

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perancangan dealer showroom adalah salah satu sarana dalam melakukan jual beli kendaraan otomotif yang memiliki tujuan untuk menarik minat masyarakat untuk datang berkunjung ke showroom dan melihat kendaraan yang ingin dibeli oleh pengunjung. Daihatsu merupakan salah satu merek otomotif yang cukup populer dan terjangkau bagi masyarakat menengah di Indonesia, salah satunya yaitu daerah Kabupaten Karawang. Menurut catatan pembukuan PT. Astra Daihatsu, merek otomotif ini mengalami peningkatan angka retail sales pada tahun 2021. Sepanjang periode Januari – Oktober 2021, total volume *market* nasional mengalami peningkatan untuk retail sales mencapai sekitar 677 ribu unit, dan *wholesales* menjadi sekitar 703 ribu unit, atau naik sebesar 71,8% dibandingkan periode yang sama tahun 2020 lalu. Hal positif ini diharapkan akan terus berlangsung dan berlanjut hingga masa depan bagi pasar Daihatsu. Oleh karena itu, untuk menciptakannya maka harus diterapkan dengan mengembangkan kualitas produk yang lebih inovatif dan menarik. Dan untuk semakin menarik hati minat masyarakat, maka dilakukannya inovasi baru pada desain showroom untuk mencerminkan bahwa produk dalam Daihatsu ini memiliki perkembangan yang berinovasi dalam hal teknologi dan juga desain.

Astra Daihatsu Karawang merupakan dealer otomotif Daihatsu yang dibangun sekitar tahun 2013, dan menjadi satu-satunya outlet resmi Daihatsu cabang Karawang. Dengan memiliki fasilitas terlengkap mulai dari *showroom*, bengkel, *body paint*, *body repair*, suku cadang dan kantor. Pembangunan dealer ini secara keseluruhan sudah sesuai dengan standar operasional perusahaan yang ada. Secara umum, desain dealer Astra Daihatsu ini memiliki desain yang serupa satu sama lain dengan desain dealer Daihatsu diseluruh cabang outlet resmi di Indonesia. Hal ini menjadikan desain yang ditampilkan pada showroom terlihat kurang memberikan tampilan yang inovatif. Perancangan dealer memiliki peran dalam menarik minat masyarakat untuk datang berkunjung ke showroom dan melihat kendaraan yang ingin dibeli oleh pengunjung. Selain itu juga sebagai sarana

pelayanan *service* mobil serta memberikan informasi terkait kendaraan otomotif Daihatsu.

Hasil dari pengamatan yang sudah dilakukan pada proyek perancangan dealer Astra Daihatsu ini ditemukan beberapa permasalahan utama diantaranya yaitu, desain interior pada showroom Daihatsu yang belum menyesuaikan dengan tagline Daihatsu yaitu "*Innovation For Tomorrow*", dimana tagline ini merupakan komitmen perusahaan untuk selalu mewujudkan inovasi. Sedangkan pada interior showroom ini belum adanya perkembangan dalam hal desain ruang pada showroom, yang dimana area ini terhubung langsung pada pelanggan. Dan ini mengharuskan untuk mengikuti branding Daihatsu agar pesan yang disampaikan perusahaan sampai kepada pelanggan. Pada Area display mobil juga belum memenuhi standar showroom, hal ini meliputi belum adanya treatment pada area display untuk aksesoris mobil, dan juga tata letak pada area display produk unggulan yang keluar dari area zona showroom. Pada lantai 2 showroom terdapat ruang yang sudah tidak terpakai dan dibiarkan kosong, sehingga menjadikan ruang tidak efektif dan akan disesuaikan dengan kebutuhan ruang.

Berbagai permasalahan inilah yang menjadikan dasar latar belakang diperlukannya perancangan ulang pada showroom Astra Daihatsu Karawang. Dengan menyesuaikan standar perancangan operasional showroom, ini diharapkan menghasilkan desain interior yang dapat menjelaskan perkembangan dan informasi dari produk Daihatsu, dan juga memberikan desain lebih inovatif serta menarik perhatian pengunjung, dan lebih nyaman terutama pada saat pandemi ini.

1.2. Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi berbagai permasalahan yang berkaitan yaitu:

- Desain interior pada showroom Daihatsu yang belum menyesuaikan dengan tagline Daihatsu yaitu "*Innovation For Tomorrow*", dimana tagline ini merupakan komitmen perusahaan untuk selalu mewujudkan inovasi.

- Area display mobil yang belum memenuhi standar showroom, hal ini meliputi belum adanya treatment pada area display untuk aksesoris mobil, dan juga tata letak pada area display produk unggulan yang keluar dari area zona showroom.
- Pada lantai 2 showroom terdapat ruang yang sudah tidak terpakai dan dibiarkan kosong, sehingga menjadikan ruang tidak efektif.

1.3. Rumusan Permasalahan

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

- Bagaimana cara mengembangkan desain dalam perancangan interior menjadi lebih menarik dan inovatif yang menyesuaikan dengan tagline pada standar identitas brand?
- Bagaimana cara merancang area display showroom mobil yang sesuai dengan standar showroom?
- Bagaimana cara memanfaatkan ruang yang sekiranya sudah tidak terpakai?

1.4. Tujuan dan Sasaran Perancangan

1.4.1 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, dapat disimpulkan tujuan perancangan ulang showroom Astra Daihatsu Karawang adalah sebagai berikut :

- Merancang Showroom Astra Daihatsu dengan pendekatan identitas brand untuk menunjang eksistensi minat masyarakat.
- Merancang interior Showroom Astra Daihatsu yang lebih inovatif dan komunikatif yang sesuai dengan standar operasional brand. Sehingga meningkatkan minat masyarakat sebagai pengunjung yang ingin membeli produk.
- Merancang pencahayaan, penghawaan, dan akustik interior yang baik dalam showroom. Sehingga meningkatkan kenyamanan pengguna dalam beraktifitas didalam bangunan showroom.

- Memanfaatkan ruang yang sudah tidak terpakai. Sehingga tidak ada ruang yang kosong.

1.4.2 Sasaran Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, dapat disimpulkan sasaran perancangan ulang showroom Astra Daihatsu Karawang adalah sebagai berikut :

- Merancang ulang showroom yang menyesuaikan tagline brand Daihtasu.
- Menambahkan tempat khusus aksesoris mobil guna untuk menunjukkan bahwa produk yang digunakan adalah barang asli.
- Menambahkan display khusus untuk mobil keluaran terbaru.
- Memperbanyak area untuk pengunjung menunggu mobil yang sedang di service.
- Bentuk ruang menggunakan bentuk geometris dan mengolah bentuk logo showroom menjadi bagian dari bentuk desain.
- Mengolah ruangan yang tidak terpakai.

1.5. Batasan Perancangan

Beberapa batasan perancangan pada showroom dealer Astra Daihatsu Karawang dibuat agar perancangan lebih jelas dan terarah, yaitu berupa :

- Lokasi perancangan interior berada di Jl. Galuhmas Raya KAV. CBD Blok D No. 01, Sukaharja, East Telukjambe, Karawang Regency, West Java 41361.
- Luasan bangunan showroom yaitu sekitar 2.900 m² dengan bangunan gedung yang memiliki 2 lantai serta area service dibelakangnya.
- Luasan perancangan showroom yang dikerjakan yaitu 2.780 m² dengan pembagian beberapa area pelayanan utama yaitu :
 - Showroom
 - Kantor
 - Bengkel
- Batasan fasilitas yang akan dirancang ulang ini berdasarkan ketentuan standar pelayanan yang sudah ditentukan oleh pihak Astra Daihatsu dan juga menyesuaikan dengan standar umum showroom, ruang ini diantaranya berupa :

- | | | | |
|--------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| a) Showroom | e) Display Car | i) Kantor Administrasi | m) R. Mekanik |
| b) Dealing Area | f) Aksesoris Area | j) Kantor Service | n) Mushola |
| c) Info center | g) Lounge Area | k) Kantor Sales | o) Toilet |
| d) Service Advisor | h) Stall Komunikasi | l) R. Rapat | p) Bengkel |
- Pengguna ruang yang dijadikan aspek dalam pembahasan perancangan ini yaitu seluruh pengguna yang berada di dalam showroom, yaitu :
 - Pengunjung / Pembeli Unit Mobil
 - Sales
 - Pelanggan Service Mobil
 - Karyawan Mekanik
 - Staff / Karyawan
 - Office Boy

1.6. Manfaat Perancangan

A. Manfaat Bagi Masyarakat / Komunitas

Memberikan pengetahuan dan wawasan tentang perancangan showroom yang sesuai dengan standarisasi desain showroom serta standarisasi operasional perusahaan Astra Daihatsu.

B. Institusi Penyelenggara Pendidikan

Menjadikan rujukan serta inspirasi dalam pengembangan perancangan desain dealer showroom Astra Daihatsu yang lebih inovatif dimasa yang akan datang.

C. Bidang Keilmuan Interior

Sebagai referensi bahan ilmu pengetahuan dalam memecahkan permasalahan perancangan desain dealer showroom.

1.7. Metode Perancangan

Proses pengumpulan data dalam perancangan dealer showroom Astra Daihatsu ini menggunakan metode pengumpulan data primer serta pengumpulan data sekunder :

A. **Data Primer**

- Observasi

Kegiatan observasi yang dilakukan yaitu dengan survey langsung ke tempat lokasi proyek showroom. Alamat lokasi ini sendiri terletak di Jl. Galuhmas Raya KAV. CBD Blok D No. 01, Sukaharja, East Telukjambe, Karawang Regency, West Java 41361. Kegiatan survey ini baru dilakukan 2 kali kunjungan, dengan kunjungan pertama yaitu mengenali tata letak ruang showroom sambil mendokumentasikannya, dan yang kedua melakukan sedikit wawancara kepada salah satu karyawan showroom.

- Wawancara

Kegiatan Wawancara dilakukan bersamaan dengan melakukan kegiatan observasi. Wawancara ini dilakukan langsung kepada salah satu karyawan showroom tersebut. Kegiatan ini dilakukan untuk memperkuat informasi dalam pengumpulan data tersebut.

- Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan bersamaan dengan melakukan kegiatan survey lokasi. Objek yang diambil dari beberapa ruang yang ada didalam showroom Astra Daihatsu.



Gambar 1.7 : Dokumentasi Dealer Showroom Daihatsu Karawang
(Sumber : Dokumen Pribadi)

B. Data Sekunder

- Studi Literatur

Literatur yang dilakukan yaitu mencari studi literatur di internet mengenai teori dengan melalui pencarian artikel, jurnal, tugas akhir terdahulu, serta buku. Kegiatan ini dilakukan untuk melengkapi serta membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang ada didalam proyek.

- Analisa Data

Proses mengolah data yang sudah dikumpulkan melalui hasil kegiatan observasi, wawancara, dokumentasi, serta studi literatur. Kegiatan ini dilakukan guna untuk menganalisa permasalahan serta solusi dari data, kemudian akan dikaitkan dengan pendekatan yang tepat dan menghasilkan olahan data untuk perancangan.

- Programming

Proses dari hasil analisa data yang dilanjutkan dengan mengumpulkan programming yang meliputi :

- Pola aktivitas,
- Kebutuhan ruang,
- Besaran ruang,
- Matriks ruang,
- Bubble diagram,
- Zoning dan Blocking, dan lainnya.

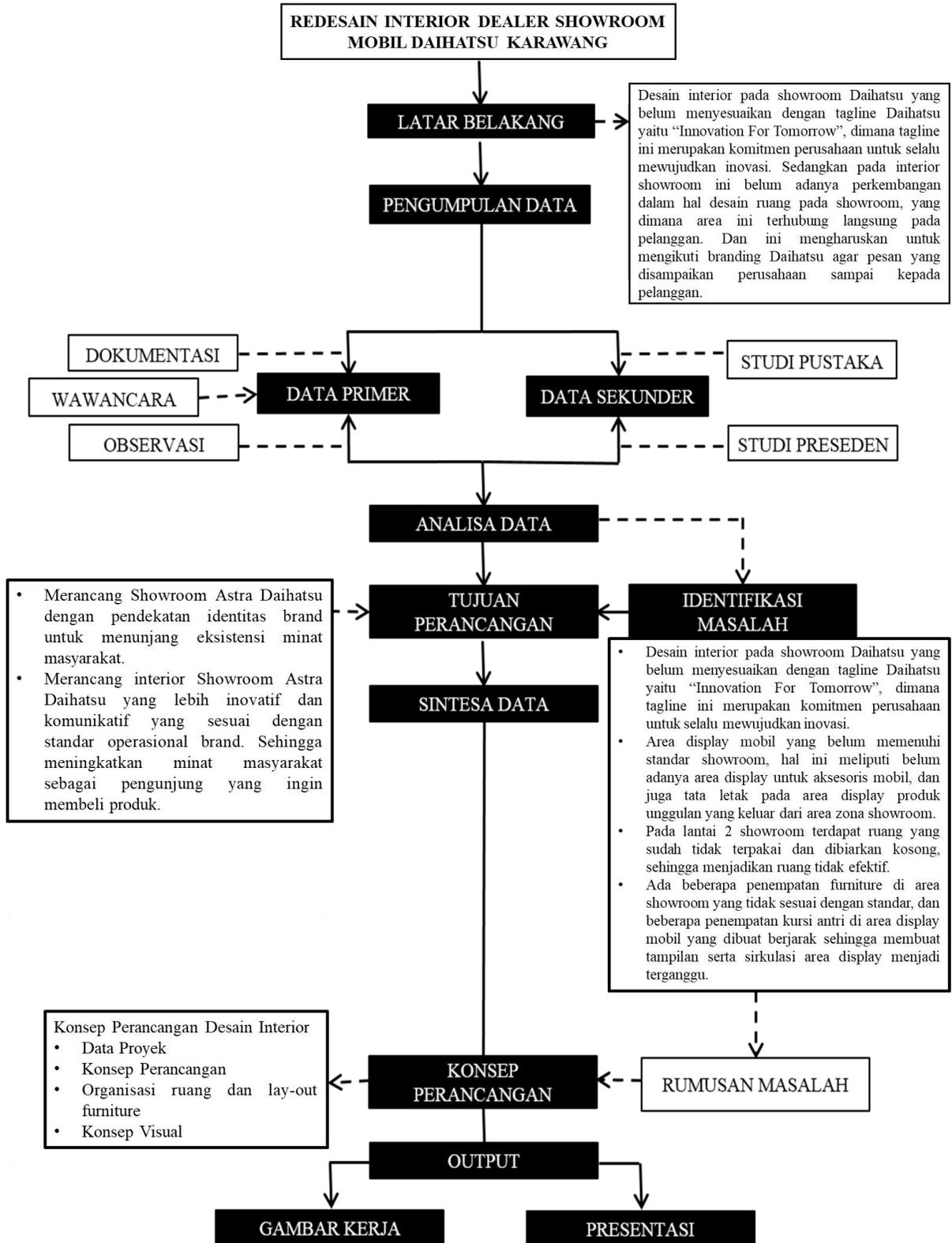
- Konsep

Konsep perancangan ditentukan setelah solusi dari permasalahan terpecahkan. Proses menentukan konsep ini dilakukan sebagai pengembangan dari permasalahan yang telah dianalisa dan diimplementasikan dalam perancangan desain showroom ini. Tujuan dari konsep ini untuk memudahkan komunikasi antar manusia.

- Output Akhir

Hasil akhir dalam perancangan ulang showroom ini adalah berupa pengumpulan data, programming, tema dan konsep, gambar kerja teknik, video animasi, dan lainnya.

1.8. Kerangka Berpikir



1.9. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan tugas akhir yang disusun dalam pembaban dengan tujuan untuk mempermudah alur kepenulisan, sebagai berikut:

BAB I, PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari uraian latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan sasaran perancangan, batasan perancangan. manfaat perancangan, metode perancangan, kerangka berpikir, dan sistematika penulisan.

BAB II, KAJIAN LITERATUR & STANDARISASI

Bab ini membahas tentang uraian teori – teori dari definisi proyek dealer showroom, klasifikasi proyek showroom, standarisasi proyek showroom, dan pendekatan desain branding serta studi preseden showroom.

BAB III, ANALISIS STUDI BANDING, DESKRIPSI PROJEK DAN ANALISIS, & SINTESIS DATA

Bab ini berisi tentang hasil dari uraian analisis studi banding dari 2 showroom yang saling berkaitan dengan proyek showroom daihatsu, deskripsi proyek showroom daihatsu, dan analisis sintesis data.

BAB IV, TEMA, KONSEP PERANCANGAN, & APLIKASI PERANCANGAN

Bab ini terdiri dari hasil uraian analisis tentang penjelasan tema serta konsep perancangan interior showroom daihatsu yang meliputi seluruh konsep dari elemen interior showroom.

BAB V, KESIMPULAN

Bab ini merupakan bagian akhir dari laporan yang berisikan tentang penjelasan kesimpulan serta saran yang berdasarkan dari seluruh isi laporan perancangan ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN