

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Daihatsu merupakan merk mobil dalam kategori terjangkau oleh masyarakat dan populer kalangan masyarakat menengah di kota Bandung. Perkembangan dunia teknologi di bidang transportasi *online* berpengaruh pada penjualan mobil Daihatsu yang memiliki kualitas terbaik di kelasnya sehingga membuat konsumen banyak membeli produk mobil dari *brand* Daihatsu. PT Astra Daihatsu Motor (ADM) mencatatkan angka retail sales sebesar 95.300 unit di semester 1-2018. Angka ini naik 6,98 persen dan *wholesales* mencapai 94.929 unit, atau naik tipis dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Untuk meningkatkan pelayanan terkait cara menampilkan perkembangan dan informasi yang diterapkan pada produk Daihatsu diperlukan perancangan *showroom* yang dapat mencerminkan perkembangan produk-produk terbaru dari Daihatsu yang cocok digunakan sebagai kendaraan harian, berkualitas namun memiliki harga yang terjangkau, sehingga masyarakat umum dan pelaku bisnis transportasi *online* lebih tertarik untuk membeli produk dari merk Daihatsu.

Astra BIZ Daihatsu merupakan *showroom* resmi mobil Daihatsu di Bandung sejak tahun 2001 yang terbesar yang memiliki fasilitas terlengkap mulai dari *showroom*, bengkel, *body paint*, *body repair*, suku cadang dan kantor yang sesuai standarisasi perancangan *showroom* (*Desain Constrains in Automobile Showroom*) dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen pengguna produk dari *brand* Daihatsu. Perancangan pembangunan *showroom* Astra BIZ Daihatsu menjadi salah satu penunjang jual beli sarana transportasi dan pelayanan *service* kendaraan yang memiliki peran dalam menarik minat pengunjung untuk datang berkunjung ke *showroom*, mencari informasi produk secara detail dan melihat kendaraan yang akan di beli oleh pengunjung, sehingga diperlukan *redesign* atau perancangan ulang terkait interior ruang *showroom* yang dapat menjelaskan produk Daihatsu sebagai kendaraan yang memiliki harga terjangkau namun berkualitas dengan memberikan tampilan

tentang inovasi produk Daihatsu kepada para pengunjung dengan pengolahan interior *showroom* berkaitan dengan skala, proporsi, tekstur, material dan warna yang dapat mengubah suasana ruang berkesan dinamis sehingga *showroom* tersebut mampu berfungsi dengan baik, menjangkit minat konsumen untuk melihat produk yang dipajang, serta mendorong minat untuk membeli produk yang dijual.

Hasil observasi *showroom* Astra BIZ Daihatsu ditemukan beberapa masalah yang belum mendukung aktifitas penjualan, pelayanan dan pendukung aktifitas usher atau karyawan pada *showroom* seperti desain interior yang masih terpaku pada fungsi konvensional *showroom* yang cenderung lebih mengutamakan sisi ekonomi ketimbang memberi tampilan yang lebih memberikan informasi produk Daihatsu. Pada ruang *display* mobil memiliki kekurangan sarana pendukung *display* untuk membedakan produk unggulan dan produk baru yang dijual di dalam *showroom* sehingga diperlukan *treatment* khusus seperti leveling pada lantai tempat memajang mobil dan pencahayaan khusus pada area *display* mobil yang dijual agar lebih menarik perhatian pengunjung untuk melihat mobil yang dipajang, daya dukung pada area *lounge* yang dibutuhkan di *showroom* Astra BIZ Daihatsu tidak sesuai dengan fasilitas duduk yang ada di dalam *showroom* sehingga mengganggu pengunjung lain yang menunggu di ruang *lounge* tersebut, oleh karena itu diperlukan *desain* utama *showroom* yang lebih mengutamakan fungsi dan tujuan utama *showroom* yang sebenarnya seperti penjualan dan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen sehingga memberikan rasa betah dan nyaman kepada konsumen. Pada area kantor masih belum sesuai standar fasilitas yang ada untuk mendukung aktifitas karyawan seperti penempatan zona yang kurang tepat, standar furniture dan standar ukuran ruang yang belum sesuai standart ergonomi sehingga belum terciptanya suasana interior yang mendukung segala kegiatan karyawan. Pada area layanan purna jual seperti bengkel memiliki kelemahan yang harus diperbaiki seperti aksesibilitas / mobilitas kendaraan dan pelaku kegiatan karena aspek layoutnya dan atau pemilihan *furniture* yang licin, dan susah dibersihkan yang membahayakan

pelaku dan kendaraan serta sistem pencahayaan yang kurang tepat yang tidak bisa mendukung performa layanan.

Permasalahan yang terdapat pada *showroom* Astra BIZ Daihatsu menjadi dasar diperlukannya perancangan ulang *showroom* Astra BIZ Daihatsu yang sesuai standar perancangan dan merubah tampilan desain *interior showroom* dengan menampilkan desain yang dapat menjelaskan perkembangan dan informasi dari produk Daihatsu, pengolahan *interior showroom* dengan bentuk yang berkesan dinamis, pengolahan area *display* mobil yang diberikan *treatment* khusus pada lantai dan pencahayaan khusus sehingga menarik perhatian pengunjung untuk melihat mobil yang dipajang dan memberikan rasa betah kepada para konsumen agar dapat melihat produk lebih *detail* sehingga dapat meningkatkan minat beli pengunjung akan produk Daihatsu.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan bahwa dalam perancangan muncul beberapa permasalahan, antara lain :

1. *Showroom* Astra BIZ Daihatsu masih belum menciptakan tampilan interior yang memberikan kemudahan bagi para konsumen untuk mendapatkan informasi tentang produk Daihatsu.
2. Fasilitas yang tersedia seperti area kantor dan area bengkel di dalam *showroom* Astra BIZ Daihatsu masih belum mendukung aktifitas karyawan dan staff yang melakukan kegiatan di dalam showroom ditinjau dari zoning, blocking, standart ergonomi dan standart material yang diterapkan pada interior *showroom*.
3. *Showroom* Astra BIZ Daihatsu masih terpaku pada fungsi konvensional *showroom* yang cenderung mengutamakan sisi ekonomi dari pada memberi tampilan yang menarik perhatian pengunjung yang ditinjau dari desain *display*, pencahayaan *display* dan *treatment* pada produk yang dipajang sehingga meningkatkan minat beli konsumen untuk membeli produk Daihatsu.

1.3. Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang terdapat diidentifikasi masalah, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang *showroom* Astra BIZ Daihatsu yang memberikan tampilan interior agar memberikan informasi tentang produk Daihatsu yang ada di *showroom* Astra BIZ Daihatsu kepada pengunjung?
2. Bagaimana menciptakan fasilitas seperti area kantor dan area bengkel di dalam *showroom* Astra BIZ Daihatsu untuk mendukung aktifitas karyawan dan staff yang melakukan kegiatan di dalam showroom ditinjau dari zona, standart ergonomi dan standart material yang diterapkan pada interior *showroom*?
3. Bagaimana agar *showroom* Astra BIZ Daihatsu memberikan tampilan yang menarik perhatian pengunjung yang ditinjau dari desain *display*, pencahayaan *display* dan *treatment* pada produk yang dipajang sehingga meningkatkan minat beli pengunjung untuk membeli produk Daihatsu?

1.4. Tujuan Perancangan

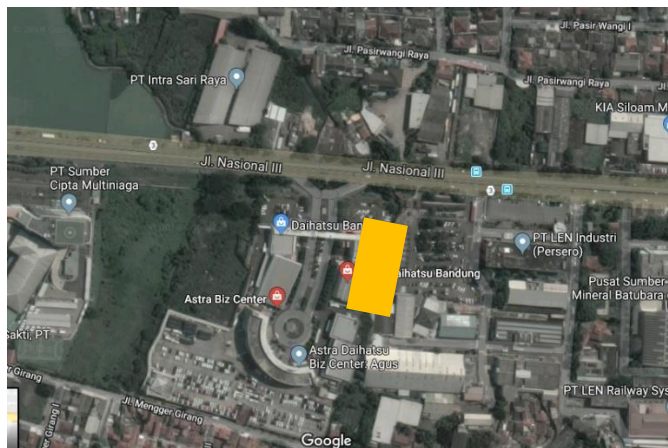
Tujuan dan sasaran yang dituju dalam perancangan ulang *showroom* Astra BIZ Center antara lain :

1. Meningkatkan citra Daihatsu sebagai kendaraan murah yang memiliki kualitas terbaik di kelasnya kepada masyarakat umum yang datang ke *showroom*.
2. Meningkatkan fasilitas utama di dalam *showroom* yang mendukung aktivitas yang terjadi di dalam *showroom* seperti penjualan, informasi dan pelayanan *service* untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan karyawan.
3. Membuat perancangan *interior* yang memeberikan informasi sesuai dengan karakter produk yang dipajang untuk menarik perhatian pengunjung sehingga meningkatkan minat beli konsumen akan produk Daihatsu.

1.5. Batasan Perancangan

Batasan perancangan ini dibutuhkan untuk memudahkan dan menspesifikasikan perancangan agar tidak terjadi kesalahan dan pembahasan yang melebihi bahasan yang seharusnya.

- Perancangan ulang *showroom* Astra BIZ Daihatsu ini terletak di Jalan Soekarno Hatta No.438D, Pasirluyu, Regol, Kota Bandung, Jawa Barat 40254.



Gambar 1. 1 Site plan perancangan (Sumber : googleearth)

- Pada *showroom* luasan yang dikerjakan yaitu kurang lebih 2600m² yang terbagi dalam beberapa area yaitu :
 1. *Showroom*.
 2. Kantor.
 3. Bengkel.
- Fasilitas-fasilitas yang akan diakomodir dalam perancangan kali ini yaitu berdasarkan ruang yang akan dirancang sesuai dengan standar showroom secara umum, seperti :
 - a. area pameran
 - b. *lounge*
 - c. *service center*
 - d. *info center*
 - e. *storage sparepart*
 - f. ruang kepala cabang.
 - g. Ruang sales
 - h. mushola
 - i. ruang mekanik
 - j. ruang kasir.
 - k. ruang kepala cabang.
 - l. ruang HRD
 - m. ruang supervicer
 - n. area anak

- Usher yang dijadikan aspek pembahasan dalam perancangan ini adalah semua usher dalam showroom yaitu :

Tabel 1. 1 Aktivitas Usher

No	Pengguna	Kegiatan	Aktivitas
1	Pegawai	Datang – Parkir – Masuk	<ul style="list-style-type: none"> - Bersiap siap - Melayani Konsumen - Mencatat data - Bertransaksi - Rapat - Istirahat - Sholat
2	Office boy	Datang – Parkir - Masuk	<ul style="list-style-type: none"> - Bersiap siap - Membersihkan gedung - Menyiapkan minuman - Istirahat - Sholat
3	Mekanik	Datang – Parkir - Masuk	<ul style="list-style-type: none"> - Bersiap siap - Merapikan alat alat - Menyervis kendaraan - Mencuci kendaraan - Istirahat - Sholat

4	Satpam	Datang – Parkir - Masuk	<ul style="list-style-type: none"> - Bersiap siap - Menjaga keamanan gedung - Menerima Tamu - Istirahat - Sholat
---	--------	----------------------------	---

1.6. Metode Perancangan

a. Data Primer

1. Observasi

Survey lapangan sangat perlu di lakukan supaya perancang dapat mengetahui lebih jelas bagaimana kondisi dan keadaan yang ada dalam *showroom* tersebut. Perancang juga melakukan observasi langsung ke *showroom* Tunas Daihatsu Ahmad Yani Bandung, dan *showroom* Daihatsu Asia Afrika Bandung.

2. Wawancara

Kegiatan wawancara pada staf atau salesman yang ditemui di *showroom* sangat penting, karena dapat memperkuat laporan perancangan dan membantu memberi informasi yang *valid* untuk perancangan.

3. Dokumentasi

Untuk dapat mendokumentasikan data *visual* berupa foto-foto objek guna melengkapi data yang diperoleh melalui metode observasi dan wawancara di *showroom* Astra BIZ Daihatsu.

b. Data Sekunder

1. Studi Literatur

Penyusunan penulisan laporan perancangan, yang dilakukan oleh penulis harus disertakan dengan studi literatur yang didapat dari referensi buku-buku ataupun jurnal yang ada.

2. Menganalisis Data

Mengolah data setelah mendapatkan hasil data *survey* dan data literatur yang terkait untuk menganalisa permasalahan dan solusi dari data yang sudah di dapatakan dan diolah menjadi perancangan.

3. Programming

Programing meliputi Studi aktifitas, kebutuhan ruang, besaran ruang, matriks, *bubble diagram*, *zoning*, *blocking*, dan lainnya.

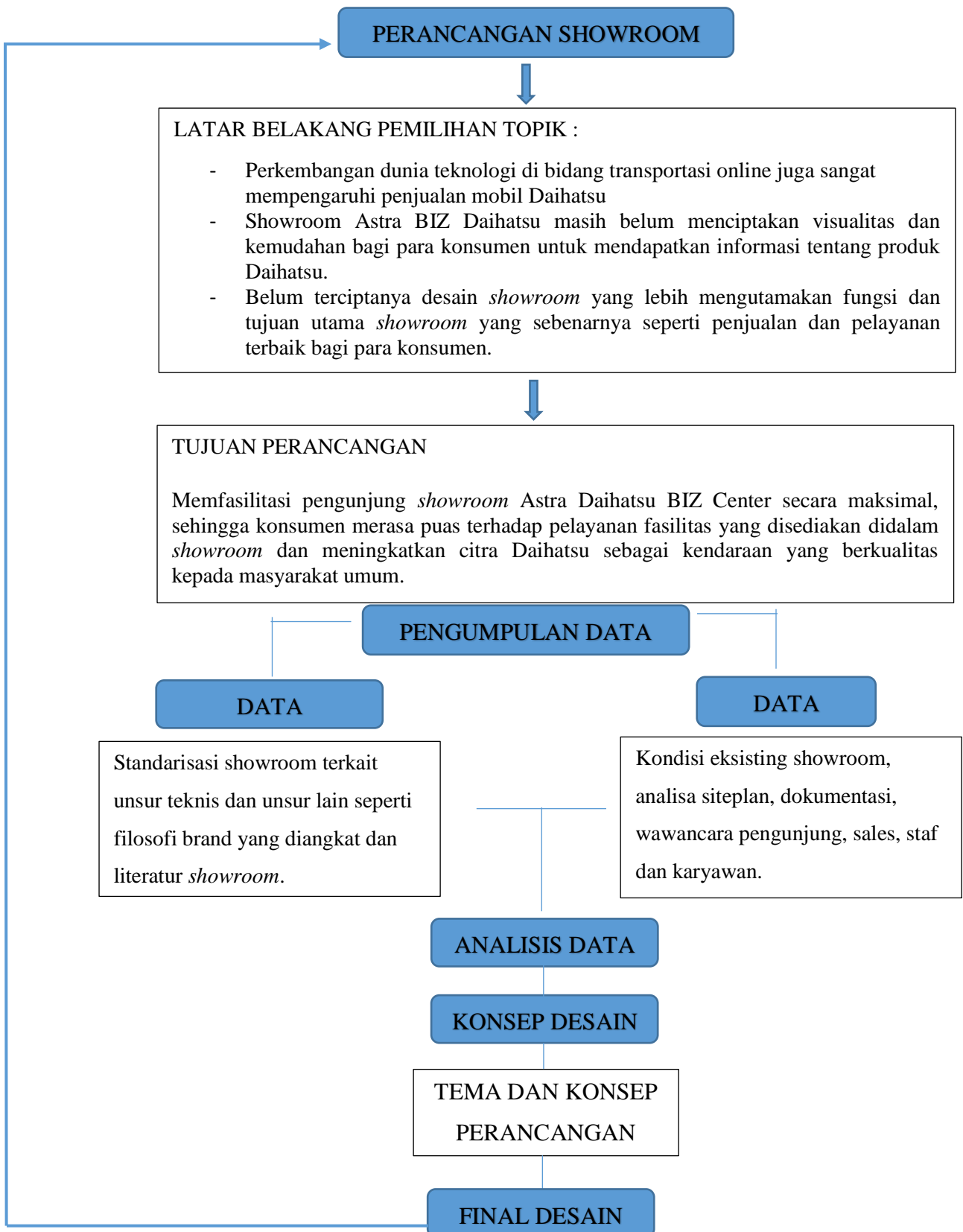
4. Konsep

Konsep adalah suatu hal umum yang menjelaskan atau menyusun suatu peristiwa, objek, situasi, ide, dengan tujuan untuk memudahkan komunikasi antar manusia dan memungkinkan manusia untuk berpikir lebih baik.

5. Hasil Akhir

Hasil akhir pada perancangan *showroom* adalah dengan pengumpulan data, programing, konsep, lembar kerja, dan lainnya menjadi satu kesatuan hasil perancangan.

1.7. Kerangka Berfikir



1.8. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk mempermudah penulisan dengan rangka yang sistematis dan teratur sehingga tidak meberikan masalah di kedepannya Dalam penelitian ini penulisan di bagi ke dalam lima bagian yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan/ruang lingkup, tujuan dan sasaran, metodologi perancangan, sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR DAN DATA PERANCANGAN

Pada pembahasan bab ini menguraikan tentang pengertian showroom dan aspek-aspek pendukungnya, juga menguraikan tentang standar-standar akan perancangan showroom dalam standar dari pemerintah maupun standar lainnya.

BAB III KONSEP PERANCANGAN

Pada bab di ini di uraikan analisis perancangan yang menjabarkan tentang analisa ruang meliputi organisasi ruang, matriks, sirkulasi dan zoning/blocking.

BAB IV HASIL PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan hasil atau output desain yang telah di dapat dari pengolahan data-data sebelumnya. Dijelaskan pula tentang alasan pemilihan konsep maupun output desain yang telah di hasilkan.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari perancangan dan saran-saran yang di dapat ketika pengujian untuk memperbaiki perancangan yang telah dilakukan.