

Pusat Informasi dan Penjualan Mobil Lamborghini di Surabaya

Julianto Wicaksono Wijaya, Andreas Pandu Setiawan, S.Sn., M.Sn
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: julianto_wicaksono_wijaya@yahoo.com ; Pandu@peter.petra.ac.id

Abstrak— Pusat informasi dan penjualan ini ditujukan untuk para komunitas pencinta mobil lamborghini di area Surabaya. Konsep perancangannya adalah untuk mendapatkan tempat dimana ditujukan untuk mengetahui, mengerti sejarah serta penjualan suku cadang, servis mobil lamborghini dan memberikan tempat berkumpulnya para komunitas mobil lamborghini di area Surabaya dan sekitarnya. Fasilitas yang akan dibuat meliputi *receptionist*, area showroom, area service, *café*, *lounge*, ruangan serbaguna dan toilet. Hal ini dikembangkan dengan cara menyatukan semua fasilitas untuk para pencinta atau orang yang penasaran tentang mobil lamborghini di Surabaya

Kata kunci:

Interior, pusat informasi, penjualan, Lamborghini, Surabaya

Abstract— The sales information center and community devoted to the Lamborghini car lovers in Surabaya area. Its design concept is to get to know the place where intended, understand history as well as spare parts sales, car servicing lamborghini and provide a gathering place for community lamborghini car in Surabaya and surrounding areas. Facilities that will be made include receptionist, showroom area, service area, *café*, *lounge*, multipurpose room and toilet. It is developed by bringing together all the facilities for the lovers or people who want to know about a car lamborghini in Surabaya

Keywords:

Interior, Lamborghini centre, Surabaya.

I. PENDAHULUAN

Surabaya merupakan kota metropolitan terbesar ke-2 setelah Jakarta, dengan jumlah penduduk pada tahun 2010 mencapai 2,765,908 jiwa.

Dilihat dari segi penjualan, Perkembangan penjualan mobil lamborghini atau mobil *sport car* import luar negeri sangat pesat di Negara Indonesia ini, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya. Peminat akan mobil-mobil *sport car* sangat banyak dan dari berbagai macam umur. Membeli mobil *sport car* merupakan kegemaran atau hanya sekedar kebanggaan.

Showroom mobil *sport car* bukan hanya menjual mobil-mobil baru, ada juga terdapat mobil bekas dan juga tempat untuk mereparasi mobil-mobil yang bermasalah. Selain itu *showroom* mobil *sport car* juga berfungsi sebagai tempat kantor untuk para staff dan pimpinan di sana. Dan juga sebagai tempat berkumpulnya komunitas mobil Lamborghini atau *sport car* lainnya

Showroom mobil di Surabaya ini, Terutama *showroom* mobil Lamborghini belum mempunyai tempat yang lengkap dan bisa menjadi one stop shopping yaitu suatu tempat yang menyediakan berbagai macam fasilitas mengenai Lamborghini seperti pembelian unit mobil, tempat reparasi, kantor, dan penjualan aksesoris mobil Lamborghini. Lamborghini adalah produsen Italia sportscars mewah yang merupakan bagian dari Grup Volkswagen Audi melalui anak perusahaannya. Fasilitas produksi Lamborghini dan kantor pusat berlokasi di Sant'Agata Bolognese, Italia. Pada tahun 2011, 831 karyawan Lamborghini memproduksi 1.711 kendaraan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan permasalahan dalam Tugas Akhir ini yaitu:

1. Bagaimana merancang pusat informasi dan penjualan mobil lamborghini yang nyaman dan terkesan mewah?
2. Bagaimana merancang showroom mobil Lamborghini yang bisa menjadi tempat *one stop shopping*, tempat pembelian unit, pembelian suku cadang dan pusat informasi

Tujuan Perancangan

- a. Dapat merancang showroom mobil Lamborghini yang mewah dan nyaman.
- b. Dapat merancang showroom mobil Lamborghini yang memberikan fasilitas *one stop shopping*.
- c. Dapat merancang showroom mobil Lamborghini yang dapat menarik perhatian pengunjung.
- d. Meningkatkan kualitas pelayanan di showroom mobil Lamborghini.
- e. Menciptakan fasilitas baru di showroom mobil Lamborghini.

Objek perancangan berupa fasilitas showroom dan kantor yang nantinya berguna untuk pemenuhan kebutuhan para pecinta otomotif di Surabaya. Jam operasional showroom adalah Senin—Jumat, pk. 09.00—18.00 WIB

Adapun ruang lingkup area yang di rancang adalah:

- a. Area resepsionis, merupakan area di mana pengunjung datang dan disambut oleh pegawai
- b. Ruang tunggu, merupakan area yang dapat digunakan pengunjung untuk duduk dan menunggu saat mengurus keperluan administrasi dan lainnya.
- c. Area display, merupakan area dimana mobil-mobil yang dijual dipajang

- d. Ruang owner, merupakan ruang yang digunakan untuk owner showroom bekerja.
- e. Ruang rapat, merupakan ruang yang digunakan untuk melakukan rapat dan diskusi bersama.
- f. Ruang *mini theater*, merupakan ruangan kecil yang digunakan untuk mempertontonan yang dipertunjukkan di depan orang banyak contohnya film dokumenter atau lainnya.
- g. Area Bengkel, merupakan area dimana mobil yang ingin di *tune up* atau diperbaiki
- h. *Lounge*, merupakan area bagi para pengunjung untuk bersantai menikmati makanan dan minuman yang disediakan. Terdapat fasilitas internet bagi pengunjung untuk mempermudah pengunjung dalam mencari informasi yang diinginkan
- i. Ruang *merchandise*, yaitu ruang untuk menjual cenderamta.
- j. Toilet, merupakan sarana umum yang disediakan bagi para pegawai dan pengunjung dan dibagi dalam 3 bagian, yaitu toilet pria, toilet wanita, toilet bagi penyandang cacat

II. METODOLOGI PERANCANGAN

Metodologi perancangan merupakan cara untuk menghasilkan konsep, style, nuansa berdasarkan analisa berbagai permasalahan dari lingkup Makro (pengguna) yang mempengaruhi secara eksternal dan lingkup Mikro (elemen interior) (Jones, 1971)

Metode Pengambilan Data

a. Data Lapangan

- *Survey* lapangan eksisting untuk menyesuaikan bentuk denah dan dapat mengetahui keadaan sekitar baik arah matahari, lokasi, kepadatan area, dan lain-lain.
- *Survey* tipologi ke beberapa tempat yang berhubungan dengan perancangan seperti *Japan Auto Center Surabaya*
- Data wawancara dari hasil *survey* mengenai kebutuhan para pecinta mobil Lamborghini serta melakukan wawancara ke beberapa komunitas pecinta mobil Lamborghini dan mobil mewah yang ada di Surabaya mengenai harapan mereka terhadap tempat yang dapat mawadahi kebutuhan mereka dan hal-hal lain yang berhubungan dengan mobil. Selain itu juga wawancara kepada beberapa pihak pengelola kafe dan toko.
- Dokumenter, melakukan dokumentasi keadaan ruang dalam dengan cara memotret dan mencatat keadaan asli baik untuk lokasi eksisting maupun lokasi-lokasi yang digunakan sebagai data tipologi.

b. Data Literatur

Data yang didapat dari studi pustaka di perpustakaan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan perancangan. Data ini dapat diperoleh baik buku, majalah, makalah, ataupun media lain. Data-data yang paling penting akan digunakan adalah :

- Data mengenai sejarah, pengertian dan perkembangan mobil Lamborghini.
- Data mengenai perancangan desain *comercial space* dan *cafe* yang baik dan benar serta perancangan retail.

c. Data Pemandangan

Data yang diperoleh dari obyek lain yang ada kaitannya dengan obyek perancangan, kemudian dibandingkan dan diambil kelebihanannya untuk mendukung perancangan

Metode Pengolahan Data :

Data yang diperoleh dari proses pengumpulan data baik studi literatur, lapangan dan tipologi dikumpulkan dan disusun mulai dari data umum sampai data spesifik. Setelah itu dilakukan penyeleksian data yang memiliki hubungan dengan perancangan kemudian masuk pada pembelajaran umum. Pengolahan data ini dimulai dengan menginvestigasi permasalahan yang ada terlebih dahulu agar dalam mengumpulkan data akan lebih spesifik dan fokus langsung terhadap solusi. Setelah itu dilakukan pengembangan data, proses ini merupakan proses lanjutan dari pembelajaran umum untuk melengkapi data dan solusi yang dibutuhkan. Tahap terakhir adalah komunikasi yang merupakan proses mencari data dan solusi dari pihak luar untuk melengkapi data yang diperoleh (Lawson 24).

Programming terdiri dari 5 langkah, sebagai berikut:

- a. Menentukan tujuan
Tujuan yang dimaksud adalah apa yang diinginkan oleh klien dan memberikan solusi pada permasalahan yang ada.
- b. Mengumpulkan dan menganalisa fakta
Fakta-fakta tersebut bisa diperoleh dari data-data wawancara dan observasi, data tipologi, serta hasil eksplorasi literatur.
- c. Tes konsep
Dari hasil wawancara dan observasi, maka sudah dapat dibayangkan ke arah mana desain akan dibawa.
- d. Menentukan kebutuhan
Menentukan kebutuhan desain berdasarkan jumlah dana (*budget*) yang tersedia, kebutuhan klien berdasarkan keinginan atau persyaratan khusus dan data lapangan yang sudah didapat (baik fisik maupun non fisik), serta menentukan tingkat kualitas yang ingin dicapai (misalnya, kualitas material yang digunakan, kualitas estetika, dan lain-lain).
- e. Merumuskan masalah
Masalah harus dirumuskan sebagai batasan untuk perancangan.

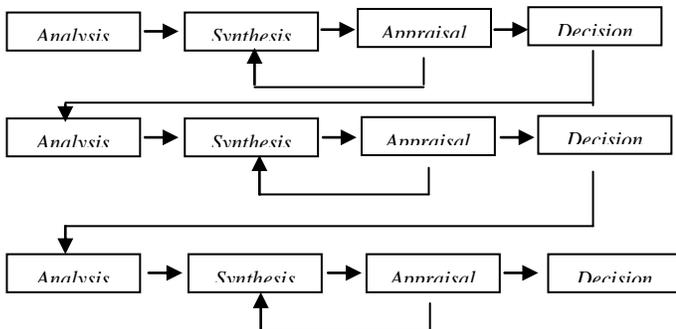
Selain 5 langkah tersebut, ada 4 hal yang harus diperhatikan dalam penyusunan *programming*, antara lain:

- a. Fungsi
Fungsi dari perancangan tersebut, ditinjau dari sisi pengguna, aktivitas dan pengaturan hubungan (relasi) antar pengunjungnya.
- b. Bentuk
Olah bentuk yang direncanakan dalam desain, terkait dengan tapak, lingkungan dan kualitas (baik dari segi ketahanan, estetis, material, dll).
- c. Ekonomi
Pertimbangan dana untuk perencanaan bangunan, yang kemudian disusun dalam RAB, sesuai dengan target market dari klinik tersebut.
- d. Waktu
Meliputi jangka waktu pembangunan dan ketahanan desain, di masa lalu, masa kini dan pertimbangan untuk masa depan.

Metode analisis data :

Dalam menganalisis data ada 3 hal yang paling utama yaitu proposal, skematik desain, dan desain akhir. Semua data yang dimiliki pada tahap proposal akan di analisis sampai mendapatkan keputusan akhir yang jelas. Keputusan akhir dari tahap proposal digunakan untuk memasuki tahap skematik desain. Tahap skematik desain juga akan dianalisis sehingga menghasilkan beberapa alternatif yang kemudian dikritik tiap alternatif beberapa kali sampai mendapatkan kesimpulan yang lebih tepat untuk digunakan pada tahap desain akhir. Pada tahap desain akhir, hasil dari skematik desain dianalisis secara lebih merinci kemudian dikritik ulang untuk mendapatkan keputusan akhir yang paling tepat untuk menjawab rumusan masalah pada perancangan.

Proses *Analysis* merupakan proses penjabaran segala informasi yang terkait dengan obyek perancangan. *Synthesis* merupakan tahap respon hasil dari analisis untuk digunakan pada tahap selanjutnya yang mengacu pada kesimpulan sementara. *Appraisal* (penafsiran) merupakan tahap untuk mengkritik hasil dari kesimpulan sementara. Hasil tersebut akan digunakan sebagai kesimpulan untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya.



Gambar 1.1 Sistematika Metodologi Perancangan
 Sumber : Lawson (1980, p.26)

III. DESAIN AKHIR

1. Konsep Perancangan

Melihat dari latar belakang, rumusan masalah dan tujuan yang ada, maka diambil sebuah tema perancangan untuk menjawab permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai. Diambil dari konsep *one stop automobile* yang diberikan , maka dirumuskanlah sebuah tema perancangan *Passion drive your obsession*.

“Passion is a term applied to a very strong feeling about a person or thing. Passion is an intense emotion compelling feeling, enthusiasm, or desire for something.” Jika dijelaskan arti kata *passion* adalah istilah yang digunakan untuk perasaan yang sangat kuat tentang seseorang atau sesuatu. Gairah adalah emosi perasaan yang sangat kuat yang menarik, antusiasme, atau keinginan untuk sesuatu.

Istilah ini juga sering digunakan untuk kepentingan hidup atau bersemangat di atau kekaguman proposal, penyebab, atau kegiatan atau cinta - untuk perasaan kegembiraan yang tidak biasa, antusiasme atau emosi yang menarik, afinitas positif atau cinta, menuju subjek. Hal ini terutama digunakan dalam

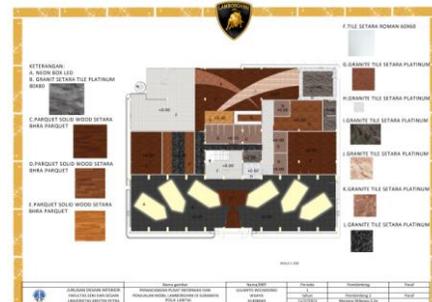
konteks romance atau hasrat seksual meskipun umumnya menyiratkan emosi yang lebih dalam atau lebih menyeluruh dari itu tersirat dalam istilah nafsu.

Obsession adalah Dalam 'love' istilah, Obsession adalah ketika Anda mencoba untuk mengendalikan seseorang yang Anda pikir Anda sedang jatuh cinta dengan dia. Anda mendapatkan mereka atau mencoba untuk mendapatkan mereka, untuk melakukan apa yang ingin mereka lakukan. Jika Anda putus dengan mereka Anda mendapatkan semua marah dan ingin menghancurkan kehidupan mereka dan menyakiti mereka (dalam). Ini adalah obsesi yang benar.

1. Hasil akhir



Layout



pola lantai



pola plafon



Mekanikal elektrik



main entrance

Bentukan yang dinamis dan geometris pada main entrance Lamborghini centre menggunakan bahan aluminium composite panels



lobby dan receptionist

Pada area lobby terdapat ruang display dan resepsionis, setelah pintu masuk terlihat receptionis dan di sebelah kanan pintu masuk ada area display. Pada resepsionis terdapat meja resepsionis yang di desain khusus dengan warna coklat dan silver.



area pameran

Pada area pameran terdapat 2 area mobil baru dan mobil pameran saja. Menggunakan permainan neon box untuk panggung supaya mobil terlihat sampai diluar



area mini theater

Suasana yang dihadirkan pada area mini theater ini adalah suasana nyaman dan pengunjung dapat menikmati film tentang

lamborghini dengan leluasa, karena ada banyak pilihan untuk melihat-lihat beberapa miniatur mobil lamborghini, dan pada dinding menggunakan cat berwarna hitam dan putih.



area cafe

Pada desain ruang cafe menggunakan dinding brick menggunakan finishing cat putih dan dinding partisi hitam karena ruangnya yang terang, lantai menggunakan solid wood memberikan kesan hangat pada ruangan



ruang owner

Pada ruangan kantor dinding menggunakan wallpaper, solid wood panel dan pada perabot menggunakan multiplex di finishing hpl. Terdapat mini bar yang menggunakan solid wood panel



Area meeting

IV. KESIMPULAN

Perancangan Interior showroom Lamborghini dilatar belakangi oleh perkembangan penjualan mobil CBU atau mobil import luar negeri sangat pesat di Negara Indonesia ini, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya. Peminat akan mobil-mobil Lamborghini sangat banyak dan dari berbagai macam umur. Membeli mobil Lamborghini merupakan kegemaran atau hanya sekedar kebanggaan.

Showroom mobil Lamborghini bukan hanya menjual mobil-mobil baru, ada juga terdapat mobil second hand dan juga tempat untuk mereparasi mobil-mobil yang bermasalah. Selain itu showroom mobil Lamborghini juga

berfungsi sebagai tempat kantor untuk para staff dan pimpinan di sana.

Showroom mobil di Surabaya ini, terutama showroom mobil Lamborghini belum mempunyai tempat yang lengkap dan bisa menjadi *one stop shopping* yaitu suatu tempat yang menyediakan berbagai macam fasilitas mengenai otomotif seperti pembelian unit mobil, tempat reparasi, kantor, dan penjualan aksesoris otomotif.

Lamborghini merupakan satu showroom mobil *sport* yang ternama dan bisa dibilang unggul dari para saingannya, karena Lamborghini Centre memiliki tempat penjualan mobil baru maupun mobil bekas dengan kualitas yang bagus.

Dengan demikian, perancangan interior Lamborghini Centre di Surabaya ini diharapkan dapat menjawab masalah yang ada dan tentunya dapat bermanfaat khususnya bagi para penggemar otomotif di Surabaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis J.W.W Mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan banyak masukan dalam proses penulisan jurnal ini. Selain itu ucapan terima kasih ditujukan kepada Pihak Marketing dari Sea World Jakarta, Jatim Park Malang yang bersedia membantu dalam pelaksanaan survey yang berlangsung selama 5 hari.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ching, Francis D.K. *Ilustrasi Desain Interior*. Jakarta: Erlangga, 1996.
- [2] Atkins, Caroline. *Small Spaces for Modern Living*. Jakarta: PT Penerbitan Sarana Bob, 2007
- [3] Chiara, Joseph de, and John Callender. *Time-Saver Standarts for Building Types* 2nd ed.. Singapore: McGraw-Hill Book 1983
- [4] Ching, F.D.K. *Architecture: Form, Space, and Order*. Inc-USA: Van Norstrand Reinhold Company 1979
- [5] Ching, F.D.K. *Arsitektur, Bentuk, Ruang, dan Tatanan*. Trans. Adjie Hanoto. Jakarta: Erlangga, 1979
- [6] Ching, F.D.K. *Ilustrasi Desain Interior* 1996
- [7] *Serial Rumah: Dinding*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [8] *Serial Rumah: Lantai*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [9] *Serial Rumah: Plafon*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [10] Panero, Julius. *Human Dimension and Interior Space: The architecture Press Ltd*, 1979
- [11] *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PN Balai Pustaka 1996
- [12] Mediastika, Christina E. *Akustika Bangunan: Prinsip-prinsip dan Penerapannya di Indonesia* 2005
- [13] Pile, John F. *Color In Interior Design. United States of America: The McGraw-Hill Companies, Inc* 1997
- [14] Pile, John F. *Interior Design*. New York: Harry N. Abrams, Inc 2003
- [15] "Sejarah Industri Mobil di Indonesia." *Blognyamitra*. 2010. Wordpress. 24 Maret 2012. <http://blognyamitra.wordpress.com/2010/07/25/sejarah-industri-mobil-di-indonesia-bagian-ii-habis/>
- [16] "Sejarah Mobil Pertama di Indonesia." *Various Opinion*. 2009. Blogspot. 4 April 106 **Universitas Kristen Petra**
- [17] 2012. <http://various-opinion.blogspot.com/2009/11/sejarah-mobil-pertama-di-indonesia.html>