

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi topologi yang unik menjadikan Kota Bandung sebagai kota yang banyak dikunjungi oleh wisatawan sejak dulu. Selain itu, Bandung memiliki berbagai potensi wisata lainnya seperti bangunan bersejarah, budayanya, serta makanan khas daerahnya. Daya tarik inilah yang menjadikan banyaknya wisatawan berdatangan ke Kota Bandung. Dengan hal tersebut Kota Bandung memiliki potensi yang cukup tinggi dalam sebuah kegiatan bisnis, perdagangan, penginapan juga berperan dalam pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi yang baik di masa sekarang dan yang akan datang.

Berdasarkan data yang dirilis Disparbud Kota Bandung, sampai bulan Juni 2023 tercatat sebanyak 2.252.966 wisatawan berkunjung ke Kota Bandung. Wisatawan yang datang ke kota Bandung tidak hanya untuk berlibur namun melakukan kegiatan berbeda lainnya seperti bisnis, melakukan pertemuan, reuni dan lainnya.

Berdasarkan data Kemenparekraf Republik Indonesia, Tingkat penghunian kamar (TPK) hotel Bintang meningkat dari Januari hingga oktober 2023. Pada Oktober 2023, TPK hotel di Jawa Barat mencapai 57,67% naik 10,68 poin dari Januari yang hanya 46,99%. Dengan kunjungan wisatawan yang bertambah, diperlukan akomodasi yang nyaman dan lengkap serta yang memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan maupun pembisnis..

Selain dari segi strategi bisnis, daya tarik hotel juga dapat menjadi salah satu cara untuk menarik lebih banyak pengunjung. Salah satu cara untuk menarik pengunjung adalah mendesain ulang hotel dengan desain yang mengikuti permintaan pasar dan mengadopsi teknologi untuk menyesuaikan keinginan-keinginan yang diinginkan oleh tamu tersebut agar dapat memberikan pengalaman yang menarik kepada tamu yang menginap.

Dengan demikian diperlukan perancangan ulang Hotel Grand Tebu Hotel yang menawarkan akomodasi penginapan dan fasilitas penunjang yang ramah untuk rekreasi keluarga dan wisatawan serta kepada para pembisnis. Hotel ini berada di Jl. L.L.R.E Martadinata, Kota Bandung, Jawa Barat. Dari hasil mengunjungi Grand Tebu Hotel masih ditemukannya banyak ketidak-efektifan dalam penataan zoning,

standarisasi, serta fasilitas penunjang pengunjung yang belum sesuai dengan standar hotel berpredikat bintang 4.

Juga ditemukan implementasi karakteristik *Brand* yang masih kurang teraplikasi hingga orang masih banyak yang belum mengenal hotel ini. Padahal hal tersebutlah merupakan bagian penting dari aspek *Brand Identity* yang dapat menguatkan *brand* itu sendiri. Apalagi pada jalan yang sama juga terdapat Hotel Tebu yang berpredikat bintang 3. Jika implementasi karakteristik hotel yang kurang akan menyebabkan orang bisa salah memilih hotel dikarenakan mempunyai kemiripan nama tetapi berbeda predikat bintangnya. Oleh karenanya perancangan ulang Grand Tebu Hotel ini akan menggunakan pendekatan *Brand Identity* untuk memperkuat citra hotel tersebut serta peningkatan kualitas serta fasilitas ruangan yang bisa memberikan kepuasan bagi para pengunjung.

Dalam perancangan ulang ini juga diperlukan sesuatu yang baru pada desain Grand Tebu Hotel untuk memunculkan sebuah keberanian pada *Look and Feel* melalui penerapan identitas pada interiornya agar pengunjung dapat merasakan kualitas serta fasilitas yang mendukung kebutuhan mereka. Serta mempertimbangkan kebutuhan pasar, tren industri dan kompetitor hotel sejenis dalam radius 2km dari Grand Tebu Hotel.

Pendesainan ulang hotel ini akan memberikan kontribusi dalam pertumbuhan dan pemajuan dalam sektor pariwisata serta ekonomi kreatif dengan menargetkan para wisatawan, keluarga serta pembisnis yang datang ke Kota Bandung. Perancangan ulang Grand Tebu Hotel juga bertujuan membangun identitas dan karakteristik yang kuat dalam desain interiornya. Mendesain hotel ini dengan memberikan suatu ciri khas tersendiri yang beda dari yang lainnya untuk bersaing bersama para kompetitor yang berada di kawasan Jl L.L.R.E Martadinata.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas. perancangan ulang interior Grand Tebu Hotel terdapat permasalahan yang dapat dibahas :

1. Standarisasi pada Grand Tebu Hotel tidak sesuai dengan klasifikasi hotel berbintang 4, seperti standar jumlah, serta dimensi pada ruangan atau fasilitas yang diberikan.

2. Memiliki lobby kecil yang tidak sesuai dengan standarisasi serta penempatan *zoning* dan sirkulasi yang tidak efisien yang membuat akses pengunjung tidak baik.
3. Kurangnya pengimplementasian *brand identity* serta masih kurangnya penerapan *signage* pada ruang hotel.
4. Kurangnya pemanfaatan potensi jalan R.E Martadinata sebagai pusat keramaian.
5. Kurangnya pengolahan pada beberapa ruang hotel yang masih belum optimal sehingga belum menghasilkan desain yang unik ciri khas brand tersebut.
6. Diperlukan fasilitas tambahan untuk menjadi daya tarik pengunjung wisatawan sehingga dapat bersaing dari hotel kompetitor yang berada di Jl. L.L.R.E Martadinata.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan berikut:

1. Bagaimana mendesain tata ruang interior agar sesuai dengan standarisasi untuk memenuhi kebutuhan para pengunjung?
2. Bagaimana pendesainan ulang para area lobby dengan menyesuaikan penempatan *zoning* yang efisien agar memberikan akses yang baik bagi para pengunjung?
3. Bagaimana cara pengimplementasian *brand identity* serta penerapan penetapan *signage* yang sesuai dengan standarisasi *signage*?
4. Bagaimana cara memanfaatkan potensi keramaian yang ada di jalan R.E Martadinata sehingga pengunjung tertarik memilih hotel Grand Tebu sebagai akomodasi penginapan?
5. Bagaimana cara menciptakan desain yang unik dan menjadi ciri khas *brand* pada setiap ruang yang ada di hotel Grand Tebu?
6. Bagaimana menciptakan fasilitas tambahan yang akan menjadi daya tarik bagi para pengunjung wisatawan agar dapat diunggulkan dari hotel kompetitor yang ada?

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

Tujuan dan sasaran perancangan ulang interior Hotel Grand Tebu Kota Bandung yaitu sebagai berikut :

1.4.1 Tujuan Perancangan

Perancangan ulang interior Hotel Grand Tebu Kota Bandung ini bertujuan untuk memberikan pengalaman ruang yang menarik bagi para wisatawan, keluarga serta pembisnis dengan menampilkan identitas serta karakteristik yang unik dari Grand Tebu Hotel ini sendiri. Serta menampilkan fasilitas penginapan yang dapat memenuhi kebutuhan pengunjung serta memiliki daya saing untuk mengimbangi nilai jual kompetitornya.

1.4.2 Sasaran Perancangan

Sasaran dari perancangan ulang interior Hotel Grand Tebu Kota Bandung, yaitu;

1. Perancangan Ulang Grand Tebu Hotel Kota Bandung dengan menerapkan konsep *brand identity* sebagai acuan.
2. Memperkenalkan identitas serta karakteristik hotel melalui elemen-elemen interior hotel.
3. Menciptakan interior hotel yang fokus terhadap konsep interior *branding*.
4. Menjadikan Hotel Grand Tebu Kota Bandung sebagai acuan dalam perancangan hotel disekitar yang sesuai dengan standarisasi hotel bintang 4.
5. Memaksimalkan pendesainan interior Hotel Grand Tebu dengan baik agar terpenuhi kebutuhan pengunjung dan pegawai.

1.5 Batasan Perancangan

1. Objek desain memiliki denah khusus dengan luas sebesar 800-1200m²
2. Hotel ini akan dilakukan perancangan ulang
3. Lokasi objek desain berada di Kawasan Jl. R.E Martadinata Kota Bandung
4. Daftar ruangan yang akan dirancang ulang :
 - Area Lobby (*Resepsionis, Front desk, Ruang tunggu*) = 225 m²
 - Area Rooftop (*Public Bar, Coffeeshop, dan Lounge*) = 417,6 m²
 - Area Meeting (*Santorini Room: 135 m², Maldives Room: 40,8 m²*) = 175,8 m²
 - Area Kamar (*Superior Room: 18 m², Suite Room: 36 m², Loft Room: 26 m², Family Loft Room: 30 m²*) = 110 m²
 - Total ruang yang akan dirancang ulang adalah : 956,11 m²

1.6 Manfaat Perancangan

Dengan tercapainya proses perancangan ulang hotel ini akan memberikan manfaat bagi masyarakat dan pegawai. Manfaat yang diharapkan pada hasil perancangan ulang interior Hotel Grand Tebu Kota Bandung ini yaitu :

1. Manfaat untuk pegawai hotel diharapkan dengan perancangan ulang interior yang mengacu pada standarisasi yang baik dan benar dapat meningkatkan produktivitas kerja karena tercapainya kebutuhan dan kenyamanan.
2. Manfaat untuk masyarakat diharapkan dengan adanya perancangan ulang interior Hotel Grand Tebu Kota Bandung ini dapat mencapai kenyamanan bagi masyarakat hingga menarik minat untuk berlibur ke Kota Bandung. Dengan meningkatnya masyarakat yang berlibur dapat membuka lapangan pekerjaan di hotel tersebut maupun area sekitar hotel.
3. Manfaat dibidang keilmuan interior diharapkan menjadi masukan terhadap perancangan hotel serupa di Kota Bandung dalam proses perancangan interior hotel bintang 4 yang sesuai dengan standarisasi dan konsep yang menunjukkan ide visual untuk mencerminkan citra Perusahaan agar dijadikan acuan dalam proses desain

1.7 Metode Perancangan

Tahapan metode perancangan yang digunakan untuk perancangan Hotel Grand Tebu ini adalah:

1.7.1 Tahap Pengumpulan Data

Tahap dalam pengumpulan data dilakukan melalui pengumpulan data primer dan sekunder. yaitu melalui wawancara, observasi, *survey* lapangan, dokumentasi, dan studi literatur yang berasal dari jurnal, buku, dan peraturan pemerintah. Serta dilakukan pula studi banding dan studi preseden.

1.7.2 Wawancara

Wawancara dilakukan dengan menanyakan fasilitas yang dimiliki oleh hotel tersebut dan yang tidak dimiliki oleh hotel tersebut. Menanyakan aktivitas yang dilakukan dihotel. Dan menanyakan apa saja permasalahan yang ada dihotel tersebut.

1.7.3 Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati kegiatan yang berada pada hotel tersebut agar mendapatkan informasi sebenarnya mengenai objek hotel ini.

Observasi dilakukan pada *weekdays* dan *weekend* agar mengetahui aktivitas sebenarnya pada hari tersebut.

1.7.4 Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan di hotel Grand Tebu Kota Bandung dan 2 studi banding di hotel de Paviljoen Kota Bandung dan hotel Golden Flowers Kota Bandung. Dari studi lapangan ini didapatkan informasi tentang suasana hotel, desain apa yang digunakan, permasalahan, analisa ruang dan bagaimana aktivitas yang terjadi di hotel tersebut.

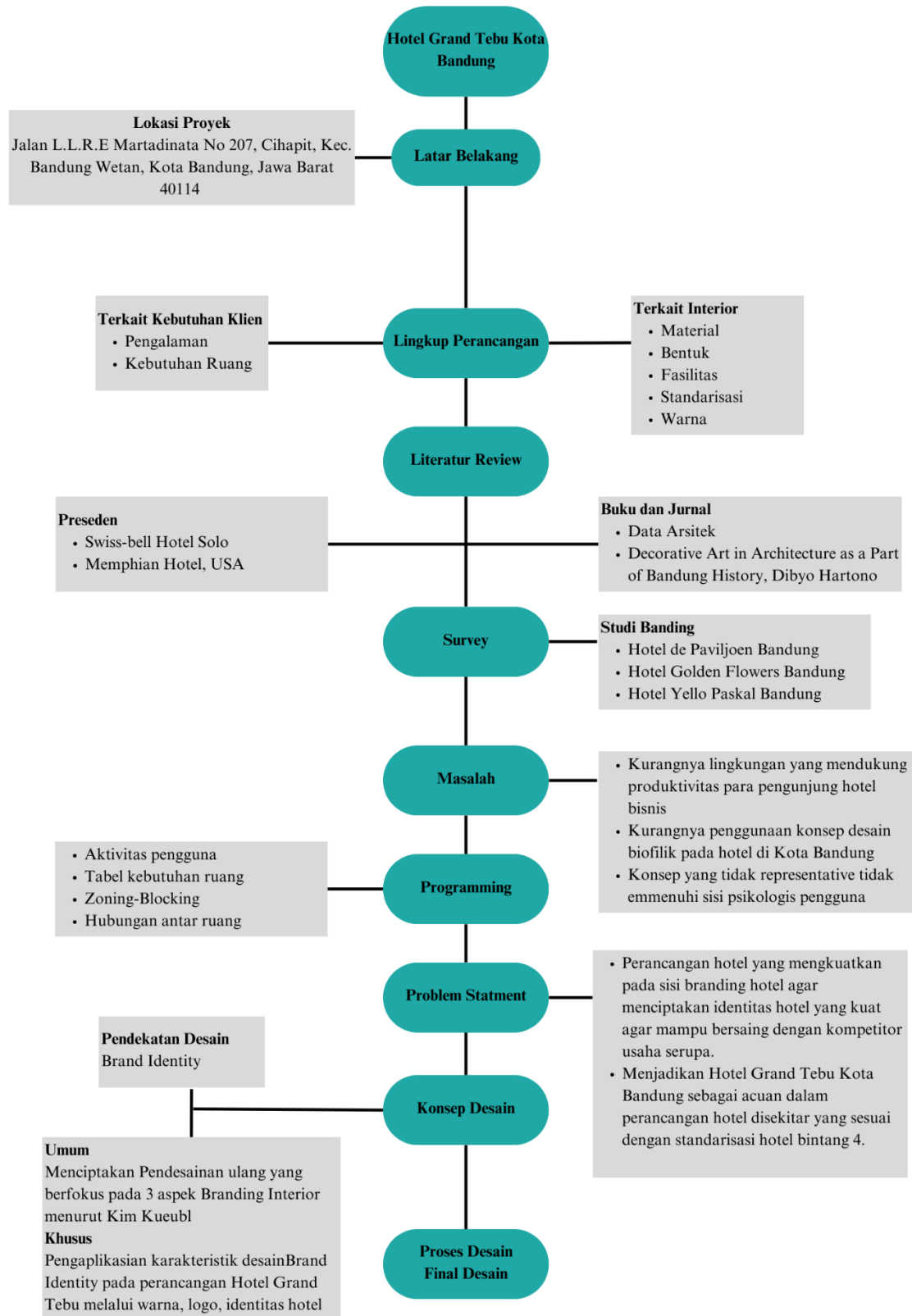
1.7.5 Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengambilan gambar yang diperoleh, baik data verbal maupun data visual. Data tersebut berupa gambar yang akan digunakan untuk mendukung perancangan ini.

1.7.6 Studi Literatur

Studi literatur dari jurnal terdahulu, artikel ilmiah, buku tentang hotel, dan juga peraturan pemerintah mengenai perhotelan. hotel bisnis adalah bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai akomodasi untuk menginap orang-orang yang sedang dalam perjalanan untuk kegiatan usaha komersial.

1.8 Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

Sumber: Analisa Pribadi, 2024

1.9 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini memiliki sistematika penulisan yang terdiri atas empat bab. Keempat bab disesuaikan penulisannya melalui kaidah penulisan penelitian yang dijelaskan di bawah ini.

a) **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian-uraian latar belakang pengangkatan perancangan interior Hotel Grand Tebu Kota Bandung, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup dan batasan masalah, manfaat perancangan, metode perancangan, kerangka berfikir, dan sistematika penulisan.

b) **BAB II : KAJIAN LITERATUR DAN STANDARISASI**

Bab ini berisi uraian-uraian mengenai kajian literatur dari Hotel secara umum serta kajian literatur mengenai pendekatan, analisa studi kasus bangunan sejenis, dan analisa data proyek.

c) **BAB III : STUDI BANDING DAN DESKRIPSI PROYEK, DAN ANALISIS DATA**

Bab ini berisi uraian-uraian mengenai studi banding hotel sejenis serta analisa data yang dilakukan pada Hotel Grand Tebu Kota Bandung.

d) **BAB IV : TEMA, KONSEP PERANCANGAN, DAN PENGAPLIKASIAN PERANCANGAN**

Bab ini berisi uraian meliputi pembahasan tentang tema perancangan, konsep perancangan, penggunaan ruang, bentuk, material, warna, pencahayaan dan penghawaan, juga keamanan beserta penerapannya pada hotel.

e) **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini merupakan akhir dari penulisan yang berisikan Kesimpulan dan saran perancangan.