

PERANCANGAN ULANG SHOWROOM MITSUBISHI DI BANDUNG

Rifqi Syahrizal S, Ahmad Nur Sheha, ST.,MT, Doddy Friesty Arsharsinyo S.T.,M.T

Program Studi Desain Interior, Telkom University

Jl. Telekomunikasi, Dayeuh Kolot. Bandung

Email: heyrifky94@gmail.com ,ahmadnursheha@gmail.com ,doddyfriesty@telkomuniversity.com

Abstrak

showroom mobil di kota Bandung menjadi salah satu berkembangnya dalam penjualan alat transformasi kendaraan, salah satunya perusahaan terkenal berasal dari jepang yaitu *Mitsubishi Motors*. Hasil observasi ke berbagai showroom Mitsubishi, showroom yang ada masih belum memberikan pelayanan serta kepuasan terhadap konsumen dengan kurangnya fasilitas yang nantinya akan meningkatkan citra dari perusahaan Mitsubishi.

BAB I

Pendahuluan

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.

1.2 Identifikasi Masalah

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

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 Tujuan dan sasaran

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 aksesoris pendukung untuk terciptanya kesan mewah.

Sasaran

1. Terpenuhinya sistem informasi serta pelayanan yang dapat mewadahi 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.

**BAB III
KONSEP PERANCANGAN**

3.1.2 Konsep Perancangan Mitsubishi

Konsep perancangan pada showroom Mitsubishi diambil dari tagline perusahaan Mitsubishi Motors yaitu “*Drive Your Ambition*” yang akan diwujudkan ke dalam interior showroom untuk memperkuat dari karakter mobil Mitsubishi yang selalu memberikan keinginan yang kuat untuk mendorong setiap masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan antusias terhadap konsumen akan produk Mitsubishi yang diterapkan kedalam interior dan fasilitas lengkap untuk kebutuhan user dan konsumen. Sehingga konsumen dapat merasakan kehadiran dari karakter mobil Mitsubitsi yang memberikan kesan mewah.

Drive	Mengendai/ mengemudi	Mendorong/merangsang minat pengunjung
Your ambition	Pencapaian	Memperoleh, keinginan dan harapan

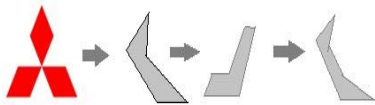
3.1.4 Tema Perancangan

Luxurious with Dream adalah tema yang digunakan untuk perancangan interior showroom Mitsubishi yaitu dari desain mobil Mitsubishi yang mempunyai sifat mewah dan kuat, pemilihan tema *luxurious with dream* ini menggambarkan seseorang yang menginginkan gaya hidup mewah dengan mewujudkan impian mempunyai kendaraan Mitsubishi. Diharapkan nantinya tema tersebut akan mewujudkan suasana interior showroom lebih mempunyai daya tarik untuk penjualan dan daya minat pengunjung ke showroom Mitsubishi.

BAB IV KONSEP PERANCANGAN DENAH KHUSUS

4.2 Konsep Penataan Ruang

Penataan konsep layout pada lantai 2 yaitu dengan transformasi bentuk dari logo Mitsubishi, yang dibuat secara acak dengan potongan garis dari bentuk logo Mitsubishi dan diterapkan pada area display mobil yang akan menjadi pusat perhatian pertama terhadap pengunjung konsumen.



Gambar 4.1 Konsep Bentuk Logo Mitsubishi
(Sumber : Analisa Pribadi)



Gambar 4.2 Layout denah khusus
(Sumber : Analisa Pribadi)

Penataan ruang pada lantai 2 mengutamakan pada area display mobil dan pelayanan jasa kepada konsumen maupun pengunjung pada aspek pelayanan kepada konsumen secara langsung, terlihat pada denah area display, area lounge, kids area, info center, area aksesoris, counter service dapat di akses secara langsung tanpa adanya partisi yang membatasi konsumen dengan pelayanan showroom dan agar mempermudah konsumen atau pelanggan dalam melakukan kegiatan didalamnya.

3.3.3 Konsep Warna

Konsep warna yang di terapkan pada interior showroom adalah menggunakan warna dari identitas Mitsubishi yang menghadirkan warna warna lineup mobil Mitsubishi yang di wujudkan kedalam interior showroom. Pemilihan warna tersebut sudah ditetapkan oleh perusahaan Mitsubishi yang terdiri dari tiga warna yaitu hitam, putih, abu-abu, dan warna merah sebagai aksent dari identitas Mitsubishi. Pusat utama pada interior showroom menggunakan warna putih yang dipadukan dengan warna aksent merah dan hitam, sebagai pelengkap untuk menambah daya tarik yang di harapkan dapat mendukung konsep perancangan interior showroom Mitsubishi. Menurut C.S Jones warna memiliki keterkaitan dengan psikologis dan emosi manusia dalam interior, berikut penjelasan tabel warna yang berkaitan dengan warna Mitsubishi motors



4.3 Persyaratan Teknis Ruang

4.3.1 Sistem Penghawaan

Sistem penghawaan pada lantai 2 menggunakan penghawaan buatan berupa AC yang berfungsi untuk menjaga suhu di dalam showroom agar konsumen dan staff merasa nyaman ketika melakukan aktivitas di dalam showroom. Selain itu dengan terciptanya suhu yang ideal dapat menjaga kelembaban kendaraan yang di display. Penerapan standing AC pada showroom

sangat direkomendasikan karena sangat mudah dalam perawatan dan peletakkannya.

4.3.2 Sistem Pencahayaan

Berdasarkan penerapan sistem pencahayaan yang sesuai standar *showroom*. Pencahayaan yang diterapkan pada denah khusus area display yaitu pencahayaan alami ketika pagi sampai sore hari yang di dapat dari kaca pencahayaan buatan di bantu dengan jenis lampu downlight, accentlighting, general lighting, dan strip LED. Karena tinggi rendahnya intensitas cahaya dapat membantu mobil terlihat berkilau dan bercahaya sehingga dapat menarik minat konsumen terhadap mobil tersebut

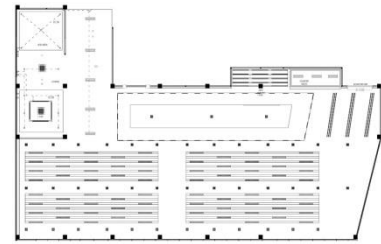


Gambar 4.3 Sistem Pencahayaan area display
(Sumber : Analisa Pribadi)

Sistem pencahayaan buatan pada area showroom menggunakan jenis lampu downlight, general lamp, strip LED sebagai aksesoris penerangan agar suasana showroom terlihat lebih menarik perhatian pengunjung.



Gambar 4.3 Sistem Pencahayaan area counter service
(Sumber : Analisa Pribadi)



Gambar 4.7 Bentuk pola ceiling
(Sumber : Analisa Pribadi)



Gambar 4.8 Area Receptionist
(Sumber : Analisa Pribadi)

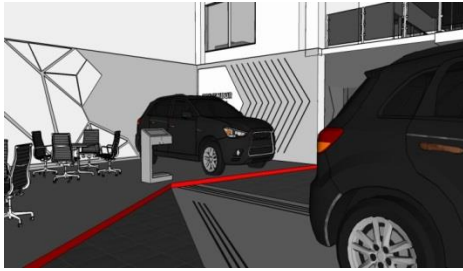
4.3.3 Sistem Keamanan

Sistem keamanan yang diterapkan pada showroom mobil Mitsubishi meliputi 4 aspek, yaitu:

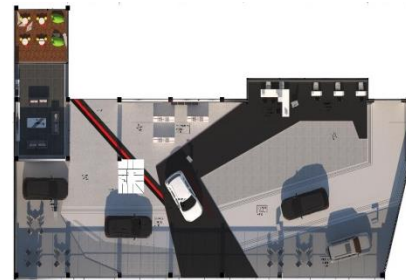
1. Sistem keamanan untuk manusia yang diterapkan dalam desain showroom Mitsubishi yaitu memakai furniture dengan material yang aman dan nyaman dengan bentuk dinamis sehingga sudut – sudut furniture tidak membahayakan pengunjung, konsumen dan staff. Sedangkan untuk lantai area display diberi perbedaan ketinggian dan warna yang berbeda, untuk lantai perbedaan ketinggian lantai di beri led strip merah, agar konsumen atau pelanggan lebih berhati hati ketika ingin ke area tersebut.



Gambar 4.11 Sistem keamanan furnitur
(Sumber : Analisa Pribadi)



Gambar 4.12 Sistem leveling display
(Sumber : Analisa Pribadi)



Gambar 4.14 Penyelesaian Lantai
(Sumber : Analisa Pribadi)

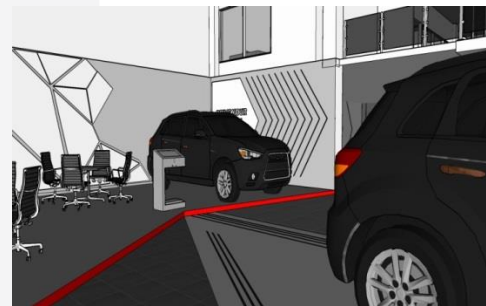
1. Objek Display

Pada area display, leveling display di desain dengan bentuk yang mempunyai sudut, yang diambil dari transformasi bentuk logo Mitsubishi.

2. Gedung

Sistem keamanan yang di pasang showroom Mitsubishi yaitu menggunakan cctv yang dipasang disetiap sudut area sehingga dapat membantu mengawasi situasi serta aktivitas yang terjadi di dalam ataupun diluar showroom.

Pada area display yang menggunakan perbedaan ketinggian lantai diberikan tambahan led strip berwarna merah sehingga pengunjung dapat melihat dan berhati-hati bahwa ada perbedaan ketinggian display kendaraan sehingga bisa lebih nyaman ketika berada di area tersebut.



Gambar 4.15 Penyelesaian Lantai
(Sumber : Analisa Pribadi)

4.4 Penyelesaian Elemen Interior

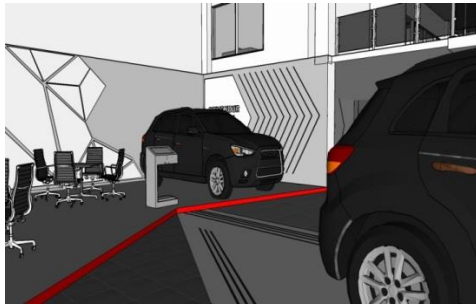
4.4.1 Penyelesaian Lantai

Bentuk desain pola lantai, perbedaan material dan ketinggian pada area display berfungsi sebagai batasan area di dalam showroom. Penerapan material lantai area display memiliki aspek kekuatan/ketahanan, keamanan, dan perawatan. Pada area display kendaraan menggunakan rangka material besi hollow dan 3 lapis multiplex 18 mm yang di beri finishing epoxy berwarna abu – abu muda dan abu – abu tua. Penggunaan material epoxy sebagai leveling area display dikarenakan mempunyai ketahanan permukaan yang halus dan tahan lama, tahan terhadap beban berat dan dapat bertahan dengan jangka waktu yang cukup lama tanpa diberikan perawatan khusus serta memiliki keamanan anti slip yang sangat membantu ketika mendisplay kendaraan.

No.	Ruang showroom	Material
1	Counter service	Vinyl warna abu-abu muda
2	Lounge showroom	Granit abu-abu dan karpet
3	Kids area	Parquet
4	Info center	Vinyl warna abu-abu solid
5	Sales counter	Vinyl warna abu-abu solid
6	Aksesories area	Granit abu-abu

Tabel 4.4 jenis material
(Sumber : Analisa Pribadi)

Pemakaian material keseluruhan showroom menggunakan granit berukuran 60 x 60 ,pemakaian material granit sangat mudah untuk dibersihkan dan suasana showroom akan lebih elegant.



Gambar 4.17 Penyelesaian lantai display
(Sumber : Analisa Pribadi)



Gambar 4.18 Penyelesaian lantai accessories area
(Sumber : Analisa Pribadi)



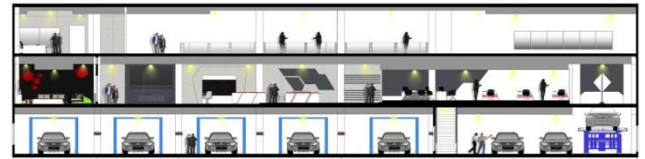
Gambar 4.19 Penyelesaian lantai ruang rapat
(Sumber : Analisa Pribadi)

4.4.2 Penyelesaian dinding

Untuk menyesuaikan suasana mewah di didalam area showroom, maka untuk pengaplikasian treatment dinding area display menggunakan strip LED putih pada bagian dinding dengan finishing cet berwarna abu – abu.



Gambar 4.20 Penyelesaian dinding
(Sumber : Analisa Pribadi)



Gambar 4.21 Penyelesaian dinding
(Sumber : Analisa Pribadi)

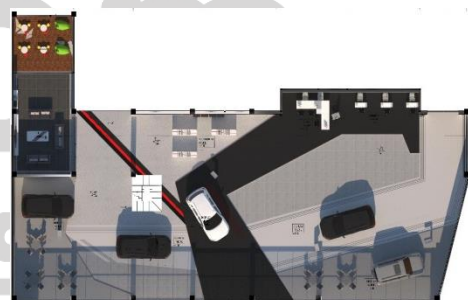
Bentuk treatment dinding pada area showroom menggunakan transformasi bentuk pada logo Mitsubishi dengan finishing memakai cet warna abu-abu serta menggunakan pencahayaan strip LED agar suasana terlihat mewah.

4.4.3 Penyelesaian Ceiling

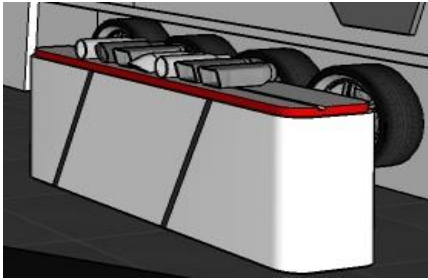
Penggunaan plafond pada area display, area lounge showroom, kids area, info center, counter service dan ruang tunggu service menggunakan material gypsum board dengan jenis lampu downlight, accent light, spot light untuk area display.

4.4.4 Penyelesaian Furniture

Penggunaan furniture pada area lounge showroom, receptionist, area infocenter, sales counter, dan area aksesoris menggunakan furniture custom yang menyesuaikan dengan kebutuhan layout.



Gambar 4.22 layout furniture
(Sumber : analisa pribadi)



Sedangkan untuk kursi pada denah khusus lantai 2 menggunakan furniture fabrikasi dengan pertimbangan faktor kenyamanan konsumen atau pengguna.



Gambar 4.26 Furniture Fabrikasi
(Sumber : analisa pribadi)

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Showroom Mitsubishi di kota bandung jl.surapati No.81 merupakan showroom yang terletak di pusat kota. Hasil dari survey ke berbagai showroom mitsubishi yang berada di kota bandung masih belum memperkuat identitas dari perusahaan. Image penampilan yang baik serta fasilitas yang dapat memenuhi segala aktifitas pengguna didalam showroom Mitsubishi. Yang ditemui pada eksisting showroom Mitsubishi masih terdapat beberapa permasalahan seperti sistem layouting display mobil, pencahayaan pada display, serta belum

lengkapya fasilitas dalam mendukung aktivitas pengguna (staff) untuk melakukan penjualan dan fasilitas pendukung untuk agar dapat memberikan pelayanan dan kepuasan terhadap pengunjung atau konsumen.

Beberapa solusi permasalahan yang berada pada showroom Mitsubishi di kota bandung:

1. Menampilkan suasana interior yang dapat memperkuat dari identitas Mitsubishi yaitu menampilkan kesan mewah dan nyaman.
2. Memberikan fasilitas pendukung yang dapat memberikan kepuasan terhadap pengunjung.

5.2 Saran

Dengan adanya laporan Tugas Akhir yang berjudul Redesain Showroom Mitsubishi, penulis berharap dapat bisa berbagi ilmu desain interior dan menjadi referensi bagi pembaca laporan tugas akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

Interior Desain Francis D.K Ching

Manual of Standar Building Specification, 2011 december 12

Lean Aplication in shop floor layout design, 2010

Department of architecture, college of engineering trivandrum, 2010

Kamus besar bahasa indonesia

<https://id.wikipedia.org/wiki/showroommitsubishi>

<https://www.archdaily.com/571929/miaoli-showroom-bio-architecture-formosana>