

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 LATAR BELAKANG

Pertumbuhan kota-kota besar ditandai dengan laju pertumbuhan penduduk yang dipengaruhi oleh urbanisasi yang tinggi. Semarang sebagai ibukota Propinsi Jawa Tengah merupakan hirarki puncak dari semua aktivitas di berbagai aspek kehidupan. Semarang memiliki karakteristik sebagai kota yang memusatkan segala aktivitas utama kota tersebut di pusat kota, sedang daerah pinggiran banyak difungsikan sebagai kawasan pemukiman. Akibatnya terjadi penumpukkan segala macam aktivitas masyarakat di pusat, yang menyebabkan warga Semarang harus menempuh perjalanan dari tempat tinggalnya untuk mencapai tempat kerjanya.

Dengan kondisi topografi Kota Semarang yang beragam, berupa daerah perbukitan, daerah dataran, daerah pantai/pesisir dan lokasi yang berjauhan antara pusat kota dan pemukiman baru, menyebabkan alat transportasi yang dimiliki harus memenuhi faktor kenyamanan dan keamanan yang sangat dibutuhkan untuk mendukung mobilitas masyarakat Semarang.

Seiring dengan pergerakan penduduk yang terjadi, disertai dengan meningkatnya kebutuhan akan sarana transportasi, mengakibatkan meningkatnya permintaan akan kendaraan bermotor, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Hal ini juga yang menyebabkan meningkatnya penjualan unit kendaraan.

Pihak PT. Toyota Astra Motor-PT. New Ratna Motor sebagai pemegang distribusi merk Toyota di Semarang menyadari fenomena tersebut, yang nampak pada meningkatnya jumlah penjualan produk mereka di masyarakat.

| Dealer   |           | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|----------|-----------|------|------|------|------|------|
| Semarang | Kaligawe  | 1414 | 1492 | 659  | 811  | 1257 |
|          | Pemuda    | 1402 | 1459 | 755  | 876  | 1347 |
|          | Majapahit | 498  | 666  | 393  | 518  | 873  |
|          | Gombel    |      | 740  | 507  | 704  | 1130 |

*Tabel 1.1 Toyota Retail Sales*

*Sumber : Toyota Retail Sales Progress, 2008*

Menyadari kenyataan di atas, maka pihak PT. Toyota Astra Motor-PT. New Ratna Motor berencana meningkatkan pelayanannya di masyarakat, yang diwujudkan dengan membuka showroom dan service station untuk lebih dapat menjangkau

masyarakat Semarang yang lingkup pelayanannya tidak terbatas pada penjualan mobil saja, tetapi juga melingkupi perbaikan (service), penjualan suku cadang (spare part), pengecatan (body and paint), asesories car specialist, serta pengurusan dokumen-dokumen kendaraan seperti STNK dan lain-lain.

Dari uraian tersebut di atas, tim penyusun ingin mencoba untuk menyusun laporan Perancangan Arsitektur dengan judul “Toyota Showroom dan Service Station”, sebuah sarana untuk menampung kegiatan perdagangan dan pelayanan jasa otomatis di segala bidang yang bersifat fungsional, komersial dan rekreatif dengan penekanan desain arsitektur Hi-tech.

## **I.2 TUJUAN DAN SASARAN**

### **1. Tujuan**

Tujuan utama yang akan dicapai dari pembahasan permasalahan mengenai Toyota Showroom dan Service Station ini adalah untuk menggali dan merumuskan permasalahan yang berkaitan dengan perencanaan dan perancangan suatu fasilitas pelayanan jasa Toyota Showroom dan Service Station.

### **2. Sasaran**

Sasaran yang hendak dicapai adalah menyusun dan merumuskan Landasan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur Toyota Showroom dan Service Station, berdasarkan aspek-aspek panduan perancangan (design guide lines aspect).

## **I.3 MANFAAT**

Konsep Toyota Showroom dan Service Station ini diharapkan dapat memberikan pengertian akan suatu sarana untuk menampung kegiatan perdagangan dan pelayanan jasa otomotif di segala bidang yang bersifat komersial dan rekreatif, sehingga dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi PT. Toyota Astra Motor – PT. New Ratna Motor yang akan mengembangkan Showroom.

## **I.4 LINGKUP PEMBAHASAN**

Toyota Showroom dan Service Station, merupakan suatu fasilitas pelayanan jasa automobile di semua bidang, sebagai sarana perdagangan dan pelayanan jasa otomotif di segala bidang yang bersifat fungsional, komersial dan rekreatif di Semarang yang terdiri dari unit penjualan mobil baru, unit perbaikan (service), unit

penjualan suku cadang (spare part), unit pengecatan (body and paint), asesories car specialist, serta pengurusan dokumen-dokumen kendaraan.

Disiplin ilmu arsitektur yang berkaitan dengan aspek-aspek perencanaan dan perancangan Toyota Showroom dan Service Station diintegrasikan dengan standar keruangan Showroom yang diterbitkan oleh pihak Toyota termasuk di dalam lingkup ini serta dan hal-hal dalam bidang otomotif yang berpengaruh pada perencanaan dan perancangan Toyota Showroom dan Service Station.

## **I.5 METODE PEMBAHASAN**

Metode pembahasan yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu pengumpulan data primer dan sekunder.

### **1. Data Primer**

- Wawancara dengan narasumber yang terkait untuk mendapatkan informasi yang solid
- Observasi lapangan

### **2. Data Sekunder**

- Studi Literatur, terutama mengenai hal-hal yang berkaitan dengan Toyota Showroom dan Service Station, sebagai landasan teori yang tepat untuk menganalisa data-data yang diperoleh.

Pembahasan dimulai dengan melihat permasalahan yang ada terutama yang berhubungan dengan Toyota Showroom dan Service Station, sehingga dapat ditemukan pemecahan sebagai pemenuhan tuntutan dan kebutuhan.

## **I.6 SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Meliputi Latar Belakang, Tujuan dan Sasaran Pembahasan, Manfaat, Lingkup Pembahasan, Metode Pembahasan, Sistematika Pembahasan serta Alur pikir.

### **BAB II LANDASAN PUSTAKA**

Meliputi Pengertian Showroom dan Service Station, Standarisasi Fasilitas Outlet Toyota, Identifikasi Dealer Toyota/Coorporate identity, Dasar-dasar Perencanaan Tapak, Elemen-elemen dasar showroom dan service station serta Studi banding.

### BAB III DATA

Berisi tinjauan kota Semarang, Pengguna jasa, Faktor pendukung Toyota Showroom and Service Station serta Lingkup pelayanan dan sasaran pemakai.

### BAB IV KESIMPULAN, BATASAN DAN ANGGAPAN

Menguraikan tentang kesimpulan, batasan dan anggapan yang akan digunakan sebagai acuan dalam perencanaan dan perancangan.

### BAB V PENDEKATAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Meliputi Dasar Pendekatan, Pendekatan Perencanaan yaitu pelaku, aktivitas, kebutuhan ruang, hubungan kelompok ruang, kapasitas dan besaran ruang serta Pendekatan Perancangan yaitu sistem struktur bangunan, bahan bangunan, sistem utilitas, bentuk bangunan dan pendekatan lokasi dan tapak

### BAB VI KONSEP DAN PROGRAM DASAR PERANCANGAN

Berisi Program perencanaan yaitu program ruang, lokasi dan tapak terpilih serta konsep perancangan yang digunakan yaitu penekanan desain, konsep bentuk, utilitas dan struktur.

## I.7 ALUR PIKIR

