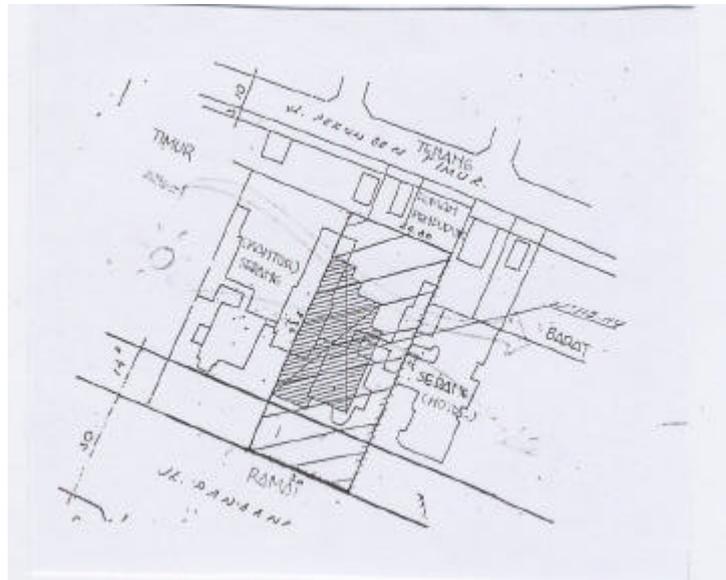


## 2. TINJAUAN DATA

### 2.1. DATA FISIK TAPAK DAN LAPANGAN

Data Lapangan

Lokasi



Gbr1. Lokasi Proyek

Lokasi yang ditentukan berada di kawasan Simpang Lima, yang termasuk didalam wilayah kecamatan Semarang Timur dan termasuk di dalam wilayah perkembangan satu dengan karakteristik pusat daerah pemerintahan, perdagangan dan kebudayaan.

Luas

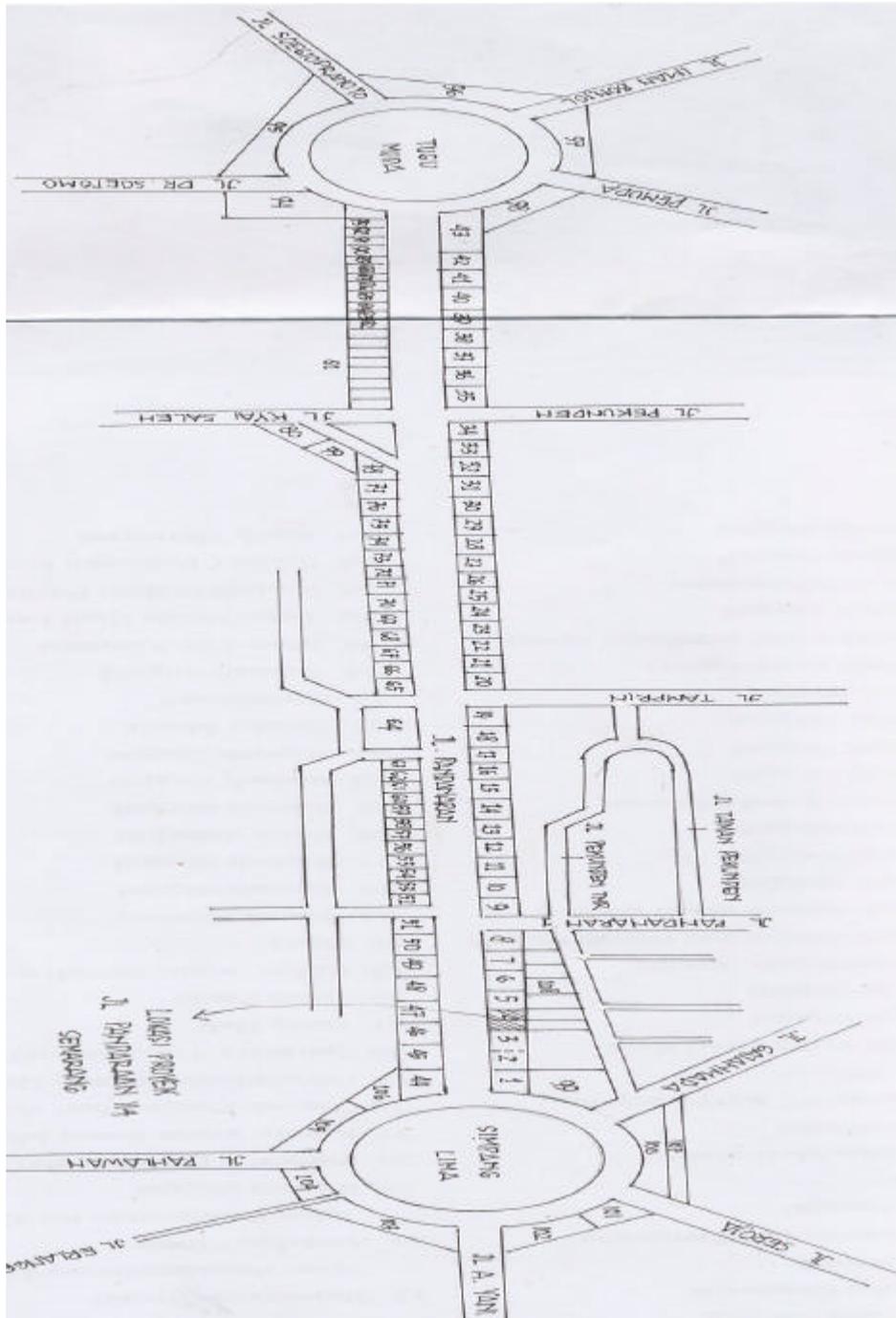
Tapak yang dipilih ini meliputi areal seluas  $\pm 1100$  m.

Data sekitar tapak

Ruang pameran mobil Mercedes-Benz ini berlokasi di jalan Pandanaran 114 Semarang dimana lingkungan sekitarnya juga merupakan kawasan bangunan publik seperti: hotel, *shopping center*, toko buku, perkantoran, ruang pameran, rumah sakit, kawasan pendidikan dan sebagainya. Bangunan ruang pameran ini menghadap ke arah selatan dengan batas terdekatnya adalah hotel, toko buku Gramedia dan rumah tinggal.. Bangunan ruang pameran ini memiliki letak yang strategis, mudah dicapai dari segala arah baik dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Jalan Pandanaran merupakan penghubung Simpang Lima dengan Tugu Muda. Simpang Lima merupakan paru-paru kota Semarang sedangkan Tugu Muda merupakan jantung kota Semarang.

Berdasarkan hasil survei dan literatur terdapat beberapa aspek yang berpengaruh dan menunjang terhadap pemilihan tapak di jalan Pandanaran no. 114 Semarang. Aspek-aspek tersebut adalah

- Aspek segmen pasar  
Di mana kawasan Semarang Timur ini telah berkembang pesat. Tapak ini terletak di jalan raya.
- Aspek infrastruktur  
Telah tersedia jaringan listrik, telepon dan PDAM yang dapat menunjang kelangsungan dan keberhasilan proyek ini dikemudian hari.
- Aspek tata guna lahan  
Jalan Pandanaran merupakan jalan utama, yaitu pusat perbelanjaan Citraland, Plaza Semarang, Robinson, hotel Graha Santika, Toko buku Gramedia dan Merbabu oleh karena itu kelangsungan dari proyek ini sangat cerah karena setiap orang yang masuk kota Semarang akan melihatnya, serta masyarakat kota dapat menjangkaunya.



1. Masjid dan Sekolah Dasar Islam
2. Hotel Graha Santika
3. Toko buku Gramedia
4. Lokasi Proyek  
Jl Pandanaran 114 Semarang
5. Rumah tinggal
6. Notaris
7. Toko buku Merbabu
8. Rumah tinggal
9. Showroom PT Karya Serang
10. Bank BNI
11. Rumah makan Sari Raja
12. Rumah tinggal
13. Rumah tinggal
14. Toko Roti (skr tutup)
15. Factory Outlet dan rumah makan
16. Rumah makan ayam goreng
17. Rumah tinggal
18. Rumah tinggal
19. Rumah tinggal
20. Kentucky Fried Chicken
21. Rumah tinggal
22. Rumah tinggal
23. Rumah tinggal
24. Photo studio
25. Buletin (toko kaset)
26. Agusta ( jual peralatan kantor)
27. Rumah tinggal
28. Hotel Pandanaran
29. Rumah tinggal
30. Rumah tinggal
60. Factory outlet
31. Rumah tinggal
32. Lincak motor Jalan Pandanaran 46
33. Showroom Suzuki  
Jalan Pandanaran no 44 Smg
34. Andalan Motor  
Jalan Pandanaran no 42 Smg
35. Rumah tinggal
36. Purnomo (sekolah alat musik)
37. Kantor koran Suara Merdeka
38. Taman Pengasuhan Anak
39. Perusahaan Gudang Garam
40. Intrako ( Toko mebel)
41. Bank Bali
42. Bank Panin
43. Ruko: optic, rumah makan, interior
44. Plaza
45. Tanah Kosong
46. Rumah tinggal
47. Rumah tinggal
48. Bank Bukopin
49. Rumah tinggal
50. Rumah tinggal
51. Rumah tinggal
52. Belian Motor
53. Perusahaan
54. Rumah tinggal
55. Manulife Asuransi
56. Toko Nyata (jual kain)
57. Rumah makan Purioka
58. Soeul ( Restoran korea)
59. Bank Universal
91. Rumah tinggal

61. Roti Canada
62. Dokter Teguh
63. Rumah tinggal
64. Pom bensin
65. Rumah tinggal
66. Arta Graha Bank
67. Rumah tinggal
68. Rumah makan Tio Ciu
69. Toko tas Elizabet
70. Candra (salon dan toko)
71. Dunlop (vasiasi dan bengkel)
72. Toko Handpone
73. Rumah tinggal
74. Astra Cng
75. Rumah tinggal
76. Rumah tinggal
77. Restoran Juwana
78. Percetakkan
79. Rumah sakit
80. Bank BRI
81. Toko, Optik dan Restorant
82. Rumah tinggal
83. Rumah tinggal
84. PT Haryono trevel
85. real Estate
86. Optik
87. Rumah tinggal
88. Rumah tinggal
89. Bank BNI
90. Toko Bunga
92. Rumah tinggal
93. Yayasan sosial
94. Gereja Katedral dan SMP Dominico
95. Museum Mandala Bakti
96. Wisma Perdamaian (rumah gubenuur)
97. Bank BDNI
98. Museum Lawang sewu
99. Masjid
100. Hotel Ciputra
101. Hotel Horison
102. Matahari Plaza
103. Ruko-ruko
104. Robinson
105. Telkom
106. Plaza
107. Citraland Mall
108. Sederet rumah tinggal

Berdasarkan pengamatan dikota Semarang:

Mobil Honda : di Jalan Siliwangi dan Gajah Mada

Mobil Kia : di jalan Buludan Siliwangi

Mobil BMW, Daihatsu, Isuzu dan Toyota ruang pameran sudah menyebar di Semarang

Mobil Hyundai : di Jalan A. Yani

Mobil Mercedes Benz : di Jalan Kaligawe

Site yang dipilih

Sebelah kanan bangunan : Rumah Tinggal dan Toko buku Merbabu

Sebelah kiri bangunan : Hotel Graha Sartika dan Toko buku Granedia

Depan bangunan : Jalan Pandanaran

Belakang bangunan : Rumah Tinggal penduduk

Sekilas Berdirinya Bangunan

Tahun 1987 : Membangun ruang jual beli mobil bekas dengan nama Flora Motor dan rumah tinggal yang dihuni 5 orang di jalan Pandanaran 114 Semarang.

Tahun 1998 : Ruang ini ditutup karena mengalami krisis dalam perekonomian keluarga selain itu juga krisis moneter, yang berdasarkan data dari otomotif penjualan unit kendaraan dari Gaikindo (Gabungan Indonesia Bermotor Indonesia), angka penjualan mobil untuk tahun 1998-1999 yang berkisar pada angka 4000 – 6000 unit/bulan. Penjualan ini menurun bila dibandingkan dengan kondisi sebelum terjadinya krisis moneter tahun 1997 angka penjualan mobil berkisar 24.000 – 32.000 unit/bulan.

Tahun 2003 : Bangunan ini telah dijadikan baby shop dan tempat bermain anak (mobil tamia) yang telah berpindah tangan ke pemilik yang lain.

Tinjauan Terhadap Kota Semarang

Semarang merupakan ibukota propinsi Jawa Tengah yang sedang giat dalam melaksanakan pembangunan daerahnya, khususnya pengembangan dalam bidang pariwisata yang telah ditetapkan dalam Rencana Induk Kota Semarang.

Semarang merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki banyak bangunan kolonial dipusat kota lama Semarang. Adanya kawasan “Belanda Kecil”

memberikan kita perasaan bahwa Semarang adalah tempat yang sangat unik dan hampir mustahil untuk ditemukan dikota lain di Indonesia.

#### Rencana Pusat Kegiatan Kota

Berdasarkan rencana Tata Guna Lahan Semarang tahun 2000, dapat dilihat adanya pembagian-pembagian daerah penggunaan tanah. Dengan melihat rencana peruntukan lahan. Dengan melihat rencana peruntukan lahan tersebut, pengembangan daerah pusat kebudayaan lebih diarahkan ke daerah sekeliling Simpang Lima.

Tabel 2.1. Rencana Pusat Kegiatan Kota

No	Jenis Pusat Kegiatan Kota	Lokasi	Komponen-komponen Utama
01	Pusat pemerintahan perkantoran	1. Sekitar tugumuda sepanjang jalan pemuda sampai perlimaan jalan tamrin-tanjung-pemuda dan beringin  2. Sepanjang jalan pahlawan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pusat Pemerintahan Dati II</li> <li>- Kantor Aparat Pemerintahan Pusat</li> <li>- Kantor-kantor (Sektoral)</li> <li>- Kantor-kantor Adminstrasi/operasional masalah Hankam tingkat kota</li> <li>- Pusat perkantoran Pemerintahan Dati I</li> <li>- Pusat Komandan Daerah Kepolisian</li> <li>- Perkantoran Dinas Sektoral Tingkat 1</li> </ul>
02.	Pusat perdagangan	1. Kota lama  2. Sekitar pasar johar  3. Rejomulyo 4. Jalan Pemuda dan gajahmada  <b>5. Jalan pandanaran</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kantor dagang</li> <li>- Kantor jasa</li> <li>- Kantor angkutan</li> <li>- Kantor bank</li> <li>- Kantor asuransi</li> <li>- Pusat perpasaran</li> <li>- Pusat pertokoan</li> <li>- Pertokoan grosir volume kecil</li> <li>- Pertokoan eceran</li> <li>- Toko grosir</li> <li>- Pertokoan pinggir jalan</li> <li>- Toko serba ada</li> <li>- Pasar raya</li> <li>- Kantor bank</li> <li>- Pertokoan pinggir jalan</li> </ul>

		<p><b>dan jalan A. Yani (Tugu muda-Simpang lima-Bangkong)</b></p> <p>6. MT. Haryono-Peterongan</p> <p>7. Pasar bulu-kalibanteng</p> <p>8. Sepanjang jalan Majapahit</p> <p>9. Jalan Dr. Cipto</p> <p>10. Jalan Iman bonjol (Perempatan Indrapasta)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Toko serba ada</li> <li>- Pasar raya</li> <li>- <b>Ruang pameran</b></li> <li>- Kantor bank</li> <li>- Perkantoran spesialis</li> <li>- Pasar</li> <li>- Pertokoan pinggir jalan</li> <li>- Ruang pameran</li> <li>- Pasar</li> <li>- Pertokoan pinggir jalan</li> <li>- Ruang pameran mobil</li> <li>- Pasar</li> <li>- Pertokoan pinggir jalan</li> <li>- Ruang pameran mobil</li> <li>- Stasiun KA barang</li> </ul>
03.	Pusat Kebudayaan	<p>1. Sekeliling Simpang Lima</p> <p>2. Tegalwareng</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bangunan khusus Pengembangan kesenian/kebudayaan</li> <li>- Bangunan fungsi ganda (antara lain untuk kesenian/kebudayaan)</li> <li>- Lahan terbuka dan penghijauan</li> <li>- Pusat pengembangan agama dan budaya Islam</li> <li>- Taman kebudayaan</li> <li>- Perpustakaan</li> <li>- Pusat kesenian pemuda</li> </ul>

Sumber : Rencana Tata Guna Lahan Tahun 2003

### Tinjauan Simpang Lima

Lokasi site yang berada di kawasan Simpang Lima sangat strategis bagi kegiatan perbelanjaan dan hiburan, bahkan berdasarkan Tata Guna Lahan tahun 2000, daerah ini sangat sesuai karena terdapat berbagai macam fasilitas dan aktivitas, tersedianya sarana infrastruktur, pencapaian yang mudah dari segala penjuru kota. Sehingga dapat dikatakan bahwa potensi dan spesifikasi Simpang Lima adalah:

- Sebagai pusat kegiatan utama kota
- Sebagai interaksi kota atas dan kota bawah
- Sebagai "tenggeran" kota

## Kondisi Tapak

### - Matahari

Letak bangunan terhadap matahari diorientasikan terhadap arah pergerakan matahari, timur ke barat dan juga perletakan fungsi. Mengingat pada fungsi-fungsi tertentu perlu adanya pencahayaan alami, seperti bengkel, sedangkan pada fungsi-fungsi lain tidak memerlukan pencahayaan alami seperti: showroom, pusat informasi, kantor pengelola dan fasilitas penunjang. Perletakkan bangunan dioptimalkan dengan diorientasikan terhadap perletakkan matahari tegak lurus ( $90^\circ$ ).

### - Angin

Letak masa disesuaikan dengan arah pergerakan angin dalam pemanfaatan *cross ventilation* untuk penghawaan pasif, terutama untuk keberadaan fungsi bengkel. Dalam hal ini perletakkan bangunan yang tegak lurus terhadap arah utara, diharapkan angin dari tenggara diharapkan untuk mendapatkan angin yang cukup dan tidak terlalu kencang. Sedangkan untuk fungsi-fungsi yang tidak memungkinkan bagi penghawaan pasif akan menggunakan AC (*air conditioner*).

### - Kebisingan

Penempatan bangunan disesuaikan dengan area fungsi terhadap kebisingan jalan raya dan juga aktivitas yang terjadi disekitar lokasi terhadap bangunan, sehingga baik secara zoning vertikal maupun secara horizontal. Menurut bentuk bangunan dapat pula menjadi barrier kebisingan terhadap fungsi-fungsi yang lebih bersifat prifat seperti: kantor pengelola maupun pusat informasi.

### - Curah hujan

Bentuk bangunan diharapkan dapat menyesuaikan terhadap iklim disekitar lokasi, yaitu dengan penempatan massa lebih dikonfilasi sebagai tatanan massa yang tidak merangkap air dengan meletakkan saluran-saluran.

### - Sirkulasi

Kawasan Simpang Lima dimana tapak ini berada terletak di pusat kota, sehingga dapat dicapai dari berbagai jurusan, baik dari jalan Pandanaran, Jalan Pahlawan, Jalan K.H. Ahmad Dahlan, Jalan Ahmad Yani. Hal ini ditunjang pula dengan kemudahan

pencapaian berbagai jenis kendaraan pribadi dan umum, yang secara tidak langsung mempengaruhi minat masyarakat.

#### Perlengkapan Utilitas Bangunan

##### - Sistem air bersih

Sistem ini menggunakan sistem distribusi PDAM dan sumur artesis dan pola pendistribusiannya menggunakan sistem *up feed*. Hal ini dikarenakan keberadaan lokasi yang berada dipusat kota (sudah ada supply air bersih dari PDAM)..

##### - Sistem pembuangan air kotor

Sistem pembuangan air kotor dikamar mandi/wc menggunakan septic tank yang dibersihkan oleh PT tinja, sedangkan untuk air kotor langsung ke saluran kota.

##### - Sistem pencegahan Kebakaran

Tujuan: pengamanan bangunan terhadap bahaya kebakaran

Pertimbangan: Keamanan terhadap bangunan , perabot dan aktivitas.

Sistem pencegahan pemadam kebakaran menggunakan springkler dan tabung kebakaran yang ditempatkan pada jarak-jarak tertentu dalam bangunan sedangkan bagian luar juga dilengkapi dengan *fire hydrant*. Kantor pengelola menggunakan tabung kebakaran dan springkler sedangkan bangunan bengkel, bangunan suku cadang dan aksesoris menggunakan tabung kebakaran saja. Untuk tabung kebakaran dan springkler pada ruang pameran dan pengelola menggunakan tandon atas. Sedangkan tabung kebakaran pada ruang bengkel dan suku cadang dan aksesoris menggunakan pompa yang berada dekat cuci mobil.

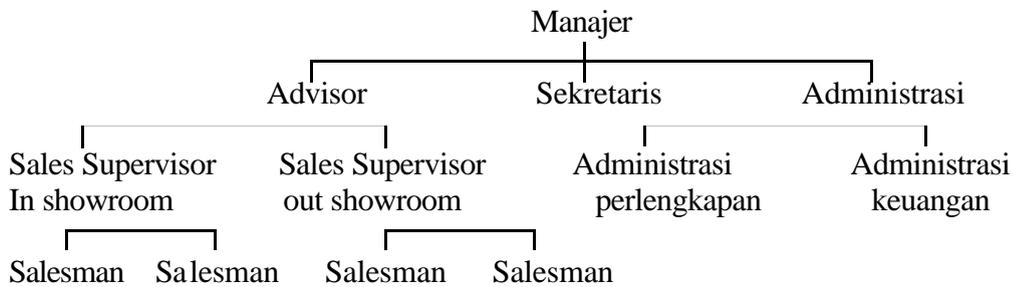
Sistem yang digunakan:

1. Penggunaan bahan yang relatif tahan api
2. Penyediaan unit pemadam api (tabungan)
3. Perletakkan ruang yang mudah dicapai pemadam kebakaran.

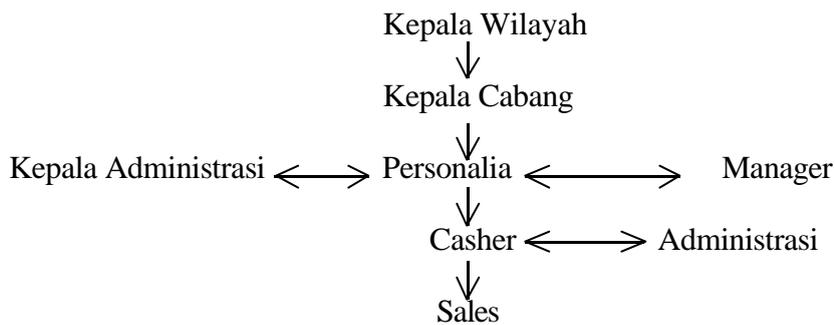
## 2.2. DATA PEMAKAI

### 2.2.1. Struktur Organisasi Pemakai

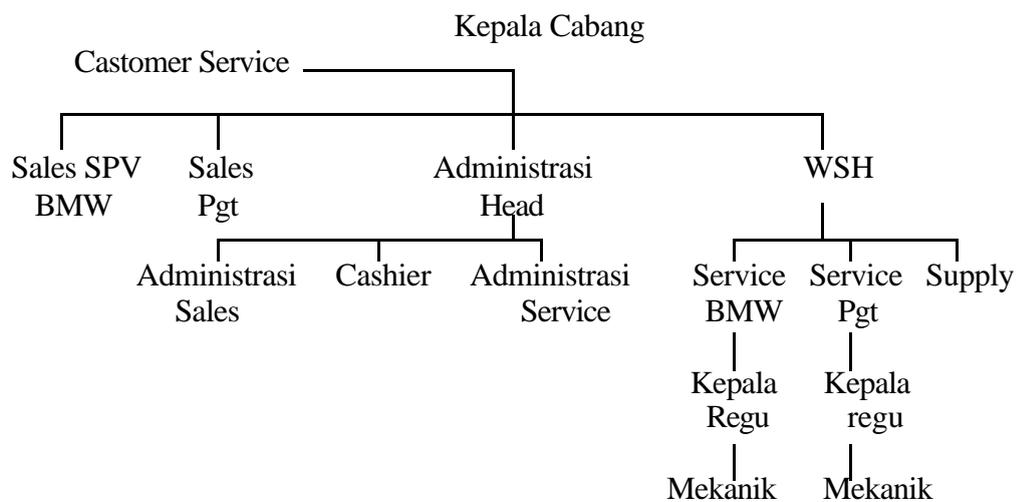
Struktur organisasi ruang pameran Audi



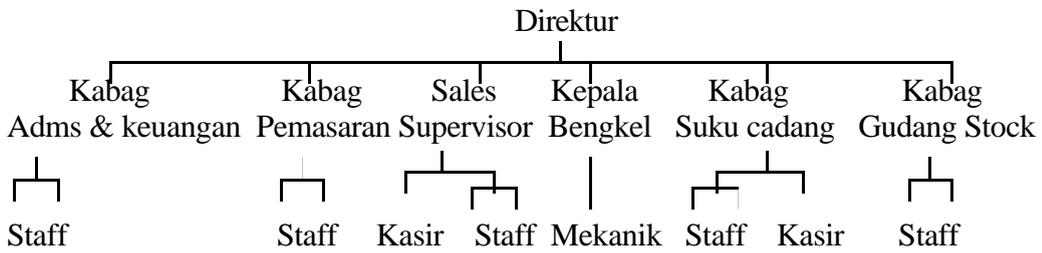
Struktur organisasi ruang pameran Daihatsu



Struktur organisasi ruang pameran BMW



Struktur organisasi ruang pameran Mercedes-Benz

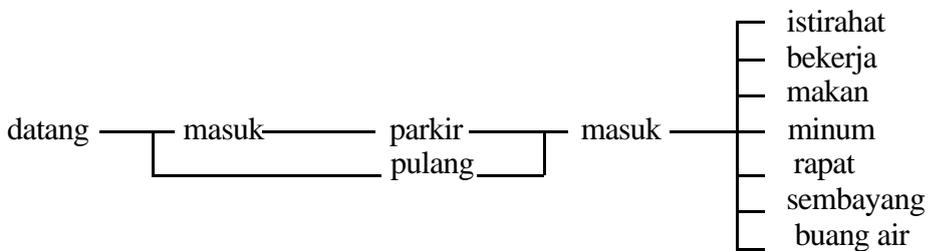


2.2.2. Pola Aktivitas Pemakai

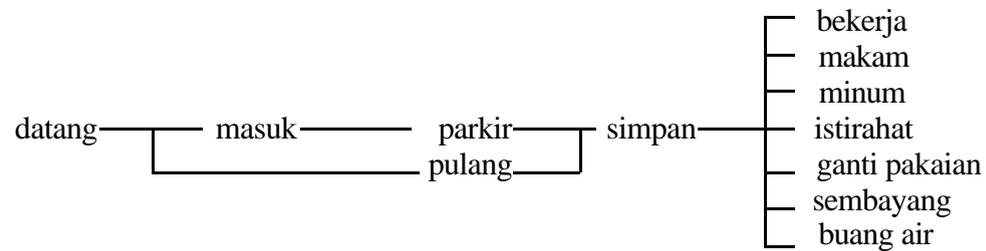
\* Ruang pameran BMW

Sirkulasi orang

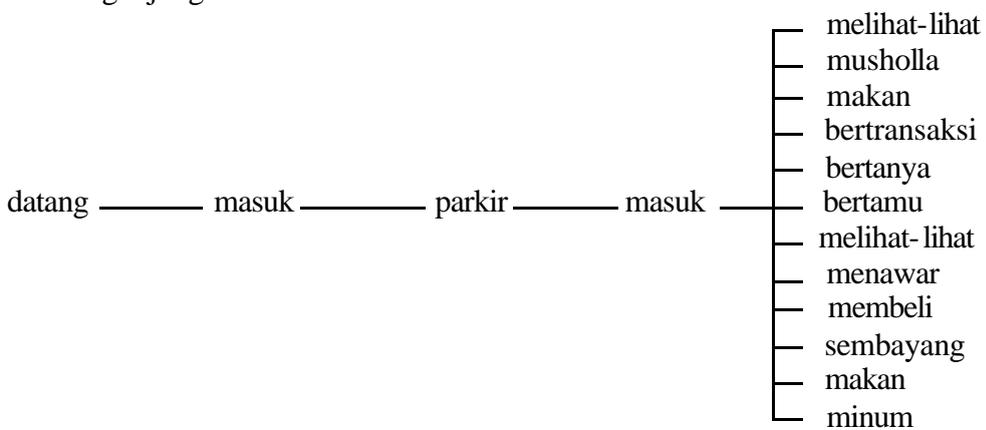
1. Staf



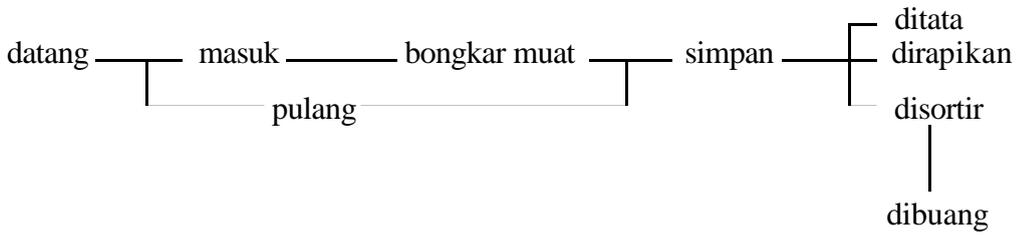
2. Karyawan



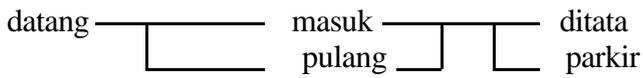
3. Pengunjung



Sirkulasi barang

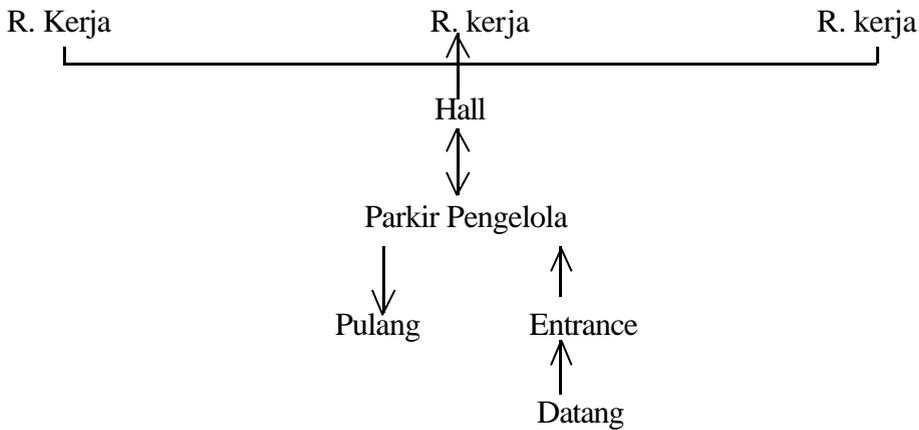


Sirkulasi kendaraan

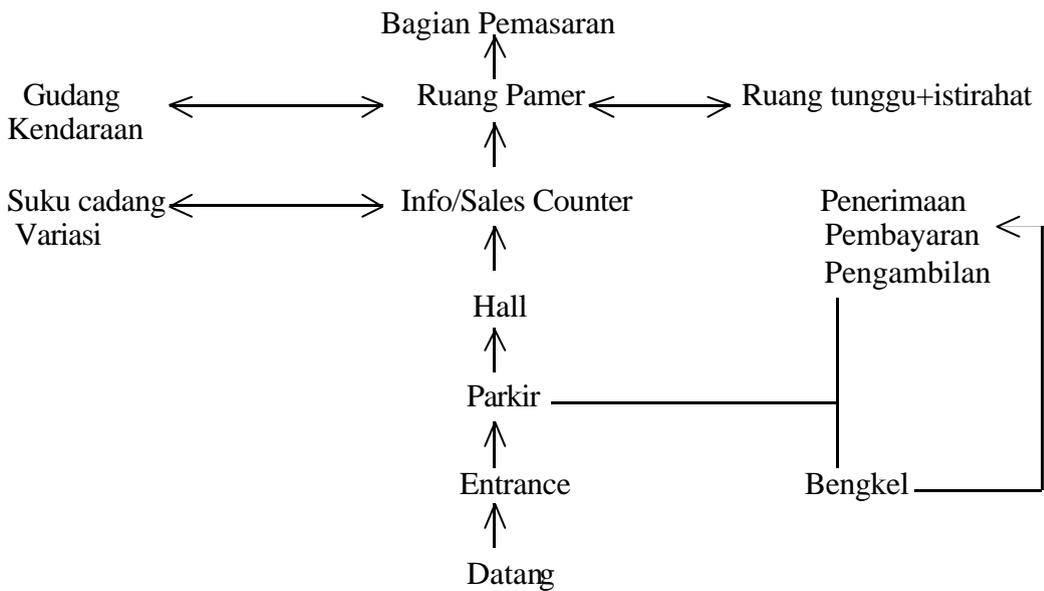


Ruang pameran Mercedes-Benz

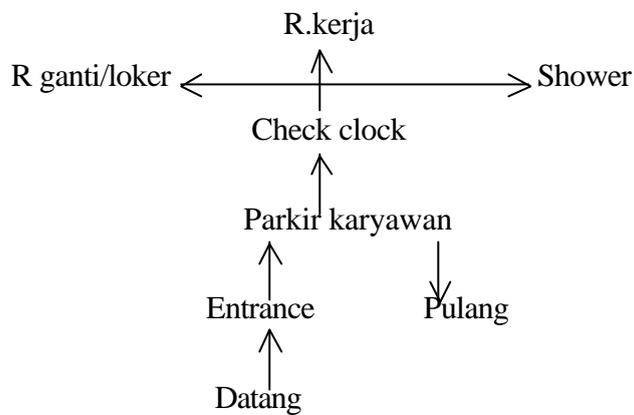
Sirkulasi Pengelola



Sirkulasi pengunjung/tamu



### Sirkulasi khusus karyawan bengkel



### 2.2.3. Latar Belakang Perilaku Pemakai

Tabel 2.2 Tabel Perilaku Pemakai

Ruang	Pemakai	Aktivitas	Fasilitas
Ruang pameran	- pengunjung - karyawan	- melihat mobil - melayani pengunjung	- mobil yang dipajang.
Reception	- pengunjung - karyawan	- bertanya - melayani pengunjung	- meja reseption - kursi
Dealing room	- pengunjung - karyawan	- transaksi beli - transaksi jual	- meja kerja - kursi
Sales room	- pengunjung - karyawan	- menanyakan informasi mobil - memberi informasi mobil	- meja kerja - kursi
Waiting room	- pengunjung	- tempat tunggu	- sofa - meja tamu
Kasir	- pengunjung - karyawan	- membayar -melayani pembayaran	- meja kasir - kursi - meja kerja - meja file
Sekretaris	- karyawan	- mengetik surat-surat dari pimpinan	- meja kerja - kursi

			- meja file
Sales supervisor	- karyawan	- mengontrol salesman - melaporkan penjualan	- meja kerja - kursi - meja file
Advisor	- karyawan	- menerima laporan penjualan dari sales supervisor	- meja kerja - meja file - kursi
Administrasi	- karyawan	- menghitung pemasukkan dan pengeluaran dari perusahaan	- meja kerja - kursi - meja file
Manajer	- pemilik	- mengawasi bawahan	- meja kerja - sofa - kursi - meja tamu - lemari
Arsip room	- karyawan	- memasukkan data - mencari data	- meja file -meja kerja - kursi
Meeting room	- branch man - karyawan - agen	- rapat bersama	- meja rapat - kusi -lemari

### 2.3. DATA LITERATUR

Ruang pada dealer mobil

Ruang dalam dealer mobil dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

1. Ruang servis (*'service department'*)
2. Ruang suku cadang (*'part department'*)
3. Ruang pameran (*'showroom'*)
4. Ruang administrasi (*'Administration space'*)

Sumber: *Time Saver Standarts for Building Types 3<sup>rd</sup> Edition*

## Klasifikasi ruang pameran

Ruang pameran dapat dikelompokkan menjadi tiga macam berdasarkan tingkat pemilikinya yaitu:

1. Ruang pameran untuk *main dealer*: agen tunggal pemegang merk
2. Ruang pameran untuk *branch dealer*: dealer cabang
3. Ruang pameran untuk *subdealer*: agen berbagai macam merk

## Display produk

### *Storefronts*

*Storefronts* adalah bagian depan dari toko atau etalasenya.

*Etalase* toko merupakan elemen terpenting dalam desain toko. Penggunaan material yang tepat dapat memberikan suasana yang mendukung. Berikut ini beberapa material yang dapat digunakan untuk *etalase* toko:

- Kayu: kesan hangat dan lunak, membutuhkan perawatan khusus, langgeng.
- Aluminium: finishing bervariasi, pilihan warna sesuai dengan catnya, ringan, perawatannya mudah.
- *Stainless steel*: perawatan mudah, mahal, tahan lama, efek ringan, cocok untuk pemasangan di kota besar.
- Batu alam termasuk granit, marmer: mahal, biaya perawatan mudah, langgeng, kesan padat.
- Kaca transport: memperlihatkan aktivitas dalam ruang, produk di *etalase* tak terlindung dari sinar matahari, bahan terbaik untuk menunjukkan produk di etalase.

Sumber: *Designing to Sell* hal 17

## Penataan produk

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menata produk adalah:

- Menganalisa karakter barang dagangan sebelum menatanya dalam rak display
- Produk yang didisplay pada akhirnya menjadi pusat perhatian pembeli, karena itu perhatikan lingkungan toko sebelum mendisplay produk
- Membuat alternatif display produk

- Membuat tingkatan display secara geometris dan sigurat
- Sistem display dibuat sefleksibel mungkin untuk menghindari penataan yang diluar jangkauan mata pengunjung.

Sumber: *Designing to Sell* halaman 55-58

Persyaratan khusus ruang pameran

Syarat untuk mendesain bangunan industri mobil antara lain:

1. Menyediakan kenyamanan yang luar biasa untuk pekerjanya
2. Menciptakan lingkungan kerja yang paling baik agar karyawan dapat bekerja seefisien mungkin.
3. Desain yang dibuat ramah lingkungan

Selain persyaratan diatas, ada satu faktor yang penting dalam mendesain bangunan industri mobil, yaitu isolasi suara (*'sound insulation'*). Isolasi suara sedapat mungkin mengurangi tingkat kebisingan sebesar 5 dB (*decibel*). Yang dapat dilakukan untuk mengurangi suara adalah dengan menyediakan papan pengurangan suara yang dapat dipindahkan.

Namun, ada satu faktor yang dapat menghambat efektifitas kerja isolator suara yaitu pemakaian pada ruang terbuka yang tidak mengandung penyekat sama sekali.

Sumber: *Industrial Building* halaman 13

Utilitas bangunan

Pencahayaan

Sistem Pencahayaan yang digunakan untuk menerangi *etalase* toko adalah sistem pencahayaan langsung. Pencahayaan langsung adalah penyinaran langsung dari sumber cahaya tepat kearah obyek yang disinari.

Ada empat macam lampu yang biasa digunakan untuk pencahayaan langsung yaitu:

1. Lampu *Flourescent*, contoh lampu TL
2. Lampu *incandescent*, contoh lampu soft tone dan lampu reflector
3. Lampu HID (*High Intensity Discharge*), contoh: lampu sodium dan lampu halida sesuai dengan ruangan berplafon tinggi
4. Lampu *low voltage*, contoh: segala macam lampu *downlight*

## Penghawaan

Bertolak dari kondisi tropis negara kita yang memiliki dua musim yaitu musim kemarau dan musim hujan, maka sistem penghawaan pada bangunan publik juga harus mendapatkan perhatian karena hal ini menyangkut kenyamanan pemakai dari bangunan tersebut.

Kenyamanan fisik dapat dicapai pada kondisi temperatur rata-rata 23°C. Pencapaian kondisi kenyamanan fisik ini tergantung dari banyaknya bukaan jendela, jenis kegiatan, cara berpakaian, banyaknya radiasi penyinaran, kondisi lingkungan, jumlah manusia dan dimensi ruang. Untuk mengatasinya dapat dicapai dengan banyaknya bukaan jendela (lebih efisien dan ekonomis) dan penggunaan sistem penghawaan buatan seperti fan dan AC.

Sumber: Pengantar Desain Interior untuk Mahasiswa, J. Pamudji S.

## Elemen bangunan

### Lantai

Lantai merupakan tempat berpijak manusia dan merupakan media gerak manusia dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam perancangan interior fungsi lantai sangat berperan karena selain untuk menutupi ruang bagian bawah juga berfungsi untuk mendukung beban yang datang dari benda-benda seperti furnitur, manusia yang ada dengan sirkulasinya. Karena itu lantai selalu dituntut untuk selalu memikul beban yang ditumpangkan kepadanya.

Sumber: Pasal-pasal Pengantar Fisika Bangunan, Mangunwijaya, hal. 329

Lantai pada bangunan publik sebaiknya secara langsung maupun tidak langsung dapat menjadi petunjuk bagi pemakaiannya. Selain itu material yang digunakan untuk lantai sebaiknya memiliki koefisien gesek yang cukup sehingga tidak membuat orang terpeleset. Salah satu syarat material penutup lantai haruslah kuat (kuat menahan beban) dan mudah dalam perawatannya (mudah dibersihkan). Pada ruangan yang memanjang, penutup lantai bisa dibuat variasi dengan perbedaan warna, material atau tekstur yang berbeda untuk mengurangi kesan monoton.

Sumber: Pengantar Desain Interior untuk Mahasiswa, J. Pamudji S. hal. 124-127

Penutup lantai dapat memberikan kesan ketika digunakan dalam sebuah ruangan, berikut ini berbagai macam penutup lantai dengan karakteristiknya yang ditimbulkan.

- Parket: mempunyai pola alamiah
- Marmer: mengkilap, tipis, perawatannya mudah, penampilannya menarik.
- Teraso: biji keramik yang diolah dengan semen, mahal namun tahan lama, cocok untuk jalan sirkulasi.
- Granit: tipis, tidak tahan lama namun penampilan menarik, cocok untuk area sirkulasi yang padat.
- Keramik: pilihan warna banyak, natural, cocok untuk penutup lantai utama dan area sirkulasi.
- Karpet: murah, tahan lama, pilihan warna banyak, lunak
- Vinil: permukaannya bertekstur, pilihan warna banyak, perawatan mudah, pemasangannya cukup dilem, cocok untuk area sirkulasi tinggi.

Sumber: *Designing to Sell* halaman 68-69

#### Plafon

Plafon juga merupakan unsur penting dalam pembentukan ruang. Plafon selain sebagai pelindung dari cuaca juga memberikan efek bentuk bangunan seutuhnya. Selain itu plafon juga bisa mencerminkan karakter dari suatu bangunan atau ruang. Plafon selain untuk fungsionalitas dalam desain juga berfungsi untuk menutup perlengkapan *engineering* dan sistem utilitas lainnya. Aktivitas yang terjadi pada suatu ruang akan menentukan fungsi ruangan tersebut selanjutnya fungsi dari ruangan tersebut akan menentukan bentuk plafon serta material-material yang digunakan.

Sumber: Pengantar Desain Interior untuk Mahasiswa, J. Pamudju S. hal. 167

Menurut penggunaan material, plafon dibagi menjadi tiga jenis yaitu:

- Accountical ceiling: berfungsi sebagai isolator suara dan mengurangi tingkat kebisingan suara.
- Luminous ceiling: berfungsi untuk memancarkan cahaya dan memberi efek cahaya khusus pada ruangan.
- Baffle ceiling: berfungsi untuk meredam suara dan memberikan suasana tertentu pada ruangan

Sumber: *Designing to Sell* halaman 71

## Dinding

Dinding merupakan unsur penting dalam pembentukan ruang, baik sebagai unsur penyekat atau pembagi ruang maupun sebagai unsur dekoratif. Dalam pengembangannya dinding juga merupakan elemen penahan struktur dari bangunan selain kolom karena itu dinding harus direncanakan sebaik mungkin terhadap eksteriornya sebagai akibat langsung dari interior yang diubah.

Sumber: Pengantar Desain Interior untuk Mahasiswa, J. Pamudji S. hal. 145-147

Dinding merupakan unsur vertikal dari suatu ruangan yang dapat menjadi penyangga bidang lantai atau suatu bangunan. Unsur tersebut mengendalikan kontinuitas visual serta ruang antar ruang dalam dan ruang luarnya. Dinding juga merupakan alat bantu penyaring aliran udara, cahaya dan sebagainya yang melalui ruang-ruang dalam ruang suatu bangunan.

Sumber: Arsitektur Bentuk dan Susunannya, Francis D.K. Ching hal. 105

Untuk membagi ruangan pada sebuah toko digunakan tiga macam dinding yaitu:

- Dinding permanent: dinding yang memiliki struktur atau kolom.
- Partisi yang berdiri dari lantai sampai plafon.
  - \* berfungsi untuk membagi area servis dan area privat
  - \* untuk membentuk ruang privat
- Partisi freestanding
  - \* berfungsi untuk membagi dan memisahkan dua ruang tanpa membatasi view (pandangan) pengunjung.
  - \* mudah dipindahkan

## Teori tentang jarak personal

### Interaksi manusia di dalam ruang

Interaksi yang terjadi antar individu bisa juga mengandung arti komunikasi simbolis, penyesuaian timbal balik, kerja sama atau konflik antar pribadi dan lain-lain.

Tugas seorang desainer interior adalah menyiapkan sarana ruang yang bisa menampung kegiatan komunikasi secara maksimal, seperti:

- Menciptakan kondisi dan suasana komunikasi untuk menunjang kegiatan interaksi dengan memperhitungkan faktor kejelasan suara serta jarak pembicaraan.
- Memasang papan informasi yang berisi petunjuk.
- Harus mampu menyatakan karakter dari suatu ruang dimana orang yang menggunakannya bisa langsung mengetahui apa fungsi dari ruang tersebut.
- Diusahakan untuk menciptakan tempat-tempat yang bisa menampung kegiatan komunikasi informal secara sejenak.
- Menyediakan tempat duduk dimana bisa diduga akan terjadi kesempatan berkomunikasi.
- Memperhatikan hirarki antar individu yang sedang berinteraksi seperti jenis kelamin, formal-informal, rahasia-terbuka, status sosial, usia dan lain-lain yang kesemuanya itu dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam pengorganisasian jarak dan letak perabot didalam ruang.

Sumber: Desain Interior karangan Pamudji Suptandar

Dalam berinteraksi terjadi perbedaan-perbedaan sikap dan jarak (*Interaction Distance*) sebagai berikut:

- *Intimate Distance* (jarak bicara intim)  
Pembicaraan dua orang atau lebih yang sudah sangat intim seperti sedang berpacaran atau antar keluarga sejauh  $\pm 45$  cm, kecuali pada tempat tertentu seperti elevator, bus, antrian dimana penjagaan jarak tidak mungkin terhindarkan namun demikian masing-masing pihak akan berusaha untuk menjaga teritorinya.
- *Personal Distance* (jarak bicara pribadi)  
Jarak sejauh 60-100 cm dalam suatu ruang pribadi dimana tidak semua orang bisa memasukinya.
- *Social Distance* (jarak bicara sosial)  
Jarak interaksi publik dalam suatu ruang pertemuan sejauh 150-300 cm
- *Public Distance* (jarak bicara umum)  
Jarak bicara didalam hall antara pembicara dengan *audience* seperti pada convention hall bisa mencapai 20-30 meter sehingga dibutuhkan penguat suara.

- *Proxemics Distance* (jarak lingkungan)

Jarak komunikasi yang terjadi dalam pertemuan umum dimana satu sama lain belum kenal tapi memungkinkan terjadinya interaksi. Misalnya pada ruang tunggu.

Sumber: *The Hidden Dimension* karangan Edward. Hill hal 82

#### Teori tentang ruang

Manusia adalah makhluk sosial yang perlu berhubungan dengan orang lain tetapi manusia juga merupakan individu yang membutuhkan privasi dalam beraktivitas seperti tidur, mandi, dan lainnya. Setiap kegiatan ini membutuhkan ruang dalam hal inilah yang menyebabkan fungsi ruang bisa dibedakan menjadi:

- Ruang Sosiofugal

Seseorang cenderung memisahkan diri dari masing-masing individu sehingga tercipta suasana yang lebih privat. Misalnya: perpustakaan, ruang tunggu dimana orang dalam keadaan tersebut tidak berharap untuk berhubungan dengan orang lain, karena pada umumnya orang tidak saling kenal.

Wujud fisik dari ruang sosiofugal dapat dicapai dengan:

- \* Membuat sekat atau dinding sebatas pandangan mata
- \* Pengaturan perabot, misalnya tempat duduk diatur agar tidak saling bertatapan satu sama lain, dengan menghadap ke dinding atau saling membelakangi, tetapi dapat juga saling berhadapan dengan jarak yang cukup jauh.

- Ruang Sosiopetal

- \* Cenderung untuk menyatukan individu-individu sehingga tercipta interaksi sosial.
- \* Hal yang jelas terlihat pada ruang keluarga, ruang pertemuan, ruang kerja dan sebagainya.

Sumber: *Desain Interior* karangan Pamudji Suptandar hal 50

#### Metode pembentukan ruang

Pada bangunan publik, selain sirkulasi sebagai salah satu faktor terpenting, keberadaan setiap orang juga harus jelas letak dan fungsinya. Permainan plafond dan

lantai misalnya, bisa membantu pemakai ruangan tersebut pada suatu arah dan hal ini sangat bermanfaat sekali untuk perancangan interior perkantoran.

Sumber: Desain Interior karangan Pamudji Suptandar hal 47

Fenomena gaya hidup

“Mobil kini bukan semata alat transportasi tetapi juga berfungsi sebagai “*etalase*” status pemilik.” (Sumber: Tabloid otomotif 43/VI/Maret/1997)

Teori pendengaran (akustik)

Pada suatu bangunan seperti bangunan yang berada dipinggir jalan raya tidak luput dari suasana bising yang ditimbulkan oleh suara dari mobil, maupun dari bengkel dalam hal ini dapat mempengaruhi psikologis seperti mengganggu konsentrasi dan perasaan tidak nyaman.

Penggunaan musik yang mengalun lembut dengan menggunakan sound sistem pada bangunan-bangunan publik seperti juga pada ruang pameran dapat secara tidak langsung mengurangi kebisingan tersebut sehingga dapat memberikan kenyamanan secara psikologis dan emosional serta dapat mengurangi keadaan monoton.

Sumber: Pengantar Desain Interior untuk Mahasiswa, J. Pamudji S. hal 37

Ruang pameran

Ruang pameran mobil baru yang menyelenggarakan sebuah pameran/display terhadap produk yang ditawarkan dan mengiklankan pada media cetak, elektronik maupun media outdoor space (billboard/papan reklame).

Pada proses penyampaian pesan atas produk ini dapat dibantu dengan membuat desain pada eksterior maupun interiornya yang mendukung atas *image* produk tersebut.

Desain tersebut haruslah memberikan perhatian pada produk yang ditanamkan maupun pada *image* masyarakat yang melihatnya sehingga dapat memberikan nilai positif dan perhatian yang baik. Pada pengenalan produk ini secara tepat dan cepat sehingga diharapkan proses ini mengundang konsumen, terlebih konsumen yang antusias pada produk ini untuk datang mengunjungi ruang pameran ini oleh membeli.

Sumber: Architectural Graphic Standart Ramsey/Sleper hal 60

Lokasi ruang pameran perlu diperhatikan berdasarkan tingkat konsumen dan image produk tersebut, sehingga harus terletak pada posisi yang tepat sehingga dapat diperhatikan dan menanamkan ingatan akan ruang dan produk dengan pandangan pada kendaraan yang bergerak cepat, orang tersebut telah dapat melihat sepintas dan mengingat/membuat orang tersebut membayangkan apa yang ada didalamnya.

Apabila hal diatas dapat dilakukan maka dapat dikatakan keuntungan pengadaan ruang pameran tersebut maupun pengendalian produk tersebut sudah dapat dikatakan cukup berhasil. Hal tersebut dimungkinkan dengan bantuan penonjolan eksterior dan interior yang nampak diluar gedung, juga bila penempatan sudut pandangan disebuah tikungan jalan sehingga orang dapat melihat eksterior maupun interior dari jarak yang tidak dekat.

Sumber: Architectural Graphic Standart Ramsey/Sleper.

#### Sistim penjualan mobil

##### Dealer

- Menyediakan hanya 1 macam merk mobil/kendaraan
- Menyalurkan kendaraan langsung ke konsumen
- Menyalurkan kendaraan ke subdealer

##### Subdealer

- Dapat menjual beberapa merk kendaraan sekaligus
- Menyalurkan kendaraan langsung ke konsumen
- Perpanjangan tangan dari Dealer

##### Bursa

- Tempat menyatukan beberapa merk mobil
- Mengadakan/melayani penjualan secara langsung ke konsumen
- Menjual dan membeli kendaraan bekas

sumber: Gaikindo

#### Kebutuhan ruang

##### a. Ruang pameran

Kelompok ruang pameran disediakan berdasarkan dengan kebutuhan dan juga tingkatan dari dealer yang ada, skala tingkatan proyek, mengingat letak di Ibukota Propinsi.

Memamerkan produk secara langsung dan mengadakan transaksi jual beli produk.

Kegiatan pameran :

\* Indoor

Karakteristik:

1. Penataan isi obyek didalam ruang pameran
2. Pencahayaan buatan
3. Bahan Material
4. Ornamen

Pameran didalam ruangan dengan mempergunakan berbagai *stage* (panggung)

- *Stage* bundar
- *Stage* persegi
- *Stage* miring
- Tanpa *stage*

\* Outdoor

Ruang pameran yang berada di luar bangunan di alam terbuka memanfaatkan potensi yang ada.

b. Kantor

- Pimpinan
- Kepala divisi yang berhubungan dengan masalah bagaimana menjual produk
- Pembukuan

c. Informasi

Memberikan informasi baik dengan konsultasi, gambar/audio visual.

Berbagai fasilitas informasi yang disediakan didalam ruang pameran mobil Mercedes Benz di Semarang:

- Konsultasi  
konsultasi tentang mobil, harga, kelebihanannya.
- Audio visual  
informasi tidak langsung dengan video, computer dan media wall
- Perpustakaan

informasi dari literatur berupa majalah, buku, brosur dan kumpulan spesifikasi.

#### d. Pengelola

Mengatur dan mengelola perusahaan dari segala permasalahan yang timbul, baik kecil maupun besar.

#### Kantor pengelola

Pada prinsipnya kegiatan aktivitas dari proyek diorientasikan penuh pada aktivitas yang berhubungan dengan gedung tersebut dan hal ini termasuk dengan kegiatan pelayanan (penyediaan segala fasilitas) dan kegiatan pemasaran dari produk-produk yang ditampilkan.

#### e. Pemasaran

Proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

#### f. Promosi

Usaha untuk memperkenalkan/memamerkan sesuatu.

#### g. Hiburan interaktif

- Sesuatu perbuatan yang bersifat/dapat menghibur hati

Sumber: Tim penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Indonesia, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka hal 140

- Barang apa saja yang dapat menjadi penghibur

Sumber: Badudu Is dan Zain Sutan Mohammad Kamus Umum Bahasa Indonesia, Balai Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1994.

Memberikan suasana santai dan nyaman dengan adanya fasilitas audio visual. Hiburan yang berkaitan dengan otomotif dan fasilitas pendukung otomotif memadukan hiburan dan bisnis.

Area mini kafetaria ini juga terdapat sebuah meja bar yang mendukung keberadaan area negoisasi, pada area ini terdapat *mini pantry* dengan sistim *dry clean* yaitu proses pembersihannya memakai alat sehingga tidak membuat area basah, hal ini dilayani oleh pramuria dan pramusaji mendukung kegiatan ruang pameran pada umumnya dan khususnya pada area negoisasi dimana kegiatan yang terjadi memerlukan kesabaran, ketelitian dan ketekunan tinggi dalam menghadapi serta melayani konsumen/calon konsumen.

#### h. Penjualan

Pada banyak dealer, aktivitas jual beli produk (*spare part* dan aksesoris) ini sama pentingnya dengan showroom dan bagian bengkel perbaikan dan perawatan. Fasilitas ini menjadi penting karena merupakan salah satu jaminan bagi pengadaan suku cadang original. Tempat penjualan suku cadang ini nantinya akan menangani kebutuhan suku cadang untuk mobil Mercedes Benz yang dinaungi PT Kalimas.

#### Bentuk dan jenis penjualan

- Suku cadang yang akan disediakan nantinya adalah penjualan yang mempunyai sifat pemasaran khusus. Suku cadang merupakan alat-alat bagian dari mesin, biasanya digunakan untuk mengganti bagian yang rusak

Sumber: Kamus Inggris Indonesia, John M Echols, Hassan Shadily, PT Gramedia, Jakarta.

- Variasi dan aksesoris mobil

Memberikan pelayanan kepada konsumen untuk memodifikasi mobil sesuai dengan selera mereka. Seperti pemasangan variasi, perawatan cat, ganti oli, pemberian anti karat pada body mobil dan lain-lain. Pada intinya perawatan yang tidak berhubungan dengan mesin.

Adapun variasi yang ditawarkan antara lain:

- bagian variasi, bumper dan spoiler
- bagian audio dan video
- bagian velg dan ban
- bagian aksesoris lampu dan kaca film
- bagian modifikasi mesin

Aksesoris merupakan barang tambahan, alat ekstra barang yang berfungsi sebagai pelengkap/pemanis.

Sumber: Tim penyusun Kamus Besar Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Indonesia Departemen P dan K Balai Pustaka Jakarta 1989

Area counter penjualan adalah suatu counter penerimaan awal atas pengunjung yang datang di ruang pameran tersebut untuk menerima informasi awal yang kemudian akan dikategorikan dalam 5 golongan jenis keperluan/kepentingan sales counter:

- Menanyakan mengenai mobil tersebut
- Menanyakan proses pembelian produk
- Menanyakan secara teknik mengenai mesin ataupun kelengkapan mobil tersebut
- Menanyakan pembelian aksesoris
- Menanyakan pembelian suku cadang

Setelah dipilah-pilah maka pengunjung tersebut diantarkan pada personil ruang pameran yang mempunyai keahlian yang dimaksud oleh sales counter yang bertugas. Sales counter ini juga menerima telepon masuk dan menstransfer sambungan tersebut kepada petugas yang dituju. Selain itu fungsi counter adalah tempat dimana proses pembayaran pembelian atas aksesoris dan suku cadang.

i. Perpustakaan

Menyediakan buku-buku bacaan yang berhubungan dengan teknologi otomotif (mobil) dan perkembangannya terutama mobil Mercedes Benz.

j. Area tunggu

Area tunggu adalah tempat dimana pengunjung yang telah menemui petugas counter dan menunggu bertemu dengan petugas yang ahli dalam kepentingannya, misalnya pengunjung tersebut memerlukan suku cadang mereka bisa melihat display yang ada baik aksesoris, suku cadang, miniatur mobil-mobilan, maupun mobil itu sendiri. Petugas yang bertemu dengan para pengunjung seperti diatas adalah kepala pemasaran, sales counter yang kebetulan membantu personal pemasaran dan tidak di area counter/kepala teknik

Tabel 2.3 Perbandingan Kasus dengan Literatur

No	Kegiatan	Kasus	Literatur
01	Pameran - Indoor - Outdoor	Pada studi kasus tidak terlihat pencahayaan, pengolahan dan penataan showroom maupun outdoor yang mencolok	Terlihat adanya pengolahan dan penataan ruang pameran yang menarik dan efek-efek pencahayaan khusus pada ruang pameran
02	Pemasaran - Jual beli - distribusi	Kegiatan pemasaran merupakan kegiatan standart	Tidak terdata
03	Pelayanan	Kegiatan standart	Tidak terdata

	- Perawatan/bengkel ringan - Suku cadang - Modifikasi	suku cadang Tidak terdapat toko aksesoris secara khusus	
04	Promosi - Audio visual	Kegiatan promosi merupakan kegiatan berkala	Audio visual ditempatkan secara khusus tergantung bersama lighting
05	Pengelola	Kegiatan standart dengan ruang-ruang kantor pengelola sesuai dengan sirkulasi kerja	Tidak terdata
06	Penunjang - Car Shop	Tidak ada hanya ada ruang tunggu bengkel	Tidak terdata

Kontemporer

Arti Kontemporer:

- Yang berkembang sekarang yang meneritakan kehidupan sehari-hari.
- Hidup/terjadi selama 1 periode waktu yang sama, batas yang jelas dan dengan evolusi yang jelas pula.
- Merupakan segala hal yang berhubungan dengan pencampuran segala hal yang berbeda unsur, adat istiadat dimana percampuran tersebut akan menimbulkan sintesa yang tidak terpisahkan namun mmasih dilacak keberadaan unsure pembentuk.
- Kontemporer hasil pengungkapan jiwa dari jamannya yang dipengaruhi oleh isu sosial dan budaya suatu bangsa pada suatu masa.
- Kontemporer sama sekali tidak menunjukkan suatu gays, aliran tertentu, tapi lebih menunjukkan suatu prinsip kecenderungan fenomenologis dalam norma-norma pendekatan dan perwujudannya.

Ciri-ciri Kontemporer:

- Plural
- Etnik
- Multiculturalism
- Gender : Sumber ide yang berhubungan dengan masalah sosial. Ekonomi, politik, budaya dan lain-lain.

Pergeseran pola sosial budaya:

- Pergeseran dari budaya modern menuju postmodern  
Modern bergeser menjadi totalitas persepsi, kognitif dan afektif.  
Postmodern terjadi kewajaran dan rasionalitas bergeser bagi mereka pentingnya.
- Menganut paham pluralism
- Berinteraksi dengan tradisional
- Mengekspresikan diri dan memperlihatkan rasa kepedulian sosial yang besar.

Tolak ukur yang dipakai dalam menentukan perancangan adalah keadaan:

- Nilai estetik bukan hal yang terpenting yang lebih penting nilai sosial kemanusiaan agar menciptakan kesadaran baru bagi masyarakat.
- Proses penting pada penilaian bukan hasil akhir karena interaksi masyarakat dengan masyarakat sekitar jauh lebih penting.

Ciri-ciri khusus yang nampak pada kontemporer di Indonesia:

Persamaan dalam orientasi berkarya yaitu mengangkat hal-hal yang menjadi fenomena di sekitarnya.

Yang nampak pada kontemporer di Indonesia:

- Pengaruh budaya tiap daerah sangatlah kuat sehingga akan menampilkan citra Indonesia di dunia Internasional.
- Hasil sintesa dari hal yang lama/tradisional dengan hal yang baru. Tradisional merupakan hal yang telah habis masanya.
- Selalu berubah dan tidak dapat dinilai.
- Masih dalam tahap “penggodogan” polemik dan perdebatan masih terus berlangsung.
- Perdebatan sengit mengalami pro kontra saling mewarnai.
- Yang dilalukan sekarang tidak dilakukan dimasa lampau, tapi masa kini dan tradisi menyatu didalamnya proses panjang menjadi suatu unsur yang tidak terlepas dari kehidupan.
- Kehadiran kontemporer erat kaitannya dengan gejala maraknya “postmodern” kapan masuknya ke Indonesia tidak ada catatan yang benar-benar jelas..
- Merupakan perpaduan bentuk primitif dan alam.

## Kehidupan Masyarakat Semarang

Perkembangan sektor ekonomi, politik dan sosial budaya berkembang pesat karena mengalami peningkatan pembangunan ekonomi yang sangat tinggi. Hal ini mengacu mayoritas rakyat berlomba-lomba uang demikian pesat. Masyarakat mulai kehilangan kontak antara manusia dengan manusia yang lain.

Kota Semarang memiliki perkembangan pembangunan yang sangat pesat karena memiliki fungsi strategis serta kekayaan ragam budaya. Kehidupan diperkaya dengan pemenuhan kebutuhan spiritual masyarakat. Kebutuhan akan dimensi aktivitas kehidupan mereka sendiri.

## Faktor Budaya dan Ekonomi

Perkembangan yang ada cenderung menjadikan masyarakat ke bentuk kegiatan konsumtif, hal ini merupakan tantangan untuk usaha menetapkan Simpang Lima sebagai pusat perdagangan.

Masyarakat Simpang lima yang terdiri dari berbagai golongan ekonomi dimana mayoritas golongan ekonomi lemah dan sedang, pada daerah tepi lingkungan mayoritas golongan menengah ke atas. Sedangkan masyarakat pemakai Simpang Lima adalah masyarakat urban maka untuk melayani masyarakat tersebut muncul para pedagang atau penjual jasa yang kebanyakan pedagang kaki lima. Menyadari kondisi lingkungan Simpang Lima saat ini tidak mendukung prospek masa depan kawasan kota yang teratur. Pangsa pasar mobil mewah paling sedikit mengalami penurunan karena dapat dikatakan paling kebal krisis moneter.

## Faktor politik

Masyarakat di Indonesia mengalami ketidakstabilan baik dalam bidang pemerintahan maupun perekonomian negara.

## Tipe Masyarakat

Semarang sebagai kota metropolitan berdasar struktur sosialnya terdapat 3 tipe masyarakat:

1. Masyarakat urban (perkotaan)
  - ciri: - Kehidupan sosialnya bersifat individualitas
  - Mempunyai mobilitas yang tinggi

- Terdapat spesialisasi dan pembagian kerja berdasarkan keahlian dan ketrampilan serta perekonomian

Berdasarkan struktur sosial:

Terstratifikasi berdasar ekonomi sehingga menimbulkan kelas sosial:

- Kelas atas : kawasan prasarana dan sarana relatif lebih lengkap.
- Kelas menengah
- Kelas bawah

## 2. Masyarakat transisi

Bermukim di kampung-kampung mempunyai ciri khas tersendiri dalam aspek sosial.

Terdapat unsur-unsur sangat komplek:

- unsur politik ( ada balai RW/RT)
- keamanan ( ada pos kampling)
- ekonomis (pasar/warung)
- keagamaan (tempat ibadah)
- sosial kesehatan (posyandu, balai kesehatan)
- Olah raga (lapangan)
- Seni (perkumpulan seni)

Itu semua jarang terjadi untuk masyarakat menengah keatas.

## 3. Masyarakat Rural

Terkonsentrasi didesa pingiran kota

Ciri: - Kehidupan sosialnya yang mempunyai hubungan yang bersifat primer (dimana antar anggota masyarakat saling mengenal)

- Suka bergotong royong

Karakter masyarakat Semarang

- menyukai keterbukaan
- senang bergaul
- mempunyai solidaritas
- loyalitas yang tinggi

- dilanda kebudayaan kosmopolitan

Konsekuensi dari pertumbuhan perekonomian di kota mementingkan unsur material yang dapat diwujudkan dalam bentuk gaya hidup.

Gejala sosial:

Wilayah yang dilengkapi oleh manusia selalu mengalami pertumbuhan penduduk sebagai sifat alami makhluk hidup yang selalu berkembang

Non alami dari proses imigrasi dan urbanisasi.

Mercedes-Benz

Dirancang oleh Karl Benz ahli mesin kelahiran Karlsruhe Jerman.

Nama Mercedes-Benz merupakan anak perempuan Karl Benz yang bermakna bagus, anggun dan Agung.

Mercedes-Benz merupakan sang maestro

- Produk eksklusif yang digemari sepanjang masa.
- Membuat penampilan yang lebih anggun.

Slogan Mercedes-Benz: "Engineering to move the human spirit"

- Lebih dari 100 tahun rekayasa teknologi Mercedes-Benz dilakukan satu demi satu tujuan untuk kepentingan manusia. Inilah filosofi yang menandai jati diri Mercedes Benz selama ini.
- Sebuah komitmen yang tetap meletakkan manusia sebagai subyek bukan obyek.
- Kehebatan teknologi bukan tujuan akhir bagi Mercedes-Benz tetapi pemenuhan atas kebutuhan manusia adalah hakikat dari segala-galanya.
- Setiap detail komponen Benz merefleksikan kedalaman apresiasinya terhadap kepentingan manusia.

Kelebihan Mercedes-Benz : Produk Eropa menekankan pada kendala teknologi dan unsur kenyamanan serta tidak melupakan unsur keamanan dan keselamatan.

Konsep dasar produk : 3 G (*good price, good quality, good engine*)

Ciri khas : warna hitam : kesan eksklusif, anggun

Biru : kemewahan

Dalam persaingan mobil menengah atas yang paling ramai, Mercedes-Benz peringkat ke 3 setelah BMW dan Accord. Walaupun terdapat gejolak moneter penjualan Mercedes tetap stabil dengan rata-rata perbulan 12 unit Mercedes-Benz mengunggulkan tipe mata kucing yang sekarang menjadi fenomena daya tarik tersendiri bagi konsumen “komposisi otomotif makin ketat, untuk menggenjot penjualan tidak hanya dengan produk tapi harus diimbangi dengan kemudahan *service* dan *spare part*.”

Fenomena yang terjadi mobil mewah diminati konsumen, banyaknya kalangan berduit yang bingung memanfaatkan dananya ditengah gelombang keuangan yang tiada kunjung. Mereka dalam situasi seperti ini mereka cenderung membelanjakan untuk mendapatkan kepuasan pribadi. Konsumen tidak semata-mata membeli untuk investasi, tetapi lebih mengarahkan kepuasan pribadi karena gengsi. Karena itu tidak hanya menjual teknologi tetapi *brand image* yang menunjukkan kelas pemiliknya

Karakter produk Eropa yang menekankan pada keandalan teknologi dan jaminan keamanan. Tipe sedan Eropa keluaran terbaru mengadopsi sisi positif yang dimiliki mobil-mobil Jepang. Misalnya inovasi bentuk bodi dan komponen eksterior seperti lampu, *grill* dan bempunya yang cenderung menimbulkan kesan sporti dan aerodinamis.

Sedan Eropa generasi terbaru lebih ditekankan pada high teknologi ditambah estetika dan intensitas. Ditengah gelombang krisis moneter yang hampir semua merk mobil mewah mengalami penurunan penjualan berkisar 10% - lebih 50%. Kondisi ini tidak berlaku untuk Mercedes-Benz yang justru terus mengingatkan. Untuk bisa lebih memfokuskan diri meningkatkan layanan ke konsumen artinya apa yang dibutuhkan pelanggan kami mencoba memenuhi.

Konsep kualitas, *market oriented dan customer oriented*:

- Pelayanan suatu produk yang punya kualitas handal di sisi teknologi mesin, keindahan bentuk luar kenyamanan interior, sehingga punya daya jual tinggi.
- Kemampuan di bidang penjualan baik menyangkut kemampuan sumber daya manusia, perangkat penunjangnya mampu strategi pemasaran yang cermat dan tepat.
- Memberikan pelayanan khusus untuk konsumen demi menjaga citra baik produsen yang nantinya dapat kembali menarik minat konsumen untuk mengkonsumsi barang dagangannya.

. . Tabel 2.4 Perbandingan Antar Showroom

No	Faktor	Showroom Daihatsu JL Majapahit Semarang	Showroom Daihatsu Jl. Panglima Sudirman Sby	Showroom Plaza Mobil Jl. Panglima Sudirman Sby
01.	Fasilitas showroom	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tempat untuk memamerkan mobil</li> <li>- melakukan perjanjian dan transaksi penjualan</li> <li>- memberikan informasi tentang mobil yang dijual</li> <li>- tempat tunggu</li> <li>- tempat mainan anak-anak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tempat untuk memamerkan mobil</li> <li>- melakukan perjanjian dan transaksi penjualan</li> <li>- memberikan informasi tentang mobil yang dijual</li> <li>- tempat tunggu</li> <li>- mempunyai sales indoor dan outdoor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tempat untuk memamerkan mobil</li> <li>- melakukan transaksi jual beli</li> <li>- memberikan informasi tentang mobil yang dijual</li> <li>- mempunyai bengkel dan ruang ganti spare part</li> <li>- mempunyai sales indoor, tidak mempunyai sales outdoor</li> </ul>
02.	Pembagian ruang	<p>Lantai 1 : showroom., costomer service, bengkel, waiting room, dealing room.</p> <p>Lantai 2 : Kepala cabang, meeting, sales room, kasir, administrasi, toilet</p>	<p>Lantai 1 : showroom, customer service, toilet, waiting room, dealing room</p> <p>Lantai 2 : Kepala cabang, meeting, sales room, kasir, administrasi, toilet</p>	<p>Lantai 1 : Showroom, marketing, manager, customer service, toilet, administrasi, dapur, ruang, makan, kasir</p> <p>Lantai 2 : tempat menyimpan spare part.</p>
03.	Jumlah Mobil yang didisplay	4 mobil	5 mobil	14 mobil
04.	Pangsa pasar untuk kalangan	Dari berbagai golongan	Dari berbagai golongan	Menengah keatas
05.	Jumlah Pegawai	30 orang	20 orang	15 orang
06.	Jam Buka	08.15-17.00	8.00 – 17.00	8.30 -18.30
07.	Harga Jual Mobil	Rp.75.0000.000 – Rp.150.000.000	Rp.75.0000.000 – Rp.150.000.000	Toyota : Rp. 225.000.000 –

				900.000.000 Honda :Rp.205.000.000 – Rp.490.000.000 Nissan : Rp. 225.000.000
08.	Durasi aktivitas pengunjung	15 menit – 2 jam	30 menit – 2 jam	15 menit – 1 jam
09.	Jumlah Pengunjung setiap hari	5 - 10 orang	5 - 10 orang	10 - 20 orang
10.	Pengunjung datang dengan keperluan	- melihat-lihat - mencari informasi - bengkel - suku cadang	- melihat-lihat - mencari informasi	- melihat-lihat - mencari informasi - bengkel - suku cadang
11.	Safe deposito box diletakkan di	Di kasir	Di kasir	Di kasir
12.	Gedung dibangun	1999	1967 dironavasi tahun 2000	Kontrak 2000 beroperasi awal 2001
13.	Luas Bangunan	400 m	260 m	254 m
14.	Elemen Dekoratif	Foto dan tanaman	Foto dan tanaman	Tidak ada
15.	Gaya	Modern	Modern	Modern
16.	Suasana	Lapang dan luas	Akrab dan hangat	Akrab
17.	Elemen Bangunan - lantai  - dinding  - plafon  - kolom	Lantai putih uk 30x30 cm  Batu bata dan semen yang dicat putih, kaca, gysum Gysum warna putih, ketinggian plafon 6 m Ukuran 40x40 cm tanpa ornament dicat putih	Keramik coklat muda ukuran 30 x 30 cm, parket warna coklat tua Batu bata dan semen yang dicat putih, kaca, gysum Gysum warna putih, ketinggian plafon 6 m Ukuran 50 x 50 cm tanpa ornament yang dicat putih	Keramik putih ukuran 30x 30 cm Batu bata dan semen yang dicat warna putih Gysum warna putih, ketinggian plafon 3,5 m Ukuran 40 x 40 cm tanpa ornament yang dicat warna putih
19.	Perabot Customer service - meja  - kursi	Panjang 150cm Kaki kursi	Panjang 200 cm Kaki kursi	Panjang 140 cm Kaki kursi

	- kursi  Meeting room - meja - kursi Dealing room Waiting room Kasir Customer service	pengunjung dan pegawai beroda  Tidak ada Tidak ada Ada Ada Ada Ada	pengunjung dan pegawai beroda  Berbentuk huruf u Kaki kursi tidak beroda Ada Ada Ada Ada	pengunjung dan pegawai beroda  Tidak ada Tidak ada Tidak ada Tidak ada Ada Ada
20.	Utilitas - pencahayaan alami - pencahayaan buatan  - penghawaan alami - penghawaan buatan	Sinar matahari Lampu TL dan lampu downlight  Tidak ada AC Linier (sistim duncing)	Sinar matahari Lampu TL dan lampu downlight  Tidak ada AC Linier (sistim duncing)	Sinar matahari TL 10 watt dan PL sistim down light Tidak ada AC Linier (sistim duncing)

No	Faktor	Showroom BMW Jl. Sudirman 295 Semarang	Showroom Audi Jl. Basuki Rahmat no 14 Sby	Showroom Mitsubishi Jl. Basuki rahmat Surabaya
01.	Fasilitas showroom	- Showroom - Dealing room - Bengkel - Suku cadang - Variasi - Tempat tunggu - Information service - Waiting room	- tempat untuk memamerkan mobil - tempat melakukan perjanjian dan transaksi penjualan. - memberi informasi tentang mobil yang dijual - mempunyai bengkel dan spare part - mempunyai sales indoor dan outdoor	- tempat untuk memamerkan mobil - tempat melakukan perjanjian dan transaksi penjualan. - memberi informasi tentang mobil yang dijual - mempunyai bengkel dan spare part - mempunyai sales indoor dan outdoor
02.	Pembagian ruang	Lantai 1 : Showroom, dealing	Lantai 1 : showroom, dapur,	Lantai 1: showroom, mini

		room, waiting room, customer service, bengkel, ruang tunggu, penjualan spare part dan aksesoris Lantai 2 : ruang sales, ruang meeting, ruang tunggu, ruang pimpinan	ruang makan, customer service, toilet, dealing room, bengkel, penjualan spare part. Lantai 2: ruang meeting, R sales, ruang pimpinan	kafetaria, customer service, toilet, dealing room, gudang, kasir display spare part Lantai 2: ruang pimpinan, ruang rapat, ruang sales
03.	Jumlah Mobil yang didisplay	4 mobil	3 mobil	5 mobil
04.	Pangsa pasar untuk kalangan	Menengah ke atas	Keatas-atas	Dari berbagai golongan
05.	Jumlah Pegawai	40 orang	6 orang total keseluruhan 100 orang	36 orang
06.	Jam Buka	Senin-sabtu 08.00 – 16.00 Sabtu bengkel 08.00 – 12.00 Minggu 08.00 – 14.00 Minggu tutup	8.30 – 16.30	08.00 – 16.00
07.	Harga Jual Mobil	175.000.000 – 1.800.000.000	Rp. 350.000.000 – Rp.1.000.000.000	95.000.000 – 300.000.000
08.	Durasi aktivitas pengunjung	Relatif 15 menit – 1 jam	30 menit – 1,5 jam	15 menit - 2 jam
09.	Jumlah Pengunjung setiap hari	Kalau ramai 2 orang untuk showroom	1- 3 orang	10-15 orang
10.	Pengunjung datang dengan keperluan	- melihat-lihat - transaksi - bertanya-tanya	- melihat-lihat - mencari informasi - bengkel - penjualan	- Melihat-lihat - Mencari informasi - Transaksi - Test drive - Mengambil barang
11.	Safe deposito box diletakkan di	Di kasir	Di kasir	Di kasir
12.	Gedung	Tahun 1996	1995	1998

	dibangun			
13.	Luas Bangunan	700 – 800 m	212,8 m	500 m
14.	Elemen Dekoratif	Foto mobil dan tanaman	Foto dan tanaman	Foto dan tanaman
15.	Gaya	Modern	Modern	Modern
16.	Suasana	Dingin	Lapang, mewah, elegan	Bersahabat dan hangat
17.	Elemen Bangunan - lantai - dinding - plafon - kolom	Keramik hitam 50 x 50 cm, keramik putih 30 x 30 cm Dicat putih dan kaca  Gypsum putih, dengan ketinggian plafon 3,5 cm dan 6cm Dicat putih tanpa ada ornament	Keramik putih 40 x 40 cm Keramik putih 15 x 15 cm Batu bata dan semen yang dicat putih, kaca Gypsum warna putih, ketinggian plafon 5 m Ukuran 50 x 50 cm tanpa ornament yang di cat putih	Granit putih keabu-abuan dan hitam uk. 40 x 40 cm Kaca dan gypsum warna putih tulang dan kuning muda Gypsum warna putih, tinggi plafon 4,5 m
19.	Perabot Customer service - meja - kursi  Meeting room - meja - kursi Dealing room Waiting room Kasir Customer service	2 buah meja panjang 100 m Kaki kursi beroda pada daerah showroom sedangkan pada daerah servis tidak beroda. Kursi karyawan beroda  Berbentuk persegi panjang Kaki kursi beroda Ada ada Ada Ada	Panjang 200 cm Kaki kursi pengujung tidak beroda, sedangkan kaki kursi pada pegawai beroda  Berbentuk huruf u Kaki kursi beroda Ada Tidak ada Ada Ada	Granite dan plywood Tidak beroda pada kaki kursi finishing polisterro warna hitam dan Dacron  Tidak ada  Ada Ada Ada ada
20.	Utilitas - pencahayaan alami - pencahayaan	Sinar matahari Lampu TL ditanam dan lampu downlight Tidak ada	Sinar matahari Lampu TL digantung dan lampu TL ditanam Tidak ada	Sinar matahari TL 50 watt, lampu halogen dan spot light Tidak ada

	n buatan - penghawaan alami - penghawaan buatan	AC Linier (sistim duncing) Wall mounting	Standing AC	Compact ceiling cassette
21.	Rata-rata penjualan dalam 1 bulan	5 mobil	5 mobil	50-60 mobil
22.	Jangka waktu pergantian display	1 bulan 1x	3 bulan 1x	1 minggu 1x
23.	Keluhan karyawan/pengunjung tentang interior	Mussola kurang memadai	Ac terlalu dingin sehingga karyawan tidak merasa nyaman	- Tidak ada area makan - Keterbatasan ruang untuk menyimpan mobil
24.	Keamanan	satpam	satpam	Satpam 24 jam
25.	Kontrak/milik sendiri	Milik sendiri	Kontrak	Kontrak
26.	Visi dan misi	- Menjadi milik yang bermanfaat bagi bangsa dan Negara - Memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan - Saling menghargai dan membina kerjasama - Berusaha mencapai yang terbaik		Tiap tahun mitsubisi hadir dengan kejutan

No	Faktor	Showroom Toyota Jl. Pemuda Semarang	Showroom Panther Jl. A. Yani Semarang	Showroom Peugeot Jl Dr Cipto
01.	Fasilitas showroom	- tempat untuk memamerkan mobil - tempat melakukan	- tempat untuk memamerkan mobil - tempat melakukan	- tempat untuk memamerkan mobil - tempat melakukan

		perjanjian dan transaksi penjualan. - memberi informasi tentang mobil yang dijual - mempunyai bengkel dan spare part - mempunyai sales indoor dan outdoor - Mini home theater - Perpustakaan	perjanjian dan transaksi penjualan. - memberi informasi tentang mobil yang dijual - mempunyai bengkel dan spare part - mempunyai sales indoor dan outdoor	perjanjian dan transaksi penjualan. - memberi informasi tentang mobil yang dijual - mempunyai bengkel dan spare part - mempunyai sales indoor dan outdoor
02.	Pembagian ruang	Showroom, bengkel, dealing room, waiting room, costomer service, ruang rapat, ruang sales, perpustakaan, ruang pimpinan, kantin, ruang tunggu, kasir	Showroom, dealing room, ruang tunggu, ruang admonistrasi, ruang pimpinan, ruang rapat, bengkel, gudang	Showroom, dealing room, ruang tunggu, ruang admonistrasi, ruang pimpinan, ruang rapat, bengkel, gudang
03.	Jumlah Mobil yang didisplay	4 mobil	2 mobil	4 mobil
04.	Pangsa pasar untuk kalangan	Berbagai kalangan ekonomi	Berbagai golongan	Menengah keatas
05.	Jumlah Pegawai	100 karyawan	40 orang	20 orang
06.	Jam Buka	Senin – jumat 08.00-16.15 Sabtu 08.00-12.15 Minggu 09.00 - 15.00	08.00 – 16.00	08.15 – 16.15
07.	Harga Jual Mobil	90.000.000 – 400.000.000		
08.	Durasi aktivitas pengunjung	5 menit – 1jam	30 menit – 1.5 jam	15 menit – 2 jam
09.	Jumlah Pengunjung setiap hari	10 – 20 orang	10 – 15 orang	8 -15 orang
10.	Pengunjung datang dengan	- melihat-lihat - mencari informasi - bengkel	- melihat-lihat - mencari informasi - bengkel	- melihat-lihat - mencari informasi - bengkel

	keperluan	- penjualan	- penjualan - transaksi	- penjualan - transaksi
11.	Safe deposito box diletakkan di	Di kasir	Dikasir	Dikasir
12.	Gedung dibangun	1990 tiap tahun selalu mengadakan lomba mendesain interior	2002	2001
13.	Luas Bangunan	1000 – 1500 m	900 m	650m
14.	Elemen Dekoratif	Foto, lukisan, papan pengumuman dan tanaman	Foto dan tanaman	Foto dan tanaman
15	Gaya	Modern	Modern	Modern
16.	Suasana	Akrab, tenang	Cerah	Tenang
17	Elemen Bangunan - lantai - dinding - plafon - kolom	Keramik coklat tua dan hitam ujuran 40 x 40 cm Batu bata dan semen yang dicat putih, kaca Gypsum putih, dengan ketinggian 8 m 50x50 cm dicat putih tanpa ornament	Keramik putih 30 x 30 cm dan parket dilis hitam Batu bata dan semen yang dicat putih, kaca Gypsum putih, dengan ketinggian 5 m 40x40 cm dicat putih tanpa ornament	Keramik krem dan coklat muda ukuran 30 x 30 cm Batu bata dan semen yang dicat putih, kaca Gypsum putih, dengan ketinggian 6 m 50 x 30 cm dicat putih tanpa ornament
19.	Perabot Customer service - meja - kursi  Meeting room - meja - kursi Dealing room Waitng room	Panjang 210cm Kursi karyawan dan pengunjung menggunakan kaki beroda  Berbentuk U Kaki kursi beroda Ada Tidak ada Ada Ada	Panjang 75 cm Tidak ada kursi untuk pengunjung  Tidak ada Tidak ada Ada Tidak ada Ada Tidak Ada Tidak ada	Melengkung Tidak ada kursi untuk pengunjung  Berbentuk lingkaran Kursi beroda Ada Tidak ada Ada Tidak ada

	Kasir Customer service Perpustakaan Mini Home theater	Ada Ada		Tidak ada
20.	Utilitas - pencahayaan alami - pencahayaan buatan  - penghawaan alami - penghawaan buatan	Sinar matahari Lampu TL  Tidak ada AC Linier	Sinar matahari Lampu TL dan Lampu downlight Tidak ada Door standing dan kipas angin	Sinar matahari Lampu TL dan Lampu downlight Tidak ada Door standing
21.	Rata-rata penjualan dalam 1 bulan	100 unit	100 unit	50 unit
22.	Jangka waktu pergantian display	1 minggu sekali	1 bulan sekali	Relatif
23.	Keluhan karyawan/ pengunjung tentang interior	Tidak ada	Panas tidak semuanya ada AC	Tidak ada
24. 25.	Keamanan Kontrak/milik sendiri	Satpam dan alarm Milik sendiri	Satpam Milik sendiri	Satpam Milik sendiri
26.	Visi dan misi	Menjadi pemain otomotif terkemuka		

No.	Faktor	Showroom Mercedes Benz PT Kalimas JL Kaligawe Semarang	Showroom Isuzu, Daihatsu, Peugeot JL Pandanaran Semarang	Showroom Daihatsu Jl Kampung kali Semarang
01.	Fasilitas showroom	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tempat untuk memamerkan mobil bersifat out door</li> <li>- tempat melakukan perjanjian dan transaksi penjualan.</li> <li>- memberi informasi tentang mobil yang dijual</li> <li>- mempunyai bengkel dan spare part</li> <li>- mempunyai sales indoor dan outdoor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tempat untuk memamerkan mobil</li> <li>- tempat melakukan perjanjian dan transaksi penjualan.</li> <li>- memberi informasi tentang mobil yang dijual</li> <li>- mempunyai bengkel</li> <li>- mempunyai sales indoor dan outdoor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tempat untuk memamerkan mobil</li> <li>- tempat melakukan perjanjian dan transaksi penjualan.</li> <li>- memberi informasi tentang mobil yang dijual</li> <li>- mempunyai sales indoor dan outdoor</li> </ul>
02.	Pembagian ruang	Penjualan, ruang tunggu, ruang pimpinan, Costomer service, R. administrasi	Costomer sevice, Ruang pimpinan, bengkel, R. administrasi	Lantai 1: showroom, dealing room, costomer servicer, ruang tunggu, ruang penyimpanan mobil. Lantai 2: showroom, ruang pimpinan, ruang administrasi.
03.	Jumlah Mobil yang didisplay	4 mobil	6 mobil	6 mobil
04.	Pangsa pasar untuk kalangan	Menengah ke atas	Dari berbagai golongan	Dari berbagai golongan
05.	Jumlah Pegawai	100 orang	20 orang	30 orang
06.	Jam Buka	07.30 – 16.30	08.00 – 17.00	07.30 – 17.00
07.	Harga Jual Mobil	300.000.000 – 1.000.000.000	75.000.000 – 300.000.000	Rp.75.0000.000 – Rp.150.000.000
08.	Durasi aktivitas pengunjung	15 menit – 1 jam	15 menit – 1jam	30 menit – 1 jam
	Jumlah	5 – 10 orang	5 - 8 orang	10 – 20 orang

09.	Pengunjung setiap hari			
10.	Pengunjung datang dengan keperluan	- Melihat mobil - Bengkel - Membeli suku cadang - Bertanya-tanya	- Melihat mobil - Bengkel - Bertanya-tanya	- Melihat mobil - Bengkel - Bertanya-tanya
11.	Safe deposito box diletakkan di	Di kasir	Di kasir	Dikasir
12.	Gedung dibangun	1980	2002	2002
13.	Luas Bangunan	2000 m	500 m	600 m
14.	Elemen Dekoratif	Tidak ada	Tidak ada	Lukisan dan tanaman
15.	Gaya	Modern	Modern	Modern
16.	Suasana	Gelap	Terang	Sumpek
17.	Elemen Bangunan - lantai  - dinding  - plafon  - kolom	Keramik Coklat muda 30 x 30 cm Batu bata dicat putih dan kaca  Gypsum putih dengan ketinggian plafon 3,5 m 30 x 30 cm tanpa adanya ornament	Keramik putih 30 x 30 cm  Batu bata dicat putih dan kaca  Gypsum putih dengan ketinggian plafon 7m 30 x 30 cm tanpa adanya ornament	Keramik putih 30 x 30 cm  Batu bata dicat putih dan kaca  Gypsum putih dengan ketinggian plafon 7m 30 x 30 cm tanpa adanya ornament
19.	Perabot Customer service - meja - kursi  Meeting room - meja - kursi Dealing room Waiting room Kasir Customer service	Panjang 100cm Kursi pada karyawan maupun pada pengunjung tidak ada rodanya  Tidak ada Tidak ada Tidak ada Ada Ada Ada	Panjang 75 cm Kursi pada karyawan maupun pada pengunjung tidak ada rodanya  Tidak ada Tidak ada Tidak ada Tidak ada Tidak ada Ada	Panjang 200 cm Kursi pada karyawan maupun pada pengunjung tidak ada rodanya  Tidak ada Tidak ada Ada Tidak ada Ada Ada
20.	Utilitas - pencahayaan	Sinar matahari	Sinar matahari	Sinar matahari

	alami - pencahayaan buatan  - penghawaan alami - penghawaan buatan	Lampu TL  Tidak ada Door standing dan wall standing	Lampu TL dan Down light  Ada Tidak ada	Lampu TL  Ada Door standing
21.	Rata-rata penjualan dalam 1 bulan	5 mobil	5 mobil	10 mobil
22.	Jangka waktu pergantian display	Tidak didisplay sehingga pergantiannya relative	1 bulan sekali	relatif
23.	Keluhan karyawan/ pengunjung tentang interior	Tidak ditata dengan bagus	Tidak ada	Tidak ada
24.	Keamanan	Satpam	Satpam	Satpam
25.	Kontrak/milik sendiri	Milik sendiri	Kontrak	Milik sendiri

Tabel 2.5 Perbandingan Data Literatur Dengan Data lapangan

No	Faktor	Data Literatur	Showroom			
			Daihatsu Jl Kampung kali Semarang	Daihatsu Majapahit Semarang	Daihatsu Panglima Sudirman Sby	Plaza Mobil Panglima Sudirman
01	Fasilitas showroom	- ruang service - ruang suku cadang - ruang pameran - ruang administrasi	- R. servis - R. pameran - R adms	- R. servis - R. pameran - R adms	- R pameran - Ruang administrasi	- R. servis - R. pameran - R adms
02	Klasifikasi showroom	Ada 3 macam: - main dealer - branch dealer - sub dealer	Branch Dealer	Sub Dealer	Branch Dealer	Sub Dealer
03.	Utilitas	Karakteristik				

	bangunan: Lantai	keramik: - sesuai untuk sirkulasi tinggi - Memberi kesan dingin dan terang	Karamik Putih 30 x 30	Karamik Putih 30 x 30	Keramik Coklat muda 30 x30 Parket	Karamik Putih 30 x 30
	Plafon	Berdasarkan material - accoustical ceiling - luminous ceiling - baffle ceiling	Gypsum putih	Gypsum putih	Gypsum putih	Gypsum putih
	Dinding	Jenis dinding yang digunakan untuk ruang pameran: - dinding permanen - partisi yang berdiri dari lantai sampai plafon - partisi freestanding	Dinding permanent dan partisi	Dinding permanent	Dinding permanent	Dinding permanent dan partisi
04	Main entrance	yang digunakan - Marmer - kayu - granit - aluminium - stainless steel - kaca	Kayu dan kaca	Kayu dan kaca	Kayu dan kaca	Aluminium dan kaca
05	Pencahayaan	Pencahayaan khusus untuk showroom adalah pencahayaan langsung,			Lampu TL dan lampu downlight	Lampu TL

		memakai lampu HID contoh: lampu Downlight				
--	--	--	--	--	--	--

BMW Jl.Sudirman 295 Semarang	Audi Jl. Basuki Rahmat no 14 Sby	Mitsubishi Jl. Basuki rahmat Surabaya	Toyota Jl. Pemuda Semarang	Panther Jl. A. Yani Semarang	Peugeot Jl Dr Cipto Semarang	Mercedes Benz Jl.Kaligawe Semarang	Panther, Daihatsu JLPandanara Semarang
- R. servis - R. pamer - R adms	- R. servis - R. pamer - R adms	- R. pamer - R adms	- R. servis - R. pamer - R adms - R suku c.	- R. servis - R. pamer - R adms	- R. servis - R. pamer - R adms	- R. servis - R adms - R.suku cadang	- R. servis - R. pamer - R adms
Main Dealer	Main Dealer	Sub Dealer	Branch Dealer	Sub Dealer	Sub Dealer	Main Dealer	Sub Dealer
	Keramik Putih 40 x 40	Granit putih keabu- abuan dan hitam uk. 40 x 40 cm	Keramik Coklat tua dan hitam 40 x 40cm	Keramik Putih 30 x 30 dan parket	Keramik Putih dan coklat muda 30 x 30	Keramik coklat muda 40 x 40	Keramik Putih 30 x 30
Gypsum putih	Gypsum putih	Gypsum putih	Gypsum putih	Gypsum putih	Gypsum putih	Gypsum putih Kotak- kotak	Gypsum putih
Dinding permanent dan partisi	Dinding permanent Dan partisi yang berdiri dari plafon sampai lantai	Dinding permanent dan partisi	Dinding permanent dan partisi	Dinding permanent	Dinding permanent dan partisi	Dinding permanent	Dinding permanent dan partisi

- Stainless stell - Kaca	- Stainless stell - Kaca - Kayu	- Stainless stell - Kaca - Kayu	Kayu dan kaca	Kayu dan kaca	Kayu dan kaca	- Stainless stell - Kaca	Kayu dan kaca
Lampu TL dan lampu downlight	Lampu TL	Lampu TL, lampu downlight dan spot	Lampu TL dan lampu downlight	Lampu TL dan lampu downlight	Lampu TL dan lampu downlight	Lampu TL	Lampu TL dan lampu downlight

## Kesimpulan

Ditinjau dari hasil survei dan hasil literatur penulis menyimpulkan bahwa:

Ruang pameran sebagai salah satu wadah penghubung antara produsen dan konsumen memiliki peranan yang sangat penting dalam penjualan. Sayangnya di Indonesia, fungsi ruang pameran itu sendiri hanya berupa sebangun ruang untuk meletakkan produk (mobil) tanpa memperhatikan estetika ruang dan psikologi pengunjung. Kelas mobil yang berbeda pada dasarnya sama-sama membutuhkan suatu ruang untuk memajang produk mobil yang akan dijual. Penataannya saja yang membedakan antara ruang pameran mobil yang satu dengan yang lain. Ada konsep ruang pameran yang lebih menekankan pada produk yang dimiliki ruang pameran tersebut tanpa memperhatikan efek ruang. Kehadiran sebagai mobil mewah sudah cukup untuk menarik minat masyarakat kelas atas, ruang hanya sebagai wadah untuk mendisplay produk, proses negosiasi, transaksi dan bengkel sebagai bentuk pelayanan dari ruang pameran mobil. Seharusnya ruang pameran selain untuk mendisplay produk harus dapat digunakan sebagai strategis pemasaran guna meningkatkan pelayanan. Fasilitas penunjang untuk kelengkapan suatu ruang tidak maksimal, hal ini disebabkan banyak ruang-ruang terbuang yang tidak dimanfaatkan.

Pada akhirnya melihat peranan ruang pameran mobil terhadap suatu produk sangat penting, maka ruang pameran yang ada di Indonesia perlu berbenah diri lagi, baik dari segi desain ruang, unsur estetika maupun psikologi pengguna. Visi perusahaan, konsep

pengguna dan daya tarik produk untuk dieliminasi dalam desain ruang pameran sangatlah membantu untuk merealisasikan bentuk produk dalam desain ruangnya.

Yang perlu diperhatikan:

- Utilitas bangunan dirancang tanpa konsep. Rancangan tanpa konsep mengurangi penampilan desain ruang pameran. Selain itu, pemilihan material bahan kurang bervariasi, plafon yang seharusnya mengandung isolator suara tidak dibuat demikian.
- Desain main entrance pada umumnya menggunakan bahan yang bervariasi. Kaca adalah salah satu material yang paling lazim dipakai. Namun desainnya kurang bervariasi. Padahal main entrance faktor penting dalam perancangan toko dan ruang pameran.
- Kebiasaan ruang pameran tidak menggunakan efek cahaya yang khusus kebanyakan menggunakan lampu TL yang sifatnya netral. Selain itu, luasan ruang memungkinkan penggunaan pencahayaan alami.
- Ruang Pameran yang ada sesuai dengan fungsi masing-masing sebagai *main dealer*, *branch dealer* dan *sub dealer*. Setiap jenis dealer berfungsi sebagai penyalur mobil dengan merk yang terdaftar yang mewakilinya.