

RESEARCH ARTICLE

Perancangan Interior Hotel Bisnis The Alana Bintang 4 di Kota Bandung

Annisa Ajeng Pratiwi, Tita Cardiah* and Niken Laksitarini

Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung, 40257, Jawa Barat, Indonesia

* Corresponding author: titacardiah@telkomuniversity.ac.id

Received on 15 August 2023; accepted on 21 September 2023

Abstrak

Kota Bandung juga menjadi salah satu tujuan wisata teratas yang ingin dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara. Selain itu juga Kota Bandung merupakan salah satu pusat bisnis di Jawa Barat, juga menjadi pusat ekonomi dan bisnis nasional, regional asia maupun dunia. Banyaknya bisnis yang berkembang di Kota Bandung membuat kota ini membutuhkan fasilitas yang mendukung kegiatan bisnis seperti hotel bisnis berbintang yang berfungsi sebagai sarana untuk menginap serta menyediakan fasilitas yang lengkap untuk berbisnis seperti fasilitas MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*). Perancangan hotel The Alana dengan pendekatan aktivitas bisnis digarpakan dapat menciptakan hotel bisnis bintang 4 di kota Bandung yang dapat memwadahi kegiatan investasi melalui fasilitas *Meeting, Incentive, Conference, Exhibition* (MICE) yang sesuai dengan standarisasi dan sesuai dengan karakter brand The Alana, serta dapat menyediakan fasilitas untuk Co-Working pada fasilitas hotel ini.

Key words: Hotel, Bisnis, MICE, *Co-Working*, The Alana.

Pendahuluan

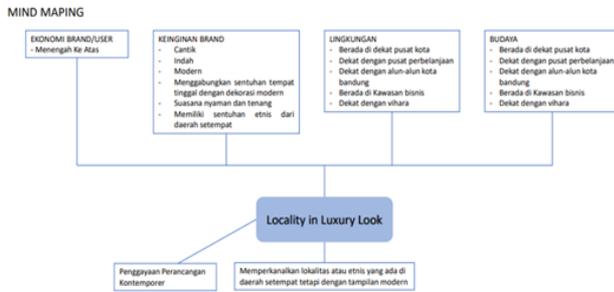
The Alana memiliki 5 hotel yang berada di Indonesia. Lokasi hotel ini berada di kota-kota besar, seperti Bogor, Yogyakarta, Solo, dan Surabaya. Akan tetapi, perkembangan industri MICE di beberapa kota di Indonesia khususnya di Kota Bandung masih memiliki kendala [1]. Sementara Kota Bandung merupakan salah satu pusat bisnis di Jawa Barat, selain itu juga menjadi pusat ekonomi dan bisnis nasional, regional asia maupun dunia. Kota Bandung merupakan salah satu kota besar yang ada di Indonesia. Tumbuh dan berkembangnya kegiatan ekonomi di kota Bandung membuat kota ini mengalami pertumbuhan ekonomi yang meningkat di tahun 2015 serta termasuk dua tertinggi di Indonesia dari sektor pariwisata dan perdagangan. Kota Bandung juga menjadi salah satu tujuan wisata teratas yang ingin dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara [2].

Aktivitas hotel bisnis yang merupakan kegiatan *event* MICE, tamu yang akan berkunjung tidak hanya tamu lokal, melainkan tamu nasional serta internasional. Salah satu potensi yang dimiliki Kota Bandung adalah di sektor ekonomi kreatif. Selain itu, lama kegiatan MICE menurut penelitian tersebut berkisar antara satu hingga empat hari. Dengan jangka waktu tersebut, profesi yang disebutkan memiliki kecenderungan untuk menyelesaikan pekerjaan mereka. Misalnya mengerjakan tugas hingga mengerjakan pekerjaan mereka sebagai pegawai dan *businessman*, tentu tanpa harus kehilangan momen berlibur mereka. Seiring berkembangnya desain interior di Bandung,

pengusaha yang akan mengembangkan bisnis hotel di kota ini berlomba-lomba untuk membangun hotel dengan interior yang mampu membuat identitas hotel dengan tujuan agar tamu hotel terkesan dan kembali menginap di hotel tersebut.

Dari hasil survei perbandingan 3 hotel bisnis bintang 4 di Kota Bandung, terdapat beberapa masalah yang ditemukan seperti belum maksimal merespon perkembangan industri MICE dengan menghadirkan fasilitas MICE yang kurang memadai, yaitu pada pencahayaan, penataan furnitur, pemilihan furnitur, akustik serta desain MICE yang kurang mendukung dengan aktivitas pebisnis dan kurang mencerminkan hotel bisnis bintang 4. Selain itu juga terdapat masalah umum seperti desain dinding dan *ceiling* hotel yang terkesan monoton, sehingga terlihat kurang menarik, serta masih minimnya penerapan lokalitas pada hotel tersebut. Masih kurang juga penerapan konsep *co-working* pada hotel tersebut.

Perancangan ini berlokasi di area ramai lalu lintas, yaitu di Jalan Jendral Sudirman, Bandung. Rancangan interior ini harus sesuai dengan kebutuhan dan aktivitas pengguna [3][4]. Oleh karena itu, hotel ini dirancang dengan pendekatan aktivitas pebisnis SOHO (*Small Office and Home Office*) *Co-Working* upaya untuk menampung kegiatan para pebisnis yang akan datang ke hotel ini maupun menginap atau tidak menginap [5]. Penggunaan *brand* The Alana untuk melestarikan budaya lokal Kota Bandung.



Gambar 1. Mind Mapping.



Gambar 2. Suasana Ruang Lobby.

Metode Perancangan

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif adalah sebuah metode yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dalam penelitian. Pendekatan kualitatif juga merupakan metode yang menggunakan literatur yang sudah ada dan digunakan sebagai penguat frasa, lalu berakhir dengan menghasilkan sebuah teori [6]. Metode penelitian ini berusaha untuk memahami segala aktivitas bisnis yang ada di kota Bandung, yang kemudian menghasilkan sebuah rancangan hotel bisnis dengan penataan *layout* yang dapat memwadahi seluruh kegiatan yang dimaksud menurut perspektif peneliti sendiri. Metode pengumpulan data yang digunakan berupa observasi dan studi literatur. Observasi dilakukan pada 2 hotel bisnis di Kota Bandung yaitu Aryaduta atau Hyatt, Novotel, dan The Alana Sentul. Sedangkan studi literatur yang digunakan dapat diperoleh dari buku, catatan, laporan dan karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Tema Perancangan

“*Luxury Locality*” adalah tema yang memperkenalkan lokalitas yang ada di daerah setempat ke dalam elemen-elemen interior hotel tetapi dengan tampilan modern [7]. Untuk mendukung tema ini menggunakan penggayaan Kontemporer.

Suasana yang Diharapkan

Pada perancangan ini, diharapkan dapat menimbulkan suasana yang mendukung aktivitas bisnis seperti suasana yang dapat meningkatkan konsentrasi saat bekerja. Selain itu juga terdapat kesan lokalitas yang ditampilkan melalui batik yang dikemas secara *modern luxury* sehingga dapat menghadirkan suasana yang elegan, mewah, dan *simple*. Dengan ini, maka visi dan misi The Alana juga dapat terpenuhi. Modern merupakan penggayaan yang cenderung menekankan pada prinsip fungsional. Fungsional yang dimaksud disini adalah dapat menampung segala aktivitas. Lokalitas yang dimaksud disini adalah menerapkan unsur batik mega mendung pada beberapa area dan beberapa ornamen pada area *ballroom*. Selain itu, juga diharapkan unsur lokalitas dan *luxury* dapat diterapkan secara bersamaan pada perancangan ini sehingga dapat memenuhi persyaratan perancangan hotel The Alana dengan baik.

Konsep Perancangan

Konsep dari perancangan Hotel The Alana ini berkonsep *modern luxury*. Modern disini merupakan pengaruh seni modern pada desain interior. Unsur modern pada perancangan ini dikarenakan hasil analisa aktivitas dan karakter bisnis yang cenderung menyukai sesuatu yang bersifat *simple*, modern, dan efisien. Selain itu juga penggayaan

Gambar 3. Penataan *Layout* 1.

modern merupakan dari *brand* The Alana. Sementara *Luxury* yang dimaksud adalah tentang target pasar dan pertimbangan dari analisa market yang menengah ke atas sehingga menampilkan kesan mewah pada perancangan ini. Selain itu juga sifat *luxury* dapat menaikkan derajat seseorang dan tingkat selera yang tinggi.

Konsep Aktivitas Bisnis

Pelaku aktivitas bisnis pada hotel ini dibagi menjadi 2, yaitu pebisnis yang tidak menginap dan pebisnis yang menginap. Untuk pebisnis yang tidak menginap hanya dapat mengakses lantai dasar dan lantai 1. Pada lantai dasar disediakan *business lounge* yang dapat digunakan untuk kegiatan bertemu klien, ataupun kegiatan bekerja. Selain itu juga pada lantai dasar menyediakan *business center*, restoran, dan retail. *Business center* ini menyediakan alat kerja seperti komputer serta yang lainnya. Restoran ini juga bisa menjadi salah satu tempat *co-working* pada pebisnis, serta retail untuk membantu para tamu. Kemudian, pada lantai 1 dapat diakses oleh tamu hotel yang tidak menginap. Pada lantai ini menyediakan fasilitas *meeting*, *incentive*, *conference*, *exhibition* (MICE), *café*, dan *ballroom*. Pada area *Ballroom* digunakan untuk kegiatan *incentive*, *conference* dan *exhibition*, kemudian disediakan *meeting room* khusus kegiatan *meeting*. Menyediakan *café* yang bisa diakses oleh tamu tidak menginap. Selain itu juga pada lantai ini disediakan *gym* dan *spa* yang tidak bisa juga diakses oleh tamu yang tidak menginap. Kemudian, pada lantai khusus kamar yang bersifat lebih *private* untuk tamu yang menginap. Pada kamar tidur juga dapat dilakukan aktivitas bekerja untuk tamu hotel yang menginap.

Sirkulasi Ruang dan Penataan *Layout*

Pada lantai dasar menggunakan sirkulasi radial yang selalu berputar pada area resepsionis, sebab area resepsionis merupakan tujuan pertama sebelum pengguna hotel sampai pada tujuan fasilitas yang dituju. Penempatan area resepsionis sebagai pusat dalam



Gambar 4. Penataan Layout 2.



Gambar 5. Penataan Layout 3.

pengorganisasian ruang dikarenakan area resepsionis merupakan *vocal point* atau area utama pada lantai ini. Area resepsionis juga merupakan area yang harus dikunjungi sebelum mencapai fasilitas atau tujuan akhir tamu hotel.

Pola sirkulasi pada lantai ini dibagi menjadi 3 yaitu sirkulasi khusus tamu menginap, sirkulasi tamu tidak menginap, dan sirkulasi khusus pegawai. Sirkulasi tamu menginap dimulai dari *entrance* yang langsung mengarahkan ke area resepsionis. Sirkulasi tamu tidak menginap dimulai dari *entrance* restoran. Sedangkan sirkulasi untuk pegawai hotel dimulai dari area belakang, hal ini bertujuan agar tertib, tidak mengganggu sirkulasi para tamu sehingga tamu dapat merasa aman dan nyaman.

Pada lantai satu menggunakan jenis organisasi radial dengan menjadikan area lift sebagai ruang pusat. Pola sirkulasi pada lantai ini terbagi menjadi 3 tamu, sirkulasi tamu hotel menginap, tidak menginap, dan pegawai hotel. Karena pada lantai ini khusus untuk fasilitas pendukung pebisnis dan hotel. Pada lantai ini di bagian sisi kanan terdapat *meeting room*, sedangkan pada sisi kiri terdapat *ballroom* dan fasilitas lainnya seperti kolam renang, spa, dan *gym*. Sirkulasi pada area ini di mulai dari lift setelah itu menuju fasilitas yang diinginkan oleh tamu. Pada lantai 2-5 menggunakan organisasi terpusat, karena pada lantai ini hanya bisa di akses oleh tamu. Karena bangunan yang meliuk dan terdapat lift di tengah area maka ruangan ini menggunakan sirkulasi radial.

Konsep Perancangan Lobby

Pada area *lobby* ini dirancang sebagai salah satu daya tarik untuk pengunjung dengan pengaplikasian bentuk dinamis. Pada area ini juga disediakan *business lounge* untuk menampung kegiatan pebisnis seperti bertemu klien. Pada area ini juga mengimplementasikan budaya lokalitas seperti batik pada elemen interior.



Gambar 6. Konsep Perancangan Lobby.



Gambar 7. Konsep Bentuk Lobby.



Gambar 8. Konsep Warna Lobby.

A. Konsep Bentuk

Bentuk yang digunakan pada *lobby* didominasi dengan bentuk geometris seperti elemen garis, persegi, dan lingkaran. Penggunaan bentuk geometris disesuaikan dengan pengguna hotel yang mayoritas pebisnis. Berdasarkan analisis pada aktivitas pebisnis, dapat disimpulkan bahwa pebisnis cenderung menyukai hal yang bersifat tegas, *simple*, dan efisien yang dapat dicapai dengan pengguna bentuk geometris. Bentuk geometris ini juga merupakan bentuk khas dari *brand* The Alana, selain itu juga ada bentuk organis yang memberi kesan dinamis pada ruang, sehingga tidak terlihat monoton.

B. Konsep Warna

Warna yang digunakan pada area ini didominasi warna netral atau *earth tone* seperti warna hijau, coklat, dan krem. Penggunaan warna netral dapat meningkatkan konsentrasi pengguna ruang. Sehingga, hal ini dinilai mendukung adanya aktivitas bisnis di dalamnya. Selain itu, penggunaan warna netral juga dapat memberikan kesan mewah dan modern terhadap ruangan. Pada ruangan ini juga terdapat warna



Gambar 9. Konsep Material Lobby.

| Jenis pencahayaan | System | Warna | Perincian |
|-------------------|------------------------|-------|---|
| General Light | Recessed LED downlight | 4000K |  |
| Accent Light | LED strip | |  |



Gambar 10. Konsep Pencahayaan Lobby.

merah dan *gold* sebagai aksen dan agar terkesan elegan pada ruangan. Warna merah ini berasal dari warna khas The Alana sendiri.

C. Konsep Material

Material yang digunakan pada *lobby* merupakan material yang dapat memberi kesan *luxury* pada ruang seperti penggunaan *granite tile* pada lantai, penggunaan panel dinding dengan *finishing* kayu, serta penggunaan *stainless steel*. Material yang dipilih juga didominasi dengan material yang bersifat tahan lama.

D. Konsep Pencahayaan

Pencahayaan pada *lobby* terbagi menjadi dua jenis yaitu pencahayaan alami dan buatan. Pencahayaan alami pada *lobby* diperoleh dari sinar matahari yang masuk melalui dinding kaca. Untuk pencahayaan buatan pada *lobby* menggunakan jenis lampu *general light*, *task light* dan *accent*.

E. Konsep Penghawaan

Penghawaan pada *lobby* menggunakan AC *central* dengan jenis *indoor ceiling concealed duct*. Tujuan penggunaan jenis *ceiling concealed duct* adalah agar terlihat lebih rapi dan terkesan modern. AC pada *lobby* diletakan di ujung ruangan agar tidak langsung mengenai pengguna hotel secara langsung.

Konsep Perancangan Ballroom

Ballroom merupakan salah satu fasilitas yang sangat penting dalam perancangan ini dikarenakan fasilitas ini merupakan salah satu tujuan utama dari perancangan ini. Pada fasilitas *ballroom* lebih difokuskan pada penerapan desain modern dan *simple*, tetapi masih adanya sentuhan lokalitas yang diterapkan pada elemen dinding. Hal ini juga berdasarkan studi banding yang telah dilakukan pada hotel-hotel The



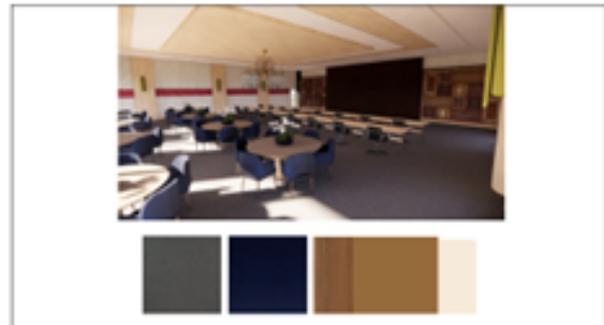
Gambar 11. Konsep Penghawaan Lobby.



Gambar 12. Konsep Perancangan Ballroom.



Gambar 13. Konsep Bentuk Ballroom.

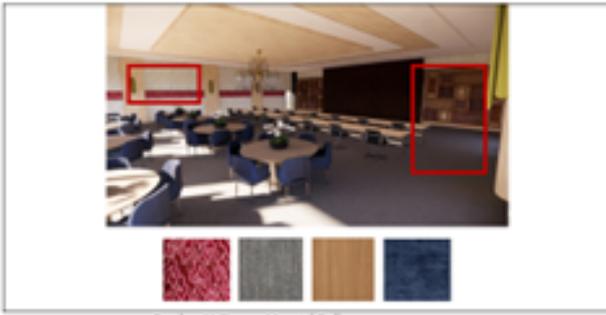


Gambar 14. Konsep Warna Ballroom.

Alana. Selain suasana yang ingin ditimbulkan, unsur teknis seperti penerapan akustik yang baik juga diperlukan pada fasilitas ini.

A. Konsep Bentuk

Konsep bentuk yang digunakan pada area *Ballroom* adalah bentuk geometris. Bentuk geometris ini dapat memberi kesan formal, *simple*, dan efisien yang dapat mendukung kegiatan pebisnis dalam melakukan pekerjaannya. Selain itu juga penggunaan geometris dapat menggambarkan citra The Alana.



Gambar 15. Konsep Material Ballroom.



Gambar 16. Konsep Akustik Ballroom.

B. Konsep Warna

Pada ruangan ini lebih ditekankan pada penggunaan warna yang terkesan hangat dan natural dikarenakan fungsi ruangan *meeting* yang bersifat formal dan butuh konsentrasi tinggi, sehingga pada ruangan ini didominasi dengan netral dan merah sebagai aksent pada ruangan.

C. Konsep Material

Material yang digunakan pada *ballroom* menggunakan material yang bersifat bersih, rapi, dan terkesan mewah, seperti penggunaan HPL *glossy*, *stainless steel*, dan lainnya. Tidak hanya visual, namun pemilihan material juga dipertimbangkan dari kualitas dan keamanan demi kenyamanan pengguna. Material yang digunakan pada area ini berupa material bersifat meredam suara seperti penggunaan *carpet tile*, panel dinding dengan *finishing wallpaper* dan HPL bertekstur yang bersifat tidak memantulkan suara. Pemilihan material juga dipertimbangkan berdasarkan kualitas, keamanan, dan kenyamanan. Sehingga, para pebisnis dapat melakukan kegiatan *meeting* dengan nyaman.

D. Konsep Akustik

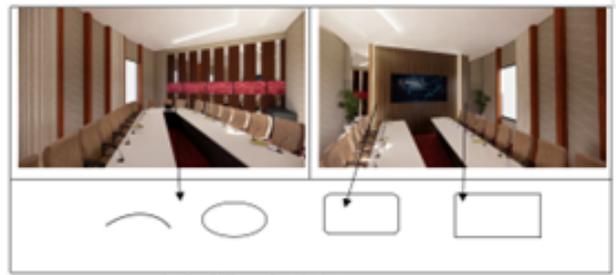
Sistem akustik pada ruangan ini diterapkan pada lantai dinding dan *ceiling*. Pada lantai menggunakan jenis *carpet tile* yang dapat meredam suara dengan baik. Sedangkan pada dinding dan *ceiling* dilengkapi dengan adanya lapisan *acourete fiber* agar suara dapat dikondisikan dengan baik dalam ruangan.

Konsep Perancangan Meeting Room

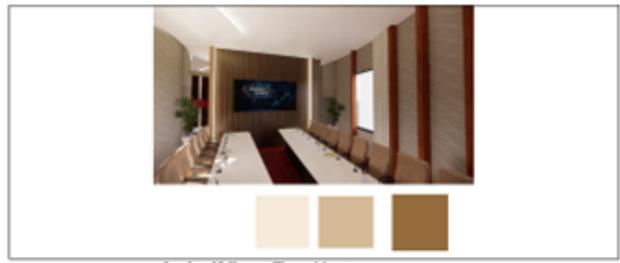
Fasilitas *meeting room* merupakan fasilitas yang sangat penting dalam perancangan ini dikarenakan fasilitas ini merupakan salah satu tujuan utama dari perancangan ini. Pada fasilitas *meeting room* lebih difokuskan pada penerapan desain *simple* dan tetap adanya *pattern* batik untuk lokalitas pada ruangan ini. Ruangan ini difungsikan untuk bekerja, sehingga tidak diperlukan ornamen yang berlebihan. Hal ini juga berdasarkan studi banding yang telah dilakukan pada hotel-hotel The Alana. Selain suasana yang ingin ditimbulkan, unsur teknis seperti penerapan akustik yang baik juga diperlukan pada fasilitas ini.



Gambar 17. Konsep Perancangan Meeting Room.



Gambar 18. Konsep Bentuk Meeting Room.



Gambar 19. Konsep Warna Meeting Room.

A. Konsep Bentuk

Konsep bentuk yang digunakan pada *meeting room* adalah bentuk geometris. Bentuk geometris ini dapat memberi kesan formal, *simple*, dan efisien yang dapat mendukung kegiatan pebisnis dalam melakukan pekerjaannya. Selain itu juga penggunaan geometris dapat menggambarkan citra *brand* The Alana.

B. Konsep Warna

Pada ruang *meeting* lebih diterapkan pada penggunaan warna yang terkesan modern dan *nature* dikarenakan fungsi ruang *meeting* yang bersifat formal dan butuh konsentrasi yang tinggi, sehingga pada ruangan *meeting* didominasi dengan warna *nature* yang meningkatkan konsentrasi saat bekerja. Serta terdapat warna merah sebagai aksent.

C. Konsep Material

Material yang digunakan pada *meeting room* berupa material bersifat rapi, bersih dan terkesan mewah, seperti penggunaan HPL *glossy* dan lainnya. Tidak hanya secara visual, namun pemilihan material juga dipertimbangkan dari kualitas keamanan demi kenyamanan pengguna. Material yang digunakan pada area ini berupa material



Gambar 20. Konsep Material Meeting Room.



Gambar 21. Konsep Akustik Meeting Room.



Gambar 22. Konsep Perancangan Guest Room.

yang bersifat meredam suara seperti penggunaan *carpet tile*, panel dinding dengan *finishing wallpaper* dan HPL bertekstur yang bersifat tidak memantulkan suara.

D. Konsep Akustik

Sistem akustik pada ruang *meeting* diterapkan di lantai dinding dan *ceiling*. Pada lantai menggunakan *carpet tile* agar dapat meredam suara dengan baik. Sedangkan pada dinding dan *ceiling* dilengkapi dengan adanya lapisan *acourete fiber* agar suara dapat dikondisikan dengan baik dalam ruang *meeting room*.

Konsep Perancangan Guest Room

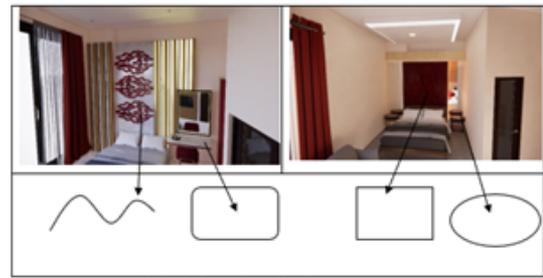
Fasilitas kamar merupakan fasilitas utama pada hotel, karena kamar merupakan tujuan utama para tamu Ketika mendatangi hotel. Berdasarkan tingkatannya, fasilitas kamar pada hotel ini dibagi menjadi 3 yaitu *standard*, *deluxe*, dan *suite*. Pembagian kamar ini dibedakan berdasarkan fasilitas yang disediakan, yaitu berupa benda maupun visual yang disajikan.

A. Konsep Bentuk

Konsep bentuk yang digunakan pada *guest room* adalah bentuk geometris. Bentuk geometris ini dapat memberi kesan formal, *simple*, dan efisien yang dapat mendukung kegiatan para tamu yang akan menginap. Selain itu juga penggunaan geometris dapat menggambarkan citra *brand* The Alana.

B. Konsep Warna

Warna yang digunakan pada kamar tidur juga menggunakan warna netral seperti coklat, krem, dan abu. Selain itu juga warna *gold*, hitam



Gambar 23. Konsep Bentuk Guest Room.



Gambar 24. Konsep Warna Guest Room.



Gambar 25. Konsep Material Guest Room.

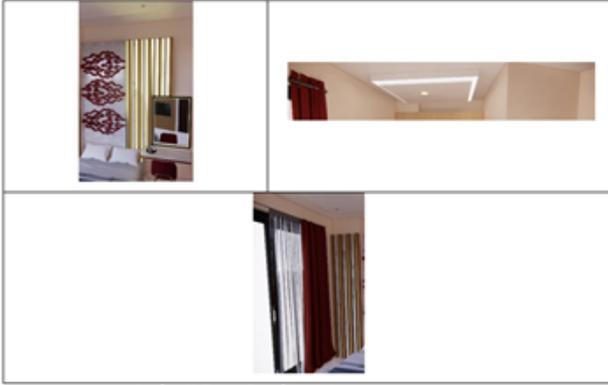
dan merah menjadi salah satu aksen pada ruangan ini, dan warna merah sebagai brand The Alana tersendiri.

C. Konsep Material

Material yang digunakan pada kamar adalah *granite tile*, *parquet*, *acarpent tile*, HPL, dan *stainless steel sheet*. Penggunaan *parquet* diterapkan pada kamar jenis *suite* di area *living room* dan marmer berada di ruang tidur *suite room*. Sedangkan penggunaan *carpet tile* pada area *deluxe* dan *standard*. Penerapan material lantai ditetapkan berdasarkan tingkatan kamar. Selain itu terdapat penggunaan *finishing* HPL *glossy* pada dinding yang dapat memberikan kesan mewah, bersih, dan *simple* pada ruangan.

D. Konsep Pencahayaan

Pencahayaan pada area kamar menjadi dua, yaitu pencahayaan alami dan buatan. Pencahayaan alami dapat diperoleh dari sinar matahari yang masuk melalui dinding kaca. Sedangkan pencahayaan buatan pada area kamar menggunakan jenis *general light* dan *accent light*.



Gambar 26. Konsep Pencahayaan *Guest Room*.



Gambar 27. Konsep Penghawaan *Guest Room*.

E. Konsep Penghawaan

Penghawaan pada kamar menggunakan AC *central* dengan jenis *indoor ceiling concealed duct*. Tujuan penggunaan jenis ini agar terlihat lebih rapi dan bersih. Peletakan AC pada kamar juga disimpan di *down ceiling* sehingga terlihat rapi dan elegan.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang perancangan hotel bisnis bintang 4 di Kota Bandung dengan pendekatan aktivitas bisnis, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

- Perancangan hotel The Alana bintang 4 untuk memwadhahi kegiatan para pebisnis yang akan datang dengan menggunakan konsep *co-working* pada hotel ini, sehingga membuat area yang nyaman untuk para pebisnis.
- Perancangan fasilitas MICE (*meeting, incentive, conference, exhibition*) yang dapat memenuhi kebutuhan pebisnis secara teknis maupun visual yang dengan menyajikan ruang dengan desain modern, penyediaan *furniture* yang disesuaikan dengan kebutuhan pebisnis saat bekerja, serta penerapan sistem akustik yang dapat menunjang kegiatan yang ada di dalamnya.

Daftar Pustaka

1. Prayudi MA. Bisnis MICE Sebagai Potensi Unggulan Pariwisata Di Yogyakarta. *Jurnal Sosio Humaniora*. 2011;2(2):951–952. Available from: <https://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/soshum/article/view/78>.
2. Bagyono. *Pariwisata dan Perhotelan*; 2007.
3. Marlina E. *Panduan Perancangan Bangunan Komersial*. Unisma; 2006.
4. Neufert E. *Data Arsitek jilid 2*. Erlangga; 1995.
5. Ayu Putri Intan dNL Mahendra Nur H. *Perancangan Interior Co-Working Space untuk Wisatawan MICE di Kota Denpasar dengan Pendekatan Psikologi Ruang*; 2021.
6. Peraturan Menteri Pariwisata Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No. PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel; 2013.
7. Yasmin NP. *Perancangan Baru Interior The Hotel Alana Bandung dengan Pendekatan Lokalitas*; 2020.