

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia telah menyebabkan peningkatan signifikan di sektor perhotelan, terutama di Kota Bandung, yang merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya (Subakti, 2016). Saat ini, Bandung menjadi tujuan wisata yang populer bagi wisatawan domestik dan internasional, dengan menawarkan berbagai pengalaman seperti wisata kuliner, belanja, dan kegiatan budaya. Seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung, permintaan akomodasi hotel juga meningkat, terutama pada akhir pekan ketika banyak wisatawan mencari tempat istirahat setelah menjelajahi berbagai atraksi wisata di Bandung.

Pada bulan Desember 2022, Badan Pusat Statistik Jawa Barat (BPS, 2023) mengungkapkan bahwa Tingkat Penghunian Kamar (TPK) dari Hotel Bintang dan Non Bintang di Jawa Barat mencapai 48,31 persen, mengalami peningkatan sebesar 3,48 poin dari bulan November 2022 yang mencapai 44,83 persen. TPK Hotel Bintang mengalami peningkatan sebesar 3,54 poin dibandingkan dengan bulan sebelumnya (November 2022), dan meningkat sebesar 3,26 poin jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Desember 2021). Sementara itu, TPK Hotel Non Bintang mengalami peningkatan sebesar 1,80 poin dari bulan sebelumnya (November 2022), yaitu dari 24,18 persen menjadi 25,97 persen. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Desember 2021), terjadi kenaikan sebesar 0,39 poin dari 25,58 persen menjadi 25,97 persen. Pada bulan Desember 2022, terdapat peningkatan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) di Hotel Bintang dalam semua klasifikasi bintang jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya (November 2022). Perbandingan dengan tahun sebelumnya (Desember 2021) menunjukkan bahwa TPK hotel meningkat di semua klasifikasi bintang kecuali bintang 1 dan bintang 2 yang mengalami penurunan. TPK tertinggi dicatat pada hotel bintang lima, mencapai 75,82 persen, sementara TPK terendah terjadi di hotel bintang satu, yaitu sebesar 30,29 persen.

Menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, terdapat total 98 hotel bintang tiga di kota tersebut, dengan beberapa di antaranya masuk dalam kategori hotel budget. Hotel budget adalah jenis akomodasi yang menyediakan layanan penginapan, makanan, minuman, dan layanan lainnya secara komersial, sesuai dengan Keputusan Menteri Parpostel no. Km 94/HK103/MPPT 1987. Pertumbuhan bisnis perhotelan ini didorong oleh kemajuan transportasi murah dan teknologi, yang memungkinkan

perjalanan hemat biaya dengan pesawat, kereta api, dan bus, serta kemudahan memesan tiket melalui aplikasi online (Katadata, 2019).

Sejak tahun 2000-an, berkembangnya transportasi murah seperti Air Asia dan Batik Air telah mengakibatkan peningkatan bisnis maskapai bertarif rendah. Sebagai tanggapan, jumlah hotel budget juga meningkat untuk memenuhi kebutuhan akomodasi dari wisatawan yang memilih transportasi murah. Hotel budget awalnya dikenal dengan layanan sederhana tanpa fasilitas seperti restoran atau ruang rapat, tetapi dalam dekade terakhir, fasilitas dan layanannya telah berkembang termasuk restoran, fasilitas kebugaran, laundry, kolam renang, dan ruang rapat kecil.

Meskipun tidak ada definisi resmi untuk "hotel budget" dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, istilah ini digunakan untuk menggambarkan hotel dengan fasilitas yang setara dengan hotel bintang satu hingga tiga. Hotel budget memiliki karakteristik yang mirip dengan hotel bintang dua dan tiga, termasuk kamar pribadi, restoran, lobi, dan fasilitas hiburan umum. Menurut artikel Katadata (2019), sebanyak 91% wisatawan memilih hotel budget karena harga kamar yang terjangkau. Meskipun pertumbuhan hotel di Kota Bandung tidak sejalan dengan permintaan wisatawan, banyak yang memilih hotel budget karena mereka ingin menikmati kegiatan wisata dengan biaya yang lebih hemat.

Penambahan hotel budget di Bandung sangat diperlukan karena Bandung adalah destinasi populer baik bagi wisatawan domestik maupun internasional. Sebagai pusat bisnis yang berkembang, Bandung menarik banyak pebisnis yang membutuhkan akomodasi terjangkau dan nyaman. Infrastruktur yang mendukung dan tingginya jumlah wisatawan pada akhir pekan juga mendorong permintaan akan hotel budget di Bandung. Penelitian oleh Sany et al. (2022) menunjukkan bahwa faktor harga, lokasi, dan kenyamanan mempengaruhi pemilihan hotel. Oleh karena itu, hotel perlu memperhatikan kenyamanan ruang publik dan desain interior untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pengunjung.

Favehotel hadir di Bandung sebagai bagian dari jaringan Archipelago, melayani wisatawan hemat dan pebisnis dengan anggaran terbatas. Dengan moto "fun, fresh & friendly", hotel ini menawarkan pengalaman menginap yang menyenangkan dan fasilitas lengkap dengan tarif terjangkau. Favehotel mendukung pertumbuhan ekonomi dan pariwisata Bandung dengan menyediakan kamar-kamar ekonomi yang nyaman dan atmosfer yang menyenangkan, memperkuat identitas sebagai hotel budget yang menawarkan lebih dari sekedar tempat istirahat, tetapi juga pengalaman akomodasi yang memuaskan.

Menurut Akhmadi (2021), mengatakan bahwa lokasi hotel dapat mempengaruhi perancangan desain interior pada hotel. Lokasi perencanaan dekat dengan Gor, Taman Saparua, Gedung Sate, dan kafe

kekinian memiliki potensi untuk menarik perhatian wisatawan yang ingin menikmati kuliner dan tempat wisata. Meskipun strategis sebagai tempat kuliner dan wisata, lokasi ini juga menghadapi masalah persaingan yang kuat karena dekat dengan pusat perkotaan. Kekurangan dalam sektor pariwisata, seperti isu keamanan dan interaksi yang seimbang, perlu diperhatikan. Citra merek hotel juga penting, dengan Favehotel menonjolkan moto "*fun, fresh & friendly*" dan menawarkan harga yang kompetitif dengan kualitas hotel bintang 3. Dengan potensi yang ada, akomodasi budget hotel diperlukan. Berdasarkan kebutuhan dan potensi Kota Bandung, pengembangan desain Favehotel di Taman Saparua dianggap penting untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan meningkatkan pariwisata.

Lokasinya yang berpotensi karena berada di area komersial yang berada di tengah kota dan berada di tengah perkantoran, yang merupakan karakteristik dari favehotel berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, selain itu juga Favehotel juga memiliki keunggulan dengan identitas mereknya sendiri yaitu "*fun, fresh, and friendly*". Namun, setelah dilakukannya studi banding dua dari tiga favehotel di Bandung yang sudah saya kunjungi terkesan meninggalkan brand identitas mereka seperti penggunaan nama pada ruang kamar tamu, dari fun room menjadi standard room, terjadinya pergeseran konsep pada restoran Lime, penggunaan warna yang formal, sehingga dibutuhkan pembaharuan dari brand image sejati mereka yaitu "*fun, fresh and friendly*". Selain itu terdapat pula permasalahan teknis seperti tidak sesuainya ukuran kamar tamu dengan standar yang ada, alur sirkulasi lift yang kurang efisien bagi karyawan dan pengunjung dikarenakan hanya terdapat satu jalur lift pada gedung sehingga menyebabkan penuhnya sirkulasi pada saat ada acara tertentu pada hotel.

1.2 Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan hasil survei terdapat beberapa permasalahan yang ada di Favehotel Hotel sebagai berikut :

1. Merancang desain interior fave hotel untuk memfasilitasi para wisatawan dan pelaku bisnis untuk kalangan kelas menengah kebawah di kota Bandung
2. Diperlukannya penguatan konsep yang sesuai dengan ketentuan favehotel, yaitu *fun, fresh & friendly* pada perancangan hotel
3. Meningkatnya angka wisatawan dengan metode backpacker perjalanan hemat, mendorong pemilik bisnis hotel budget untuk bersaing dalam menyediakan fasilitas yang dibutuhkan para wisatawan, namun dengan harga yang terjangkau.
4. Luasan ruang yang tidak sesuai dengan standarisasi

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil survei terdapat beberapa rumusan masalah yang menjadi patokan untuk perancangan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang desain interior Favehotel agar dapat memfasilitasi kebutuhan yang sesuai dengan standar hotel budget bintang 3 untuk para wisatawan dan pelaku bisnis dari kalangan kelas menengah ke bawah yang berkunjung ke Kota Bandung, dengan tetap mempertahankan konsep Favehotel ?
2. Bagaimana mengatasi masalah luasan ruang yang tidak sesuai dengan standarisasi agar tetap dapat menyediakan fasilitas yang memadai dan nyaman bagi tamu?

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

1.4.1 Tujuan Perancangan

1. Merancang furniture sesuai dengan standar ergonomi untuk menjamin kenyamanan dan keselamatan tamu.
2. Membuat desain hotel yang mencerminkan identitas brand favehotel melalui palet warna khas, pola tertentu, dan penekanan pada kesederhanaan dan keterjangkauan.

1.4.2 Sasaran Perancangan

Sasaran dari perancangan interior FaveHotel ini adalah :

- a. Merancang elemen interior dengan menghadirkan visual bentuk yang dapat memberikan pengalaman ruang bagi pengunjung.
- b. Merancang elemen interior seperti lantai, dinding, dan plafon dengan tujuan menciptakan keindahan dan estetika dalam ruang.
- c. Membuat furniture yang dapat mengatasi permasalahan yang ada dengan memperhatikan, mengkaji standarisasi dan ergonomi sehingga memudahkan pengguna.

1.5 Batasan Perancangan

Dalam perancangan West Point Hotel kota Bandung memiliki batasan perancangan sebagai berikut :

- a. Objek perancangan hotel yang berlokasi The Sagarua, Jl. Ambon No. 15, Citarum, Kecamatan Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat. memiliki luas lahan ± 2.001 m²
- b. Batasan ruang dan fasilitas yang dirancangan yaitu Lobby, Restaurant, Kamar tipikal, Area Meeting, Ballroom

1.6 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dalam perancangan West Point Hotel yaitu :

- a. Manfaat bagi Masyarakat
Diharapkan Masyarakat atau pendatang memberikan edukasi mengenai ragam budaya lokalitas kota Bandung, memberikan pelayanan hotel yang nyaman untuk melakukan rekreasi keluarga ataupun menjadi tempat istirahat yang nyaman bagi perjalanan bisnis

b. Manfaat bagi Pariwisata Kota Bandung

Dari hasil desain perancangan diharapkan dapat mampu bersaing dengan hotel bintang tiga lainnya di kota Bandung

1.7 Metoda Perancangan

Metode perancangan ini yang digunakan diterapkan dalam proses perancangan Favehotel sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung untuk memenuhi data studi banding favehotel. Area yang telah di observasi meliputi kamar tidur hotel, Lobby, Resepsionis, Restoran, Area Meeting, dan tipe kamar.

b. Metode pengambilan data berupa kuesioner

Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan secara daring menggunakan platform Google Formulir, di mana tautan disebarkan dari satu grup ke grup lainnya. yang telah dilakukan pada tanggal 08 Mei 2024 sampai tanggal 20 Juli 2024.

c. Studi Literatur

Studi literatur dengan data yang terkait akan digunakan sebagai referensi dan landasan teori yang menjadi acuan dalam perancangan

d. Wawancara

wawancara yang telah dilakukan pada tanggal 13 Juni 2024 dengan Manager Favehotel Hyper Square Bandung

e. Studi Preseden

Studi preseden adalah penilaian terhadap bangunan arsitektur atau interior yang sudah ada dan diakui. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan referensi yang relevan guna mendukung proses perancangan interior hotel bintang. Studi preseden ini dilakukan di Hotel Santika Premiere Bintaro.

f. Analisis Data

Setelah mengumpulkan data melalui identifikasi masalah, studi literatur, observasi studi banding, dan wawancara, langkah berikutnya adalah mengidentifikasi masalah berdasarkan fenomena yang ditemukan dan hasil survei yang telah dilakukan. Kemudian, analisis dilakukan dengan merujuk pada kajian-kajian literatur yang relevan.

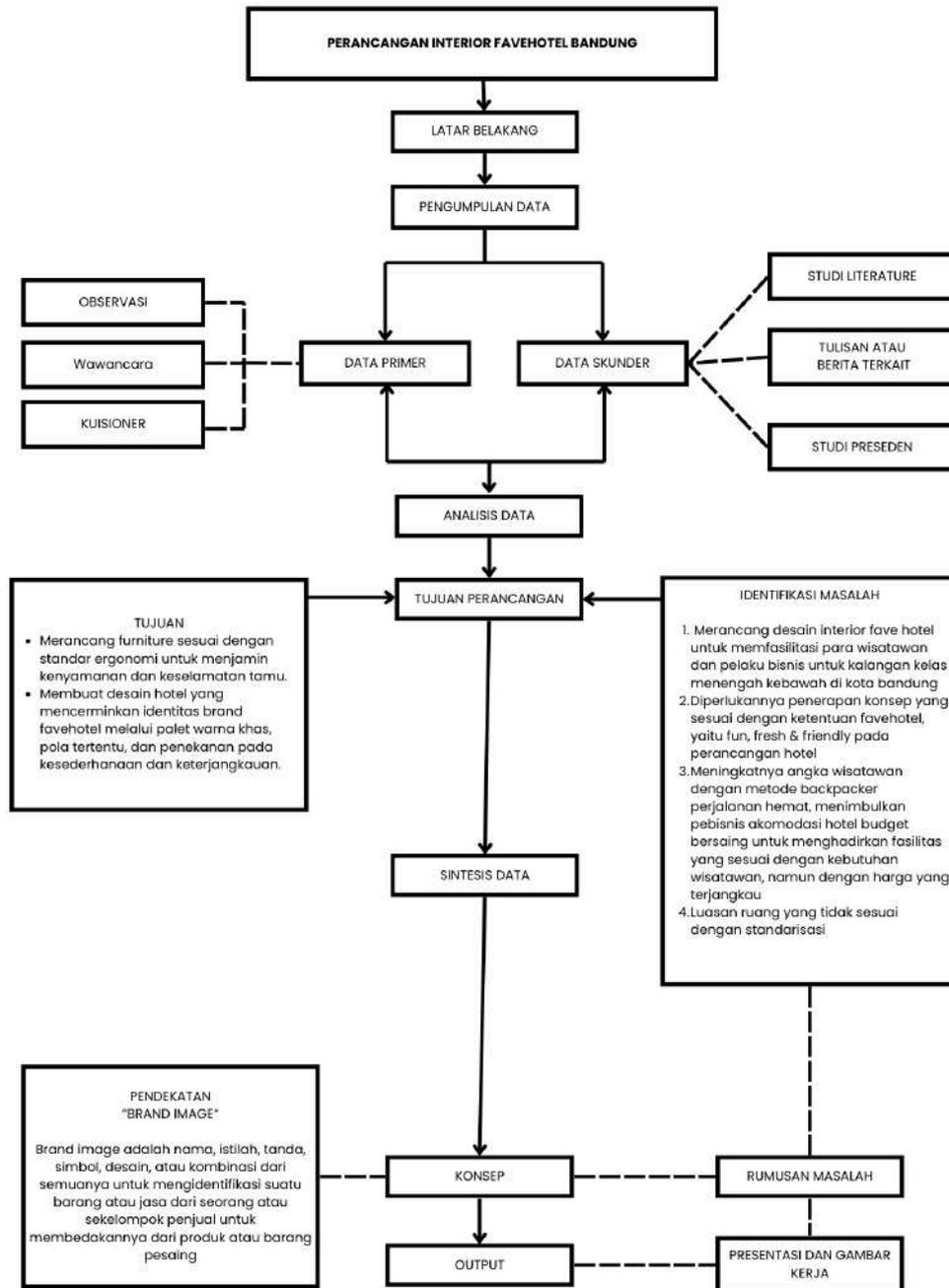
g. Menentukan Ide Gagasan

Berdasarkan temuan masalah dan solusi yang telah diidentifikasi, dilakukan eksplorasi terhadap tema, konsep, dan pendekatan yang dapat mengatasi masalah tersebut. Tema diambil sebagai solusi utama yang menyeluruh, sedangkan konsep dipilih sebagai metode konkret untuk menjawab masalah yang ada.

h. Penerapan ide dan Gagasan

Tema, konsep, dan pendekatan yang telah dipilih kemudian diimplementasikan ke dalam desain. Proses ini dimulai dengan membuat layout menggunakan perangkat lunak AutoCAD. Setelah itu, dilakukan pemodelan 3D dengan menggunakan perangkat lunak SketchUp.

1.8 Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Gambar Kerangka Berpikir
Sumber : Analisis Penulis

1.9 Sistematika Penulisan

Penyusunan Tugas Akhir ini terstruktur sebagai berikut:

1. BAB I: PENDAHULUAN

Bagian pertama menguraikan latar belakang, identifikasi permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat perancangan, metode perancangan, kerangka berpikir, serta sistematika penulisan Tugas Akhir.

2. BAB II: KAJIAN LITERATUR

Bagian kedua memberikan penjelasan mengenai kajian literatur dan data perancangan yang diperoleh dari data primer seperti gambar kerja arsitek dan data sekunder seperti studi literatur dan studi banding dari jurnal atau buku.

3. BAB III: KONSEP PERANCANGAN DESAIN INTERIOR

Bagian ketiga menjelaskan hasil analisis studi banding hotel serupa, deskripsi proyek secara mendetail, dan analisis data perancangan interior FaveHotel.

4. BAB IV: KONSEP PERANCANGAN VISUAL DENAH KHUSUS

Bagian keempat menjelaskan tema dan konsep interior FaveHotel yang akan diterapkan di setiap sudut ruangan khususnya pada bagian denah khusus seperti Lobby hotel, Restoran, dan Kamar hotel.

5. BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian kelima menjabarkan kesimpulan serta memberikan saran dari proposal desain akhir perancangan interior FaveHotel.

6. DAFTAR PUSTAKA

7. LAMPIRAN