

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Hotel adalah bangunan yang khusus disediakan bagi orang untuk dapat menginap atau istirahat, memperoleh pelayanan dan atau fasilitas lainnya dengan dipungut bayaran menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 65 Tahun 2011 tanggal 31 September 2011 Pasal 1. Sedangkan menurut (Sulastiyono, 2006), menyetujui menurut keputusan Menparpostel, hotel merupakan bagian penting dari industri pariwisata dan didefinisikan sebagai usaha akomodasi yang dikomersialkan dengan menyediakan fasilitas seperti kamar tidur dan kamar tamu, makanan dan minuman, serta pelayanan tambahan seperti fasilitas olahraga, laundry, dan sebagainya.

.Hotel adalah bagian dari industri pariwisata yang penting, dimana wisatawan bisa menginap dan mendapatkan akomodasi selama perjalanan/liburan mereka. Hotel terdapat variasi dalam ukuran, fasilitas, yang menjadikan hotel itu terdapat berbagai macam jenis seperti Hotel Resor, Hotel Butik, Hotel Bisnis, Hotel Budget dan lain-lain yang membedakannya dari fasilitas, karakteristik, dan tujuan yang berbeda, sehingga wisatawan dapat memilih akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka selama perjalanan/liburan. Salah satu jenis Hotel yaitu Hotel Butik menjadi perhatian wisatawan lokal atau luar negeri, dan pebisnis dalam tren berlibur. Daya tarik Hotel Butik bagi para wisatawan adalah yaitu keunikan atau identitas yang kuat dalam pengayaan atau desain hotel itu sendiri. Menurut (Siggs, 2005) Konsumen Hotel Butik lebih suka menginap di hotel konvensional karena lima faktor utama yang membedakan jenis hotel ini dari yang lain: "karakter yang unik", "sentuhan yang dipersonalisasi atau personal", "nuansa akomodasi yang nyaman", "standar kualitas tinggi yang ditawarkan", dan "nilai tambah" lokasi dan budaya tuan rumah. Hotel

Butik ini dapat digambarkan sebagai jenis hotel dengan suasana yang unik, penawaran layanan yang sesuai dengan gaya dan tema yang dipakai hotel tersebut.

Pada perancangan baru hotel butik ini penulis merancang sebuah hotel butik yang berada di Kota Bandung dengan membawa Brand Identity dari Tama Boutique Hotel. Kunjungan wisatawan mancanegara menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat meningkat 82,79% pada Januari-September 2023 sebanyak 2.113 orang di banding 2022 sebanyak 1.156 orang, begitu juga wisatawan domestik pun meningkat pada tahun 2023. Sedangkan menurut Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung mencatat sebanyak 2.253.966 wisatawan berkunjung ke Kota Bandung. Hal ini dikarenakan Kota Bandung memiliki banyak objek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Dalam mengakomodasi wisatawan mancanegara maupun domestik, diperlukan fasilitas menginap salah satunya yaitu hotel. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan domestik dan internasional yang mengunjungi Bandung, industri perhotelan di sekitar pusat kota akan mengalami perubahan besar. Akibatnya, keseimbangan hotel sangat penting untuk meningkatkan lokasi. Ini terutama berlaku untuk hotel bintang empat, yang menawarkan semua fasilitas yang dibutuhkan wisatawan, bisnis, atau keduanya (Kurnia, Andrianawati, & Perdana, 2024).

Meningkatnya wisatawan menjadi potensi untuk hotel butik, dikarenakan hotel butik mempunyai keunikan yang menarik wisatawan mancanegara atau domestik untuk menginap, ditambah dengan kemajuan teknologi masa kini yang terdapat media sosial dan pemesanan hotel di internet yang menjadikan potensi untuk hotel butik. Kualitas yang baik dan fasilitas dari hotel butik yang unik menjadikan para *reviewer* pada media sosial dan website booking online untuk mengulas pengalaman yang memuaskan dan menarik wisatawan lain untuk menginap dihotel tersebut. Salah satu contoh daya tarik wisatawan adalah tempat dengan adanya spot *Instagramable*. Instagram adalah salah satu media sosial

yang digemari setiap pengguna media sosial, menurut (Laksitarini, 2023) Dengan banyak lokasi foto yang menarik perhatian pengunjung, mereka ingin melakukan swafoto untuk kemudian dibagikan di media sosial Instagram. Untuk melakukan ini, mereka mencari lokasi terbaik untuk diambil foto dan menjadikan tempat mereka tinggal sebagai bukti eksistensi mereka. Hotel tidak perlu melakukan promosi yang signifikan untuk memperkenalkan kepada pengguna media sosial.

Tama Boutique Hotel merupakan hotel butik Bintang 3 yang terletak di Jl. Dr. Rajiman Kota Bandung. Hotel ini berdiri pada tahun 2016 oleh Karadi Hanam. Hotel ini Bersatu dengan restoran pada lantai satunya, dan memiliki 3 lantai dengan 1 lobby *mezzanine*, hotel ini mengambil konsep *Korean Style*, yang menjadi keunikan sebagai daya Tarik hotel. Namun, perlu perkembangan pada interior dan penambahan fasilitas pada Tama Boutique Hotel dengan mempertahankan identitas dari Tama Boutique Hotel sendiri.

## **1.2 IDENTIFIKASI MASALAH**

1. *Site* yang berada di tepi jalan utama/jalan raya yang menyebabkan kebisingan dari kendaraan yang cukup tinggi yang berpengaruh terhadap ketenangan pengunjung pada lantai 1 (*Lobby* dan *Café*)
2. Organisasi ruang yang kurang baik pada *site* awal, yang menyebabkan sirkulasi keluar masuk pengunjung didalam hotel kurang baik.
3. Kurangnya penerapan komponen strategi brand yaitu komponen ruang, cahaya, warna, material, furniture dan kebutuhan dan faktor manusia untuk interior Tama Boutique Hotel. sehingga karakter khusus Tama Boutique Hotel tidak tersampaikan pada pengunjung melalui elemen interior.

### **1.3 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian latar belakang dari identifikasi masalah dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana memindahkan Tama Hotel Butik ke tapak yang lebih luas dengan menjaga identitas dari Tama Butik Hotel?
2. Bagaimana mengefisiensikan *layout* Tama Butik Hotel di tapak yang baru?
3. Bagaimana menambahkan fasilitas baru seperti Restoran, Gym, Spa, Sauna, Kolam Renang dan lain-lain yang sesuai dengan *brand* Tama Butik Hotel?

### **1.4 TUJUAN DAN SASARAN PERANCANGAN**

#### **1.4.1 Tujuan Perancangan**

Perancangan Tama Boutique Hotel ini untuk menyediakan akomodasi dengan keunikan desain dari Brand Tama tren dengan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan untuk pengalaman wisatawan mancanegara dan domestik yang datang ke Kota Bandung, dan juga warga lokal Bandung.

#### **1.4.2 Sasaran Perancangan**

1. Menerapkan *brand identity* dari Tama Butik Hotel ke tapak yang lebih luas.
2. Menambahkan fasilitas yang lebih lengkap dari tapak sebelumnya.
3. Menerapkan berbagai elemen interior yang mendukung tema konsep dari Tama Butik Hotel yang dapat memberikan pengalaman ruang bagi pengguna/pengunjung.

### **1.5 BATASAN PERANCANGAN**

Batasan perancangan bertujuan supaya lingkup masalah dapat focus terhadap hal tertentu dan tidak meluas. Batasan masalah yang telah ditentukan dalam perancangan ini adalah:

1. Nama Proyek: Hotel Butik Bintang 4 (\*\*\*\*)

2. Status Proyek: Fiktif/ *New Design*
3. Lokasi: Jl. Ir. H. Juanda No.118, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132
4. Luas Lahan:
  - Lobby: 305 m<sup>2</sup>
  - Café & Lounge: 284 m<sup>2</sup>
  - Restoran: 334 m<sup>2</sup>
  - Suite Room: 50 m<sup>2</sup>
  - Deluxe Room: 30 m<sup>2</sup>
  - Standard Room: 22 m<sup>2</sup>

## **1.6 METODE PERANCANGAN**

Langkah-langkah dalam metode perancangan yang dipergunakan pada perancangan interior Hotel Butik, antara lain:

1. Tahap Mengumpulkan Data
  - a. Wawancara, dilakukan secara langsung kepada pihak Tama Boutique Hotel
  - b. Survey dan dokumentasi yang merupakan data fisik yang diambil langsung pada lokasi studi banding.
  - c. Studi Literatur, menganalisis suatu pemecahan masalah yang didapat dari jurnal, buku, yang berkaitan dengan perancangan.
2. Tahap Programming

Menganalisis seluruh data yang sudah diperoleh untuk mengetahui isu dan permasalahan. Lalu, menganalisis data eksisting bangunan hotel untuk membuat perhitungan kebutuhan ruang, sirkulasi alur aktivitas, bubble diagram, matriks, dan *Zoning-Blocking* ruang.
3. Tahap Tema Konsep

Tahap ini merupakan Solusi dari isu dan permasalahan yang didapatkan sebelumnya.  
Gagasan yang didapat akan dikembangkan menjadi suatu tema konsep.

#### 4. Tahap Gambar Kerja

Tahapan terakhir dari perancangan ini adalah membuat gambar kerja interior. Gambar kerja meliputi siteplan, denah generan, denah khusus, pola lantai, ceiling, MEP, tampak, potongan, detail furniture, detail interior dan perspektif interior.

### **1.7 MANFAAT PERANCANGAN**

#### 1. Masyarakat/Komunitas

Perancangan hotel butik ini diharapkan menjadi akomodasi yang sesuai dengan standarisasi dan harapan wisatawan mancanegara, domestik, maupun local.

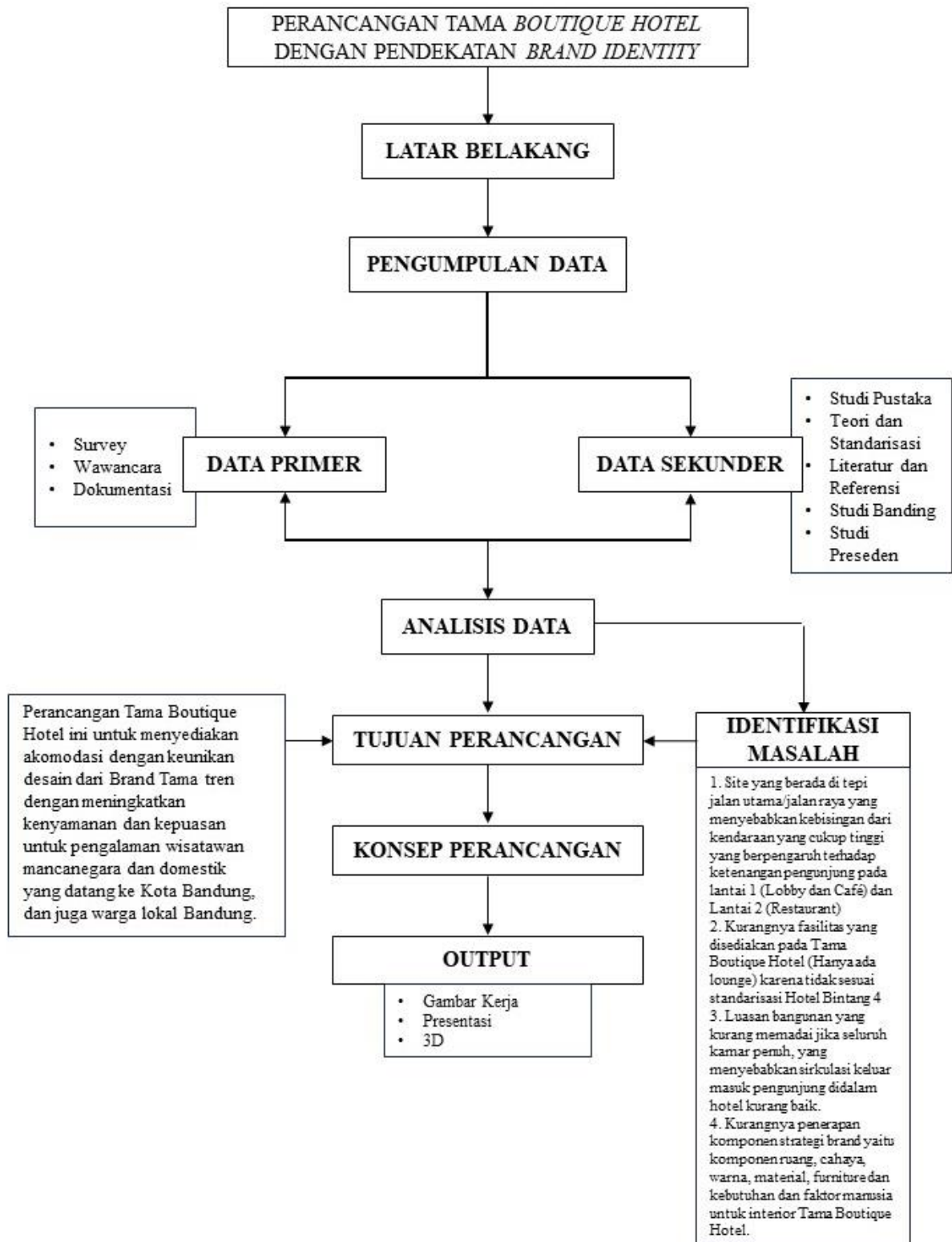
#### 2. Institusi Penyelenggara Pendidikan

Perancangan hotel ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang mempunyai obojek atau proyek perancangan yang serupa,

#### 3. Keilmuan Interior

Perancangan interior hotel butik ini diharapkan menjadi solusi dari permasalahan dengan permasalahan yang sama atau tipologi bangunan yang sama.

## 1.8 KERANGKA PIKIR PERANCANGAN



## **1.9 PEMBABAN LAPORAN TA**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi uraian-uraian latar belakang pengangkatan perancangan interior Hotel Butik di Bandung, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup dan batasan masalah, manfaat perancangan, metode perancangan, kerangka berfikir, dan pembaban laporan TA

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

Berisi uraian-uraian mengenai kajian literatur mulai dari hotel secara umum hingga klasifikasinya, serta kajian literatur mengenai pendekatan, analisa studi kasus bangunan sejenis, dan analisa data proyek.

### **BAB III : KONSEP PERANCANGAN DESAIN INTERIOR**

Berisi uraian-uraian tema perancangan, konsep perancangan, organisasi ruang, layout, bentuk, material, warna, pencahayaan dan penghawaan, keamanan dan akustik beserta pengaplikasiannya pada Hotel.

### **BAB IV : KONSEP PERANCANGAN VISUAL DENAH KHUSUS**

Berisi uraian-uraian mengenai pemilihan denah khusus, konsep tata ruang, persyaratan teknis ruang dan elemen interior.

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

Merupakan bagian akhir dari penulisan laporan yang berisi tentang kesimpulan dan saran