculnya banyak kafe modern dengan pemandangan langsung ke Danau dan Gunung Batur yang menyediakan tempat nyaman pra dan pasca pendakian.

Fasilitas pendukung dasar, termasuk manajemen keamanan dan mitigasi risiko,



juga merupakan bagian penting dari amanitas dalam wisata *trekking* di Gunung Batur. Gunung Batur saat ini juga masih merupakan kawasan rawan bencana vulkanik, sehingga penyediaan sistem peringatan dini, jalur evakuasi yang jelas, dan ketersediaan tim penyelamat menjadi hal yang wajib. Selain itu, fasilitas dasar seperti toilet yang bersih, area parkir yang terorganisir, dan pusat informasi wisata yang fungsional sangat memengaruhi kenyamanan wisatawan. Pengelolaan Gunung Batur sebagai kawasan wisata sudah menekankan pentingnya tata kelola berkelanjutan untuk menjaga agar kawasan tetap aman, inklusif, dan berdaya saing, terutama melalui program mitigasi bencana yang terstruktur (Sukawati, 2018).

Pelayanan tambahan di Gunung Batur didominasi oleh peran pemandu lokal (*local guide*), yang berfungsi tidak hanya sebagai penunjuk jalan, tetapi juga sebagai juru kunci informasi geologis, budaya, dan keamanan bagi wisatawan. Keterlibatan komunitas lokal dalam penyediaan jasa pemandu dan *homestay* merupakan elemen kunci dari pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan. Peningkatan modal sosial terjadi melalui peningkatan peran dan partisipasi masyarakat dalam mengelola potensi pariwisata yang dimiliki, termasuk melalui pelatihan yang intensif untuk memastikan pemandu dapat memberikan layanan yang optimal dan informatif (Widnyana & Suardana, 2023). Pemandu lokal tergabung dalam kelompok yang bekerja bersama untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan. Beberapa

Aspek *ancillary service* pada tingkat kelembagaan mencakup tata kelola pariwisata yang dilakukan oleh Badan Pengelola Geopark Batur dan pemerintah daerah. Keberlanjutan destinasi Batur sangat bergantung pada efektivitas regulasi dan pengawasan yang menyeimbangkan kepentingan ekonomi, ekologi, dan sosial budaya. Konflik pemanfaatan ruang, isu sampah, dan *vandalism* masih menjadi ancaman yang harus dikelola melalui koordinasi antar-instansi yang kuat dan

kebijakan yang mengikat. Model sistem dinamik perlu diterapkan untuk mengelola aspek keberlanjutan lingkungan, terutama Danau Batur, yang merupakan sumber daya vital bagi ekosistem kaldera dan pariwisata Bali secara keseluruhan (Utama dkk., 2024).

### Pengumpulan dataset

Dataset atau Kumpulan data dalam penelitian ini didapatkan dari TripAdvisor, yang merupakan situs web yang berfungsi sebagai sosial media yang khusus membahas terkait dengan kepariwisataan. Pengumpulan dataset dilakukan dengan metode *scrapping*. Jumlah data yang diperoleh pada penelitian ini terdiri dari 1480 ulasan dalam Bahasa Inggris yang me-review aktivitas *trekking* di Gunung Batur seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.

Gambar 1 Dataset ulasan wisatawan

```
<class 'pandas.core.frame.DataFrame'>
RangeIndex: 1480 entries, 0 to 1479
Data columns (total 3 columns):
 #   Column   Non-Null Count  Dtype  
--- 
 0   nama      1480 non-null   object 
 1   reviews   1480 non-null   object 
 2   datetime  1480 non-null   object 
dtypes: object(3)
memory usage: 34.8+ KB
```

Pada dataset tersebut masih belum dapat digunakan karena harus melewati tahap berikutnya yaitu *pre-proccesing*. Dapat dilihat bahwa dalam ulasan wisatawan ini hanya mengambil (*scrapping*) pada bagian nama wisatawan, *review* yang ditulis wisatawan, dan *datetime* (waktu wisatawan tersebut memposting ulasannya).

Pada dataset tersebut juga diperlihatkan kolom *datetime* masih bertipe data *object* yang artinya masih dilihat sebagai teks biasa dan tidak dapat dianalisis sebagai seharusnya data bertipe tanggal dan waktu. Selain itu pada 1480 baris tersebut harus dibersihkan kembali dari data yang kosong atau data yang terduplikasi. Sehingga dilakukan proses berikutnya yaitu *cleansing and filtering*, sehingga data tersebut dapat disesuaikan dengan tipe data seharusnya dan

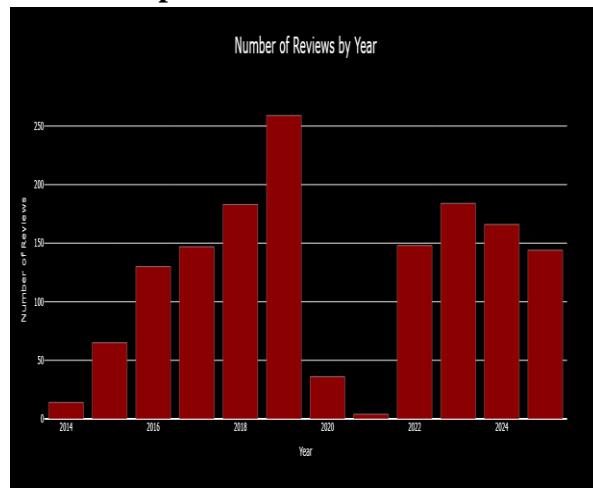
dapat dianalisis. Hasil dari pre-procesing dapat dilihat pada Gambar berikut.

Pada Gambar 2 tersebut didapatkan hasil akhir berupa 1480 baris yang dapat digunakan. Hal ini dapat diartikan bahwa selama melakukan *scrapping* tidak ada baris yang terduplikasi ataupun kosong sehingga tidak ada baris yang dihapus. Pada column datetime

```
<class 'pandas.core.frame.DataFrame'>
RangeIndex: 1480 entries, 0 to 1479
Data columns (total 3 columns):
 #   Column   Non-Null Count  Dtype  
--- 
 0   nama     1480 non-null   object  
 1   reviews   1480 non-null   object  
 2   Date      1480 non-null   datetime64[ns]
dtypes: datetime64[ns](1), object(2)
memory usage: 34.8+ KB
```

sebelumnya bertipe data *object* dimana saat proses *cleaning* dan *filtering* kolom tersebut diubah namanya menjadi kolom Date dan tipe datanya diubah menjadi *datetime* sehingga dapat digunakan untuk tujuan analisis.

### Review responden berdasarkan tahun



Gambar 2 Jumlah review pertahun

Berdasarkan dari Gambar 3 berikut dapat dilihat bahwa wisatawan yang melakukan *review* terhadap aktivitas *trekking* di Gunung Batur mencapai puncaknya pada Tahun 2019 dengan 259 ulasan kemudian

Pada Tahun 2022 kondisi kepariwisataan berlangsung membaik, begitu pula dengan aktivitas kepariwisataan di Kawasan Gunung Batur. Meskipun belum kembali kemasan puncak kunjungan wisatawan seperti saat sebelum pandemi. Namun aktivitas pariwisata sempat tertunda selama 2

tahun pada Tahun 2020 yang hanya 36 ulasan dan 2021 dengan hanya 4 ulasan dikarenakan pandemi Covid-19 yang mengubah kehidupan normal diseluruh dunia dengan adanya larangan berpergian dan social distancing.

Peningkatan tersebut dapat dinilai sebagai harapan kembalinya pertumbuhan pariwisata yang sebelumnya tertunda.

Pada Tahun 2022 jumlah review yang dilakukan oleh wisatawan sendiri berjumlah 148 kemudian pada tahun berikutnya meningkat menjadi 184 review dan mengalami penurunan kembali di tahun 2024 menjadi 166 ulasan dan tahun 2025 menjadi 144.

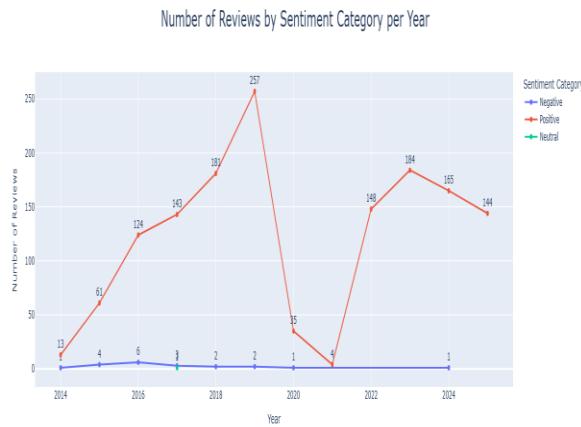
Penurunan ulasan ini menurut pemandu lokal disebabkan karena sedikit demi sedikit terjadi penurunan aktivitas trekking oleh wisatawan mancanegara. Hal tersebut dikarenakan wisatawan lebih memilih untuk aktivitas sightseeing menikmati pemandangan Gunung dan Danau Batur dari café disekitar kaldera. Aktivitas wisata lain seperti volcano jeep tour dan motor trail juga dirasa menyumbang penurunan terhadap minat wisatawan trekking di Gunung Batur. Karena wisatawan yang menaruh minat terhadap wisata petualangan tidak harus bersusah payah untuk mendaki. Wisatawan cukup membayar lebih untuk menaiki kendaraan hingga mendekati puncak untuk naik dan turun dari pendakian Gunung Batur.

Pilihan aktivitas yang lebih mudah namun tetap bernuansa petualangan menjadi salah satu pilihan yang diambil oleh wisatawan mancanegara.

### Review sentimen responden berdasarkan tahun

Review dari wisatawan tidak hanya bersifat positif beberapa review bersifat negatif dan dapat menjadi masukan untuk perbaikan layanan menjadi lebih baik.

Berdasarkan rating pada TripAdvisor, aktivitas trekking memperoleh penilaian 4,8 dari 5. Hal ini mengindikasikan adanya beberapa review yang dirasa kurang berkenan dari sudut pandang wisatawan.



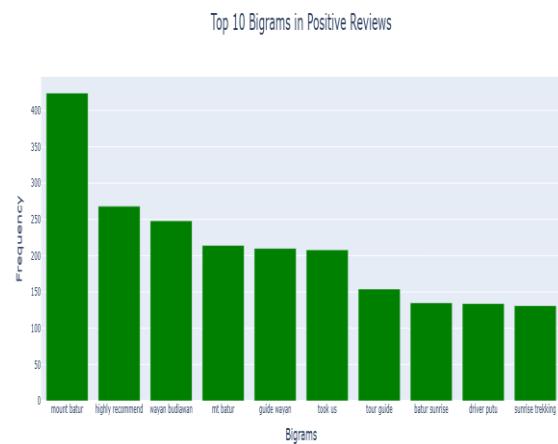
**Gambar 3 jumlah kategori sentimen wisatawan per tahun**

Pada Gambar 4 berikut menyajikan sentimen dari review wisatawan pertahunnya dengan jumlah 1459 ulasan positif, 20 ulasan negatif, dan 1 ulasan netral dari tahun 2014 hingga 2025. Dapat dilihat bahwa meskipun wisatawan mayoritas puas terhadap pelayanan selama aktivitas trekking, namun tidak sedikit juga wisatawan yang mengeluh terhadap pelayanan ini. Setidaknya setiap tahunnya terdapat 1 sampai dengan 2 review negatif yang mengulas keluhan wisatawan pada tahun 2014 hingga 2025. Keluhan terbanyak dapat dilihat pada Tahun 2016 dengan total 6 ulasan negatif dan terus turun setiap tahunnya.

Sentimen positif mendominasi penilaian dari wisatawan setiap tahunnya. Jumlah ulasan positif terbanyak berada pada Tahun 2019 yang mencapai 257 ulasan positif. Meskipun mengalami penurunan kunjungan wisatawan pada Tahun 2020 dan 2021 dikarenakan pandemi, namun review positif tersebut menunjukkan bahwa saat pandemi, pelayanan yang diberikan oleh pemandu lokal tidak mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan pemandu lokal saat pandemi tetap menerapkan prinsip new normal yang menjadi standar keamanan, keselamatan, dan kesehatan kerja disaat itu.

Momen pandemi juga dijadikan sebagai waktu untuk memperbaiki performa dan berkaca dari ulasan negatif diwaktu sebelumnya. Para guide lokal juga menggunakan waktu pandemi tersebut untuk bergotong royong memperbaiki sarana dan prasarana penunjang kepariwisataan. Hal yang tidak dapat dilakukan pada waktu kunjungan puncak. Salah satu hal yang dilakukan adalah dengan membuat jalur untuk sepeda motor trail. Adanya sepeda motor trail menambah rasa nyaman dari wisatawan apabila mereka mengalami kelelahan ataupun cidera saat pendakian. Sehingga tanpa perlu usaha yang berlebihan untuk menuruni gunung, wisatawan cukup membayar jasa tersebut dan wisatawan akan diantarkan sampai dengan drop point yang disepakati.

Bigram menampilkan 10 pasangan kata (bigram) dengan frekuensi tertinggi secara berurutan dalam review wisatawan. Bigram merupakan penggabungan dua kata yang berurutan dan sering digunakan untuk menangkap konteks atau tema penting dalam



teks. Bigram dapat dilihat sebagai berikut :

**Gambar 4 Bigram dengan sentimen positif**

Berdasarkan pada Gambar tersebut dapat dilihat bahwa *Mount Batur* menjadi dua kata dengan sentimen positif paling banyak yaitu sejumlah 424 kali diutarakan. Hal ini menjadi wajar mengingat *Mount Batur* atau Gunung Batur dalam Bahasa Indonesia menjadi daya tarik utamanya terutama dalam aktivitas *trekking*.



Hal tersebut juga diperkuat dari beberapa review yang dibuat oleh wisatawan sebagai berikut :

“My sunrise trek to Mount Batur in Bali was truly an unforgettable experience. The day started with a smooth and comfortable ride to the trekking site”

Review tersebut diambil pada tanggal 8 September 2025 dan menyikapi emosi yang dirasakan oleh wisatawan, menurutnya pengalaman trekking tersebut tidak akan terlupakan. Senada dengan review tersebut, salah satu wisatawan juga mengulas pengalamannya sebagai berikut :

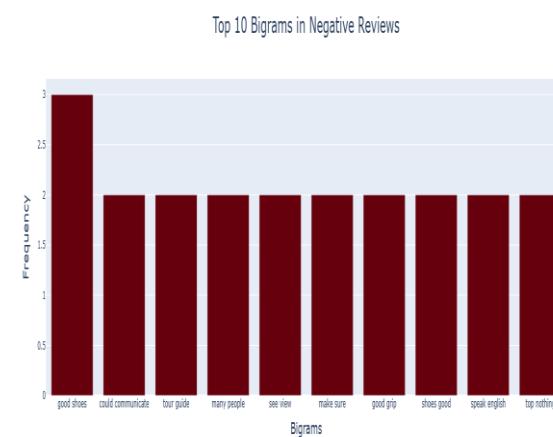
“A Sunrise That Touched the Soul - Thanks to an Unforgettable Guide! For years, the Mount Batur sunrise trek was a dream circled on my bucket list. It was a personal challenge I built up in my mind, and I am thrilled to say that the reality far surpassed every expectation.”

Review tertanggal 23 September 2025 itu juga menyoroti sebuah perjalanan yang tidak hanya secara jasmani tapi juga menyentuh secara rohani. Sebuah perjalanan tidak terlupakan yang sudah bertahun tahun diimpikan dan lebih mempesona lagi bahwa realitanya pengalamannya wisatanya melebihi ekspektasinya selama ini.

Selain dari pada Mount Batur, mt batur, batur sunrise dan sunrise trekking yang memang menjadi daya tarik utamanya, Bigram juga menyoroti beberapa pasang kata seperti wayan budiawan, guide wayan, tour guide, dan driver putu pada bigram mengidentifikasi pengalaman dan profesionalisme yang diberikan kepada wisatawan begitu membekas pada benak wisatawan sehingga tidak sungkan untuk menuliskan nama mereka sebagai bentuk apresiasi atas kinerja mereka.

Selain dari pada Bigram dengan sentiment positif terdapat juga bigram dengan sentiment negative. Meskipun jumlah dari sentiment negative tidak banyak, yaitu 20 yang sering muncul, yang diantaranya Adalah highly recommend, yang menandakan bahwa pengalaman wisata trekking ini berkesan positif dan wisatawan menyarankan calon

wisatawan lainnya untuk mencoba aktivitas ini. Selain itu munculnya guide dan driver review yang tercatat, namun sentiment negative ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk perbaikan yang lebih baik. Bigram dengan sentiment negative dapat dilihat pada Gambar 6 berikut :



**Gambar 5 Bigram dengan sentiment negatif**

Berdasarkan dari Bigram tersebut dapat dilihat bahwa pasangan kata good shoes hanya satu kali lebih banyak diutarakan ketimbang pasangan kata lainnya.

Kata good shoes muncul dalam satu review yang dibuat oleh wisatawan dengan kalimat sebagai berikut :

Take good shoes with you. Really good shoes with good grip... be sure you're in a good constitution and have good shoes with you otherwise it can be dangerous.”

Review tersebut dibuat pada tanggal 18 Oktober 2016. Ulasan tersebut menyoroti pentingnya penggunaan sepatu yang sesuai untuk kondisi trekking, yang jika tidak digunakan atau tidak sesuai, kemungkinan aktivitas wisata menjadi lebih berbahaya. Pasangan kata serupa juga muncul seperti good grip dan shoes good yang mengidentifikasi pentingnya sepatu yang memiliki cengkeraman yang bagus agar terhindar dari bahaya yang tidak diinginkan. Selain itu muncul juga kata seperti many people dan top nothing yang mengidentifikasi bahwa kondisi diatas Gunung Batur sering kali dipenuhi oleh



pendaki lainnya dan terkadang suasananya menjadi sangat crowded dan tidak nyaman.

Hal lain yang menjadi keluhan adalah saat berada di puncak, cuaca digunung kadang dapat berubah sehingga yang sebelumnya cerah berubah menjadi mendung dan tidak dapat melihat apapun. Kondisi ini sering terjadi pada bulan September hingga Februari saat dimana cuaca sedang masuk pada musim hujan. Selain itu kondisi juga lebih berbahaya dikarenakan hujan dan kelembapan dapat menyebabkan tanah ataupun batu untuk berpijak menjadi lebih licin.

Pasangan kata lain yang muncul adalah kata seperti could communicate, tour guide, dan make sure yang dapat diartikan bahwa wisatawan mengeluhkan pelayanan tertentu oleh tour guide dimana wisatawan tidak mendapatkan kepastian apakah dapat melihat golden sunrise atau tidak, kemudian hal tersebut menurut wisatawan harus dikomunikasikan agar wisatawan merasa transparan dengan informasi tersebut. Informasi seperti apakah medan yang dilalui cukup berat atau tidak, kemudian apakah akan dapat melihat sunrise atau tidak, ataupun kondisi di puncak seperti ramai tidaknya wisatawan dan atau masyarakat lokal yang mendaki menjadi informasi tambahan yang penting dan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk mengambil trekking sebagai atraksi wisata pilihannya.

## PENUTUP

### Kesimpulan

ulasan trekking Gunung Batur di Tripadvisor mengungkapkan bahwa tingkat kepuasan wisatawan mancanegara yang sangat tinggi, ditunjukkan oleh dominasi sentimen positif (98,6%) dan rating rata-rata 4,8 dari 5. Sentimen positif ini didorong oleh dua pilar utama: Daya Tarik Inti Gunung Batur sebagai UNESCO Global Geopark yang menawarkan pengalaman sunrise trekking yang spektakuler, dan kualitas layanan personal yang luar biasa. Analisis bigram positif secara jelas menunjukkan bahwa pengalaman yang berkesan sangat bergantung pada kinerja

profesional dan keramahan pemandu lokal, menegaskan bahwa aset manusia adalah faktor kunci keberhasilan pada destinasi ini.

Meskipun didominasi oleh ulasan positif, temuan minoritas dari 20 ulasan negatif memberikan petunjuk untuk perbaikan operasional, yang berpusat pada tiga isu: keselamatan, kenyamanan, dan komunikasi. Pemicu ketidakpuasan terutama terkait dengan perlunya penggunaan perlengkapan yang memadai ("good shoes") untuk menghadapi medan yang menantang, masalah kepadatan di puncak ("many people"), serta kekecewaan ketika cuaca menghalangi pemandangan ("top nothing"). Lebih lanjut, adanya keluhan terkait "could communicate" yang menggarisbawahi perlunya peningkatan kompetensi pemandu dalam manajemen ekspektasi dan transparansi informasi mengenai kondisi di lapangan. Dengan mengatasi kerentanan pada aspek keselamatan dan komunikasi ini, pengelola destinasi dapat memastikan Gunung Batur menuju pariwisata yang tidak hanya populer, tetapi juga berkelanjutan, aman, dan berkualitas tinggi di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afroh, L. R., & Susanti, E. D. (2024). Dampak E-WOM terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Kawasan Wisata Tunjungan Surabaya. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(7), 6556-6561.
- [2] Bird, S., Klein, E., & Loper, E. (2009). *Natural Language Processing with Python – Analyzing Text with the Natural Language Toolkit*. O'Reilly Media.
- [3] Budhi, A., & Witarsana, I. G. A. G. (2022). Pengaruh Tripadvisor Electronic Word Of Mouth Terhadap Online Booking Decision Tamu Domestik Di Bali. *Jurnal Kepariwisataan: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 6(2), 203-218.
- [4] Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism



- research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- [5] Fatimah, A. (2017). Potensi Wisata Minat Khusus Di Jalur Pendakian Sapuangan Taman Nasional Gunung Merapi, Tegalmulyo, Kemalang, Klaten. *GeoEduca*, 2(6), 807-820.
- [6] Glez-Peña, D., Lourenço, A., López-Fernández, H., Reboiro-Jato, M., & Fdez-Riverola, F. (2014). Web scraping technologies in an API world. *Briefings in bioinformatics*, 15(5), 788-797
- [7] Manning, C. D., Raghavan, P., & Schütze, H. (2008). *Introduction to Information Retrieval*. Cambridge University Press.
- [8] Mudana, I. G., Sutama, I. K., & Widhari, C. I. S. (2018). Memadukan Pendakian dan Wisata Edukasi: Persoalan Gunung Api dan Geopark Batur di Kawasan Kintamani, Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 8(2), 143-158.
- [9] Pradana, M. G. (2020). Penggunaan fitur wordcloud dan document term matrix dalam text mining. *Jurnal Ilmiah Informatika*, 8(01), 38-43.
- [10] Putu, W., Parama, S., Gusti, A. I., & Mahagangga, O. (2017). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Studi Kasus di Ekowisata Kampoeng Kepiting Tuban, Bali). *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(1), 144-149.
- [11] Sari, F., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Variabel Electronic Word Of Mouth (E-wom) Terhadap Variabel Minat Berkunjung Dan Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan Terhadap Wisata Coban Rais Kota Batu. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(2).
- [12] Sari, N. P. R. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Lokal di Masa Pandemi ke Daya Tarik Wisata Khusus Kintamani Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 12(1), 22.
- [13] Suciati, D. A. P., & Suadnya, I. M. (2021). Strategi Pemulihan Pariwisata Pasca Penanganan Pandemi. *Jurnal Pena Wimaya*.
- [14] Sukawati, A. (2018). Mitigasi Risiko Bencana di Kawasan Wisata Gunung Batur. *Jurnal Mitigasi Bencana*, 12(3), 45-56.
- [15] Suta, P. W. P., Rafael, R., & Mahanani, S. M. (2025). ANALISIS ULASAN WISATAWAN PADA SITUS TRIPADVISOR DI GARUDA WISNU KENCANA CULTURAL PARK, BALI. *Journal Of Responsible Tourism*, 5(1), 459-472.
- [16] Utami, N. G. R., Adisaputra, I., & Widyawati, A. (2021). Analisis Perilaku Wisatawan Berdasarkan Data Ulasan di Website Tripadvisor Menggunakan CRISP-DM. *Semantic Scholar*. (Dikutip sebagai referensi Rinjani/Bromo).
- [17] Widnyana, I. W., & Suardana, I. G. A. P. (2023). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Batur. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 4529-4539.
- [18] Wiguna, K. I. T., et al. (2023). Pengaruh Pembangunan Infrastruktur Transportasi dalam Mendukung Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Provinsi Bali. *Jurnal Poltrada*.
- [19] Wiryanatha, I. G. A. A., et al. (2014). Positioning Geopark Gunung Batur sebagai Daya Tarik Ekowisata di Kintamani, Kabupaten Bangli. *JURNAL DESTINASI PARIWISATA*, 2(1), 36-45
- [20] Zarrad, H, and M Debabi. (2015). Analyzing the Effect of Electronic Word of Mouth on Tourists' Attitude toward Destination and Travel Intention. *International Research Journal of Social Sciences*, 4(4), 53-60.