



Redesain Interior Hotel Platinum Balikpapan Berbasis Budaya Lokal untuk Daya Saing Global MICE

Rosega Lantang Yuliansyah¹¹ Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

*Corresponding author

E-mail addresses: segayulant@gmail.com**ARTICLE INFO****Article history:**

Received June 15, 2026

Revised June 30, 2026

Accepted July 31, 2026

Available online August 13, 2026

Kata Kunci:

ekonomi kreatif; daya saing global; desain budaya; pengalaman pengunjung

Keywords:

Creative Economy; Global Competitiveness; Cultural-Based Design; Visitor Experience



This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.
Copyright © 2026 by Author. Published by Yayasan Sagita Akademia Maju.

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi kreatif mendorong sektor hospitality untuk menghadirkan diferensiasi berbasis nilai budaya sebagai strategi peningkatan daya saing global. Industri perhotelan, khususnya hotel bisnis yang melayani sektor Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition (MICE), dituntut tidak hanya memenuhi standar internasional, tetapi juga memiliki identitas lokal yang kuat. Hotel Platinum Balikpapan sebagai salah satu hotel bisnis di Kota Balikpapan menghadapi tantangan dalam menciptakan karakter interior yang mampu merepresentasikan budaya lokal Kalimantan Timur sekaligus mendukung aktivitas MICE secara optimal. Permasalahan utama terletak pada belum optimalnya integrasi nilai budaya lokal dalam elemen interior serta kurangnya diferensiasi visual dibandingkan hotel sejenis. Padahal, Kalimantan Timur memiliki kekayaan budaya seperti motif Dayak, material lokal, dan filosofi ruang tradisional yang berpotensi menjadi nilai tambah desain. Penelitian ini bertujuan merumuskan konsep redesign interior berbasis budaya lokal sebagai strategi ekonomi kreatif untuk meningkatkan citra dan daya saing global hotel. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi, studi literatur,

dokumentasi, dan analisis komparatif. Hasil yang diharapkan berupa konsep desain interior yang memperkuat identitas lokal, meningkatkan pengalaman pengguna, serta memperkuat positioning hotel.

ABSTRACT

The development of the creative economy has encouraged the hospitality sector to create differentiation based on cultural values as a strategy to enhance global competitiveness. The hotel industry, particularly business hotels serving the Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition (MICE) sector, is required not only to meet international standards but also to establish a strong local identity. Hotel Platinum Balikpapan, as one of the business hotels in Balikpapan City, faces challenges in developing an interior character that represents the local culture of East Kalimantan while optimally supporting MICE activities. The primary issue lies in the suboptimal integration of local cultural values into interior elements and the lack of visual differentiation compared to similar hotels. In fact, East Kalimantan possesses rich cultural assets, such as Dayak motifs, local materials, and traditional spatial philosophies, which have strong potential to enhance design value. This study aims to formulate a local culture-based interior redesign concept as a creative economy strategy to improve the hotel's image and global competitiveness. The research employs a descriptive qualitative approach through observation, literature review, documentation, and comparative analysis. The expected outcome is an interior design concept that strengthens local identity, enhances user experience, and reinforces the hotel's positioning in the national and international MICE market.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif mendorong sektor industri, termasuk perhotelan, untuk mengintegrasikan nilai budaya sebagai strategi meningkatkan daya saing global. Menurut United Nations Conference on Trade and Development, ekonomi kreatif berkontribusi dalam menciptakan nilai tambah melalui pemanfaatan kreativitas dan budaya. Dalam konteks hotel bisnis, khususnya yang melayani *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition* (MICE), tidak hanya dibutuhkan standar fasilitas internasional, tetapi juga identitas ruang yang kuat dan diferensiatif (Yammiyavar & Roy, 2021).

Kota Balikpapan sebagai pusat kegiatan bisnis di Kalimantan Timur memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor MICE. Namun, kondisi interior Hotel Platinum Balikpapan masih cenderung generik dan belum merepresentasikan karakter budaya lokal secara optimal. Padahal, pengalaman ruang berperan penting dalam membentuk persepsi dan citra pengguna terhadap suatu bangunan (Pine & Gilmore, 1999).

Kalimantan Timur memiliki kekayaan budaya seperti motif Dayak, material lokal, dan filosofi ruang tradisional yang berpotensi menjadi identitas desain interior. Penerapan budaya lokal tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga membentuk *sense of place* yang memperkuat keterikatan pengguna terhadap ruang (Relph, 1976). Namun, penelitian sebelumnya masih cenderung menekankan aspek visual, belum mengintegrasikan budaya lokal secara menyeluruh dalam kebutuhan fungsional ruang, khususnya pada hotel berbasis MICE (Rapoport, 2005).

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan merumuskan konsep redesain interior Hotel Platinum Balikpapan berbasis budaya lokal untuk meningkatkan citra dan daya saing global. Pendekatan desain menekankan integrasi nilai budaya lokal dalam elemen interior secara fungsional dan estetis guna menciptakan *sense of place* yang kuat dan pengalaman ruang yang optimal.



Gambar 1. Lokasi Penelitian Hotel Platinum Balikpapan
Sumber : Pribadi.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-eksploratif yang dipadukan dengan metode perancangan (design research) untuk memahami kondisi eksisting ruang interior hotel sekaligus menghasilkan solusi desain yang kontekstual dan aplikatif. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengakomodasi proses analisis yang mendalam terhadap fenomena ruang serta mengintegrasikannya dengan proses kreatif dalam perancangan interior.

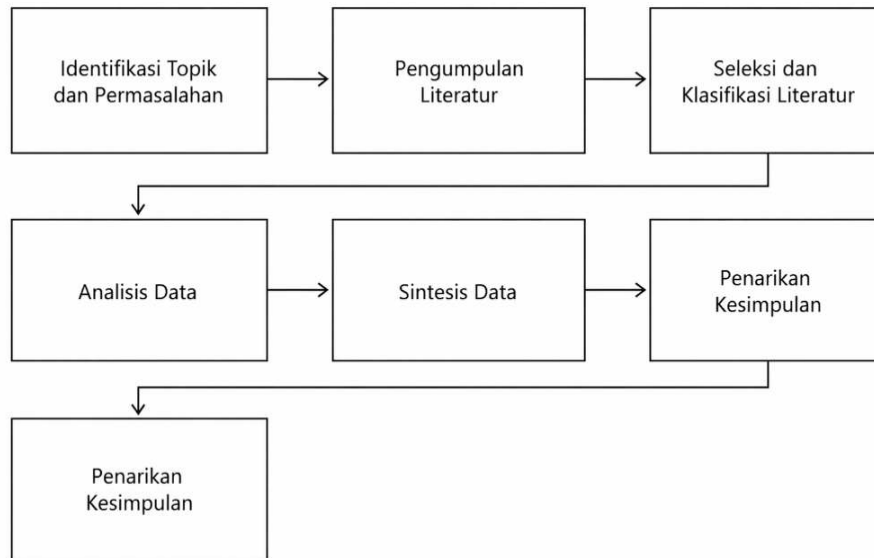
Penelitian dilakukan di Hotel Platinum Balikpapan dengan fokus pada area lobby, ruang MICE, serta area pendukung lainnya yang memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman pengguna. Subjek penelitian meliputi pengguna ruang seperti tamu hotel, pengunjung kegiatan MICE, serta pihak manajemen yang terlibat dalam operasional ruang.

Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap kondisi fisik ruang, dokumentasi visual, serta pengamatan terhadap aktivitas dan pola penggunaan ruang oleh pengguna. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang berkaitan dengan desain interior hotel, budaya lokal Kalimantan Timur, serta konsep pengalaman ruang dan sense of place sebagai landasan teoritis dalam perancangan.

Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati tata letak ruang, pola sirkulasi, serta elemen interior yang membentuk karakter ruang, kemudian didukung dengan dokumentasi visual sebagai bahan analisis lebih lanjut. Selain itu, dilakukan pula studi komparatif terhadap hotel sejenis yang telah mengintegrasikan budaya lokal dalam desain interiornya sebagai referensi dalam pengembangan konsep.

Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui proses reduksi data yang berfokus pada aspek fungsi, estetika, dan identitas ruang. Selanjutnya, dilakukan analisis pengalaman ruang untuk memahami persepsi dan kenyamanan pengguna terhadap lingkungan interior, serta analisis budaya lokal guna mengidentifikasi elemen-elemen yang berpotensi diintegrasikan ke dalam desain. Proses ini dilanjutkan dengan analisis kesenjangan antara kondisi eksisting dan standar desain ideal hotel berbasis MICE untuk menemukan permasalahan utama yang perlu diselesaikan.

Tahap sintesis dilakukan dengan merumuskan konsep desain yang mengintegrasikan penguatan identitas budaya lokal dengan pengaturan zonasi dan sirkulasi ruang yang efektif, serta transformasi elemen interior seperti warna, material, bentuk, dan ornamen. Keseluruhan proses ini menghasilkan konsep redesign interior yang tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman ruang, tetapi juga memperkuat citra dan daya saing global Hotel Platinum Balikpapan dalam konteks industri hospitality berbasis MICE.



Gambar 2. Diagram Alur Penelitian
Sumber : Pribadi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Interior hotel bisnis tidak hanya berfungsi sebagai ruang akomodasi, tetapi juga sebagai media representasi identitas dan pengalaman ruang yang membentuk persepsi pengguna. Pada Hotel Platinum Balikpapan, redesain interior diarahkan untuk mengintegrasikan budaya lokal Kalimantan Timur ke dalam elemen ruang secara holistik.

Pendekatan budaya lokal dalam desain interior diwujudkan melalui konstruksi sense of place, di mana ruang tidak hanya memiliki fungsi, tetapi juga makna. Penerapan motif Dayak, penggunaan material lokal, serta reinterpretasi filosofi ruang tradisional menjadi strategi dalam menciptakan identitas visual yang kuat. Elemen-elemen tersebut tidak diaplikasikan secara dekoratif semata, tetapi diolah secara kontekstual agar sesuai dengan kebutuhan ruang hotel modern.

Dalam aspek tata ruang, perancangan zonasi dan sirkulasi menjadi elemen penting dalam mendukung aktivitas MICE. Ruang lobby dirancang sebagai area transisi yang representatif dengan visual statement berbasis budaya lokal, sementara ruang konvensi dan meeting didesain fleksibel untuk mengakomodasi berbagai skala kegiatan. Sirkulasi dirancang jelas dan intuitif untuk meningkatkan kenyamanan serta kemudahan orientasi pengguna.

Pengalaman ruang juga diperkuat melalui pengolahan elemen interior seperti pencahayaan, warna, dan material. Warna-warna yang diadaptasi dari budaya lokal dikombinasikan dengan palet modern untuk menciptakan keseimbangan antara tradisional dan kontemporer. Material alami seperti kayu dan tekstil etnik digunakan untuk menghadirkan kesan hangat dan autentik.

Selain itu, integrasi teknologi dalam ruang MICE menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing global. Penataan interior harus mampu mengakomodasi kebutuhan audiovisual, fleksibilitas ruang, serta kenyamanan pengguna tanpa menghilangkan identitas lokal.

Dengan demikian, redesain interior Hotel Platinum Balikpapan tidak hanya berfokus pada estetika, tetapi juga pada pengalaman pengguna, identitas budaya, serta fungsi ruang sebagai bagian dari ekosistem hospitality modern.



Gambar 3. Tree Methode Konsep Perancangan
Sumber : Pribadi

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa redesain interior Hotel Platinum Balikpapan berbasis budaya lokal memiliki posisi strategis dalam membangun identitas hotel sekaligus meningkatkan daya saing pada sektor MICE. Temuan ini memperlihatkan bahwa interior hotel tidak hanya berfungsi sebagai fasilitas pendukung aktivitas akomodasi, tetapi juga sebagai medium komunikasi identitas dan pembentuk pengalaman pengguna. Integrasi budaya lokal melalui motif Dayak, material lokal, serta reinterpretasi filosofi ruang tradisional memungkinkan hotel memiliki karakter yang lebih spesifik dibandingkan pendekatan interior yang bersifat generik. Temuan tersebut sejalan dengan pandangan Relph (1976) bahwa karakter suatu tempat terbentuk melalui hubungan antara ruang, makna, dan pengalaman manusia, serta Rapoport (2005) yang menekankan pentingnya konteks budaya dalam membentuk lingkungan binaan. Dengan demikian, budaya lokal dalam konteks redesain bukan sekadar unsur estetis, tetapi menjadi instrumen untuk membangun *sense of place* dan memperkuat citra hotel.

Penggunaan elemen budaya lokal juga menunjukkan pentingnya proses reinterpretasi daripada reproduksi budaya secara literal. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa motif Dayak, material alami, dan unsur tradisional perlu diolah secara kontekstual agar dapat berintegrasi dengan karakter hotel modern. Pendekatan ini penting karena penggunaan ornamen budaya secara berlebihan berpotensi menjadikan identitas lokal hanya sebagai dekorasi tanpa hubungan dengan fungsi ruang. Sebaliknya, ketika elemen budaya diterapkan melalui bentuk, material, warna, tekstur, dan pengalaman ruang, identitas lokal dapat hadir secara lebih subtil sekaligus relevan dengan kebutuhan pengguna. Hal ini memperkuat konsep *cultural ergonomics* yang menempatkan budaya sebagai bagian dari pengalaman manusia ketika berinteraksi dengan lingkungan desain (Yammiyavar & Roy, 2021). Dengan demikian, kontribusi utama desain bukan hanya menghadirkan simbol budaya, tetapi mentransformasikan nilai budaya menjadi pengalaman ruang yang dapat dirasakan pengguna.

Pada aspek fungsi, hasil penelitian menegaskan bahwa identitas budaya harus berjalan seimbang dengan kebutuhan operasional hotel berbasis MICE. Lobby, ruang meeting, dan ruang konvensi memiliki tuntutan aktivitas yang berbeda sehingga memerlukan zonasi dan sirkulasi yang jelas. Lobby berfungsi sebagai ruang transisi sekaligus representasi awal identitas hotel, sedangkan ruang MICE membutuhkan fleksibilitas konfigurasi, kemudahan orientasi, serta dukungan teknologi audiovisual. Temuan ini memperlihatkan bahwa desain berbasis budaya tidak dapat dipisahkan dari prinsip fungsionalitas ruang. Dalam konteks pengalaman pengguna, kualitas lingkungan fisik dapat memengaruhi persepsi terhadap layanan dan organisasi yang menggunakan ruang tersebut, sebagaimana dijelaskan melalui konsep *servicescape* oleh Bitner (1992). Oleh karena itu, keberhasilan redesain tidak hanya ditentukan oleh seberapa kuat unsur budaya ditampilkan, tetapi juga oleh kemampuan desain dalam memberikan kenyamanan, kemudahan, dan fleksibilitas bagi pengguna.

Pengolahan warna, pencahayaan, dan material memperkuat hubungan antara identitas lokal dan pengalaman ruang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan warna yang terinspirasi dari budaya lokal dengan palet modern dapat menciptakan keseimbangan antara karakter tradisional dan kontemporer. Demikian pula, penggunaan kayu dan tekstil etnik memberikan kesan hangat dan autentik tanpa menghilangkan citra hotel modern. Temuan ini mendukung perspektif *experience economy* yang menempatkan pengalaman sebagai salah satu sumber penciptaan nilai bagi pengguna (Pine & Gilmore, 1999). Dalam konteks hotel, pengalaman tersebut tidak hanya dibentuk melalui pelayanan, tetapi juga melalui lingkungan fisik yang mampu menghadirkan suasana, identitas, dan kesan yang berbeda. Karena itu, redesain berbasis budaya memiliki potensi untuk meningkatkan nilai pengalaman pengunjung sekaligus membangun diferensiasi hotel dalam lingkungan persaingan hospitality.

Aspek lain yang menjadi penting adalah integrasi teknologi dengan identitas budaya. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa ruang MICE harus mampu mengakomodasi kebutuhan audiovisual, fleksibilitas ruang, dan kenyamanan pengguna tanpa menghilangkan karakter lokal. Hal ini menunjukkan bahwa budaya dan teknologi tidak perlu ditempatkan sebagai dua elemen yang berlawanan.

Sebaliknya, teknologi dapat diintegrasikan secara tidak dominan ke dalam desain sehingga fungsi modern tetap optimal sementara identitas lokal tetap menjadi karakter utama ruang. Pendekatan tersebut memperkuat posisi hotel sebagai bagian dari industri hospitality yang tidak hanya mengandalkan estetika, tetapi juga kemampuan menyediakan lingkungan yang adaptif terhadap perkembangan aktivitas MICE. Dengan demikian, novelty konseptual penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan budaya lokal, *sense of place*, kebutuhan fungsional MICE, pengalaman pengguna, dan teknologi dalam satu kerangka redesain interior.

Secara keseluruhan, pembahasan menunjukkan bahwa redesain interior Hotel Platinum Balikpapan berbasis budaya lokal dapat dipahami sebagai strategi desain yang menghubungkan identitas budaya dengan kebutuhan industri hospitality modern. Integrasi budaya yang dilakukan secara kontekstual mampu memperkuat karakter ruang, sementara zonasi, sirkulasi, material, pencahayaan, dan teknologi memastikan bahwa identitas tersebut tetap berjalan bersama kebutuhan fungsional. Dengan pendekatan demikian, interior hotel tidak lagi hanya diposisikan sebagai elemen estetika, tetapi sebagai aset strategis yang membentuk pengalaman pengguna, memperkuat *sense of place*, dan mendukung diferensiasi hotel dalam pasar MICE.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Redesain interior Hotel Platinum Balikpapan berbasis budaya lokal dapat menjadi strategi untuk memperkuat identitas ruang sekaligus meningkatkan daya saing hotel dalam sektor MICE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi motif Dayak, material lokal, filosofi ruang tradisional, serta pengolahan warna, pencahayaan, dan material secara kontekstual mampu membangun *sense of place* dan meningkatkan karakter pengalaman pengguna. Pada saat yang sama, pengaturan zonasi, sirkulasi, fleksibilitas ruang, dan integrasi teknologi audiovisual memastikan bahwa identitas budaya tetap selaras dengan kebutuhan operasional hotel modern. Dengan demikian, redesain interior tidak hanya menghasilkan nilai estetis, tetapi juga mengintegrasikan aspek budaya, fungsi, pengalaman pengguna, dan teknologi sebagai satu kesatuan untuk memperkuat citra serta positioning Hotel Platinum Balikpapan dalam persaingan industri hospitality berbasis MICE.

Saran

Pengembangan desain interior Hotel Platinum Balikpapan selanjutnya disarankan untuk memperkuat integrasi budaya lokal Kalimantan Timur tidak hanya pada aspek visual, tetapi juga melalui pengalaman ruang, kenyamanan pengguna, dan kebutuhan operasional MICE. Penelitian berikutnya dapat melibatkan evaluasi langsung terhadap persepsi dan pengalaman pengguna setelah penerapan desain, serta mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan pemanfaatan teknologi dalam desain interior. Bagi pihak Hotel Platinum Balikpapan, konsep redesain ini dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan interior yang merepresentasikan identitas budaya lokal, meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pengguna, serta memperkuat daya saing hotel pada sektor MICE.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Barrett, P., Treves, A., Shmis, T., Ambasz, D., & Ustinova, M. (2020). *The impact of school infrastructure on learning: A synthesis of the evidence*. World Bank Group.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71.
- Ching, F. D. K. (2014). *Interior design illustrated* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Lawson, B. (2001). *The language of space*. Architectural Press.
- Pile, J. F. (2007). *A history of interior design* (3rd ed.). Laurence King Publishing.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre and every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Rapoport, A. (2005). *Culture, architecture, and design*. Locke Science Publishing Company.
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. Pion Limited.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2022). *Creative economy outlook: Trends in international trade in creative industries*. United Nations.
- Yammiyavar, P., & Roy, A. (2021). Cultural ergonomics in design: Enhancing user experience through cultural integration. *International Journal of Design*, 15(2), 45–58