

ABSTRAK

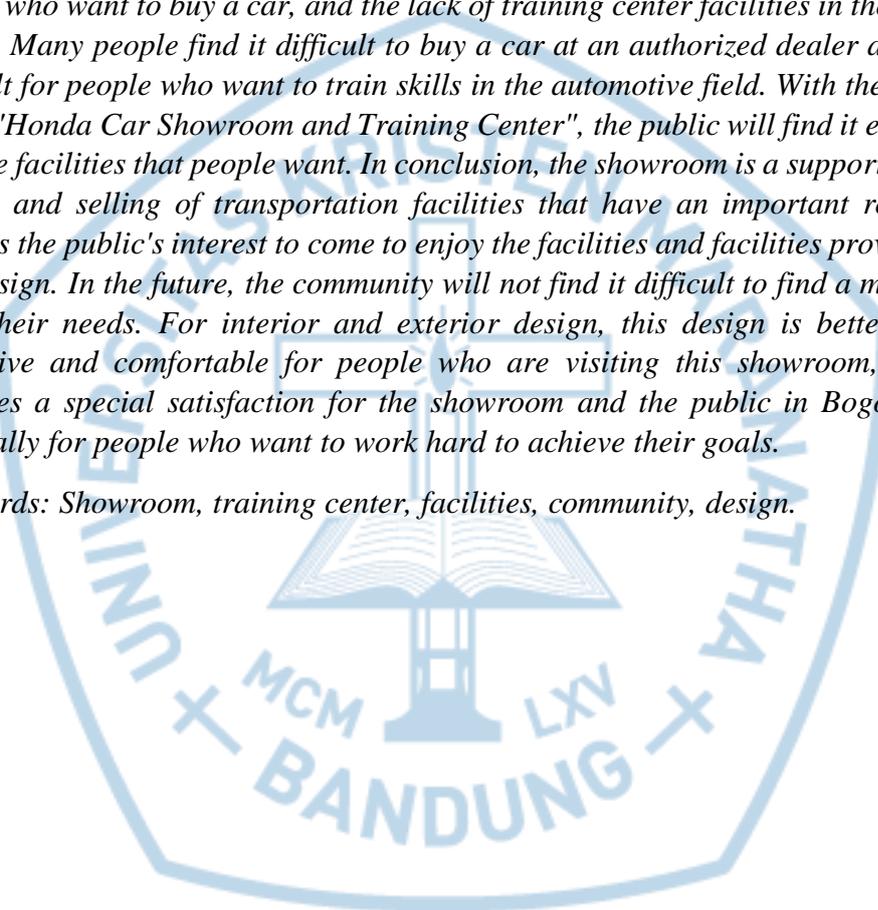
Desain *showroom* menjadi salah satu penunjang jual beli sarana transportasi yang memiliki peran untuk menarik minat para konsumen untuk datang berkunjung ke *showroom* dan melihat kendaraan yang akan di beli. Pelayanan terhadap kepuasan konsumen menjadi perhatian utama dalam perancangan *showroom* guna meningkatkan aktifitas jual beli kendaraan *Showroom* otomotif Honda di Cimahi masih belum memperlihatkan slogan honda yaitu “*The Power Of Dream*” yang mencerminkan karakter Honda yang bermaksud segala sesuatu bermula dari mimpi. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memfasilitasi tempat untuk melakukan jual beli kendaraan roda empat dan untuk memfasilitasi masyarakat yang ingin melatih kemampuannya di bidang otomotif khususnya untuk masyarakat Kota Bogor. Kurangnya *showroom* mobil Honda yang besar dan memiliki fasilitas lengkap menjadi kendala bagi masyarakat yang ingin membeli mobil, dan kurangnya sarana *training center* di Kota Bogor. Banyak masyarakat yang kesulitan untuk membeli mobil di *dealer* resmi dan kesulitan bagi masyarakat yang ingin melatih *skill* di bidang otomotif. Dengan perancangan “*Showroom Mobil Honda dan Training Center*” ini masyarakat akan lebih mudah untuk menemukan sarana yang masyarakat inginkan. Kesimpulannya *Showroom* menjadi penunjang jual beli sarana transportasi yang memiliki peran penting dan menarik minat masyarakat untuk datang berkunjung untuk menikmati fasilitas dan sarana yang disediakan di perancangan ini, untuk kedepannya masyarakat tidak akan merasa kesulitan untuk mencari sarana untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk desain interior maupun eksterior pada perancangan ini lebih baik dibuat menarik dan nyaman untuk masyarakat yang sedang berkunjung ke *showroom* ini, dan menjadi kepuasan tersendiri untuk pihak *showroom* dan masyarakat di Kota Bogor, khususnya untuk masyarakat yang ingin bekerja keras untuk menggapai cita-cita.

Kata Kunci: *Showroom*, training center, sarana, masyarakat, desain.

ABSTRACT

Showroom design is one of the supporting facilities for buying and selling transportation facilities which have a role in attracting consumers' interest to come to the showroom and see the vehicle to be purchased. Service to customer satisfaction is a major concern in showroom design to increase vehicle sales and purchase activities. Honda's automotive showroom in Cimahi still has not shown Honda's slogan, "The Power Of Dream", which reflects Honda's character, which means everything starts from a dream. The purpose of this design is to facilitate a place to buy and sell four-wheeled vehicles and to facilitate people who want to train their skills in the automotive sector, especially for the people of Bogor City. The lack of a large Honda car showroom with complete facilities is an obstacle for people who want to buy a car, and the lack of training center facilities in the city of Bogor. Many people find it difficult to buy a car at an authorized dealer and it is difficult for people who want to train skills in the automotive field. With the design of the "Honda Car Showroom and Training Center", the public will find it easier to find the facilities that people want. In conclusion, the showroom is a support for the buying and selling of transportation facilities that have an important role and attracts the public's interest to come to enjoy the facilities and facilities provided in this design. In the future, the community will not find it difficult to find a means to meet their needs. For interior and exterior design, this design is better made attractive and comfortable for people who are visiting this showroom, and it becomes a special satisfaction for the showroom and the public in Bogor City, especially for people who want to work hard to achieve their goals.

Keywords: Showroom, training center, facilities, community, design.



DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1-3
1.2	Identifikasi Masalah	3
1.3	Rumusan Masalah	4
1.4	Tujuan Perancangan	4
1.5	Ruang Lingkup Perancangan	5
1.6	Manfaat Perancangan	5
1.7	Sistematika Penulisan	5-6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA “SHOWROOM HONDA BERKONSEP COMFORT & SATISFACTION”

2.1	<i>Showroom</i>	7
2.1.1	Definisi <i>Showroom</i>	7-9
2.1.2	Jenis-jenis <i>Showroom</i>	9-10
2.1.3	Persyaratan Pembangunan <i>Showroom</i>	11-15
2.1.4	Standar Ukuran <i>Showroom</i> dan Bengkel	16-17
2.2	<i>Showroom</i> Honda	18
2.2.1	Jenis-jenis <i>Showroom</i> Honda	18-19
2.2.2	Sejarah Honda	20
2.2.3	Fasilitas <i>Showroom</i> Honda	21
2.3	Konsep Perancangan (<i>Monochrome Metal Dream</i>)	21
2.3.1	Definisi	21-23
2.3.2	Jenis Warna	23-24
2.3.3	Jenis Material	24-25
2.3.4	Jenis <i>Furniture</i>	26
2.3.5	Penerapan Pada Interior	26

2.4	Ruang Lingkup Fasilitas <i>Showroom</i> Mobil Honda.....	27
2.4.1	<i>Waiting Lounge</i>	27
2.4.2	<i>Private Zone</i>	28
2.4.3	<i>Food Zone</i>	29
2.4.4	<i>Meeting Zone</i>	30
2.4.5	Musholla	31
2.5	Ruang Lingkup Fasilitas <i>Service Showroom</i> Mobil Honda.....	32
2.5.1	<i>Quick Service</i>	32
2.5.2	<i>Final Inspection</i>	33
2.5.3	<i>Spooing</i>	33-34
2.5.4	<i>Washing</i>	34-35
2.5.5	<i>Service Parking</i>	35
2.5.6	<i>Reception & Delivery</i>	36-37
2.5.7	<i>Sparepart Zone</i>	37-38
2.6	Studi Banding <i>Showroom</i> BMW Bestindo Bintaro	38
2.6.1	<i>Showroom</i>	38-39
2.6.2	<i>Service Area</i>	40-41
2.7	Studi Banding BMW Abudhabi.....	41
2.7.1	<i>Showroom</i>	41-42
2.7.2	<i>Service Area</i>	42-43
BAB III KONSEP PERANCANGAN <i>SHOWROOM</i> MOBIL HONDA		
3.1	Deskripsi Proyek.....	44
3.1.1	Gambaran Umum.....	44
3.1.2	Lokasi	45
3.2	Analisa Site.....	45
3.2.1	Denah <i>Site</i>	45-47

3.2.2	Tampak <i>Site</i>	48
3.2.3	<i>Programming</i>	49
3.2.3.1	<i>Bubble Diagram</i>	49
3.2.3.2	<i>Matriks</i>	50
3.2.3.3	Tabel Kebutuhan Ruang	51
3.3	Analisa Fungsi	52
3.3.1	Struktur Organisasi	52
3.3.2	Identifikasi Pengguna	53
3.3.3	Aktivitas Pengguna	53
3.4	Ide Implementasi Konsep	54
3.4.1	Penerapan Konsep Dalam Desain Interior	54-55
3.4.2	Konsep Bentuk	55
3.4.3	Konsep Ruang	55
3.4.4	Konsep Warna	55
3.4.5	Konsep Material	55
3.4.6	Konsep Tekstur	55
3.4.7	Konsep Pencahayaan	56
3.4.8	Konsep Penghawaan	56
3.4.9	Konsep Keamanan	56
3.5	Sketsa Ide	67
BAB IV IMPLEMENTASI TEMA DAN KONSEP PADA PERANCANGAN SHOWROOM MOBIL HONDA DAN TRAINING CENTER		
4.1	Implementasi General	58-61
4.2	Implementasi Khusus	62
4.2.1	<i>Receptionist Showroom</i>	62-63
4.2.2	<i>Showroom Area Tengah</i>	63-64
4.2.3	<i>Showroom Area Samping Belakang</i>	64-66
BAB V KESIMPULAN		
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	67

Daftar Gambar

2.1	Konsep Dasar Dalam Ergonomi	14
2.2	Gambar Ukuran Mobil Sedan	16
2.3	Gambar Ukuran Gerak Mobil	16
2.4	Gambar Radius Putaran Mobil.....	17
2.5	Gambar Ukuran <i>Car Lift</i>	17
2.6	Gambar Mind Mapping Penjelasan Konsep Perancangan	22
2.7	Gambar Studi <i>Image</i> Konsep Perancangan	23
2.8	<i>Waiting Lounge</i> Honda IBRM Cimahi.....	27
2.9	<i>Private Zone</i> Honda IBRM Cimahi	28
2.10	<i>Food Zone</i> Honda IBRM Cimahi.....	29
2.11	<i>Meeting Room</i> Honda IBRM Cimahi.....	30
2.12	Mushola Gedung Rektorat ITB.....	31
2.13	<i>Quick Service</i> Honda IBRM Cimahi.....	32
2.14	<i>Service Pengecekan Terakhir</i> Honda IBRM Cimahi	33
2.15	<i>Spooring</i> Honda IBRM Cimahi	33-34
2.16	<i>Washing dan Detailing</i> Honda IBRM Cimahi	34-45
2.17	<i>Parking Service</i> Honda IBRM Cimahi.....	35
2.18	<i>Receptionist Service Area</i> Honda IBRM Cimahi.....	36
2.19	<i>Receptionist Showroom</i> Honda IBRM Cimahi.....	36-37
2.20	Ruang Penyimpanan <i>Sparepart</i> Honda IBRM Cimahi	37-38
2.21	<i>Area Showroom</i> BMW Bestindo Bintaro	38-39
2.22	<i>Service Area Outdoor</i> BMW Bestindo Bintaro	40
2.23	<i>Service Area Indoor</i> BMW Bestindo Bintaro.....	41
2.24	<i>Showroom</i> BMW Abudhabi.....	41-42
2.25	<i>Service Area</i> BMW Abudhabi	42-43

3.1	Gambar Denah <i>Basement</i>	45
3.2	Gambar Lantai 1	46
3.3	Gambar Lantai 2.....	47
3.4	Gambar Tampak Site A	48
3.5	Gambar Tampak Site B	48
3.6	Gambar <i>Bubble</i> Diagram	49
3.7	Gambar Sketsa Ide President Direktur	57
3.8	Gambar Sketsa Ide Kelas Training.....	57
4.1	<i>Area Basement</i>	58
4.2	Lantai 1	59
4.3	Lantai 2	61
4.4	<i>Ceiling Receptionist</i>	62
4.5	<i>Layout Receptionist</i>	62
4.6	<i>Ceiling Showroom</i> Tengah	63
4.7	<i>Layout Showroom</i> Tengah.....	63
4.8	<i>Ceiling Showroom</i> Samping Belakang.....	64
4.9	<i>Layout Showroom</i> Samping Belakang	65
4.10	Perspektif <i>Showroom</i> Samping Belakang.....	66

