



LANDASAN PROGRAM PERENCANAAN  
DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR

# **FORD SEMARANG SUPERSTORE**

Diajukan untuk memenuhi sebagian  
persyaratan guna memperoleh gelar  
Sarjana Teknik

Diajukan Oleh :  
**SURYO DWI MARWOTO**

**L2B 000 277**

Periode 89

**JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2005**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Satu dari empat kendaraan yang terjual di Amerika saat ini adalah Sport Utility Vehicle (SUV). Dan tidak hanya di Amerika, seluruh dunia pun kini sudah dilanda demam SUV. Alhasil nyaris semua pabrikan berebut masuk ke segmen yang tergolong gemuk ini, termasuk di Indonesia. (*Motor Trend Indonesia, Januari 2004*).

Salah satu pabrikan terbesar yang mengeluarkan produk SUV saat ini adalah Ford. Melalui PT. Ford Motor Indonesia (FMI) sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) resmi Ford, menancapkan kembali benderanya di Indonesia pada bulan Juli 2000. Sebelumnya Ford resmi masuk pangsa mobil Indonesia dari tahun 1989-2000 dipegang oleh PT. Republic Motor Company (IRCM) sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM).

Dalam dua tahun sejak masuknya kembali Ford ke Indonesia, prestasi yang diraih Ford tidak bisa dianggap remeh, karena sambutan masyarakat perhal masknya produk Ford terutama dalam pangsa pasar Sport Utility Vehicle (SUV) sangatlah antusias. Hal ini terbukti dengan pesatnya nilai penjualan produk Ford di Indonesia. Terlebih lagi di awal tahun 2004 ini Ford mengeluarkan produk baru lagi yaitu Ford Lynx RS 2.0 L yang akan meramaikan segmen sedan kelas menengah. Hanya dengan 4 varian baru Ford yaitu *Ford Ranger (4x2 dan 4x4)*, *Ford Escape*, *Ford Everest*, dan *Ford Lynx RS 2.0 L*, Ford mampu mencuri perhatian pasar yang menjadikan penjualan Ford makin gemilang. Disamping produk-produk Ford lama yang

masih beredar di Indonesia antara *Ford Mustang* (biasanya di tangan kolektor karena sudah langka), *Ford Laser*, *Ford Telstar*.

Pepatah mengatakan, sekali tancap langsung berkibar. Ini terbukti, Ford meraih penjualan sebesar 154 persen di tahun 2003 atau sebanyak 4.046 unit dibandingkan tahun 2002 yaitu 1.587 unit. Di tahun 2004 ini, FMI malah mencanangkan target lebih responsive untuk meningkatkan penjualan. Inipun mulai menunjukkan hasil yang memuskan. Sampai Maret 2004, FMI telah tercatat Penjualan sebanyak 1.236 unit kendaraan, atau naik sebesar 105 persen dibandingkan hasil penjualan pada periode yang sama tahun 2003. (*harian Umum Sore Sinar Harapan*).

Secara keseluruhan, Penjualan Ford Motor Indonesia telah mencapai 4.630 unit untuk periode Januari sampai September 2004, naik sebesar 67 persen dibandingkan dengan hasil penjualan tahun lalu untuk periode yang sama. Ini juga berarti bahwa perkembangan penjualan Ford Motor Indonesia berjalan sesuai dengan rencana dimana Ford Motor Indonesia menargetkan untuk dapat menjual sebanyak 6.000 unit pada tahun 2004. Prestasi penjualan ini telah memantapkan posisi Ford Motor Indonesia dalam industri otomotif Indonesia yang sebelumnya berada di peringkat ke-10 besar sekarang naik ke peringkat 9 besar. (*Harian KOMPAS, Jumat 15 Oktober 2004*).

PT Ford Motor Indonesia, Kamis (14/10), merayakan hasil penjualan mobil Ford di Indonesia yang ke-10.000. Keberhasilan ini merupakan salah satu momen penting bagi Ford yang baru beroperasi di Indonesia selama dua setengah tahun.

Seiring dengan diraihnya angka penjualan yang ke-10.000 tersebut, Ford Motor Indonesia juga berhasil mengukuhkan hasil penjualan yang

sangat menggembirakan di tahun 2004, khususnya pada bulan September dimana Ford berhasil meraih angka penjualan sebanyak 801 unit.

Dengan seluruh keberhasilan yang diraih, FMI terus memacu diri untuk tampil lebih prima dimata industri otomotif di Indonesia. Salah satu usahanya adalah dengan terus menghadirkan produk-produk berkualitas tinggi yang tentunya diimbangi dengan layanan penjualan dan purna jual yang menyeluruh dan tersebar dititik-titik penting diseluruh Indonesia melalui jaringan *dealership*. (*Will Angove, Presiden Direktur PT. Ford Motor Indonesia, [www.oto.co.id](http://www.oto.co.id)*).

Menurut Will Angove, pada semerter tahun kedua tahun ini, PT. Ford Motor Indonesia optimis dapat mencapai penjualan yang lebih baik lagi. Mengingat dlam waktu dekat produk-produk baru Ford akan diluncurkan. Selain itu, pengembangan *dealership*, yang biasa disebut **Ford Superstore**, akan terus dilakukan.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kenaikan penjualan dan permintaan konsumen akan produk Ford menyebabkan pihak Ford harus menambah dealer-dealer guna menunjang nilai penjualan dan pelayanan Ford kepada masyarakat.

Kota Semarang sebagai Ibukota Propinsi Jawa Tengah yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan pembangunan disektor perdagangan dan industri serta berada pada jalur Jakarta dan Surabaya merupakan market yang sangat potensial untuk perkembangan industri khususnya otomotif. Pasar otomotif yang berkembang sangat potensial di Semarang menjadi salah satu alasan bagi PT. Ford Motor Indonesia membuka Superstore di kota tersebut. Total angka penjualan kendaraan yang cukup tinggi di Semarang dibuktikan oleh penjualan sebesar 8.028 unti pada

tahun 2003, sebuah peningkatan yang cukup berarti dibandingkan penjualan sebanyak 6.503 unit pada tahun 2002.

Karena itulah perlu adanya suatu wadah aktivitas pelayanan jasa dan perdagangan dengan sarana dan prasarana yang menjangkau kemudahan kebutuhan masyarakat secara terpadu di semua bidang otomotif dalam satu atap atau satu area yang meliputi penjualan mobil baru, perbaikan (service), suku cadang (spare parts), pengecatan (body and painting), penjualan mobil bekas / tukar tambah (user car), asesoris, layanan darurat 24 jam, service di rumah (home service), serta pengurusan dokumen-dokumen.

Dengan melihat kondisi perdagangan dan pelayanan jasa automobile di Semarang seperti di atas, penulis berusaha untuk menyusun laporan Program Perencanaan dan perancangan Arsitektur dengan judul: Ford Semarang Superstore, dengan alasan sebagai berikut :

- Berdasarkan data yang diperoleh bahwa market share mobil Ford baik di kelas Sport Utility Vehicle (SUV) maupun kelas sedan, mengalami kenaikan yang cukup pesat.
- Fasilitas automobile di segala bidang seperti yang dikemukakan penulis memiliki pendekatan yang sama dengan fasilitas yang disediakan Ford Motor Indonesia (Agen Tunggal Pemegang Merk Ford di Indonesia)

Dari uraian diatas, maka kotamadya Semarang membutuhkan sarana untuk menampung kegiatan perdagangan dan pelayanan jasa automobile khusus merk Ford di segala bidang secara terpadu yang bersifat komersial dan rekreatif. Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan perencanaan dan perancangan tentang Ford Semarang Superstore.

## **1.2. Tujuan dan Sasaran**

### **1) Tujuan**

Memperoleh suatu landasan perencanaan dan perancangan Ford Semarang Superstore yang representative ditinjau dari segala pemenuhan kebutuhan ruang dan persyaratan teknisnya selkaligus dari segi kenyamanan bagi pengguna bangunan serta menciptakan suatu bangunan yang menarik dari sisi arsitektural, dan tetap mengangkat citra dan cirri dari Ford.

### **2) Sasaran**

Tersusunnya langkah-langkah kegiatan penyusunan Landasan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur (LP3A) dengan judul Ford Semarang Superstore.

## **1.3. Lingkup Pembahasan**

Lingkup pembahasan topic ini hanya menitik beratkan pada hal-hal dan masalah disekitar disiplin ilmu arsitektur serta hal-hal dalam bidang otomotif yang berpengaruh pada perencanaan dan perancangan Ford Semarang Superstore, antara lain :

- Fungsi bangunan sebagai fasilitas yang mawadahi semua kebutuhan masyarakat dan pelayanan jasa dalam bidang automobile khusus merk Ford secara terpadu dalam satu atap.
- Ford semarag Superstore dengan skala regional, fasilitas ini akan mengambil studi banding dari beerapa fasilitas yang mendekati, dan materi yang digunakan adalah hanya hal-hal yang berkaitan dengan otomotif.

## **1.4. Metode Penelitian**

### **1.4.1. Metode Pembahasan**

Metode yang diterapkan adalah metode deskriptif analisis, yaitu metode pembahasan dengan memaparkan baik data literature, wawancara dan data lapangan yang digabungkan dan dianalisis secara lebih mendalam untuk memperoleh rumusan yang mendukung tujuan pembahasan.

### **1.4.2. Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data-data, baik data primer maupun data sekunder yang mendukung dan relevan untuk penyusunan perencanaan dan perancangan Ford Semarang Superstore maka metode yang digunakan adalah:

- ◆ Studi literature / kepustakaan
- ◆ Survey dan dokumentasi
- ◆ Wawancara, dilakukan dengan nara sumber terkait
- ◆ Survey melalui internet / website

## **1.5. Sistematika Pembahasan**

Sistematika dalam penyusunan landasan program perencanaan dan perancangan Ford Semarang Superstore adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang permasalahan, tujuan dan sasaran pembahasan, lingkup pembahasan, serta metode dan sistematika pembahasan.

### **BAB II TINJAUAN UMUM FORD SUPERSTORE**

Berisi tentang tinjauan singkat tentang pengertian, fungsi, dan tujuan, kegiatan, klasifikasi serta unsure pendukung Ford Semarang Superstore.

### **BAB III TINJUAN FORD SEMARANG SUPERSTORE**

Berisi factor-faktor yang mempengaruhi perencanaan, kebijakan pengembangan Semarang, potensi Semarang, factor pendukung perancangan, kendalanya serta identifikasi kegiatan Ford Semarang Superstore.

### **BAB IV KESIMPULAN, BATASAN, DAN ANGGAPAN**

Berisi tentang kesimpulan, batasan dan anggapan mengenai perancangan bangunan Ford Semarang Superstore.

### **BAB V PENDEKATAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR**

Berisi tentang penjabaran dasar pendekatan, pendekatan terhadap esensi dan substansi yang berupa pendekatan klasifikasi jenis bangunan, aktivitas didalamnya, pelaku, analisa kapasitas, serta besaran kebutuhan ruang. Pendekatan ini dilengkapi dengan pendekatan aspek arsitektural yang meliputi pendekatan ruang dalam, ruang luar, struktur dan utilitas, konsep dan penampilan bangunan serta pendekatan lokasi dan tapak.

### **BAB VI LANDASAN PROGRAM PERANCANGAN ARSITEKTUR**

Berisi tentang konsep dasar perancangan, faktor-faktor penentu perancangan, persyaratan perancangan serta program perancangan.