

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Pengadaan Proyek

Mobil merupakan alat transportasi hasil teknologi yang mendukung pergerakan manusia. Pada awalnya fungsi mobil hanya sebagai alat bantu perpindahan manusia dari satu tempat ke tempat lain. Namun seiring dengan berkembangnya jaman dan kemajuan teknologi, mobilpun mengalami perkembangan baik dari segi jenis maupun fungsi. Perkembangan dari segi jenis dapat terlihat dari banyaknya jenis mobil yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masing-masing pengguna, seperti misalnya mobil jenis sedan, minibus, *Sport Utilization Vehicle* (SUV) dan lain sebagainya. Mobil dari masing-masing jenis itu pun selalu berkembang yang umumnya merupakan penyempurnaan dan peningkatan kualitas dari tipe-tipe terdahulu yaitu antara lain dalam hal akselerasi (kecepatan), tingkat kenyamanan, tingkat keselamatan dan penyempurnaan desain. Sedangkan perkembangan fungsi yang dimaksud adalah dari sekedar alat bantu berpindahnya manusia, mobil telah berkembang menjadi alat olahraga (off road, lomba balap) dan pameran (antik atau modifikasi) yang cenderung ke arah hobi atau kesenangan. Perkembangan yang terus berlanjut tersebut menuntut pula peningkatan dalam segi penyediaan fasilitas yang mampu mendukung kegiatan di dalamnya. Seperti misalnya masyarakat yang mempunyai hobi

modifikasi, tentunya sangat membutuhkan informasi-informasi seputar perkembangan produk otomotif termasuk produk asesoris.

Perkembangan pasar otomotif saat ini menunjukkan adanya harapan bagi pelaku bisnis nasional untuk menjangkau pasar yang luas. Yogyakarta memiliki peluang yang cukup bagus dalam mengembangkan bisnis otomotif. Hal tersebut ditandai dengan meningkatnya jumlah kendaraan bermotor di Yogyakarta dari tahun ke tahun.

Kegiatan promosi otomotif, dalam hal ini mobil, paling banyak dilakukan di *dealer* Agen Tunggal Pemegang Merk (ATPM) selaku pemegang lisensi pemasaran dan *after sales* kendaraan yang hanya melayani merk di bawah naungannya. Selain ATPM, kegiatan promosi juga dilakukan dalam bentuk pameran otomotif bersama (umum). Kegiatan ini sangat diminati pengunjung karena pada kesempatan tersebut pengunjung dapat secara langsung melakukan perbandingan antar merk mobil serta mendapatkan informasi seputar otomobil yang *up to date*. Tetapi sayang, pameran otomotif di Yogyakarta masih terhitung jarang apabila dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya. Berikut tabel perbandingan prosentase penyelenggaraan pameran di beberapa kota besar di Pulau Jawa :

Tabel 1.1.  
Perbandingan Penyelenggaraan Pameran Otomotif  
Di Kota-kota Besar di Pulau Jawa

| NO | NAMA KOTA  | PERBANDINGAN (%) |
|----|------------|------------------|
| 1  | Jakarta    | 42,31            |
| 2  | Surabaya   | 17,39            |
| 3  | Bandung    | 14,18            |
| 4  | Semarang   | 11,19            |
| 5  | Yogyakarta | 9,46             |
| 6  | Solo       | 5,46             |

Sumber: PT Medcom Ciptakreasi, 2003

Jumlah kendaraan di Yogyakarta dari tahun 1998 sampai dengan tahun 2002 mengalami pertambahan yang pesat. Sedan, station wagon, jeep dan pickup terus menerus mengalami kenaikan, otobus juga mengalami kenaikan kecuali di tahun 2002 hal ini juga dialami oleh kendaraan jenis truk di tahun 1999. Kendaraan jenis ambulans mengalami kenaikan dari tahun 1998 sampai tahun 2000 sedangkan tahun 2001 dan 2002 mengalami penurunan. Sepeda motor juga mengalami kenaikan, hanya pada tahun 1999 terjadi penurunan, sedangkan skuter mengalami kenaikan dan penurunan di setiap tahunnya, tangki dan sepeda kumbang mengalami penurunan di setiap tahunnya.

Fasilitas layanan otomobil di Yogyakarta hingga saat ini masih kurang dapat memenuhi keinginan masyarakat sebagai konsumen, yaitu dalam hal memperoleh informasi yang variatif seputar dunia otomobil. Fasilitas yang ada umumnya hanya menampung merk-merk tertentu dari agen tunggalnya. Kondisi tersebut ditambah dengan lokasi yang menyebar (tidak berada pada satu perwilayahan khusus) sehingga dari sisi pencapaian

menyulitkan konsumen untuk segera mendapatkan informasi yang kompetitif atas kebutuhannya terhadap informasi otomobil.

Fasilitas layanan otomobil pada umumnya merupakan tempat yang menyediakan kebutuhan akan dan bagi mobil yang meliputi kegiatan promosi jual-beli dan kegiatan perbaikan serta perawatan (bengkel). Untuk mendukung kegiatan utama tersebut, dibutuhkan area *test drive* yang menyediakan ruang uji coba, baik untuk mobil yang baru diperbaiki maupun mobil yang akan dibeli. Pengenalan secara langsung terhadap produk yang ditawarkan dengan cara uji coba merupakan kegiatan yang sangat mendukung promosi karena calon konsumen dapat merasakan langsung keunggulan produk yang ditawarkan. Dengan adanya fasilitas *test drive*, calon konsumen dapat memperoleh suatu pengalaman baru tentang produk yang dicobanya dengan suasana yang lebih nyaman, aman, dan terjamin keprivasiannya. Selama ini pengujian mobil umumnya dilakukan di jalan raya. Hal ini tentu saja mengurangi kenyamanan baik bagi konsumen maupun pengguna jalan raya.

Fasilitas layanan otomobil yang banyak diminati konsumen saat ini adalah bengkel modifikasi. Kegiatan modifikasi ini dapat berupa modifikasi untuk menambah kemampuan mobil, untuk penampilan, atau keduanya. Pemodelasian dalam hal kemampuan mobil membutuhkan area dalam bentuk sirkuit untuk menguji coba kemampuan baru, sedangkan pemodelasian penampilan lebih membutuhkan ruang pameran sebagai tempat memamerkan hasil modifikasi masing-masing mobil.

Mengingat tidak tersedianya fasilitas layanan otomobil di Yogyakarta yang mampu memudahhi berbagai kegiatan dan kebutuhan seputar mobil, maka dibutuhkan suatu sarana terpadu yang mampu memberikan fasilitas pelayanan umum seperti bengkel perbaikan dan perawatan, ruang pameran, toko asesoris; serta fasilitas pelayanan khusus yang berupa bengkel modifikasi, dimana kedua fasilitas pelayanan tersebut dilengkapi dengan fasilitas uji coba atau *test drive*.

## 1.2. Latar Belakang Permasalahan

Bentuk dan tampilan bangunan-bangunan layanan otomobil yang ada (seperti misalnya *dealer/showroom*) masih sederhana, umum (biasa) dan formal sehingga memberi kesan kaku dan tidak kurang berkembang. Sebuah fasilitas komersial, tampilan dan tata ruang menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan untuk menarik konsumen. Sebuah fasilitas komersial sebaiknya mampu memberikan kesan pertama yang bersifat mengundang atau mengajak konsumen.

Fasilitas terpadu, dimana didalamnya terdapat beberapa fungsi ruang yang berbeda, sudah selayaknya tertata berkesinambungan sehingga antara fungsi ruang yang satu dengan yang lain dapat saling menunjang untuk mencapai kenyamanan dan kemudahan, baik bagi pengunjung maupun pengelola.

### **1.3. Rumusan Permasalahan**

Bagaimana wujud rancangan *Automobile Station* di Yogyakarta sebagai sebuah fasilitas layanan otomobil terpadu yang bersifat mengundang melalui pengolahan bentuk dan tampilan bangunan serta pengolahan tata ruang.

### **1.4. Tujuan dan Sasaran**

#### **1.4.1. Tujuan**

Terwujudnya rancangan *Automobile Station* sebagai fasilitas layanan otomotif pertama di Yogyakarta dalam upaya memberikan kenyamanan dan kepuasan konsumen baik dalam mengembangkan hobi maupun dalam memenuhi kebutuhan prasarana mobil.

#### **1.4.2. Sasaran**

Adapun sasaran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penyediaan fasilitas kegiatan promosi, perdagangan, perbaikan dan modifikasi mobil serta fasilitas pendukungnya
2. Pengolahan bentuk dan tampilan bangunan yang mampu mencerminkan karakter bangunan fasilitas otomobil
3. Pengolahan tata ruang yang mampu menciptakan kenyamanan dan kesinambungan antar fungsi ruang yang berbeda

### 1.5. Lingkup Pembahasan

Pembahasan materi dibatasi pada lingkup arsitektural yang berkaitan dengan tujuan merancang *Automobile Station* dengan permasalahan dan sasaran yang hendak dicapai.

### 1.6. Metode Pembahasan

Metode yang dipakai untuk pembahasan adalah sebagai berikut :

1. Pengamatan lapangan langsung dan mencatat tempat-tempat yang dapat menjadi pertimbangan dalam rancangan desain serta potensi dan masalah yang ada di *site* dan lingkungan *site*.
2. Studi literatur dan pengumpulan data yang berkaitan dengan pengadaan proyek sebagai bahan analisis pemecahan masalah serta pendekatan terhadap proses perencanaan dan perancangan.

### 1.7. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penulisan tugas akhir ini meliputi 5 bab, yang masing-masing bab dirinci dalam sub bab yaitu :

#### BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang pengadaan proyek, latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan, metode pembahasan dan sistematika pembahasan.

**BAB II : TINJAUAN UMUM FASILITAS LAYANAN OTOMOTIF**

Berisi tentang pengertian umum, klasifikasi, sistem pelayanan kegiatan, tujuan dan manfaat serta kelembagaan fasilitas layanan otomotif.

**BAB III : TINJAUAN DIY DAN PERKEMBANGAN OTOMOTIF DI YOGYAKARTA**

Berisi perkembangan otomotif dan tinjauan umum Daerah Istimewa Yogyakarta, serta tinjauan lokasi.

**BAB IV : ANALISIS PERENCANAAN DAN PERANCANGAN *AUTOMOBILE STATION* DI YOGYAKARTA**

Berisi tentang analisis tapak, analisis zoning, analisis program ruang, analisis penerapan komunikatif ke dalam bangunan, analisis kenyamanan pengunjung, analisis struktur dan utilitas.

**BAB V : KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN *AUTOMOBILE STATION* DI YOGYAKARTA**

Berisi tentang konsep dasar perencanaan dan perancangan yang merupakan hasil dari analisis dan pendekatan pada bab sebelumnya yang digunakan sebagai acuan perwujudan fisik *Automobile Station* di Yogyakarta.