

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kota Bandung adalah salah satu kota yang sering didatangi oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Kota ini menyajikan tempat rekreasi serta pusat perdagangan dan jasa sehingga menarik banyak wisatawan untuk menghabiskan waktu dengan berlibur ke Kota Bandung dengan menginap di hotel. Berdasarkan hasil data Badan Pusat Statistik Kota Bandung jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung berdasarkan jiwa pada tahun 2019 sebanyak 8.428.063 jiwa namun mengalami penurunan ketika Covid-19 masuk ke Indonesia, wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung pada tahun 2020 sejumlah 3.244.600 jiwa dan pada tahun 2021 sejumlah 3.741.680 jiwa. Setelah melewati Covid-19 terjadi kenaikan jumlah wisatawan pada tahun 2024 baik wisatawan domestik maupun mancanegara yaitu sebanyak 4.110.141 jiwa. Hal ini menandakan bahwa dengan adanya kenaikan jumlah wisatawan, maka akan berdampak positif bagi sektor perhotelan dan akan terus meningkat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), definisi hotel secara umum adalah bangunan yang memiliki kamar banyak dan disewakan serta sebagai tempat menginap dan makan bagi orang yang sedang dalam perjalanan, atau jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dan ditujukan bagi setiap orang untuk mendapatkan pelayanan dari fasilitas yang ada. City hotel merupakan hotel yang terletak di pusat perkotaan dan menyediakan berbagai fasilitas untuk menunjang kebutuhan pengunjung (Rau & Andriana, 2023).

Menurut data BPS Kota Bandung pada sektor pariwisata terdapat kenaikan tingkat penghunian kamar (TPK) hotel berbintang dari 60,18% pada Oktober 2024 menjadi 60,23% pada November 2024. Berdasarkan data statistik hotel dan akomodasi

lainnya di Indonesia tahun 2024 Jawa Barat memiliki jumlah hotel berbintang yang tetap bertambah di tahun 2024 namun jumlahnya belum merata. Oleh karena itu, perlu diupayakan pembangunan hotel bintang yang lebih merata. Kota Bandung memiliki wilayah dengan zona perdagangan dan jasa sub wilayah K2, zona K2 menjadi peluang besar untuk mengupayakan ketersediaan hotel di area tersebut karena belum tersedianya hotel bintang 4 di Jalan Astana Anyar

Four Points by Sheraton merupakan hotel multinasional yang berasal dari Amerika di bawah naungan Marriott Internasional. Pada tahun 2020, Four Points by Sheraton telah membuka 291 cabang di seluruh dunia. Hotel Four Points by Sheraton Bandung berada di Jalan Ir. H. Juanda No.46 yang merupakan area strategis di Kota Bandung. Brand values dari Four Points by Sheraton adalah *honest* (selalu mengedepankan kejujuran dengan menyediakan fasilitas berkualitas tinggi serta layanan yang ramah dan tulus, sehingga para tamu akan mendapatkan pengalaman menginap yang memuaskan), *uncomplicated* (menawarkan apa yang paling dibutuhkan oleh pengunjung serta fasilitas yang pasti disukai oleh para tamu di seluruh dunia), *comfort* (*classic* dan *timeless* sehingga tak lekang oleh waktu. *Casual* dan *relaxed*. Modern, praktis, tetapi tidak *trendy*. Mudah dinikmati baik saat tamu bepergian untuk bisnis maupun liburan. Target pasar dari hotel ini adalah pengunjung yang sedang berlibur di Kota Bandung baik perorangan maupun berkelompok.

Lokasi denah termasuk ke dalam zona perdagangan dan jasa sub wilayah K2 di Kota Bandung yaitu Jalan Jenderal Sudirman, Astana Anyar, Kota Bandung. Area tersebut sangat strategis dan belum tersedia city hotel bintang 4 yang dapat mengakomodasi pengunjung dengan fasilitas sesuai dengan standar yang disajikan oleh hotel bintang 4 atau city hotel. City hotel merupakan jenis hotel yang dikategorikan berdasarkan letaknya, city hotel terletak di pusat perkotaan dan umumnya digunakan untuk kegiatan yang berhubungan dengan bisnis atau pertemuan

tamu, selain itu pengunjung city hotel biasanya merupakan tamu yang ingin menginap di area strategis atau dekat dengan perkotaan dan tempat wisata. Oleh karena itu, perancangan baru hotel Four Points by Sheraton Bandung diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik dan mancanegara yang sedang berlibur di Kota Bandung.

Perancangan hotel bintang 4 ini akan mengacu pada peraturan yang ditetapkan oleh Dirjen Pariwisata pada Keputusan/22/U/VI/78 1986 mengenai klasifikasi hotel di Indonesia. Selain itu, memperhatikan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 mengenai standar usaha hotel. Bagi standar pencahayaan akan menggunakan standar SNI 03-6575-2001 mengenai Tata Cara Perancangan Sistem Pencahayaan Buatan pada Bangunan Gedung dan SNI 03-6197-2000 tentang Konservasi Energi pada Sistem Pencahayaan. Penghawaannya diatur oleh SNI 6390:2020 serta kebisingan menggunakan standar SNI 03-6586-2000 mengenai Tingkat Bunyi dalam Bangunan Gedung.

Berdasarkan hasil observasi ke brand hotel yang dijadikan objek perancangan, terdapat beberapa identifikasi permasalahan yakni kurangnya penerapan *brand identity* pada interior hotel Four Points by Sheraton Bandung dibandingkan dengan hotel Four Points yang dijadikan sebagai studi preseden. Berdasarkan hasil analisis kepuasan pengunjung terhadap hotel Four Points Bandung, terdapat beberapa permasalahan mengenai sirkulasi gerak pada ruangan kamar tamu yang disebabkan oleh tata letak furniture yang kurang baik. Pengunjung juga merasa kurang puas dengan *experience* dari interior hotel ini karena kurang mempresentasikan Sheraton. Penggunaan warna juga menjadi permasalahan karena pengunjung merasa bahwa warna yang telah digunakan memberikan kesan kotor dan membosankan.

Pemilihan hotel Four Points by Sheraton Bandung dengan pendekatan identitas brand yang menunjukkan lokalitas didasari oleh standar desain bagi hotel-hotel

dibawah naungan Marriot (2020) yaitu, hotel minimal harus menerapkan konten desain yang memiliki *Sense of Place* (mendefinisikan elemen sejarah, budaya, dan warisan lokasi yang mendukung elemen desain) dan *Design Concept* (mengembangkan konsep yang unik dan terinspirasi oleh lokalitas sekitar hotel). Hal tersebut bertujuan untuk memberikan perbedaan pada setiap hotelnya sehingga dapat menjadi pengalaman lebih bagi pengunjung dan meningkatkan loyalitas antara pengunjung dan hotel.

Tujuan dari perancangan ini adalah agar dapat merancang hotel yang dapat memberikan kenyamanan bagi penggunanya baik staf maupun pengunjung serta dapat menaikan *values* dari hotel ini dengan menerapkan *brand identity* pada interior hotelnya sehingga dapat memberikan kesan yang baik dan tidak terlupakan. Selain itu, perancangan baru hotel bertujuan agar dapat menarik wisatawan untuk menginap di hotel. Manfaat dari perancangan baru ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup bagi tamu yang akan menginap, serta hotel dapat dikenali dengan mudah oleh masyarakat karena penerapan identitas brand pada interiornya yang berbeda dengan brand hotel lain.

1.2 IDENTIFIKASI PERMASALAHAN

Identifikasi permasalahan yang didapatkan berdasarkan hasil analisis denah eksisting, hotel Four Points by Sheraton Bandung, serta studi banding adalah sebagai berikut:

- a. Kurangnya penerapan *brand identity* pada Hotel Four Points by Sheraton Bandung dibandingkan dengan hotel Four Points by Sheraton pada studi preseden
- b. Site yang berada di pusat komersial sehingga apabila di jam-jam sibuk akan menimbulkan tingkat kebisingan yang dapat mengganggu pengunjung dan pengguna hotel.

1.3 RUMUSAN PERMASALAHAN

Rumusan permasalahan dari identifikasi masalah yang telah ditemukan adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengimplementasian brand identity Four Points terhadap elemen interior (warna, *treatment* dinding, furniture, *ceiling*, lantai) agar tercipta sebuah desain yang dapat menarik perhatian pengunjung?
- b. Bagaimana treatment yang dapat diaplikasikan terhadap interior hotel sehingga dapat meminimalisir terjadinya kebisingan yang dapat mengganggu pengunjung Hotel Four Points Bandung?

1.4 TUJUAN DAN SASARAN PERANCANGAN

1.4.1 TUJUAN PERANCANGAN

Tujuan dari perancangan hotel bintang 4 Four Points by Sheraton Bandung diharapkan dapat menciptakan sebuah desain yang dapat mempresentasikan *brand identity* dari hotel tersebut sehingga dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang

sedang berlibur di Kota Bandung. Selain itu, perancangan hotel ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada seluruh pengunjung dan pengguna hotel Four Points Bandung. Merancang interior yang memenuhi standarisasi dan menerapkannya dalam elemen interior, fasilitas, serta interior hotel.

1.4.2 SASARAN PERANCANGAN

Sasaran perancangan baru Hotel Four Points by Sheraton Bandung adalah sebagai berikut:

- a. Para wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang sedang berkunjung ke Kota Bandung dan membutuhkan tempat yang dapat mengakomodasi kegiatan selama berlibur ataupun memberikan *experience* bagi tamu yang menginap.
- b. Pengimplementasian *brand identity* pada hotel sehingga dapat menjadi daya tarik lebih dan memiliki identitas tersendiri yang akan membedakannya dengan hotel bintang 4 lain.

1.5 BATASAN PERANCANGAN

Batasan perancangan interior Hotel Four Points by Sheraton Bandung adalah:

- a. Nama Proyek : Perancangan Baru Hotel Bintang 4 Four Points by Sheraton Bandung dengan Pendekatan *Brand Identity*
- b. Status Proyek : *New Design*
- c. Lokasi Proyek : Jl. Jendral Sudirman, Astana Anyar, Kota Bandung
Luas : 6.900 m²
- d. Area Perancangan : 1.665 m²
 - Lobby & Lounge : 340 m²
 - Café : 364 m²
 - Ginger Room : 45 m²
 - Pepper Room : 45 m²
 - Cardamon Room : 30 m²
 - Classic Room 1 : 32 m²
 - Classic Room 2 : 32 m²

- Premium Room : 43 m²
 - Executive Suite : 65 m²
 - Premiere Suite : 96 m²
 - Restaurant : 583 m²
- e. Pendekatan Desain : *Brand Identity*
- f. Standarisasi : *Human Dimension, Architects' Data, Planning & Design Data, Time-saver standards for interior design and space planning, Hotels by Northeastern University.*
- g. Pengguna : Wisatawan domestik dan mancanegara
- h. Peraturan : Keputusan Direktur Jenderal Pariwisata No. 14/U/II/88, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang standar hotel.

1.6 METODE PERANCANGAN

Metode perancangan yang diterapkan berupa pengumpulan data dengan melakukan observasi lapangan ke hotel Four Points by Sheraton Bandung, wawancara, membagikan kuesioner, menggunakan *data literature*, hingga studi banding ke hotel yang memiliki kriteria serupa.

a. Observasi Lapangan

Observasi lapangan dilakukan dengan pengukuran kebisingan (dB), intensitas cahaya, standar ergonomic dan antropometri pada ruangan dan furniture hotel, serta penggunaan material. Hal tersebut bertujuan untuk menentukan permasalahan yang ada pada objek perancangan yaitu Hotel Four Points by Sheraton Bandung sehingga dapat dianalisis.

b. Wawancara

Melakukan wawancara dengan pihak hotel menggunakan sistem tanya jawab mengenai fasilitas dan interior yang diterapkan pada Hotel Four Points by Sheraton Bandung. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui pengimplementasian *brand identity* pada interior dan fasilitas hotel menurut staf.

c. Kuesioner

Pembagian kuesioner ditujukan pada pengunjung yang pernah menginap atau mengunjungi city hotel bintang 4. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan konsumen serta pendapat mereka terhadap interior dan fasilitas yang disediakan oleh hotel serta mengukur kepuasan pengalaman menginap mereka.

d. Studi Literatur

Pada perancangan ini mengacu pada beberapa studi literatur yang berhubungan dengan objek perancangan, identifikasi permasalahan, serta pendekatan yang diterapkan. Studi literatur yang digunakan berupa buku, jurnal, tesis, dan laporan penelitian. Metode ini bertujuan untuk memberikan batasan mengenai standarisasi, informasi, serta pendekatan desain.

1.6.1 STUDI BANDING

Studi banding dilakukan pada hotel dengan kriteria yang sama yaitu hotel bintang 4 di Kota Bandung dengan membandingkan elemen interior serta fasilitas hotel untuk dianalisis. Tujuannya untuk menentukan permasalahan yang didapat dari objek studi banding atau pemecahan masalah terhadap objek perancangan yang sudah ada.

1.6.2 SINTESIS DATA

Melakukan pengolahan, penggabungan, serta penyajian data yang telah dianalisis atau *programming* perancangan. Selanjutnya akan dijadikan acuan dalam menentukan pendekatan desain dan konsep serta tema desain.

1.7 MANFAAT PERANCANGAN

Manfaat perancangan baru Hotel Four Points by Sheraton Bandung adalah sebagai berikut:

a. Manfaat bagi Masyarakat / Komunitas

Agar masyarakat dapat merasakan pengalaman yang lebih baik ketika menginap di hotel seperti penerapan aspek interior yang akan membuat nyaman pengunjung hotel sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup konsumen.

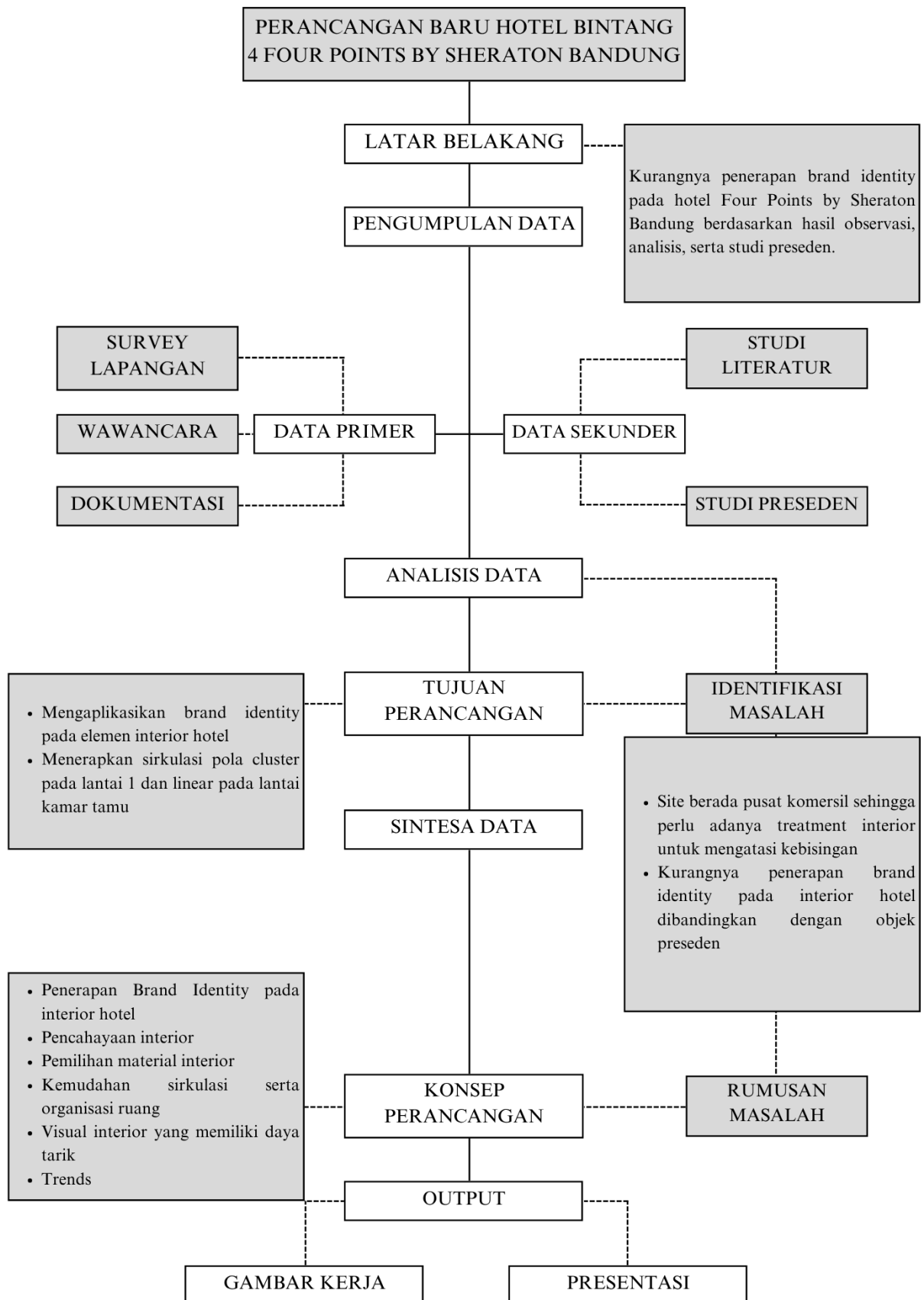
b. Manfaat Bagi Institusi Penyelenggara Pendidikan

Agar hasil perancangan diharapkan dapat menjadi objek penelitian lebih lanjut oleh penyelenggara Pendidikan sehingga menghasilkan output baru yang relevan dengan perancangan city hotel bintang 4. Dapat memberikan ilmu, informasi atau data mengenai Hotel Four Points by Sheraton Bandung.

c. Manfaat bagi Keilmuan Interior

Agar perancangan hotel ini dapat menerapkan aspek-aspek interior interior seperti elemen interior, pencahayaan, furniture, sirkulasi, serta aspek lainnya dengan menggabungkan pendekatan brand identity. Sehingga desainer dapat mengembangkan ilmu interior dan menciptakan ruangan yang estetis, nyaman, dan fungsional.

1.8 KERANGKA PIKIR PERANCANGAN



1.9 PEMBABAN LAPORAN TA

Penyusunan laporan TA terdiri dari berbagai pembahasan baby aitu sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi uraian mengenai latar belakang pemilihan perancangan baru Hotel Four Points by Sheraton Bandung, identifikasi permasalahan yang ditemukan berdasarkan observasi dan analisis ke objek dan brand perancangan serta studi banding, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, batasan perancangan yang diterapkan, manfaat perancangan hotel Four Points, metode perancangan, serta kerangka berpikir.

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA DAN REFERENSI DESAIN

Berisi uraian mengenai kajian literatur mengenai klasifikasi hotel hingga standarisasi interior bagi hotel berbintang, serta mengenai pendekatan *brand identity*.

BAB 3 DESKRIPSI PROJEK DAN DATA ANALISIS

Berisi uraian mengenai analisis objek perancangan serta analisis data proyek, uraian mengenai studi banding hotel bintang 4 serta preseden Four Points.

BAB 4 TEMA DAN KONSEP IMPLEMENTASI PERANCANGAN

Uraian mengenai pemilihan tema dan konsep, pemilihan denah khusus perancangan baru Hotel Four Points by Sheraton Bandung, konsep tata ruang, teknis, serta penerapan elemen interior atas pendekatan yang sudah dipilih.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dan saran atas perancangan hotel yang telah dilakukan dan merupakan bagian akhir dari penulisan laporan tugas akhir.