

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Toyota merupakan produsen mobil yang didirikan di Jepang pada 28 Agustus 1937 oleh Kiichiro Toyoda dan merupakan salah satu produsen mobil terbesar di dunia. Toyota mendistribusikan produknya melalui *dealer* Toyota yang tersebar di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri terdapat lebih dari 300 dealer yang mendistribusikan mobil Toyota, salah satunya yaitu *dealer* Toyota di Jakarta Selatan. *Dealer* Toyota ini merupakan *dealer* resmi Toyota di Indonesia sejak tahun 1980. Pada perolehan data GAIKINDO (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia), Toyota menjadi produsen mobil terlaris dengan penjualan mobil terbesar pada tahun 2021 yang mencapai 527.694 unit. Angka tersebut meningkat 45% dibanding periode tahun 2020.

Toyota bertujuan untuk menciptakan mobilitas bagi semua orang di dunia melalui komitmen terhadap kualitas dan inovasi tanpa henti. Toyota ingin menciptakan kemungkinan baru bagi umat manusia dan mendukung interaksi berkelanjutan. Toyota menjadikan interaksi produknya dengan penggunanya sebagai identitas utama yang diwujudkan melalui *dealer* Toyota. Identitas sendiri dibuat untuk membentuk relasi dengan konsumen, yang artinya semakin baik identitas yang dimiliki, maka semakin baik pula citra *brand* di mata konsumen (Aaker dan Keller, 1996). Identitas tersebut seharusnya bisa diwujudkan dan dikenalkan melalui desain interior pada fasilitas *dealer* Toyota di Indonesia. Salah satunya melalui fasilitas pelayanan 3S, yaitu *sales*, *service*, dan *sparepart*. Dengan hadirnya hal tersebut maka hubungan konsumen dengan produk Toyota akan terbentuk dan membangun citra *brand* bagi konsumen.

Pada hasil analisa *dealer* mobil Toyota di Jakarta Selatan menunjukkan beberapa permasalahan utama berkaitan dengan standar interior *dealer* yang telah ditetapkan Toyota. Pada area *showroom* yang menjadi bagian dari fasilitas utama belum dapat mengenalkan produk Toyota dengan baik melalui sistem *display* yang diterapkan. Diantaranya adalah tidak adanya *special stage* untuk mobil terbaru, penggunaan pencahayaan seadanya dan mobil yang dipamerkan

pada area *showroom* juga hanya satu buah mobil saja, padahal Toyota baru saja merilis 5 produk dengan ubahan terbaru pada bulan Agustus 2021 dan area tersebut mampu memamerkan mobil – mobil tersebut.

Pada area lainnya, yaitu area negosiasi, penempatan furnitur yang tidak tersebar membuat area display kendaraan menjadi terbatas dan membuat area *showroom* hanya dapat memamerkan 1 buah mobil saja. Pada area ruang tunggu pelanggan *service*, area tersebut berada di lantai 2 dan terletak jauh dari area *service*, area *showroom* dan fasilitas penunjang seperti toilet, musala, dan area merokok yang berada di lantai 1. Menurut standar Pedoman Interior Outlet Toyota, area tersebut haruslah berhubungan dan mudah dijangkau. Hal ini membuat pelanggan harus berusaha lebih untuk mencapai area tersebut dan tentunya tidak efektif. Pada *dealer* ini juga tidak tersedia konter penjualan *spare part*, hal ini membuat alur aktivitas pelanggan *service* menjadi terganggu tidak seperti pada *dealer* Toyota dengan fasilitas 3S lainnya. Oleh karena itu perlu adanya perancangan ulang pada *dealer* Toyota ini agar sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dan terciptanya identitas *brand* Toyota melalui pelayanan *dealer* 3S.

Dengan adanya perancangan *dealer* Toyota di Jakarta Selatan ini bertujuan untuk mewujudkan tujuan Toyota yang ingin meningkatkan kualitasnya melalui interaksi berkelanjutan produk Toyota dengan penggunanya yang dihadirkan melalui kualitas desain interior pada fasilitas *dealer* Toyota di Jakarta Selatan dengan lebih mengenalkan identitas dari *brand* Toyota melalui penggunaan elemen-elemen yang sesuai dengan standar Toyota pada desain interiornya.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang ditemukan pada perancangan ini, yaitu :

1. Desain Interior pada area utama *dealer* Toyota di Jakarta Selatan belum dapat mengenalkan produk mereka dengan baik melalui sistem *display* yang diterapkan, seperti tidak adanya *special stage* sesuai standar pedoman interior Toyota, penggunaan pencahayaan seadanya dan hanya terdapat 1 buah mobil saja yang dipamerkan.

2. Hubungan antar ruang pada area ruang tunggu *service* dengan area *service*, area *showroom* dan fasilitas penunjangnya kurang baik dan tidak sesuai standar Toyota yang ditetapkan, area tersebut berada di lantai yang berbeda sehingga pelanggan harus berusaha lebih untuk mencapai ruangan tersebut dan menjadi kurang efektif.
3. Alur aktivitas pelanggan *service* dan pelanggan dengan kebutuhan pembelian *sparepart* dan aksesoris kurang efektif akibat area layanan tersebut tergabung dalam 1 konter yang sama.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah pada perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana agar desain interior area utama *dealer* Toyota di Jakarta Selatan dapat lebih mengenalkan produk mereka dengan baik melalui sistem *display* yang diterapkan sesuai pada standar Interior Outlet Toyota dan dapat memamerkan lebih dari 1 buah mobil?
2. Bagaimana agar hubungan antar ruang pada area ruang tunggu *service* dengan area *service*, area *showroom* dan fasilitas penunjangnya menjadi lebih baik dan efektif untuk pelanggan sesuai dengan standar yang ditetapkan Toyota?
3. Bagaimana agar alur aktivitas pelanggan *service* dan pelanggan dengan kebutuhan pembelian *sparepart* dan aksesoris saja menjadi lebih efektif?

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

Adapun tujuan dan sasaran berdasarkan rumusan masalah yang terdapat pada perancangan Tunas Toyota Jakarta, antara lain:

1.4.1 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan *dealer* Toyota di Jakarta Selatan adalah untuk mewujudkan tujuan Toyota yang ingin meningkatkan kualitasnya melalui interaksi berkelanjutan produk Toyota dengan penggunaanya yang dihadirkan melalui kualitas desain interior pada fasilitas *dealer* Toyota di Jakarta Selatan dengan lebih mengenalkan identitas dari *brand* Toyota

melalui penggunaan elemen-elemen yang sesuai dengan standar Toyota pada desain interiornya.

1.4.2 Sasaran Perancangan

1. Terciptanya desain interior area utama *dealer* Toyota di Jakarta Selatan yang dapat lebih mengenalkan produk mereka dengan baik melalui sistem *display* yang diterapkan sesuai pada standar Interior Outlet Toyota dan dapat memamerkan beberapa mobil terbaru Toyota.
2. Terciptanya hubungan antar ruang yang baik pada area tunggu pelanggan *service* dengan area *service* dan *showroom*, serta fasilitas penunjangnya agar lebih efektif bagi pelanggan.
3. Tersedianya konter pendaftaran *service* dan juga pembelian *sparepart* dan aksesoris tersendiri yang tidak mengganggu alur aktivitas keduanya

1.5 Batasan Perancangan

Adapun batasan pada perancangan ini adalah sebagai berikut:

- a. Perancangan Interior *dealer* mobil Toyota di Jakarta Selatan memiliki luasan bangunan sekitar 2500m²
- b. Lokasi perancangan berada di jalan Jl. Raya Pasar Minggu No.7, RT.1/RW.6, Kalibata, Kec. Pancoran, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
- c. Lokasi dibatasi oleh Jl. Raya Pasar Minggu pada bagian timur, ruko-ruko pada bagian utara, Apotek Karisma Utama pada bagian selatan dan Sekolah Dasar Negeri Kalibata 12 Pagi pada bagian barat
- d. Pengguna dan target pengunjung adalah segala umur tanpa melihat latar budaya dan pendidikan dengan target konsumen ekonomi menengah keatas
- e. Perancangan fasilitas *dealer* mobil difokuskan pada area *showroom* produk dan layanan *service* yang berkaitan dengan konsumen menyesuaikan dengan standar literatur yang telah ditetapkan.

1.6 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dari perancangan *dealer* Tunas Toyota Jakarta

- a. Masyarakat

Manfaat dari perancangan ini bagi masyarakat yaitu untuk memaksimalkan penampilan dan fasilitas *dealer* yang sesuai dengan standar yang ditetapkan Toyota dengan lebih memperkenalkan identitas *brand* Toyota pada area utamanya sehingga dapat memperkuat interaksi antara produk dengan para konsumen yaitu pengunjung maupun pelanggan.

b. Institusi

Manfaat bagi institusi yaitu perancangan ini dapat menambah daftar pustaka dan kajian perancangan sebagai acuan bagi mahasiswa dalam melaksanakan tugas.

c. Bidang Keilmuan

Manfaat bagi bidang keilmuan yaitu dapat menjadi tambahan referensi perancangan sebuah interior *dealer* mobil khususnya Toyota.

1.7 Metode Perancangan

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan, sebagai berikut :

a. Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan lokasi *dealer* secara langsung yang berada di Jakarta Selatan dan juga melalui pencarian data melalui media internet terkait fasilitas interior *dealer*.

b. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan mengumpulkan foto dokumentasi secara langsung maupun dengan mengambil data melalui media internet.

c. Studi Literatur

Memperoleh data studi literatur yang didapatkan dari beberapa media cetak dan elektronik berupa buku, jurnal-jurnal penelitian, dan media internet terkait interior *dealer*.

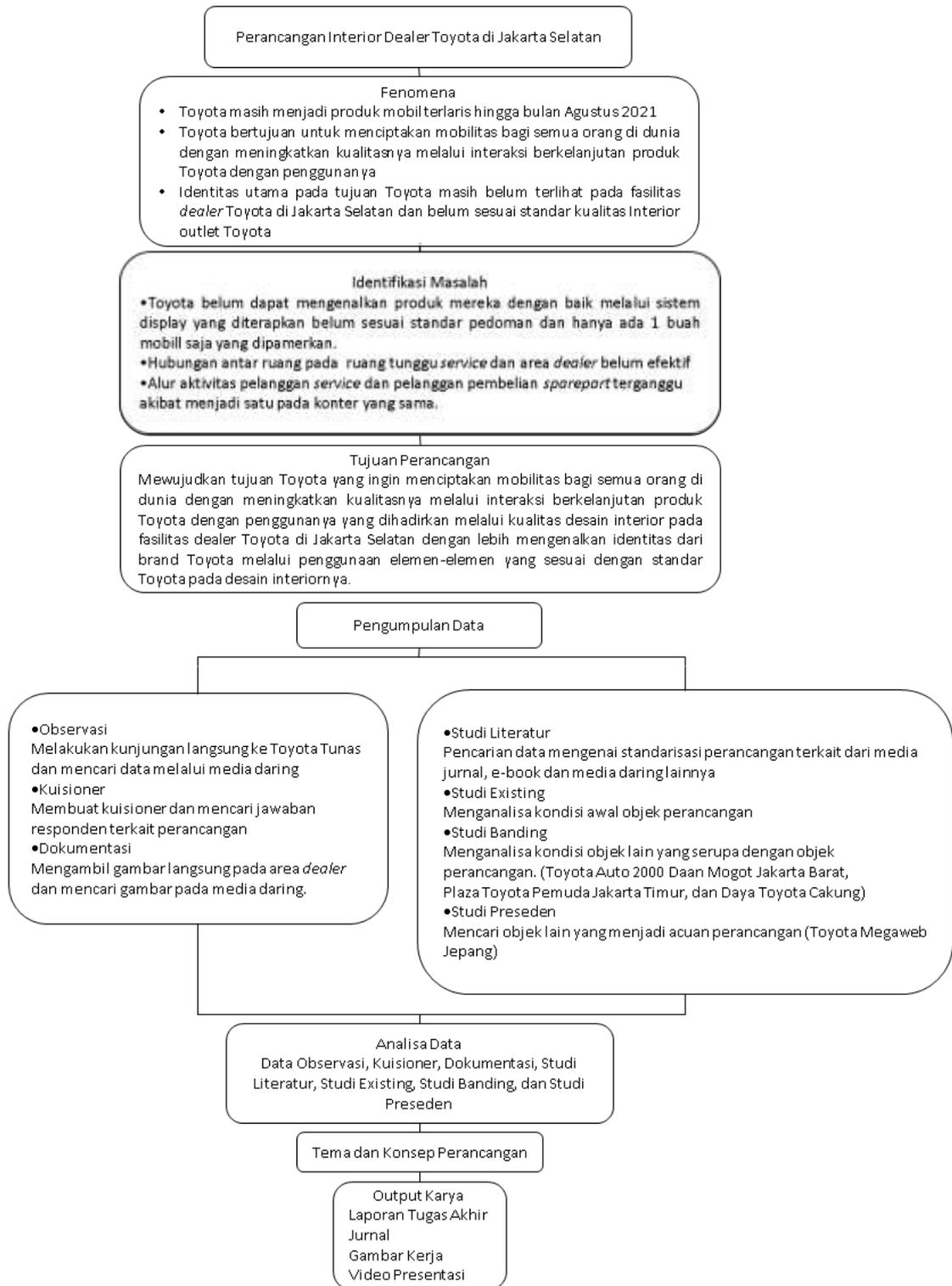
d. Analisis Data

Melakukan analisa data melalui studi literatur dan juga studi banding perancangan sejenis yang telah dikumpulkan.

e. Output

Hasil dari proses tersebut nantinya akan menghasilkan hasil akhir berupa gambar kerja, sketsa 3 dimensi dan animasi.

1.8 Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir
(Sumber : Analisa Pribadi)

1.9 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan akhir perancangan, metode perancangan dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan uraian pembahasan teori yang bersumber dari kajian literatur yang sudah didapatkan dan pengurairan data mengenai analisa proyek perancangan

BAB III : ANALISIS STUDI BANDING

Berisikan uraian mengenai analisis terhadap objek-objek studi banding sejenis dengan *dealer* Toyota di Jakarta Selatan.

BAB IV : TEMA, KONSEP PERANCANGAN DAN APLIKASI PERANCANGAN

Berisikan uraian mengenai tema dan konsep perancangan interior, organisasi ruang dan layout berupa zoning, blocking, organisasi ruang, sirkulasi, pencahayaan, penghawaan, warna, material, furniture, bentuk, akustik, signage, dan keamanan, serta pengaplikasiannya pada objek perancangan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan uraian mengenai kesimpulan, saran proyek, daftar pustaka dan lampiran dari perancangan.