

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Grand Whiz Hotel merupakan usaha perhotelan yang didirikan oleh Intiwhiz Internasional salah satu anak dari Perusahaan PT.Intiland Development Tbk. Hotel ini merupakan hotel dengan klasifikasi Bintang empat dan tergolong ke dalam jenis hotel bisnis, memiliki ciri khas berada di lokasi Pusat Kota dan berada di kawasan perkantoran, pertokoan dan aksesibilitas yang mudah. Hotel ini memiliki beberapa cabang yang tersebar di Indonesia, seperti Jakarta, Manado, Trawas Mojokerto, Nusa Dua Bali, dan Bromo. Sebagai brand hotel pendatang baru yang berkeinginan untuk menjadi jaringan hotel yang paling dicari dan berkembang pesat di seluruh Indonesia Grand Whiz Hotel terus berupaya dengan memperluas portofolio proyek dan memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan sektor properti di Indonesia.

Kota Bandung merupakan salah satu kota besar di Pulau Jawa dan memiliki peran penting sebagai pusat pemerintahan dan ekonomi di Provinsi Jawa Barat. Demikian Kota Bandung memiliki daya tarik tersendiri terhadap masyarakat dari dalam maupun luar kota Bandung. Hal ini disebabkan oleh posisinya sebagai kota terbesar keempat di Indonesia, setelah Jakarta, Surabaya, dan Medan. Dengan hal tersebut kota Bandung memiliki potensi yang cukup tinggi dalam sebuah kegiatan bisnis, perdagangan, penginapan juga berperan dalam pertumbuhan sektor pariwisata dan perekonomian yang baik di masa sekarang dan yang akan datang. Menurut data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung pada tahun 2021 menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan sebesar 0,10% - 0,15% setiap tahunnya. Dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung, ini akan berdampak pada sektor perhotelan, salah satunya adalah hotel Bintang yang menyediakan

fasilitas lengkap untuk pebisnis, wisatawan maupun keluarga. Berdasarkan data Kemenparekraf Republik Indonesia, Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel bintang meningkat dari Januari hingga Oktober 2022. Pada Oktober 2022, TPK hotel di Jawa Barat mencapai 57,67%, naik 10,68 poin dari Januari yang hanya 46,99%. Dengan kunjungan wisatawan yang bertambah, diperlukan akomodasi yang nyaman dan lengkap, baik untuk keperluan bisnis maupun berwisata.

Dengan demikian dirancanglah Grand Whiz Hotel yang menawarkan akomodasi penginapan dan fasilitas penunjang kegiatan bisnis dan rekreasi di Jl. Jenderal Sudirman, Cibadak, Astanaanyar, Kota Bandung, Jawa Barat. Lokasi ini merupakan jalur arteri sekunder nasional yang menjadi jalur utama yang menghubungkan Kota Bandung dan Cimahi, sehingga sangat strategis dan mudah dijangkau oleh pebisnis yang datang ke Kota Bandung. Hotel ini memiliki target pasar yang luas seperti pebisnis, pelancong bisnis, pegawai perusahaan, maupun keluarga dan tamu transit. Dari hasil observasi terhadap Grand Whiz Hotel masih ditemukan adanya ketidak efektifan dalam penataan zoning, fasilitas penunjang bisnis belum sesuai dengan standar ergonomi, implementasi karakteristik brand yang masih kurang teraplikasikan, penerapan signage yang masih kurang jelas dan ukuran kamar yang masih belum sesuai dengan standar hotel Bintang 4. Namun, sebenarnya hal tersebut merupakan bagian dari tiga aspek penting brand identity yang dapat menguatkan brand itu sendiri. Oleh karena itu, perancangan baru Grand Whiz di Kota Bandung ini akan mengadopsi pendekatan Brand Identity untuk memperkuat citra hotel dan meningkatkan kepuasan pengunjung melalui peningkatan kualitas dan fasilitas ruangan hotel.

Perancangan Grand Whiz Hotel hadir sebagai sebuah fasilitas jasa penginapan dengan standar hotel bisnis bintang empat dengan fasilitas yang disesuaikan dengan Ketentuan dari peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 mengenai standar

operasional hotel. Keberadaan hotel ini akan memberikan kontribusi dalam pertumbuhan dan kemajuan dalam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif serta mendukung aktivitas bisnis yang diperlukan dalam penginapan. Perancangan ini memiliki tujuan yaitu ingin menjadikan Grand Whiz Hotel membangun Identitas dan karakteristik yang kuat melalui desain interior yang khas, agar konsumen dapat dengan mudah mengenali dan membedakan Grand Whiz Hotel dari pesaing-pesaing yang ada di sekitar Kawasan Jl. Jenderal Sudirman.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Untuk bisnis hotel grand whiz kelemahan yang didapat dari fenomena, observasi, dan hasil studi banding terhadap sirkulasi, visual, dan fasilitas yang belum mendukung kegiatan bisnis akan dijadikan masukan dalam perancangan interior Grand Whiz Hotel baru sehingga identifikasi masalah berupa elemen desain yang ingin ditampilkan secara general meliputi:

### a. Organisasi Ruang dan Layout

- Program aktivitas dan fasilitas: perancangan bisnis hotel dengan lokasi di kawasan pusat Kota Bandung akan dirancang sesuai dengan kebutuhan pengunjung hotel yang datang untuk kegiatan berbisnis dengan menyediakan fasilitas-fasilitas penunjang seperti ruang *meeting* dan restoran. Fasilitas dan lokasi ini sangat penting karena pengunjung hotel bisnis umumnya merupakan pelancong bisnis, pegawai perusahaan, ataupun keluarga.
- Sistem sirkulasi dan hubungan antar ruang: sistem sirkulasi dan hubungan antar ruang diterapkan sesuai dengan aktivitas dan kebutuhan pengunjung hotel bisnis. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, fasilitas ruang *meeting* diharapkan saling berdekatan untuk menciptakan pengorganisasian ruang yang efektif bagi pengunjung bisnis.

### b. Konsep Visual

- Konsep Bentuk: agar sesuai dengan konsep *brand* Grand Whiz Hotel, akan diterapkan bentuk dinamis dan geometris pada perancangan ini.
- Konsep Material: pengimplementasian material berdasarkan Identitas *brand*, yaitu didominasi dengan kayu, kaca, dan granit motif marmer.
- Konsep Warna: warna yang akan diterapkan merupakan warna-warna netral yang dipadukan dengan warna hijau agar sesuai dengan karakteristik dari *brand* Grand Whiz Hotel.

**c. Persyaratan Umum Ruang**

- Pencahayaan: pencahayaan alami berdasarkan dari denah eksisting berasal dari sinar matahari langsung pada bukaan jendela. Pencahayaan buatan yang akan diterapkan ialah *general lighting*, *hidden LED* dan *task lighting*.
- Penghawaan: penghawaan alami berdasarkan dari denah eksisting yang berasal dari angin yang masuk melalui bukaan. Penghawaan buatan yang akan diterapkan berupa AC multi-split VRV.
- Keamanan: Sistem keamanan akan diterapkan berupa CCTV, *sprinkler*, *smoke detector*, *signage* dan *smart lock*.

**d. Fasilitas Ruang**

- Furnitur: agar mendukung kegiatan berbisnis, diperlukan penerapan fasilitas meja kerja yang sesuai dengan standar ergonomi.
- Standarisasi: agar menciptakan hotel yang memiliki pelayanan dan fasilitas yang baik, diperlukan ukuran kamar tamu yang sesuai dengan standarisasi Hotel Bintang 4.

**1.3 Rumusan Masalah**

Setelah masalah telah teridentifikasi, maka masalah diatas dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana memberikan perancangan terkait organisasi ruang yang efektif pada interior Grand Whiz Hotel di Kota Bandung?
- b. Bagaimana menciptakan ruang interior yang nyaman agar dapat memberikan pengalaman ruang kepada penggunanya?
- c. Bagaimana pengimplementasian Identitas dan karakteristik brand pada interior Grand Whiz Hotel di Kota Bandung?
- d. Bagaimana menerapkan *signage* yang dapat memberikan informasi kepada pengguna?
- e. Bagaimana menghadirkan fasilitas yang sesuai dengan kegiatan bisnis?
- f. Bagaimana menciptakan ukuran kamar yang sesuai dengan standar hotel Bintang 4?

#### **1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan**

Adapun tujuan dan sasaran dari perancangan hotel bisnis

##### **1.4.1 Tujuan**

Tujuan perancangan adalah menciptakan sarana akomodasi yang terletak di pusat kota Bandung dan memberikan pengalaman ruang yang menarik bagi pengunjung dengan konsep bisnis hotel yang menampilkan identitas dan karakteristik unik dari Grand Whiz Hotel di Kota Bandung. Hotel ini juga bertujuan untuk menjadi salah satu hotel paling diminati dan berkembang pesat di seluruh Indonesia.

##### **1.4.2 Sasaran**

Sasaran dari perancangan interior bisnis hotel ini adalah :

- a. Sebagai penyedia akomodasi untuk pebisnis dan wisatawan yang datang ke Kota Bandung
- b. Memperkenalkan Identitas dan karakteristik hotel melalui elemen-elemen interior hotel
- c. Menciptakan desain interior hotel yang menekankan konsep interior *branding*.

## 1.5 Batasan Perancangan

Batasan perancangan pada Bisnis Hotel Bintang 4 ini, yaitu:

- a. Objek Perancangan: Objek perancangan baru untuk Bisnis Hotel Bintang 4 di Kota Bandung
- b. Status Proyek : Fiktif / New Design
- c. Klasifikasi : Bisnis Hotel bintang 4
- d. Lokasi : Jl. Jendral Sudirman, Cibadak, Astanaanyar, Kota Bandung, Jawa Barat 40241. Jalan Jendral Sudirman merupakan jalan arteri sekunder national yang selalu di lewati karena menghubungkan antar kota yaitu kota Bandung dan Cimahi sehingga lokasi tapak strategis dan mudah dicapai.
- e. Regulasi : - Keputusan Direktur Jenderal Pariwisata No: 14/U/II/88  
- SK: Menteri nomor PM.10/PW 301/Phb.77 oleh Dirjen Pariwisata  
- Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. PM.53/HM.001/MPEK/2013
- f. Luas lahan : 6900m<sup>2</sup> dengan 6 lantai dan 80 kamar.
- g. Area Perancangan : 900m<sup>2</sup> yang terdiri dari *lobby, restaurant, standar room, deluxe room, super deluxe room, suite room & meeting room*

## 1.6 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dari perancangan ini adalah:

### a. Manfaat bagi Masyarakat / Komunitas

Kawasan Jendral Sudirman merupakan jalan ramai dan strategis. Pada lokasi tersebut terdapat berbagai objek wisata menarik seperti tempat berbelanja, taman, museum, dan kuliner khas, yang dimana akan membuat wisatawan lebih mudah mengakses tempat-tempat tersebut dan meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berlibur. Hal ini

berpotensi meningkatkan kesejahteraan ekonomi pariwisata, dan mendukung perkembangan sektor pariwisata di Kota Bandung.

**b. Manfaat bagi Institusi Penyelenggara Pendidikan**

1. Turut menerapkan ilmu, meneliti, dan merancang interior dengan menggunakan keilmuan desain interior supaya keilmuan tersebut tetap lestari dan terus berkembang.
2. Hasil perancangan dapat digunakan sebagai referensi untuk jenis proyek yang sama dan bisa dikembangkan lebih baik lagi kedepannya.
3. Sebagai sumber kajian tambahan bagi institusi mengenai pengetahuan teoritis yang dirujuk tentang pemahaman brand identity.

**c. Manfaat bagi Bidang Keilmuan Interior**

Pemahaman tentang pentingnya merancang interior dengan pendekatan brand identity untuk menghadirkan interior hotel yang memiliki Identitas dan karakteristik dari brand yang diambil. Juga menjadi referensi untuk perancangan bisnis hotel bintang 4 yang sesuai dengan kebutuhan dan standar ruang.

**1.7 Metode Perancangan**

Tahapan metode perancangan yang digunakan untuk perancangan bisnis hotel bintang 4, sebagai berikut :

**1.7.1 Tahap Pengumpulan Data**

Perancangan ini melakukan pengumpulan data dengan beberapa cara diantaranya:

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui suasana hotel bisnis dan brand Grand Whiz Hotel seperti apa. Dalam mengumpulkan data dengan metode ini didapatkan dengan data primer dan sekunder.

b. Studi Literatur

Studi literatur menggunakan data primer dan skunder sebagai tahapan dalam perancangan. Studi literatur terkait perancangan bisnis hotel dengan fasilitas yang mendukung aktivitas penunjang para user diperoleh dari publikasi online, jurnal, skripsi, tugas akhir dan tesis.

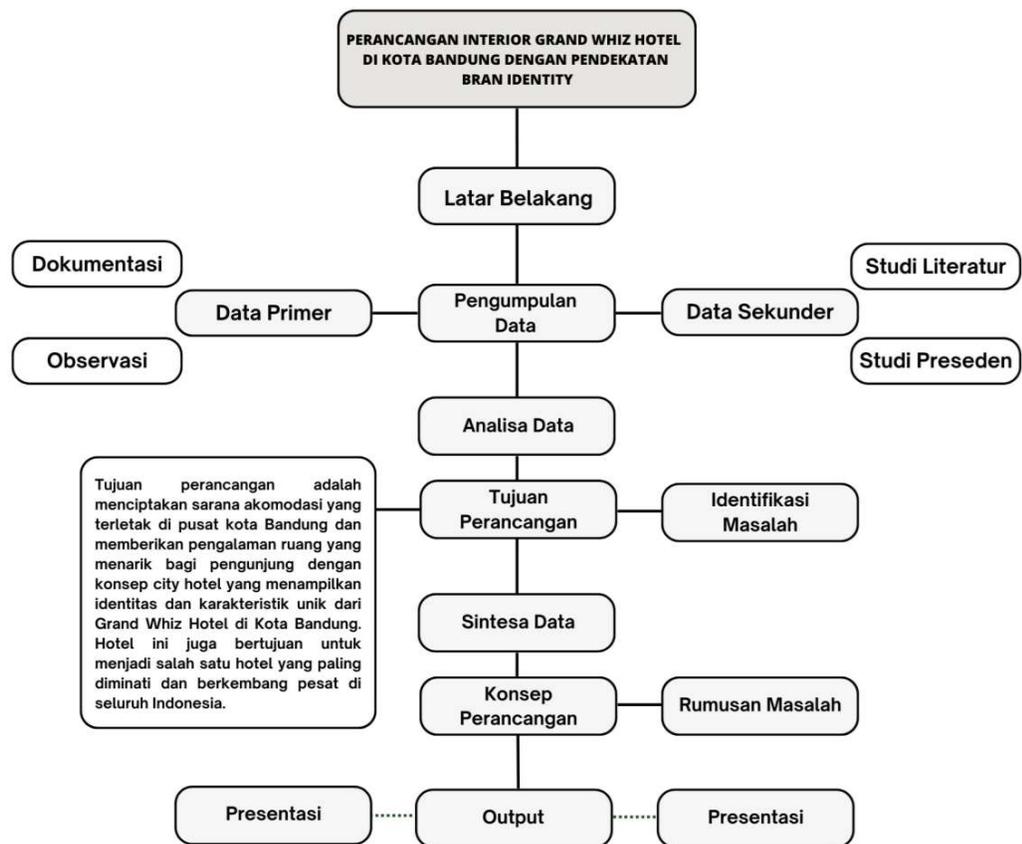
c. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi Grand Whiz Hotel Poin Simatupang Jakarta.

d. Studi Komparasi

Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari sebuah Hotel maka dilakukanlah studi banding pada Hotel lain yaitu Grand Whiz Poin Simatupang Jakarta, Grand Whiz Megamas Manado, dan Grand Whiz Hotel Nusa Dua.

## **1.8 Kerangka Berpikir**



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir  
Sumber: Analisis Pribadi

## 1.9 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pada proposal ini antara lain sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi uraian-uraian latar belakang pengangkatan Perancangan Grand Whiz Hotel di Kota Bandung, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup dan batasan perancangan, manfaat perancangan, metode perancangan, kerangka berpikir, serta sistematika penulisan yang digunakan.

### **BAB II : KAJIAN LITERATUR DAN DATA PERANCANGAN**

Berisi uraian-uraian mengenai kajian literatur mulai dari klasifikasi Hotel secara umum hingga jenis jenis Hotel serta kajian literatur mengenai pendekatan, analisis studi kasus bangunan sejenis.

### **BAB III : ANALISIS STUDI BANDING, DESKRIPSI PROYEK, DAN ANALISIS DATA**

Berisi uraian-uraian dari studi banding, membahas deskripsi dan halhal terkait proyek dan perancangan, analisis data dan site, bangunan eksisting, alur aktivitas, kebutuhan ruang, dan lain-lain.

### **BAB IV : TEMA, KONSEP PERANCANGAN, DAN APLIKASI PERANCANGAN**

Berisi uraian meliputi pembahasan tentang tema perancangan, konsep perancangan, penggunaan ruang, bentuk, material, warna, pencahayaan dan penghawaan, juga keamanan beserta penerapannya pada bisnis hotel.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini merupakan akhir dari penulisan yang berisikan kesimpulan dan saran perancangan.