

**NASKAH PUBLIKASI
KARYA DESAIN**

**PERANCANGAN INTERIOR
AIR RISSO CAPSULE HOTEL BALI**



**Yanida Almas
NIM 1612038023**

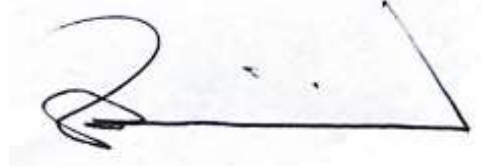
**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENIRUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

Artikel Ilmiah yang berjudul:

PERANCANGAN INTERIOR AIR RISSO CAPSULE HOTEL BALI
diajukan oleh Yanida Almas, NIM 1612038023, Program Studi S-1 Desain Interior,
Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah
disetujui oleh Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 26 Agustus 2020.

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Suastiwi', written over a light blue rectangular background.

Dr. Suastiwi, M.Des.

NIP. 19590802 198803 2 002

NIDN. 0002085909

PERANCANGAN INTERIOR AIR RISSO CAPSULE HOTEL BALI

Yanida Almas
yanida.almas@gmail.com

Dr. Suastiwi, M.Des.
stw_triat@yahoo.com

Abstract

Nowaday the practical and inexpensive accommodation requirements for holiday travelers are on the rise. This is due to the increasing number of local and foreign tourists who travel by way of backpacker. So that lead to the trend of saving tourism that increasingly sought by the public. Responding to the trend, business people embrace it by creating a budget hotel. Budget hotel is a relatively cheap type of stay and provides facilities that are used simultaneously by all residents. It can be created by offering a unique space atmosphere, ranging from soft artistic, way of designing the hotel area, improving or adding facilities to the hotel, and leaving an impression to its users. Creating the identity and atmosphere of the hotel because the location of the hotel inside the mall can be helped by representing the value of Balinese culture in it.

Keywords: *Hotel, Mall, Traveler, Culture*

Intisari

Saat ini kebutuhan akomodasi yang praktis dan murah bagi para wisatawan yang melakukan liburan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya wisatawan lokal maupun mancanegara yang melakukan perjalanan dengan cara *backpacker*. Sehingga menimbulkan trend wisata hemat yang semakin diminati masyarakat. Menanggapi trend tersebut, pebisnis mewadahnya dengan menciptakan *budget hotel*. *Budget hotel* merupakan jenis tempat menginap yang relatif lebih murah dan menyediakan fasilitas yang digunakan secara bersamaan oleh seluruh penghuni. Hal ini dapat diciptakan dengan menawarkan suasana ruang yang unik, mulai dari artistik yang lembut, cara mendesain area hotel, meningkatkan atau menambahkan fasilitas pada hotel, dan meninggalkan kesan bagi para penggunanya. Menciptakan identitas dan suasana hotel dikarenakan lokasi hotel berada di dalam mall dapat dibantu dengan merepresentasikan nilai budaya Bali didalamnya.

Kata Kunci: Hotel, Mall, Wisatawan, Budaya

PENDAHULUAN

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancongan dan turisme. Di zaman ini, *traveling* merupakan kegiatan yang banyak diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Tidak hanya menjadi sekedar hobi, *traveling* sudah menjadi gaya hidup yang mulai mengakar di masyarakat. Minat masyarakat yang tinggi, pengalaman *traveling* yang dialami menjadi suatu komoditas. Menurut Rahmatian (2017), muncul berbagai trend pariwisata yang dikelompokkan berdasarkan tujuannya. Beberapa contoh trend pariwisata antara lain, pariwisata masal, ekowisata, geowisata, wisata edukasi, wisata budaya, wisata mistis dan wisata halal.

Dari sekian banyak tempat wisata yang ada di Indonesia, Bali merupakan salah satu destinasi wisata yang gemar dikunjungi baik wisatawan asing maupun lokal. Menurut data dari Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Bali (2018), pada tahun 2017 terdapat rata-rata 489.257 wisatawan asing yang datang berkunjung setiap bulannya. Hal ini juga didukung dengan banyaknya tempat wisata di Bali yang sudah terkenal di kancah internasional. Pantai Kuta, Tanah Lot, Bedugul, Tirta Empul Tampak Siring, Goa Gajah, Uluwatu dan Taman Ayun merupakan beberapa contoh destinasi wisata di Bali yang gemar dikunjungi wisatawan.

Bali menandai lahirnya modernisasi di Indonesia bagian timur. Atmosfer modernisasi terus mencuat dan tidak heran, jika Bali memiliki daya tarik wisatawan nasional dan internasional karena keindahan alam dan keunikan *culture* (budaya). Seiring dengan berkembangnya destinasi wisata, kini *traveling* telah beralih menjadi sebuah trend, kebutuhan, serta sumber pemasukan besar bagi para pengusaha dan negara. Trend perjalanan (*traveling*) mengalami peningkatan beberapa tahun terakhir ini. Trend ini semakin berkembang karena dipengaruhi oleh beragam orang yang berpergian ke suatu daerah (Travel Blogger, Travel Vlogger, Selebriti Instagram dan lain sebagainya) kemudian membagi pengalaman perjalanannya dengan tujuan berbagi informasi mengenai tempat, akomodasi hingga biaya perjalanan agar bisa tersampaikan ke orang lain. Hal ini memicu para pengguna sosial media untuk melakukan sebuah perjalanan. Kini, *traveling* menjadi sebuah peluang pasar (*market niche*) yang berada dalam masa tumbuh. Usaha Pemerintah pun cukup berhasil dalam menggalakkan pariwisata dalam negeri dengan tagline "Wonderful Indonesia" sehingga membuat wisatawan mancanegara berdatangan ke Indonesia.

Berdasarkan peningkatan angka wisatawan, berdampak pula terhadap munculnya hotel-hotel baru. Wisatawan lebih tertarik mencari penginapan yang tidak hanya *budget friendly* tapi juga menawarkan kenyamanan dan kemudahan dalam fungsinya. Untuk mengatasi masalah pasar ini, sejumlah hotel membuat strategi baru dengan menawarkan produk yang berbeda. Target konsumen hotel ini adalah wisatawan yang memerlukan tempat istirahat untuk melakukan rencana perjalanan maupun wisatawan dengan *budget* terbatas. Strategi ini muncul untuk menjawab keinginan wisatawan maupun pengusaha yang ingin berkontribusi dalam perkembangan jasa akomodasi dengan wilayah yang terbatas. Sehingga munculah

fenomena baru yaitu budget hotel (bertarif lebih ekonomis). Posisinya berada antara *guest house* dan hotel bintang 3 menarik para pebisnis dan *traveller*. Tujuan *Budget hotel* adalah untuk menyediakan standar akomodasi dengan harga terjangkau.

Secara umum hotel merupakan tempat menginap dan beristirahat para wisatawan lokal maupun mancanegara untuk sementara waktu. Desain hotel merupakan salah satu disiplin yang bertumpu pada penciptaan sebuah lingkungan dimana para tamu disambut dan disediakan fasilitas untuk beristirahat dan bersantai. Fitur desain yang harus diperhatikan dalam mendesain suatu hotel diantaranya, warna, pencahayaan, material, kegunaan ruang, serta kegunaan perabot dan objek interior. Hotel tidak lagi hanya memperhatikan segi pelayanannya, tetapi juga dengan cara menghadirkan suasana yang nyaman dan mempunyai gaya tertentu yang unik dan berbeda dengan hotel lainnya. Dengan menawarkan suasana ruang yang unik, mulai dari artistik yang lembut, mewah dengan sejumlah ornamen sampai dengan minimal yang secukupnya dan dapat meninggalkan kesan bagi penggunanya. Hal ini dapat dicapai dengan cara mendesain area hotel, meningkatkan atau menambahkan fasilitas pada hotel. Seluruh usaha yang diberikan tersebut bertujuan untuk menarik perhatian konsumen untuk datang dan memberikan yang terbaik dalam tingkat kepuasan konsumen.

Berbeda halnya dengan mall, menurut Beddington, *Design for Shopping Centre*, mall merupakan suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat. Selain berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli, juga berfungsi sebagai tempat untuk berkumpul atau berekreasi.

Air Riso Capsule Hotel hadir untuk memberikan alternatif pada para wisatawan umumnya maupun *backpacker* untuk menginap dengan budget yang terbatas dengan *experience* baru. Hotel yang akan dibangun di Park 23 lantai 3, dekat Bandar Udara Internasional Ngurah Rai. Desain interior dapat menjadi solusi yang tepat dalam menciptakan daya tarik tersebut. Maka dari itu diperlukan perencanaan yang matang dalam perancangan interior *Air Riso Capsule Hotel*. Hotel yang disajikan dengan gaya yang unik, berkarakter, menyesuaikan fungsi dan kenyamanan serta menjadi memberi representasi budaya Bali kepada para wisatawan tanpa menghilangkan identitas hotel dikarenakan lokasinya yang unik, yaitu hotel kapsul di dalam mall Bali.

Artikel ini sendiri akan membahas tentang bagaimana sebuah hotel kapsul dapat tetap mempertahankan identitasnya dikarenakan lokasi yang tidak umum yaitu berada di dalam mall, dengan menggunakan strategi desain yang mengadaptasi budaya Bali. Dapat diharapkan bahwa penggunaan nilai budaya Bali sendiri dapat menciptakan suasana hotel dan meningkatkan minat wisatawan untuk menginap.

PEMBAHASAN

Hotel adalah sarana tempat tinggal umum untuk wisatawan dengan memberikan pelayanan jasa kamar, penyedia makanan dan minuman serta akomodasi dengan syarat pembayaran. (Lawson,1976:27). *Capsule hotel* memang tidak seperti hotel pada umumnya yang menawarkan fasilitas kamar dengan standar ukuran tertentu. *Capsule hotel* menawarkan kamar yang hanya berukuran satu buah tempat tidur yang dilengkapi dengan beberapa fasilitas tambahan. Dalam satu ruangan terdapat beberapa kamar kapsul yang diletakan bertumpuk serta berjejer memanjang. Sehingga dalam satu ruangan besar tamu yang menginap akan berbagi ruangan dengan tamu lainnya. Selain kamar kapsul yang menjadi ruang privasi bagi tamu, terdapat ruang publik atau area publik yang dapat digunakan oleh semua tamu yang menginap seperti di beberapa *capsule hotel* menyediakan restoran, *lounge*, ruang serba guna bahkan kamar mandi dan toilet. Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan ketika ingin menciptakan hotel kapsul dengan keistimewaan lokasi agar dapat menarik minat wisatawan, faktor-faktor tersebut ialah:

A. Karakteristik Hotel dan Mall

Berdasarkan SK menteri Perhubungan No. PM 10/PW 301/Phb-77 tanggal 22 Desember 1977 Pasal 1 dan Pasal 2 dapat diambil kesimpulan bahwa hotel merupakan suatu sarana penginapan bagi orang-orang yang melakukan perjalanan dengan segala fasilitas-fasilitasnya yang memenuhi persyaratan kenyamanan yang dikelola secara komersial.

Mall dapat diartikan sebagai suatu fasilitas komersial dengan wujud arsitektural berupa ruang rekreasi (jalan) yang ditata sedemikian rupa untuk menghubungkan dua titik keramaian atau lebih dengan dikelilingi retail atau tempat penjualan berbagai kebutuhan. Dalam mall pengunjung melakukan rekreasi dengan berjalan-jalan dan sesekali melihat barang yang dijual oleh retail sebelum memutuskan untuk memasuki retail tersebut. Sehingga dengan demikian esensi dari mall bukan sebagai pertokoan padat barang, namun lebih kepada sebuah tempat penjualan dengan menonjolkan rekreasi dan kenyamanan berbelanja.

Tujuan utama dari *Shopping Mall* adalah untuk menampung, menyediakan dan mawadahi dari kebutuhan orang-orang sekitar dan wisatawan untuk mendapatkan berbagai jenis produk di satu wadah. Kebutuhan tersebut baik dalam rekreasi, dan kebutuhan pokok seperti makanan, minuman, pakaian, dan lain sebagainya dengan menggabungkan antara produk yang bersifat lokal dengan modern. Selain itu meningkatkan pendapatan pemerintah setempat dengan adanya *Shopping Mall* ini dikarenakan pajak dari lokasi perdagangan.

Dilihat dari fungsinya saja hotel dan mall sudah sangat berbeda, dimana hotel merupakan sebuah tempat beristirahat dan mall merupakan tempat untuk kegiatan komersial, hal tersebut memunculkan beberapa masalah yaitu bagaimana caranya sebuah fungsi hotel dapat tetap berjalan meski keberadaannya di dalam sebuah mall.

B. Target Masyarakat Berdasarkan Jenis Hotel yang dipilih

Menurut A.K Bhatia, (*International Tourism Management*, 2008) definisi hotel kapsul adalah sebuah hotel dengan akomodasi yang terinspirasi oleh pengejaran efisiensi ruang yang berasal dari adaptif kreatif Jepang. Pendapat lain mengenai definisi hotel kapsul berasal dari De Mente, Boye dalam buku (*Exotic Jepang, Phoenix Books Capsule*) di buku ini Mente menyatakan bahwa hotel kapsul merupakan salah satu hotel yang unik, berpopularitas tinggi, dan sering dikunjungi oleh pebisnis yang lembur (sering ketinggalan kereta di Jepang) ataupun oleh orang-orang bisnis yang melakukan perjalanan bisnis singkat di daerah tertentu.

Selain lokasi yang unik tersebut, secara general lokasi hotel berada di tengah kota dan dekat dengan bandara, dimana akses antara destinasi wisata dengan akses transportasi sangat menguntungkan hotel itu sendiri. Lokasi sangatlah penting untuk menentukan bagaimana bisnis hotel berjalan apalagi lokasi hotel tersebut berada di Bali, dimana banyak budaya dan tempat wisata yang bisa dieksplor para pebisnis maupun wisatawan, karena pada dasarnya untuk menciptakan identitas sebuah hotel dapat dibangun dengan mengembangkan nilai budaya didalamnya entah berupa bentuk transformasi, konsep, nilai.

Menurut Pearce, menjadi *backpacker* adalah sebuah pendekatan untuk melakukan perjalanan dan liburan daripada sebuah kategori yang berdasar pada uang yang dikeluarkan atau usia seseorang (Pakan, 2013:30). Umumnya *backpacker* adalah wisatawan yang mempunyai anggaran yang ketat dalam perjalanan dan usia yang relatif muda. Sebagian besar dari wisatawan *backpacker* mempunyai usia lebih muda dari tiga puluh tahun. Dari sisi budaya *backpacker* memilih perjalanan murah yang populer seperti hostel dan anggaran penerbangan. Transportasi umum biasanya penting untuk *backpacker* (Chang, 2009: 712). Ricards dan Wilson (2004:69) menunjukkan bahwa *backpacker* juga cenderung memiliki durasi waktu yang lama dalam melakukan perjalanan dan melakukan hubungan sosial dengan sesamanya. Cohen (2003:99) lebih lanjut menunjukkan bahwa kebanyakan *backpacker* mempunyai tujuan utama atau mempunyai daya tarik untuk memiliki kenikmatan hedonik, pengalaman dan memenuhi kepuasan diri dengan keadaan yang sederhana (dan terjangkau).

C. Penerapan Budaya Bali pada Perancangan

Berbicara mengenai kebudayaan, Indonesia adalah negara yang akan kaya akan kebudayaan dari Sabang hingga Merauke memiliki kebudayaan yang beragam. Salah satu pulau yang kental akan kebudayaan adalah Pulau Bali. Bali telah terkenal dengan kebudayaannya oleh karena keunikannya, kekhasannya yang tumbuh dari jiwa agama Hindu, yang tidak dapat dipisahkan dari keseniannya, dalam masyarakat yang berciri sosial religius. Berbicara mengenai kebudayaan Bali yang hingga saat ini masih tetap terlaksana tetapi cara-cara untuk mempertahankan kebudayaan tersebut masih dipandang kurang.

Budaya Bali tidak bisa lepas dari nilai-nilai agama Hindu. Menciptakan identitas hotel dalam mall bisa menjadi representasi budaya Bali merupakan salah satu cara

melestarikannya seperti menerapkan konsep Tri Hita Kirana berupa: pertama mengatur hubungan manusia dengan Tuhan, kedua mengatur hubungan manusia dengan manusia, ketiga mengatur hubungan manusia dengan alam. Penerapan bisa dilakukan pada zoning ruang hotel berupa area publik, semi publik, dan privat, selain itu juga terdapat material yang bisa diterapkan seperti batu alam, kayu, dan lainnya.

Pulau Bali adalah pulau dengan segala keunikan, kekayaan alam, budaya, dan pesona yang menjadi salah satu tujuan wisata dunia. Mayoritas penduduk yang tinggal di Pulau Bali adalah pemeluk agama Hindu dengan adat istiadat leluhur yang sangat kental. Bali Aga merupakan sebutan diberikan untuk desa yang menjadi cikal bakal penduduk pulau Bali seperti desa adat Tenganan Pegringsingan, Trunyan dan Sembiran. Ketiga desa ini memiliki tradisi unik yang berbeda-beda. Pada pembahasan ini akan berfokus pada desa adat Tenganan Pegringsingan.

Tenganan Pegringsingan merupakan sebuah desa kuno yang terletak di kecamatan Manggis, kabupaten Karangasem, Bali. Desa ini berada di antara pegunungan yang membentang di bagian barat dan timurnya. Di bagian utaranya, terdapat ladang dan sawah. Sedangkan, di bagian selatan desa yang menghadap ke arah laut terdapat Desa Padesahan. Menurut data Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Bali (2015), dari kota Denpasar, desa ini berjarak ± 66 km menuju ke arah timur, sedangkan dari kota Amlapura berjarak ± 15 km ke arah barat. Keberadaan desa ini sudah ada sejak lama dan disebutkan dalam prasasti Ujung dari abad ke 11.

Dibandingkan dengan desa-desa pada umumnya di Bali, Tenganan Pegringsingan merupakan desa yang unik dan memiliki daya tarik wisata tersendiri. Parwa (komunikasi pribadi, Maret 22, 2018) mengatakan bahwa dalam pengembangan pariwisata, desa ini termasuk dalam kategori wisata budaya dan ekowisata. Melalui buku Dr. V.E. Korn yang diterbitkan pada tahun 1933, De Dorpsrepubliek Tenganan Pegringsingan, desa ini pertama kali diperkenalkan kepada publik. Desa ini memiliki banyak warisan budaya yang diturunkan secara turun temurun oleh nenek moyangnya yang hingga saat ini dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

Contoh keunikan dalam kesenian dan tradisi yang dimiliki desa Tenganan Pegringsingan adalah kain gringsing. Gringsing merupakan warisan budaya. Kegiatan menenun merupakan kreativitas yang dimiliki dan diwariskan secara turunmenurun di Tenganan. Kain gringsing berasal dari kata “gring” (sakit) dan “sing” (tidak) dari pengetahuan tersebut melahirkan keyakinan bahwa kain gringsing dapat menyembuhkan penyakit. Menurut pandangan orang tenganan, gringsing mengandung nilai magis, gringsing dikenal sebagai tenun ikat ganda dan motif gringsing membentuk tanda tambah yang menggambarkan filosofi hidup orang tenganan yaitu keseimbangan.

Pada dasarnya, kain gringsing hanya terdiri dari 3 warna yaitu merah mencerminkan api (dibuat dari kulit mengkudu), putih mencerminkan air (dibuat minyak kemidiri), dan hitam mencerminkan angin (dibuat dari daun talu). Filosofis tiga komponen warna tersebut adalah upaya dalam menjaga keseimbangan, namun,

modifikasi kain gringsing menandai bahwa gringsing telah mengikuti perkembangan dunia fashion.

Earth tone dan *beige tone*, warna-warna ini dipilih karena untuk mewakili unsur natural yang memancarkan kehangatan. Arti dari warna-warna dalam *earth tone* sendiri antara lain aman, proteksi, kokoh, tahan lama dan kasar. Warna-warna dalam *earth tone* sering kali diasosiasikan dengan tanah, hutan, kayu dan pedesaan. Sedangkan, untuk warnawarna dalam beige tone memiliki arti tenang, rileks dan nyaman. (Creative Color Schemes, 2011).

Dapat diambil contoh hotel kapsul yang menerapkan budaya nusantara pada interiornya adalah Lini Luxury Capsule Hotel Jakarta, lihat contoh tersebut pada gambar 1 dan gambar 2.



Gb.1 dan Gb.2 Penerapan Budaya Indonesia pada Interior Lini Luxury Capsule Hotel Jakarta
(sumber: <https://kinicapsule.com/>, Diakses pada 2 Mei 2020)

Melalui beberapa aspek inilah hotel kapsul yang dirancang di dalam mall dapat mempertahankan identitas dan suasana ruang dalam menghadapi perbedaannya fungsi hotel dan mall itu sendiri.

KESIMPULAN

- A. Berdasarkan hasil yang telah di bahas pada penulisan ini yaitu adanya permasalahan-permasalahan terkait lokasi hotel yang berada di dalam mall, dengan pendekatan target pemasaran dan keuntungan lokasi hotel itu sendiri maka ada beberapa solusi yang telah disimpulkan pada penulisan ini, kesimpulan tersebut ialah.
- B. Pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancongan dan turisme. Bali merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki daya tarik wisatawan nasional dan internasional karena keindahan alam dan keunikan *culture* (budaya).
- C. Peningkatan angka wisatawan, berdampak pula terhadap munculnya hotel sebagai tempat menginap dan beristirahat para wisatawan lokal maupun mancanegara untuk sementara waktu. Perkembangan desain interior hotel saat ini, lebih mengacu pada peningkatan kenyamanan pengguna hotel.

- D. Target konsumen hotel ini adalah wisatawan yang memerlukan tempat istirahat untuk melakukan rencana perjalanan maupun wisatawan dengan *budget* terbatas seperti *backpacker*.
- E. Berbeda halnya dengan hotel, mall merupakan tempat untuk kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli, juga berfungsi sebagai tempat untuk berkumpul atau berekreasi. Menciptakan hotel kapsul dengan keistimewaan lokasi yang berada di dalam mall dapat menarik minat wisatawan maka bisa memberi karakteristik nilai budaya Bali pada suasana ruang seperti menerapkan konsep Tri Hita Kirana pada zoning, motif gringsing pada ornament, maupun pemilihan warna dari berbagai nilai budaya Bali yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- A.K Bhatia. (2008). International Tourism Management.
- Arsitur.com. (2015). Pengertian Definisi Mall. Diakses pada 2 Mei 2020.
<https://www.arsitur.com/2015/10/pengertian-definisi-mall-menurut.html>
- Budaya Global. Jurnal kajian Bali Vol.06 No.01
- Creative Color Schemes. (2011). Free color schemes, color combinations, and color palettes for print (CMYK) and Web (RGB + HEX).
- Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Bali. (2015). Informasi Daya Tarik Wisata di Bali Tahun 2014. Denpasar: Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Bali
- Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Bali. (2018). Statistik.
- Hauser-Schäublin, B., Nabholz-Kartaschoff, M., & Ramseyer, U. (1991). Balinese Textiles. Singapore: Periplus Editions (HK) Ltd.
<http://e-journal.uajy.ac.id/10014/3/2TA11406.pdf>
https://sinta.unud.ac.id/uploads/dokumen_dir/9fc2f1a358a654acf57795eb8a201b9e.pdf
- Kinincapsule.com. (2020). Kini Capsule Hotel. Diakses pada 2 Mei 2020.
<https://kinincapsule.com/>
- Lodra, I Nyoman. 2016. Komodifikasi Makna Tenun Gringsing sebagai “Soft Power” Menghadapi
- Widiarsani, Ni Made., Sulistyawati, Agung Sri., & Aryanti, Ni Nyoman Sri. (2018). Identifikasi dan Persepsi Wisatawan Terhadap Capsule Hotel di Kuta Bali. Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas Vol. 2, No. 1