

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mobil-mobil di Indonesia terbanyak saat ini adalah buatan Jepang. Saat ini pasar otomotif di Indonesia masih didominasi mobil-mobil seperti Toyota, Daihatsu, Suzuki, maupun Honda. Akan tetapi seiring berjalannya waktu, produsen dari negara lain mulai berani berinvestasi di Indonesia. Mobil-mobil seperti buatan Amerika, Eropa, dan Korea Selatan mulai unjuk gigi di pentas otomotif Tanah Air. Khusus nama terakhir, yakni Korea Selatan, saat ini produk otomotif asal Negeri Ginseng tersebut mulai merangkak naik di pasar otomotif Indonesia. Walaupun pada awal dekade 1980-an mobil-mobil Korea terkenal karena kualitasnya yang kurang bagus serta desainnya yang membosankan, kini mobil Korea justru menjadi pilihan alternatif. Perbaikan besar-besaran dilakukan, mulai dari kualitas, inovasi, serta layanan purnajual.

Pada akhirnya, kini mobil Korea tidak bisa dipandang sebelah mata. Suksesnya produsen otomotif asal Korea disebabkan kombinasi yang bagus antara melemahnya Won terhadap Dolar Amerika. Dengan kondisi tersebut, harga mobil Korea menjadi lebih murah. Selain itu, produsen juga berani meningkatkan kualitas serta memperpanjang masa garansi. Secara global, produsen mobil Korea cukup banyak. Dua produsen Korea yang paling maju sampai saat ini, baik secara global maupun di Indonesia, ialah Hyundai dan **KIA (Korean Industrial Autocar)**. Kesuksesan dua produsen ini terlihat dari penjualan mereka di Indonesia. (<http://reandhika.blogspot.com>)

KIA Motors Corporation berhasil mencatat penjualan sebanyak 2.478.959 unit untuk tahun 2011, sedangkan PT. Kia Mobil Indonesia sendiri menyumbang angka penjualan sebesar 9.081 unit KIA. Hal ini menempatkan brand KIA pada urutan ke-10 dari seluruh brand yang memasarkan produknya di Indonesia. Penjualan tahun 2011 meningkat sebanyak 39% dibanding dengan penjualan tahun sebelumnya, yang berhasil mencatat 6.550 unit pada tahun 2010. KIA Indonesia meluncurkan 3 mobil baru pada tahun 2011. KIA All New Sportage pada bulan Mei, All New Picanto pada IIMS 2011, serta All New Rio pada Desember 2011. Diprediksi bahwa penjualan KIA akan meningkat pada 2012 ini. PT. KIA Mobil Indonesia memiliki beberapa strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan, salah satunya adalah strategi penjualan yang lebih agresif, *marketing activity* yang lebih aktif, serta perluasan jaringan *workshop* dan dealer KIA. (<http://www.autobildindonesia.com>)



Dari jumlah tersebut, All New Picanto menjadi penyumbang terbesar dengan 5.098 unit, naik 18 persen dibanding 2010 yang hanya 4.311 unit. Peringkat kedua All New Rio dan sebagian Pride yang terjual masing-masing 859 unit dan 543 unit. Peringkat ketiga All New Sportage dengan 1.129 unit. Prestasi Kia terbilang gemilang daripada "sang kakak", Hyundai, yang juga berasal dari Korea Selatan. Tahun lalu, Kia yang masuk peringkat 10, menjadi satu-satunya merek non Jepang yang duduk di "Big Ten" dengan tiga peluncuran model baru menjadi kunci utama tahun ini target penjualan ditetapkan 12.000 unit. (<http://otomotif.kompas.com>)

Indonesia sebagai salah satu negara berkembang di Asia Tenggara disebut dapat bertahan ditengah gejolak krisis pasar perdagangan di dunia. Indonesia mampu mempertahankan pertumbuhannya dan tidak banyak berpengaruh pada krisis dalam negeri. Indonesia dalam hal perkembangan industri otomotif sedang gencarnya melaksanakan kerjasama dengan perusahaan otomotif negara Korea Selatan. Dimana Korea Selatan ini telah lama berkecimpung dalam hal memproduksi otomotif dan namanya sudah terkenal di seluruh dunia. Salah satu merk yang terkenal dari perusahaan otomotifnya adalah KIA. Kerjasama antara Indonesia dengan KIA ini terlihat dari berdirinya PT KIA Mobil Indonesia yang sudah berlangsung beberapa tahun silam. (<http://www.autobildindonesia.com>)

Kegiatan bisnis di kota Semarang menjadi salah satu tulang punggung perekonomian nasional dan menjadi indikator keberhasilan tingkat pertumbuhan ekonomi di Jawa Tengah. Pertumbuhan ekonomi di kota Semarang yang meningkat juga mempengaruhi minat masyarakat akan dunia otomotif yang juga ikut meningkat. Hal ini ditandai dengan bertambahnya jumlah kendaraan bermotor di kota Semarang. Bagi sebagian masyarakat perkotaan khususnya Semarang memiliki kendaraan bermotor merupakan suatu kebutuhan yang dapat mendukung serta mempermudah aktivitas mereka dan juga sebagai kota yang berkembang, otomotif mempunyai peran yang sangat penting di kota ini yaitu peran otomotif sebagai sarana transportasi. Bahkan bagi sebagian masyarakat yang tentunya berasal dari kalangan menengah ke atas, kendaraan bermotor khususnya mobil dapat menjadi suatu gaya hidup (*lifestyle*).

Dengan berbagai realita diatas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat Semarang pada khususnya terhadap dunia otomotif mengalami peningkatan yang tentunya hal tersebut dapat dijadikan indikator peluang bisnis yang baik di bidang otomotif. Maka di kota Semarang dibutuhkan suatu wadah untuk menampung kegiatan otomotif dengan



aktivitas pelayanan jasa dan perdagangan di bidang automobile dengan sarana dan prasarana terpadu yang sesuai dengan perkembangan otomotif di Semarang yang semakin meningkat jumlah pengguna kendaraan bermotor. Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan perencanaan dan perancangan tentang “*Showroom & Bengkel Mobil KIA di Semarang*” sebagai sarana dan prasarana dibidang automobile yang bersifat komersil mengingat hanya terdapat satu saja KIA sales and service di Semarang yaitu di Puri Anjasmoro terletak pada Jl. Madukoro 4-5 Semarang, sehingga pemenuhan kebutuhan konsumen KIA akan pembelian mobil baru, servis, maupun pembelian suku cadang dapat tercukupi dengan baik.

1.2 Tujuan

1.2.1 Tujuan

Merumuskan program dasar perencanaan dan perancangan yang berhubungan dengan sarana dan prasarana fasilitas automobile yang berfungsi sebagai showroom, service, dan spare parts dengan fasilitas yang lengkap bagi kenyamanan pelanggan diharapkan menjadi daya tarik untuk datang dan berkunjung, sehingga tersusun langkah-langkah untuk dapat melanjutkan ke dalam perancangan grafis.

1.2.2 Sasaran

Tersusunnya konsep dasar perencanaan dan perancangan showroom & bengkel mobil KIA di Semarang berdasarkan atas aspek-aspek panduan perancangan.

1.3 Manfaat Pembahasan

1.3.1 Subjektif

Sebagai pedoman dalam perencanaan dan perancangan showroom & bengkel mobil KIA di Semarang dan salah satu persyaratan untuk melanjutkan ke studio grafis.

1.3.2 Objektif

Dapat bermanfaat sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan terutama mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan penjualan, servis, dan spare part mobil KIA bagi mahasiswa.



1.4 Lingkup Pembahasan

Secara substansial, mencakup perencanaan dan perancangan mengenai bangunan showroom & bengkel mobil KIA di Semarang, pembahasan materi berdasarkan pada aktivitas di bidang otomotif dan hal lain yang berhubungan dengan perencanaan dan perancangan, kemudian dianalisa dengan menggunakan pendekatan-pendekatan aspek-aspek yang ada dalam arsitektur, yaitu aspek konstektual, aspek fungsional, aspek arsitektural, aspek teknis dan aspek kinerja. Termasuk ke dalam kategori bangunan massa tunggal.

Secara spasial, perencanaan dan perancangan showroom & bengkel mobil KIA di Semarang direncanakan berada di kawasan perdagangan atau daerah komersil dan pada rencana kota untuk beberapa tahun mendatang yang memiliki prioritas yang cukup tinggi dalam pengembangan kota Semarang.

1.5 Metode Pembahasan

Metode pembahasan yang digunakan dalam penyusunan landasan perencanaan dan perancangan ini adalah metode deskriptif analitis serta dokumentatif, yaitu metode yang memaparkan semua data, baik literatur, wawancara, dan data lapangan yang kemudian dianalisis secara sistematis sesuai tahap yang telah tercantum dalam ilmu Arsitektur sehingga di dapat solusi masalah yang muncul dalam perencanaan dan perancangan showroom & bengkel mobil KIA di Semarang. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan cara :

1. Studi literatur/kepuustakaan, yaitu pengumpulan data dari sumber-sumber yang terkait serta studi kasus melalui buku, dsb. Dilakukan untuk mendapatkan data sekunder, dalam hal ini berupa studi kepuustakaan yang berkaitan erat dengan fasilitas-fasilitas yang ada didalam showroom & bengkel mobil KIA dan kondisi lingkungan, standar ruang serta pengumpulan data informasi dari instansi terkait.
2. Wawancara dengan narasumber guna mencari informasi pendukung bagi data yang telah ada, maupun data yang belum didapatkan pada lapangan selain untuk mendapatkan data primer mengenai topik yang dibahas.
3. Survei dan dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data dengan pengambilan gambar-gambar dengan pengamatan langsung di lapangan. dengan mengamati dan merekam konteks lingkungan, bangunan sekitar tapak serta kebutuhan masyarakat Semarang sesuai dengan karakternya dipandang dari sudut



arsitektural, yang kesemuanya itu mengacu pada pembentukan showroom & bengkel mobil KIA di Semarang.

1.6 Sistematika Pembahasan

Secara garis besar, sistematika dalam penyusunan Landasan Program Perencanaan dan Perancangan showroom & bengkel mobil KIA di Semarang adalah sebagai berikut :

- BAB I PENDAHULUAN**
Membahas tentang latar belakang, tujuan dan sasaran, manfaat, ruang lingkup, metode, dan sistematika pembahasan.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA**
Berisi tinjauan mengenai otomotif, showroom, penjualan dan bengkel, yang meliputi pengertian, fungsi, kegiatan, klasifikasi, standar, dan unsur pendukung di sebuah showroom & bengkel mobil KIA di Semarang & Studi banding.
- BAB III DATA**
Berisi tentang tinjauan khusus kota Semarang, bagian wilayah yang berpotensi serta potensi showroom & bengkel mobil KIA di Semarang dan perkembangan produk sejenis di Semarang untuk mendukung perencanaan dan perancangan showroom & bengkel mobil KIA di Semarang.
- BAB IV KESIMPULAN, BATASAN DAN ANGGAPAN**
Setelah mengkaji seluruh masalah baru diambil suatu kesimpulan, yang disertai dengan batasan dan anggapan untuk pendekatan perencanaan selanjutnya.
- BAB V PENDEKATAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN SHOWROOM & BENGKEL MOBIL KIA DI SEMARANG**
Berisi tentang pendekatan perencanaan yang merupakan awal dari analisis mengenai kapasitas, kegiatan, besaran ruang, aspek-aspek perancangan (aspek fungsional, aspek kontekstual, aspek arsitektural, aspek teknis, aspek kinerja), persyaratan teknis bangunan, serta penentu lokasi dan tapak.
- BAB VI KONSEP DASAR DAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN**
Berisi uraian program dasar perencanaan dan konsep perancangan yang ditentukan dari hasil pendekatan sebelumnya.



1.7 ALUR PIKIR

INPUT	PROSES	OUTPUT
PERENCANAAN ARSITEKTUR		
<p style="text-align: center;">FENOMENA</p> <p style="text-align: center;">Aktualita</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perkembangan dunia otomotif yang semakin pesat seiring dengan perkembangan zaman. • Besarnya minat masyarakat terhadap kendaraan merek KIA di lihat dari meningkatnya penjualan produk-produk KIA pada 3 tahun terakhir di Kota Semarang. • Kendaraan merek KIA menduduki peringkat kesepuluh dalam kategori penjualan kendaraan terlaris. <p style="text-align: center;">Urgensi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Perlunya peningkatan pelayanan usaha di bidang automotive untuk menyikapi perkembangan aktualita di atas. ▪ Perlu adanya penambahan fasilitas sarana Showroom & bengkel mobil KIA. <p style="text-align: center;">Originalitas</p> <p>Merencanakan dan merancang Showroom & bengkel mobil KIA di Semarang dengan kelengkapan <i>fasilitas sarana & prasarana</i> terpadu dan bersifat komersial, fungsional dengan penekanan desain Arsitektur-Modern.</p>	<p>PROBLEMATIKA</p> <p>Meningkatnya minat masyarakat kota Semarang akan mobil dengan merek KIA , tidak diimbangi dengan jumlah showroom dan service KIA di kota Semarang</p>	<p>JUDUL TA 40</p> <p>SHOWROOM & BENGKEL MOBIL KIA</p> <p>DI SEMARANG</p>
<p style="text-align: center;">TINJAUAN UMUM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tinjauan umum judul (sejarah, pengertian, fungsi, 	<p style="text-align: center;">STUDI LITERATUR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persyaratan bangunan Dealer KIA (Exterior & Interior) 	<p style="text-align: center;">KELOMPOK RUANG</p> <p style="text-align: center;">SHOWROOM, R. SERVICE & R. SPARE PARTS</p>



<p>pelaku, kegiatan, struktur organisasi, dll)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tinjauan umum terhadap standard dealer KIA (showroom, service, dll) 	⇒	<p style="text-align: center;">STUDI BANDING Showroom KIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Struktur organisasi • Kegiatan, Fasilitas, kapasitas • Utilitas, MEE 	⇒	
<p style="text-align: center;">TINJAUAN KOTA SEMARANG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kota Semarang • Laju pertumbuhan penjualan kendaraan di Kota Semarang • Prospek dan urgensi Dealer KIA di Kota Semarang 	⇒	<p style="text-align: center;">PREDIKSI KAPASITAS</p> <p>Banyaknya pengunjung Showroom & bengkel mobil KIA untuk 10 tahun ke depan</p> <p style="text-align: center;">STUDI KAPASITAS</p> <p>Studi literatur dan studi banding mengenai kapasitas Showroom & bengkel mobil KIA</p>	⇒	<p style="text-align: center;">FASILITAS & KAPASITAS SHOWROOM, SERVICE & SPARE PATRS</p>
<p style="text-align: center;">STANDAR BESARAN RUANG</p> <p>Studi literatur mengenai standar besaran ruang showroom, service & spare parts:</p> <p>Pedoman Standard Dealer KIA, Indonesian Facility Dealer Guide Book, Neufert Architect Data, Time Saver Standard for Building Types.</p> <p style="text-align: center;">STUDI BANDING BESARAN RUANG</p> <p>(analisa studi banding mengenai fasilitas, besaran ruang dan kapasitas)</p> <p style="text-align: center;">Persyaratan Bangunan sesuai dengan Peraturan Bangunan Setempat</p>	⇒	<p style="text-align: center;">PERHITUNGAN BESARAN RUANG</p> <p>Berdasarkan studi literatur dan analisa studi banding</p> <p style="text-align: center;">KEBUTUHAN LAHAN</p> <p>Untuk Bangunan Komersil Showroom & bengkel mobil KIA</p>	⇒	<p style="text-align: center;">PROGRAM RUANG DAN KEBUTUHAN LUAS TAPAK</p>
PERANCANGAN ARSITEKTUR				
<p>ASPEK FUNGSIONAL: Pendekatan pelaku kegiatan, jenis & kelompok</p>		<p style="text-align: center;">CITRA BANGUNAN</p> <p>Citra bangunan komersil</p>		<p style="text-align: center;">FUNGSI DAN KARAKTER BANGUNAN</p>



<p>kegiatan, kebutuhan ruang dan kapasitas</p> <p>ASPEK KONTEKSTUAL</p> <p>ASPEK KINERJA: Utilitas</p> <p>ASPEK TEKNIS: Pendekatan struktur, modul struktur & bahan bangunan</p> <p>ASPEK ARSITEKTURAL: Konsep Arsitektur Modern</p>	⇒		<ul style="list-style-type: none"> • Berfungsi sebagai bangunan komersil • Penerapan arsitektur modern zaman sekarang yang sesuai dengan standard bangunan Dealer KIA • Penerapan arsitektur metal & kaca
<p>KRITERIA LOKASI</p> <p>Lokasi untuk bangunan Showroom & bengkel mobil KIA berada pada BWK perdagangan dan jasa</p> <p>PENGGUNAAN LAHAN</p> <p>Tata guna lahan untuk wilayah pengembangan perdagangan & jasa</p> <p>ALTERNATIF LOKASI</p> <p>Beberapa alternatif pilihan lokasi bangunan yang memenuhi persyaratan lokasi dan tata guna lahan</p>	⇒	<p>PEMILIHAN LOKASI</p> <p>Disesuaikan dengan tata guna lahan bangunan perdagangan dan jasa dan persyaratan bangunan setempat sesuai dengan RTRW</p> <p>PEMBOBOTAN DAN PENILAIAN</p> <p>Pembobotan dan penilaian lahan untuk menentukan lokasi bangunan berdasarkan persyaratan yang harus dipenuhi</p>	LOKASI TERPILIH
<p>KEBUTUHAN LUAS TAPAK</p> <p>hasil perhitungan kebutuhan luas tapak</p> <p>KRITERIA TAPAK</p> <p>persyaratan tapak meliputi KDB, KLB, GSB, ketinggian maksimum bangunan, dll</p> <p>ALTERNATIF TAPAK</p> <p>beberapa alternatif pilihan tapak yang memenuhi persyaratan pemilihan tapak</p>	⇒	<p>PEMILIHAN TAPAK</p> <p>(memenuhi kebutuhan luas tapak dan persyaratan tapak bangunan Showroom & bengkel mobil KIA</p> <p>PEMBOBOTAN DAN PENILAIAN</p> <p>Pembobotan dan penilaian tapak untuk menentukan tapak bangunan berdasarkan persyaratan yang harus dipenuhi</p>	TAPAK TERPILIH



DESAIN GRAFIS

