

**PERANCANGAN ULANG INTERIOR SHOWROOM ASTRA BIZ  
DAIHATSU di KOTA BANDUNG**

**REDESAIN INTERIOR SHOWROOM ASTRA BIZ DAIHATSU  
In BANDUNG**

Rio Angle Scipo Pasaribu<sup>1</sup>, Ahmad Nur Sheha S.T., M.T<sup>2</sup>, Mahendra Hadiansyah S.T,  
M.Ds<sup>3</sup>, Program Studi Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University

Jl. Telekomunikasi, Daeyuh Kolot, Bandung.

Email : [rioanglee@gmail.com](mailto:rioanglee@gmail.com), [Ahmadnursheha@tcis.telkomuniversity.ac.id](mailto:Ahmadnursheha@tcis.telkomuniversity.ac.id),  
[Mahendrahadiansyah@tcis.telkomuniversity.ac.id](mailto:Mahendrahadiansyah@tcis.telkomuniversity.ac.id)

---

**ABSTRAK**

Astra BIZ Daihatsu merupakan *showroom* resmi mobil Daihatsu di Bandung sejak tahun 2001 yang terbesar yang memiliki fasilitas terlengkap mulai dari *showroom*, bengkel, *body paint*, *body repair*, suku cadang dan kantor, namun dari hasil obsevasi yang dilakukan ditemukan beberapa masalah di dalam *showroom* yang kurang mendukung aktivitas yang terjadi di dalam *showroom*. Permasalahan yang terdapat pada *showroom* Astra BIZ Daihatsu menjadi dasar diperlukannya perancangan ulang *showroom* Astra BIZ Daihatsu yang sesuai standar perancangan yang merubah tampilan desain *interior showroom* yang menampilkan desain *interior* yang dapat menjelaskan visibilitas dan informasi dari produk Daihatsu, pengolahan *interior showroom* dengan bentuk yang berkesan dinamis, pengolahan area *display* mobil yang diberikan *treatment* khusus pada lantainya dan pencahayaan khusus sehingga menarik perhatian pengunjung untuk melihat mobil yang dipajang dan memberikan rasa betah kepada para konsumen agar dapat melihat produk lebih *detail* sehingga dapat meningkatkan minat beli pengunjung akan produk Daihatsu.

**Kata Kunci : Astra, Daihatsu, Desain Interior, Showroom, Mobil, Area Display.**

## I. PENDAHULUAN

Daihatsu merupakan merk mobil dalam kategori terjangkau oleh masyarakat dan populer kalangan masyarakat menengah di kota Bandung. Perkembangan dunia teknologi di bidang transportasi *online* berpengaruh pada penjualan mobil Daihatsu yang memiliki kualitas terbaik di kelasnya sehingga membuat konsumen banyak membeli produk mobil dari *brand* Daihatsu. Astra BIZ Daihatsu merupakan *showroom* resmi mobil Daihatsu di Bandung sejak tahun 2001 yang terbesar yang memiliki fasilitas terlengkap mulai dari *showroom*, bengkel, *body paint*, *body repair*, suku cadang dan kantor yang sesuai standarisasi perancangan *showroom* (*Desain Constrains in Automobile Showroom*) dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen pengguna produk dari *brand* Daihatsu. Perancangan pembangunan *showroom* Astra BIZ Daihatsu menjadi salah satu penunjang jual beli sarana transportasi dan pelayanan *service* kendaraan yang memiliki peran dalam menarik minat pengunjung untuk datang berkunjung ke *showroom*, mencari informasi produk secara detail dan melihat kendaraan yang akan di beli oleh pengunjung, sehingga diperlukan *redesign* atau perancangan ulang terkait interior ruang *showroom* yang dapat menjelaskan produk Daihatsu sebagai kendaraan yang memiliki harga terjangkau namun berkualitas dengan memberikan tampilan tentang inovasi produk Daihatsu kepada para pengunjung dengan pengolahan interior *showroom* berkaitan dengan skala, proporsi, tekstur, material dan warna. Permasalahan yang terdapat pada *showroom* Astra BIZ Daihatsu menjadi dasar diperlukannya perancangan ulang *showroom* Astra BIZ Daihatsu yang sesuai standar perancangan dan merubah tampilan desain interior *showroom* dengan menampilkan desain yang dapat menjelaskan perkembangan dan informasi dari produk Daihatsu, pengolahan interior *showroom* dengan bentuk yang berkesan dinamis, pengolahan area display mobil yang diberikan *treatment* khusus pada lantai dan pencahayaan khusus sehingga menarik perhatian pengunjung untuk melihat mobil yang dipajang dan memberikan rasa betah kepada para konsumen agar dapat melihat produk lebih detail sehingga dapat meningkatkan minat beli pengunjung akan produk Daihatsu.

## II. URAIAN PENELITIAN

### a. Data Primer

#### 1. Observasi

Survey lapangan sangat perlu di lakukan supaya perancang dapat mengetahui lebih jelas bagaimana kondisi dan keadaan yang ada dalam showroom tersebut.

#### 2. Wawancara

Kegiatan wawancara pada staf atau salesman yang ditemui di showroom sangat penting, karena dapat memperkuat laporan perancangan dan membantu memberi informasi yang valid untuk perancangan.

#### 3. Dokumentasi

Untuk dapat mendokumentasikan data visual berupa foto-foto objek guna melengkapi data yang diperoleh melalui metode observasi dan wawancara di showroom Astra BIZ Daihatsu.

### b. Data Sekunder

#### 1. Studi Literatur

Penyusunan penulisan laporan perancangan, yang dilakukan oleh penulis harus disertakan dengan studi literatur yang didapat dari referensi buku-buku ataupun jurnal yang ada.

#### 2. Menganalisis Data

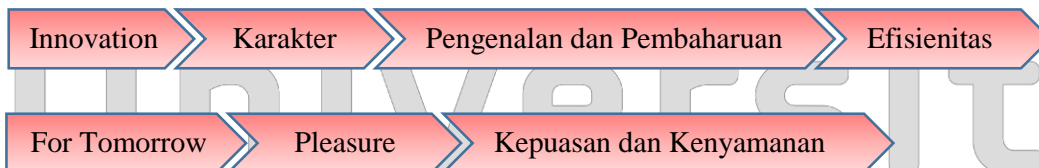
Mengolah data setelah mendapatkan hasil data *survey* dan data literatur yang terkait untuk menganalisa permasalahan dan solusi dari data yang sudah di dapatakan dan diolah menjadi perancangan.

#### 3. Programming

Programing meliputi Studi aktifitas, kebutuhan ruang, besaran ruang, matriks, *bubble diagram*, *zoning*, *blocking*, dan lainnya.

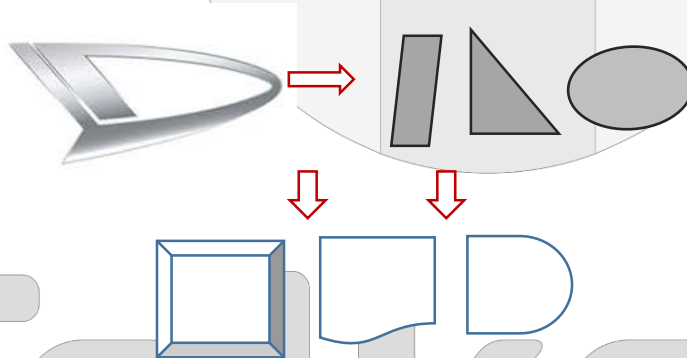
### III. TEMA DAN KONSEP

Pada perancangan ulang interior *showroom* Astra BIZ Daihatsu Bandung tema yang akan digunakan mengambil unsur dari produk Daihatsu yaitu “*Quality Pleasure*”, artinya adalah sesuatu hal yang merepresentasikan produk Daihatsu yang murah tetapi memiliki kualitas yang terbaik dibanding kompetitornya yang lain dan menghadirkan tampilan ruang yang efisien untuk memberikan pengenalan atau pembaharuan hal-hal yang baru pada tampilan interior *showroom* sehingga memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada konsumen ketika berada di dalam *showroom* serta meningkatkan minat beli konsumen akan produk Daihatsu dan menjaga eksistensi brand Daihatsu dimata konsumen. Dalam pemilihan tema “*Quality Pleasure*” sebagai perancangan ulang interior *showroom* Astra BIZ Daihatsu maka suasana yang diharapkan dan dapat dirasakan konsumen adalah suasana pembaharuan dari brand yang selalu mengeluarkan produk kendaraan inovatif dan memiliki kualitas yang terbaik di kelasnya. Suasana interior *showroom* dibuat dengan tampilan yang menampilkan informasi keunggulan dan pembaharuan yang terdapat pada produk Daihatsu agar meningkatkan ekspektasi konsumen ketika berada di dalam *showroom*, sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan dan kenyamanan ketika melakukan segala transaksi dan aktivitas didalam *showroom*. Konsep perancangan pada interior *showroom* Astra BIZ Daihatsu diambil dari *tagline* dari perusahaan Daihatsu yaitu “*Innovation For Tomorrow*” dengan menerapkan pengayaan International Style pada design konsep perancangan yang akan digunakan. Penerapan perpaduan pengayaan International Style dan konsep Inovasi pada interior untuk menguatkan karakter mobil Daihatsu yang selalu memiliki perkembangan pembaharuan produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan Itegritas konsumen akan produk Daihatsu.



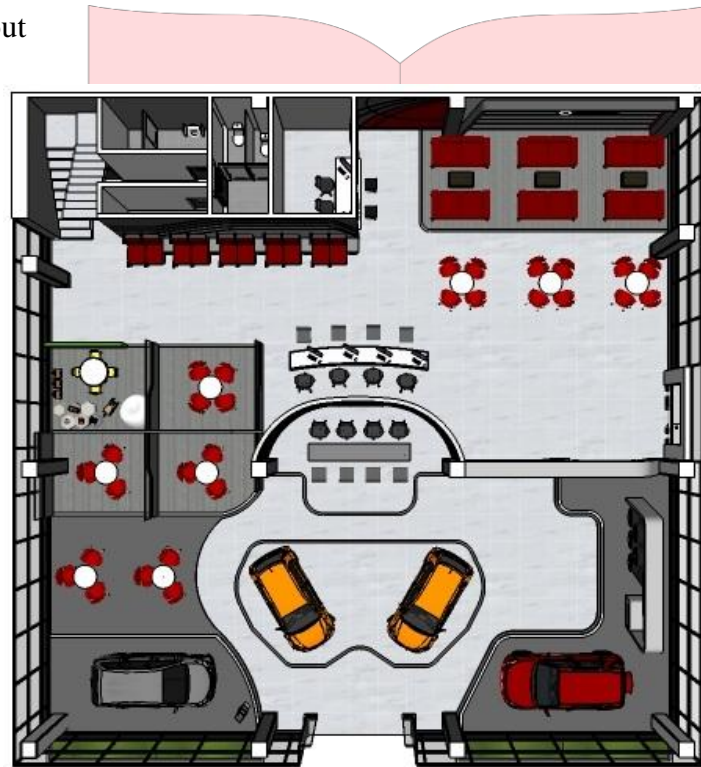
#### IV. PENGAPLIKASIAN DESAIN

Dalam perancangan ini denah yang terpilih dalam perancangan denah khusus yaitu lantai 1 dan lantai 2 yang terdiri dari area display, accessories display, info center, area lounge, konsultasi khusus, pendaftaran service, ruang tunggu service, kids corner, lounge khusus atas, internet corner, dan ruang kerja sales yang menjadi prioritas utama dalam perancangan. Area tersebut saling berkaitan dalam system pelayanan jasa kepada konsumen, pengunjung dan juga member Astra BIZ Daihatsu ketika berada di dalam *showroom*. Konsep penataan pada ruang area denah khusus mengambil dari ide bentuk-bentuk dasar dari *shape* inovasi yaitu bentuk pengembangan dari bentuk dasar yang memiliki kesan dinamis. Bentuk dinamis pada penataan ruang memberikan kesan futuristik yang sesuai dengan dengan proporsi, irama, tekstur, dan warna pada interior *showroom* sehingga menonjolkan pengembangan teknologi yang dimiliki oleh Daihatsu yang sesuai dengan kebutuhan pada masa sekarang yang ditambah dengan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen Daihatsu.

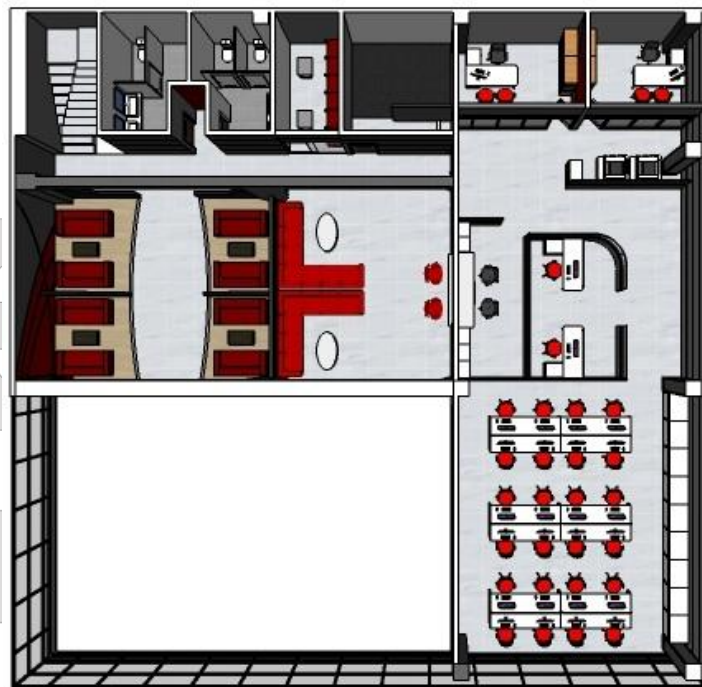


Gambar 1: Konsep Pengembangan Bentuk Dasar ( Sumber : Analisa Pribadi )

A. Gambar Layout



Gambar 2: Layout Lantao 1 ( Sumber : Analisa Pribadi )



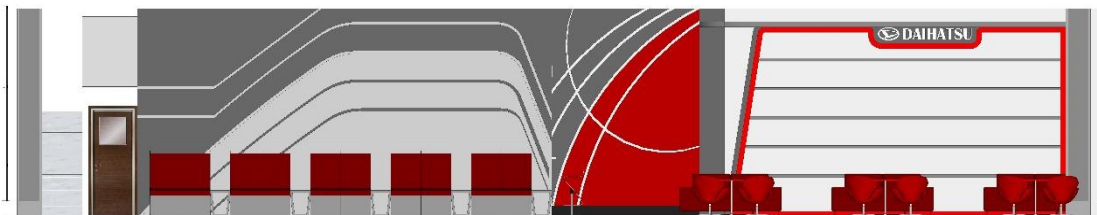
Gambar 3: Layout Lantao 3 ( Sumber : Analisa Pribadi )

B. Tampak Potongan

Berikut ini merupakan beberapa tampak potongan pada interior perancangan *showroom* Astra BIZ Daihatsu Bandung :



Gambar 4 : Tampak LT 1 A-A ( Sumber : Analisa Pribadi )



Gambar 5 : Tampak LT 1 B-B ( Sumber : Analisa Pribadi )



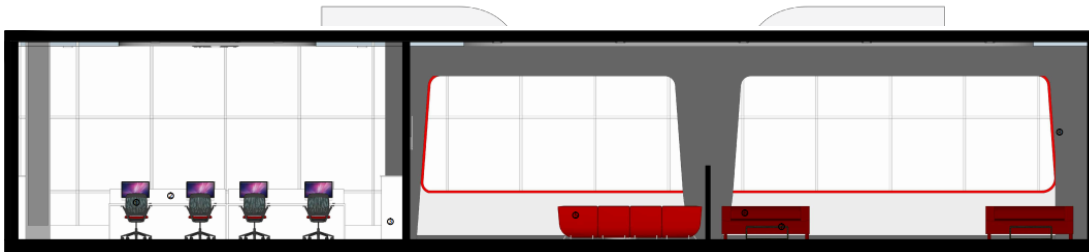
Gambar 6 : Tampak LT 1 C-C ( Sumber : Analisa Pribadi )



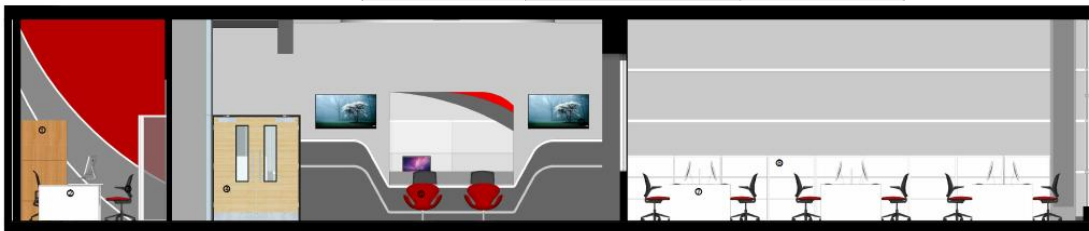
Gambar 7 : Tampak LT 1 D-D ( Sumber : Analisa Pribadi )



Gambar 8 : Tampak LT 2 A-A ( Sumber : Analisa Pribadi )



Gambar 9 : Tampak LT 2 B-B ( Sumber : Analisa Pribadi )



Gambar 10 : Tampak LT 2 C-C ( Sumber : Analisa Pribadi )



Gambar 11 : Tampak LT 2 D-D ( Sumber : Analisa Pribadi )

University



C. Perspektif

Berikut beberapa gambar perspektif pada perancangan interior showroom Astra BIZ

Daihatsu Bandung :



Gambar 12 : Perspektif Showroom Area ( Sumber : Analisa Pribadi )



Gambar 13 : Perspektif Lounge Area ( Sumber : Analisa Pribadi )



Gambar 14 : Perspektif Lantai 2 ( Sumber : Analisa Pribadi )

## V. KESIMPULAN

*Showroom* Astra BIZ Daihatsu merupakan *showroom* kantor pusat cabang Daihatsu Bandung yang merupakan *showroom* Daihatsu terbesar di kota Bandung yang harusnya memiliki *image showroom* dengan penampilan interior yang merepresentasikan *brand* Daihatsu di mata konsumen dan pengunjung Daihatsu dengan fasilitas yang lengkap untuk memenuhi segala kebutuhan user pengguna *showroom*. Namun yang ditemui pada eksisting *showroom* mobil Astra BIZ Daihatsu masih terdapat permasalahan seperti desain *showroom* belum dapat menguatkan *image brand* Daihatsu, organisasi penataan ruang yang belum tepat, cara menampilkan mobil yang di *display* di dalam *showroom*, serta belum lengkapnya fasilitas dalam mendukung aktivitas pengguna *showroom* untuk melakukan kegiatan pra penjualan, penjualan, dan pasca penjualan di dalam *showroom*.

## VI. SARAN

Dengan dibuatnya laporan Redesain *Showroom* Astra BIZ Daihatsu Bandung, penulis berharap dapat menarik keinginan pembaca khususnya pembaca dengan minat di bidang perancangan interior *showroom* agar dapat menciptakan perancangan mengenai *showroom* yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan melalui penampilan dan sarana fasilitas yang mengacu pada *images brand* Daihatsu yang tetap mengikuti standarisasi perancangan *showroom* secara umum.

## DAFTAR PUSTAKA

<https://daihatsu.co.id/corporate/profile>

<https://www.daihatsu.com/company/slogan.html>

<https://www.astra.co.id/Business/Automotive/Cars/Daihatsu>

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>

<https://www.scribd.com/doc/291441023/Review-Singkat-PT-Astra-Daihatsu-Motor>

<https://id.pinterest.com/pin/466122630163345403/>