

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hotel termasuk suatu hal yang berkembang pesat terutama didaerah perkotaan dan pariwisata. Hotel menjadi tujuan utama bagi masyarakat yang kerap berpergian untuk berbagai kebutuhan dan aktivitas, baik untuk bekerja maupun melepas penat menikmati wisata yang ada di sekitar hotel. Dilansir dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat, Tingkat Penghuni Kamar (TPK) hotel pada bulan mei 2021 sebesar 35,72% kemudian meningkat pada bulan Juni 2021 menjadi 38,19%. Hal ini semakin memacu persaingan sehingga para pengelola hotel terus berusaha untuk mengembangkan dan menciptakan sesuatu hal baru untuk memikat pasar, baik dengan pelayanan dan fasilitas yang berkualitas ataupun perancangan interior hotel yang sedemikian rupa.

Bandung merupakan salah satu ibu kota yang terdapat di Indonesia. Bandung juga terkenal akan berbagai daerah wisata serta pusat perbelanjaan, selain itu Bandung masih memiliki udara yang asri. Sehingga menambah minat para wisatawan dari berbagai penjuru untuk datang ke Bandung. Hal tersebut dibuktikan dengan kunjungan wisatawan mancanegara ke kota Bandung pada Desember 2018 yang mencapai angka 17.357 orang (Amalia, 2020). Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Bandung menjadi indikator bahwa kota Bandung memiliki perkembangan pariwisata yang maju dan pesat dibanding dengan kota lainnya yang berada di Jawa Barat.

Hotel Patra Bandung yang merupakan salah satu *city hotel* sekelas bintang 4. *City hotel* merupakan hotel yang posisinya di tengah kota, yang digunakan masyarakat untuk tinggal sementara (Tarmoezi, 2000). Letak Patra Bandung yang sangat strategis berada di pusat kota Bandung yaitu jalan Dago. Salah satunya Jalan Dago dikenal sebagai pusat aktivitas bagi pelancong, hal tersebut terbantu dengan adanya *factory outlet*, tempat kuliner, hotel dan *car free day* rutin (Aprillia et al., 2021). Jalan Dago yang merupakan kawasan komersial karena menjadi tempat bagi para *rocker*, punk dan pemuda subkultural yang memiliki gaya hidup alternatif dan usaha kreatif yang berkontribusi atas perkembangan Bandung sebagai ‘kota kreatif’ (Prasetyo, 2019).

Sehingga Jalan Dago merupakan kawasan yang selalu ramai akan pengunjung ataupun masyarakat asli kota Bandung. Jalan Dago juga memiliki aksesibilitas yang baik karena posisinya yang berdekatan dengan pusat pemerintahan, stasiun kereta api dan halte. Selain itu, kawasan Dago juga memiliki udara yang tergolong asri dan sejuk sehingga menjadikan Dago kawasan wisata favorit di Bandung.

Posisinya yang berada di pusat kota dapat dijadikan daya tarik bagi pengunjung dengan menyajikan interior lobi yang menarik sehingga dapat terlihat dari jalanan utama. Namun posisinya yang berada di pusat kota ini memiliki fenomena tersendiri karena tingkat stress berdampak lebih besar terhadap masyarakat yang berada di perkotaan karena gaya hidup di perkotaan yang secara umum lebih tinggi, sehingga muncul sebuah fenomena *staycation*. Masyarakat umumnya memilih menginap di hotel untuk kebutuhan merelaksasikan diri atau yang lebih dikenal dengan *staycation*. *Staycation* merupakan kegiatan mengisi waktu untuk merelaksasikan diri dengan berdiam diri dan menikmati fasilitas yang ada di hotel (Tri Anggraeni et al., 2022). Untuk menunjang kegiatan *staycation* maka diperlukan fasilitas penginapan sekelas hotel bintang 4 yang memberikan fasilitas dan pelayanan secara optimal dan juga menawarkan interior hotel yang dapat memberikan kenyamanan sehingga dapat menarik minat pengunjung untuk melakukan *staycation*. Menurut Casa Indonesia, keterhubungan manusia dengan alam adalah sebuah kebutuhan yang mendasar. Manusia secara langsung tergantung pada alam dan alam memiliki kemampuan untuk menyembuhkan kebutuhan fisik dan psikologis manusia, serta mengurangi tingkat stress terutama bagi mereka yang memilih untuk *staycation*.

Patra Bandung yang sudah berdiri sejak tahun 1984 dan terakhir diperbarui kembali pada tahun 2012. Untuk itu diperlukannya perancangan ulang terkait fasilitas sekelas hotel bintang 4 dengan pendekatan *corporate identity*. Patra Bandung yang menarik minat pengunjungnya dengan slogan mereka yaitu '*Your Second Home in Dago*', dengan memberikan pelayanan mereka yang membuat pengunjung merasa seperti berada di rumah (Pt.Pertamina, 2012). Pengertian lain dari kata '*home*' adalah '*homey*' yang merupakan terjemahan dari 'seperti di rumah', yang memiliki arti dapat memberikan suasana nyaman seperti berada di rumah sendiri bagi para pengunjungnya. Slogan yang mereka miliki ini dapat mendukung fenomena *staycation* karena dapat memberikan fasilitas penginapan ditengah kota dengan kesan yang *homey*. Meskipun

demikian, Hotel Patra Bandung yang sekelas hotel bintang 4, namun masih memiliki kekurangan fasilitas sesuai dengan standar hotel bintang 4 tersebut. Selain itu, sirkulasi yang dimiliki antar pengunjung pada area *restaurant* saat ini terlalu sempit sehingga dapat dilakukan pengurangan kapasitas pada area tersebut dengan mengikuti standar yang dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung. Dengan *corporate identity* berupa slogan ini yang memiliki arti memberikan kenyamanan terhadap pengunjung sehingga dapat meningkatkan keinginan pengunjung untuk berkunjung kembali dan juga dapat meyakinkan masyarakat akan citra positif yang terdapat pada visi, misi dan slogan yang dimiliki perusahaan sehingga dapat membangun rasa kepercayaan masyarakat dalam menggunakan dan memilih jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil latar belakang di atas, masalah yang dapat diidentifikasi pada perancangan interior hotel Patra Bandung, yaitu:

1. Penambahan fasilitas sebagai pemenuhan standar peraturan Menteri dan Ekonomi Kreatif RI No PM.53/HM.001/MPEK/2013 terkait fasilitas hotel bintang empat
2. Penempatan furnitur pada area *restaurant* belum efisien, akses pintu area staff terletak bersebelahan dengan area makan pengunjung sehingga dapat mengganggu kenyamanan pengunjung pada saat makan
3. Furnitur yang terlalu padat pada area *restaurant* sehingga kurangnya sirkulasi antar pengunjung
4. Kurangnya penataan dan pemilihan furnitur pada area kamar tidur menyebabkan kamar terkesan sempit
5. Perancangan interior hotel dengan mempertegas slogan yang dimiliki hotel Patra '*Your Second Home in Dago*'

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan analisis permasalahan yang telah dilakukan, rumusan masalah dalam perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penambahan fasilitas dalam memenuhi standar peraturan Menteri dan Ekonomi Kreatif RI No PM.53/HM.001/MPEK/2013 terkait fasilitas hotel bintang empat?
2. Bagaimana penempatan furnitur yang efisien pada area *restaurant* agar tidak mengganggu kenyamanan pengunjung?
3. Bagaimana penataan sirkulasi ruang yang baik antar pengunjung pada area *restaurant*?
4. Bagaimana penataan dan pemilihan furnitur agar kamar hotel tidak terkesan sempit?
5. Bagaimana menampilkan interior hotel dengan mempertegas identitas yang telah dimiliki oleh hotel Patra?

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

1.4.1 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ulang interior hotel ini adalah untuk mempertegas identitas yang dimiliki oleh Hotel Patra Bandung, meningkatkan fungsi ruang dengan menambahkan fasilitas yang sesuai dengan standar hotel bintang empat, serta menerapkan penempatan furniture yang optimal dengan memperhatikan sirkulasi ruang agar tidak mengganggu kenyamanan pengunjung.

1.4.2 Sasaran Perancangan

Sasaran yang ingin dicapai dalam perancangan interior ini adalah sebagai berikut:

1. Mempertegas identitas yang dimiliki oleh Hotel Patra
2. Penambahan fasilitas sesuai dengan standar hotel bintang empat
3. Merancang penataan furnitur yang baik sehingga tidak mengganggu sirkulasi ruang dan kenyamanan pengunjung

1.5 Batasan Perancangan

Batasan perancangan ulang pada interior hotel Patra Bandung, yaitu:

1. Objek desain bangunan Hotel Patra Bandung yang terletak di Jalan Ir. H. Juanda No.132, Lebakgede, Kecamatan Coblang, Kota Bandung, Jawa Barat, 40132, Indonesia. Bangunan ini terletak di salah satu jalan utama kota Bandung.
2. Luas bangunan Hotel Patra Bandung mencapai 720 m² / lantai yang terdiri dari 5 lantai beserta 2 *basement*.
3. Area perancangan mencakup area *Lobby, Receptionist, Restaurant, Lounge, Smoking Area, Executive Suite Room, Junior Suite Room, Superior Room*
4. Luasan Perancangan perancangan mencapai 848 m² yang terdiri dari:
 - *Lobby & Receptionist* : 336 m²
 - *Restaurant* : 280 m²
 - *Lounge* : 30 m²
 - *Smoking Area* : 85 m²
 - *Executive Suite Room* : 58 m²
 - *Junior Suite Room* : 34 m²
 - *Superrior Room* : 25 m²

1.6 Manfaat Perancangan

a. Manfaat bagi masyarakat :

- Meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat dalam memilih jasa penginapan yang tepat
- Agar pengunjung dapat memahami dan merasakan citra yang dimiliki perusahaan
- Tersedianya penginapan dengan akses yang mudah
- Dengan menampilkan identitas perusahaan yang menawarkan kesan *homey*, sehingga dapat meningkatkan keinginan pengunjung untuk datang kembali

b. Manfaat bagi pemerintah :

- Menambah pemasukan pajak kota Bandung
- Menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Bandung

c. Manfaat bagi keilmuan interior :

- Memberikan edukasi bahwa penerapan warna dapat menjadi *corporate identity* yang dapat dikenali tanpa menampilkan logo pada elemen interior
- Membantu perancang untuk mencapai konsep dan suasana yang diharapkan sesuai dengan visi, misi dan nilai perusahaan
- Menjadi perbandingan bagi perancangan yang memiliki isu dan permasalahan yang serupa

1.7 Metode Perancangan

Berikut adalah tahapan metode perancangan yang digunakan dalam perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung:

1.7.1 Tahapan Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data dilakukan dengan beberapa jenis, diantaranya melakukan wawancara, observasi dan studi analisis dari data arsitek. Selain itu, pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi pustaka literatur yang bersumber dari jurnal ilmiah, artikel, serta buku yang relevan terhadap perancangan interior.

1. Wawancara yang dilakukan dengan secara virtual dengan pihak perusahaan arsitektur hotel Patra Bandung
2. Pengambilan data berupa kuisisioner yang dilakukan secara online melalui platform Google Formulir, yang disebarakan menggunakan link kepada grup maupun perorangan. Target partisipan dari kuisisioner diharapkan mencapai lebih dari 30 orang.
3. Data arsip dan dokumentasi data fisik pada perancangan Hotel Patra Bandung diperoleh dari kontraktor bangunan hotel. Pada data arsip terdapat gambar

perancangan hotel, berupa gambar kerja site plan, *layout*, tampak, potongan dan detail hunian kamar hotel. Dokumentasi dilakukan dengan menggunakan hasil rendering perspektif interior hotel yang diperoleh dari gambar kerja dan analisis lokasi lahan dilakukan menggunakan fitur *Google Maps*.

4. Studi literature meliputi kegiatan membaca, menganalisis serta menyimpulkan suatu pemecahan masalah yang diperoleh dari berbagai data sekunder seperti jurnal untuk dijadikan acuan kesimpulan sementara dari masalah ilmiah yang didapatkan. Referensi yang didapatkan harus memiliki keterkaitan terhadap perancangan interior hotel. Referensi yang didapatkan diantaranya jurnal tentang perhotelan bintang empat, profil kota Bandung dan pendekatan *corporate identity*.

1.7.2 Tahapan *Programming*

Programming merupakan aktivitas menganalisis data dari seluruh data yang telah diperoleh untuk mengetahui segala isu dan permasalahan interior yang terdapat pada Hotel Patra Bandung. Isu dan permasalahan tersebut berupa identifikasi masalah yang kemudian ditemukan solusinya.

Tema dan konsep dalam perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung merupakan solusi dari isu dan permasalahan yang didapatkan dari bangunan Hotel Patra Bandung. Analisis data menghasilkan tabel kebutuhan ruang pengguna, *bubble diagram*, matriks, serta pengelompokan *zoning blocking* sesuai jenis aktivitas penggunaannya.

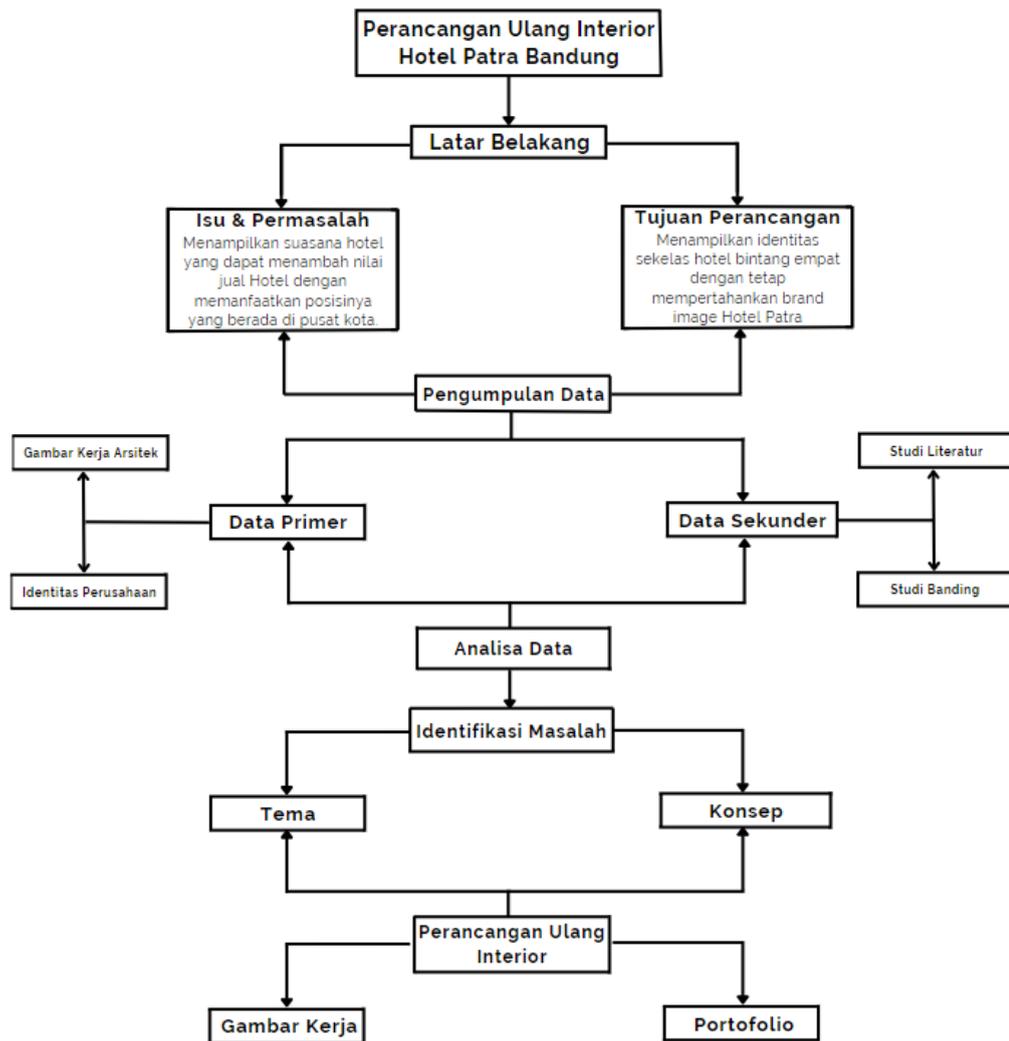
1.7.3 Tahapan Gambar Kerja

Tahapan terakhir dari perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung adalah tahapan pembuatan gambar kerja interior dengan mengikuti standarisasi dan ketentuan dari instansi. Gambar kerja perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung menggunakan standar gambar kerja *digital* yang ada pada program studi desain interior, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.

Standar gambar kerja *digital* tersebut meliputi dokumen siteplan, denah eksisting, denah khusus, pola lantai, *ceiling & ME*, tampak, potongan, detail furniture, detail interior dan perspektif interior.

1.8 Kerangka Berpikir

Untuk tercapainya hasil yang maksimal, kerangka berpikir dapat membantu alur berpikir desain agar lebih mudah untuk dipahami, yaitu:



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

(sumber: data pribadi, 2023)

1.9 Pembaban

Sistematika pembahasan pada proposal perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama akan membahas mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan sasaran perancangan, batasan perancangan, metode perancangan, struktur pemikiran, serta pembahasan mengenai rancangan interior Hotel Patra Bandung.

BAB II : KAJIAN LITERATUR DAN DATA PERANCANGAN

Bab kedua akan menjelaskan tentang kajian literatur dan data perancangan yang bersumber dari data primer seperti gambar kerja dan wawancara arsitek ataupun data sekunder seperti studi literatur, studi banding, jurnal dan buku.

BAB III : HASIL STUDI BANDING, DESKRIPSI PROYEK DAN ANALISIS DATA

Bab ketiga akan menjelaskan tentang bagaimana hasil analisis studi banding hotel yang sejenis, serta deskripsi proyek secara mendetail dan analisis data perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung.

BAB IV : KONSEP PERANCANAN DESAIN INTERIOR

Bab keempat akan menjelaskan tentang tema dan konsep perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung yang akan ditampilkan pada setiap sudut ruangan, khususnya *Lobby hotel dan Restaurant*.

BAB V : KESIMPULAN & SARAN

Bab kelima akan menjelaskan penjabaran tentang kesimpulan dan saran dari proposal desain akhir perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung. Terdapat beberapa hal penting untuk dijadikan evaluasi pada proses perancangan ulang interior hotel di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar pustaka meliputi referensi atau sumber – sumber data yang digunakan dalam perancangan ulang interior Hotel Patra Bandung.

LAMPIRAN – LAMPIRAN