

DEALER MOBIL PREMIUM DI BANJARBARU

Ahmad Arifin Abrory Prima

Program Studi Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Lambung Mangkurat
2010812210016@mhs.ulm.ac.id

Irwan Yudha Hadinata

Program Studi Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Lambung Mangkurat
irwan.yudha@ulm.ac.id

ABSTRAK

Keberadaan mobil premium di Kalimantan Selatan meningkat. Tetapi alih-alih membawa keuntungan bagi daerah, justru nyatanya tidak. Mobil premium yang berkelir di Kalsel masih menggunakan plat nomor luar daerah. Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) mobil premium yang seharusnya masuk ke kas daerah Provinsi Kalimantan Selatan justru mengalir ke daerah dimana mobil tersebut diregistrasikan. Hal ini tentunya membawa kerugian yang besar. Hal ini terjadi dikarenakan belum adanya dealer mobil premium di Kalsel, sehingga masyarakat masih gemar untuk membeli mobil premium di luar daerah. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan sebuah dealer mobil premium di Kalsel. Untuk memikat peminat, dealer mobil premium seharusnya tidak hanya sekedar tempat untuk membeli mobil premium, tetapi juga menawarkan pengalaman jual beli mobil yang premium. Pengalaman premium ini dapat diciptakan melalui pendekatan Arsitektur Futuristik dan konsep *Mix-Used* dan *Open Plan*. Dengan adanya dealer mobil yang mampu memberikan pengalaman premium, masyarakat akan lebih tertarik untuk membeli mobil premium di Kalimantan Selatan, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan daerah melalui PKB dan membawa keuntungan ekonomi bagi Provinsi Kalimantan Selatan.

Kata kunci: Mobil Premium, Arsitektur Futuristik, *Mix Used*, *Open Plan*.

ABSTRACT

The presence of premium cars in South Kalimantan is increasing. But, instead of bringing benefits to the region in fact it doesn't. Premium cars roaming South Kalimantan still use out-of-region number plates. Vehicle Tax (PKB) for premium cars which should go to the regional treasury of South Kalimantan Province actually flows to the region where the car is registered. This of course brings big losses. This happens because there are no premium car dealerships in South Kalimantan, so people like to buy premium cars outside the region. To overcome this, a premium car dealership is needed in South Kalimantan. To attract buyers, a premium car dealership should not just be a place to buy premium cars, but also offer a premium car buying experience. This premium experience can be created through Futuristic Architecture and Mix-Used and Open Plan concepts. With a car dealership that is able to provide a premium experience, people will be more interested in buying premium cars in South Kalimantan, which will increase regional income through PKB and bring economic benefits to South Kalimantan Province.

Keywords: Premium Car, Futuristic Architecture, *Mix Used*, *Open Plan*.

PENDAHULUAN

Di era modern, mobilitas menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan masyarakat. Hal ini mendorong peningkatan signifikan terhadap kepemilikan kendaraan bermotor, khususnya mobil penumpang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah mobil penumpang di Indonesia mencapai 17,2 juta unit pada akhir 2022, meningkat sekitar 65% selama satu dekade terakhir. Pertumbuhan ini mencerminkan penguatan industri otomotif nasional sekaligus meningkatnya daya beli masyarakat. Di antara mobil-mobil tersebut, terdapat tren meningkatnya penjualan mobil premium yang identik dengan fitur keamanan, kenyamanan, dan kemewahan tinggi. Konsumen dari segmen menengah ke atas cenderung memilih mobil premium bukan hanya sebagai alat transportasi, tetapi juga untuk menikmati pengalaman berkendara yang lebih eksklusif.

Fenomena ini juga terjadi di Kalimantan Selatan, di mana kendaraan premium semakin sering ditemui di jalanan. Namun, sebagian besar mobil tersebut tidak terdaftar di wilayah Kalimantan Selatan dan menggunakan plat nomor dari daerah lain. Akibatnya, potensi pendapatan dari Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) tidak masuk ke kas daerah, melainkan ke daerah asal tempat kendaraan tersebut didaftarkan. Padahal, PKB merupakan salah satu sumber pendapatan penting bagi pemerintah daerah untuk mendukung pembangunan infrastruktur dan pelayanan publik.

Salah satu penyebab rendahnya registrasi kendaraan premium di Kalimantan Selatan adalah belum tersedianya dealer resmi mobil premium di wilayah tersebut. Kebanyakan konsumen membeli kendaraan di luar daerah seperti Jakarta, Surabaya, atau Bandung. Jika dealer mobil premium hadir secara lokal, masyarakat tidak perlu lagi keluar daerah untuk membeli mobil, sehingga registrasi kendaraan bisa dilakukan di Kalimantan Selatan dan berdampak positif terhadap pendapatan daerah.

Oleh karena itu, kehadiran dealer mobil premium dengan konsep pelayanan yang eksklusif dan pengalaman jual beli yang premium sangat dibutuhkan. Kota Banjarbaru sebagai ibu kota baru Kalimantan Selatan merupakan lokasi strategis untuk pembangunan dealer ini, sejalan dengan upaya pemerataan pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di provinsi tersebut.

PERMASALAHAN

Melihat pertumbuhan kepemilikan mobil premium di Kalimantan Selatan yang tidak diimbangi dengan ketersediaan dealer resmi di wilayah tersebut, terutama di Kota Banjarbaru sebagai ibu kota provinsi, muncul kebutuhan akan fasilitas yang mampu menunjang kegiatan jual beli mobil premium secara optimal. Ketiadaan dealer lokal menyebabkan potensi pendapatan daerah dari sektor Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) terlewatkan, serta mengurangi kenyamanan dan pengalaman konsumen dalam proses pembelian. Oleh karena itu, perlu dirancang sebuah dealer mobil premium yang tidak hanya berfungsi secara fungsional, tetapi juga mampu memberikan nilai tambah dalam bentuk pelayanan dan suasana yang sejalan dengan citra produk yang ditawarkan.

Berdasarkan Latar Belakang di atas, terdapat sebuah rumusan masalah yaitu “Bagaimana rancangan sebuah dealer mobil premium di Banjarbaru yang dapat mewadahi kegiatan jual beli mobil premium, dengan memberikan pengalaman jual beli yang premium.”

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Dealer Mobil

1. Pengertian Dealer Mobil

Showroom dan dealer adalah dua istilah yang sering muncul dalam dunia otomotif, khususnya dalam konteks

penjualan kendaraan roda empat maupun roda dua. Meski sering digunakan secara bergantian, keduanya memiliki arti dan fungsi yang berbeda. Pemahaman mengenai perbedaan ini penting, terutama dalam konteks perancangan sebuah fasilitas otomotif seperti yang dibahas pada studi ini.

Showroom merupakan ruang atau area khusus yang digunakan untuk memajang kendaraan agar dapat dilihat langsung oleh calon pembeli. Di dalam showroom, pengunjung bisa mengamati desain *eksterior* dan *interior* kendaraan, mengetahui fitur-fitur yang ditawarkan, serta mendapatkan informasi dasar terkait spesifikasi dan harga. Fungsinya lebih kepada memberikan pengalaman visual dan informatif, bukan untuk melakukan transaksi secara langsung.

Sebaliknya, *dealer* adalah tempat yang tidak hanya mencakup *showroom* sebagai ruang pajang, tetapi juga menjadi pusat penjualan kendaraan secara resmi. Dealer menyediakan berbagai layanan tambahan seperti konsultasi pembelian, proses administrasi, pengurusan dokumen kendaraan, hingga layanan purna jual seperti servis, suku cadang, dan garansi. Dealer bisa berbentuk usaha pribadi atau bagian dari jaringan resmi produsen kendaraan (*franchise*).

Dengan demikian, dealer memiliki cakupan fungsi yang lebih luas dibanding *showroom*. Jika *showroom* hanya berperan sebagai tempat pameran, *dealer* mencakup keseluruhan proses dari mulai melihat, memilih, membeli, hingga merawat kendaraan. Oleh karena itu, dalam konteks perancangan ini, istilah "*dealer* mobil" merupakan istilah yang paling tepat digunakan karena mengakomodasi seluruh kebutuhan pengguna secara menyeluruh,

bukan sekadar fungsi display kendaraan saja.

2. Fasilitas Dealer Mobil

Tanjaya & Honggowidjaja (2017) membagi fasilitas dealer mobil terbagi menjadi dua, yaitu fasilitas utama dan fasilitas tambahan, fasilitas tersebut berupa:

a. Fasilitas Utama

- Ruang Pameran Kendaraan, ruang ini digunakan untuk memajang produk-produk yang sedang dijual oleh *dealer*.
- *Lobby*, berfungsi sebagai area resepsionis yang menyambut kedatangan pengunjung.
- Area *Service Advisor*, merupakan ruang dimana pemilik mobil akan melakukan registrasi terkait *service* mobil yang akan dilakukan. Di ruang ini pemilik mobil akan diberikan penjelasan terkait tindakan yang akan/sudah dilakukan kepada kendaraan oleh *staff service advisor*.
- Ruang Tunggu, ruang tunggu dapat digunakan oleh pemilik mobil ketika mobil mereka sedang *diservice*.
- Ruang Negosiasi, sebagai ruang transaksi jual beli bagi para calon pembeli.
- Ruang *Sales*, ruang yang diperuntukkan untuk sales untuk menunggu calon pembeli dan mengadakan rapat untuk membahas strategi kedepannya.
- Ruang Manajer, ruang yang diperuntukkan untuk manajer bekerja dan menerima tamu yang datang.
- Area Pameran Mobil Konsep dan Teknologi Terbaru, area untuk memamerkan penemuan teknologi terbaru.
- Toilet.

- b. Fasilitas Utama
 - Area Main Anak, berupa fasilitas bermain untuk anak-anak berusia 10 tahun kebawah. Fasilitas dapat disediakan berupa *virtual reality*.
 - Area Simulator, fasilitas yang dapat digunakan untuk berlatih dan belajar mengendarai kendaraan dengan aman.
 - *Pantry*, tempat untuk memesan makanan dan minuman bagi pengunjung.
 - Internet Corner, merupakan fasilitas yang dapat digunakan pengunjung untuk menggunakan internet saat menunggu mobil yang sedang diservis.

B. Tinjauan Mobil Premium

1. Pengertian Premium

Menurut Kapferer dalam Nurrachman (2018), istilah 'premium' dalam sebuah produk dan pemasarannya dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Premium dapat diartikan sebagai sebuah istilah yang digunakan untuk menjelaskan positioning atau kategori posisi dari produk tersebut. Dengan kata lain, menyebutkan kata 'premium' pada sebuah produk menggambarkan bahwa produk tersebut berada pada 'posisi khusus' dalam jajaran atau lini produk dari sebuah merek. Jadi untuk memahami bahwa sebuah produk dikatakan 'premium' atau tidak, harus membandingkannya dengan produk lain dalam merek yang sama.
- b. Kata 'premium' berkaitan dengan sebuah brand atau merek. Merek berfungsi sebagai sebuah wadah

untuk memahami 'ke-premium-an' sebuah produk. Dengan kata lain. Mengatakan sebuah produk sebagai produk premium berarti juga membicarakan posisi 'papan atas' dari sebuah merek. Namun, menurut Kapferer (2012) dalam bidang pemasaran, sebuah produk yang diposisikan sebagai 'papan atas' dari sebuah merek tidak selalu dikatakan sebuah produk premium. Ke-premium-an sebuah produk bergantung pada reputasi sebuah merek. Jika dikaitkan dengan pengertian pada poin nomor satu, sebuah produk premium diistilahkan sebagai "*upper-range branded product*" oleh Kapferer (2012).

- c. Ke-premium-an sebuah produk berkaitan dengan sebuah karakteristik tertentu. Menurut Kapferer (2012, 2013), terdapat beberapa karakteristik yang dapat membawa sebuah produk menjadi sebuah produk premium. Dalam "*The Positioning Triangle*", Kapferer menuliskan beberapa kriteria sebuah produk premium. yaitu : (1) merupakan produk yang menawarkan 'quality/price ratio', (2) pembelian yang dapat dikatakan sebagai sebuah investasi, (3) menonjolkan performance atau performa, (4) merupakan sebuah produk yang sebanding atau comparable dengan produk premium lainnya dalam sebuah kriteria yang sama dan (5) produk premium menyiratkan sebuah keseriusan dalam suatu hal.

2. Pengertian Premium

Hingga saat ini, masih banyak kerancuan dalam memahami perbedaan

antara mobil premium dan mobil mewah. Seperti halnya istilah *showroom* dan *dealer* yang kerap disamakan, istilah mobil premium dan mobil mewah juga sering dianggap serupa oleh masyarakat. Padahal, keduanya tidak selalu mengacu pada hal yang sama. Pertanyaan seperti apakah suatu mobil disebut mewah karena fitur-fiturnya, kapasitas mesinnya, atau karena diproduksi oleh merek tertentu, menunjukkan belum adanya pemahaman yang seragam di masyarakat. Hal serupa juga berlaku dalam memahami apa yang dimaksud dengan mobil premium.

Jika merujuk pada pengertian produk premium menurut Kapferer (2012), mobil premium adalah kendaraan yang menempati posisi "*upper range*" dalam pasar otomotif, yaitu kelas atas jika dibandingkan dengan kendaraan pada umumnya. Mobil premium memiliki karakteristik khusus yang tidak hanya menonjol dari sisi desain, tetapi juga dari kualitas material, performa, teknologi, dan perhatian terhadap detail. Semua aspek tersebut menyebabkan harga mobil premium cenderung lebih tinggi daripada mobil pada kelas biasa.

Secara umum, mobil premium dapat dikenali dari spesifikasi unggul, fitur-fitur canggih, desain eksklusif, serta penggunaan material berkualitas tinggi dan pengerjaan presisi. Selain itu, mobil ini juga biasanya dilengkapi teknologi keselamatan terkini dan memberikan pengalaman berkendara yang lebih nyaman dan berkelas. Label "premium" sering kali juga dilekatkan berdasarkan persepsi terhadap merek, sehingga merek-merek tertentu seperti Mercedes-Benz, BMW, Audi, Lexus, Bentley, dan Rolls-Royce kerap otomatis diasosiasikan sebagai produsen mobil premium.

Namun, tidak semua mobil mewah secara otomatis termasuk kategori mobil premium, dan sebaliknya. Dalam beberapa kasus, mobil dari merek non-premium bisa memenuhi kriteria mobil premium apabila memiliki standar kualitas dan performa yang tinggi. Contohnya adalah Toyota Land Cruiser, yang meskipun berasal dari merek mass-market, tetap dianggap sebagai mobil premium karena keunggulan fitur, daya tahan, kenyamanan, dan harga jualnya yang tinggi. Maka dari itu, dalam konteks perancangan *dealer* ini, pemahaman yang tepat tentang mobil premium menjadi penting sebagai dasar dalam menentukan standar pelayanan dan desain ruang yang sesuai.

C. Definisi Dealer Mobil Premium

Berdasarkan definisi dealer premium dan mobil premium di atas, dapat disimpulkan bahwa *dealer* mobil premium merupakan tempat penjualan dan pelayanan purna jual khusus untuk kendaraan bermotor dengan spesifikasi unggul dan berkualitas tinggi. Dealer mobil premium tidak hanya menampilkan mobil-mobil premium, tetapi juga menawarkan pengalaman belanja dan layanan purna jual yang eksklusif, istimewa, dan tentunya premium. Selain menyediakan ruang pameran dan fasilitas lainnya dengan mewah, dealer mobil premium juga memastikan bahwa setiap aspek layanan mereka memenuhi standar tinggi.

D. Tinjauan Arsitektural

1. Tinjauan *Mixed Use*

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan oleh penulis, dibutuhkan suatu konsep yang berfungsi sebagai landasan bagi penulis dalam merancang dealer mobil premium. *Mixed Use* dihadirkan

pada perancangan guna menghadirkan pengalaman jual beli yang premium

Mixed Use merupakan sebuah konsep dalam perancangan arsitektur yang menggabungkan berbagai macam fungsi atau penggunaan sebuah ruang atau bangunan menjadi satu. Pada awalnya, konsep *Mixed Use* ini melekat pada sebuah bangunan. *Mixed Use Building* dipahami sebagai bangunan multifungsi yang terdiri dari beberapa massa bangunan dengan fungsi yang berbeda. Tujuan dari *Mixed Use Building* adalah untuk menggabungkan antara fasilitas hunian, bisnis, dan rekreasi (Esti Savitri, 007). Pada dasarnya, *Mixed Use* merupakan konsep menggabungkan beberapa fungsi bangunan yang berbeda pada suatu bangunan. Tujuannya adalah untuk menciptakan lingkungan yang lebih dinamis, efisien, dan nyaman bagi manusia dalam beraktivitas.

Meskipun istilah *Mixed Use* biasanya merujuk pada skala bangunan atau kawasan, konsep *Mix Use* ini juga dapat diterapkan pada skala yang lebih kecil, yaitu skala ruang dimana fungsi ruang yang berbeda akan digabungkan dalam sebuah ruang yang sama untuk menciptakan suasana, pengalaman yang dinamis. Penggabungan fungsi ruang ini diharapkan juga dapat memicu terjadinya aktivitas-aktivitas lain yang tidak terduga, sehingga hal ini akan memperkaya nilai dari arsitektur.

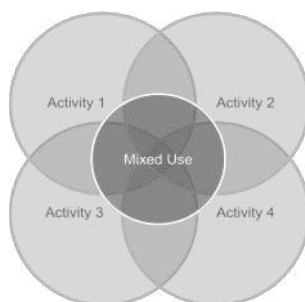
Sumber: Penulis (2024)

Pada perancangan Dealer Mobil Premium ini, *Mixed Use* hadir sebagai landasan ide dalam mewujudkan pengalaman jual beli mobil yang premium. *Mixed Use* hadir dalam upaya menggabungkan ruang pameran, ruang tunggu, ruang transaksi, ruang diskusi, ruang santai, yang asalnya terpisah menjadi satu. Penggabungan ini menciptakan sebuah pengalaman jual beli mobil yang dinamis, tidak kaku, fleksibel dan tentunya premium.

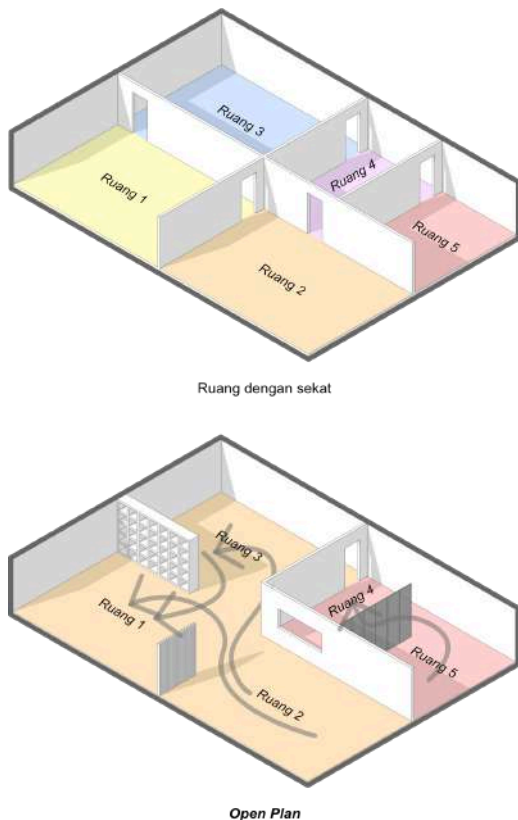
2. Tinjauan *Layout Open Plan*

Penggabungan fungsi beberapa ruang menjadi satu untuk menciptakan pengalaman jual beli yang premium membutuhkan suatu konfigurasi atau *layout* ruang yang mendukung. Konsep *Layout Open Plan* merupakan konfigurasi ruang yang tepat untuk hal tersebut.

Layout open plan adalah sebuah konfigurasi ruang dalam arsitektur, dimana terdapat satu area luas yang padanya dapat dilakukan fungsi atau aktivitas dalam satu ruang tersebut (Trisiana et al, 2018). *Layout open plan* merupakan sebuah keadaan dimana ruang (*floor plan*) tidak memiliki batasan sehingga memungkinkan adanya interaksi langsung antar pengguna ruang di dalamnya (Ching, dalam Trisiana et al, 2018).



Gambar 1.
Diagram
Mixed Use



Gambar 2. Diagram Open Plan
Sumber: Penulis (2024)

Sederhananya, konsep *open plan* merupakan sebuah konsep yang dapat menyatukan beberapa ruang dengan fungsi atau tujuan yang berbeda menjadi sebuah satu kesatuan ruang tanpa adanya dinding pemisah (Arliana et al, 2021). Dengan Konfigurasi *Layout Open Plan*, arsitek dapat membuat sebuah *space* atau ruang tanpa batas yang dapat mewadahi berbagai macam fungsi atau aktivitas. *Open Plan* membuat ruang menjadi lebih cair, tidak kaku, tidak terpaku hanya satu fungsi dan aktivitas. Konfigurasi *Layout Open Plan* ini menjadi strategi yang tepat untuk menciptakan pengalaman jual beli premium dari sebuah dealer mobil premium.

3. Tinjauan Arsitektur Futuristik

Arsitektur Futuristik merupakan salah satu gaya arsitektur yang muncul karena

suatu ide atau gagasan yang mengungkapkan kebebasan berpikir dan berorientasi ke masa depan. Kebebasan ini hadir menghasilkan sebuah arsitektur dalam bentuk yang tidak biasa, kreatif, dan inovatif.

Prinsip dasar dari gaya arsitektur futuristik adalah bangunan memiliki orientasi ke masa depan, dimana citra dan bentuk dari bangunan itu sendiri memberikan kesan selalu mengikuti perkembangan zaman. (Krisdianto et al, dalam Sahar, K. dan Aqli, W., 2020). Dalam prinsip ini, material yang digunakan merupakan salah satu komponen yang sangat mendukung dalam perwujudan gaya arsitektur futuristik. Pemilihan material yang terbaru, canggih, mewah, memiliki citra yang mencerminkan masa depan.

Bangunan dengan gaya arsitektur futuristik memiliki bentuk yang tidak biasa, tidak kaku dan biasanya tidak mengacu pada bentuk dasar geometris. Bangunan membawa bentuk garis yang miring, lengkung atau ellipse (Diwarni dan Yardha dalam Sahar, K. dan Aqli, W., 2020). Tentunya dalam mewujudkan bentuk-bentuk yang seperti ini, perlu memanfaatkan kemajuan teknologi terbaru untuk membuat suatu struktur dan bangunan yang modern (Krisdianto et al, dalam Sahar, K. dan Aqli, W., 2020).

Arsitektur Futuristik

Orientasi	masa	depan
Bentuk		Material
Dinamis		Terbaru
Tidak kaku		Berkualitas tinggi
Tidak simetris		Teknologi canggih

Gambar 3. Diagram Arsitektur Futuristik
Sumber: Penulis (2024)

Secara keseluruhan, arsitektur futuristik mengekspresikan dan berorientasi masa depan melalui bentuk-bentuk yang inovatif, yang tidak konvensional didukung dengan penggunaan material yang terbaru dan berteknologi canggih. Prinsip utamanya adalah untuk menciptakan bangunan yang selalu mengikuti perkembangan zaman, baik dalam hal bentuk dan teknologi. Penggunaan material yang canggih sangat mendukung terciptanya citra futuristik pada suatu arsitektur.

PEMBAHASAN

A. Lokasi

Perancangan *Dealer* Mobil Premium berlokasi di Jl. A. Yani No.12, Loktabat Utara, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Pemilihan lokasi ini didasari oleh pemindahan ibu kota provinsi dari Banjarmasin ke Banjarbaru, yang bertujuan mempercepat pemerataan pembangunan. Dengan demikian, perancangan ini tidak hanya menjawab kebutuhan akan kendaraan premium, tetapi juga mendukung pertumbuhan Banjarbaru sebagai pusat ekonomi baru di Kalimantan Selatan.



Gambar 4. Lokasi Perancangan
Sumber: Penulis (2024)

Berdasarkan titik koordinatnya, lokasi tapak berada di -3.4424700318901857, 114.82492699971. Tapak berada di sebuah lahan kosong dengan luas 19.515 meter persegi. Lokasi tersebut dipilih dikarenakan

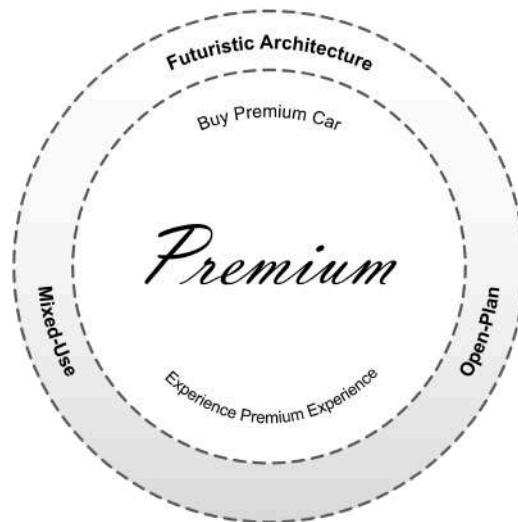
lokasi tersebut merupakan area yang strategis. Pertama, yaitu keberadaannya di tengah kota, terutama area komersial. Kedua, tapak tersebut berada di pinggir jalan A. Yani, yang merupakan jaringan jalan arteri primer. Dengan ini tentunya memudahkan akses keluar masuk bagi para pelanggan dan disisi lain juga membuat bangunan lebih terekspos sehingga meningkatkan visibilitas *dealer*.

Berlokasi di tengah kota, lokasi perancangan *dealer* berada di sekitar fasilitas-fasilitas penting. Mulai dari restoran, masjid, kantor polisi, SPBU, dan lain-lain, memberikan nilai lebih bagi *dealer*. Dengan demikian, pemilihan lokasi tapak tidak hanya didasarkan pada pertimbangan strategis pada aksesibilitas dan eksposur, tetapi juga mempertimbangkan dan memperhitungkan kenyamanan, keamanan, dan integrasi dengan lingkungan sekitar.



Gambar 5. Gambaran Makro Lokasi Perancangan
Sumber: Penulis (2024)

B. Konsep Rancangan

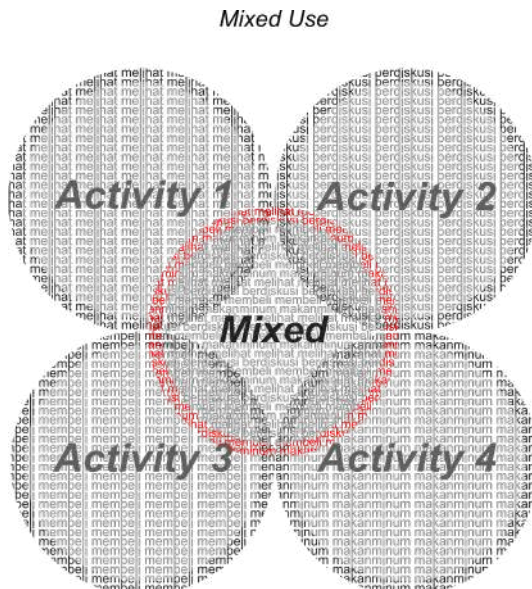


Gambar 6. Diagram Konsep Premium
Sumber: Penulis (2024)

Berdasarkan permasalahan yang diangkat yaitu “Bagaimana merancang sebuah dealer mobil premium di Banjarbaru yang dapat mewadahi kegiatan jual beli mobil premium, dengan memberikan pengalaman jual beli yang premium”, dirumuskan sebuah konsep Premium: Buy Premium Car, Experience Premium Experience. Konsep ini didukung dengan tiga buah konsep dan metode pendukung, yaitu *Futuristic Architecture*, *Mixed-Use*, dan *Open-Plan*. Konsep Premium akan menjadi pedoman dalam perancangan *Dealer Mobil Premium*.

1. Mixed Use

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan oleh penulis, yaitu “Bagaimana merancang sebuah dealer mobil premium di Banjarbaru yang dapat mewadahi kegiatan jual beli mobil premium, dengan memberikan pengalaman jual beli yang premium” dibutuhkan suatu konsep yang berfungsi sebagai landasan bagi penulis dalam merancang dealer mobil premium.



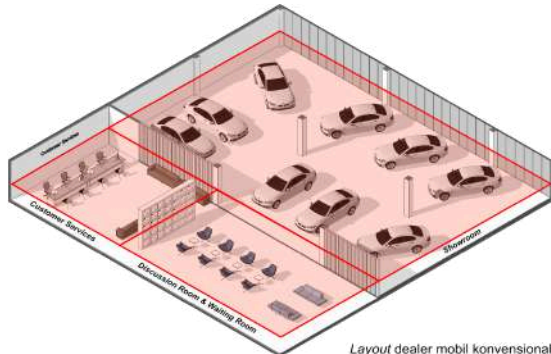
Gambar 7. Diagram Konsep Mixed Use
Sumber: Penulis (2024)

Pada perancangan *Dealer Mobil Premium* ini, *Mixed Use* hadir sebagai landasan ide dalam mewujudkan pengalaman jual beli mobil yang premium. *Mixed Use* hadir dalam upaya menggabungkan ruang pameran, ruang tunggu, ruang transaksi, ruang diskusi, ruang santai, yang asalnya terpisah menjadi satu. Penggabungan ini menciptakan sebuah pengalaman jual beli mobil yang dinamis, tidak kaku, fleksibel dan tentunya premium.

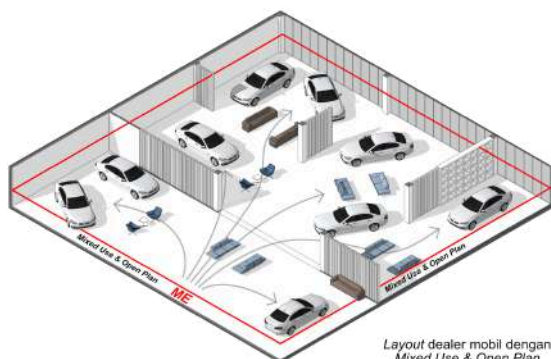
2. Open Plan

Penggabungan fungsi beberapa ruang menjadi satu untuk menciptakan pengalaman jual beli yang premium membutuhkan suatu konfigurasi atau layout ruang yang mendukung. Konsep Layout Open Plan merupakan konfigurasi ruang yang tepat untuk hal tersebut. Seperti yang penulis paparkan di Bab Tinjauan Arsitektur, Layout open plan adalah sebuah konfigurasi ruang dalam arsitektur, dimana tidak terdapat sekat atau pembatas yang membatasi sebuah ruang dengan ruang.

Konfigurasi *Layout Open Plan* ini menjadi strategi yang tepat untuk menciptakan pengalaman jual beli premium dari sebuah dealer mobil premium. Dengan Konfigurasi *Layout Open Plan*, arsitek dapat membuat sebuah space atau ruang tanpa batas yang dapat memwadahi berbagai macam fungsi atau aktivitas. Dengan menerapkan *Mixed Use* dan *Open Plan* bersamaan, dapat menciptakan pengalaman membeli mobil premium yang premium. Dengan konsep ini, pembeli tidak dituntut untuk melakukan aktivitas apa di ruang apa seperti dealer mobil pada umumnya. Pembeli lah yang menentukan apa yang akan mereka lakukan di suatu ruang yang *open*. Pembeli dapat melihat mobil, bertanya, bersantai, duduk, mendiskusikan dan mengkonfigurasikan mobil yang ingin dibeli, melakukan transaksi jual beli mobil pada suatu ruang yang mereka tempati. Merekalah yang menentukan aktivitas apa yang akan terjadi pada suatu konfigurasi ruang pada *dealer*.



Layout dealer mobil konvensional



Layout dealer mobil dengan Mixed Use & Open Plan

Gambar 8. Diagram Konsep Open Plan
Sumber: Penulis (2024)

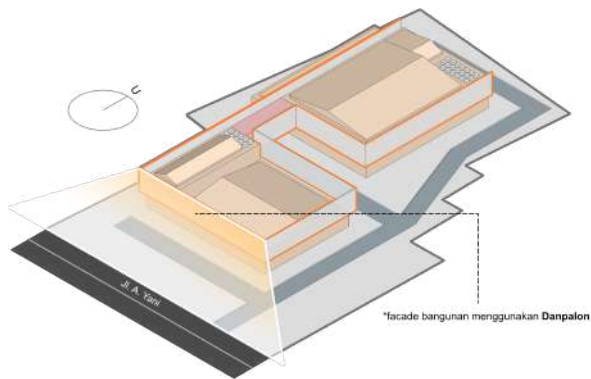
3. Arsitektur Futuristik

Arsitektur Futuristik yang cenderung menggunakan material dengan kualitas tinggi dan penggunaan teknologi terbaru menjadi salah satu pendekatan dalam perancangan dealer mobil premium. Material terbaik dan penggunaan teknologi modern membantu mewujudkan pengalaman premium dalam membeli mobil premium.

Dealer Mobil Premium akan menggunakan fasad dengan material Danpalon. Fasad Danpalon merupakan sistem fasad yang menggunakan panel polilarnpmat. Danpalon menawarkan solusi pencahayaan alami, isolasi termal, dan estetika modern. Panel ini berfungsi untuk melindungi bangunan dari cuaca, mengontrol masuknya cahaya alami, dan memberikan karakter visual yang unik pada bangunan. Salah satu keunikan dari Danpalon adalah dapat diintegrasikan dengan pencahayaan buatan, yaitu pemberian lampu LED. Dengan ini, fasad bangunan dapat memberikan efek visual berupa cahaya yang menjadi Focal Point pada bangunan dan dapat memberikan kesan yang menarik bagi orang yang melihatnya.



Gambar 9. Fasad Danpalon
Sumber: Google, Diolah Kembali (2024)

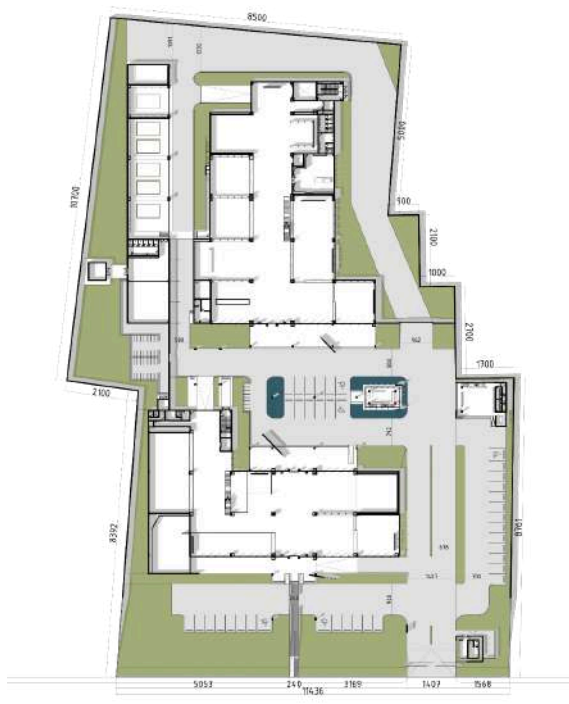


Gambar 10. Diagram Penggunaan Fasad Danpalon Sumber: Penulis (2024)

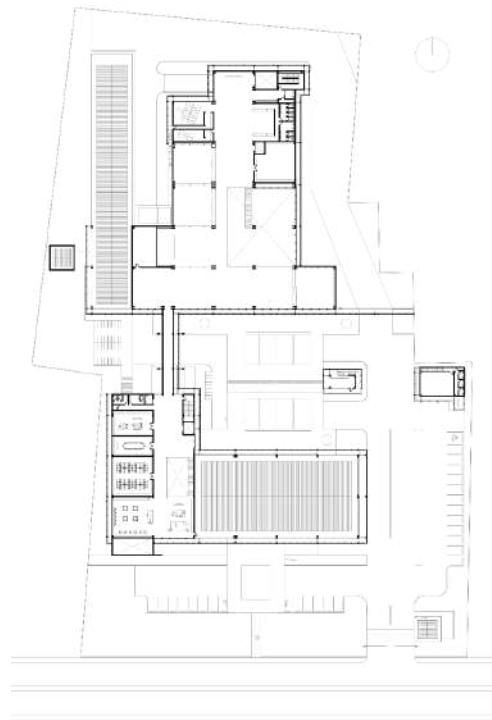
HASIL

Hasil dari perancangan *Dealer* Mobil Premium di Banjarbaru ini adalah berupa gambar desain bangunan secara keseluruhan. Gambar-gambar ini menampilkan bagaimana rancangan dealer mampu mewadahi kegiatan jual beli mobil premium, dengan mengedepankan kenyamanan, kemewahan, dan pengalaman ruang yang premium bagi pengguna. Desain ditampilkan secara menyeluruh untuk memberikan gambaran utuh mengenai konsep, fungsi, sirkulasi, dan karakter visual bangunan sesuai dengan tujuan perancangan.

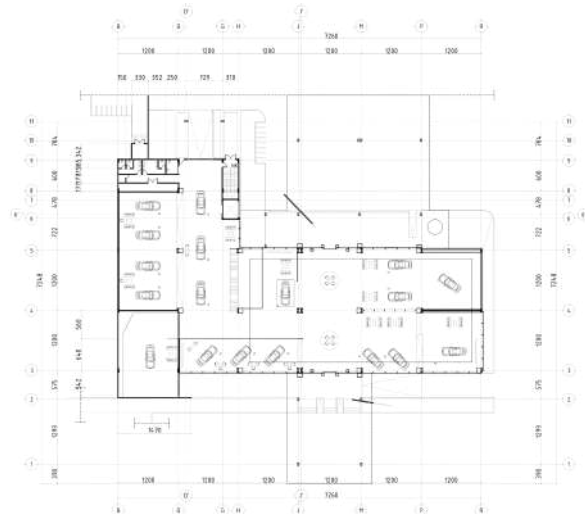
A. Siteplan dan Denah



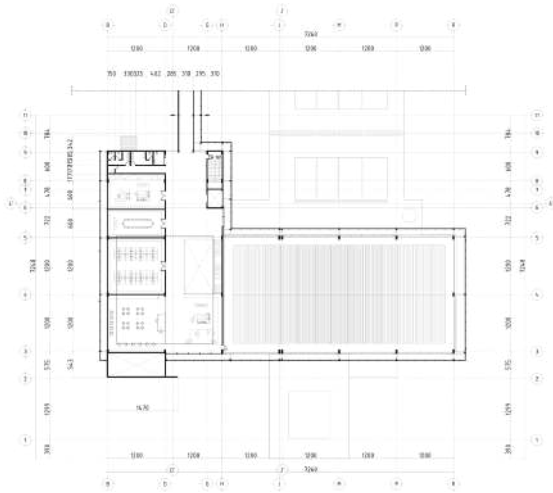
Gambar 11. Siteplan dan Denah Lt. 1 Sumber: Penulis (2024)



Gambar 12. Denah Lt. 2 Sumber: Penulis (2024)

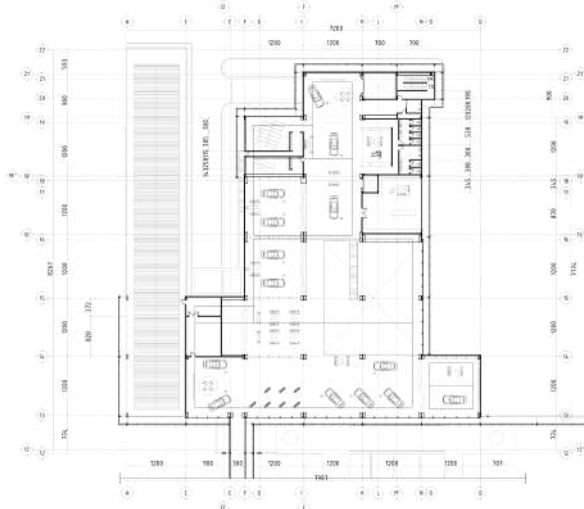


Gambar 13. Denah Used Car Showroom Lt. 1 Sumber: Penulis (2024)

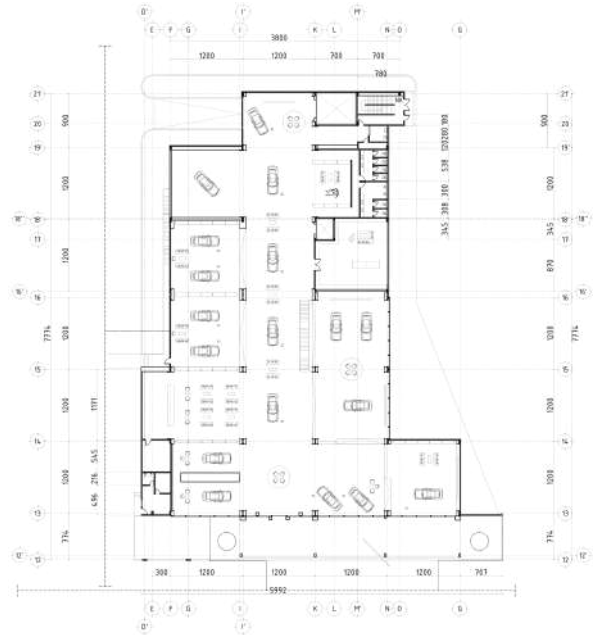


Gambar 14. Denah Used Car Showroom Lt. 2
Sumber: Penulis (2024)

Penerapan konsep layout *open plan* dan *mixed use* dapat dilihat dari pengolahan denah bangunan yang mengutamakan keterbukaan ruang serta fleksibilitas fungsi. Konsep *Open Plan* dan *Mixed Use* diterapkan pada area utama bangunan yaitu *Showroom*. Penerapan konsep bisa dilihat dari gambar denah yang menunjukkan minimnya penggunaan sekat atau dinding sehingga ruang tampil dengan luas, terbuka, dan saling terhubung secara visual.



Gambar 15. Denah New Car Showroom Lt. 1
Sumber: Penulis (2024)



Gambar 16. Denah New Car Showroom Lt. 2
Sumber: Penulis (2024)

B. Perspektif Interior



Gambar 17. Interior Showroom 1
Sumber: Penulis (2024)



*Gambar 18. Interior Showroom 2
Sumber: Penulis (2024)*

Penerapan konsep Mixed Use dapat ditemukan dengan adanya elemen perabot seperti sofa dan meja di area showroom. Pada perancangan Dealer Mobil Premium ini, Mixed Use hadir sebagai landasan ide dalam mewujudkan pengalaman jual beli mobil yang premium. Mixed Use hadir dalam upaya menggabungkan ruang pameran, ruang tunggu, ruang transaksi, ruang diskusi, ruang santai, yang asalnya terpisah menjadi satu. Penggabungan ini menciptakan sebuah pengalaman jual beli mobil yang dinamis, tidak kaku, fleksibel dan tentunya premium.

C. Perspektif Eksterior



*Gambar 19. Perspektif Eksterior 1
Sumber: Penulis (2024)*



*Gambar 20. Perspektif Eksterior 2
Sumber: Penulis (2024)*



*Gambar 21. Perspektif Aerial
Sumber: Penulis (2024)*

KESIMPULAN

Perancangan Dealer Premium di Banjarbaru diperlukan untuk menjawab jual beli mobil premium di Kalimantan Selatan. Keberadaan dealer mobil premium juga akan menjawab isu kerugian ekonomi yang disebabkan oleh pembelian mobil premium di luar daerah yang mana mobil tersebut teregistrasi di luar daerah dan uang PKB yang seharusnya masuk ke kas Provinsi Kalsel, justru masuk ke kas daerah lain. Keberadaan dealer mobil premium di Kalsel saja masih belum cukup, diperlukan suatu strategi untuk memikat masyarakat agar membeli mobil premium di Kalsel dan tidak membeli di daerah lain. Maka dari itu, pengalaman premium saat membeli mobil premium merupakan strategi yang tepat.

Konsep PREMIUM yang menggabungkan Mixed Use, Open Plan dan Futuristic Architecture menjadi landasan dalam perancangan dealer mobil premium. Dengan konsep ini, pembeli tidak dituntut untuk melakukan aktivitas apa di ruang apa seperti dealer mobil pada umumnya. Pembeli lah yang menentukan apa yang akan mereka lakukan di suatu ruang yang open. Pembeli dapat melihat mobil, bertanya, bersantai, duduk, mendiskusikan dan mengkonfigurasi mobil yang ingin dibeli, melakukan transaksi jual beli mobil pada suatu ruang yang mereka tempati. Merekalah yang menentukan aktivitas apa yang akan terjadi pada suatu konfigurasi ruang pada dealer. Melalui ini, pembeli akan merasakan pengalaman membeli mobil premium yang mana ini merupakan langkah awal dari menikmati sebuah mobil premium.

Konsep PREMIUM ini merupakan strategi yang efektif untuk menarik minat masyarakat dalam membeli mobil premium di dalam daerah. Dealer akan memberikan pengalaman yang memuaskan, istimewa dan tentunya premium. Ketertarikan masyarakat akan pelayanan dan pengalaman premium ini akan mengurangi minat dan kebiasaan masyarakat dalam membeli mobil premium di luar daerah, hal ini tentunya akan berdampak baik bagi peningkatan pendapatan daerah melalui Pajak Kendaraan Bermotor (PKB).

- Hendrian, S. A. (2017). Mixed Use Building di Jakarta Selatan dengan mempertimbangkan keseimbangan antara manusia, alam, dan teknologi. Bab II, Halaman 12.
- Nugroho, M. G (2022). Creative HUB di Banjarbaru dengan Konsep Layering. Bab II, 17.
- Trisiana, A., Hanafiah, U. I. M., dan Sarihati, T. (2018). Pemanfaatan Konsep Space Within a Space dalam Pengolahan Layout pada Interior. Dialog: Ide dan Dialog Desain Indonesia. Bab II, Halaman 1-3.
- Sahar, K., dan Aqli, W, (2020). Kajian Arsitektur Futuristik pada Bangunan Pendidikan. Nature: National Academic Journal of Architecture.
- Arliana, A., Selma, A. N., Nugroho, A. (2021). Konsep Open-Plan pada Rumah Tinggal: Studi Kasus, Rumah di Gg. Ramadhan II 128/47, Bandung. Waca Cipta Ruang: Jurnal Ilmiah Desain Interior. Volume 7 Nomor 2 (2021) Halaman 52.
- Çolak, B. B., Soyluk, A. (2023). Importance of Architecture in the Branding Process: An Evaluation on a Famous Brand. Journal of Architectural Sciences and Applications.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku dan Jurnal

- Tanjaya, M. dan Honggowidjaja, S. P. (2017). Perancangan Interior Showroom Honda Surabaya Center. Jurnal Intra Vol. 6, No.1, Halaman 20-35.
- Nurrachman, M. I. (2018). Identifikasi Perbedaan Elemen Desain Pada Mobil Premium dan Mobil Non-Premium. Jurnal I D E A L O G Vol. 3, No.1, Halaman 37, 39-40.