

## Bab I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Daihatsu merupakan salah satu pabrikan mobil Jepang yang terkenal di Indonesia dan masuk dalam kategori produk otomotif yang terjangkau untuk masyarakat ekonomi menengah. Daihatsu di Indonesia disebut juga sebagai Astra Daihatsu Motor (ADM) berada di naungan PT Astra Internasional Tbk. Berdasarkan perhitungan dari *corporate data* Daihatsu pada tahun 2020, penjualan produk di Indonesia sebanyak 509.826 unit dan memiliki pangsa *volume* produksi sebesar 45,9 %. *Dealer* resmi ini sudah tersebar di seluruh kota besar di Indonesia, salah satunya berada di kota Batam yang berlokasi di Jalan Yos Sudarso Sei Baloi, 200 meter dari Flyover Lualan Madani (Simpang Jam) Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau. Jumlah penjualan di kota Batam pada tahun 2019 kurang lebih sebanyak 1400 unit. Pada tahun 2020 akibat pandemi terjadi penurunan penjualan sekitar 50 %. Perusahaan ini merupakan *dealer* mobil dengan spesifikasi *authorized* yang memiliki klasifikasi 3S (*Sales, Service, Spare Part*) plus *Body Repair (workshop)*.

Astra Internasional Daihatsu Batam merupakan *dealer* yang menyediakan fasilitas lengkap yang terdiri dari ruang kantor, ruang pamer (*showroom*), ruang tunggu, suku cadang, bengkel *service, body paint booth*, dan *body repair*. *Dealer* Astra Internasional Daihatsu Batam ini dirancang sebagai tempat untuk melakukan proses transaksi penjualan mobil, *spare part* resmi dan juga terdapat fasilitas *after-sales* yaitu *service* dan *body repair* yang menjadi aktivitas lain bagi *customer* untuk mengunjungi *dealer* ini. Terdapat ruang pamer mobil (*showroom*) yang digunakan untuk melihat produk dan sebagai media penyampaian informasi mengenai produk secara detail antara pegawai dengan *customer*.

Berdasarkan hasil observasi dilapangan, sehubungan kebutuhan pasar yang semakin meningkat maka *dealer* Astra Internasional Daihatsu Batam ini pindah menempati gedung baru tanggal 7 Desember 2019. Mewabahnya virus *covid-19* menyebabkan terdapat masalah-masalah teknis yang muncul pada area *showroom, waiting room, dealing room*, dan ruang kerja. Hal ini menyebabkan kunjungan konsumen baik yang mencari informasi atau membeli produk Daihatsu berkurang, yang menyebabkan jumlah penjualan di tahun 2020 menurun. Untuk mengembalikan kepercayaan calon konsumen agar mau ke *showroom* Daihatsu dan membeli mobil

Daihatsu terdapat beberapa hal yang harus dilakukan dari sudut pandang interior. Pada area *showroom* tidak memperhatikan jarak antar mobil yang dipamerkan, yang dimana hal tersebut dapat mempengaruhi aktivitas pengguna dan kualitas produk. Selain itu tidak adanya media informasi dan penerapan *lighting* sesuai standar yang dapat diterapkan untuk memudahkan aktivitas pengguna dan penyampaian informasi mengenai produk kepada *customer*. Apabila dibandingkan dengan *dealer* Daihatsu di kota lain area ruang tunggu pada *dealer* Astra Internasional Daihatsu Batam belum memberikan fasilitas pendukung bagi *customer* yang berada di area ruang tunggu. Berdasarkan fungsinya area *dealing* merupakan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan kepada *customer* untuk melakukan transaksi jual beli produk dan pengurusan dokumen yang dimana dibutuhkan area yang lebih *private* dibandingkan area ruang tunggu, namun pada *dealer* ini belum menerapkan fungsi tersebut melalui layout yang ditampilkan. Sedangkan permasalahan yang berhubungan dengan pegawai terletak pada ruangan kerja yang tidak memenuhi standar ergonomis untuk bekerja di dalamnya baik dari segi kapasitas ruangan, furniture, dan sistem pencahayaan yang digunakan.

Dengan adanya permasalahan yang dikumpulkan, perancangan ulang ini dilakukan untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ada pada *dealer* Daihatsu Batam yang memiliki peran penting untuk melancarkan aktivitas pengguna di dalamnya. Sehingga perancangan ini dapat memberikan hasil desain yang dapat memberikan *treatment* yang baik terhadap produk, *experience* pengguna, melancarkan aktivitas bagi *customer* maupun pegawai serta memenuhi kebutuhan ruang.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil dari latar belakang yang telah disebutkan diatas dapat dianalisis bahwa Showroom Astra Internasional Daihatsu Batam memiliki beberapa permasalahan diantaranya sebagai berikut :

1. *Dealer* Astra Internasional Daihatsu Batam belum menampilkan sebuah ruang yang dapat meningkatkan *experience customer* dalam melakukan transaksi di Daihatsu Batam
2. Fasilitas bagi pengguna di ruang kerja tidak memenuhi standar ergonomis bekerja di dalamnya baik dari segi kapasitas ruangan, maupun furniture.
3. *Dealer* Astra Internasional Daihatsu Batam belum memperhatikan jarak antar mobil yang dipamerkan pada area *showroom*.

4. *Dealer* Astra Internasional Daihatsu Batam belum menerapkan media informasi sebagai penyampaian informasi yang ditujukan terhadap *customer* pada area *showroom*.
5. *Dealer* Astra Internasional Daihatsu Batam belum menerapkan penggunaan *lighting* sesuai standar *showroom*.
6. Pada area *dealing* belum ada fasilitas pendukung dalam transaksi jual-beli dan pengurusan dokumen bagi *customer*.
7. *Dealer* Astra Internasional Daihatsu Batam belum menerapkan display aksesoris

### **1.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah merupakan rumusan persoalan yang perlu dipecahkan atau pertanyaan yang perlu dijawab dengan penelitian. Dari identifikasi masalah yang telah dijabarkan diatas, ditemukan perumusan masalah dalam proses perancangan interior fasilitas publik Showroom Astra International Daihatsu Batam, yaitu mengenai :

1. Bagaimana cara menampilkan sebuah ruang yang dapat meningkatkan *experience customer* dalam melakukan transaksi di Daihatsu Batam ?
2. Bagaimana cara merancang fasilitas pendukung bagi *customer* dan pegawai yang belum tersedia ?
3. Bagaimana cara melakukan perancangan interior *dealer* berdasarkan kebutuhan aktivitas pengguna dengan pertimbangan identitas perusahaan pada pengaplikasian *zoning blocking*, material, warna, pencahayaan, keamanan, dan elemen interior lainnya?

### **1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan**

#### **1.4.1 Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan *showroom* Astra Internasional Daihatsu Batam ini adalah untuk untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ada pada *dealer* Daihatsu Batam yang memiliki peran penting untuk melancarkan aktivitas pengguna di dalamnya. Sehingga perancangan ini dapat memberikan hasil desain yang dapat memberikan *treatment* yang baik terhadap produk, kenyamanan pengguna, melancarkan aktivitas bagi *customer* maupun pegawai serta memenuhi kebutuhan ruang.

#### 1.4.2 Sasaran Perancangan

Berdasarkan hasil analisis permasalahan dan tujuan perancangan terdapat beberapa sasaran perancangan untuk mencapai tujuan yang direncanakan di awal perancangan, dijabarkan sebagai berikut :

1. Melakukan analisa terhadap *brand identity* dan *brand image* perusahaan Daihatsu sebagai pertimbangan dalam pengaplikasian desain terhadap interior *dealer* Astra Internasional Daihatsu Batam
2. Menciptakan ruangan yang sesuai dengan aktivitas pengguna agar memberikan kenyamanan terhadap penggunanya.
3. Menciptakan desain yang lebih menonjol pada area *showroom* mobil dengan tujuan sebagai *focal point* di dalam *dealer*.
4. Menggunakan pencahayaan yang sesuai dengan kebutuhan aktivitas pengguna didalam ruangan.
5. Menciptakan hubungan antar ruang untuk memudahkan pengguna dalam melakukan aktivitas di dalamnya.
6. Menciptakan fasilitas pendukung terhadap ruangan untuk memudahkan aktivitas pengguna di dalamnya.
7. Menerapkan hubungan antar ruang kedalam desain interior untuk memudahkan pengguna dalam melakukan aktivitas di dalamnya.
8. Menerapkan elemen desain berdasarkan hasil pertimbangan *branding image* kedalam permasalahan desain yang terkait.
9. Menciptakan sebuah desain ruangan yang sesuai dengan protokol kesehatan dalam suasana *covid-19*.

#### 1.5 Batasan Perancangan

Pada sub bab ini akan membahas mengenai batasan perancangan apa saja yang akan dirancang agar pembahasan yang dikerjakan tidak keluar dari batasan perancangan seharusnya, yaitu :

1. Perancangan ulang showroom mobil Astra Internasional Daihatsu Batam.
2. Perancangan ulang gedung Showroom Astra Internasional Daihatsu Batam, yang berada Jalan Yos Sudarso Sei Baloi, 200 meter dari Flyover Lalan Madani (Simpang Jam) Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau

3. Perancangan yang terdiri dari area *showroom*, *waiting area*, *dealing area*, *service area*, *office*, dan bengkel.
4. Perancangan yang memiliki batasan luas 4.400 m<sup>2</sup>
5. Perancangan ruang yang menggunakan pendekatan pragmatis sehingga menerapkan karakteristik yang ada pada Daihatsu.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat perancangan interior *showroom* Astra Internasional Daihatsu Batam sebagai berikut :

### 1.6.1 Manfaat bagi penulis :

- Menambah pengetahuan mengenai desain terutama mengenai *showroom*.
- Menambah wawasan dalam menyelesaikan suatu masalah dalam proses pengerjaan proyek desain.

### 1.6.2 Manfaat bagi perusahaan :

- Menambah rekomendasi desain *showroom* yang dapat digunakan kedepannya.

### 1.6.3 Manfaat bagi masyarakat :

- Menambah pengetahuan yang memungkinkan dapat digunakan untuk keperluan proyek desain.

## **1.7 Metode Perancangan**

Metode yang diterapkan dalam perancangan ini adalah penggunaan metode deskriptif yang dimana dilakukan berdasarkan fakta-fakta yang sudah terjadi dalam proses observasi.

### 1.7.1 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data oleh perancang yang dilakukan dalam perancangan sebagai berikut :

#### a. Data Primer

##### 1. Observasi

Melakukan survey dan observasi terhadap lokasi bangunan untuk mengetahui kondisi bangunan yang berlokasi di *showroom* mobil Astra Internasional Daihatsu Batam di Jalan Yos Sudarso Sei Baloi, 200 meter dari Flyover Lalan Madani (Simpang Jam)

Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau. Area yang di perhatikan tidak hanya area showroom saja namun secara keseluruhan bangunan.

## 2. Wawancara dan Kuisisioner

Pengumpulan data melalui tahap wawancara terhadap pegawai yang bekerja di showroom Astra Daihatsu mengenai profil perusahaan dan alur aktivitas yang terjadi didalam gedung. Selain itu juga memberikan kuisisioner mengenai kenyamann dan pendapat mereka terhadap fasilitas yang diberikan *dealer* Daihatsu.

## 3. Dokumentasi

Untuk melengkapi data secara visual, perancang mengumpulkan hasil dokumentasi ketika melakukan survey untuk memberikan hasil yang valid dan dapat dijadikan sebagai hasil akhir sebelum dan sesudah desain perancangan.

### b. Data Sekunder

#### 1. Studi Literatur

Dalam proses perancangan perancang wajib menyertakan kumpulan literatur yang diperoleh dari referensi buku-buku yang berkaitan dengan proses perancangan nantinya agar hasil perancangan memiliki desain yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

#### 1.7.2 Analisis Data

Setelah mengumpulkan data-data survey dan literatur, perancang menganalisis data-data tersebut agar dapat diinterpretasikan kedalam bentuk desain. Dalam tahap ini data-data yang dianalisis lebih mengarah ke permasalahan bangunan tersebut dan mencari solusi dari permasalahan tersebut.

#### 1.7.3 Programing

Di tahap ini perancang mengelompokkan hasil analisis data yang telah dikumpulkan kedalam bentuk tabel lalu dijabarkan berdasarkan aktifitas pengguna, kebutuhan ruang, matriks, bubble diagram, zoning blocking, dan data yang dapat mendukung proses desain lainnya. Tahap ini bertujuan untuk memudahkan perancangan menentukan konsep desain yang akan dirancang nantinya

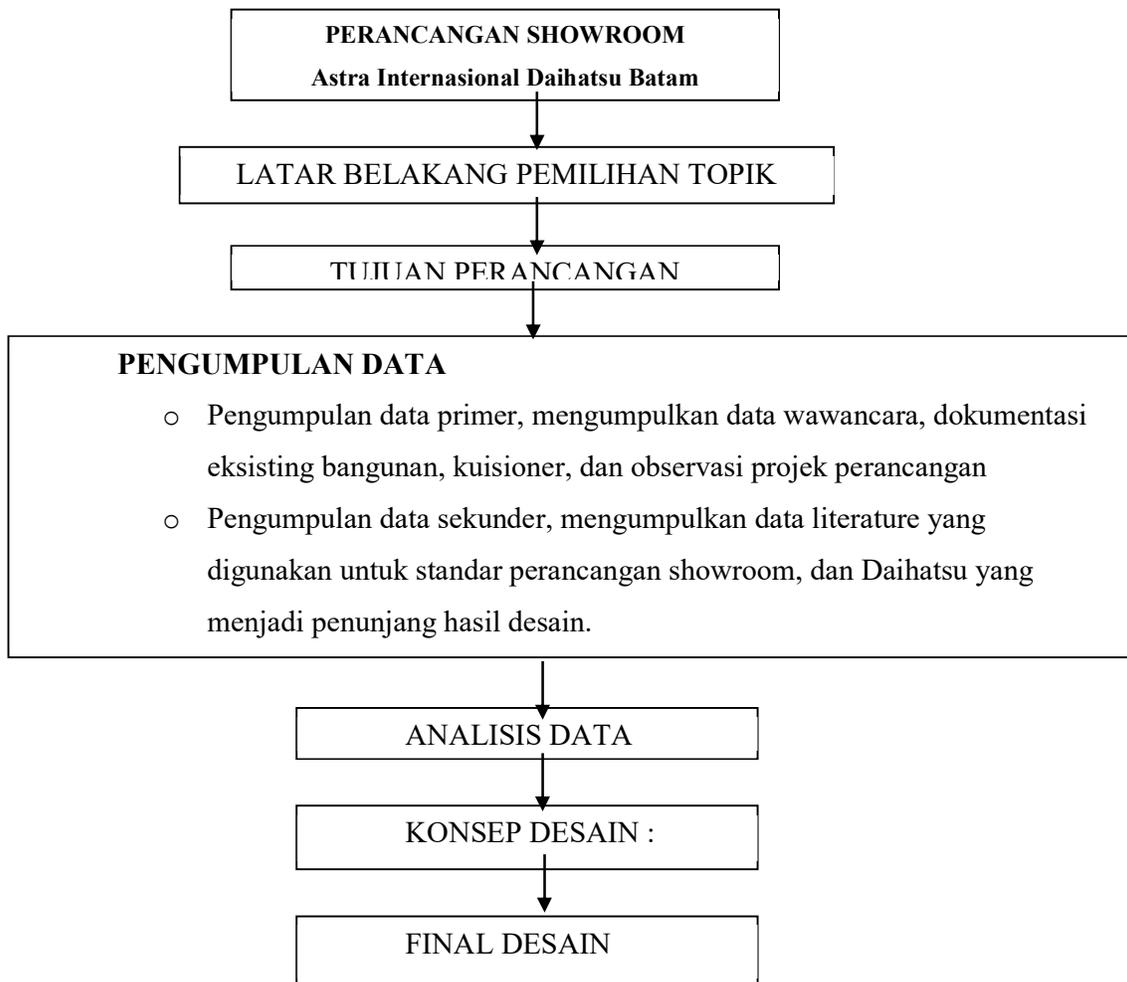
#### 1.7.4 Konsep Desain

Konsep desain dilakukan untuk menyelesaikan suatu masalah berupa ide-ide yang muncul dan penyelesaian tersebut dapat di realisasikan kedalam bentuk desain berupa *layout dan 3d modeling* agar dapat tersampaikan dengan jelas dan tepat.

#### 1.7.5 Hasil Akhir

Setelah melakukan tahap-tahap dari pengumpulan data showroom hingga merencanakan konsep desain, hasil tersebut akan di kumpulkan dalam bentuk kesatuan yaitu programming, gambar kerja, *3d modeling*, dan animasi.

### 1.8 Kerangka Berpikir



## **1.9 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mendeskripsikan tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, sasaran perancangan, batasan, metodologi perancangan dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN LITERATUR DAN DATA PERANCANGAN**

Pada bab ini menampilkan hasil literatur yang telah dikumpulkan berdasarkan referensi buku baik dari pengertian showroom, standar-standar desain seperti material, furniture, pencahayaan dan lainnya yang menjadi data pendukung dalam proses desain.

### **BAB III ANALISIS STUDI BANDING**

Pada bab ini menjabarkan hasil analisis objek yang didapatkan dari perbandingan bentuk konsep desain perancangan, sirkulasi, hubungan antar ruang, zoning blocking, dan aktifitas ruang di dalamnya.

### **BAB IV TEMA, KONSEP, DAN APLIKASI PERANCANGAN**

Pada bab ini menjelaskan tema dan konsep serta aplikasi perancangan berupa zoning, blocking, hubungan antar ruang, material, warna, penghawaan, pencahayaan, furniture, dan keamanan.

### **BAB V KESIMPULAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang dibuat oleh perancang berdasarkan pengalaman melakukan pengerjaan perancangan showroom Astra Internasional Daihatsu Batam. Selain itu juga perancang memberikan saran dari hasil yang didapat ketika melakukan perancangan showroom Astra Internasional Daihatsu Batam.