

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar belakang

Berdirinya *showroom* di Indonesia menjadi salah satu sarana penunjang jual beli alat transportasi yang berperan dalam menarik minat pengunjung untuk datang berkunjung ke *showroom* dalam mencari informasi lebih detail tentang produk yang hendak di beli atau membuat pengunjung tertarik untuk membeli produk mitsubishi dan layanan purnajual kendaraan yang akan di beli oleh pengunjung . Perancangan interior *showroom* dituntut untuk memenuhi standar yang memfasilitasi jual beli kendaraan, Sehingga dapat disimpulkan perancangan *showroom* mobil harus dapat memberikan daya tarik konsumen dan pelayanan terhadap konsumen, yang akan menjadi pusat perhatian utama dalam perancangan *showroom* guna meningkatkan antusias calon konsumen untuk membeli kendaraan di *showroom* tersebut. (Tjiptono (2002:6))

Berkembangnya bidang otomotif di Bandung menjadi salah satu peluang bisnis bagi perusahaan besar yang berasal dari Jepang, salah satunya adalah Mitsubishi Motors yang memiliki image material yang kuat dengan standar internasional serta memberikan kemewahan pada desainnya.

Showroom Mitsubishi di kota Bandung masih belum memperhatikan daya tarik bagi pengunjung untuk datang ke *showroom* dan mempengaruhi calon pembeli untuk membeli kendaraan yang dipamerkan dengan sistem pelayanan serta kepuasan yang masih belum maksimal dengan melengkapi fasilitas yang ada seperti belum memiliki info center dan accessories store. Pusat utama interior *showroom* Mitsubishi layouting display dan desain display belum memberikan antusias konsumen dalam meningkatkan interest produk yang dipamerkan serta sirkulasi pengunjung yang masih kurang efektif.

Hasil observasi showroom Mitsubishi ditemukan beberapa masalah pada pusat perhatian pengunjung yaitu pada area *layouting display* mobil showroom Mitsubishi

belum memperhatikan daya tarik terhadap pengunjung untuk tertarik membeli mobil tersebut. Penggunaan sistem pencahayaan yang baik 40 – 60% agar mobil terlihat lebih menonjol dengan masing-masing karakternya dan tidak merusak warna asli dari mobil tersebut (*Industrial Hygiene Engineering 1998*). Fasilitas pendukung untuk *showroom* Mitsubishi belum memiliki area info center dan accessories store yang akan membantu terhadap pelayanan dan kepuasan dari *showroom* Mitsubishi.

Redesign *showroom* Mitsubishi dalam perencanaannya perlu memberikan pelayanan dan informasi agar calon pembeli mengetahui produk yang akan dijual dan sekaligus akan menjadi daya tarik untuk pengunjung. Kunci utama dalam perancangan interior *showroom* adalah dapat menjadi pusat perhatian pengunjung untuk datang ke *showroom* agar meningkatkan antusias konsumen untuk membeli kendaraan Mitsubishi dan mengedepankan kesan mewah yang dapat meningkatkan prestige dari produk Mitsubishi. Yang akan diwujudkan pada layouting display dan desain display yang didukung dengan material, furniture dan pencahayaan. Serta akan mengedepankan efisiensi dan aktifitas sirkulasi kenyamanan pengunjung. Hal ini dapat diwujudkan melalui perancangan sirkulasi horizontal maupun vertical yang efektif.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang berkaitan dengan hasil survey maupun observasi sebuah proyek diantaranya:

1. Desain *showroom* yang belum memperhatikan minat antusiasme pengunjung untuk membeli produk yang dipamerkan seperti sistem pencahayaan, layouting display, desain display yang belum memberikan daya tarik penjualan produk Mitsubishi.
2. Belum terdapatnya fasilitas penunjang bagi pengunjung *showroom* Mitsubishi seperti info center dan accessories store.

3. Sebagai pusat utama dari interior showroom Mitsubishi belum memberikan daya tarik minat pengunjung untuk membeli produk yang dipamerkan.

1.3 Rumusan Masalah

Permasalahan masalah perancangan mitsubishi yang harus dihadapi adalah :

1. Bagaimana cara merancang sebuah layouting display, sistem pencahayaan dan desain display yang menampilkan objek pada showroom Mitsubishi agar menarik perhatian dan merangsang minat pengunjung untuk membeli produk pada display ketika berkunjung pada showroom yang sesuai dengan standar showroom?
2. Bagaimana merancang fasilitas pendukung yang akan memberikan kepuasan dan pelayanan kepada konsumen seperti aksesoris store, dan info center di interior showroom Mitsubishi?
3. Bagaimana mendesain interior showroom Mitsubishi yang dapat menarik minat pengunjung serta meyakinkan konsumen bahwa pelayanan dan penjualan produk yang di tawarkan berkualitas ?

1.4 Ruang lingkup dan batasan perancangan

Dalam perancangan showroom untuk memfokuskan perancangan maka di buat batasan perancangan sebagai berikut:

1. Lokasi perancangan showroom ini terletak di kota Bandung, Jl. Surapati No.81 adalah sebagai pusat kota, yang mempunyai potensi sangat bagus dalam jual beli kendaraan bermotor.



Gambar 1.3 Denah perancangan showroom Mitsubishi

(sumber; googleearth.com)

2. Objek perancangan showroom Mitsubishi mempunyai luas bangunan berkisaran 3200m^2 yang terbagi mejadi tiga bagian yaitu area service, area display dan area office.
3. Batasan area perancangan lebih di fokuskan pada bangunan showroom meliputi area display, service dan office.

1.5 Tujuan dan sasaran

Dari masalah yang didapat bisa disimpulkan diantaranya :

Tujuan

1. Mendesign interior showroom Mitsubishi yang mewadahi segala kegiatan (penjualan, promosi, informasi) untuk memenuhi segala kebutuhan konsumen dan produsen otomotif.
2. Mendesign konseptual interior showroom Mitsubishi yang dapat mewujudkan kesan mewah seperti penggunaan layouting display, desain display, pencahayaan, furniture dan material yang dapat memberikan sebagai aksen pendukung untuk terciptanya kesan mewah.

Sasaran

1. Terpenuhiya sistem informasi serta pelayanan yang dapat mawadahi segala kegiatan di showroom Mitsubishi dan kebutuhan fasilitas yang sesuai dengan standar showroom.
2. Terciptanya interior showroom Mitsubishi yang akan menjadi pusat perhatian dan daya tarik konsumen dengan mewujudkan interior yang memiliki kesan mewah.

1.6 Metode Perancangan

Studi primer yaitu tahap pengumpulan data melalui survey lapangan ke showroom Mitsubishi :

- Observasi lapangan

Dilakukan dengan cara mengamati lokasi dan melakukan pengukuran dilapangan.

- Wawancara

Mahasiswa tugas akhir demi mendapatkan data yang lebih akurat agar melakukan wawancara dengan salah satu karyawan pada perusahaan dan pengunjung showroom.

- Dokumentasi

Dilakukan dengan cara foto area showroom untuk menjadikan suatu perancangan yang akan dilakukan.

Studi skunder yaitu dimana tahan pengumpulan non fisik terhadap objek.

- Mengumpulkan data dari majalah maupun internet guna untuk memperkuat hasil yang kita kumpulkan.
- Melakukan studi banding ke barbagai showroom agar mengetahui mengetahui kekurangan dan kelebihan showroom.

Analisa

Dari hasil analisa, berdasarkan data yang sudah dikumpulkan meliputi ; perancangan yang sesuai dengan fasilitas kebutuhan, sirkulasi pengunjung dan pencahayaan pada area display yang dimana nantinya akan memperkuat sebuah konsep yang sesuai dengan showroom Mitsubishi.

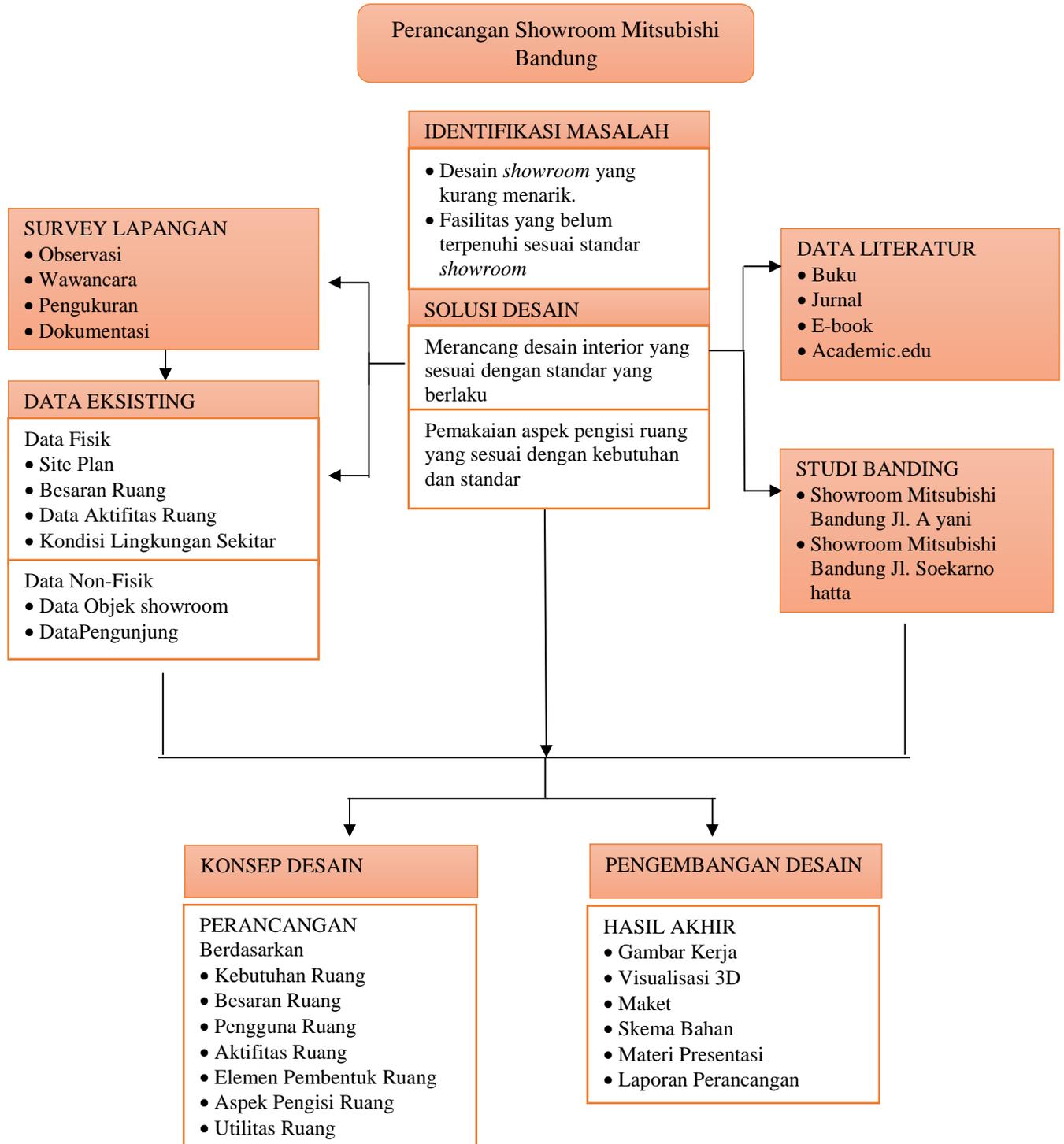
Tema Dan Konsep

Pada perancangan interior *showroom* Mitsubishi kali ini memperkuat sebuah brand tiga berlian dan warna dari mitsubishi ,yang akan di wujudkan dalam perancangan interior *showroom* yang menggambarkan kepada konsumen tentang pelayanan dan fasilitas *showroom* Mitsubishi.

Output Perancangan

Dari hasil perancangan, di harapkan sesuai dengan identifikasi masalah sehingga perencanaan perancangan dapat terwujud dengan baik dan benar sesuai dengan yang di harapkan agar memenuhi segala kebutuhan.

1.7 Kerangka Berfikir



1.8 Sistematika Perancangan

Untuk memperjelas alurnya sistematika penulisan, maka penulis akan menjelaskan isi dari setiap bab penulisan:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi uraian-uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah dan rumusan masalah, ruang lingkup dan batasan masalah, tujuan dan manfaat, teknik pengumpulan data, kerangka berpikir, sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN LITERATUR DAN DATA PERANCANGAN

Berisi uraian-uraian mengenai kajian literatur, data analisa proyek (deskripsi proyek, tinjauan lokasi, aktivitas dan kebutuhan ruang, problem statement, analisa konsep perancangan interior)

BAB III: KONSEP PERANCANGAN DESAIN INTERIOR

Berisi uraian-uraian mengenai konsep perancangan (tema umum, suasana yang diharapkan), organisasi ruang dan layout furniture, konsep visual (konsep bentuk, material dan warna), persyaratan umum ruang

BAB IV: KONSEP PERANCANGAN VISUAL DENAH KHUSUS

Berisi uraian-uraian mengenai pemilihan denah khusus, konsep tata ruang, persyaratan teknis ruang (system penghawaan, pencahayaan, pengkondisian udara, dan pengamanan), penyelesaian elemen interior

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bagian akhir dari penulisan laporan tugas akhir ini yang berisikan tentang kesimpulan dan saran pada waktu sidang.