

ABSTRAK

Hotel Mercure, sebagai bagian dari Accor Group, adalah jaringan hotel bisnis kelas menengah dengan standar internasional yang telah berkembang menjadi salah satu jaringan hotel terkemuka di dunia sejak pendiriannya di Prancis pada tahun 1973. Mercure Hotel menargetkan wisatawan yang mencari pengalaman menginap nyaman dan berkualitas tinggi dengan fasilitas dan pelayanan unggul. Dengan komitmen untuk menciptakan nuansa yang ramah dan nyaman, Mercure juga berusaha mengintegrasikan elemen-elemen lokal ke dalam desain interior hotel mereka, mencerminkan karakteristik dan budaya setempat.

Namun, studi banding beberapa hotel di kota-kota besar menunjukkan bahwa beberapa hotel belum memaksimalkan potensi daerahnya sesuai dengan visi dan misi merek mereka. Begitu juga dengan Mercure Hotel di Samarinda, yang belum sepenuhnya memanfaatkan konsep dan tema interior untuk menciptakan pengalaman ruang yang baru bagi pengunjung. Terdapat pula kekurangan dalam mempromosikan dan mengintegrasikan budaya lokal, seperti budaya Dayak Kenyah, yang menjadi potensi berharga di kota Samarinda.

Dalam mengatasi permasalahan ini, perancangan ulang Mercure Hotel di Samarinda direkomendasikan dengan pendekatan Lokalitas Budaya Dayak Kenyah. Hal ini tidak hanya akan menciptakan pengalaman menginap yang unik, tetapi juga mendukung upaya pemerintah dalam mengembangkan sektor pariwisata sebagai pilar penting ekonomi daerah. Integrasi unsur budaya lokal, terutama dari Desa Budaya Pampang dan budaya Dayak Kenyah, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian daerah. Selain itu, pendekatan ini sesuai dengan konsep Ekonomi Kreatif yang sedang diangkat oleh pemerintah Indonesia, di mana nilai tambah dari kekayaan intelektual dan kreativitas manusia menjadi fokus utama. Dengan menerapkan konsep ini pada perancangan interior hotel, diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan pariwisata dan ekonomi daerah di Samarinda.