

## BAB 2

### DATA LAPANGAN & DATA LITERATUR

#### 2.1. Data Lapangan

##### 2.1.1. Deskripsi Umum Proyek

Gambar 2.1. Hotel Mercure	Nama Proyek	: Hotel Mercure Jakarta Kota
	Alamat	: Jl. Hayam Wuruk No.123, 11160 Jakarta
	Klasifikasi Bintang	: ★★★★★ (empat)
	Pemilik	: Accor Group
	Jam Buka	: 24 jam
	Type Kamar	: 1. Standard 2. Deluxe 3. Suite
	Jumlah Kamar	: 243 kamar
	Fasilitas	: Fitness Center, Spa, Jacuzzi, Kolam Renang, Free Wi-Fi

Sumber : P.T Axon 90

##### 2.1.2. Profil Hotel Mercure

Gambar 2.2. Profil Hotel Mercure



Sumber : www.google.com

Hotel Mercure adalah merek hotel yang dijalankan oleh perusahaan multi nasional Perancis Accor. Paul Dubrule dan Gerard Pelisson mendirikan Mercure pada tahun 1967. Mercure Hotel pertama didirikan pada tahun 1973 di Saint-Witz, Prancis. Mercure, Novotel diambil alih pada tahun 1975 oleh Société d'Investissement et d'Exploitation, kemudian Accor Group. Pada tahun 1983, Mercure diperluas ke Jerman. Pada tahun 1993, Accor mengakuisisi saham di Hungaria Pannonia jaringan hotel dengan 24 hotel. Kelompok ini juga diperluas ke Polandia, Asia, Turki, dan Afrika. MGallery, singkatan Mercure Gallery, adalah kumpulan dari 50 hotel butik di 21 negara menawarkan arsitektur mewah, desain interior dan jasa. Setiap hotel MGallery dan resort memiliki fokus yang kuat pada budaya lokal dan warisan. Yang lokasinya terletak di pusat kota atau daerah pegunungan atau pantai. Hotel Mercure Jakarta Kota dibangun pada 1997, terakhir renovasi lengkap tahun 2009, Jumlah lantai Mercure Hotel Jakarta Kota yakni 18, Total jumlah kamar: 243, Kamar dengan menghubungkan pintu: 28, Jumlah suite (kamar terpisah): 8, Non-merokok kamar: 100.

Mercure Jakarta Kota yang siap melayani selera eksklusif para tamu yang ingin mencari kenyamanan saat mereka tinggal di hotel ini. Hotel yang men dedikasikan layanan terbaik mereka. Merupakan pilihan yang sangat tepat untuk para wisatawan yang ingin berlibur atau sedang dalam perjalanan bisnis mereka. Hotel ini dilengkapi oleh Gymnasium, swimming pool, ballroom, meeting room yang bisa digunakan selama tinggal dan menginap di hotel ini.

*Slogan Hotel Mercure "How about a business or leisure stay in the heart of China Town Jakarta , Welcome to Mercure Jakarta Kota Hotel."* Hotel ini terletak di dekat Chinatown, berjarak sekitar 30 menit dari dan ke bandara Soekarno Hatta, 5 menit dengan berjalan kaki menuju ke mal elektronik Glodok dan Batavia dan 2 km dari pusat perbelanjaan Mangga Dua. Mercure Hotel memiliki 243 buah kamar yang bisa Anda pilih dengan 4 pilihan yaitu Superior 1 Double Bed, Superior 2 Single beds, Deluxe 1 Double Bed, Executive Deluxe 1 Double bed. Keempat kategori kamar tersebut dilengkapi dengan AC, safe deposit box, wi-fi, TV,

minibar, web TV cable. colour TV, cofee/tea maker dan masih banyak lagi guna menunjang kemudahan.

### 2.1.3. Visi dan Misi

Visi dan misi Mercure Hotel adalah sebagai berikut yang juga sama dengan visi misi dari Accor Group :

#### Visi

1. Tujuan kami adalah untuk menjadi pemimpin dan patokan dalam dua bisnis inti kami, dengan hidup nilai-nilai yang telah membimbing "Esprit Accor" sejak perusahaan didirikan.
2. Prioritas utama kami adalah untuk menempatkan senyum di wajah pelanggan kami setiap hari.
3. Memiliki para pelanggan setia yang membuat kita menjadi pilihan pertama mereka.
4. Menjadi pemimpin pasar sebagai tujuan kita dimana saja kita menjalankan usaha.
5. Memperkuat nama/ merk kita untuk membangun landasan yang kokoh guna mengembangkan usaha kita dan terus menerus memperoleh para pelanggan baru dan para investor.
6. Merekrut dan mempertahankan orang-orang terbaik yang bermotivasi untuk mendapatkan kesetiaan pelanggan.
7. Mencapai laba dan penghargaan di industri.

#### Misi

1. Membahagiakan pelanggan kita dan mendapatkan kesetiaan mereka melalui pengenalan pribadi, pengantisipasi kebutuhan, fleksibilitas, dan proses perbaikan.
2. Melampaui harapan para pelanggan melalui pemberian kualitas dan nilai produk-produk serta pelayanan kita secara konsisten.
3. Menjadi panutan dalam bidang pemberian jasa atau pelayanan.

4. Memenuhi pemberian janji, nama atau merek yang diwakili oleh Mercure.
5. Memberi perhatian setiap tamu secara tulus.
6. Menganggap tamu adalah keluarga kita

Nilai Accor yang juga menjadi Nilai bagi Mercure

Kepercayaan :

1. Mendorong inisiatif pribadi dan pengambilan risiko dengan menciptakan kondisi menguntungkan untuk membangun harga diri, dengan mendelegasikan, dan dengan mengakui bahwa orang bisa membuat kesalahan.
2. Menjadi mudah dan tersedia, mengakui keterampilan karyawan, dan merayakan prestasi mereka.
3. Menuntut tingkat tinggi profesionalisme dan mencontohkan melalui manajemen kami, dan memastikan pengambilan keputusan di tepat tingkat.
4. Menjaga komitmen kami, bertindak dengan transparansi, dan memelihara konstan, dialog terbuka.

Kepercayaan

Rasa Hormat :

1. Di mana pun kita menjalankan bisnis, mendorong karyawan untuk menghormati budaya, lingkungan, dan masyarakat setempat, dan menjadi aktif terlibat.
2. Mempromosikan keragaman dalam keputusan manajemen kami.
3. Merekrut, pelatihan, evaluasi, mengakui, dan menghargai semua kami karyawan dengan keadilan.
4. Mewujudkan dan memberikan janji pelanggan pada semua lima benua.

Hal adalah dasar dari semua hubungan kita.

Inovasi:

1. Mendorong, mengidentifikasi, dan memperkuat ide-ide baru dalam rangka untuk lebih melayani pelanggan kami, memberikan dukungan kepada karyawan,

dan melindungi kami lingkungan, sekarang dan di masa depan.

2. Menciptakan, pengujian, dan menggunakan produk dan layanan baru sehingga kita selalu selangkah lebih maju, dibedakan dari pesaing kami, dan diakui seperti di pasar.
3. Membangun pengetahuan kita, baik di dalam maupun di luar Grup, melalui mendengarkan, mengamati, menantang diri kita sendiri, ide-ide yang beredar, dan berbagi pengalaman.

Inovasi adalah merek dagang kami.

Kinerja :

1. Menantang diri kita sendiri dan bereaksi dengan cepat, dengan kecerdasan dan ketangkasan, di memesan untuk menawarkan yang terbaik kepada pelanggan dan karyawan kami.
2. Menetapkan tujuan, mengukur hasil, dan terus benchmarking kami kegiatan.
3. Menarik dan mempertahankan bakat terbaik, mengembangkan keterampilan karyawan, dan mendukung pengembangan karir mereka, sehingga mereka diakui dan dihargai.

#### 2.1.4. Corpored Identity

Gambar 2.3. Logo Hotel Mercure



Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

Logo/ciri khas : Mercure Hotel

Bentuk : Persegi panjang dengan symbol M ditengahnya, sebuah identitas visual di mana M - lambang ikonik Mercure.

Warna : Ungu & Merah melambangkan emosi yang ingin dicitrakan oleh Mercure Hotel. Warna ungu, warna ini membawa perasaan damai dan saling memahami. Warna ini juga dikaitkan dengan spiritualitas, intuisi, kekayaan, kebijaksanaan, penguasaan, kekuatan mental dan fokus. Warna merah, warna yang memiliki karakteristik merangsang saraf, kelenjar adrenal (endokrin) dan saraf sensorik. Warna merah juga paling ampuh untuk merangsang dan meningkatkan energi fisik, memperkuat motivasi, meningkatkan sirkulasi, warna yang sexy dan berkaitan dengan seksualitas. Merah juga membangkitkan emosi dan menciptakan perasaan kegembiraan atau intensitas. Merah adalah warna yang kuat sekaligus hangat. Biasanya di gunakan untuk memberikan efek psikologi, juga dapat mengkomunikasikan sesuatu yang tenang, dapat dipercaya, rileks.

Sebuah identitas visual di mana M - lambang ikonik Mercure. Identitas visual disesuaikan untuk memenuhi karakteristik budaya lokal yang spesifik. Halus dan elegan identitas high-end ini menciptakan pengalaman merek otentik, yang memperkuat hubungan emosional dengan pelanggan, menargetkan pelanggan domestik di pasar kelas atas, layanan sesuai dengan standar internasional.

Para tamu akan mengalami konsep ikonik Mercure melalui empat pilar: Sense of Selamat datang, Sense of Food & Beverage, Sense of Wellness dan Sense of Culture

The Sense Welcome diwujudkan oleh penyambut menawarkan sambutan hormat

The Sense of Food and Beverage dimanifestasikan dalam gerai makanan dan minuman hotel

The Sense of Wellness otentik ditunjukkan dengan ketenangan suasana di setiap sudut, kamar dirancang dengan fasilitas kelas atas, perawatan spa dan pool

Sense of Culture sebagai jendela yang terbuka untuk penemuan dan pengalaman local.

Melalui logo ini, Mercure ingin menyatakan *brand image* sebagai hotel mewah yang menawarkan akomodasi yang tenang dan nyaman dengan kualitas pelayanan tingkat dunia untuk para tamu.

## 2.1.5. Aksesibilitas

Peta akses hotel Mercure Jakarta Kota



Mercure Jakarta Kota : Dari Bandara Internasional Soekarno-Hatta, naik taksi ke arah Tol Cengkareng - Tol Kapuk - Tol Dalam Kota Tanjung Priok, lalu keluar di Pintu Tol Ancol Barat. Lalu belok ke Jalan Gunung Sahari, belok kanan ke Jalan Mangga Besar, lurus ke Jalan Gajah Mada. Lalu balik arah di depan Lindeteves Trade Centre ke Jalan Hayam Wuruk, dan hotelnya terletak di seberang halte busway Olimo.

Tabel 2.1. Akses Transportasi dekat Hotel Mercure

	Line	Station
Bus	CORRIDOR 1	OLIMO
Tramway	RAILWAY STATION	STASIUN GAMBIR

Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

Railway Station

- o Gambir (4.00 Km / 2.49 Mi)
- o Jakarta Kota (1.00 Km / 0.62 Mi)

Airport

- o Soekarno Hatta (0.01 Km / 0.01 Mi)

## 2.1.6. Kondisi Fisik Geografis

Aspek geografis wilayah Jakarta Pusat :

Posisi : S 6° 8' 58.02" E 106° 49' 2.20" (GPS)  
106, 22, 42 Bujur Timur/East Latitude  
106, 58, 18 Bujur Barat/West Latitude  
5, 19, 12 Lintang Selatan/South Latitude  
6, 23, 54 Lintang Utara/North Latitude

Iklm : Panas  
Temperatur : max 32,7°C - 34,°C/siang, min 23,8°C -25,4°C/malam  
Curah Hujan : rata-rata 237,96 mm/tahun  
Kecepatan Angin : rata-rata 2,2 m/detik - 2,5 m/detik.  
Kelembaban Udara : 73,0 - 78,0 %  
Intensitas Matahari : 59,3 %  
Wilayah Kota : 47,90 km2  
Batas Wilayah : Utara Jakarta Utara dan Barat (Jl.Duri Raya, Jl.KH Zainul Arifin, Jl.Sukardjo Wiryopranoto, Rel Kereta Api, Jl.Raya Mangga Dua, Jl.Rajawali Selatan 12, Jl.Eks Pelud Kemayoran, Jl.Sunter Kemayoran)  
Timur Jakarta Timur(jl. Jend. Ahmad Yani/By Pass)  
Selatan Jl.pramuka, jl.matraman, kali ciliwung/banjir kanal  
Barat Jakarta Barat dan Selatan

## 2.1.7. Fasilitas yang disediakan oleh Hotel Mercure

Fasilitas Hotel

Gambar 2.5. Fasilitas bagi orang cacat

Fasilitas bagi orang cacat

- Akses jalan
- Akses kursi roda

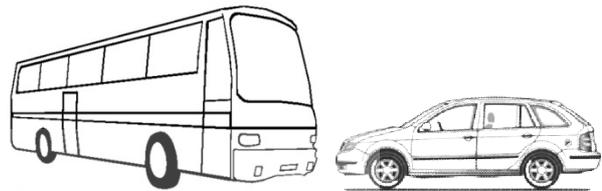


- Fasilitas orang sulit gerak
- Sesuai UU Kecacatan AS
- Pintu kamar mandi 81,28 cm
- Lampu dering bantu dengar

#### Tempat Parkir

- Jumlah ruang mobil: 100
- Parkir valet
- Parkir pribadi luar
- Parkiran bus/bus wisata
- Parkiran luar tertutup pribadi

Gambar 2.6. Kendaraan mobil/bus



Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

#### Fasilitas Olahraga

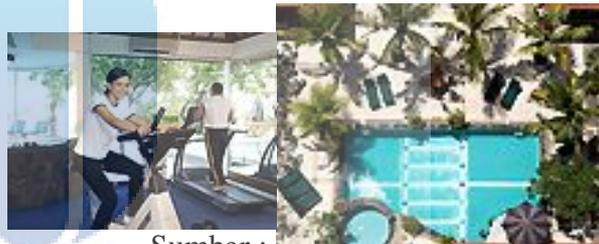
##### Kolam renang

- Kolam air dingin luar

##### Kebugaran

- Pusat Kebugaran

Gambar 2.7. Kolam Renang & Fitness



Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

#### Aktivitas olahraga lainnya

- Biliar/Snooker

#### Kesehatan

- Sauna
- Jacuzzi
- Pijat

Gambar 2.8. Sauna dan Jacuzzi



Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

#### Pelesiran & Turisme Wisata

- Meja informasi pariwisata

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

### Informasi praktis

- Meja layanan sewa mobil

### Layanan untuk anak-anak Fasilitas anak-anak

- Kamar penghubung tersedia

### Info dan layanan bisnis Akses multimedia

- Wi-fi di hotel
- Wi-fi di kamar
- Akses wifi
- Wi-fi di area public
- Layanan bisnis di hotel
- Portir
- Mesin faks
- Brankas resepsionis
- Koneksi internet
- Layanan sekretari (pengetikan)
- Sedia layanan fotokopi/cetak
- Pusat bisnis swalayan
- Pusat bisnis dengan staf dukungan

Gambar 2.9. Wi-fi



Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

### Belanja dan layanan fasilitas

- ATM
- Fasilitas sewa computer

### Catering

- Fasilitas penyeduh kopi/teh

### Laundry

- Cuci kering/setrika

### Belanja

- Toko makanan
- Toko kado/gerai Koran

#### Peralatan keamanan/pemasangan alat keamanan

- Stndpipe kering
- Anti api dikamar
- Sistem anti kebakaran
- Kunci ganda di kamar
- Staf keamanan 24 jam
- Cek keselamatan tahunan
- Pintu dengan akses kartu
- Deteksi CO tempat parkir
- Kamera video masuk gedung
- Pecah kaca telepon darurat
- Lampu darurat keluar darurat
- Sistem pembuang asap parkir
- Sesuai UU Keamanan Hotel 1990
- Sistem pembuang asap di koridor
- Pintu otmtis dapat dibuka paksa
- Sistem pembuang asap area publik
- Pemantauan video di ruang masuk
- Sistem pengeras suara
- Pemantau video eksterior
- Generator listrik darurat
- Alarm visual untuk area publik
- Lubang keamanan
- Info darurat di kamar
- Alarm asap di area publik
- Sesuai std kslmtan staf Accor
- Sesuai aturan keamanan nasional
- Sesuai standar keselamatan Accor

#### Pengembangan berkelanjutan

- Pemakaian solar

#### Restoran & Bar Jakarta

Alami dengan nuansa yang nyaman dan bergaya dengan musik live di Kafe KIRANA. Restoran CHIAO TUNG menawarkan masakan Tionghoa tradisional dan modern, dan restoran SPICE menyajikan masakan Asia Tenggara.



Restoran: 2



Bar: 1

Jenis masakan: Internasional

Jam buka: 17:00-23:00

Gambar 2.10. Restoran CHIAO TUNG



Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

Menyajikan masakan Tionghoa modern dan tradisional, buka 7 hari seminggu  
17.00-23.00 plus prasmanan dimsum setiap hari Minggu 11.00-15.00

Penyejuk ruangan



Area dilarang merokok

SPICE - SOUTH EAST ASIA



Restoran

Jenis masakan:Regional

Jam buka:06:00 - 23:00

Gambar 2.11. Restoran SPICE



Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

Restoran masakan Asia Tenggara, menyajikan masakan Indonesia, Thailand, Melayu, dan Vietnam, buka untuk sarapan prasmanan setiap hari serta makan siang dan malam a la carte 7 hari seminggu.

Penyejuk ruangan

Area dilarang merokok

Jam buka:07:00 - 24:00

Nikmati suasana yang nyaman dan bergaya dengan musik live, buka 7 hari seminggu dari awal hingga larut

Camilan



Hiburan musikal

Layanan kamar



Hidangan terbaru



Camilan dingin

Jam buka

- Selama seminggu: 24 HOURS
- Pada akhir pekan: 24 HOURS

Pemesanan ruang pertemuan, seminar & Kongres di Jakarta

Mercure Jakarta Kota adalah tempat tepat untuk acara Anda. Ada ballroom "Rekso Gradhika" yang berpenampilan baru, menampung hingga 1000 orang untuk resepsi. Ballroom dapat dibagi menjadi 6 (enam) ruang dengan ruang pra-acara besar dan berpenampilan baru. Ruang "Subhaya" dan "Abhimata" dapat menampung hingga 100 orang untuk acara resepsi, dan ruang "La-Tiga" dapat menampung hingga 15 orang untuk bentuk U. Semua ruangan memiliki akses Wi-Fi.

Tabel II.2. Kapasitas teater hotel Mercure Jakarta Kota

Nama kamar	Teater	Bentuk-U Kamar-		Ruang- Perjamuan Ketinggian Permukaan			
			ka yu	ber kela s			
REKSO GRHADIKA	500	90	100	336	300	4.00 m	680 m <sup>2</sup>
ABHIMATA	100	40	30	50	30	3.00 m	72 m <sup>2</sup>
LA TIGA	20	18	15	15	0	3.00 m	50 m <sup>2</sup>
SUBHAYA ROOM	80	40	30	50	30	3.00 m	72 m <sup>2</sup>

Sumber : www.google.com

Peralatan standar yang tersedia

Ketika mengatur pertemuan Anda, hotel akan dengan senang membahas ketersediaan fasilitas dan layanannya dengan Anda.

Peralatan umum

- Flipchart
- Peralatan audio dan video
- Podium
- Proyektor
- Akses WIFI
- Proyektor slide
- Ruang pertemuan ber-AC

Layanan Bisnis di hotel

- Katering eksternal tersedia

Organisator acara (EO) dan pusat acara terdekat Perusahaan

Convention centre

Pusat bisnis

MEGA KUNINGAN (5.00 km )

Pusat pameran

## II.1.8. Tinjauan Pelaku, Kegiatan

### II.1.8.1. Data Pengelola/Staff Hotel

Pelaku pengelola pada hotel ini dibagi menjadi dua bagian:

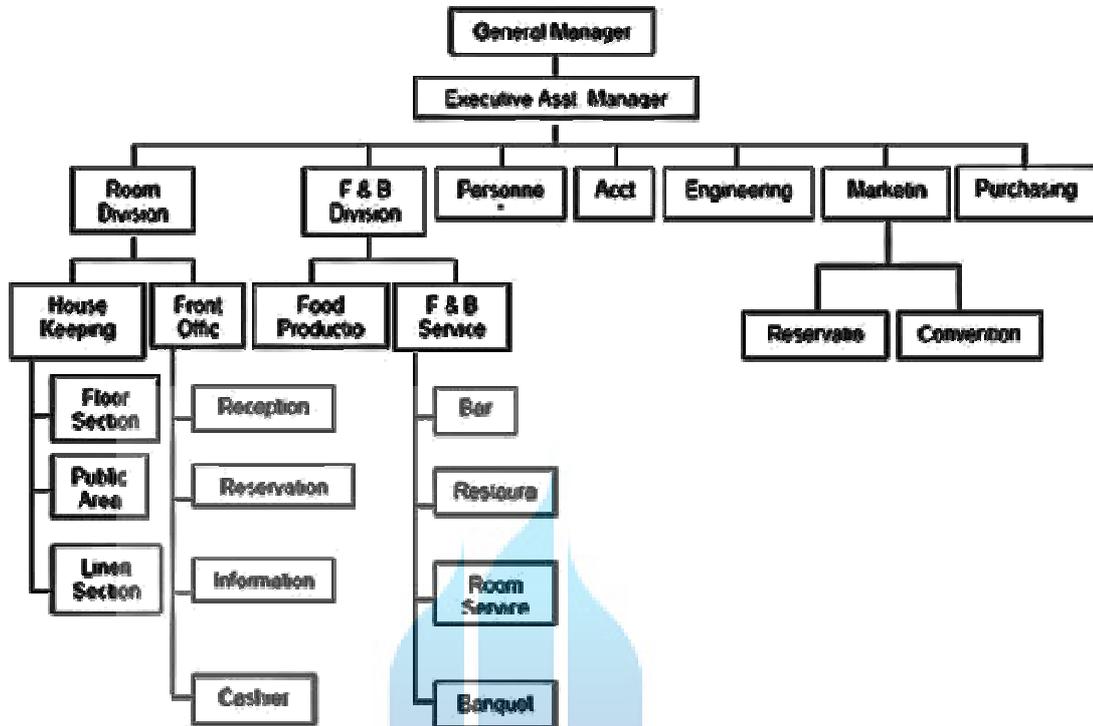
- a. pengelola staf operasional (back office) yang menangani kegiatan yang berhubungan dengan keuangan dan personalia.
- b. pengelola staf office management yang bertugas melayani tamu dan melakukan perawatan terhadap sarana dan fasilitas.

#### 2.1.8.1.1. Struktur Organisasi Pengelolaan Hotel

Struktur organisasi menunjukkan suatu tingkatan hirarkis, dimana dalam struktur tersebut dapat diketahui bagian-bagian yang terdapat di hotel, hubungan antara bagian yang satu dengan yang lain, hubungan antara atasan dan bawahan.

Struktur organisasi dirancang dengan disesuaikan terhadap kebutuhan hotel, makin besar dan lengkap fasilitasnya, maka struktur organisasinya semakin kompleks.

Bagan 2.1. Struktur Organisasi hotel Mercure



Sedangkan tugas dan tanggungjawab setiap kepala bagiannya adalah sebagai berikut :

- A. General Manager, mengkoordinir, mengawasi dan mengontrol semua kinerja bawahannya. Dalam melaksanakan tugas tersebut, General Manager dibantu oleh beberapa tenaga ahli sebagai kepala bagian
- B. Financial Controller, bertanggung jawab atas semua pemasukan dan pengeluaran keuangan yang ada di hotel
- C. Chief Accounting, bertanggung jawab terhadap perumusan kebijaksanaan teknis, pengendalian bimbingan, pembinaan, koordinasi, evaluasi, administrasi dan pengelolaan akutansi
- D. Assistant Director of Sales, bertanggung jawab terhadap pengelolaan sales promotion, pemesanan kamar serta teknik strategi pemasaran
- E. Sales Manager, bertanggung jawab terhadap semua pengelolaan berupa penjualan fasilitas hotel lainnya. Membantu Assistant Director of Sales dalam mengelola tugas dan tanggung jawab department
- F. Purchasing Manager, mengawasi pembelian barang-barang operasional hotel, serta menjamin operasional purchasing department berjalan lancar

- G. Executive Houskeeper, mengarahkan dan mengawasi bawahan serta menjamin bahwa operasional Houskeeping department berjalan dengan lancar. Seperti penanganan kebersihan, kerapian dan kelengkapan kamar tamu, restaurant, BAR, dan tempat-tempat umum termasuk tempat karyawan hotel
- H. Front Office Manager, bertanggung jawab terhadap kelancaran operasional di Front Office Departement menyangkut pelayanan terhadap tamu, seperti penerimaan pesanan, penanganan check-in dan check-out, general information, communication dan lain-lain
- I. Duty Manager, mengawasi kelancaran operasional diseluruh department. Duty Manager bertugas pada waktu malam hari dan pada hari-hari libur, karena masing-masing department tidak selalu mendapatkan pengawasan yang cukup dari head department
- J. Executive Chef, seorang kepala dapur yang bertugas mengawasi operasional kitchen secara keseluruhan, menyusun menu makanan dan membuat daftar pembelian alat-alat dapur
- K. Sous Chef, membantu Executive Chef dalam memperlancar kegiatan operasional kitchen
- L. Food and Beverage Manager, bertanggung jawab terhadap kelancaran operasional di seluruh outlet-outlet FB yang ada di hotel, seperti restaurant, BAR dan coffe shop. FB Manager mempunyai peran yang sangat penting serta tugas dan tanggung jawab yang begitu besar mengingat FB Departement termasuk dalam Major Revenue Departement di dalam hotel
- M. Personal and Training Manager, mengatur kegiatan mengenai pengembangan karyawan yang menyangkut administrasi kepegawaian, perjanjian-perjanjian, pengobatan karyawan, pendidikan dan pelatihan karyawan serta proses perekrutan tenaga kerja
- N. Chief Engineer, bertanggung jawab atas semua perbaikan dan perawatan seluruh peralatan dan fasilitas yang ada di hotel
- O. Chief Security, mengkoordinir seluruh petugas keamanan yang ada di hotel untuk memelihara dan menjaga keamanan para tamu, karyawan dan hotel dari segala kemungkinan terjadinya bahaya.

## Job Descriptions

### 1. F & B Director

- a. Bertanggung jawab atas jalannya operasional di F& B departemen secara keseluruhan.
- b. Bertanggungjawab terhadap kinerja semua karyawan yang ada di bawahnya.

### 2. Assistant F & B Director

- a. Bertanggung jawab membantu/ menggantikan F & B Direktur jika tidak masuk atau berhalangan hadir.
- b. Bertanggungjawab untuk melihat aktifitas pelayanan di semua outlet food & beverage.

### 3. Sanitation Manager

- a. Bertanggung jawab terhadap sanitasi di restaurant, kitchen dan steward area yang ada di Hotel.

### 4. F & B Manager

- a. Bertanggung jawab terhadap kelancaran operasional di seluruh outlet-outlet FB yang ada di hotel, seperti Restaurant, BAR dan coffe shop.
- b. Bertanggung jawab kepada F & B Direktur serta bertanggung jawab atas jalannya operasional semua outlet-outlet yang ada di F & B departemen secara keseluruhan.
- c. Bertanggung jawab terhadap pengawasan 200 staff dibawahnya dari f&b outlet dan banquet operational.
- d. Bertanggung jawab langsung terhadap pengawasan kinerja bawahan.

### 5. Beverage Manager

- a. Bertanggung jawab terhadap semua yang berhubungan dengan beverage di semua outlet yang ada di Food & Beverage department di Hotel.

### 6. Manager

- a. Bertanggung jawab terhadap pengawasan kerja karyawan di bawahnya termasuk (captain, hostes, waiter/waitress, school trainee).
- b. Bertanggung jawab terhadap kelancaran operasional

### 7. Assistant Manager

- a. Membantu/ menggantikan tugas Manager jika berhalangan hadir.
- b. Bertanggung jawab terhadap pengawasan kerja karyawan di bawahnya

termasuk captain,waiter/waitress, hostes, school trainee.

#### 8. Captain

- a. bertanggung jawab terhadap pengawasan kerja waiter/waitress, hostes, bartender, school trainee.
- b. Bertanggung jawab terhadap kelancaran operasional

#### 9. Waiter

- a. Memberikan greeting pada tamu ketika tamu datang ke restaurant, dan memberikan informasi tentang special menu dan promotional menu kepada tamu
- b. Memberikan service kepada tamu mulai dari tamu datang ke restoran sampai tamu meninggalkan restoran.
- c. Bertanggung jawab terhadap kebersihan area restaurant.
- d. Mem-prepare semua kelengkapan yang dibutuhkan untuk oprasional restoran (mempolish cutleries, glass, silverwere, membuat oshibori, folding napkin)
- e. Mengambil request order dari food & beverage store.

#### 2.1.8.1.2. Standar Operasional Hotel

Menurut Agus Sulastiyono (Agus Sulastiyono: 2008:237) Dalam sebuah hotel terdapat beberapa jenis standar sebagai berikut :

1. Peraturan dan ketentuan bagi para pelaksana yang meliputi segala aspek yang berkaitan dengan administrasi para pelaksana, disiplin dan sebagainya.
2. Standar fasilitas, yaitu standar fasilitas terdiri dari ukuran dan jenis fasilitas fisik, yang kesemuanya itu harus ditetapkan mulai dari sejak dari awal hotel yang bersangkutan dibuka. Termasuk juga didalam standar fasilitas yaitu perlengkapan kamar-kamar tamu, perkantoran, dan peralatan-peralatan lainnya. Standar kebersihan dan pemeliharaan, serta tingkat kesiapan kamar-kamar untuk para tamu. Melalui penetapan standard an berbagai pertimbangan, maka memungkinkan bagi pengelola menetapkan biaya standar untuk keperluan pengelolaan operasional.
3. Standar makanan dan minuman. Standar-standar ini dipakai untuk menetapkan ukuran porsi makanan dan minuman, resep makanan dan minuman dan

presentasi semua makanan dan minuman yang ada di menu, daftar anggur (wine list) dan daftar minuman (beverage list).

4. Standar pelayanan. Standar pelayanan ini merupakan tingkat pelayanan yang diberikan kepada tamu, termasuk pedoman-pedoman untuk seluruh komponen-komponen produk tidak nyata.

Standar Persyaratan Ruang Hotel berbintang (Dirjen Pariwisata, 1998 : 27)

Tabel II.3. Standar Persyaratan Ruang Hotel berbintang

Jenis Fasilitas	Bintang 4	Room	Dimensi Room
K. Tidur	Min 50 buah	Standart Room	Min 24 m <sup>2</sup>
R. Makan	Wajib min 2 buah	Deluxe Room	Min 4@43 m <sup>2</sup>
Bar&Coffee Shop	Wajib min 1 buah	Suite Room	Min 4@48 m <sup>2</sup>
Function Room	Wajib min 1 buah		
Lounge	Wajib		
Taman	Wajib		
Fasilitas zbjPenunjang & Sport	Wajib swim pool Dianjurkan ditambah 2 sarana lainnya		

#### 1. SOP Front

Office

Kebijakan

Umum

Merupakan kebijakan dari sebuah hotel bahwa Front Office / Receptionist harus dilengkapi dengan konsep layanan umum untuk pedoman operasional.

Tujuan

Tujuan dari kebijakan ini adalah untuk memberi bahan kepada personil Front office/Receptionist dengan pengetahuan umum tentang konsep layanan.

##### A. Layanan Umum

Memastikan lengkap dan efisiennya layanan tamu. Dalam hal ini personil Front Office harus menjamin bahwa tamu adalah pertama diatas semua kekhawatiran lainnya

1. Karena kepuasan tamu menjadi perhatian utama dan diutamakan dari tugas lain untuk semua staf hotel.
2. Para tamu yang dilayani dalam setiap bagian dan tidak boleh diminta untuk menunggu terlalu lama.
3. Pelayanan yang baik seperti respon cepat, kompeten dan peduli dengan kebutuhan tamu dalam cara yang sopan dan baik hati. Semua personil Front Office harus benar-benar berpengetahuan banyak, sehingga untuk menjawab pertanyaan dan masalah alamat tamu secara akurat dan cepat.

#### B. Reservasi dan prosedur umum bagian Front Office

1. Staf Front Office harus menghormati reservasi dan konfirmasi dan menyediakan layanan reservasi untuk tamu dan / atau pelanggan dengan mempertahankan staf yang memadai.
2. Guest History bentuk/file harus diperoleh pada pelanggan tetap, termasuk nama, jenis alamat, dan volume bisnis dipesan dalam dua belas bulan sebelumnya. Sebuah preferensi tamu bentuk/kolom harus disediakan dan disimpan dengan guest history formulir/file.
3. Semua personil front office harus dilatih untuk mengoperasikan prosedur pemesanan dan peralatan penunjang pelayanan.
4. Sangat penting bahwa semua pemesanan ditangani secara efisien dan sopan.
5. Tamu yang memesan tetapi tidak dapat ditampung harus diberitahukan sebelum menuju hotel.

#### C. Garansi Reservasi (Layanan Pemesanan)

1. Jaminan pemesanan layanan harus tersedia untuk semua tamu ketika diminta. Ketika reservas dijamin diterima, menjamin informasi harus menyatakan nama, alamat perusahaan, nomor telepon dan rincian kartu kredit.
2. Pihak hotel akan memastikan pemesanan anda dijamin oleh kartu kredit

yang disetujui.

3. Penagihan untuk tamu yang tidak datang/no show yang sudah dijamin dapat dilakukan atas kebijaksanaan manager, dan tindak lanjutnya dapat diselesaikan dengan cara yang etis dan adil untuk mencegah penyalahgunaan prosedur jaminan.
4. Untuk pemesanan kamar group, tidak ada biaya pembatalan yang akan dikenakan untuk pembatalan kamar yang dibayar 14 hari sebelum tanggal kedatangan.
5. Untuk pemesanan kamar group, biaya pembatalan adalah 25% dari biaya malam kamar akan dikenakan untuk setiap pembatalan pemesanan kamar yang dilakukan 7 hari sebelum tanggal kedatangan
6. Untuk pemesanan kamar group, biaya pembatalan adalah 50% dari jumlah biaya akan dikenakan untuk setiap pembatalan pemesanan kamar yang dilakukan 3 hari sebelum tanggal kedatangan Untuk pemesanan kamar group, biaya pembatalan adalah 100% dari jumlah biaya akan dikenakan untuk setiap pembatalan pemesanan kamar yang dilakukan 1 hari sebelum tanggal kedatangan

#### D. Pelayan BellBoy

Layanan ini adalah salah satu kesan pertama yang paling penting. Sopan, berseragam menarik, berorientasi pelanggan akan sangat meningkatkan kenikmatan tamu menginap di hotel. Pelatihan khusus harus diberikan para anggota staf untuk memastikan bahwa filosofi pengoperasian hotel.

1. Bellboy harus karyawan dengan seragam yang baik dan rapi
2. Bellboy tidak selalu dipaksa melayani tamu, tapi harus ada minimal 16 jam perhari/2 shift

#### E. General Check-IN / Check-OUT

1. Kemudahan dan efisiensi check-in dan check-out adalah bagian yang sangat berpengaruh kepada tamu yang menginap. Dengan demikian, setiap tamu harus dilayani dengan segera dan profesional.
2. Manajemen dan staf berlaku sopan dalam memeriksa tamu masuk dan keluar,

tanpa menggunakan bahasa argumrntatif. Dengan cara yang sopan bermartabat harus diutamakan dan prasangka negative dihindari.

4. Proses check-in / check-out harus diawasi setiap saat oleh seorang manajer
3. atau supervisor yang bertugas yang memiliki wewenang untuk memecahkan masalah yang mungkin timbul.
4. Semua tamu check-in dan check-out harus ditangani secara professional oleh staf.
5. Personil FO akan melakukan kontak mata pada saat check-in dan check-out dengan melihat langsung pada tamu , tersenyum, dan memberikan salam yang sesuai.
6. Batas waktu check-out harus tidak lebih dari 12:00. Bila memungkinkan, saatnya dapat diperpanjang atas permintaan tamu, asalkan jangka waktu tersebut masih wajar / flexible waktu diberikan.
7. Formulir registrasi tamu semua harus diselesaikan oleh personil front office sebelum kedatangan tamu lain
8. Penjelasan safe deposit box yang tersedia di FO di jelaskan setiap tamu yang check-in untuk dimanfaatkan sesuai kebutuhan tamu.

#### F. Pelayan lain- lain

Departemen Front Office harus menyediakan layanan kepada tamu sebanyak mungkin untuk memastikan kenyamanan tamu. Barikut ini hanya mewakili beberapa:

1. Informasi jalan- jalan sekitar, wisata, transformasi, restoran, dan mesjid/gereja harus tersedia, sehingga personil dapat dengan mudah mengarahkan dan membantu tamu
2. Surat tamu yang masuk harus dicap dengan tanggal dan waktu penerima dan diadakan tidak lebih dari sepuluh hari kecuali tamu meninggalkan instruksi lain
3. Surat tamu harus diberikan hanya untuk penerima kecuali tamu memberikan otoritas lainnya

4. Informasi pertukaran mata uang asing harus tersedia dengan nilai tukar terkini dan menyertakan alamat dari lokasi terdekat pertukaran asing, jika tidak disediakan di Front Office
5. Menyarankan koran gratis dan majalah yang tersedia di lobi
6. Untuk melindungi privasi tamu, nomor kamar tidak harus diungkapkan kecuali sudah ada ijin dari tamu yang menginap.

### 2.1.8.1.3. Flow/Urutan Kegiatan Pengelola Hotel

Jenis pengelompokan ruang ada hotel dibedakan 2 yaitu:

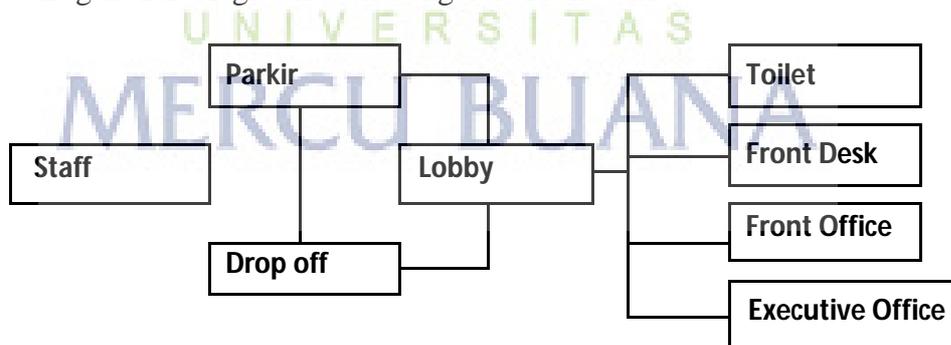
( a ) Back of the house (*laundry, housekeeping*, persiapan makan, ruang mekanik, penerimaan dan penyimpanan).

(b) front of the house (lobby, ruang perjamuan/resepsionis, ruang administrasi, kasir, ruang pelayanan kamar hotel, restoran, bar&coffee shop, ruang sewa, ruang rekreasi dan olahraga)

Tinjauan jenis dan urutan kegiatan dari pengelola hotel sebagai berikut:

- Kegiatan Staff Pengelola Front Office

Bagan 2.2. Kegiatan Staff Pengelola Front Office



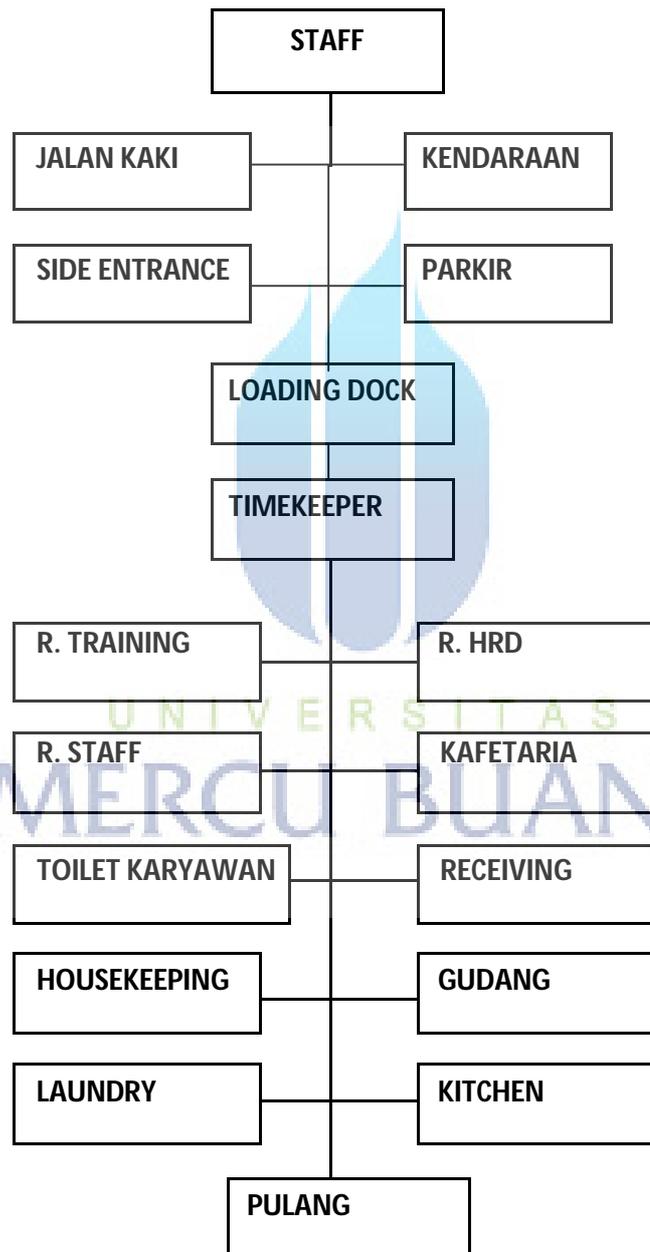
Peranan Front Office adalah menjual kamar kepada tamu serta berperan sebagai administrator, pemegang buku (bookkeeper), pelayan (pelayanan pendaftaran /registrasi).

Sub-bagian Front Office adalah pelayanan pemesanan kamar (reservation service), pelayanan penanganan barang-barang tamu (porter atau bell captain, desk service), pelayanan informasi (information service), pelayanan Check-in

dan Check out tamu (reception atau Ffont desk), kasir kantor depan hotel (front office cashier)

- Kegiatan pengelola staff operasional (back office)

Bagan 2.3. Kegiatan Staff Pengelola Operasional (back office)



## 2.1.8.2. Data Pengunjung Hotel

### 2.1.8.2.1. Identifikasi Pengunjung Hotel Berdasarkan Nation

Jenis pengunjung hotel Mercure terbagi ke dalam tiga tipe yaitu:

Tabel 2.4. Tabel pengunjung berdasarkan kebangsaan

<b>Kebangsaan</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Eropa & Amerika	15	15 %
Asia	75	70 %
Melayu	10	15 %

Berdasarkan bagan tersebut diperoleh data yaitu yang berkebangsaan Eropa & Amerika sebesar 15%, Asia sebesar 75%, dan Melayu sebesar 10%.

Jenis pengunjung hotel Mercure terbagi ke dalam tiga tipe yaitu:

Tabel 2.5. Tabel pengunjung berdasarkan type traveler

<b>No</b>	<b>Type Traveler</b>	<b>F</b>
1	Business travelers	386
2	Families with young children	47
3	Families with older children	29
4	Couples	142
5	Groups	86
6	Solo travelers	307

### 2.1.8.2.2. Identifikasi pengunjung hotel berdasarkan Pekerjaan

Jenis pengunjung hotel Mercure terbagi ke dalam empat tipe yaitu:

Tabel 2.6. Tabel pengunjung berdasarkan Pekerjaan

<b>Pekerjaan</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
PNS	35	35 %
Pegawai Swasta	40	40 %
Wiraswasta	20	20 %
Lainnya	5	5 %

Berdasarkan bagan tersebut diperoleh data yaitu yang berprofesi sebagai PNS sebesar 35 %, Pegawai Swasta sebesar 40 %, Wiraswasta sebesar 23 %, dan lainnya sebesar 2 %.

### 2.1.8.2.3. Identifikasi Berdasarkan Pengunjung Hotel Berdasarkan Gender Dan Usia

Jenis pengunjung hotel Mercure terbagi ke dalam dua tipe yaitu:

Tabel 2.7. Tabel pengunjung berdasarkan Gender dan Usia

Jenis Tamu	Jenis Kelamin	Usia				Total
		Anak ” (<20)	Dewasa (21-30)	Tua (31-40)	Manula (>40)	
Family	Laki-laki	0	15	3	2	20
	Perempuan	0	8	5	2	15
Bisnis	Laki-laki	3	20	12	5	40
	Perempuan	0	12	10	3	25

Berdasarkan bagan tersebut diperoleh data yaitu jenis tamu individu berjenis kelamin laki-laki berdasarkan usia masing-masing memiliki total 20, jenis tamu individu berjenis kelamin perempuan berdasarkan usia masing-masing memiliki total 15, jenis tamu dari kalangan bisnis berjenis kelamin laki-laki berdasarkan usia masing-masing memiliki total 40, jenis tamu dari kalangan bisnis berjenis kelamin laki-laki berdasarkan usia masing-masing memiliki total 25.

### 2.1.8.2.4. Flow/Urutan Kegiatan Pengunjung Hotel

- Pelaku pengunjung/tamu pada hotel ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

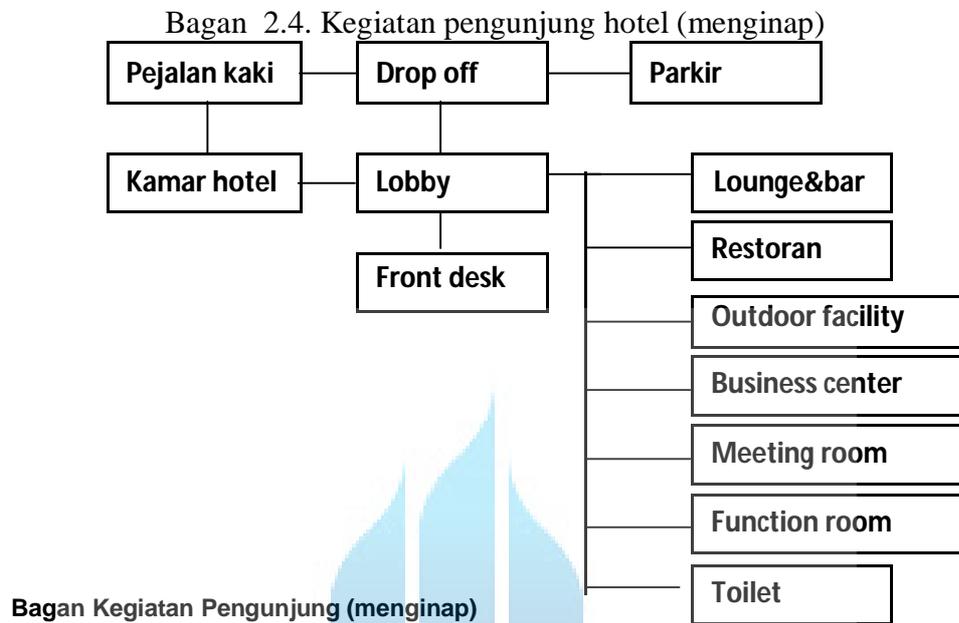
a. Pengunjung hotel (menginap)

Pengunjung yang menginap di Hotel Mercure dengan tujuan liburan/rekreasi.

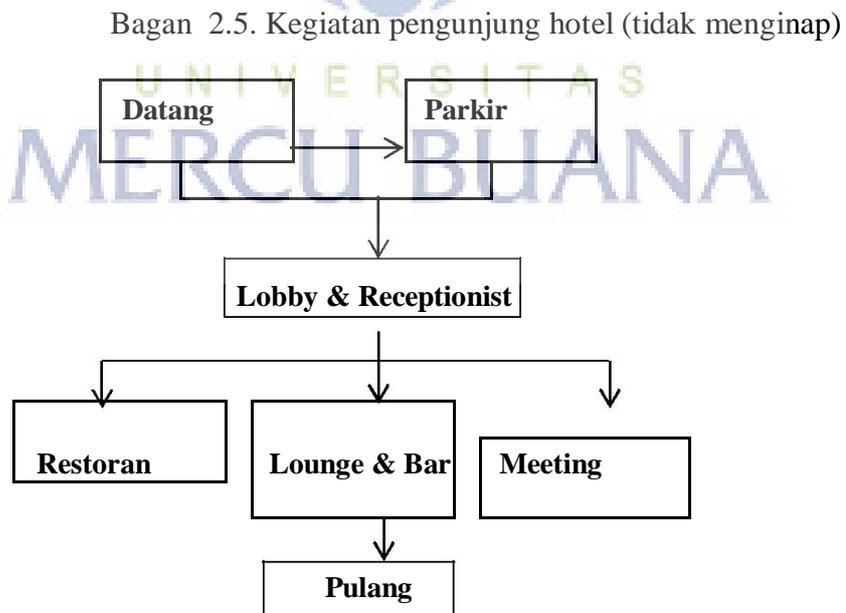
b. Pengunjung hotel (tidak menginap)

pengunjung yang tidak menginap di Hotel Mercure dengan bisnis/meeting.

- Urutan kegiatan pengunjung hotel (menginap)



- Urutan kegiatan pengunjung hotel (tidak menginap)



## 2.2. Data Literatur

### 2.2.1. Tinjauan Hotel

#### 2.2.1.1. Pengertian Hotel

Pengertian hotel menurut peraturan pemerintah yang dituangkan dalam Surat Keputusan Menparpostel<sup>1</sup> No KM 37/PW.340/MPPT-86, Tentang Peraturan Usaha dan penggolongan Hotel. Bab I, Pasal 1, Ayat (b) dalam SK (Surat Keputusan) tersebut menyebutkan bahwa :

“Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atas seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial ”

Menurut Grolier Electronic Publishing Inc. (1995), menyebutkan bahwa: Hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum.

Sarana tempat tinggal umum untuk wisatawan dengan memberikan pelayanan jasa kamar, penyedia makanan dan minuman serta akomodasi dengan syarat pembayaran (Lawson, 1976:27)

Menurut Hotel Proprietors Act, 1956, adalah:

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus<sup>2</sup>

Salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau keseluruhan bagian untuk jasa pelayanan penginapan, penyedia makanan dan minuman serta

---

<sup>1</sup> Menparpostel adalah singkatan dari Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi.

<sup>2</sup> Tanpa adanya perjanjian khusus yang dimaksud adalah perjanjian seperti membeli barang yang disertai dengan perundingan-perundingan sebelumnya.

jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil (Keputusan Menteri Parpostel no Km 94/HK103/MPPT 1987) Bangunan yang dikelola secara komersil dengan memberikan fasilitas penginapan untuk masyarakat umum dengan fasilitas sebagai berikut :

- 1) Jasa penginapan
  - 2) Pelayanan makanan dan minuman
  - 3) Pelayanan barang bawaan
  - 4) Pencucian pakaian
  - 5) Penggunaan fasilitas perabot dan hiasan-hiasan yang ada di dalamnya.
- (Endar Sri,1996:8)

Perbedaan antara hotel dengan industri lainnya adalah :

- a. Industri hotel tergolong industri yang padat modal serta padat karya yang artinya dalam pengelolaannya memerlukan modal usaha yang besar dengan tenaga pekerja yang banyak pula.
- b. Dipengaruhi oleh keadaan dan perubahan yang terjadi pada sector ekonomi, politik, sosial, budaya, dan keamanan dimana hotel tersebut berada.
- c. Menghasilkan dan memasarkan produknya bersamaan dengan tempat dimana jasa pelayanannya dihasilkan.
- d. Beroperasi selama 24 jam sehari, tanpa adanya hari libur dalam pelayanan jasa terhadap pelanggan hotel dan masyarakat pada umumnya.
- e. Memperlakukan pelanggan seperti raja selain juga memperlakukan pelanggan sebagai patner dalam usaha karena jasa pelayanan hotel sangat tergantung pada banyaknya pelanggan yang menggunakan fasilitas hotel tersebut.

#### Jenis Hotel

Penentuan jenis hotel tidak terlepas dari kebutuhan pelanggan dan ciri atau sifat khas yang dimiliki wisatawan (Tarmoezi, 2000),

Berdasarkan hal tersebut, dapat dilihat dari lokasi dimana hotel tersebut dibangun, sehingga dikelompokkan menjadi:

- a. City Hotel

Hotel yang berlokasi di perkotaan, biasanya diperuntukkan bagi masyarakat yang bermaksud untuk tinggal sementara (dalam jangka waktu pendek). City Hotel disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya dihuni oleh para pelaku bisnis yang memanfaatkan fasilitas dan pelayanan bisnis yang disediakan oleh hotel tersebut.

#### b. Residential Hotel

Hotel yang berlokasi di daerah pinggiran kota besar yang jauh dari keramaian kota, tetapi mudah mencapai tempat-tempat kegiatan usaha. Hotel ini berlokasi di daerah-daerah tenang, terutama karena diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin tinggal dalam jangka waktu lama. Dengan sendirinya hotel ini diperlengkapi dengan fasilitas tempat tinggal yang lengkap untuk seluruh anggota keluarga.

#### c. Resort Hotel

Hotel yang berlokasi di daerah pergunungan (mountain hotel) atau di tepi pantai (beach hotel), di tepi danau atau di tepi aliran sungai. Hotel seperti ini terutama diperuntukkan bagi keluarga yang ingin beristirahat pada hari-hari libur atau bagi mereka yang ingin berekreasi.

#### d. Motel (Motor Hotel)

Hotel yang berlokasi di pinggiran atau di sepanjang jalan raya yang menghubungkan satu kota dengan kota besar lainnya, atau di pinggiran jalan raya dekat dengan pintu gerbang atau batas kota besar. Hotel ini diperuntukkan sebagai tempat istirahat sementara bagi mereka yang melakukan perjalanan dengan menggunakan kendaraan umum atau mobil sendiri. Oleh karena itu hotel ini menyediakan fasilitas garasi untuk mobil.

### Segi Jumlah Kamar Hotel

Menurut Tarmoezi (Tarmoezi,2000:3), dari banyaknya kamar yang disediakan, hotel dapat dibedakan menjadi :

#### a. Small Hotel

Jumlah kamar yang tersedia maksimal sebanyak 28 kamar.

#### b. Medium Hotel

Jumlah kamar yang disediakan antara 28- 299 kamar.

### c. Large Hotel

Jumlah kamar yang disediakan sebanyak lebih dari 300 kamar.

#### 2.2.1.2. Sejarah Hotel

Hotel mulai dikenal sejak permulaan abad masehi, dengan adanya usaha penyewaan kamar untuk orang yang melakukan perjalanan. Hotel sebagaimana jenis akomodasi lain berasal dari kata “ Inn” didirikan pada tahun 3000 B.C. (sebelum masehi) yang berarti rumah-rumah pribadi dengan beberapa kamar disediakan bagi para pejalan kaki untuk istirahat atau tidur, satu ruangan/kamar ditempati oleh beberapa tamu, dan kadang-kadang untuk tidur hanya disediakan tikar, kualitas kebersihan ruangan pada waktu itu belum diperhatikan, makanan yang disediakan untuk tamu-tamunya adalah jenis makanan yang sederhana. Juga dapat diartikan sebagai usaha menyewakan sebagian dari rumahnya kepada orang lain yang memerlukan kamar untuk menginap. Pada umumnya kamar yang disewakan dihuni oleh beberapa orang secara bersama-sama.

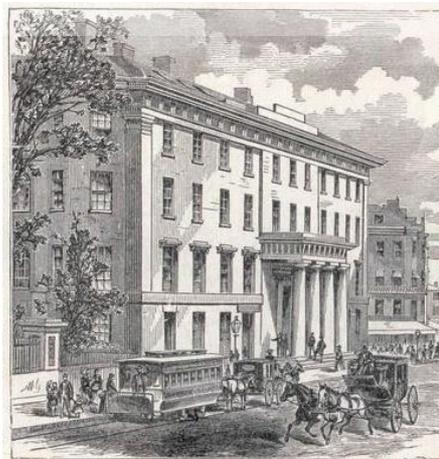
Pada mulanya Inn, sering juga disebut dengan lodge yang hanya menyediakan tempat beristirahat bagi yang melakukan perjalanan, karena sudah larut malam terpaksa tidak dapat melanjutkan perjalanannya. Kemudian peradaban semakin maju maka terdapat berbagai peningkatan dengan menambahkan fasilitas penyediaan bak air untuk mandi yang kemudian disusul dengan penyediaan makanan dan minuman walaupun masih dalam tahap yang sangat sederhana. Pada abad ke enam masehi, mulai diperkenalkan uang sebagai alat penukar yang sah, maka jenis usaha penginapan ini semakin berkembang dan mencapai puncaknya pada masa Revolusi Industri di Inggris pada tahun 1750 hingga tahun 1790.

Revolusi ini mengakibatkan perubahan sistem perdagangan dan ekonomi dunia secara drastis dan menyeluruh, dengan ditemukannya mesin-mesin yang mengubah sistem produksi rumah tangga ke produksi pabrikan. Hal ini pula yang menyebabkan terdorongnya dunia usaha untuk berlomba-lomba untuk menjual hasil produksinya. Dampak dari situasi ini maka lebih banyak lagi orang

melakukan perjalanan dari satu tempat ketempat lainnya. Walaupun pada jaman itu ketertiban dan kemandirian belum sebaik dan setertib saat ini, hal tersebut ditandai dengan banyaknya perampokan dan penjagalan terhadap para pejalan kaki sehingga mereka memilih untuk beristirahat di penginapan yang dianggap dapat memberikan rasa aman kepada mereka yang bermalam, untuk keesokan harinya melanjutkan perjalanannya. Pada tahun 1129 telah tercatat adanya *Inn* di kota *Canterbury*, Inggris sedangkan di Amerika Serikat *Inn* tertua dibangun pada tahun 1607.

Pada tahun 1794 di kota New York dibangun sebuah hotel yang diberi nama *City Hotel* yang mempunyai kamar sebanyak 73 kamar. Walaupun pada awalnya dirasa janggal dengan dioperasikannya Hotel *City* tersebut namun akhirnya dengan cepat menjadi buah bibir yang pada gilirannya menjadi pusat kegiatan segala acara di kota tersebut. Selanjutnya disusul di kota *Boston Amerika Serikat*. Sedangkan pada tahun 1829 dibangun Hotel dengan nama "*The Tremont House*" yang kemudian oleh sebagian para ahli dianggap sebagai cikal bakalnya Perhotelan Modern. Hotel tersebutlah yang pertama kali memperkenalkan jenis-jenis kamar *Single dan Double*, yang pada setiap kamar dilengkapi kunci masing-masing, air minum di setiap kamar, pelayanan oleh *Bellboy* serta memperkenalkan masakan Perancis ke dunia perhotelan. Hotel ini pun menjadi sangat terkenal dan menjadi tempat persinggahan yang ramai. Yang terpenting mulai di sadari bahwa Industri Hotel adalah industry penjualan jasa.

Gambar 2.12. The Tremont House



Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

The Tremont House adalah Hotel yang pertama yang memberikan pendidikan dan menyeleksi karyawannya untuk lebih meningkatkan mutu dalam upaya memberikan pelayanan yang memuaskan kepada tamunya. Pada saat itu hotel belum menyediakan layanan kamar mandi dan pendingin atau pemanas untuk setiap kamarnya. Saat sekarang ini hal tersebut sudah menjadi suatu keharusan. Setelah 20 tahun beroperasi hotel ini kemudian ditutup untuk diperbarui. Tidak disangsikan lagi bahwa keberhasilan the Tremont telah mendorong lahirnya hotel-hotel baru yang kemudian saling bersaing dalam meningkatkan mutu baik pelayanannya maupun fasilitas-fasilitasnya.

Pada permulaan abad 20 mulai terjadi perubahan yang cukup berarti pada Industri perhotelan yaitu mulai diperkenalkannya hotel-hotel kelas menengah yang tidak begitu mewah dan mahal, bagi para pengusaha atau wisatawan yang betul-betul membutuhkannya, dengan ciri-ciri yang lebih mengutamakan kepraktisan dan hotel inipun berkembang dengan pesatnya.

Tercatat seorang yang bernama *Ellswort M. Statler* yang berjasa dalam menemukan ide-ide baru seperti penyediaan koran pagi, cermin di kamar, dan lain-lain. Dalam kurun waktu 40 tahun berikutnya, hotel-hotel milik Statler menjadi contoh dalam pembangunan konstruksi hotel-hotel baik di Amerika Serikat maupun diseluruh dunia.

Industri perhotelan pernah mengalami kejayaannya selama dan sesudah perang Dunia ke dua (II), dimana banyak sekali orang-orang yang melakukan perjalanan apakah itu serdadu atau orang-orang yang sedang cuti untuk berlibur, pindah tempat tinggal, kesibukan dalam membuka usaha baru atau yang mengungsi dan lain sebagainya. Mereka semuanya memerlukan jasa perhotelan.

Pada masa bangkitnya industri perhotelan, secara alamiah hotel-hotel membagi dalam jenis menurut pengguna jasanya dan lokasi dimana hotel itu berada. Terdapat dua kelompok besar jenis hotel yakni City Hotel yang terletak di tengah kota besar yang digunakan oleh kebanyakan usahawan dan resort hotel yang diperuntukkan bagi para wisatawan dan yang berlokasi di daerah tujuan wisata seperti pantai, pegunungan dan pulau, danau dan lain-lain. Baru diawal tahun

1950-an, khususnya di daratan Eropa dan Amerika, dengan adanya persaingan yang semakin ketat yang dibarengi dengan semakin mahalnya upah buruh dan ongkos-ongkos operasionalnya, para pengelola hotel mulai menyadari bahwa mereka harus meningkatkan kemampuan manajemen mereka dan melipatgandakan upaya penjualan agar mereka dapat bersaing dalam industri hotel.

Perusahaan-perusahaan besar mulai mengadakan pendidikan khusus di bidang perhotelan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan karyawan dan berusaha mencari bentuk atau cara usaha yang paling menguntungkan dalam pengelolaan hotelnya. Asosiasi atau organisasi profesi mulai dibentuk, dan mereka menciptakan standarisasi dan pola bekerja yang terbaik untuk industri hotel.

Di Indonesia sendiri di zaman penjajahan Belanda dan pada masa sebelum kemerdekaan di tahun 1945 telah banyak didirikan hotel besar berskala internasional, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Bali, Bandung, Surabaya, Medan, Semarang, Yogyakarta, dan lain-lainnya. Tercatat *Hotel*

*Des Indes di Jakarta dan Hotel Savoy Homann di Bandung, Hotel Bali Beach di Bali* sering digunakan untuk menerima tamu-tamu negara.

Gambar 2.13. The Tremont House



Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

Perkembangan hotel-hotel bersejarah di Indonesia dapat di catat setelah Indonesia Merdeka tahun 1945, Presiden pertama Indonesia Ir. Sukarno yang lebih akrab dipanggil bung Karno mulai membangun beberapa Hotel atas kepemilikan Pemerintah yang belakangan menjadi Hotel dibawah Badan Usaha Milik Negara (BUMN ). Hotel tersebut antara lain: Hotel Indonesia di Jakarta, Bali Beach di Bali, dan Samudra Beach Hotel, di Yogyakarta.

Gambar 2.14. *Bali Beach Hotel Sanur Bali*



Saat ini di Indonesia ada kecenderungan terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, pada saat banjir sebagian masyarakat pindah ke Hotel. Begitu juga saat-saat libur seperti liburan lebaran, pembantu pulang kampung maka ada sebagian anggota masyarakat memilih tinggal di Hotel. Dewasa ini telah banyak bermunculan berbagai tipe hotel dari yang berbintang lima, diamond, apartemen sampai hotel melati atau losmen, yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Produk bisnis perhotelan mempunyai empat karakteristik khusus, yaitu: *produk nyata (tangible)*, *tidak nyata (intangible)*, *bersifat “perishable”* dan *“non perishable”*.

1. Produk yang bersifat nyata antara lain kamar, makanan, minuman, kolam renang dan sebagainya.
2. Produk yang bersifat tidak nyata, antara lain” keramah tamahan, kenyamanan, keindahan, keamanan dan sebagainya.
3. Produk bersifat perishable artinya bahwa produk tersebut hanya bisa dijual saat ini adalah produk tidak tahan lama yang dapat disimpan digudang. Contohnya kamar hotel, bahan makanan segar yang tidak dapat disimpan seperti sayur-mayur.
4. Produk yang bersifat non perishable misalnya minuman keras, soft drink, perlengkapan tamu (guest supply and amenities).

Bisnis hotel mempunyai tujuan yaitu mendapatkan pendapatan seoptimal mungkin melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan tamu (guest need & wants). Kepuasan tamu menjadi sasaran pelayanan untuk membentuk citra hotel yang baik dan sekaligus menjamin keberadaan hotel dalam jangka panjang.

### 2.2.1.3. Klasifikasi Hotel

Secara garis besar kriteria yang digunakan untuk penggolongan hotel didasarkan pada unsur-unsur persyaratan sebagai berikut:

#### A. Fisik:

1. Besar/kecilnya hotel atau banyak/sedikitnya jumlah kamar tamu
2. Kualitas, lokasi dan lingkungan bangunan
3. Fasilitas yang tersedia untuk tamu, seperti ruang penerima tamu, dapur, toilet, dan telepon umum
4. Perlengkapan yang tersedia, baik bagi karyawan, tamu maupun bagi pengelola hotel. Peralatan yang dimiliki oleh setiap departemen/bagian, baik yang digunakan untuk keperluan pelayanan tamu, ataupun untuk keperluan pelaksanaan kerja karyawan
5. Kualitas bangunan, yang dimaksud adalah kualitas bahan-bahan bangunan yang dipergunakan, seperti kualitas lantai, dinding termasuk juga tingkat kedekatan terhadap api, kedekatan terhadap suara yang datang dari luar ataupun dari dalam hotel.
6. Tata letak ruang, dan ukuran ruang

#### B. Operasional/Manajemen

1. Struktur organisasi dengan uraian tugas dan manual kerja secara tertulis bagi masing-masing jabatan yang tercantum dalam organisasi
2. Tenaga kerja, spesialisasi dan tingkat pendidikan karyawan disesuaikan dengan persyaratan peraturan penggolongan hotel

#### C. Pelayanan

1. Keramah-tamahan, sopan dan mengenakan pakaian seragam hotel
2. Pelayanan diberikan dengan mengacu pada kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan tamu
3. Untuk hotel bintang 4 dan 5, pelayanan dibuka selama 24 jam

Hotel dapat dikelompokkan ke dalam beberapa tipe/kategori. Pada tabel dapat dilihat berbagai tipe/kategori hotel tersebut.

Tabel 2.8. Tipe Hotel Berdasarkan Berbagai Klasifikasi

No.	Dasar klasifikasi	Penjelasan
1.	Berdasarkan Kelas	<input type="checkbox"/> Hotel Melati <input type="checkbox"/> Hotel bintang satu (*) <input type="checkbox"/> Hotel bintang dua (**) <input type="checkbox"/> Hotel bintang tiga (***) <input type="checkbox"/> Hotel bintang empat (****) <input type="checkbox"/> Hotel bintang lima (*****)
2.	Berdasarkan Plan	<input type="checkbox"/> Full American Plan <input type="checkbox"/> Modified American Plan <input type="checkbox"/> Continental Plan <input type="checkbox"/> European Plan
3.	Berdasarkan Ukuran	<input type="checkbox"/> Hotel Kecil / Small hotel <input type="checkbox"/> Hotel Sedang/ Medium hotel <input type="checkbox"/> Hotel Besar/ Large hotel
4.	Berdasarkan Lokasi	<input type="checkbox"/> City Hotel <input type="checkbox"/> Resort Hotel
5.	Berdasarkan Area	<input type="checkbox"/> Downtown Hotel <input type="checkbox"/> Suburb Hotel <input type="checkbox"/> Country Hotel <input type="checkbox"/> Airport Hotel <input type="checkbox"/> Motel <input type="checkbox"/> Inn
6.	Berdasarkan maksud kunjungan tamu	<input type="checkbox"/> Business Hotel <input type="checkbox"/> Tourism Hotel <input type="checkbox"/> Sport Hotel <input type="checkbox"/> Pilgrim hotel <input type="checkbox"/> Cure Hotel <input type="checkbox"/> Casino Hotel
7.	Lamanya tamu menginap	<input type="checkbox"/> Transit Hotel <input type="checkbox"/> Semi residential hotel <input type="checkbox"/> Residential hotel

8.	Kriteria Jenis Tamu	<input type="checkbox"/> Family Hotel
9.	Aspek bentuk bangunan	<input type="checkbox"/> Pondok Wisata <input type="checkbox"/> Cottage <input type="checkbox"/> Motel
10.	Wujud Fisik	<input type="checkbox"/> Produk Nyata ( Tangibel) <input type="checkbox"/> Produk Tidak nyata (Intangible)

Hotel Berdasarkan Kelas

Faktor tingkatan atau bintang

Tingkatan atau kelas hotel dibedakan atas tanda bintang (\*). Semakin banyak jumlah bintang, maka persyaratan fasilitas, dan pelayanan yang dituntut semakin banyak dan baik. Kriteria klasifikasi hotel berdasarkan bintang adalah sebagai berikut:

Tabel 2.9. Tabel Klasifikasi Hotel Berdasarkan bintang

Klasifikasi Bintang	Persyaratan
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jumlah kamar standar, minimum 15 kamar</li> <li>- Kamar mandi di dalam</li> <li>- Luas kamar standar, minimum 20 m<sup>2</sup></li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jumlah kamar standar, minimum 20 kamar</li> <li>- Kamar suite minimum 1 kamar</li> <li>- Kamar mandi di dalam</li> <li>- Luas kamar standar, minimum 22 m<sup>2</sup></li> <li>- Luas kamar suite, minimum 44 m<sup>2</sup></li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jumlah kamar standar, minimum 30 kamar</li> <li>- Kamar suite minimum 2 kamar</li> <li>- Kamar mandi di dalam</li> <li>- Luas kamar standar, minimum 24 m<sup>2</sup></li> <li>- Luas kamar suite, minimum 48 m<sup>2</sup></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jumlah kamar standar, minimum 50 kamar</li> <li>- Kamar suite minimum 3 kamar</li> <li>- Kamar mandi di dalam</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jumlah kamar standar, minimum 100 kamar</li> <li>- Kamar suite minimum 4 kamar</li> <li>- Kamar mandi di dalam</li> <li>- Luas kamar standar, minimum 26 m<sup>2</sup></li> <li>- Luas kamar suite, minimum 52 m<sup>2</sup></li> </ul>

#### 2.2.1.4. Tipe Kamar Hotel

Menurut Agus Sulastiyono (Agus Sulastiyono:2008:12) Penggolongan kamar hotel berdasarkan besar /kecil atau banyak/sedikitnya jumlah kamar hotel:

- (a) Hotel dengan jumlah 25 kamar atau kurang (hotel kecil)
- (b) Hotel yang memiliki lebih dari 25 dan kurang dari 100 kamar (hotel sedang)
- (c) Hotel dengan jumlah kamar lebih dari 100 dan kurang dari 300 kamar (hotel menengah)
- (d) Hotel yang memiliki lebih dari 300 kamar (hotel besar)

Menurut Agus Sulastiyono (Agus Sulastiyono:2008:25) Tipe-tipe kamar hotel pada dasarnya bisa dibedakan atas :

1. Single Room : Kamar untuk satu orang yang dilengkapi dengan satu buah tempat tidur berukuran single untuk satu orang
2. Twin Room : Kamar untuk dua orang yang dilengkapi dengan dua buah tempat tidur masing-masing berukuran single
3. Double Room : Kamar yang dilengkapi dengan satu buah tempat tidur berukuran double (untuk dua orang)
4. Double-double : Kamar untuk empat orang yang dilengkapi dengan dua kamar tamu dan dengan tempat tidur berukuran double (untuk dua orang)

Adapun fasilitas standar yang terdapat pada masing-masing jenis kamar tersebut adalah sebagai berikut:

- Kamar mandi private (bath room)
- Tempat tidur (jumlah dan ukuran sesuai jenis kamar)
- Lemari pakaian (cupboard)
- Telepon
- Radio dan Televisi
- Meja rias/tulis (dressing table)
- Rak untuk menyimpan koper (luggage rack)
- Asbak, korek api, handuk, alat tulis (stationaries)

Tipe kamar menurut Fasilitas adalah:

1. Standart Room : kamar yang terdapat di dalam sebuah hotel yang mana segala perlengkapan dan fasilitasnya sesuai dengan standar yang ditetapkan hotel.
2. Superior : kamar yang setingkat lebih baik dari standar room
3. Moderate : kamar yang setingkat lebih baik dari superior room
4. Suite Room : kamar dengan dua ruangan yang terpisah dalam satu kamar, yaitu ruang tamu dan ruang tidur.
5. Executive Suite Room : kamar eksklusif dengan ukuran ruang dan tempat tidur besar yang setingkat lebih baik dari suite room
6. Penhouse : kamar yang memiliki satu, dua atau tiga kamar yang terpisah satu dengan lainnya berbeda tingkat dihubungkan dengan tangga dengan luasan ruang yang besar

## 2.2.2. Tinjauan Hotel Bisnis

### 2.2.2.1. Pengertian Hotel Bisnis

Kata bisnis berasal dari bahasa Inggris business, dari kata dasar Busy yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual

barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba.

Beberapa pengertian bisnis menurut para ahli:

1. Brown dan Petrello (1976) :

“ Usiness is an institution which produces goods and services demanded by people” Artinya bisnis ialah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

2. Griffin dan Ebert (1996) : “ usiness is an organization that provides goods or services in order to earn profit ” Sejalan dengan definisi tersebut, bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk menghasilkan laba.

3. Hughes dan Kapoor : “ usiness is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy societies needs. The general term business refer to all such efforts within a society or within an industry” Maksudnya bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan ada dalam industri.

### 2.2.2. Karakteristik Hotel Bisnis

Hotel bisnis memiliki berbagai karakteristik, di antaranya:

1. Memiliki fasilitas yang mendukung kegiatan bisnis seperti ballroom dan banquet hall.
2. Berada di pusat kota dan berdekatan dengan pusat bisnis dan perbelanjaan.
3. Keberadaannya dapat menaikkan prestis dan citra kota.

Karakteristik hotel bisnis terdiri dari :

- a. Lokasi Lokasi dari pada hotel bisnis terletak di pusat-pusat kegiatan bisnis, seperti perkantoran, perdagangan dan perbelanjaan.
- b. Tamu Tamu yang datang pada hotel mayoritas adalah kalangan bisnis, pengusaha, karyawan dan profesional dengan kepentingan berbisnis,

berdagang, tugas dinas, komperensi, seminar, lokakarya, musyawarah, simposium, dan sebagainya. Biasanya bepergian seorang diri atau rombongan. Lama menginap singkat dan pada umumnya pada hari-hari kerja.

#### Karakteristik Tamu Hotel Bisnis

Usaha di bidang perhotelan mempunyai sasaran pelayanan jasa akomodasi bagi para pebisnis, yang terdiri dari:

1. Pedagang
2. Pengusaha
3. Peserta konvensi/ konferensi
4. Pejabat pemerintah, dll.

Karakteristik tamu hotel bisnis yaitu:

1. Bepergian seorang diri atau berkelompok
2. Menginap dalam jangka waktu relatif singkat
3. Ingin cepat menyelesaikan tugasnya, sehingga pertimbangan terhadap jarak pencapaian ke objek tujuan harus sedekat mungkin
4. Pertimbangan ekonomi dan fasilitas

Secara umum, kaum pebisnis mempunyai karakter yang sangat efisien. Kualitas interaksi bisnis merupakan perhatian utama. Mereka berusaha menjalin interaksi sesingkat mungkin dan mencapai relasi seerat mungkin. Interaksi bisnis dapat dilakukan di dalam dan luar hotel. Interaksi yang dilakukan di luar hotel menuntut tamu beraktivitas di luar dan memanfaatkan fasilitas hotel dalam waktu yang singkat, misalnya beristirahat. Interaksi yang dilakukan dalam lingkungan hotel menuntut disediakan ruang yang nyaman, mempunyai privatisasi tinggi dan dapat mendukung proses relasi bisnis yang diinginkan.

Kegiatan bisnis juga dapat dilakukan sambil makan, minum kopi, olahraga dan kegiatan santai lainnya. Untuk itu, hotel bisnis memerlukan fasilitas olahraga, bersantai, makan, minum, dan tentunya fasilitas standar ruang pertemuan juga diperlukan.

Fasilitas Fasilitas yang ada ditekankan pada fasilitas yang dapat menunjang kegiatan bisnis para tamu, seperti ruang pertemuan, fasilitas komputer PABX, Fax telepon dan sebagainya. Fasilitas pelayanan harus serba praktis, cepat dan ekonomis sesuai dengan karakteristik para tamu yang sangat memperhitungkan waktu dan uang.

Produk bisnis perhotelan mempunyai empat karakteristik khusus, yaitu: *produk nyata(tangible), tidak nyata (intangible), bersifat “perishable” dan “non perishable”*.

1. Produk yang bersifat nyata antara lain kamar, makanan, minuman, kolam renang dan sebagainya.
2. Produk yang bersifat tidak nyata, antara lain” keramah tamahan, kenyamanan, keindahan, keamanan dan sebagainya.
3. Produk bersifat perishable artinya bahwa produk tersebut hanya bisa dijual saat ini adalah produk tidak tahan lama yang dapat disimpan di gudang. Contohnya kamar hotel, bahan makanan segar yang tidak dapat disimpan seperti sayur-mayur.
4. Produk yang bersifat non perishable misalnya minuman keras, soft drink, perlengkapan tamu (guest supply and amenities).

Bisnis hotel mempunyai tujuan yaitu mendapatkan pendapatan seoptimal mungkin melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan tamu (guest need & wants). Kepuasan tamu menjadi sasaran pelayanan untuk membentuk citra hotel yang baik dan sekaligus menjamin keberadaan hotel dalam jangka panjang.

### 2.2.3. Gaya Modern

#### 2.2.3.1. Pengertian Gaya *Modern*

Kata modern berasal dari kata latin „*Modo*” yang berarti barusan. Sejarah penggunaan kata modern dapat ditarik dalam sejarah sejak tahun 1127, seorang kepala biarawan, Suggester, merekonstruksi *Bassilica St. Denis di Paris*. Hasil

rekonstruksinya adalah sesuatu yang baru. Suggest akhirnya memberikan istilah gaya itu dengan “*Opus Modernum*” yang berarti sebuah karya yang baru. (Sumber : Aditya Arief, Tinjauan Desain:1999 hal 49). Kata modern dalam kamus Besar Bahasa Indonesia berarti sikap dan cara berfikir serta cara bertindak sesuai dengan tuntutan jaman. Modernisme dalam kamus Besar Bahasa Indonesia berarti gerakan yang bertujuan menafsirkan kembali doktrin tradisional. Menyesuaikan dengan aliran-aliran modern dalam filsafat, sejarah, dan ilmu pengetahuan. (Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1989:589)

### 2.2.3.2. Sejarah Perkembangan Gaya *Modern*

Gerakan *Modern* pada awalnya muncul di Inggris pada abad ke-18. Ketika ditemukannya mesin uap oleh *James Watt*. Sejak penemuan tersebut terjadi perubahan atau pergantian dari tenaga manusia menjadi tenaga mesin, penggantian tenaga makhluk hidup dengan benda mati sampai dengan tercetusnya Revolusi Industri. Tapi ada juga kelompok yang tidak menyukai dampak dari Revolusi Industri tersebut, beberapa diantaranya adalah gerakan *Art and Craft Movement* dan *Art Nouveau* yang inti dari gerakan mereka adalah berusaha menghidupkan kembali keterampilan tangan manusia dalam seni dan kriya.

Pada awal masa seni rupa *Modern*, muncul beberapa aliran, diantaranya adalah *Kubisme* (1882-1963), *Ekspressionisme* (1900-1906), *Futurisme* (1909), *Konstruktivisme* (1914-1920), *Surrealisme* (1924), *Dadaisme* (1916-1922), dan *De Stijl* (1917-1931).

Kata *Modern* pertama kali diperkenalkan pada masa Revolusi Industri di Eropa, terutama di Jerman. Pandangan ini karena pemberontakan terhadap unsur klasik & eklektik pada abad 19. Ditandai dengan gerakan *Bauhaus* di *Stuttgart* yang memelopori kepercayaan terhadap penggunaan fungsi & material secara tepat & efisien. Sejak saat itu pandangan modern bukan hanya sekedar gaya, melainkan bagian dari gaya hidup.

Perkembangan gaya modern di Indonesia dimulai semenjak tahun 1960. Masa orde baru, bisa dikatakan adalah saat berkembangnya modernisasi Indonesia di segala bidang, termasuk bidang arsitektur. Modernisme di Indonesia ditandai dengan mulai dibangunnya berbagai gedung-gedung tinggi, sarana transportasi, dan pusat perbelanjaan. Contoh bangunan *modern* yang masih ada hingga sekarang antara lain : wisma nusantara, Ratu plaza, Gedung bumiputera di jalan Sudirman dan lainnya. Ciri-ciri yang dapat diidentifikasi antara lain dari penggunaan bidang kaca yang lebar, bentuk geometris pada fasad bangunan, *eksposed* struktur, penampilan natural bahan bangunan. (Sumber: Adityawan Arief, Tinjauan Desain, 1999 dan Sumalyo Yulianto, Arsitektur Modern akhir abad XIX dan abad XX,1997).

#### A. Periode I (1917-1929)

Pada periode ini, munculnya gerakan modern dipicu oleh perang dunia pertama (1917-selesai). Terjadi pandangan radikal yang mulai meluas di seluruh Eropa, salah satunya adalah pandangan mengenai konsepsi ruang. Penganut awal mula gerakan ini adalah kelompok *De Stijl* dari Belanda, kelompok *November Gruppe*, dan lain-lain. Pada periode satu ini terbentuk dan berdiri *CIAM (Congres Internationaux d'Architecture Moderne)* tahun 1928, hasil kongres ini, bahwa arsitektur modern adalah pernyataan jiwa dari suatu masa, dapat menyesuaikan diri dengan perubahan sosial ekonomi yang ditimbulkan zaman mesin pada waktu itu, yaitu dengan mencari keharmonisan dari elemen-elemen *Modern* serta mengembalikan arsitektur pada bidang sebenarnya. Tokoh-tokoh yang menonjol pada periode I, yaitu :

##### a) *Frank Lloyd Wright* (Amerika Serikat)

Menurut Frank Lloyd Wright setiap permasalahan arsitektur pemecahannya selalu berhubungan dengan alam atau lingkungan, iklim, topografi, dan bahan bangunan. Gaya arsitektur Wright disebut *organic*; estetika dan konstruksi sama pentingnya, lahir dan tumbuh dari situasi secara alami.

##### b) *Walter Gropius* (Jerman dan Amerika Serikat)

Falsafah tentang arsitektur adalah keahlian (kepandaian dan seni) yang

dipadu dengan kemajuan teknik (bahan dan stuktur).

c) *Ludwig Mies van der Rohe* (Jerman dan Amerika Serikat) Interior modern harus :

- Teratur (bentuk segi empat atau balok) dan simetris
- Fungsional
- Harmonis dgn *eksterior* (melalui dinding kaca), hingga mendramatisir interior yang rasional dengan eksterior yang organik
- Netral penggunaannya
- Eksterior tidak mencerminkan fungsi
- Rangka bangunan kaku dengan dinding pengisi dibuat indah
- Bahan-bahan buatan pabrik
- Mencerminkan keindahan mesin , memperhatikan detail.

d) *Le Corbusier* (Perancis)

Falsafah tentang arsitektur adalah menciptakan perasaan aman, keramahtamahan, kebahagiaan, serta kesatuan yang harmonis dari bentuk-bentuk yang ada di bumi dan hubungannya dengan skala manusia.

## B. Periode II (1930-1939)

Pada periode ini, bangunan secara keseluruhan dapat dikatakan memiliki karakter gaya Internasional, hanya masing-masing daerah mempunyai tipe tersendiri yang dititik beratkan dengan penggunaan bahan-bahan setempat, tanpa menyembunyikan kekurangannya. Hasil karya arsitektur periode II pada dasarnya merupakan perpaduan keahlian, perkembangan teknologi dan industri serta seni dengan paham kedaerahan. Tokoh yang menonjol pada periode II ini seperti *Alvar Aalto* (Finlandia) dia merupakan seorang arsitek yang sangat memperhatikan keadaan lingkungan dan menghargai tradisi. Tokoh kedua adalah *Arne Jacobsen* (Denmark) ciri khasnya adalah bentuk-bentuk tradisional yang digabung menjadi bentuk modern. Ketiga adalah *Oscar Niemeyer* ciri khasnya menggunakan banyak detail arsitektur asli Brazilia, memperhatikan keadaan alam dan lingkungan.

### C. Periode III (1949-1958)

Pada periode ini telah terjadi perang dunia kedua (1941-1945) yang telah banyak menimbulkan kerusakan. Prinsip perencanaan didasarkan pada kebutuhan, fungsi yang dipadu dengan hasil penemuan teknik serta keindahan mesin; menginginkan kesatuan antara manusia dengan lingkungan. Pada masa ini timbul aliran *Ekletisisme*. Khas pada bangunan periode ini adalah bangunan berlantai banyak (*Vertikalisme*) dengan bentangan-bentang lebar, dan banyak menggunakan kaca pada eksteriornya, didorong juga oleh perkembangan teknologi waktu itu. Selain itu perancangan arsitektur landscape mulai dikembangkan. Pada periode ini penggunaan bahan, fungsi, sistem pencahayaan, bentuk massa serta *landscape* dipengaruhi oleh keadaan iklim, topografi dan sifat kenasionalan. Dalam periode ini pula, timbul dua aliran yaitu *Brutalisme* dan *Formalisme*.

Ciri khas pada bangunan masa ini:

- a) Penggunaan bidang-bidang kaca yang lebar
- b) Penggunaan dinding penyekat yang diproduksi secara industri
- c) Permukaan bangunan mulai agak kasar, menjurus kearah *Brutalisme*
- d) Sistem lantai yang menggunakan sistem *cantilever* dengan tujuan ruang menjadi lebih luas (Sumber: Persepsi bentuk dan konsep Arsitektur, Eppi P, dkk, Fakultas Teknik Universitas Indonesia, 1982).

#### 2.2.3.3. Ciri-ciri Gaya Desain *Modern*

- Formalisme*, menampilkan bentuk sesederhana mungkin, kejujuran bahan, warna formal, berorientasi pada bisnis.
- Pragmatisme*, menampilkan kepraktisan dalam konstruksi, bahan, warna, & fungsi.
- Fungsionalisme*, menampilkan bentuk harus mempunyai fungsi (*form follow function*).
- Universalisme*, menampilkan suatu ukuran kebenaran & keindahan

ukuran-ukuran yg ada di masyarakat *modern* barat (*International Style*).

- Form Follow Function*, setiap bentuk harus ada fungsinya (fungsional & rasional).
- Simplicity*.
- Less is more*.
- Membuang ornament
- Membuang gaya dan teknik tradisional.
- Penekanan pada konsep keseragaman (*uniformity*)

#### Pengaplikasian Warna Pada Desain *Modern*

Warna-warna yang digunakan pada desain modern bukan warna-warna yang berani seperti pada Gaya *Postmodern* seperti warna Biru kuat, *Orange*, Merah dan Kuning. Warna yang ditampilkan dalam desain modern merupakan warna-warna bahan aslinya yang ditampilkan, tanpa perlu ditutup-tutupi sehingga terlihat natural.

Bahkan desain modern cenderung tidak mempunyai warna, warna yang ada seperti hitam, putih dan abu-abu. Semua ini akibat ajaran dari sekolah *Bauhaus* sebagai pelopor gerakan *modern* yang membiarkan desain *modern* tampil natural (apa adanya). Dengan ciri-ciri kaca yang dominant dan berbentuk kotak.

Ciri-ciri utamanya adalah :

- Menyatu dengan alam
- Lebih terang, lebih luas & terbuka.
- Sumber Cahaya tersembunyi
- Furniture yang minim & bentuk furniture yang skulptural.
- Komponen interior lebih sederhana

#### 2.2.4. Gaya Chinoiseri

##### 2.2.4.1. Pengertian Gaya Chinoiseri

Menurut buku *Chinese Whispers : Chinoiserie in Britain, 1650-1930*, hinoiserie merupakan sebuah kata dari Prancis yang berarti “dalam cita rasa

chinese” chinoiserie engga bar an sebuah gaya desain Eropa berornamen dekoratif Cina yang sangat populer di abad XVII dan XVIII, namun masih tampak indah pada hari ini. Apa yang tidak disadari oleh kebanyakan orang adalah gaya desain Chinoiserie bukanlah suatu gaya yang murni datang 100% dari Cina. Dalam sejarahnya, ketika penyebaran perdagangan di seluruh dunia dan perekonomian bangsa Eropa matang, gaya desain China populer di kalangan bangsa Eropa. Sehingga untuk memenuhi permintaan gaya desain oriental di Eropa, pengrajin Eropa menciptakan gaya desain mereka sendiri dengan berfantasi mendeskripsikan nuansa China. Dan hasilnya, Eropa menciptakan gaya desain oriental mereka sendiri yang jelas terpengaruh oleh budaya China. Chinoiserie dalam lingkup yang lebih luas mengacu pada pencampuran elemen gaya Barat dan gaya Timur.

Chinoiserie (diucapkan, Perancis untuk "Cina-esque") adalah tema yang berulang dalam gaya artistik Eropa sejak abad ketujuh belas, yang mencerminkan pengaruh artistik Cina. Hal ini ditandai dengan penggunaan citra fantastis dari China imajiner , oleh asimetri dalam format dan skala kontras, dan dengan upaya untuk meniru porselen Cina dan penggunaan bahan lacquerlike dan dekorasi.

Chinoiserie dalam lingkup yang lebih luas mengacu pada campuran elemen gaya Barat untuk kedua dekorasi dan bentuk Timur & Barat. Gaya diadakan mendukung khususnya selama periode Rococo dan istana Louis XV, dengan fantastis, hiasan dan citra ideal umumnya.

#### 2.2.4.2. Sejarah perkembangan Gaya Chinoiseri

Chinoiserie memasuki perbendaharaan Eropa pada pertengahan akhir abad ke-17, karya Athanasius Kircher mempengaruhi studi orientalisme. Popularitas chinoiserie memuncak sekitar pertengahan abad ke-18, ketika itu mudah berasimilasi oleh karya-karya François Boucher.

Chinoiserie sering dinyatakan dalam seni dekoratif dari Eropa, dan ekspresi dalam arsitektur. Sebaliknya, transformasi model Cina dilakukan pada abad ke-18 (kedelapan belas), pada gaya dataran Awal furniture Georgia bahasa Inggris, terkenal di leg cabriole, atau pada "naturalistik" gaya bahasa Inggris.

Chinoiserie telah kembali lagi sejak akhir abad ke-20. Interpretasi modern dari chinoiserie menggabungkan elemen desain modern dan teknik. Chinoiserie dapat dilihat seperti dalam pengaruh di banyak peralatan rumah tangga di seluruh Eropa dan Amerika Utara.

#### Porselen Cina

Sebuah botol porselen Medici diadakan di Museum Louvre, Paris. The Casino dari San Marco porselen pabrik adalah salah satu upaya yang berhasil tertua meniru porselen Cina dalam sejarah Eropa.

Dari Renaissance abad ke-18 desainer Barat berusaha untuk meniru kecanggihan teknis keramik Cina. Salah satu upaya yang sukses awal, misalnya, adalah porselen Medici diproduksi di Florence selama akhir abad ke-16, sebagai Casino San Marco tetap terbuka 1575-1587. Meskipun tidak pernah menjadi komersial, yang besar berikutnya mencoba untuk meniru porselen Cina adalah pabrik lunak-paste di Rouen pada tahun 1673, dengan Edme Poterat, luas terkenal sebagai pencipta Perancis lembut tembikar tradisi, membuka pabrik sendiri pada tahun 1647. Upaya akhirnya dibuat untuk meniru keras benda, yang diadakan menjunjung tinggi. Dengan demikian, imitasi langsung desain Cina di fayans dimulai pada akhir abad ke-17, dibawa ke dalam produksi porselen Eropa, yang paling alami dalam barang-barang teh, dan memuncak pada gelombang chinoiserie ( 1740-1770).

Petunjuk awal chinoiserie muncul pada awal abad ke-17, dalam seni dari bangsa-bangsa dengan aktif perusahaan East India, Belanda dan Inggris, maka dengan pertengahan abad ke-17, di Portugal juga. Tembikar Tin-kaca (lihat Delftware) dibuat di Delft dan kota-kota Belanda lainnya mengadopsi asli biru-putih Ming hiasan dari awal abad ke-17. Setelah buku oleh Johan Nieuhof diterbitkan 150

gambar mendorong chinoiserie, dan menjadi sangat populer di abad ke-18. Barang keramik awal di Meissen dan pusat-pusat lain dari porselen benar alami ditiru bentuk Cina untuk piring, vas dan barang teh.

#### Dekorasi Interior

Berbagai raja Eropa, seperti Louis XV dari Perancis, memberikan bantuan khusus untuk chinoiserie, karena dicampur dengan baik dengan gaya usang.

Seluruh kamar, seperti di Château de Chantilly, dicat dengan komposisi chinoiserie, dan artis seperti Antoine Watteau dan lain-lain membawa keahlian ahli untuk gaya. paviliun Kesenangan di "rasa Cina" muncul di parterres formal akhir Baroque dan Rococo Jerman dan istana Rusia, dan panel ubin di Aranjuez dekat Madrid. Desa Cina dibangun di Drottningholm, Swedia dan Tsarskoe Selo, Rusia. Thomas Chippendale itu teh mahoni meja dan lemari cina, terutama, yang dihiasi dengan ukiran kaca dan pagar, ca 1753-1770, namun penghormatan sadar untuk perabotan awal Qing ulama 'juga naturalisasi, seperti tang berevolusi menjadi meja samping pertengahan Georgia dan kuadrat slat-back kursi cocok pria Inggris serta sarjana Cina. Tidak setiap adaptasi prinsip-prinsip desain Cina jatuh dalam arus utama chinoiserie. Media Chinoiserie termasuk "japanned" imitasi ware lacquer dan timah dicat (Tole) ware yang ditiru japanning, awal dicat wallpaper dalam lembaran, setelah ukiran oleh Jean-Baptiste Pillement, dan patung-patung keramik dan ornamen meja.

#### Arsitektur dan kebun

Pagoda kecil muncul di chimneypieces dan yang berukuran penuh di kebun. Kew memiliki pagoda taman yang megah yang dirancang oleh Sir William Chambers, replika yang dibangun di Munich Englischer Garten. Meskipun munculnya pendekatan yang lebih serius di Neoclassicism dari 1770-an dan seterusnya cenderung untuk menggantikan Oriental desain terinspirasi, pada puncak Regency "Grecian" perabot, Pangeran Bupati turun dengan kasus Brighton Pavilion, dan Chamberlain Worcester china pabrik ditiru mencolok "Imari" barang. Sementara gaya klasik memerintah di kamar parade, rumah kelas atas, dari Badminton House (di mana "Bedroom Cina" dilengkapi oleh William dan John Linnell, ca 1754) dan

Nostell Priory ke Casa Loma di

Toronto, kadang-kadang memiliki ruang tamu seluruh didekorasi gaya chinoiserie, lengkap dengan bergaya Cina tidur, phoenix bertema wallpaper, dan Cina. Kemudian exoticisms menambahkan tema Turki imajiner, di mana "diwan" menjadi sofa.

#### 2.2.4.3. Ciri Gaya Chinoiseri

Gaya Chinoiserie lazim ditemukan dalam rupa gambar, dekorasi ruang, dan dalam bentuk dua dimensi lainnya. Adanya penggunaan gradasi pada latar belakang warna dan berbagai mural-mural hasil lukisan-lukisan tangan. Penggunaan warna Chinoiserie seringkali diaplikasikan dengan warna-warna cerah. Namun menurut Noel Faden Briceno (*The Chinoiserie Revival in Early Twentieth-century American Interiors*, 2008:36) dalam beberapa wallpaper Chinoiserie masih menggunakan warna-warna cerah yang lembut sebagai penentu nuansa umum gaya desain Chinoiserie.

Pengaplikasian gaya Chinoiserie nampak pada mural-mural yang dilukis dengan baik, didominasi dengan bentuk-bentuk seperti :

1. pohon,
2. floral,
3. pemandangan,
4. burung,
5. bangunan-bangunan pagoda,
6. naga,
7. pattern-pattern organis dan geometrik yang disusun sedemikian rupa.

Chinoiserie bentuk kekaguman pada budaya Timur. Kaya akan perabotan:

- a. berlapis pernis,
- b. bambu,
- c. porcelain oriental.

Warna-warna cemerlang seperti:

1. Biru Merak

2. Hijau Giok
3. Kuning Istana/emas
4. Merah

## 2.2.7. Aspek Ruang

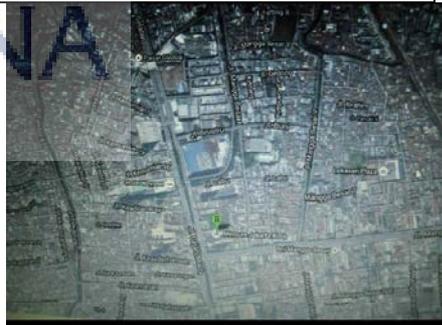
### 2.2.7.1. Sirkulasi

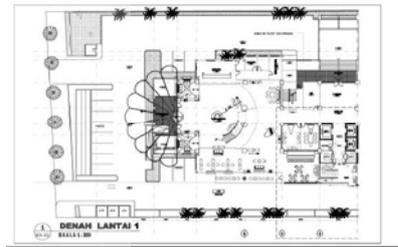
Manusia melakukan pergerakan dalam aktifitasnya. Pergerakan ini melalui suatu ruang yang akhirnya tercipta menjadi sebuah ruang sirkulasi. Komponen-komponen sistem sirkulasi dapat menjadi unsur positif yang mempengaruhi persepsi tentang bentuk dan ruang bangunan. (DK. Ching, 2000)

Komponen atau unsur sirkulasi diantaranya adalah :

1. pencapaian
2. pintu masuk
3. konfigurasi jalur
4. bentuk ruang sirkulasi.

Tabel II.10. Pola Sirkulasi

No	Pola	Analisis	Contoh Penerapan
1.	Langsung	Mengarah langsung ke tempat masuk, melalui sebuah jalan lurus yang segaris dengan alur sumbu bangunan. Pola pencapaian ini dianggap sangat memudahkan bagi para pengguna bangunan untuk menemukan main entrance bangunan.	 <p>Penerapan pola pencapaian langsung pada Hotel Mercure.</p>
Pintu Masuk			

No	Jenis Main Gate	Analisis	Contoh Penerapan
1.	Menjorok keluar	Pintu masuk yang menjorok keluar membentuk sebuah ruang transisi, menunjukkan fungsinya sebagai pendekatan dan memberikan perlindungan di atasnya. Main gate tipe ini lebih mudah terlihat oleh pengguna bangunan	
<b>Konfigurasi Jalur</b>			
No	Pola	Analisis	Contoh Penerapan
1.	Linear	Konfigurasi jalur yang menghubungkan ruang atau bangunan terorganisir sehingga membentuk suatu garis lurus. Konfigurasi jalan dapat berbentuk lengkung atau berbelok arah, memotong jalan lain, bercabang-cabang, atau membentuk putaran	 <p>Contoh penerapan konfigurasi jalur linear tampak pada Hotel Mercure, Pemilihan pola konfigurasi ini dianggap paling efisien dan memudahkan pengguna melalui alur sirkulasi ini.</p>
<b>Bentuk Ruang Sirkulasi</b>			
No	Pola	Analisis	Contoh Penerapan

1.	Terbuka pada salah satu sisinya	Ruang sirkulasi ini seringkali membentuk balkon atau galeri yang memberikan kontinuitas visual dan kontinuitas ruang dengan ruang yang dihubungkannya	 <p data-bbox="1066 591 1465 689">Contoh penerapan ruang sirkulasi yang terbuka pada salah satu sisinya di Hotel Mercure</p>
----	---------------------------------	---	---

#### II.2.7.2. Tata Cahaya

Konsep pencahayaan merupakan suatu kondisi/ cara pencahayaan yang mampu memberikan kenyamanan visual sesuai standar maupun penilaian setiap pelaku/ pengguna bangunan, dimana konsep pencahayaan tersebut dapat dicapai dengan memperhatikan beberapa faktor berikut.

##### *Sumber cahaya*

Sumber cahaya ada 2 (dua) jenis (Akmal, 2011:12-13), antara lain:

1. Pencahayaan alami (sinar matahari)
2. Pencahayaan buatan (lampu)

Pencahayaan buatan menjadi sumber cahaya ruangan pada malam hari sekaligus menciptakan suasana dan atmosfer tertentu, serta menonjolkan detail dan ornament ruang. Pencahayaan buatan dibagi menjadi beberapa tipe, yaitu:

- a. *General lighting* (pencahayaan umum/ keseluruhan)
- b. *Accent lighting* (pencahayaan khusus/ detail)
- c. *Task lighting* (pencahayaan aktivitas kerja)
- d. *Decorative lighting* (pencahayaan dekoratif)

##### *Jenis pencahayaan alami (daylighting)*

Pencahayaan alami tidak langsung (*daylighting*) secara difus ada 3 (tiga) jenis (Susanta & Aditama, 2007), antara lain:

1. Dipantulkan pada bidang datar
2. Disaring sebelum masuk ruanga
3. Dipantulkan pada bidang kasar

#### *Strategi pencahayaan alami (daylighting)*

Strategi pencahayaan alami ada 6 (enam) (Lechner, 2007:423-426), antara lain:

1. Orientasi (Selatan dan Utara sangat baik, Barat dan Timur silau/terbayang)
2. Pencahayaan atap (jendela *clerestory*, *monitor*, *sawtooth*, *skylight*, gigi gergaji)
3. Bentuk (kombinasi bukaan horizontal – vertikal, akses cahaya alami pada lantai)
4. Perencanaan ruang (ruang terbuka membawa cahaya dalam interior dengan tirai/kerai penutup kaca sebagai tanda privasi visual)
5. Warna (fasade berwarna ringan mampu meningkatkan pencahayaan alami di lantai bawah. Interior berwarna terang mampu memantulkan cahaya dan menyebarkannya guna mengurangi bayangan gelap, silau, dan terang berlebihan)
6. Pemisahan bukaan untuk pemandangan dan pencahayaan alami (jendela tinggi/*skylight* untuk pencahayaan alami dan jendela rendah untuk pemandangan)

#### *Jarak antar massa bangunan*

Jarak bangunan ditentukan oleh 4 (empat) faktor (Eddy, 2004), antara lain:

1. Penyinaran matahari (jarak massa mempengaruhi pembayangan, pemantulan, dan radiasi cahaya)
2. Bunyi (jarak massa berjauhan mampu mengurangi intensitas kebisingan)
3. Peraturan (jarak massa ditentukan oleh KDB, KLB, dan TLB daerah setempat)
4. Visual (jarak massa mampu memberi kesan *view* yang luas)

#### *Jenis bukaan bangunan*

Jenis bukaan bangunan ada 2 (dua) jenis (Susanta & Aditama, 2007), antara lain:

1. Bukaian atas/ *toplighting* (jendela atap)

Bukaian samping/ *sidelighting* (jendela biasa, mati, boven, jalusi, nako, roster)

#### *Strategi sun shading pada bangunan*

Ada 3 (tiga) dasar strategi dalam perletakan *sun shading* pada fasade bangunan, yaitu *vertical shading device* (tritisan vertikal), *horizontal shading device* (tritisan horisontal), dan *eggcrate shading type device* (tritisan kombinasi) (Watson, 1993).

#### II.2.7.3. Tata Udara

Sistem tata udara pada bangunan bertugas mengolah udara dan menghasilkan kualitas udara yang baik (nyaman dan sehat) bagi penghuninya. Keberadaan sistem tata udara sangat menunjang aktifitas dan produktifitas manusia. Beberapa jenis sistem tata udara juga dapat digunakan untuk berbagai keperluan khusus, dengan kondisi perancangan tertentu, selain untuk tempat hunian manusia. Untuk mencapai tujuan diatas perlu diketahui beban pendinginan dan karakteristik ruangan serta sistem tata udara yang diperlukan.

#### II.2.7.4. Tata Suara

##### Akustik

Dalam bukunya yang berjudul desain interior, Pamudji Suptandar mengemukakan bahwa desain yang optimal bagi sound system yang baik adalah mencapai kesan kesatuan ( unity gain ).

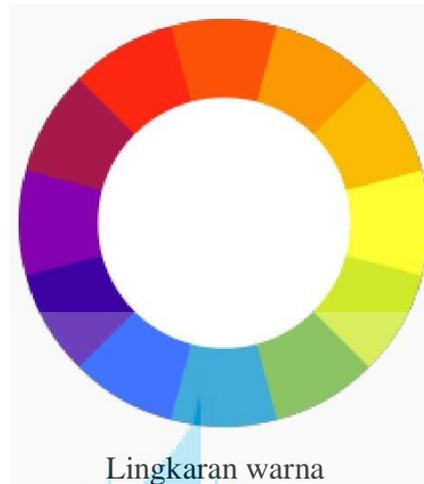
Tujuan dari akustik yaitu:

- a. Mengatur sistem tata suara agar bunyi yang dikehendaki terdengar jelas tanpa gangguan.
- b. Mengurangi dan meniadakan bunyi yang sifatnya mengganggu.

Menjaga kontinuitas intensitas bunyi dan perambatan dalam ruang khusus yang menghendaki sistem akustik yang spesifik.

## II.2.8. Teori Warna

Gambar II.15. Teori Warna



**Teori Brewster** adalah teori yang menyederhanakan warna yang ada di alam menjadi 4 kelompok warna. Keempat kelompok warna tersebut, yaitu: warna primer, sekunder, tersier, dan warna netral. Teori ini pertama kali dikemukakan pada tahun 1831.

Kelompok warna ini sering disusun dalam lingkaran warna brewster. Lingkaran warna brewster mampu menjelaskan teori kontras warna (komplementer), split komplementer, triad, dan tetrad.

### Pembagian Warna

#### Warna primer

Merupakan warna dasar yang tidak merupakan campuran dari warna-warna lain. Warna yang termasuk dalam golongan warna primer adalah merah, biru, dan kuning.

#### Warna sekunder

Merupakan hasil pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1. Misalnya warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning, dan ungu adalah campuran merah dan biru.

### Warna tersier

Merupakan campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Misalnya warna jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna kuning dan jingga. Warna coklat merupakan campuran dari ketiga warna merah, kuning dan biru.

### Warna netral

Warna netral merupakan hasil campuran ketiga warna dasar dalam proporsi 1:1:1. Warna ini sering muncul sebagai penyeimbang warna-warna kontras di alam. Biasanya hasil campuran yang tepat akan menuju hitam.

### Warna panas dan dingin

Lingkaran warna primer hingga tersier bisa dikelompokkan menjadi dua kelompok besar, yaitu kelompok warna panas dan warna dingin. Warna panas dimulai dari kuning kehijauan hingga merah. Sementara warna dingin dimulai dari ungu kemerahan hingga hijau.

Warna panas akan menghasilkan sensasi panas dan dekat. Sementara warna dingin sebaliknya. Suatu karya seni disebut memiliki komposisi warna harmonis jika warna-warna yang terdapat di dalamnya menghasilkan efek hangat-sedang.

### Hubungan antar warna

#### Kontras komplementer

Adalah dua warna yang saling berseberangan (memiliki sudut  $180^\circ$ ) di lingkaran warna. Dua warna dengan posisi kontras komplementer menghasilkan hubungan kontras paling kuat. Misalnya jingga dengan biru.

#### Kontras split komplemen

Adalah dua warna yang saling agak berseberangan (memiliki sudut mendekati  $180^\circ$ ). Misalnya Jingga memiliki hubungan split komplemen dengan hijau kebiruan.

#### Kontras triad komplementer

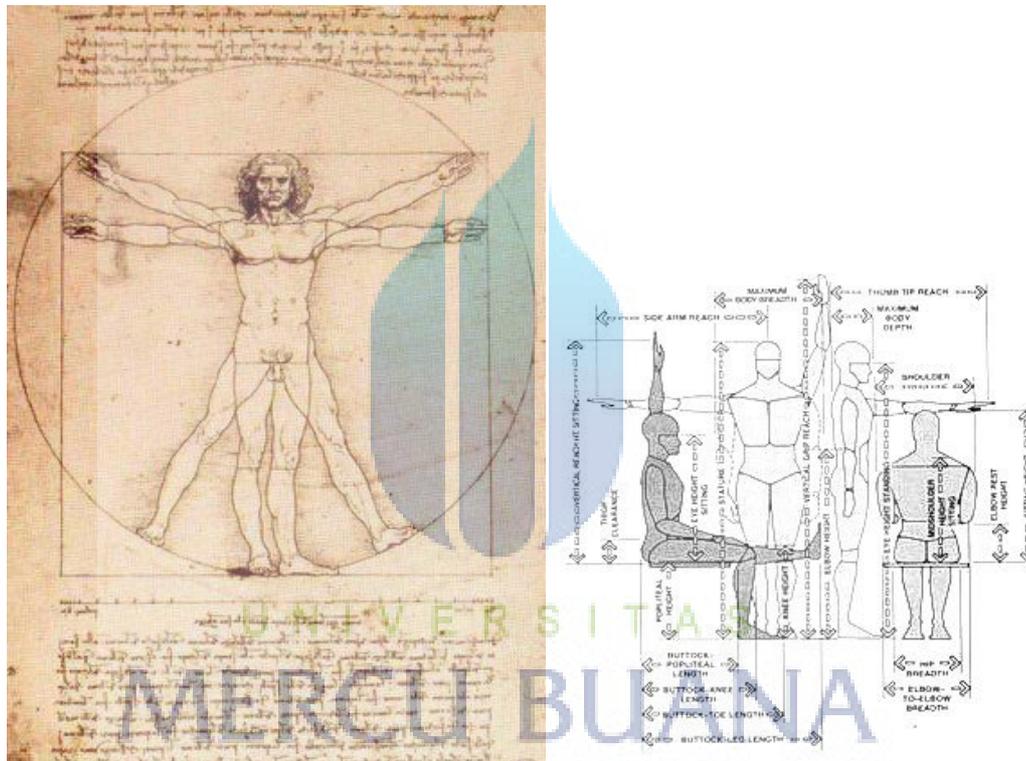
Adalah tiga warna di lingkaran warna yang membentuk segitiga sama kaki dengan sudut  $60^\circ$ .

Kontras tetrad komplementer

Disebut juga dengan double komplementer. Adalah empat warna yang membentuk bangun segi empat (dengan sudut 90°).

## II.2.9. Ergonomi dan Antropometri

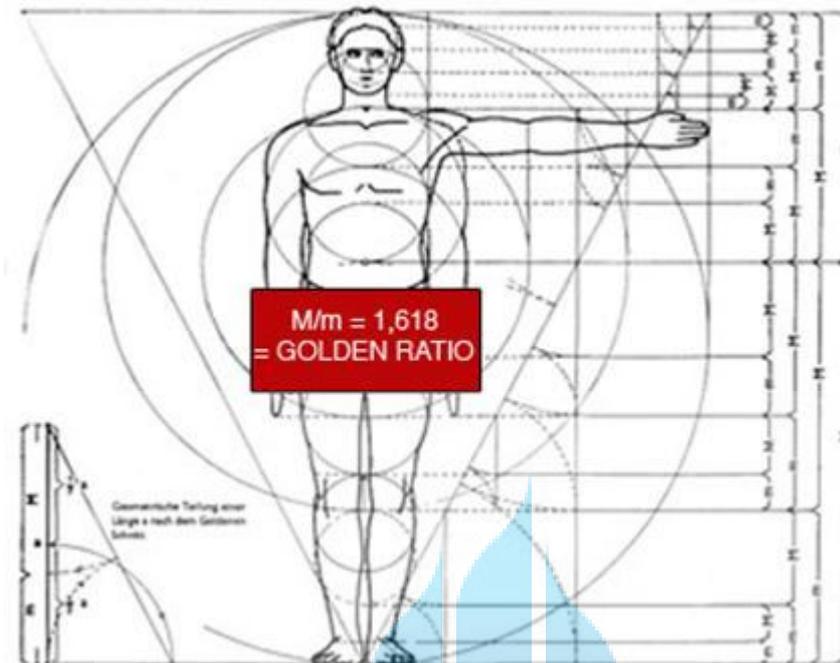
Gambar II.16. Ergonomi



Definisi ergonomi

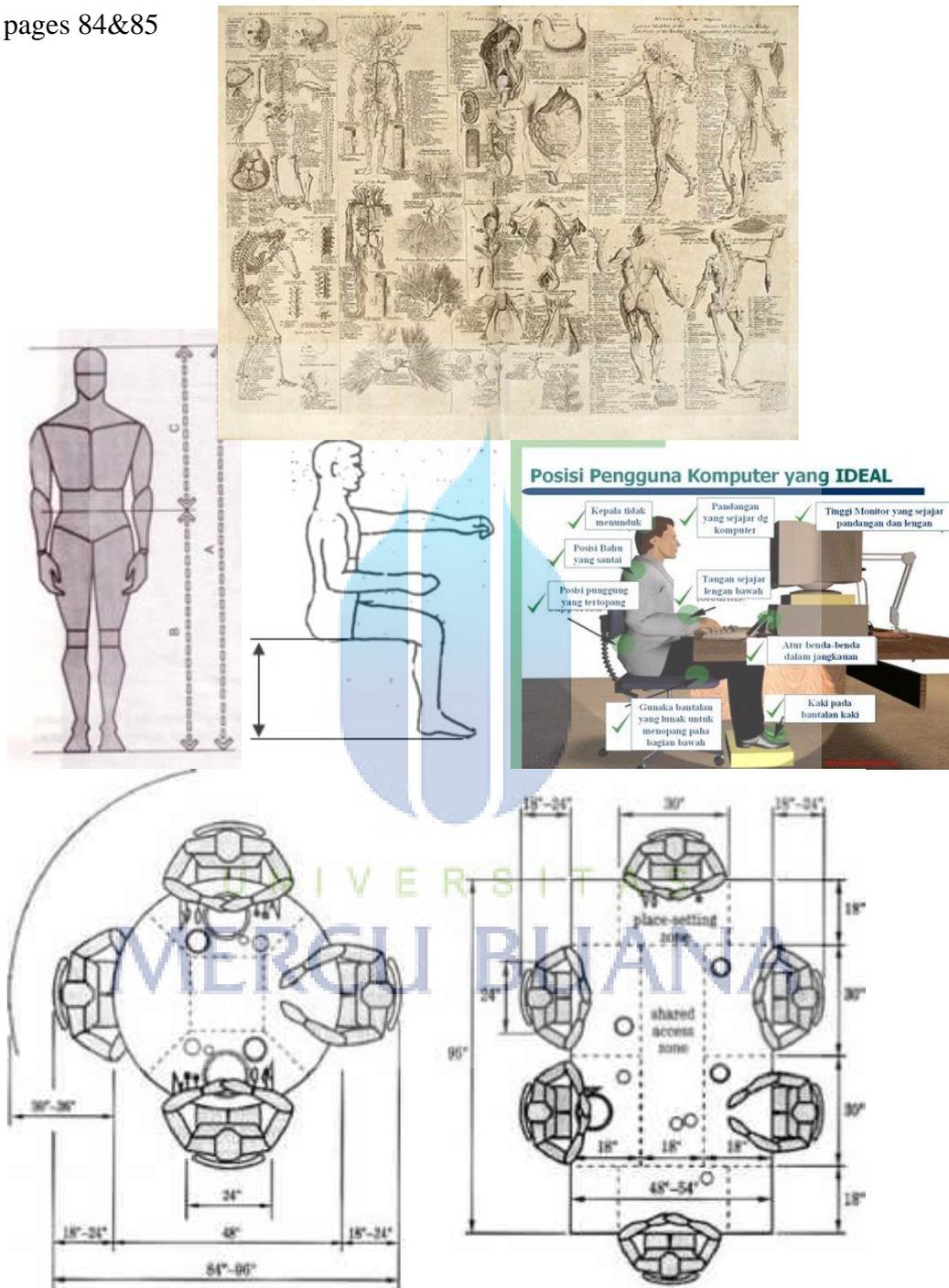
Ergonomi berasal dari kata Yunani *ergon* (kerja) dan *nomos* (aturan), secara keseluruhan ergonomi berarti aturan yang berkaitan dengan kerja.

Gambar II.17. Golden Ratio



Ergonomi adalah ilmu yang mengkaji interface antara manusia dengan komponen sistem dengan segala keterbatasan dan kemampuan manusia yang menekankan hubungan optimal antara dengan lingkungan kerja sehingga tercipta sebuah sistem kerja yang baik dalam meningkatkan performansi, keamanan dan kepuasan pengguna. Dalam pendekatan ergonomi untuk mampu meningkatkan kualitas hidup manusia dalam suatu sistem aktivitas, faktor manusia di dalam seluruh sistem aktivitas tersebut dari hulu sampai hilir harus diberdayakan, sehingga mampu memberikan kinerja yang maksimal dan optimal. Ergonomi terbagi dua sudut pandang, yaitu ergonomi mikro dan ergonomic makro. Ergonomi Mikro adalah Ergonomi yang mengkaji interaksi antara manusia-mesin, interaksi antara manusia-lingkungan kerja, interaksi antara manusia software, interaksi antara manusia-karyawan. Sedangkan ergonomi makro mengkaji interaksi antara manusia-organisasi yang melibatkan analisis sistem kerja dalam semua level organisasi.

Gambar II.18. Berkas : Anatomical chart, cyclopedia, 1728, volume 1, between pages 84&85

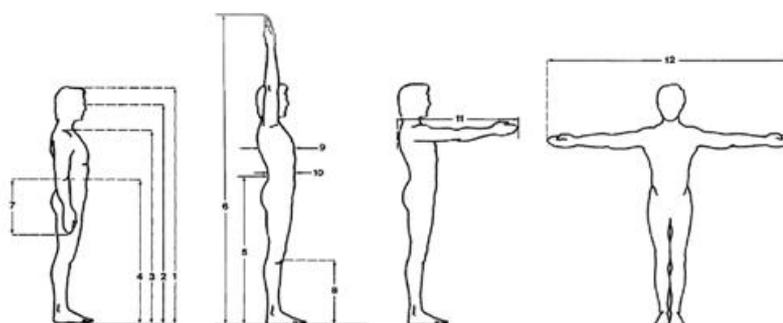


## Antropometri

Antropometri adalah suatu kumpulan data numeric yang berhubungan dengan tubuh manusia, yaitu ukuran, bentuk dan kekuatan penerapan data ini adalah untuk penanganan masalah desain peralatan maupun ruang kerja. Hal-hal yang berkaitan dengan dimensi manusia meliputi keadaan, frekwensi dan kesulitan sikap badan, syarat-syarat untuk memudahkan bergerak.

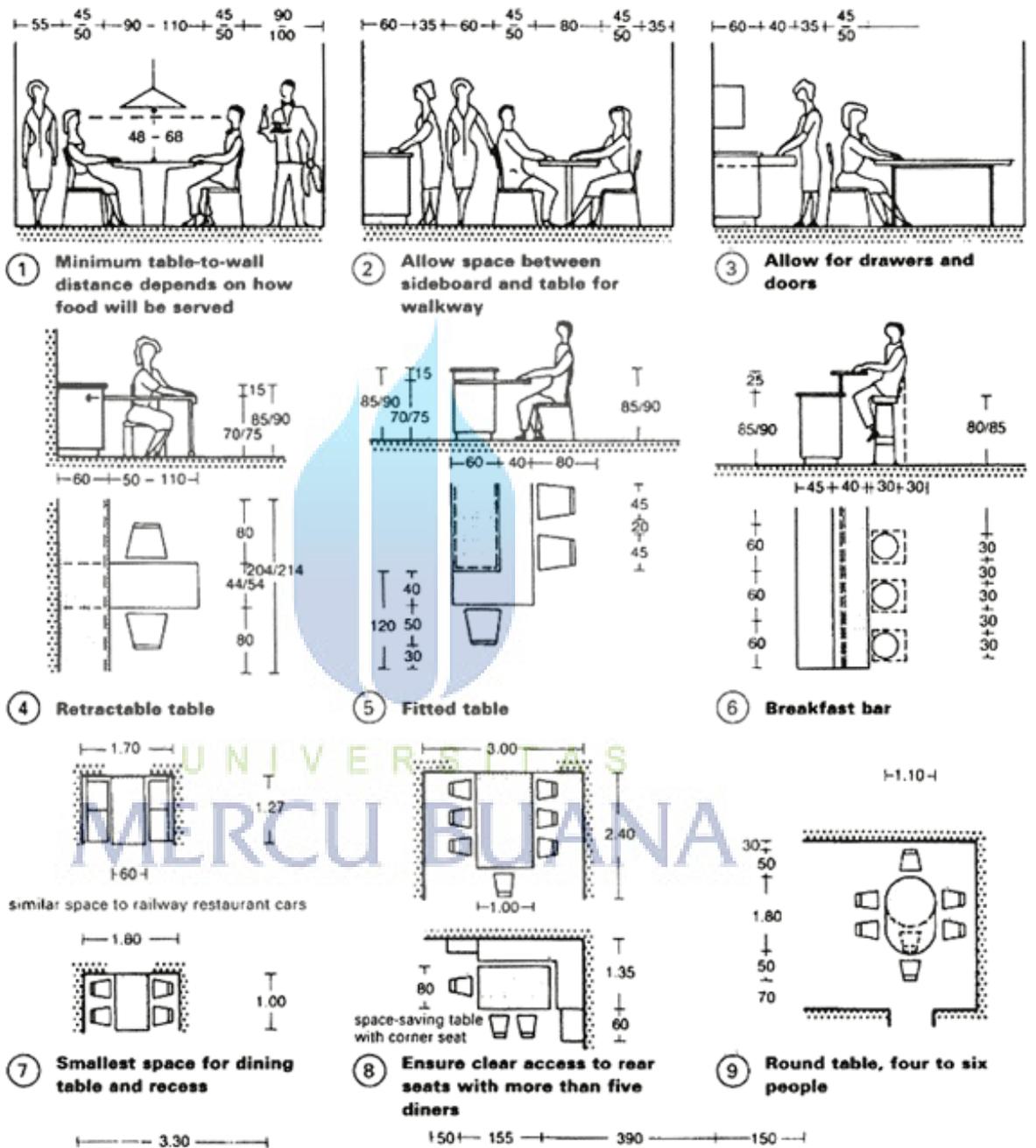
Table II.11. Antropometri

No.	Variabel	Keterangan
1.	Tinggi badan tegak	Jarak vertikal telapak kaki sampai ujung kepala yang paling atas. Sementara subjek berdiri tegak dengan mata memandang lurus ke depan.
2.	Tinggi mata berdiri	Jarak vertikal dari lantai sampai ujung mata bagian dalam (dekat pangkal hidung). Subjek berdiri tegak dan memandang lurus ke depan.
3.	Tinggi bahu berdiri	Jarak vertikal dari lantai sampai bahu yang menonjol pada saat subjek berdiri tegak.
4.	Tinggi siku berdiri	Jarak vertikal dari lantai ke titik pertemuan antara lengan atas dan lengan bawah. Subjek berdiri tegak dengan kedua tangan tergantung secara wajar.
5.	Tinggi pinggang berdiri	Jarak vertikal lantai sampai pinggang pada saat subjek berdiri tegak.
6.	Jangkauan tangan ke atas	Jarak vertikal lantai sampai ujung jari tengah pada saat subjek berdiri tegak (tangan menjangkau ke atas setinggi-tingginya).
7.	Panjang lengan bawah	Jarak dari siku sampai pergelangan tangan (subjek berdiri tegak, tangan disamping).
8.	Tinggi lutut berdiri	Jarak vertikal lantai sampai lutut pada saat subjek berdiri tegak.
9.	Tebal dada	Jarak dari dada (bagian ulu hati) sampai punggung secara horizontal (subjek berdiri tegak).
10.	Tebal perut	Jarak (menyamping) dari perut depan sampai perut belakang secara horizontal (subjek berdiri tegak).
11.	Jangkauan tangan ke depan	Jarak horizontal dari punggung sampai ujung jari tengah. Subjek berdiri tegak dengan betis, pantat dan punggung merapat ke dinding, tangan direntangkan secara horizontal ke depan.
12.	Rentangangan tangan	Jarak horizontal dari ujung jari terpanjang tangan kiri sampai ujung jari terpanjang tangan kanan. Subjek berdiri tegak dan kedua tangan direntangkan horizontal ke samping sejauh mungkin.



## II.2.10. Teori Proporsi

Gambar II.19. Ergonomi (kegiatan)



### II.2.11. Elemen Pembentuk Ruang

Menurut *Teori Interior (Griya Kreasi)*, karya: Andi A. Wicaksono dan Endah Tisnawati, tahun 2014. Elemen pembentuk ruang (interior) pada dasarnya dibentuk oleh beberapa bidang 2 dimensi, yaitu lantai, dinding, plafon, serta bukaan pintu dan jendela. Apabila salah satu diantara unsur di atas tidak ada maka tidak dapat disebut sebagai interior (ruang dalam) karena ruangan tersebut tidak dapat berfungsi dan dipergunakan dengan baik.

Secara 3 dimensional, terdapat 4 elemen dasar pembentuk interior yang terdiri dari tiga bidang dimensional (3D) yang akan membentuk volume (panjang x lebar x tinggi) sebuah ruangan:

- lantai sebagai bidang bawah,
- dinding sebagai bidang tengah/penyekat,
- plafon sebagai bidang atas,
- berbagai bukaan yang dapat diaplikasikan ke dalam tiga bidang dimensional di atas,
- elemen pengisi ruang yang disebut juga perabot atau furnitur, biasanya berwujud kursi, meja, ranjang atau dipan, lemari, lukisan, vegetasi, lampu,

Ruangan (Interior) terbentuk dari susunan beberapa bidang, antara lain:

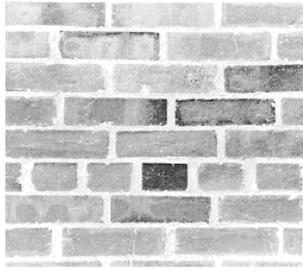
#### 1) Lantai

Gambar II.20. Lantai

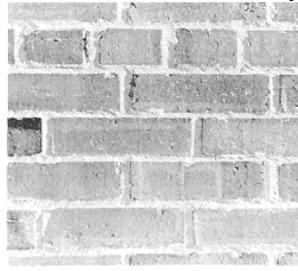


Lantai adalah bidang bawah dari suatu bangunan yang dapat digunakan penggunaannya untuk beraktivitas (hidup, bekerja, rekreasi, dll). Lantai biasanya terdiri dari beberapa sublantai sebagai pendukung dan penutup lantai yang memberikan permukaan untuk kenyamanan sirkulasi pergerakan pengguna ruang. Lantai hendaknya dibangun dengan mengikuti kaidah kode bangunan (*building code*) yang ketat pada saat awal demi keselamatan pengguna ruang.

#### 2) Dinding



Gambar II.21. Dinding



Dinding adalah struktur vertikal, biasanya berbentuk padat, yang membatasi dan melindungi suatu area. Umumnya dinding didesain untuk menggambarkan bentuk sebuah bangunan, mendukung superstruktur, memisahkan ruang dalam bangunan menjadi beberapa bagian, serta melindungi ruang di udara terbuka. Ada tiga jenis utama dinding struktural, yaitu bangunan tembok, dinding batas atau partisi, dan dinding penahan (*bearing wall*). Dalam konstruksi saat ini, dinding bangunan biasanya akan memiliki elemen struktural, isolasi, dan elemen *finishing* untuk permukaan (Seperti *drywall* atau panel).

### 3) Plafon

Gambar II.22. Plafon



Plafon adalah permukaan bidang atas interior yang meliputi batas atas sebuah ruangan. Plafon pada umumnya bukan elemen struktural, tetapi hanyalah bidang untuk menyembunyikan bagian bawah struktur lantai atau atap. *Drop Ceiling* adalah plafon yang permukaannya diletakkan beberapa meter di bawah struktur di atasnya. Plafon rendah ini dibuat untuk tujuan estetika atau untuk tujuan fungsional seperti menyediakan ruang HVAC atau perpipaan. Sebuah plafon berbentuk cekung, barel melengkung, atau bulat biasanya didesain untuk nilai estetika visual atau akustik.

