

## Keunikan Pembangunan Hotel Butik

Norsuhaila Mohd Pauzei<sup>1</sup> & Zarina Shamsudin<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup>Department of Real Estate Management, Faculty of Technology Management & Business, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia, 86400 Parit Raja, Batu Pahat, Johor, MALAYSIA

\*Corresponding Author

DOI: <https://doi.org/10.30880/rmtb.2020.01.01.063>

Received 30 September 2020; Accepted 01 November 2020; Available online 01 December 2020

**Abstract:** The trend of hotel in Malaysia today has grown rapidly in line with the increase in tourism of the country. The increase in hotel industry in Malaysia has led to a variety of alternatives to overcome competition among them. The boutique hotel is the latest alternative in the hotel industry. This kind of hospitality is built with a good design or idea to create a unique and unique atmosphere for visitors. This new trend of hospitality has raised issues and concerns to the owners or managers of boutique hotels and visitors. The lack of information disclosure and data collection on the features of a boutique hotel as well as factors that attract visitors to this trend is consider as the weakness of the hotel boutique industry. Therefore, the objective of this study is to identify the characteristics of a boutique hotel and to study the factors that attract visitors to stay in a boutique hotel. This study will focus on boutique hotels in the Johor Bahru area. The primary data is gathered from observation, interviews involving 3 boutique hotel owners or managers and a questionnaire involving The results of this study have given the understanding and the collection of information about boutique hotels as well as visitor attractions on the atmosphere or environment, design, concept, location, service and boutique hotel facilities.

**Keywords:** Boutique hotel, The characteristics of boutique hotels, Attraction factors for boutique hotel

**Abstrak:** Trend terkini perhotelan di Malaysia telah berkembang dengan pesat selari dengan peningkatan pesat sektor perlancongan di negara. Peningkatan industri perhotelan di Malaysia menyebabkan pelbagai alternatif diambil bagi mengatasi persaingan di antara mereka. Hotel butik merupakan alternatif terkini dalam industri perhotelan. Perhotelan jenis ini yang dibina dengan rekaan atau idea yang bagus untuk mewujudkan sesuatu suasana yang berkonsep dan rekacipta dalaman yang unik kepada pengunjung. Objektif kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti ciri-ciri sesebuah hotel butik dan mengkaji faktor-faktor yang menarik minat pengunjung untuk menetap di hotel butik. Kajian ini akan memberi tumpuan terhadap hotel butik di kawasan Johor Bahru. Data primer adalah daripada kaedah pemerhatian, temubual yang melibatkan 3 pemilik atau pengurus hotel butik dan borang soal selidik yang melibatkan 110 borang soal selidik, 90 daripadanya

kepada pengunjung dan 20 daripadanya kepada pekerja hotel butik.. Hasil kajian ini telah memberi kefahaman dan pengumpulan maklumat mengenai hotel butik serta tarikan pengunjung terhadap faktor suasana atau persekitaran, reka bentuk, konsep, lokasi, perkhidmatan dan kemudahan hotel butik.

**Kata Kunci:** Hotel butik, Ciri-ciri hotel butik, Faktor tarikan pengunjung ke hotel butik

## 1. Pengenalan

Industri hotel adalah berkait rapat dengan industri pelancongan dan perdagangan dalam negeri atau antarabangsa sesebuah negara kerana fungsi utamanya ialah untuk membekalkan tempat kediaman yang bersifat sementara kepada pengunjung. Disebabkan negara kita yang menggalakkan pembangunan industri pelancongan dan pelaburan daripada pelabur-pelabur asing, maka industri hotel juga telah menjadi semakin penting. Untuk bersaing dengan hotel-hotel lain, sesebuah hotel perlulah memastikan perkhidmatan mereka adalah terbaik agar pengunjung-pengunjung hotel merasakan bahawa kedatangan mereka adalah disambut dengan baik dan berasa selesa tinggal di hotel. Hanya dengan ini reputasi hotel akan meningkat dan dapat menarik pengunjung-pengunjung lain. Oleh hal demikian, wujudnya hotel butik dalam pasaran bagi bersaing untuk menarik minat pengunjung.

Hotel butik ditakrifkan sebagai "sebuah hotel kecil, dengan suasana yang intim dan individualistik dan bergaya serta mempunyai ciri yang unik. Hotel butik adalah pasaran khas yang bermula di Amerika Utara dan United Kingdom untuk menggambarkan reka bentuk moden dan mewah bersama-sama dengan persekitaran hotel unik (Olga, 2009). Hotel butik ditubuhkan untuk memenuhi keperluan pengunjung atau pelancong untuk berehat atau tidur kerana keletihan di dalam bilik penginapan khas yang mempunyai konsep-konsep tersendiri. Selain hotel butik menyediakan tempat tidur, hotel butik juga menyediakan perkhidmatan, reka bentuk, kemudahan yang mencukupi, dan persekitaran yang tenang dan mencapai tahap keselesaan yang maksimum. Horner dan Swarbrooke (2005) mengenalpasti "kemunculan hotel butik sebagai salah satu perkembangan yang paling menarik dalam sektor hospitaliti industri penginapan. Walau bagaimanapun, pertumbuhan sektor hotel butik di Malaysia adalah kemunculan yang baru berbanding dengan hotel-hotel yang sedia ada serta mendapat pengelasan yang diiktiraf daripada Kementerian Pelancongan Malaysia.

Kajian ini telah dijalankan di Johor Bahru, Johor dengan tujuan untuk mengkaji dan menerokai dengan lebih mendalam mengenai hotel butik. Mengikut laman web rasmi Kementerian Pelancongan Malaysia pada 2017 terdapat kira-kira 167 hotel dengan taraf yang berbeza yang merangkumi kemudahan dan perkhidmatan yang disediakan bagi kawasan Johor Bahru.

### 1.1 Latar Belakang Kajian

Dalam era moden ini, sektor perhotelan perlulah berada di tahap yang memuaskan bagi menarik minat pengunjung untuk menginap di hotel butik serta menggunakan perkhidmatan yang disediakan sama ada pelancong dalam atau luar negara. Oleh hal yang demikian, konsep hotel butik bukanlah untuk pekhidmatan penginapan semata-mata, malah perlu menitik beratkan konsep yang unik dan kepelbagaian atau kualiti selepas pengalaman menggunakan perkhidmatan hotel sama ada memuaskan atau tidak memuaskan. Freund de Klumbis dan Munsters (2005) menyimpulkan bahawa pertumbuhan sektor hotel butik adalah daripada peningkatan minat dalam seni, budaya dan sejarah iaitu model tipikal konsep di sebalik hotel butik atau reka bentuk hotel butik. Maka, pemilihan dalam reka bentuk hotel butik perlulah berteraskan konsep dan ianya perlu mempunyai elemen-elemen keunikan.

Kajian ini mengenai pembangunan hotel butik dalam industri perhotelan yang terdapat di Johor Bahru. Pembangunan hotel butik adalah dalam sektor perlancongan dan perdagangan yang baharu di

dalam pasaran. Melalui kajian ini dapat dikenalpasti melalui pemerhatian bahawa hotel butik kebanyakannya dibina di bangunan jenis rumah kedai terutamanya di kawasan bandar. Struktur unik jenis rumah kedai yang kini boleh berfungsi sebagai hotel butik dapat menunjukkan pengaruh dan penggabungan pelbagai budaya yang besar (Forsgren & Franchetti, 2002). Selain hal itu, melalui kajian ini juga dapat mengenalpasti ciri-ciri hotel butik serta tertumpu kepada kuantiti bilangan pengunjung samada dari dalam atau luar negeri terhadap hotel butik bergantung kepada faktor-faktor yang menarik minat pengunjung ke hotel butik sekaligus dapat mempromosikan hotel butik di kalangan masyarakat.

## 1.2 Penyataan Masalah

- (i) Tiada maklumat spesifik tentang ciri-ciri hotel butik di Malaysia.
- (ii) Kebanyakan hotel butik yang sediaada mempunyai kemudahan fasiliti yang amat minima terutama kemudahan sokongan terhadap hotel.

## 1.3 Persoalan Kajian

- (i) Apakah ciri-ciri atau sifat-sifat yang dilaksanakan oleh hotel butik?
- (ii) Apakah faktor-faktor yang menarik minat pengunjung ke hotel butik?

## 1.4 Objektif Kajian

Dalam kajian ini, terdapat dua objektif yang ingin dikaji demi mencapai matlamat kajian iaitu:

- (i) Untuk mengenalpasti ciri-ciri sesebuah hotel butik.
- (ii) Untuk mengkaji faktor-faktor yang menarik minat pengunjung untuk menetap di hotel butik.

## 1.5 Kepentingan Kajian

Kajian ini diharap dapat memberi manfaat dan faedah kepada pihak-pihak yang terlibat seperti:

- (i) Pelabur

Membolehkan pelabur mudah dalam membuat keputusan untuk melabur dalam sektor hotel butik secara meluas. Hal ini kerana, daripada hasil kajian dapat menunjukkan potensi pembangunan hotel butik dapat menarik ramai pelanggan untuk menggunakan perkhidmatan penginapan jenis ini kerana mereka telah mengetahui sifat-sifat keunikan hotel butik berbanding hotel biasa. Secara tidak langsung, pulangan yang akan diperolehi lebih tinggi.

- (ii) Pengunjung dan Pelabur

Memberi manfaat kepada tetamu untuk mengenal dengan lebih dalam ciri-ciri utama butik hotel dari segi perkhidmatan, kemudahan yang disediakan, reka bentuk dan mudah, saiz ruang hotel dan lain-lain lagi. Tetamu akan lebih berpuas hati sekiranya perkhidmatan yang diberikan mencapai tahap kepuasan yang maksima dan mengikut citarasa tetamu.

- (iii) Pengurus Hotel Butik

Hasil kajian ini adalah dapat membantu dan memberi manfaat kepada pihak hotel butik untuk meningkatkan lagi cara pemasaran mereka dengan menunjukkan sifat-sifat keunikan yang ada pada hotel butik itu sendiri. Selain itu, pihak hotel butik dapat mengenalpasti dengan lebih jelas tahap kepuasan tetamu mereka terhadap perkhidmatan yang diberikan selepas pengalaman tetamu dan membolehkan pihak hotel butik memperbaikinya.

## 1.6 Skop Kajian

Skop kajian ini adalah memberi tumpuan terhadap hotel butik dengan menganalisis ciri-ciri hotel butik di bandaraya Johor Bahru. Setiap hotel butik yang diuruskan oleh pemilik hotel butik akan diselidik secara teliti untuk mengetahui ciri-ciri yang ditonjolkan dalam pengurusan hotel butik tersebut. Melalui pemerhatian, terdapat sebanyak 12 unit hotel butik di kawasan bandaraya Johor Bahru. Dalam proses pengumpulan data, responden yang terlibat dalam kajian ini adalah terdiri daripada pengurus hotel butik dan pengunjung atau pelancong di bandaraya Johor Bahru. Oleh itu, kajian yang dijalankan hanya akan menggambarkan ciri-ciri dan faktor yang menarik minat pengunjung untuk menetap ke hotel butik. Maklumat jujur daripada responden melalui temubual dan borang kaji selidik yang dikemukakan penting untuk kebolehppercayaan dapatan.

## 2. Kajian Literatur

Kajian literatur merupakan suatu kajian dan hasil pembacaan yang dijalankan dengan merujuk kepada sumber-sumber dan bahan-bahan terdahulu seperti jurnal-jurnal, artikel, buku-buku rujukan, majalah serta tesis-tesis terdahulu yang berkaitan dengan elemen-elemen penting dalam kajian ini. Antaranya ialah maksud hotel, maksud butik, maksud hotel buti, ciri-ciri hotel butik serta faktor-faktor yang boleh menarik minat pengunjung ke hotel butik.

### 2.1 Pembangunan Hotel Butik

Hotel butik adalah sebuah penginapan sama seperti yang dimaksudkan dalam definisi hotel dimana dikelolakan secara komersial serta memenuhi ketetapan syarat yang telah dikeluarkan oleh akta dimana, mengikut (Akta 1992) telah menyatakan bahawa mana-mana orang yang menjalankan atau mengendalikan penginapan hendaklah memohon kepada Pesuruhjaya untuk pendaftaran premis itu sebagai premis penginapan pelancong.

Secara umumnya hotel butik adalah hotel yang kecil tetapi mempunyai kualiti mewah atau kelas atasan dengan layanan yang sangat peribadi dan memiliki reka bentuk yang unik dan unsure kebudayaan. Pemilihan lokasi untuk hotel ini amat penting untuk keberhasilan suatu hotel dan kemampuan untuk memberikan pengalaman unik kepada pengunjung (McIntosh & Siggs, 2005; Aggett, 2007; Lim & Endean, 2007; van Hartesvelt, 2006 dan Sarheim, 2010).

Yang paling ditekankan dalam hotel butik adalah ciri-ciri konsisten unik atau memiliki unsur budaya. Hotel butik adalah hotel yang unik yang berlainan dengan hotel-hotel lain. Pada umumnya, perbezaan hotel ini biasanya berkait dengan dengan reka bentuk, artistik, budaya atau sejarah, prestis dan eksklusif dari segi hartanahnya (Lim & Endean, 2007 dan Sarheim, 2010). Ciri-ciri lain dari hotel butik adalah lokasinya. Hotel butik diklasifikasikan hotel yang berada di tengah-tengah bandar dan juga untuk tujuan pengunjung yang melancong.

Pada tahun 1970, pembangunan operasi rangkaian hotel telah membawa kepada populariti yang semakin meningkat dalam menyeragamkan perkhidmatan sektor perhotelan. Penyeragaman hotel dilakukan adalah untuk membantu kawalan kualiti pengurusan, meramal, dan meminimumkan kesilapan dan risiko yang akan timbul daripada kesilapan pekerja semasa memberi perkhidmatan. Dengan adanya keseragaman perkhidmatan, pengunjung dapat mengetahui dengan lebih tepat mengenai jenis bilik dan perkhidmatan hotel setiap kali ingin menetap di sesuatu hotel tersebut.

Konsep hotel butik adalah terhasil daripada pergerakan terhadap penyeragaman perkhidmatan pada tahun 1980. Pengunjung mula menginginkan kelainan terhadap konsep hotel butik daripada hotel-hotel biasa. Oleh itu, Hotel butik yang pertama yang bertindak balas terhadap perubahan sikap pengunjung adalah oleh Blakes di London yang dibuka pada tahun 1978. Selepas itu, konsep hotel butik mula merebak luas dan pertama kali didirikan pada kitaran tahun 1980 dan terletak di kota-kota besar di Eropah dan Amerika, seperti London dan San Francisco.

Terdapat dua orang yang terawal yang mendirikan hotel butik ini iaitu Ian Schrager dan Steve Rubell. Mereka telah memperkenalkan hotelnya iaitu hotel Morgans, dengan sebutan hotel butik kerana reka bentuk dan perabot yang berbeza dengan hotel yang biasa. Sejak saat itu, istilah hotel butik semakin popular sehingga hari ini.



**Rajah 1: Lace Boutique Hotel di Johor Bahru**

## 2.2 Lokasi dan Ukuran Hotel Butik

Kebiasaannya hotel butik terletak di kawasan bandar yang menjadi tumpuan orang ramai antaranya mempunyai kawasan perniagaan, permainan, peranginan, perlancongan dan tempat-tempat menarik yang menjadi trafik pengunjung yang cukup tinggi dan berkemungkinan permintaan terhadap hotel butik akan meningkat. Hotel butik juga terletak di kawasan yang mempunyai target pengunjung seperti Bandaraya Johor Bahru. Reka bentuknya yang direka dengan unsur yang menarik sekaligus menjadi kelainan antara hotel butik dengan hotel yang lain. Berdasarkan lokasi, hotel butik terbahagi kepada dua iaitu:

### *(a) Hotel Butik di Kawasan Bandar*

Hotel butik yang berlokasi di kawasan bandar menjadi tumpuan utama pengunjung. Sudah semestinya apabila pengunjung inginkan tempat berehat ataupun tujuan sendiri mestilah memilih khotel butik yang terletak di kawasan yang mempunyai kemudahan dan keperluan yang mencukupi. Kawasan bandar yang dipilih untuk membangunkan hotel butik adalah kawasan yang strategik. Selain itu, teknologi juga sangat mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk memetap di penginapan tersebut. Konsep dalaman yang tertentu dan nyaman juga menjadi keunikan hotel butik tersebut.

### *(b) Hotel Butik Resort*

Hotel butik resort lebih bersifat eksotik di mana, ia kecil dan sangat peribadi. Hotel butik ini memberikan peluang kepada pengunjung untuk menikmati prasarana yang kelihatan mewah. Sebagai contohnya, hotel butik resort di Johor Bahru seperti Hotel Butik Legoland, di mana setiap bilik yang disediakan mempunyai keunikan dan konsep tersendiri yang diperbuat daripada permainan lego. Selain itu, lokasi hotel butik resort kebiasaannya terletak di kawasan semulajadi seperti di sudut pulau dan gunung. Ia memberikan suasana yang nyaman dan mewah tanpa menghilangkanan keperibadian komuniti setempat. Mengenai ukuran hotel butik, tidak ada keseragaman yang dikenalpasti. Tetapi, yang jelas, penginapan jenis hotel butik terdiri daripada 100-150 bilik, namun ada juga sesetengah hotel butik hanya terdiri kurang dari 100 bilik hotel.

### 2.3 Hotel Butik di Johor Bahru

Dalam kajian ini, skop kajian adalah di kawasan Johor Bahru di mana hotel butik terletak di kawasan bandar kota yang didirikan di tengah-tengah bandar ataupun sekitarnya. Ia merupakan tempat tumpuan orang ramai yang mengunjung di kawasan bandar kerana mempunyai kemudahan yang mencukupi di persekitaran tersebut. Oleh itu, pengunjung lebih cenderung terhadap hotel butik yang berada di kawasan bandar berbanding kawasan luar bandar. Terdapat beberapa hotel butik yang dibina di kawasan bandar Johor Bahru. Antaranya ialah:

- (1) Bliss Boutique Hotel Johor Bahru
- (2) Doubletree by Hilton Hotel Johor Bahru
- (3) Zoom inn Boutique Hotel Johor Bahru
- (4) Renainssance Hotel Johor Bahru
- (5) Rooms Boutique Hotel Johor Bahru
- (6) Lace Boutique Hotel Johor Bahru
- (7) Anugraha Boutique Hotel
- (8) Lagenda Boutique Hotel
- (9) New Boutique Hotel
- (10) Eight Days Boutique Hotel
- (11) I am Jazz Boutique Hotel
- (12) De Sweet Boutique Hotel

### 2.4 Ciri-ciri Hotel Butik

Mengenalpasti ciri-ciri atau sifat-sifat adalah paling penting dalam menentukan pemilihan penginapan atau hotel butik. Ciri-ciri hotel butik perlulah diambil berat oleh pengusaha hotel butik untuk menarik minat di kalangan pengunjung. Terdapat beberapa elemen khas mengenai hotel butik dalam mempengaruhi pengunjung untuk memilih hotel butik sebagai pilihan mereka.

Ciri-ciri hotel butik terbahagi kepada dua iaitu ciri-ciri ketara dan ciri-ciri tidak ketara. Ciri-ciri ketara atau bersifat fizikal adalah unsur-unsur yang boleh dilihat seperti harga, bentuk kemudahan, lokasi, rekabentuk, pengiklanan, komunikasi, pengalaman yang lepas. Manakala, bagi ciri-ciri tidak ketara pula adalah seperti keselamatan, kewibawaan, kualiti perkhidmatan, reputasi dan tingkah laku pekerja. Teo et al (1998) menjelaskan bahawa asas pemilihan hotel adalah berkaitan dengan ciri-ciri hotel butik dan pelbagai sifat-sifat yang boleh membezakan antara jenis hotel. Kajian ciri-ciri hotel butik dapat dijelaskan lagi dalam Jadual 1 yang menunjukkan kajian lepasan yang berkaitan dengan ciri-ciri utama hotel butik.

**Jadual 1: Ciri-ciri hotel butik dalam pelbagai konteks**

Penulis	Ciri- ciri hotel butik
1. Callan & Fearon (1997)	Saiz pemilikan, perkhidmatan, hiasan, kemudahan riadah, ciri reka bentuk, mesra kakitangan
2. Teo <i>et al.</i> (1998)	Saiz kecil, mesra kakitangan, tahap perkhidmatan peribadi yang tinggi
3. Virginia & Clarke (2013)	Saiz , reka bentuk, perkhidmatan
4. Drewer (2005)	Saiz, pemilikan, perkhidmatan, hiasan, penyediaan restoran, kemudahan, ciri reka bentuk yang pelik dan tenang
5. Freund & Munsters (2006)	Lokasi yang strategik, reka bentuk dan seni bina unik, kemudahan dan perkhidmatan peribadi, pembangunan teknologi tinggi, persekitaran yang santai
6. Turley & Millimam (2003)	Reka bentuk, lokasi, sejarah, saiz, bangunan moden, tempat bersejarah
7. Albazzaz <i>et al.</i> (2003)	Seni bina tersendiri, dan reka bentuk yang kecil dan intim

8. Victorino <i>et al.</i> (2005)	Menawarkan gaya hidup yang berbeza, kemudahan, kontemporari atau sangat mudah
9. Mc Intosh & Siggs (2005)	Ciri-ciri unik, perkhidmatan peribadi, suasana rumah, kualiti, lokasi
10. Price Water House Coppers (2005)	Saiz, perkhidmatan peribadi, kepribadian, reka bentuk dan bergaya, jenis bangunan, teknologi
11. Aggett (2007)	Keistimewaan bangunan, ciri reka bentuk, perkhidmatan peribadi, keunikan dan reka bentuk
12. Olga (2009)	Hiburan, perkhidmatan peribadi, gaya, berbeza dengan setiap individu, intim, seni bina unik, reka bentuk dalaman yang tersendiri

## 2.5 Faktor-faktor Tarikan Hotel Butik

### (a) *Suasana*

Suasana atau atmosfera butik hotel adalah salah satu faktor tarikan pengunjung ke hotel butik. Suasana telah ditakrifkan sebagai usaha untuk mereka bentuk sesuatu persekitaran yang spesifik serta memainkan emosi tertentu apabila pengunjung menikmati suasana tersebut (Kotler, 1973). Suasana hotel butik dapat memberi pengunjung merasakan pelbagai perasaan dan teruja terhadap sekeliling atau sentuhan yang digunakan bagi sesuatu suasana hotel butik. Suasana hotel butik sangat berkait rapat dengan dimensi warna-warna, reka bentuk, pencahayaan, pengudaraan dan susun atur hotel butik tersebut. Selain hal itu, (Turley & Milliman, 2000) telah menetapkan bahawa dalaman umum bagi suasana adalah merangkumi muzik, bunyi, pencahayaan, bau, warna, suhu dan relemen reka bentuk visual. Hal ini akan mempengaruhi tingkah laku pengunjung untuk tertarik terhadap hotel butik.

### (b) *Rekabentuk*

Reka bentuk yang unik serta saiz merupakan peranan utama di dalam mereka bentuk sesuatu hotel butik. Ia akan memberi kesan terhadap pengunjung di mana pada akhirnya pengunjung akan tertarik untuk mengunjungi hotel butik dan memilih hotel butik sebagai tempat istirehat sementara. Reka bentuk hotel butik tidak mempunyai keseragaman tertentu. Menurut Mehrabian dan Russell (1974) "*Environmental psychologists suggest that individuals react to places with two general, and opposite, forms of behavior: approach or avoidance*" (Alam sekitar psikologi mencadangkan bahawa individu bertindak balas terhadap tempat dengan dua bentuk umum dan bertentangan yang membentuk tingkah laku, pendekatan atau pengelakkan). Oleh itu, reka bentuk hotel butik yang digunakan perlulah diterapkan pada keseluruhan bangunan, hal ini yang akan menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke hotel butik.

### (c) *Konsep*

Konsep dan tema bagi hotel butik juga merupakan faktor yang menarik minat pengunjung ke hotel butik. Konsep kepelbagaian yang ditimbulkan bagi setiap bilik hotel di hotel butik memberi peluang kepada pengunjung untuk memilih konsep dan tema yang mereka suka. Sebagai contohnya, konsep "*English style*", tradisional, kekeluargaan, romantik dan sebagainya.

### (d) *Lokasi*

Lokasi merupakan faktor yang paling utama dan paling asas dalam menentukan kejayaan sesebuah hotel butik. Ini adalah kerana pemilihan lokasi yang tepat dan bersesuaian akan mempengaruhi dan memberi kesan menyeluruh kepada sesebuah hotel butik tersebut. Kebiasaannya, pengunjung akan memilih lokasi hotel butik berdasarkan tujuan mereka. Sebagai contohnya, memilih hotel butik di kawasan bandar kerana terletak di tengah-tengah pusat bandar yang menyediakan kemudahan yang amat mencukupi seperti pengangkutan, berhampiran dengan kompleks membeli belah dan sebagainya.

Lokasi yang strategik yang dapat memenuhi citarasa pengunjung lebih cenderung kepada hotel butik yang dibangunkan di kawasan bandar.

*(e) Perkhidmatan*

Perkhidmatan merupakan sesuatu yang boleh dilihat melalui perbezaan antara persepsi dengan harapan pengunjung terhadap perkhidmatan yang diberi kepada pengunjung. Ia berdasarkan kepada kelima-lima dimensi atau komponen di dalamnya. Persepsi pengunjung terhadap perkhidmatan dan harapan tersebut adalah dari segi penampilan fizikal, kebolehpercayaan, responsive, jaminan, empati. Kelima-lima dimensi di atas merangkumi persepsi dan harapan pengunjung terhadap kualiti perkhidmatan. Teori kualiti perkhidmatan menjangkakan bahawa pengunjung akan menilai sesuatu kualiti sebagai rendah apabila prestasi tidak memenuhi jangkaan dan kualiti meningkat apabila ianya memenuhi jangkaan pengunjung. Jangkaan pengunjung adalah asas kepada kualiti perkhidmatan yang akan dinilai oleh pengunjung. Oleh hal itu, kualiti perkhidmatan yang diberikan oleh hotel butik adalah amat memberikan kesan positif terhadap faktor penarik hotel butik.

*(f) Kemudahan Berteknologi Tinggi*

Pada abad ke-21, pemodenan dan penerangan mengenai teknologi dan juga ciri-ciri hotel butik yang menjadi penarik pengunjung untuk menggunakan perkhidmatan mereka. Forsgren dan Franchetti (2004) percaya bahawa hotel butik adalah jenis tempat penginapan yang sangat moden dan mempunyai reka bentuk kontemporari dan berteknologi tinggi.

Kemudahan perkhidmatan perlulah disediakan bagi setiap bangunan hotel butik. Hal ini kerana, kemudahan yang sedia ada itu adalah sangat penting bagi sesuatu pemilihan. Pengunjung lebih tertarik dengan kemudahan perkhidmatan yang disediakan dengan lengkap serta berteknologi tinggi. Ia akan mempengaruhi setiap pengunjung yang ingin berkunjung ke hotel butik bagi memudahkan dan memberi keselesaan pada tahap maksimum apabila menggunakan perkhidmatan hotel butik. Kemudahan seperti wayar jalur lebar yang tinggi, sistem berhawa dingin bagi setiap bilik, perabot yang disediakan dan sebagainya.

### **3. Metodologi Kajian**

Bab ini pula menyentuh tentang metodologi kajian yang digunakan dalam kajian ini. Kaedah-kaedah yang digunakan ini akan diterangkan secara lebih terperinci di dalam bab ini. Metodologi bagi kajian ini dibahagikan kepada 5 peringkat iaitu peringkat 1, peringkat 2, peringkat 3, peringkat 4 dan peringkat 5. Selain itu, bab ini memaparkan penerangan tentang populasi dan persampelan, di mana kaedah persampelan serta sampel kajian dinyatakan dengan lebih jelas. Di samping itu, bab ini juga menerangkan tentang kaedah kajian serta kaedah penganalisan data yang digunakan dalam kajian ini.

#### **3.1 Rekabentuk Kajian**

Permasalahan kajian dikenalpasti diperingkat awalan merupakan matlamat utama kajian ini dijalankan. Pembentukan objektif kajian ekoran daripada permasalahan yang dikenalpasti merupakan intipati utama berkaitan dengan kajian hotel butik yang terletak di Johor Bahru. Dalam kajian ini, menggunakan kaedah pendekatan bercampur, iaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif digunakan untuk memastikan objektif kajian dicapai dan persoalan kajian terjawab. Pendekatan bercampur digunakan kerana penyelidikan ini melibatkan temu bual dengan pihak hotel dan pengedaran borang soal selidik kepada pengunjung/pelancong.

#### **3.2 Pengumpulan Data**

Kaedah temu bual merupakan kaedah yang mengumpulkan maklumat melalui hasil temu bual dan mesti dijalankan dengan orang yang mahir dalam bidang berkenaan untuk memastikan maklumat yang



diperolehi adalah tepat dan boleh dipercayai. Temubual merupakan satu lisan dan perbualan yang melibatkan dua hala serta berinteraksi secara bersemuka antara penemubual dan responden untuk tujuan pengumpulan maklumat (Chua, 2006). Temu bual adalah satu kaedah kajian yang dapat membantu penyelidik menerokai dan memperoleh maklumat secara terperinci dan mendalam. Selain itu, maklumat temu bual boleh direkodkan melalui rakaman video dan audio serta catatan nota. Kaedah temu bual dibahagikan kepada tiga jenis, iaitu temu bual berstruktur, temu bual semi-berstruktur dan temu bual tidak berstruktur. Namun dalam kajian ini penyelidik telah menggunakan kaedah temu bual semi-berstruktur.

### 3.3 Analisis Data

Maklumat daripada hasil temubual yang telah dilakukan bersama pihak pengurusan hotel butik di Johor Bahru akan dianalisa menggunakan kaedah analisa tematik. Kaedah ini akan digunakan dengan cara memasukkan dan merekod data serta maklumat-maklumat utama yang berkaitan dengan kajian. Analisis Tematik mempunyai enam fasa (Virgina & Clarke, 2013). Fasa pertama ialah fasa memahami data. Selepas data difahami, penjanaan kod-kod awal dilakukan. Fasa ketiga adalah di mana tema-tema kajian dicari dan setelah tema-tema dikenalpasti, fasa keempat dilakukan iaitu pengkajian tema-tema tersebut. Setelah dikaji, tema akan ditentukan dan dinamakan. Di akhir fasa analisis tematik ini, laporan akan dibuat berkenaan dengan tema-tema yang telah ditentukan.

## 4. Analisis Data dan Hasil Kajian

Bahagian ini merupakan hasil kajian daripada penyelidikan yang dilakukan menerusi kaedah temubual dan pengedaran borang soal selidik. Berikut merupakan hasil kajian penyelidikan ini.


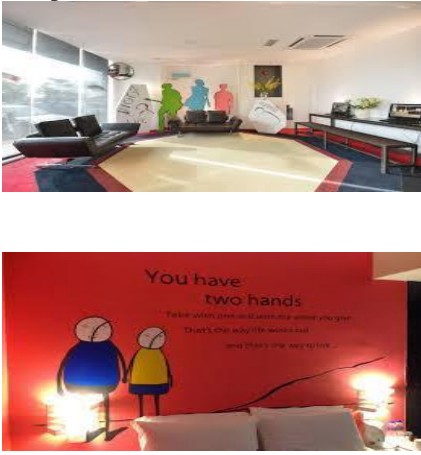

### 4.1 Ciri-Ciri Hotel Butik di Johor Bahru



Berikut merupakan, ciri-ciri hotel butik berdasarkan kaedah temubual. Ia dijelaskan lagi dalam bentuk jadual untuk mudah difahami setiap ciri-ciri yang dilaksanakan oleh sesebuah hotel butik.

**Jadual 2: Ciri-ciri hotel butik di Johor Bahru**

Hotel Butik	Ciri-Ciri	Huraian
1. The Lace Boutique Hotel	Konsep: 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep yang dipersembahkan adalah seperti konsep "Apartment" iaitu mempunyai elemen mewah dan seperti sebuah rumah. Warna yang digunakan lebih kepada warna keemasan. Ia juga menggunakan perabot jati atau kayu yang berkualiti. Setiap bilik mempunyai konsep tersendiri dengan tema yang dipilih oleh pengunjung.</li> </ul>

	<p>Rekabentuk:</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Rekabentuk hotel butik ini sangat cantik dan menarik minat pengunjung untuk mengunjungi hotel butik ini. Rekaan bilik yang disediakan seperti keadaan sebuah rumah. Ia meliputi semua bahagian di rumah.</li> <li>● Rekabentuk dalaman juga mempunyai pelbagai jenis mengikut citarasa pengunjung.</li> </ul>
	<p>Lokasi:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 134, Wisma Yayasan Lace Dato' Rokiah, 81100, Jalan Tebrau, Taman Majidee, 80250 Johor Bahru, Johor, Malaysia</li> </ul>
	<p>Tempahan:</p>  	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tempahan hotel butik yang disediakan mempunyai 8 jenis tema yang setiap biliknya berlainan konsep dan mengikut harga yang bersesuaian.</li> </ul> <p>Antaranya ialah :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jasmine</li> <li>2. Orchid</li> <li>3. Dahlia</li> <li>4. Daylily</li> <li>5. Zinnia</li> <li>6. Redrose</li> <li>7. Carnation</li> <li>8. Lavender</li> </ol>
<p>2. Zoon Inn Boutique Hotel</p>	<p>Konsep:</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Konsep yang digunakan oleh Zoom Inn Boutique Hotel adalah berkonsepkan santai dengan suasana yang tenang.</li> </ul>

	<p>Rekabentuk:</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Reka bentuk dalaman mengikut citarasa pengunjung. Seni binadalaman hotel butik ini juga lebih menggunakan lukisan di dinding. Contohnya, pengunjung inginkan reka bentuk yang sesuai untuk pasangan yang baru sahaja berkahwin. Ia juga menggunakan pencahayaan yang lembut</li> </ul>
	<p>Lokasi:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Zoom Inn Boutique Hotel, Jalan Bertingkat Skudai, Danga Bay, 80200 Johor Bahru, Johor, Malaysia</li> </ul>
	<p>Tempahan:</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tempahan untuk bilik hotel ini mempunyai 8 jenis iaitu:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Standard</li> <li>2. Superior queen</li> <li>3. Superior twin</li> <li>4. Deluxe</li> <li>5. Premier queen</li> <li>6. Premier twin</li> <li>7. Executive family</li> <li>8. Suite</li> </ol> </li> </ul>
<p>3. Midori Concept Hotel</p>	<p>Konsep:</p>  <p><b>Midori Concept Hotel</b> A Green Planted Wall Hotel in Mount Austin</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Konsep kehijauan yang digunakan dalam Midori Concept Hotel seperti taman botani yang penuh dengan pelbagai tumbuhan. Midori Concept Hotel menggunakan konsep kehijauan untuk semua reka bentuk bangunan dan kemudahannya. Salah sebuah hotel butik yang mesra alam dengan kehijauan atau “eco-friendly green hotel”.</li> </ul>

	<p>Reka Bentuk:</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Reka bentuk dalamannya telah dipadankan dengan gaya klasik moden elegan dan mewah dengan persekitaran taman semulajadi. Ia mewujudkan suasana di mana pelanggan dapat merasakan kedamaian dan ketenangan dengan tumbuh-tumbuhan hijau yang menyegarkan, sementara dikelilingi dengan teknologi dan kemudahan moden.</li> <li>● Aplikasi pencahayaan yang digunakan sangat menjimatkan tenaga</li> </ul>
	<p>Lokasi:</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 57, Jalan Austin Heights 8/1, Taman Mount Austin, 81100 Johor Bahru, Johor, Malaysia</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tempahan yang disediakan di Midori Concept Hotel adalah seperti berikut :             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Midori suite                 <ul style="list-style-type: none"> <li>-majestic</li> <li>-passion</li> <li>-Splendor</li> <li>-grandeur</li> </ul> </li> <li>2. Midori executive                 <ul style="list-style-type: none"> <li>-premium</li> <li>-deluxe triple</li> <li>-exec.king/twin</li> <li>-superior</li> </ul> </li> </ol> </li> <li>● Annivesary/birthday package</li> </ul>

#### 4.2 Analisis Faktor-Faktor Tarikan Pengunjung Mengunjungi Hotel Butik

Objektif kedua bagi kajian ini telah dicapai melalui borang soal selidik yang telah dijalankan di kawasan kajian. Secara keseluruhannya, objektif kedua iaitu mengkaji faktor yang menarik minat pengunjung untuk menetap ke hotel butik telah tercapai. Secara kesimpulannya, penyelidik mendapati bahawa tahap persetujuan responden terhadap faktor-faktor yang menarik minat pengunjung untuk menetap di hotel butik adalah pada tahap setuju atau tinggi. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan analisis data-data responden yang bersetuju dengan enam faktor tersebut. Faktor kemudahan berteknologi tinggi paling tinggi mempengaruhi minat pengunjung untuk menetap di hotel butik diikuti dengan faktor suasana atau persekitaran dan reka bentuk yang sama-sama diutamakan oleh pengunjung. Seterusnya, faktor konsep yang dilaksanakan oleh hotel butik, pekhidmatan yang diberikan dan yang terakhir pengunjung membuat pilihan adalah lokasi hotel butik itu.

Melalui analisis borang soal selidik, penyelidik mendapati bahawa faktor kemudahan yang berteknologi tinggi yang disediakan dalam hotel butik ini dapat menarik minat pengunjung. Hal ini kerana, sesetengah pengunjung inginkan internet atau wifi yang laju dan kuat kerana ingin membuat kerja atau mencari maklumat yang diperlukan. Ini akan dapat mengurangkan penggunaan data mereka sendiri kerana mereka merasakan mereka layak untuk mendapat kemudahan berteknologi yang tinggi dengan harga bilik hotel butik yang mereka tempah. Selain itu, penyediaan televisyen, penghawa dingin, tab mandi juga dipilih terlebih dahulu oleh pengunjung untuk keselesaan mereka. Sebagai contohnya kemudahan berteknologi tinggi dalam Lace Boutique Hotel adalah sangat mencukupi dan memuaskan pengunjung.

Di samping itu, penyelidik mendapati di mana suasana atau persekitaran dan reka bentuk hotel butik yang unik juga menarik minat pengunjung. Ini kerana, suasana atau persekitaran yang tenang dan lain daripada hotel biasa tradisional yang dipersembahkan dalam sesebuah hotel. Ia dapat mempengaruhi emosi pengunjung ketika mengunjungi hotel butik. Reka bentuk hotel butik juga mempunyai keunikan yang tersendiri yang meliputi reka bentuk dalaman dan luaran untuk memberikan keselesaan kepada pengunjung.

Faktor konsep sesebuah hotel butik itu juga dapat memberi tarikan kepada pengunjung untuk datang ke hotel butik. Hal ini kerana, pengunjung mempunyai perbezaan minat dan keinginan untuk membuat tempahan di sesebuah hotel butik mengikut citarasa mereka sendiri. Konsep setiap bilik yang dipersembahkan adalah berlainan dan sangat unik. Seterusnya, perkhidmatan yang disediakan oleh hotel butik juga dapat menarik minat pengunjung untuk menetap di hotel butik apabila ianya memuaskan dan mencukupi.

Lokasi yang strategik dan memudahkan pergerakan pengunjung untuk pergi dan balik. Walaupun hotel butik adalah lokasi yang sukar dilihat kerana kebanyakan hotel butik di bina di bangunan bertingkat yang tidak terlalu tinggi kerana ianya mempunyai bilangan bilik yang sedikit.

**Jadual 3: Analisis skor min keseluruhan faktor**

Faktor	Min	Tahap Persetujuan
Suasana atau persekitaran	4.18	Setuju
Reka bentuk	4.16	Setuju
Konsep	4.04	Setuju
Lokasi	3.61	Setuju
Perkhidmatan	3.98	Setuju
Kemudahan berteknologi tinggi	4.22	Setuju
Nilai Min Keseluruhan	4.03	Setuju

Jadual 3 di atas menunjukkan taburanskor min bagi keseluruhan faktor yang menarik minat pengunjung untuk menetap di hotel butik iaitu suasana atau persekitaran, reka bentuk, konsep, lokasi, perkhidmatan dan kemudahan berteknologi tinggi. Berdasarkan hasil dapatan kajian, nilai min keseluruhan faktor yang tersenarai dalam jadual di atas ialah 4.03 dengan tahap persetujuan setuju.

Selain itu, faktor yang mempunyai min paling tinggi setuju ialah kemudahan berteknologi tinggi yang ada dalam hotel butik tersebut. Nilai min yang diperolehi ialah 4.22. Ini menunjukkan tahap persetujuan bagi kemudahan berteknologi tinggi adalah setuju. Seterusnya, skor min kedua tertinggi setuju ialah faktor suasana atau persekitaran hotel butik adalah 4.18, faktor reka bentuk adalah ketiga tertinggi iaitu 4.16, faktor konsep iaitu 4.04, faktor perkhidmatan iaitu 3.98 dan skor min paling rendah adalah faktor lokasi iaitu 3.61. Secara keseluruhannya, dapat dirumuskan bahawa tahap persetujuan faktor yang menarik minat pengunjung untuk menetap di hotel butik adalah setuju.

## 5. Perbincangan dan Kesimpulan

Berdasarkan kajian dan analisa yang telah dilakukan terhadap maklumat-maklumat yang diperolehi hasil daripada temubual dan borang soal selidik, maka ciri-ciri sesebuah hotel butik dapat dikenalpasti dengan lebih mendalam dan faktor yang menarik minat pengunjung untuk menetap di hotel butik dapat dikaji. Ini menunjukkan bahawa analisa kajian ini telah mencapai kedua-dua objektif bagi kajian ini.

Objektif pertama iaitu untuk mengenalpasti ciri-ciri sesebuah hotel butik dapat dicapai dengan menemubual pihak pengurusan hotel butik atau pemilik hotel butik. Hasil temubual mendapati bahawa setiap hotel butik mempunyai ciri-ciri unik yang diadaptasikan dalam perniagaan perhotelan mereka agar dapat menepati citarasa pengunjung. Ciri-ciri unik hotel butik tidak sama dengan hotel biasa atau hotel tradisional. Ianya mempunyai keistimewaan peribadi yang berlainan kepada setiap pengunjung yang menetap di sesebuah hotel butik.

Objektif kedua, iaitu untuk mengkaji faktor yang menarik minat pengunjung untuk menetap di hotel butik dijalankan di beberapa hotel butik di Johor Bahru dicapai dengan mengambil kira pandangan pengunjung hotel butik melalui pengedaran borang soal selidik. Hasil kajian mendapati bahawa kebanyakan pengunjung menetap di sesebuah hotel butik adalah dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti suasana atau persekitaran, reka bentuk, konsep lokasi, perkhidmatan dan kemudahan yang disediakan oleh hotel butik. Selain itu, pandangan dan cadangan daripada responden akan membantu penyelidikan dalam menentukan keperluan dan permintaan pengunjung di samping membantu pihak-pihak yang terlibat dalam industri perhotelan untuk mengurus dan meningkatkan kualiti hotel butik dari segi lokasi, perkhidmatan dan konsep pada masa akan datang.

## Rujukan

- Aggett, M. (2007). *What has Influenced Growth in the UK's Boutique Hotel Sector?* International Journal of Contemporary Hospitality Management.
- Albazzaz, A., Birnbaum, B., Brachfeld, D., Danilov, D., Kets de Vries, O. & Moed, J. (2003). *Lifestyles of the rich and almost famous: the boutique hotel phenomenon in the United States*. High Tech Entrepreneurship and Strategy Group Project, Insead Business School, Fontainebleau
- Callan, R. J., & Fearon, R. (1997). Town House Hotel-an Emerging S. International Journal of Contemporary Hospitality Management 9(4) 168-175.
- Chua, Y. (2006). *Kaedah Penyelidikan Buku 1* (3<sup>rd</sup> Edition). Kuala Lumpur: Mc Graw Hill. Encyclopedia of Real Estate Term.
- Drewer, P. (2005). *Market Report Hotel 20th. Edition*. Key Note Hampton. Retrieved from <https://keynote.co.uk>
- Forsgren, S., & Franchetti, C. (2004). *The Marketing Role of Unique Concepts for Hotels in Sweden*. Elanders Novem.
- Freund de Klumbis, D.F., & Munsters, W. (2005). *Developments in the Hotel Industry: Design Meets Historic Properties*. Retrieved from <https://bibemp2.us.es/turismo/turismonet1/ecomia>
- Horner, S., & Swarbrook, J. (2005). *Leisure Marketing: A Global Perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Kotler, P. (1973). *Atmosherics as a Marketing Tool*. Journal of Retailing, 49(4), 48- 65.
- Lim, W. M., & Endean, M. (2007). *Elucidating the Aesthetic and Operational Characteristics of UK Boutique Hotels*. International Journal of Contemporary Hospitality Management 21(1).
- Mehrabian, A., & Russell, J.A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, MA.
- McIntosh, A. J., & Siggs, A. (2005). *An Exploration of the Experiential Nature of Boutique Accomodation*. Journal of Travel Research 44, 174-81.
- Olga, A. (2009). *The Alternative Hotel Market*. United States: McGraw-Hill, Inc. International Conference on Management Science & Engineering. Moscow, Russia.
- Pricewaterhouse Coopers. (2005). *The secret of lifestyle hotels' popularity is simple: they are in tune with the needs of the new, complex consumer*. Hospitality directions Europe edition, 12
- Sarheim, L. (2010). *Design or Lifestyle? A Review of London's Boutique Hotel Scene*.

- Teo, C.C.J., Chia, G.H. and Khoo, H.P.M. (1998), “*Size really does matter (when you’re small): the critical success factors behind boutique hotels in Singapore*”, available at: [www.sbaer.uca.edu/research/1998/ICSB/o\)3.htm](http://www.sbaer.uca.edu/research/1998/ICSB/o)3.htm) (accessed May 2004).
- Turley, L., & Milliman, R. E. (2000). *Atmospheric Effects on Shopping Behaviour*. *Journal of Business Research*, 49(2),193-211
- Van Hartesvelt, M. (2006). *Building a Better Boutique Hotel*. In *Lodging Hospitality* 15, 32-44.
- Virginia, B. & Clarke, V. (2013) *Successful Qualitative Research: A Practical Guide for Beginners*