

Re-Desain Interior Showroom Toyota Auto2000 Dengan Langgam Futuristik Family

Isra Nasharmalik Rusadi dan Budiono

Jurusan Desain Interior, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan., Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

Jl. Arief Rahman Hakim, Surabaya 60111 Indonesia

e-mail: budiono@interior.its.ac.id

Abstrak—Perkembangan industri otomotif yang pesat di Indonesia menimbulkan persaingan di antara merek kendaraan. Showroom merupakan fasilitas produsen otomotif untuk memamerkan produk-produk yang dikeluarkan serta memberikan pelayanan guna menjaga loyalitas konsumen. Toyota merupakan salah satu merek otomotif yang banyak diminati di Indonesia. Interior menjadi solusi untuk membantu memamerkan kendaraan yang dijual dan memberikan kenyamanan kepada konsumen Toyota. Perencanaan re-desain interior Showroom Toyota Auto2000 ini berdasarkan observasi objek desain, wawancara kepala bengkel, dan analisa melalui kuisioner kepada beberapa responden. Berdasarkan metodologi tersebut, hasil yang diperoleh berupa konsep perencanaan Showroom Toyota Auto2000 berupa konsep Showroom dengan langgam Futuristik Family. Konsep Futuristik merupakan suatu langgam desain yang mencerminkan simbol teknologi, yang selalu berkembang ke masa depan. Konsep Family dalam bahasa Indonesia berarti keluarga, yaitu dimana semua kebutuhan dapat terfasilitasi dengan baik pada semua segmentasi. Pengaplikasian bentukan futuristik yang menarik menjadi nilai tambah untuk area pameran sehingga membuat mobil terlihat dengan baik. Sirkulasi yang efisien untuk pegawai dibuat agar mereka dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengunjung. Dengan beberapa konsep diatas kemudian disusun sebuah konsep perencanaan yakni re-desain interior Showroom Toyota Auto2000 dengan langgam Futuristik Family. Menampilkan bentukan futuristik yang diambil dari transformasi logo Toyota dan menggunakan material yang mendukung konsep futuristik. Hal tersebut dilaksanakan agar Showroom Toyota Auto2000 menjadi fasilitas yang dapat meningkatkan loyalitas pengunjung terhadap kendaraan merek Toyota.

Kata Kunci— Desain Interior, Family, Futuristik, Showroom, Toyota.

I. PENDAHULUAN

SEKTOR otomotif merupakan salah satu sektor yang berpotensi paling besar sebagai penggerak roda ekonomi Negara di bidang industri dan perdagangan. Terbukti dalam beberapa tahun terakhir, dapat dilihat dari jumlah pengguna kendaraan bermotor yang semakin meningkat, dikarenakan varian yang ditawarkan distributor otomotif semakin beragam disesuaikan dengan tingkat pendapatan dan fungsi yang diinginkan oleh konsumennya.

Di Indonesia sendiri banyak terdapat merk-merk mobil yang beredar, setiap merk dipegang oleh masing-masing Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM). Saat ini ada 23 ATPM yang memegang merk mobil yang beredar di Indonesia,

seperti Honda, Toyota, Suzuki, Chevrolet, Daihatsu, Nissan, Volkswagen, Mercedes Benz, BMW, dan lain-lain. Toyota sebagai salah satu pesaing dalam bisnis otomotif secara khusus, mobil-mobil keluaran Toyota termasuk dalam kategori terjangkau untuk masyarakat secara luas. Saat ini Toyota merupakan merk mobil yang sangat dikenal luas oleh masyarakat Indonesia.

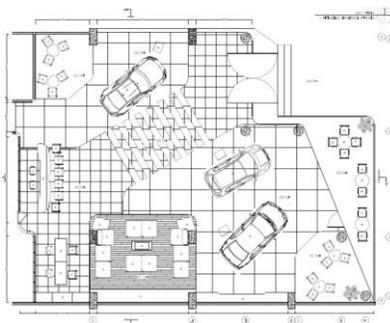
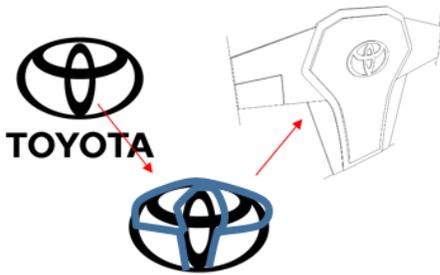
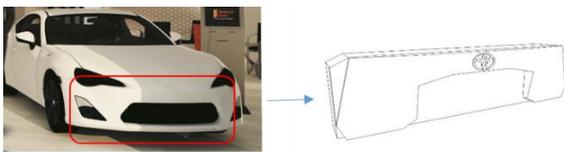
Berkembangnya inovasi, teknologi serta berbagai tipe kendaraan yang dikeluarkan oleh Toyota, mendorong produsen kendaraan untuk mempromosikan berbagai kelebihan produk-produk yang dimilikinya, dengan tujuan agar konsumen lebih paham akan berbagai informasi terkini yang berkaitan dengan produk. Berbagai kelebihan dan teknologi yang digunakan maupun kemudahan dan jaminan yang diberikan oleh Toyota. Pada saat terjadi krisis global dan trend pasar otomotif yang menurun justru penjualan Toyota meningkat.

Meningkatnya ketertarikan masyarakat dalam penggunaan kendaraan Toyota, showroom Auto2000 menjadi tujuan utama masyarakat untuk mencari informasi dan membeli kendaraan Toyota. Tidak hanya showroom, Auto2000 juga memfasilitasi pengguna kendaraan Toyota untuk melakukan service berkala secara resmi. Salahsatunya adalah Auto2000 Pecindilan. Auto2000 Pecindilan adalah salah satu cabang yang terletak di daerah Pecindilan, Surabaya. Seperti showroom pada umumnya, Auto2000 memberikan fasilitas yang cukup baik untuk kepuasan konsumen.

Demi kepuasan konsumen, masalah interior ruang showroom juga harus mendapat perhatian khusus agar dapat memberikan rasa nyaman terhadap konsumen yang berkunjung ke showroom. Interior yang terdapat pada showroom masih mengacu pada standar perancangan showroom, yang cenderung lebih mengutamakan sisi ekonomi ketimbang memberi tampilan yang lebih menarik kepada para pengunjung. Oleh karena itu, interior showroom menjadi salah satu cara untuk meningkatkan penjualan dengan cara menampilkan desain interior yang menarik dan memberikan rasa betah kepada para konsumen agar dapat melihat lebih lama sehingga dapat memberikan peluang konsumen untuk membeli produk lebih banyak.



Color scheme



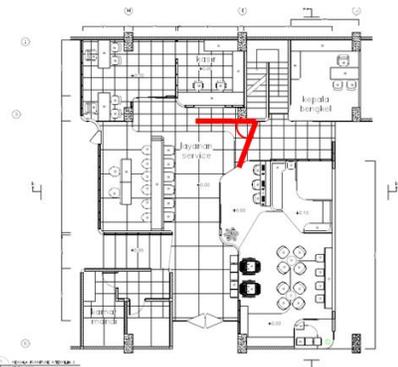
Gambar. 3. Denah area pameran



Gambar. 4. Hasil desain Ruang Pamer (view 1)



Gambar. 4. Hasil desain Ruang Pamer (view 3)



Gambar. 6. Denah Area Pelayanan Servis



Gambar. 7. Hasil desain are pelayanan servis (view 1)

A. Tujuan Dan Manfaat

1) Tujuan

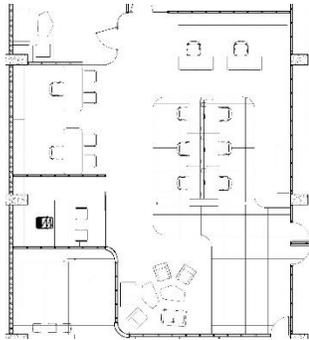
1. Menghasilkan desain interior showroom yang sesuai



Gambar. 8. Hasil desain area pelayanan servis (view 2)



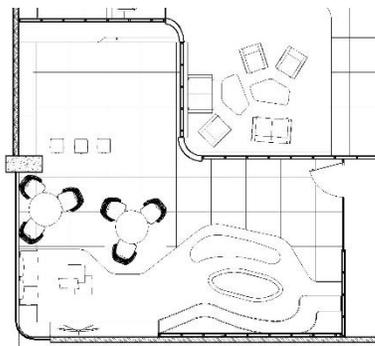
Gambar. 9. Hasil Desain Area Lounge (View 2)



Gambar. 9. Denah Ruang Kantor



Gambar. 9. Hasil Desain Ruang Kantor (View 1)



Gambar 10. Hasil Desain Area Lounge (View 2)

- dengan karakter, identitas, aktivitas, dan kebutuhan ruang pada Toyota Auto2000
- 2. Menghasilkan desain yang mengoptimalkan fungsi fasilitas pada showroom tanpa meninggalkan konsep awal kepada semua segmentasi yang diharapkan meningkatkan loyalitas pengunjung.
- 3. Sebagai referensi dalam membuat desain interior showroom Toyota Auto2000 untuk masa mendatang.

2) *Manfaat*

a. Manfaat untuk perusahaan:

Menjaga loyalitas konsumen terhadap kendaraan merek Toyota dan menambah nilai jual Showroom Toyota Auto2000 di mata masyarakat.

b. Manfaat untuk konsumen:

Mendapatkan pelayanan yang terbaik saat berkunjung dan melakukan servis kendaraan.

c. Manfaat untuk bidang keilmuan:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pengetahuan baru mengenai Showroom Toyota Auto2000 yang dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya di masa mendatang.

II. METODE PENELITIAN

Metodologi desain adalah cara-cara yang digunakan dalam menguraikan hasil akhir desain, sehingga cenderung bersifat umum bagi suatu desain yang sejenis. Metode penelitian mencakup keseluruhan aktivitas mendesain mulai awal sampai akhir.

A. *Tahap Identifikasi Objek*

Tahap ini adalah tahap untuk menentukan latar belakang, judul, dan definisi judul. Pada tahap ini akan diuraikan dasar-dasar pemikiran dan landasan yang menjadi alasan untuk melakukan tugas akhir tentang Re-Desain Interior Showroom Toyota Auto2000 Dengan Langgam Futuristik Family

B. *Tahap Identifikasi Masalah*

Tahapan ini dilakukan untuk menemukan permasalahan agar dapat mencapai tujuan guna mendapatkan manfaat dari desain interior Showroom Toyota Auto2000

C. *Pengumpulan Data*

Setelah melakukan tahapan identifikasi objek dan

identifikasi masalah, dapat diketahui rumusan masalah yang ada sehingga diketahui pula data-data yang diperlukan pada perancangan Showroom Toyota Auto2000. Pada tahap pengumpulan data, data yang dikumpulkan dibagi menjadi dua jenis berupa data primer yang mencakup observasi lapangan, dan survey dan wawancara, serta data sekunder yang meliputi studi literatur, yaitu :

a. Observasi Lapangan

Melakukan tinjauan langsung kelapangan dan melakukan pengamatan mengenai kegiatan atau aktivitas primer dan aktivitas lain, fasilitas pendukung, serta sirkulasi baik orang maupun barang. Observasi dilakukan di Showroom Toyota Auto2000 Pecindilan Surabaya.

b. Survey dan Wawancara

Survey dilakukan secara langsung pada pihak yang berhubungan dengan obyek penelitian. Pihak-pihak pengguna obyek. Survey dan wawancara tersebut berupa opini pribadi melalui kuesioner yang ditujukan kepada Pengguna kendaraan agar didapatkan data mengenai konsep yang sesuai dengan tujuan rancangan dan wawancara kepada salah satu pegawai Toyota untuk mengetahui standarisasi corporate untuk showroom.

c. Studi Literatur

Studi literatur merupakan data sekunder yang didapatkan dari pihak yang tidak berkaitan langsung dengan objek. Dilakukan dengan menghimpun data yang masih relevan dengan kebutuhan data yang dapat menunjang penelitian. Pencarian data diperoleh dari Jurnal, buku peraturan, laporan penelitian, dan internet. Adapun data yang dicari adalah sebagai berikut:

1. Tinjauan mengenai Toyota Auto2000
2. Tinjauan mengenai Showroom
3. Tinjauan mengenai Sirkulasi
4. Tinjauan mengenai Dimensi Mobil
5. Tinjauan mengenai Futuristik

Data-data primer yang diperoleh di lapangan akan dibandingkan dengan data sekunder yang diperoleh dari literatur. Data-data tersebut kemudian dianalisa sehingga akan diperoleh kesimpulan yang menjadi dasar untuk menentukan konsep desain.

D. Tahap Analisa Data

Pada tahap analisa data dibagi menjadi dua. Pertama yaitu analisa data teknis yang meliputi: Site dan Eksisting, Kebutuhan ruang dan sirkulasi, pembentuk interior, elemen estetis, material, lighting dan warna. dan analisa data non teknis. Kedua yaitu analisa data non teknis yang meliputi: Data tentang Showroom Toyota Auto2000 dan data Futuristik.

E. Tahap Desain

Pada tahap desain dari hasil analisa dibuat sebuah desain dengan membuat alternatif desain yang nantinya dipilih untuk dijadikan perancangan. Setelah dipilih yang terbaik desain tersebut kemudian dikembangkan lagi sampai mendapat desain yang sesuai untuk konsep perancangan Showroom Auto2000.

F. Tahap hasil Desain

Pada tahap ini adalah hasil desain yang telah dipilih dan dikembangkan untuk sebuah perancangan. Hasil desain ini berupa gambar kerja dan 3D visual dari perancangan Showroom Auto2000 dengan Langgam Futuristik Family.

III. KONSEP DESAIN

Toyota Auto2000 Pecindilan adalah salah satu Showroom Toyota di Surabaya yang menyediakan tempat untuk pemasaran unit kendaraan toyota dan bengkel resmi Toyota untuk servis kendaraan. Pentingnya kepuasan pada pelanggan dan meningkatkan loyalitas terhadap toyota ini lah yang melahirkan konsep futuristik family untuk Toyota Auto2000 Pecindilan berdasarkan hasil dari analisa.

Karakter interior yang ingin dicapai pada desain interior Showroom Toyota Auto2000 Pecindilan adalah futuristik yang mencerminkan masa depan dan teknologi yang menjadi pendukung kendaraan yang terus berkembang. Penambahan konsep family dimana family dalam bahasa indonesia adalah keluarga dimana semua kebutuhan bisa terfasilitasi di dalamnya dan mendapatkan kesan nyaman dan hangat.

A. Konsep Desain

1) Konsep Bentuk

Pengaplikasian bentuk pada Showroom Toyota Auto2000 Pecindilan mempunyai bentuk futuristik yang mempunyai karakter lengkung dan bentuk asimetris. Bentuk yang di ambil merupakan transformasi bentuk dari bentuk logo dari Toyota.

2) Konsep Warna

Konsep warna yang digunakan pada perancangan menggunakan warna-warna dari corporate image dari logo Toyota dan Auto2000 untuk tetap mencerminkan karakteristik dari Toyota Auto2000. Penambahan warna futuristik yaitu warna-warna monochrom dari putih-abu-hitam yang menambahkan kesan futuristik.

Dari analisa data diketahui penambahan warna coklat dari kayu untuk menambahkan kesan hangat pada ruang. Kesan hangat itu sendiri juga menjadi salah satu misi dari Auto2000 untuk memberikan kenyamanan dan kesan hangat kepada konsumen.

3) Konsep Material

Untuk dapat mendukung tema desain yang bersifat futuristik, material-material utama yang digunakan adalah pemilihan material yang mencirikan masa depan, antara lain material-material yang dihasilkan melalui hasil proses industri seperti stainless, kaca, finishing kayu duco dan acrylic.

4) Konsep Pola Lantai

Membuat pola futuristik pada lantai dengan menggunakan warna putih dan abu-abu yang merupakan ciri dari langgam futuristik. Menggunakan material keramik yang diberi nat sesuai dengan warna lantai. Pola tersebut dibuat serta difungsikan untuk memperlihatkan sirkulasi dan memudahkan penataan produk.

Pada desain keseluruhan lantai akan menggunakan material

granite dengan pertimbangan durability dan maintenance yang mudah. Warna keramik menggunakan warna putih dan abu-abu. Pada area tunggu ruang menggunakan parket kayu untuk nuansa ruang yang lebih nyaman dan hangat dengan warna coklat muda. Pada beberapa area negosiasi menggunakan material karpet untuk lantainya untuk menambah kesan lebih formal karena untuk proses negosiasi unit kendaraan.

5) *Konsep Plafon*

Melakukan permainan leveling pada plafon dengan up-down ceiling yang dibentuk dengan bentukan futuristik, kemudian membuat direct light yang di tutup dengan acrylic sehingga memberi kesan garis yang mengeluarkan cahaya..

6) *Konsep Furnitur*

Menggunakan furnitur dengan bentukan custom yang mempunyai sudut lengkung dengan menggunakan material stainless, acrylic, dan fabric yang difinis dengan warna-warna futuristik. Dan menjadikan salah satu furnitur dengan warna yang berbeda sehingga menjadi pada ruang. Warna yang diambil adalah warna merah yang menjadi warna corporate Toyota.

IV. HASIL DESAIN

A. *Pengembangan gagasan ide*

Pengaplikasian bentuk yang diambil dari logo toyota yang menjadi elemen dalam interior Showroom toyota Auto2000, pengembangan gagasan ide dari bentukan toyota dan transformasi bentuk dari bentukan body salah satu mobil keluaran toyota, yaitu Toyota 86. Berikut gagasan ide yang dikembangkan dari bentukan yang dimiliki Toyota.

1. Konsep Furnitur
2. Konsep Estetis
3. Konsep Backdrop

B. *Hasil Desain*

1) *Area Showroom*

Suasana area pameran pada Showroom Toyota Auto2000 Pecindilan Surabaya saat baru masuk. Pola lantai dengan warna abu-abu langsung mengarahkan kita ke arah konter sales dan juga memfokuskan kita langsung melihat ke arah logo toyota pada backdrop yang menjadi point of interest ketika baru memasuki Showroom. Melakukan pola garis putih untuk menyambungkan area satu dengan lainnya agar tidak terlihat sendiri-sendiri. Melakukan pengulangan pola yang ada pada lantai ke ceiling untuk lebih menyatukan desain satu sama lain.

Menggunakan pencahayaan hidden lamp pada elemen estetis di dinding dan indirect lamp yang ditutup dengan acrylic putih sehingga membentuk seperti garis cahaya pada ceiling.

Salah satu view dari area negosiasi. Di mana pada area negosiasi dapat melihat ke arah kendaraan yang di pameran. Terdapat area tunggu di tengah ruang, pada area tunggu menggunakan material parket kayu untuk lantai dan atapnya dengan finishing glossy agar tetap terlihat futuristik namun dengan material kayu memberikan kesan hangat.

Salah sudut area negosiasi, area negosiasi menggunakan

karpet pada bagian lantainya agar memberikan kesan formal saat melakukan negosiasi. Pada dinding terdapat elemen estetis yang diambil dari bentukan Toyota. Material yang digunakan untuk partisi berupa multiplek yang difinis dengan hpl taco putih glossy. Pada dindingnya menggunakan cat tembok abu-abu. Terdapat lemari untuk display aksesoris mobil. Di sisinya terdapat ac standing build in di dalam lemari display.

2) *Area Pelayanan Servis*

Suasana layanan servis, backdrop layanan servis ini menggunakan elemen estetis yang diambil dari bentukan toyota. Pada partisi estetis tersebut diletakan hidden lamp sebagai pencahayaan. Estetis tersebut menggunakan material multiplek yang difinis dengan hpl taco putih glossy. Furnitur kursi yang digunakan mempunyai bentuk futuristik dengan material acrylic putih yang dikombinasikan dengan warna merah. Untuk meja pelayanan didesain custom dengan bentukan yang diambil dari body mobil toyota.

Suasana ruang tunggu servis. Interior dominan menggunakan warna putih. Terdapat permainan dinding yang diolah dengan bentukan yang diambil dari konsep menjadi bagian dari kaca yang memperlihatkan area Showroom dari area tunggu servis. Sebagian plafon menggunakan material parket kayu untuk memberikan kenyamanan dan kehangatan.

3) *Ruang Kantor dan lounge*

Salah satu sudut area kantor. Pada lantai mengkolaborasikan material keramik dan karpet. Pada dinding mengkolaborasikan partisi dan kaca dengan bentukan sesuai konsep. Permainan leveling pada ceiling dengan tambahan indirect lamp yang dibatasi dengan material acrylic putih sehingga terlihat seperti garis cahaya putih. Untuk furnitur kantor dominan menggunakan warna putih dengan partisi berwarna agar terlihat lebih menarik.

Salah satu view untuk area lounge saat baru memasukinya. Pada lantai mengkolaborasikan material karpet dan lantai dengan pola bentuk futuristik. Untuk area yang terdapat sofa hingga area lesehan menggunakan karpet abu – abu polos dan area sirkulasi menggunakan lantai keramik Uk. 60x60cm. Pada dinding belakan sofa menampilkan elemen estetis berupa hidden lamp yang berfungsi untuk memperlihatkan logo Toyota. Untuk partisinya menggunakan material multiplek yang difinis dengan HPL TACO putih glossy. pada dinding area game, terdapat estetis dengan stainless yang disusun rapih secara horizontal. Permainan plafon dengan bentukan asimetris dengan tambahan hidden lamp menambahkan kesan futuristik pada ruang. Salah satu down ceiling menggunakan material parket kayu agar terlihat lebih menarik dan dapat menghangatkan ruang yang didominasi berwarna putih.

V. KESIMPULAN DAN RINGKASAN

Dari proses perancangan Re-desain Showroom toyota Auto2000 dapat disimpulkan beberapa hal yaitu:

1. Showroom Toyota Auto2000 Pecindilan memiliki interior yang kurang menarik bagi pengunjung, oleh karena itu dibutuhkan konsep desain baru yang menarik untuk sebuah Showroom.

2. Beragam segmentasi pengunjung dan kebutuhan di dalam Showroom berpotensi untuk penambahan fasilitas yang menunjang demi kepuasan pengunjung.
 3. Menampilkan interior yang menarik dan memberikan fasilitas yang memadai untuk semua segmentasi dengan konsep futuristik family yang berorientasi ke masa depan dengan dasar teknologi diharapkan dapat menjadikan nilai jual Showroom pada masyarakat.
 4. Efisiensi kerja pegawai untuk dapat meningkatkan pelayanan terbaik kepada pengunjung.
 5. Adapun saran yang diperoleh dari proses perancangan Desain Showroom Toyota Auto2000
 6. Perlu adanya penelitian yang dilakukan pembaca kepada karakter pengunjung Showroom. Tambahan responden yang digunakan selain pengguna toyota untuk studi banding.
 7. Perlunya penambahan fasilitas yang menunjang kebutuhan pengunjung saat berada di Showroom guna memberikan kenyamanan dan kepuasan pengunjung.
 8. Pola pikir penerapan konsep futuristik ke dalam interior sebuah bangunan menjadi hal yang perlu diperhatikan. Terlebih lagi jika dipadukan dengan konsep Green Dealer tentu banyak aturan dasar yang harus diperhatikan.
 9. Standarisasi Showroom toyota dan kebutuhan ruang disesuaikan dengan kondisi bangunan atau existing agar tidak menghilangkan karakteristik toyota auto2000.
- [7] Wikipedia (2016) Satuan Ruang Parkir. <https://id.wikipedia.org/wiki/Satuan_ruang_parkir/> [Diakses maret 2016]

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis mampu menyelesaikan jurnal tugas akhir. terselesaikannya Jurnal tugas akhir ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, tak salah kiranya bila penulis mengungkapkan rasa terimakasih kepada dosen pembimbing dan teman seperjuangan, serta orang tua yang selalu mendukung dengan doa. Semoga Jurnal ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak serta bernilai ibadah di hadapan Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D.K. Ching, Francis, 2002, Architectue, Space and Order, New York : Maxmillan Panero, Julius dan Zelnik Martin, 1979, Dimensi Manusia dan Interior, Indonesia : Penerbit Erlangga.
- [2] Auto2000 (2016). Toyota lets go beyond. <<https://auto2000.co.id/>> [Diakses maret 2016]
- [3] Dewa Made Agasbrama (2014). Konsep Desain Interior Futuristik.<<https://interiorudayana14.wordpress.com/2014/05/15/konsep-p-desain-interior-futuristik/>> [Diakses maret 2016]
- [4] Masum Sagivile (2012). Menata Produk. <<http://displayprdku.blogspot.co.id/2012/11/menata-produk-deskripsi-singkat-salah.html>> [Diakses 2016]
- [5] Prabu (2009). Sistem dan Standart Pencahayaan Ruang. <<https://putraprabu.wordpress.com/2009/01/06/sistem-dan-standar-pencahayaan-ruang/>> [Diakses Maret 2016]
- [6] Sinta Anggraheni (2014). Pengertian Display. <<http://displaysinta.blogspot.co.id/2014/11/pengertian-dan-tujuan-display.html>> [Diakses Mei 2016]