



Pembuatan *Booklet* Hotel, Tempat Wisata, dan Kuliner Khas Bandung di Favehotel Hyper Square Bandung

Zalfa Dika Azahra¹, Sri Surjani Tjahjawati^{2*}, Tangguh Dwi Pramono³,
Naafi Yudha Diputra⁴

¹⁻⁴Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Indonesia

Alamat: Jl. Gegerkalong Hilir, Ciwaruga, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat
Kode Pos 40559

*Korespondensi penulis: srisuryani406@gmail.com

Abstract. Bandung, as a primary tourist destination in Indonesia, offers diverse attractions including nature, culture, and distinctive local cuisine. The increasing number of visitors necessitates practical and engaging information media to assist them in planning their trips effectively. This project aimed to design a comprehensive booklet serving as a guide to Bandung's tourism and culinary delights, specifically for guests staying at Favehotel Hyper Square Bandung, which previously lacked such a dedicated digital or physical resource. Employing a Research and Development (R&D) methodology, this project adapted a development model encompassing several stages: identifying potential and problems, data collection, product design, design validation, design revision, product testing, and final revision. To assess the developed booklet's feasibility and effectiveness, an evaluation was conducted through questionnaires distributed to respondents. The data from these questionnaires were then analyzed using a quantitative descriptive analysis method, calculating the average scores for each statement. The project's findings indicate that the booklet received positive responses from respondents, with high average scores across its content, visual presentation, and ease of use. Consequently, this booklet is deemed suitable for use as an information and promotional tool for tourism within the Favehotel Hyper Square Bandung environment.

Keywords: Booklet, Favehotel Hyper Square, Promotional Media, Tourist Information, Typical Bandung Culinary.

Abstrak. Bandung, sebagai destinasi wisata utama Indonesia, menawarkan daya tarik alam, budaya, dan kuliner khas. Meningkatnya jumlah wisatawan menuntut media informasi praktis. Proyek ini bertujuan merancang *booklet* sebagai panduan wisata dan kuliner Bandung untuk tamu Favehotel Hyper Square, yang sebelumnya tidak memiliki media serupa. Mengadaptasi metode *Research and Development* (R&D), proyek ini melalui tahap potensi & masalah, pengumpulan data, desain produk, validasi, revisi, uji coba, dan revisi akhir. Kelayakan dan efektivitas *booklet* diukur melalui kuesioner, dengan analisis deskriptif kuantitatif berdasarkan skor rata-rata. Hasilnya menunjukkan *booklet* ini mendapat tanggapan positif dengan nilai rata-rata tinggi pada aspek isi, tampilan visual, dan kemudahan penggunaan. Dengan demikian, *booklet* ini dinilai layak sebagai media informasi dan promosi wisata di Favehotel Hyper Square Bandung.

Kata Kunci: Booklet, Favehotel Hyper Square, Informasi Wisata, Kuliner Khas Bandung, Media Promosi.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi yang kian pesat secara bertahap telah mengubah berbagai aspek aktivitas manusia ke arah yang lebih digital, bertujuan untuk mewujudkan kemudahan dan efisiensi di berbagai bidang. Dalam konteks bisnis, pemanfaatan teknologi digital terbukti mampu meningkatkan produktivitas dan kinerja karyawan, mengoptimalkan biaya operasional, serta, yang terpenting, meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan pandangan Panggabean (2020) yang menegaskan bahwa teknologi digital memiliki peran krusial dalam

suatu perusahaan, khususnya dalam mengoptimalkan sumber daya yang ada. Di sisi lain, Kota Bandung telah lama dikenal sebagai destinasi wisata unggulan, menarik wisatawan domestik maupun internasional dengan kekayaan seni dan budaya, situs bersejarah, hingga keindahan alam yang memukau. Fenomena ini turut mendorong pertumbuhan pesat industri perhotelan di Indonesia, termasuk di Bandung. Hotel, sebagai penyedia jasa akomodasi, menawarkan tempat tinggal sementara lengkap dengan berbagai fasilitas penunjang kebutuhan wisatawan dan masyarakat umum, yang dikelola secara profesional dan beroperasi selama 24 jam, sebagaimana dijelaskan oleh Susanti & Oktafia (2020).

Dalam menghadapi persaingan bisnis di bidang hospitality yang semakin ketat, penyediaan pelayanan berkualitas tinggi menjadi faktor penentu keberhasilan hotel dan kunci untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tolok ukur utama kualitas pelayanan dan dapat dilihat dari respons emosional mereka saat menggunakan jasa hotel. Menurut Rebeeka Sartika Sibadalok (2022), kepuasan pelanggan adalah acuan terpenting untuk meningkatkan kualitas pelayanan di hotel, salah satu faktor utamanya adalah kinerja karyawan yang berinteraksi langsung dengan tamu. Namun, selain interaksi personal, informasi yang lengkap dan akurat yang diberikan oleh resepsionis juga memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan informasi yang utuh dan tepat, tamu akan merasa lebih yakin dan nyaman, yang pada gilirannya akan berdampak signifikan pada kelangsungan hidup hotel tersebut.

Kualitas pelayanan yang prima sangat bergantung pada ketersediaan informasi yang lengkap dan akurat. Informasi ini memungkinkan resepsionis untuk memberikan layanan yang unggul, yang menjadi pembeda penting hotel dari para pesaingnya di tengah persaingan yang intens. Kesempurnaan informasi tidak hanya memengaruhi keputusan tamu untuk memilih hotel, tetapi juga membantu mempertahankan mereka. Mengingat bahwa tamu hotel datang dari berbagai daerah bahkan negara, kebutuhan akan informasi yang komprehensif mengenai fasilitas dan layanan hotel, serta panduan mengenai tempat-tempat menarik di sekitar destinasi, menjadi sangat vital. Resepsionis memiliki peran krusial dalam menyampaikan informasi ini, memastikan tamu merasa dihargai dan terinformasi dengan baik.

Penyediaan informasi yang mendetail mengenai fasilitas hotel, destinasi wisata, dan kuliner khas Bandung secara signifikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Tamu akan merasa senang dan terkesan karena diberikan sesuatu yang bernilai, yang mungkin belum terpikirkan oleh mereka sebelumnya. Kesan pertama merupakan aspek yang sangat penting dalam industri perhotelan; jika tamu menerima kesan yang positif saat pertama kali berkunjung dan menginap, besar kemungkinan mereka akan merasa senang dan kembali lagi di kemudian

hari. Oleh karena itu, kolaborasi antara peran karyawan yang profesional dan fasilitas yang memadai sangatlah esensial dalam membentuk kesan positif dan kepuasan tinggi bagi pelanggan.

Favehotel Hyper Square, dengan lokasinya yang strategis di Kawasan Hyper Square, dekat dengan stasiun kereta api, bandara, dan pusat perbelanjaan di Jalan Pasir Kaliki No. 25-27, Bandung, memiliki potensi besar untuk mengoptimalkan layanan informasinya. Dipimpin oleh General Manager Handik Widodo, hotel ini dikenal dengan desainnya yang unik, inspiratif, menyenangkan, dan ramah anggaran. Berdasarkan penjelasan ini, menjadi sangat penting bagi Favehotel Hyper Square untuk memiliki sistem booklet yang belum tersedia, yang terdiri dari informasi hotel, tempat wisata, dan kuliner khas Bandung. Booklet ini akan menjadi alat bantu bagi para wisatawan yang bertanya langsung mengenai daya tarik di Bandung, sekaligus memudahkan karyawan Front Office dalam memberikan informasi yang lengkap mengenai fasilitas hotel, serta tempat-tempat menarik di Bandung. Penggunaan booklet ini dapat disajikan dalam bentuk fisik di meja Front Office, maupun dalam bentuk digital melalui barcode yang dapat dipindai, atau bahkan ditampilkan di televisi setiap kamar hotel.

2. KAJIAN TEORITIS

Berdasarkan pengertian *booklet* merupakan buku yang berukuran kecil berfungsi sebagai selebaran. *Booklet* dapat disajikan dalam beragam bentuk dan ukuran. Umumnya, *booklet* terdiri dari beberapa halaman dan berukuran A4. Selain dalam bentuk fisik, *booklet* juga kini tersedia dalam bentuk elektronik atau digital yang akan menjadikan informasi berupa teks dan gambar yang bisa dibuka melalui device seperti laptop, komputer, smartphone, dan lain-lain.

Menurut Permatasari dalam (Winoto et al., 2021) *Booklet* adalah adalah buku kecil yang berfungsi sebagai representasi suatu perusahaan dan detail produknya, berfungsi sebagai media komunikasi, *booklet* berfungsi sebagai alat promosi, anjuran, dan informasi kepada masyarakat. Dengan bentuk cetakan yang berisi gambar dan tulisan, *booklet* memungkinkan masyarakat memahami pesan yang terkandung di dalamnya dengan lebih efektif. Oleh karena itu, *Booklet* adalah sarana komunikasi yang efektif dan banyak digunakan dalam pemasaran, pendidikan, serta promosi produk. Keunggulannya terletak pada kemampuannya menyampaikan informasi secara menarik dan mudah dicerna oleh pembaca.

Design merupakan proses yang cukup kompleks, tetapi ada beberapa tahapan umum menurut (Nasional, 2022) ketika melakukan *design*, yakni:

a) Temukan inspirasi *design*

Inspirasi *design* dapat bersumber dari tokoh ternama, aplikasi, dan buku.

b) Tentukan *Collour Pallate*

Warna merupakan hal penting yang harus ditentukan. Hal ini akan menentukan konsistensi naunsa pada desain.

c) Tambahkan Elemen

Elemen akan berguna untuk mendukung poin-poin penting dari informasi yang akan digunakan.

d) Evaluasi Hasil Desain

Evaluasi dilakukan untuk mengatasi kekurangan desain yang telah dibuat.

Menurut (Anisah, 2022), fungsi *booklet* dapat dikategorikan menjadi 2, yakni:

a) Media promosi

Booklet menawarkan solusi pemasaran yang hemat biaya. Sebagai media promosi yang efektif, *booklet* sangat ideal untuk memperkenalkan, memamerkan, dan memublikasikan produk atau jasa kepada audiens internal maupun eksternal perusahaan.

b) Media informasi

Terdapat informasi detail terkait jasa, produk, atau sebuah proses.

Informasi memiliki manfaat bagi pemilik perusahaan maupun bagi pelanggan. Dalam (Farhan, 2023) informasi yang lengkap mempermudah pelanggan dalam membuat keputusan karena mereka memiliki akses terhadap detail penting seperti fasilitas, harga, lokasi, dan ulasan dari pelanggan lain. Selain itu, informasi yang memadai juga memberdayakan staf seperti resepsionis untuk memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan mutu layanan perusahaan secara keseluruhan.

Selain itu menurut (Citra, 2021) salah satu manfaat dari informasi yang lengkap adalah meningkatkan kepuasanpelanggan, karena dengan informasi tersebut dapat membangun kepercayaan pelanggan dan kesetiaan pelanggan terhadap hotel.

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan atau gagasan dari satu orang ke orang lain, dengan tujuan akhir untuk mencapai saling pengertian atau konsensus terhadap pesan atau gagasan yang disampaikan, sehingga memungkinkan kolaborasi dan pengambilan keputusan yang efektif. Berdasarkan pengertian, komunikasi diartikan sebagai

proses pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih. Tujuan akhir dari komunikasi adalah agar pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan dari pelayanan prima, maka dari itu setiap perusahaan khususnya frontliner berkewajiban untuk mencapai kepuasan pelanggandengan mengetahui siapa pelanggannya agar dapat mengidentifikasi apa keinginan dari pelanggan.

Salah satu faktor kunci yang memengaruhi kepuasan pelanggan, sebagaimana dikutip oleh (Citra, 2021) adalah layanan karyawan. Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kualitas layanan, di mana layanan berkualitas tinggi mengarah pada kepuasan pelanggan yang tinggi. Oleh karena itu, setiap karyawan harus berusaha memberikan layanan yang luar biasa, dengan bertanggung jawab memastikan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Media promosi memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan harapan wisatawan sebelum mereka mengunjungi suatu destinasi. Selain itu Informasi yang disampaikan melalui berbagai media, terutama media digital, dapat mempengaruhi keputusan berkunjung dan tingkat kepuasan yang dirasakan. Dalam penelitiannya (Wahyuni et al., 2025) menemukan bahwa pemasaran melalui media sosial dan citra destinasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di sektor pariwisata.

Bandung merupakan salah satu destinasi wisata utama di Indonesia yang menawarkan berbagai daya tarik, mulai dari keindahan alam, warisan budaya, hingga inovasi dalam bidang kuliner dan fesyen. Kota ini dikenal dengan udara yang sejuk, pemandangan alam yang indah, serta keragaman budaya yang menjadi magnet bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Menurut (BS et al., 2021) pengembangan daya tarik wisata di Kabupaten Bandung dilakukan melalui pendekatan nilai publik, legitimasi, dan dukungan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan pariwisata tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai sosial dan lingkungan. Salah satu contoh pengembangan wisata di Bandung adalah Dusun Bambu, yang mengusung konsep ekowisata dengan memadukan keindahan alam dan budaya lokal. (Utami, 2019) menyatakan bahwa Dusun Bambu memiliki potensi sebagai daya tarik unggulan ekowisata di Bandung

3. METODE PENELITIAN

Proyek ini dibuat berdasarkan metode *research and developmmment (R&D)* menurut (Rumetna et al., 2020). Adapun tahap metode *research and developmmment (R&D)* adalah sebagai berikut:

1) Pengumpulan Informasi dan Data Awal

Tahap awal ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan serta kebutuhan yang ada di lapangan melalui kegiatan observasi dan wawancara. Informasi yang dikumpulkan menjadi dasar dalam merancang solusi yang tepat.

2) Perencanaan

Setelah kebutuhan diketahui, tahap perencanaan dilakukan untuk menyusun langkah-langkah kerja secara rinci. Termasuk di dalamnya adalah penetapan tujuan, metode, serta sumber daya yang akan digunakan selama proses pengembangan.

3) Pengembangan Produk Awal

Pada tahap ini, dilakukan penyusunan draft awal produk berdasarkan perencanaan sebelumnya. Draft produk mencakup komponen-komponen utama dan data pendukung yang diperlukan dalam pembangunan sistem atau aplikasi.

4) Uji Coba Awal (*Preliminary Field Testing*)

Produk awal kemudian diuji dalam skala kecil atau terbatas. Tujuannya untuk mengetahui kekurangan yang ada sebelum produk disempurnakan lebih lanjut.

5) Revisi Produk

Berdasarkan masukan dari hasil uji coba awal, dilakukan revisi dan penyempurnaan terhadap produk. Proses ini juga dapat melibatkan saran dari pihak terkait di lokasi agar produk menjadi lebih tepat sasaran.

6) Uji Coba Utama (*Main Field Testing*)

Setelah produk direvisi, dilakukan uji coba utama yang lebih luas untuk mengukur efektivitas dan ketercapaian produk secara menyeluruh. Evaluasi dilakukan berdasarkan hasil penggunaan aplikasi dan tanggapan dari pengguna akhir.

Metode yang digunakan untuk mengukur keberhasilan proyek *booklet* hotel, tempat wisata, dan kuliner khas bandung di Fave Hotel Hyper Square Bandung adalah dengan menggunakan metode kuesioner melalui Google Form. Analisis ini berfungsi untuk mengetahui kesesuaian fitur yang digunakan dan keberhasilan proyek. Proyek sistem *booklet* ini akan diuji coba selama 30 hari. Setelah proyek diimplementasikan, maka dibutuhkan umpan balik dari perusahaan untuk mengetahui hasil dari keberhasilan proyek tersebut. Umpan balik tersebut akan diperoleh dari penyebaran angket atau kuesioner.

Kuesioner yang digunakan berupa kuisioner elektronik (*Google Form*) yang diberikan kepada karyawan dan tamu Fave Hotel Hyper Square Bandung . Dalam kuesioner tersebut terdapat beberapa pernyataan mengenai penggunaan dari aplikasi tersebut, dan skala yang digunakan untuk mengukur jawaban responden menggunakan skala dari 1 sampai 5.

Tabel 1. Klasifikasi Nilai

Skala	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Kuesioner yang telah disebar kemudian dianalisis dengan analisis deskriptif. Analisis ini berfungsi untuk mendeskripsikan jawaban dari indikator yang ada. Berdasarkan hal tersebut, diperlukan rentang skala untuk menentukan kelompok hasil dari jawaban responden untuk setiap indikator. Berikut merupakan perhitungan untuk menentukan rentang skala (Sudjana, dikutip dari Sunardi, 2020).

$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala

m = Skor tertinggi pada skala

n = Skor terendah pada skala

b = Jumlah kelas atau kategori yang telah dibuat

Berikut merupakan perhitungan untuk menentukan rentang skala:

$$Rs = \frac{m - n}{b} = 0,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh rentang kelas yang digunakan 0,8 untuk setiap indikator dan pernyataan. Berikut merupakan nilai dari masing-masing kriteria:

Tabel 2. Interpretasi Kelas

Skala	Interval Skala	Kriteria Penilaian
5	4,21 – 5,00	Sangat Puas
4	3,41 – 4,20	Puas
3	2,61 – 3,40	Cukup Puas
2	1,81 – 2,60	Tidak Puas
1	1,00 – 1,80	Sangat Tidak Puas

Pada tabel 2 skala yang digunakan untuk mengukur kepuasan terdiri dari 5 skala, dengan memiliki interval kelas sebesar 0,8 untuk masing-masing skala. Jika skala dipilih semakin tinggi nilainya, maka kriteria penilaian terhadap kepuasan pengguna semakin puas atau sangat puas. Sebaliknya, jika skala yang dipilih semakin kecil nilainya, maka kriteria penilaian terhadap kepuasan pengguna semakin tidak puas atau sangat tidak puas.

Analisis Kebutuhan Fungsional

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, ditemukan bahwa permasalahan utama yang terjadi di Favehotel Hyper Square adalah tidak tersedianya sistem *booklet* yang dapat digunakan oleh para pelanggan. Ketidakhadiran sistem *booklet* ini menyebabkan pelanggan sering kali bertanya kepada staf hotel, khususnya di meja resepsionis atau kepada pegawai front office, mengenai rekomendasi tempat wisata yang dapat dikunjungi di Bandung. Selain itu, pelanggan juga kerap menanyakan informasi mengenai kuliner khas Bandung yang sedang populer atau viral. Dengan tidak adanya *booklet* informasi ini, staf hotel harus secara langsung memberikan rekomendasi, yang dapat memengaruhi efisiensi layanan dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Analisis Kebutuhan Non-Fungsional

Dalam merancang dan menggunakan proyek sistem *booklet* menggunakan *flip-book*, terdapat kebutuhan non-fungsional yang harus dipenuhi. Kebutuhan tersebut terdiri dari:

1) Kebutuhan Perangkat Lunak

Kebutuhan perangkat lunak yang terdiri dari spesifikasi minimum yang dibutuhkan dalam menjalankan aplikasi ini yaitu:

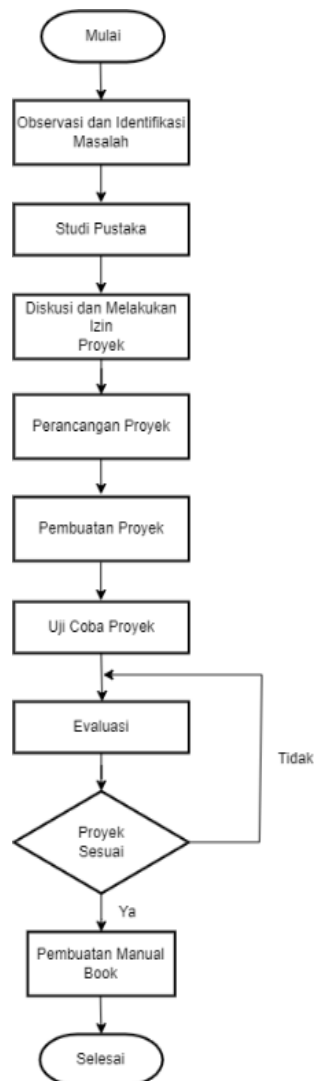
- a. Sistem operasi Android memerlukan versi Android 7.0 atau versi lebih baru.
- b. Sistem operasi iOS dan iPadOS memerlukan versi iOS 11.0 atau versi lebih baru.
- c. Sistem Operasi komputer memerlukan versi Windows 7/8/10/11.

2) Brosur berupa *booklet* secara fisik

3) Scan QR secara fisik dan link untuk di akses secara manual

Prosedur Pembuatan Proyek

Prosedur kerja merupakan rangkaian kegiatan pelaksanaan secara terstruktur untuk perancangan pengerjaan suatu proyek. Berikut merupakan prosedur kerja yang digunakan dalam membuat proyek sistem *booklet* berbasis *flip-book* di Favehotel Hyper Square Bandung:



Gambar 1. Prosedur Pembuatan Proyek

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil proyek produk *Booklet* Digital mengenai hotel ini akan menjelaskan hasil yang telah dibuat, yang mencakup cover *booklet* hotel, lokasi hotel, tipe kamar, harga kamar, fasilitas kamar, ruangan meeting dan event, serta fasilitas lainnya. Sedangkan untuk produk *Booklet* Digital mengenai pariwisata dan kuliner, isi yang disajikan meliputi keterangan tempat, alamat tempat, jarak dari Fave Hotel ke lokasi, harga tiket masuk, serta foto dari setiap tempat. Berikut di bawah ini merupakan hasil proyek produk *Booklet* Digital Hotel, Pariwisata dan Kuliner:

1) *Booklet* Digital Hotel

Pada cover *booklet* hotel, yang menampilkan nama dan logo hotel secara jelas, disertai latar belakang visual yang merepresentasikan suasana hotel. Desain cover dibuat untuk memberikan kesan pertama yang menarik dan profesional kepada pengguna *booklet* digital.



Gambar 2. Booklet Digital Hotel

Pada halaman menu utama, yang berfungsi sebagai navigasi menuju bagian-bagian isi *booklet*, seperti informasi tipe kamar, fasilitas hotel, lokasi, serta informasi mengenai destinasi kuliner. Halaman ini telah dilengkapi dengan fitur hyperlink untuk memudahkan pengguna dalam mengakses informasi yang diinginkan.



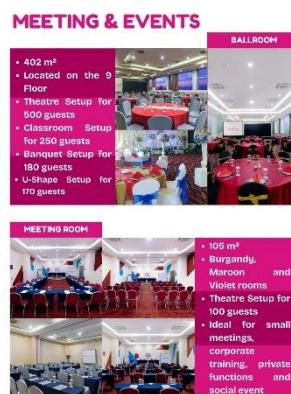
Gambar 3. Booklet Digital Hotel

Pada halaman ini ditampilkan informasi mengenai tipe-tipe kamar yang tersedia di hotel beserta harganya. Setiap kamar dijelaskan secara singkat dan dilengkapi dengan foto untuk memudahkan tamu memahami tampilan dan suasananya. Informasi harga disampaikan dengan jelas, termasuk tarif tiap kamar, waktu check-in dan check-out, serta fasilitas yang sudah termasuk di dalamnya. Selain itu, ditampilkan juga fasilitas yang ada di dalam kamar, seperti Wi-Fi, televisi, AC, dan perlengkapan mandi. Semua informasi ditampilkan dengan gambar pendukung agar tamu bisa lebih mudah membayangkan fasilitas yang akan mereka dapatkan.



Gambar 4. Booklet Digital Hotel

Pada halaman ini menampilkan fasilitas ruang meeting dan event yang tersedia di hotel, meliputi kapasitas ruangan, fasilitas pendukung seperti proyektor dan sound system, serta layanan tambahan lainnya untuk mendukung kelancaran kegiatan bisnis atau acara pribadi.



Gambar 5. Booklet Digital Hotel

Pada halaman ini menyajikan fasilitas umum hotel lainnya, seperti restoran, lounge, area parkir, layanan laundry, spa center, outdoor venue dan fasilitas lainnya. Informasi ini bertujuan untuk menonjolkan nilai tambah serta kenyamanan yang diberikan oleh hotel kepada tamu.



Gambar 6. Booklet Digital Hotel

Pada halaman sampul terakhir, terdapat foto hotel dan informasi tentang akun media sosial Fave Hotel Hyper Square Bandung yang dapat diakses.



Gambar 7. Booklet Digital Hotel

2) Booklet Digital Pariwisata Bandung

Pada *booklet* digital Pariwisata Bandung, terdapat 14 rekomendasi destinasi wisata terbaik di Bandung yang terdekat dari Fave Hotel Hyper Square Bandung. Setiap destinasi dilengkapi dengan informasi lengkap, mulai dari lokasi, alamat, foto-foto menarik, jarak tempuh dari hotel, hingga harga tiket masuk. Temukan berbagai pilihan wisata seru yang dapat dinikmati dengan mudah dan nyaman hanya beberapa langkah dari tempat menginap Anda.



Gambar 8. Booklet Digital Hotel

3) Booklet Digital Kuliner

Pada *Booklet* Digital Kuliner Bandung terdapat 17 rekomendasi kuliner khas Bandung. Setiap tempat kuliner dilengkapi dengan informasi lengkap seperti lokasi, alamat, foto hidangan, jarak dari Fave Hotel Hyper Square Bandung, serta kisaran harga, sehingga memudahkan Anda menikmati lezatnya cita rasa khas Bandung dengan praktis dan menyenangkan.

Tabel 3. Hasil Kuesioner

No	Pernyataan	Tanggapan					Frek	Rata-rata	Ket.
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)			
1.	Informasi yang ada dalam <i>booklet</i> mudah dipahami dan jelas.	17	13	0	0	0	30	4,57	Sangat Baik
2.	Text bacaan dalam <i>booklet</i> digital jelas dan dapat dibaca	12	18	0	0	0	30	4,40	Sangat Baik
3.	Isi <i>booklet</i> ini cukup membantu dalam mencari wisata & makan khas Bandung.	24	6	0	0	0	30	4,80	Sangat Baik
4.	Informasi dalam <i>booklet</i> sangat relevan dengan kebutuhan yang menginap di Fave Hotel Hyper Square.	9	18	3	0	0	30	4,20	Baik
5.	Tampilan <i>booklet</i> menarik dan memudahkan dalam membaca informasi.	17	13	0	0	0	30	4,57	Sangat Baik
6.	Tata letak dan desain <i>booklet</i> memudahkan tamu dalam menemukan informasi yang dibutuhkan.	15	15	0	0	0	30	4,50	Sangat Baik
7.	Penggunaan gambar dan ilustrasi dalam <i>booklet</i> membantu tamu dan lebih memahami informasi yang disajikan	17	10	3	0	0	30	4,47	Sangat Baik
8.	Tamu merasa nyaman menggunakan <i>booklet</i> untuk mencari informasi wisata dan kuliner khas di Bandung.	15	15	0	0	0	30	4,50	Sangat Baik
9.	Navigasi dalam <i>booklet</i> mudah, tamu dapat dengan cepat menemukan lokasi yang saya cari.	15	14	1	0	0	30	4,47	Sangat Baik
10.	<i>Booklet</i> ini mudah digunakan meskipun tamu baru pertama kali melihatnya.	16	14	0	0	0	30	4,53	Sangat Baik
Jumlah Skor Rata-Rata								4,50	Sangat Baik

Pembahasan

Sebelum hadirnya produk *booklet* digital yang berisi informasi mengenai hotel, tempat wisata, dan kuliner khas Bandung, staf front office Fave Hotel Hyper Square Bandung masih menyampaikan informasi secara manual kepada tamu. Umumnya, informasi diberikan dengan melakukan pencarian melalui mesin pencari seperti Google saat tamu mengajukan pertanyaan terkait tempat wisata atau kuliner lokal. Proses ini seringkali memakan waktu cukup lama, terutama jika terjadi kendala jaringan atau keterbatasan sumber informasi yang akurat.

Ketiadaan media informasi yang terstruktur dan mudah diakses menyebabkan kurangnya efisiensi dalam pelayanan, serta berpotensi menurunkan kepuasan tamu. Hal ini berdampak pada keterbatasan hotel dalam memberikan pelayanan yang cepat, informatif, dan berkualitas kepada tamu yang membutuhkan referensi seputar wisata dan kuliner lokal. Oleh karena itu, diperlukan inovasi berupa *booklet* secara digital dan fisik sebagai solusi penyampaian informasi yang lebih efektif dan menarik.

Analisis keberhasilan pada produk *booklet* digital yang berisi informasi hotel, tempat wisata, dan kuliner khas Bandung ini bertujuan untuk melakukan evaluasi serta memastikan bahwa *booklet* tersebut dapat berfungsi secara optimal sebagai media informasi yang mudah dipahami, memiliki desain menarik, teks yang terbaca dengan jelas, serta mampu meningkatkan kualitas pelayanan kepada tamu Fave Hotel Hyper Square Bandung. Penyebaran kuesioner telah dilakukan kepada tamu dan pihak hotel sebanyak 30 responden. Data dari kuesioner kemudian dianalisis menggunakan pendekatan analisis deskriptif dengan metode nilai rata-rata (mean), guna memudahkan interpretasi hasil.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil Proyek Tugas Akhir mengenai pembuatan *booklet* hotel, tempat wisata, dan kuliner khas Bandung di Favehotel Hyper Square Bandung, dapat disimpulkan bahwa *booklet* yang dikembangkan berhasil menggantikan metode manual sebelumnya dengan media informasi yang lebih efektif dan efisien. Proses perancangannya mengikuti prinsip desain yang baik sehingga menghasilkan *booklet* yang informatif, menarik secara visual, dan profesional. Uji coba produk juga menunjukkan respon positif dari pengguna, dengan tingkat kepuasan tinggi terhadap isi, tampilan, dan kemudahan penggunaan *booklet*.

Untuk menjaga relevansi dan efektivitas *booklet*, disarankan agar Favehotel Hyper Square Bandung melakukan pembaruan konten secara berkala serta mempertimbangkan pengembangan dalam format digital yang interaktif. *Booklet* juga sebaiknya diintegrasikan dengan strategi pemasaran hotel seperti promosi melalui media sosial dan website resmi. Ke depan, proyek serupa dapat dikembangkan lebih lanjut untuk mengevaluasi dampaknya terhadap tingkat kunjungan dan hunian hotel, serta memanfaatkan teknologi seperti augmented reality guna meningkatkan pengalaman pengguna.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan ini penulis berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sehingga dapat diselesaikannya penelitian ini. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang

DAFTAR REFERENSI

- Anisah, D. (2022). *Pengembangan e-booklet untuk meningkatkan pengetahuan tentang self leadership pada peserta INVOLVE Batch 11 Pemimpin.ID*. <http://repository.unj.ac.id/45011/>
- BS, S. H., Mulyawan, R., & Darmawan, I. (2021). Strategi pemerintah daerah dalam pengembangan daya tarik wisata di Kabupaten Bandung tahun 2019. *Jurnal Administrasi Pemerintahan (Janitra)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.24198/janitra.v1i1.33022>
- Citra, E. K. (2021). *Pengaruh service excellent petugas check in counter terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Garuda Indonesia di Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo*. <https://digilib.sttkd.ac.id/1773/>
- Farhan, M. (2023). Pengaruh lokasi, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap dan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Gran Melia Jakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(10), 4594–4611.
- Nasional. (2022). Proses awal perancangan desain. <https://bpptik.kominfo.go.id/Publikasi/detail/proses-awal-perancangan-desain>
- Panggabean, A. N. (2020). Pengaruh digitalisasi terhadap e-business strategy and implementation. *Abstrak*, 3.
- Rebeeka Sartika Sibadalok, N. (2022). Pengaruh kinerja receptionist terhadap kepuasan tamu pada front office department di Garuda Plaza Hotel & Convention Medan. <https://jom.poltekparmedan.ac.id/index.php/jomph/article/view/36>
- Rumetna, M. S., Lina, T. N., & Santoso, A. B. (2020). Rancang bangun aplikasi koperasi simpan pinjam menggunakan metode research and development. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 11(1), 119–128. <https://doi.org/10.24176/simet.v11i1.3731>
- Sunardi, D. (2020). Pengaruh gaya kepemimpinan dan jabatan fungsional perekayasa terhadap kinerja pegawai Balai Besar Aerodinamika, Aeroelastika, dan Aeroakustika di Kawasan Puspipetek Setu, Tangerang Selatan. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 3(1), 151–163. <https://doi.org/10.33753/madani.v3i1.105>
- Susanti, Y. A., & Oktafia, R. (2020). Implementasi pelayanan prima dalam upaya peningkatan kepuasan customer pada Hotel Walan Syariah Sidoarjo. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 5(2), 104–116. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>
- Utami, A. R. (2019). Analisis daya tarik unggulan ekowisata Dusun Bambu Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Industri Pariwisata*, 2(1), 21–26. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v2i1.27>
- Wahyuni, S., Mahrizal, & Nur, M. (2025). Pengaruh sosial media marketing dan citra destinasi terhadap kepuasan konsumen dengan daya tarik sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Komunikasi*, 9(1). <https://doi.org/10.47647/jeko.v>

- Winoto, Y., Zakiah, L. G., & Anwar, R. K. (2021). Rancang bangun model diseminasi informasi kawasan pariwisata Talaga Bodas Kabupaten Garut. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(2), 147–160. <https://doi.org/10.17509/jithor.v4i2.32713>
- Yuliana, R., & Pradipta, G. (2023). Strategi promosi digital dalam meningkatkan kunjungan wisatawan domestik pasca pandemi COVID-19. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 5(1), 12–25.
- Zahra, M. N., & Astuti, R. (2024). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di hotel bintang tiga di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(2), 88–97.