

BAB II

TINJAUAN UMUM MENGENAI OTOMOTIF DAN SHOWROOM

II.1. OTOMOTIF SEBAGAI SARANA TRANSPORTASI

Transportasi baik terhadap manusia maupun barang dapat dilakukan melalui darat, laut dan udara. Ketiganya sampai saat ini masih dilakukan dengan masing-masing mempunyai sarana-sarana tersendiri dan berbeda-beda menurut kegunaan dan karakteristik media yang dipakai.

Transportasi darat merupakan kegiatan manusia yang tertua, mengingat manusia adalah makhluk darat yang selalu membutuhkan komunikasi dan gerak dari satu tempat ke tempat lain. Pada mulanya sarana transportasi darat adalah hewan, kemudian sebagai hasil pikiran dan kerja manusia digunakan berbagai macam kereta.

Kemajuan teknologi dan peradaban menjadi titik tolak penemuan dari penggerak mekanis (sepeda) sampai dengan penggerak motor (sebagai tenaga penggerak).

Saat ini terdapat bermacam-macam otomotif dipandang dari segi kegunaannya dan ekonomisnya, yaitu:

- a. Motorcycle (sepeda motor)
- b. Kendaraan beroda tiga (bemo, heli cak dsb)
- c. Mobil (beroda 4/lebih)

Sedangkan macam-macam mobil adalah sebagai berikut:¹⁰

1. Automobile

- a. Sedan
- b. Hardtop
- c. Station wagon
- d. Sport car

¹⁰Automotive Fundamentals, karya Boddel

2. Commercial car

Biasanya dipakai untuk penumpang regular dengan chassis standart dan kecil

- a. *Pick-up* : box rendah terbuka
- b. *Express* : lebih besar dari pick-up, body diatas sub frame
- c. *Sedan delivery* : tertutup
- d. *Ambulance* : sedan delivery dengan interior khusus
- e. *Panel delivery* : sedan delivery untuk angkutan/package

3. Truck

Kendaraan yang dirancang khusus untuk mengangkut jumlah atau beban lain seperti cargo melalui jalan bebas hambatan.

- a. *Pick-up*: lebih berat dan kasar konstruksi daripada pick-up
- b. *Stake*: mempunyai gate plat form dengan pagar disekelilingnya.
- c. *Plat Form*: plat form yang rigid, sederhana dan kuat untuk barang-barang berat.
- d. *Van*: tertutup, untuk barang-barang yang terlindung.
- e. *Dump*: mempunyai box besar, terbuka, pintu lebar dibelakang dan bisa dimiringkan biasa untuk alat pembuang.

4. Buses.

Dipakai untuk transportasi umum dan biasanya juga dipakai oleh beberapa organisasi semi umum seperti, sekolah, bisnis, resort, golf, kursus dan sebagainya.

- a. *Intercity buses*:
 - mesin dibelakang
 - tempat duduk bisa disetel

- kapasitas ± 50 orang
 - ada tempat barang
 - lantai tinggi
- b. *City sub urban buses*
- kapasitas ± 30 orang
 - tidak ada tempat barang
 - lantai rendah
- c. *Special buses*

- bermacam-macam model dan bentuk

Pembagian otomotif secara sederhana adalah sebagai berikut:

1. Mobil pribadi/mobil penumpang/sedan
2. Mobil general purpose/serbaguna/jeep
3. Mobil umum/komersial
 - a. angkutan barang : truk, pick-up
 - b. angkutan orang : bus, minibus

II.2. Pengertian Umum

II.2.1. Showroom

Secara struktural "showroom" terdiri dari dua suku kata yaitu "show" dan "room", yang mempunyai pengertian *ruang pameran* atau *ruang pajangan*¹¹. Sedangkan dalam tugas akhir ini showroom ini mempunyai batasan sebagai ruang pameran yang dapat mewadahi kegiatan jual-beli mobil baru maupun bekas, bengkel, modifikasi, ajang promosi terhadap mobil Toyota.

¹¹ Kamus Inggris-Indonesia, John M. Echols dan Hassan Shadily terbitan Gramedia-Jakarta

II.2.2. Promosi

Promosi ini selalu berkaitan dengan masalah penjualan (berhubungan dengan hal yang memajukan)¹². Adapun definisi promosi adalah¹³:

Kegiatan pemasaran yang mendorong efektifitas pembelian konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat-alat/media seperti peragaan, pameran, demonstrasi dan sebagainya.

II.2.3. Jual-beli

Adapun batasan dari aktifitas jual-beli adalah *Proses negosiasi antara pihak penjual dengan pihak pembeli dalam mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan atau ditawarkan.*

II.2.4. Perbengkelan

Adapun batasan dari aktifitas perbengkelan adalah *Proses menjual jasa yang bersifat teknis dengan tujuan memberikan pelayanan service kepada klien ataupun customer.*

II.2.5. Modifikasi

Adapun batasan dari aktifitas modifikasi adalah *Proses perubahan dari suatu wujud yang standart menjadi wujud yang diinginkan oleh klien.*

II.2.6. Test drive

Adapun definisi dari aktivitas test drive¹⁴ adalah

¹² ibid

¹³ Azas-azas Marketing, Drs. Basu Swastha DH.

¹⁴ Kamus Inggris – Indonesia, John M. Echols dan Hassan Shadily terbitan Gramedia-Jakarta

Proses menjalankan dari percobaan (kegiatan percobaan).

II.3. Aktifitas di dalam Showroom

II.3.1. Promosi/pameran

Kegiatan ini dilakukan pada saat produsen dalam hal ini Toyota meluncurkan produknya yang terbaru. Dalam kegiatan ini pihak dealer biasa menggunakan kata "Launching" pada saat meluncurkan produk baru tersebut. Disini pihak main dealer mengundang klien ataupun pelanggan sebagai pasar produktifnya dan juga publik. Tentu saja launching ini bertujuan untuk mengenalkan produk baru tersebut dan juga nantinya kegiatan ini dapat meningkatkan penjualan produknya (Toyota).

II.3.2. Kegiatan jual-beli

Kegiatan ini dapat berlangsung bilamana terdapat pedagang yang menawarkan barang dan pembeli sebagai klien. Adapun pedagang disini adalah pihak main dealer dan konsumen sebagai pemakai produk. Aktifitas ini berlangsung bilamana antara konsumen sudah pas dan tinggal mengadakan negosiasi dengan pihak main dealer (sales representatif)

II.3.3. Kegiatan perbengkelan

Kegiatan ini disebut juga pelayanan servis yaitu sebagai wujud dari usaha untuk melayani konsumen sebagaimana persyaratan dari ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merek) bahwa setia main dealer diharuskan mempunyai fasilitas yang lengkap termasuk didalamnya adalah perbengkelan. Kegiatan ini untuk

menampung konsumen yang memakai kendaraan merek Toyota (after sales service). Dan kegiatan ini merupakan lahan yang dapat mendatangkan peningkatan pendapatan bagi pihak main dealer.

II.3.4. Kegiatan Administratif

Untuk melancarkan mengenai finansial dan menunjang ketertiban pembukuan maka perlu adanya bidang administrasi. Karena hal ini sangat penting bagi keberadaan perusahaan dimana penjualan mobil adalah penjualan dengan finansial yang tidak sedikit.

II.4. Fasilitas Penunjang di dalam Showroom

Selain memperjual-belikan mobil, suatu showroom juga menyediakan fasilitas jasa lainnya tentu saja yang berkaitan dengan dunia otomotif. Fasilitas itu adalah :

a. Counter Spare-part (onderdil)

Sebagai tempat penjualan spare-part/onderdil kendaraan Toyota dan spare part ini ditanggung original karena pihak main dealer sudah mendapatkan lisensinya dari TAM.

b. Tempat Modifikasi/Accessoris/stylist car

Sebagai sarana untuk mempercantik dan menambah performa dari mobil. Khususnya Kit-kit yang dapat diaplikasikan pada mobil-mobil Toyota misalnya TRD (Toyota Racing Development) untuk kit mesin dan sebagainya.

c. Test Drive

Sebagai sarana untuk uji coba kendaraan agar pihak konsumen merasa puas dengan kendaraan yang akan

dibelinya, dan juga untuk pihak main dealer untuk mengantisipasi tindak kriminal (melarikan kendaraan bila diuji coba di jalan raya).

II.5. Sistem Promosi

II.5.1. Tujuan Promosi Penjualan

Promosi penjualan kepada konsumen dapat dilakukan untuk mendapatkan orang yang bersedia memakai produk baru, dan untuk meningkatkan penjualan.

Untuk memberitahu konsumen, pihak main dealer dapat menyediakan brosur, mengadakan "launching" dan jasa konsultasi. Sedangkan untuk mendorong agar konsumen tertarik maka main dealer dapat memberikan hadiah langsung yang biasanya melalui media pers ataupun leaflet.

II.5.2. Teknis promosi di dalam Showroom

Untuk memperkenalkan produk baru agar lebih diketahui oleh masyarakat luas dalam hal ini pihak konsumen ataupun pihak pembeli, main dealer melakukan berbagai cara dalam berpromosi, yaitu antara lain:

a. Personal Selling

Melalui salesman ataupun salesgirl dengan cara pendekatan individual.

b. Advertising

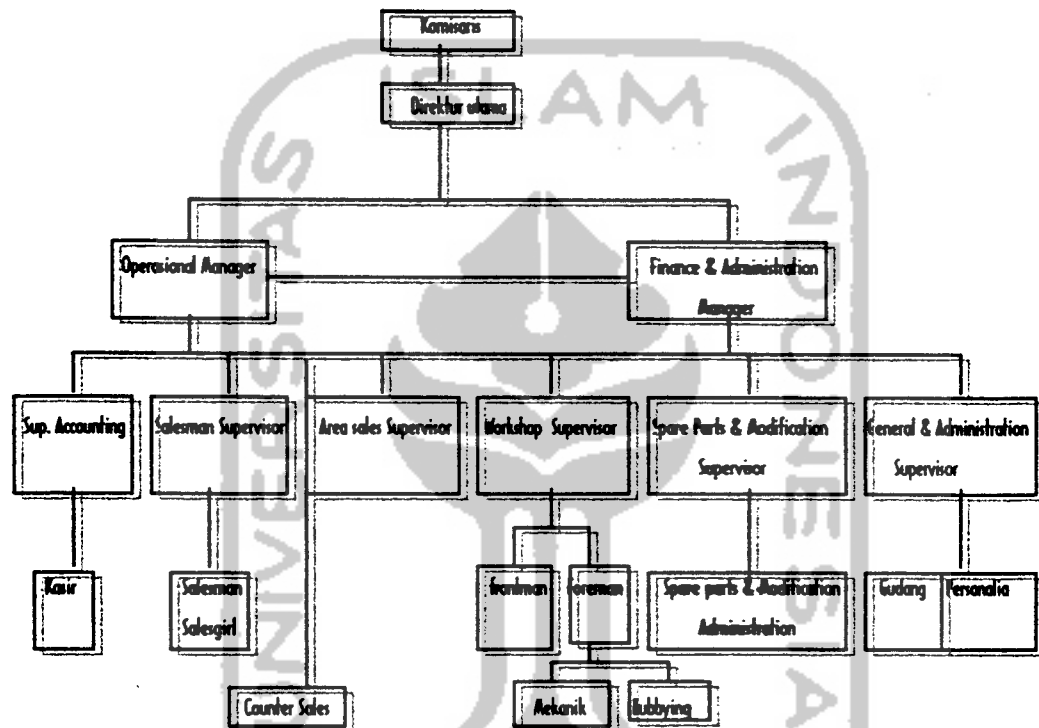
Sistim berpromosi dengan menggunakan media-media sebagai alat untuk berkomunikasi dengan masyarakat atau konsumen. Misalnya dengan jalan membuat baliho-baliho, melalui jasa pers selebaran dan sebagainya.

c. Sales promotion

Sistem promosi dengan mengadakan pameran (launching/peluncuran perdana) baik berupa demo maupun test drive.

II.6. Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.1. Struktur Organisasi



Perusahaan ini nantinya dalam bentuk/berbadan hukum Perseroan Terbatas, yang mempunyai jumlah personilnya sebagai berikut:

- | | |
|----------------------------|-----------|
| 1. Komisaris | : 3 orang |
| 2. Direktur utama | : 1 orang |
| 3. Manager Operasional | : 1 orang |
| 4. Manager keuangan | : 1 orang |
| 5. Manager administrasi | : 1 orang |
| 6. Supervisor umum | : 1 orang |
| 7. Supervisor administrasi | : 1 orang |

7. Staf administrasi	: 5 orang
8. Supervisor spare-parts & modifikasi	: 1 orang
9. Supervisor bengkel	: 1 orang
10. Supervisor area sales	: 1 orang
11. Supervisor salesman	: 1 orang
12. Supervisor Accounting	: 1 orang
13. Frontman	: 2 orang
14. Foreman	: 1 orang
15. Resepsionis bengkel	: 2 orang
16. Resepsionis modifikasi	: 1 orang
17. Mekanik	: 8 orang
18. Assisten mekanik	: 3 orang
19. Supervisor kredit	: 1 orang
20. Bagian Kredit	: 3 orang
21. Debt. Kolektor	: 2 orang
22. Kasir	: 2 orang
23. Accounting	: 2 orang
24. Counter sales	: 2 orang
25. Salesman	: 2 orang
26. Gudang	: 2 orang
27. Keamanan	: 4 orang
28. Personalia	: 2 orang
<hr/>	
jumlah	: 58 orang

Jadi jumlah keseluruhan dari staf direksi dan karyawan ada 58 orang.

II.7. Pemasaran/Marketing

Main dealer ini nantinya akan memiliki aktifitas, yaitu:

- a. Penjualan kendaraan bermotor/mobil merek Toyota
- b. Penjualan suku cadang asli untuk kendaraan merek Toyota

- c. Perbengkelan kendaraan merek Toyota, yang merupakan bengkel resmi/ berlisensi dari PT. Toyota Astra Motor.
- d. Usaha modifikasi, yang merupakan pengembangan usaha dari PT. Toyota Astra Motor.

II.8. Produk keluaran dari Toyota

Adapun produk keluaran dari Toyota adalah:

1. Sedan Starlet
2. Sedan Corolla
3. Sedan Corona
4. Sedan Crown
5. Toyota Kijang Pick-up dengan bak dek (bensin & solar)
6. Toyota Kijang Minibus Standart Chassis pendek (bensin & solar)
7. Toyota kijang Minibus standart chassis panjang (bensin & solar)
8. Toyota Kijang Minibus SSX (bensin & solar)
9. Toyota Kijang minibus LSX (bensin & solar)
10. Jeep Land Cruiser versi standart
11. Jeep Land Cruiser versi turbo
12. Truk Toyota Dyna

II.9. Aktifitas Showroom yang diwadahi

Pada Showroom Otomotif ini, secara garis besar akan mewadahi 5 aktivitas utama, yaitu:

1. Aktivitas Ruang pameran/Showroom

Adalah kegiatan yang berlangsung sebagai media ruang pameran/memperlihatkan hasil produk Toyota. Juga menampung aktivitas dari produk terbaru dari Toyota atau main dealer mengadakan Launching Mobil baru sehingga dapat menarik pengunjung.

2. Aktivitas Jual- beli/Marketing

Adalah kegiatan utama dari aktivitas Showrrom dimana showroom merupakan suatu sisi komersial sehingga mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan dengan adanya transaksi dari pembelian mobil produk Toyota.

3. Aktivitas perbengkelan/Service

Adalah Kegiatan yang sifatnya teknis dan menunjang keberadaan Showroom. Kegiatan ini mencakup perbaikan-perbaikan terhadap mobil produk Toyota dan mempersiapkan mobil yang sudah laku.

4. Aktivitas Modifikasi

Adalah kegiatan yang bersifat untuk mempercantik mobil dan menambah performance dari mesin mobil khususnya produk Toyota. Dikarenakan munculnya trend bahwa dari setiap ATPM mengeluarkan kit-kit khusus yang bisa dipasang pada produk Toyota.

5. Aktivitas Test Drive

Adalah kegiatan untuk ujicoba kendaraan agar konsumen merasa mantap.

6. Aktivitas Administrasi

Adalah kegiatan yang penunjang dari segala aktivitas yang menyangkut masalah operasional perusahaan dalam showroom.

II.10. Tinjauan Showroom Otomotif

II.10.1. Sebagai Wadah kegiatan Pelayanan

1. Pengertian

Showroom merupakan wadah aktifitas yang memberi pelayanan kepada publik, customer, pelanggan yang menginginkan jasa atau juga informasi mengenai otomotif.

2. Fungsi

Memberikan pelayanan kepada publik dalam bidang penjualan, service dan modifikasi (perawatan dan perbaikan mobil).

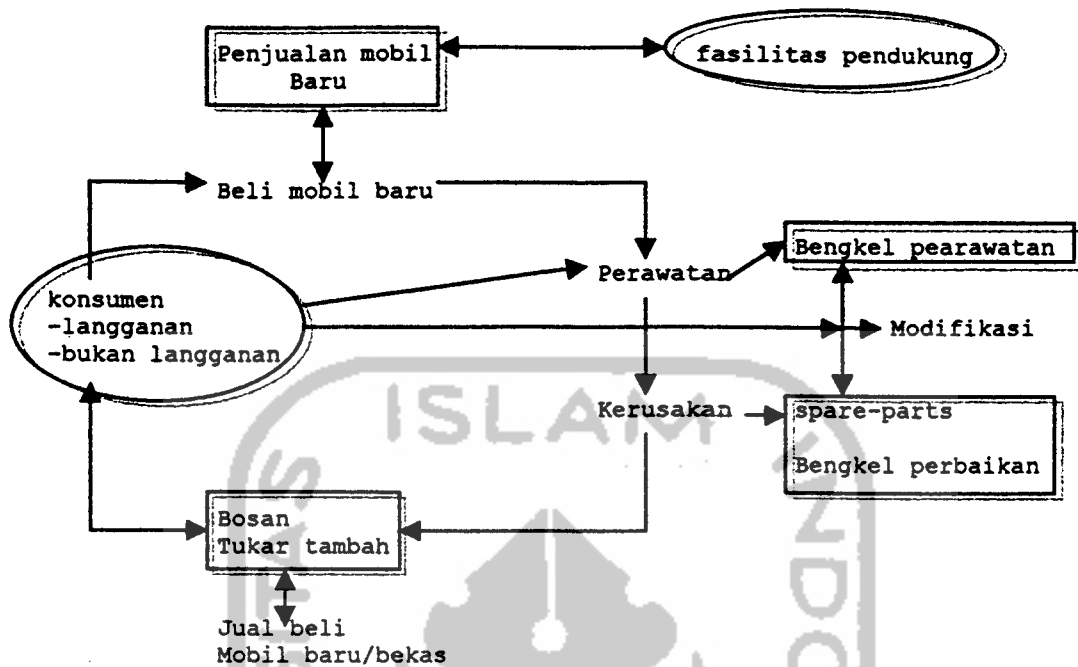
3. Tujuan Fungsional

Memberikan pelayanan kepada konsumen dalam penjualan dan pemeliharaan sehingga memberikan keuntungan finansial.

4. Tinjauan Kegiatan

- a. Sebagai suatu bangunan komersial yang melakukan kegiatan penjualan dan berhubungan dengan customer dengan orientasi harus mengutamakan kenyamanan pelanggan, dalam arti memberikan kemudahan/pelayanan yang lengkap.
- b. Sesuai dengan persyaratan ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merek), bahwa setiap main dealer diharuskan mempunyai fasilitas yang lengkap.

Gambar 2.2.
Skema Pola kegiatan



5. Tinjauan Unsur pelaku

- a. Konsumen/masyarakat sebagai pengunjung/tamu
 - Pelayanan service : cepat dan baik
 - Sekedar melihat : mobil yang dipromosikan
 - Tindak lanjut membeli mobil baru
- b. Mobil sebagai obyek amatan/materi pameran/materi servis.
- c. Karyawan/staf direksi sebagai pengelola
- d. Teknisi mekanik sebagai pekerja bengkel dan modifikasi asesoris.

II.10.2. Program Kegiatan

1. Kegiatan Pelayanan Umum
 - a. kegiatan pengenalan produk/Pameran
 - pemberian informasi kepada pengunjung
 - memamerkan produk/materi (mobil) yang dijual

- memperkenalkan produk-produk baru
- b. kegiatan bengkel
 - Kegiatan penerimaan perbaikan kerusakan mobil
 - Kegiatan menerima pemeliharaan mobil
 - Penerimaan kegiatan perawatan berkala/rutinitas mobil.
- c. kegiatan modifikasi
 - Kegiatan menerima pemasangan asesoris mobil.
 - Kegiatan menerima konsultasi dari klien perihal modifikasi terhadap kendaraannya.
- d. kegiatan negosiasi/transaksi
 - pengamatan terhadap materi yang dijual
 - kegiatan pemasaran/penawaran
 - kegiatan jual-beli
- 2. Kegiatan pengelolaan
- a. Kegiatan Administrasi
 - Kegiatan menerima tamu/pelanggan/klien
 - Kegiatan pembukuan
 - Kegiatan Finansial
 - Personalia
- b. Kegiatan Operasional
 - kegiatan penerimaan stock mobil
 - penerimaan mobil yang akan diservis
 - pengecekan stock mobil
 - pengecekan mobil yang akan keluar/mobil yang telah terjual

- persiapan launching mobil

3. Kegiatan servis umum

a. Kegiatan pelayanan umum

- Kegiatan rumah tangga perusahaan
- Penyediaan sarana umum (km, wc, lavatory)

b. Kegiatan pemeliharaan/pelayanan intern

- perbaikan/pemeliharaan bangunan
- security
- utilitas

II.10.3. Pola Kegiatan

1. Konsumen

a. Pengunjung (Konsumen)

- Datang
- Melihat materi pameran
- Menanyakan informasi perihal materi yang dipamerkan
- Mengadakan pengamatan secara mendetail
- Mengambil keputusan
- Negosiasi harga → transaksi

b. Pengunjung Bengkel

- Datang membawa obyek perbaikan
- Mendaftarkan kendaraannya di counter servis
- Menyerahkan pada foreman
- Menunggu atau mengamati proses perbaikan (bila kerusakan tidak fatal) atau meninggalkan Bengkel (kerusakan berat dan membutuhkan waktu lebih dari satu hari)
- Membayar sesuai dengan kerusakan kendaraan

- Keluar, membawa kendaraan.

c. Pengunjung Asesoris/modifikasi

- Datang membawa kendaraan
- Menanyakan kit-kit yang dibutuhkan
- Negosiasi harga
- Ambil keputusan
- Pemasangan dilakukan
- Pembayaran
- Keluar, membawa kendaraan

2. Materi pameran/materi servis

a. Mobil yang dijual

- Datang dari main dealer pusat
- Pengecekan register kendaraan
- Pengecekan mesin di bagian bengkel
- Pencucian kendaraan
- Masuk stok barang atau masuk ruang pameran

b. Mobil yang akan diservis

- datang
- pengecekan kerusakan oleh service frontman
- Penindaklanjutan kerusakan oleh mekanik
- Selesai
- Diambil oleh pemilik
- Keluar

c. Mobil yang akan dimodifikasi

- datang
- pemasangan kit yang akan dipasang

- selesai, keluar dari modifikasi

3. Pengelola (staf/karyawan dan direksi)

a. staf dan direksi

- datang
- memarkirkan kendaraan ditempat parkir pengelola
- menuju keruangan masing-masing
- menyiapkan materi yang akan dikerjakan
- menerima tamu/order
- melayani konsumen/klien/pelanggan
- mengerjakan pembukuan/administrasi
- istirahat
- pulang

b. teknisi/mekanik

- datang
- menuju tempat ganti pakaian
- mempersiapkan peralatan kerja
- menerima order dari kepala mekanik
- mengerjakan order
- mengganti spare parts bila perlu
- test drive mobil yang telah selesai
- menyerahkan mobil kepada kepala mekanik

c. bagian service umum dan security

- datang
- mempersiapkan keperluan staf kantor dan mekanik
- membersihkan bangunan
- menjaga keamanan lingkungan bangunan

II.10.4. Persyaratan Ruang disesuaikan dengan jenis kegiatan.

1. Front office (informasi)

- a. Tempat pertama pengunjung mencari informasi sehingga tempat harus mudah dilihat.
- b. Ruang gerak staf harus memungkinkan berkomunikasi dengan pengunjung secara lisan.

2. Showroom/Pameran dan Promosi

- a. Teknik penempatan materi (mobil) yang tetap semaksimal mungkin dapat menarik pengunjung (atraktif).
- b. Ada tempat untuk sign (spanduk, umbul-umbul)
- c. Penataan lighting yang cukup khususnya untuk mobil yang dipamerkan.
- d. Materi yang dipamerkan harus bisa dinikmati oleh seluruh pengunjung.
- e. Adanya kejelasan sirkulasi
- f. Sirkulasi udara yang baik

3. Kegiatan Jual Beli

- a. Kemudahan interaksi antara penjual dan pembeli
- b. Penataan materi tidak mengganggu sirkulasi untuk pengamatan
- c. Pengkondisian udara yang lancar

4. Administrasi

- a. Sifat kegiatannya membutuhkan ruang gerak yang cukup besar.
- b. Sifat dan macam kegiatannya *statis* yaitu:
 - tetap dan tidak berubah-ubah

- lebih banyak bekerja secara individu

II.10.5. Hal-hal yang penting dalam suatu showroom

1. Site

Site merupakan faktor yang sangat dominan dalam kaitannya dengan pencapaian yang nantinya mempengaruhi juga terhadap customer yang akan datang.

Adapun dari site yang memungkinkan, setidaknya berorientasi dengan pemukiman dan bertempat di zone perdagangan dan pusat pelayanan publik. Karena kondisi ini memungkinkan untuk para pelanggan untuk lebih dekat dalam memeriksakan kendaraannya serta memungkinkan dalam pengembangannya.

2. Signase

Untuk memperjelas keberadaan sebuah showroom, perlu juga adanya "tanda" yaitu sign nama suatu showroom yang nantinya dapat menjadi trademark dari showroom tersebut. Kriteria dari signase tersebut antara lain:

- Berada di lingkungan showroom
- Dapat dilihat dari dua arah
- Adanya penerangan yang cukup
- Untuk memperoleh keindahan/mejadikannya sebuah trade mark maka dalam mendesain harus lain dari pada yang lain dalam hal ini dikaitkan dengan logo dan font Toyota yang sudah menjadi trade marknya.
- Dalam peletakannya jangan sampai menutupi fasade bangunan
- Sign jangan sampai mendominasi pada fasade bangunan, karena akan mengakibatkan kesan kotor dan mengurangi keindahan

3. Tuntutan Suasana

Showroom otomotif ini bergerak dalam bidang jasa yaitu sebagai wadah pameran mobil dan melayani konsumen akan jasa perbengkelan dan modifikasi.

Mobil itu sendiri mempunyai image sebagai barang mewah dan mempunyai prestige sendiri. Sehingga secara umum showroom otomotif ini harus bisa mendukung kegiatan operasional dan mendukung pameran mobil tanpa mengesampingkan faktor kenyamanan untuk para pengunjung dalam mengadakan transaksi jual-beli.

Sedangkan untuk ruang penunjang showroom, seperti administratif, pemasaran, bengkel dan modifikasi bentuk suasana ruangnya yang nonformal dan komunikatif.

4. Sirkulasi sebagai pengarah kegiatan yang ada

Alur sirkulasi dapat diartikan sebagai "tali" yang mengikat ruang-ruang satu bangunan atau suatu deretan ruang-ruang dalam maupun luar, menjadi saling berhubungan¹⁵. Pengertian lainnya adalah suatu type pergerakan melalui ruang adalah bentuk dari sirkulasi¹⁶. Jadi kesimpulan dari sirkulasi adalah suatu bentuk pergerakan dari satu tempat ketempat lain melalui suatu ruang.

1. Macam Sistem Sirkulasi

a. Sistem sirkulasi manusia

Untuk sistem sirkulasi manusia ini berpedoman pada gerak aktifitas pelaku kegiatan sesuai dengan kelompoknya.

¹⁵ Francis D.K. Ching, *Bentuk, Ruang dan Susunannya* hal 246

¹⁶ Kim W. Todd, *tapak ruang struktur*

b. Sistem Sirkulasi barang atau kendaraan

Sedangkan untuk sistem sirkulasi barang dalam hal ini kendaraan dikaitkan dengan jalur/tujuan kendaraan (sebagai materi pameran, bengkel atau modifikasi).

2. Karakter Sirkulasi

a. kemudahan pergerakan menggunakan barang atau alat

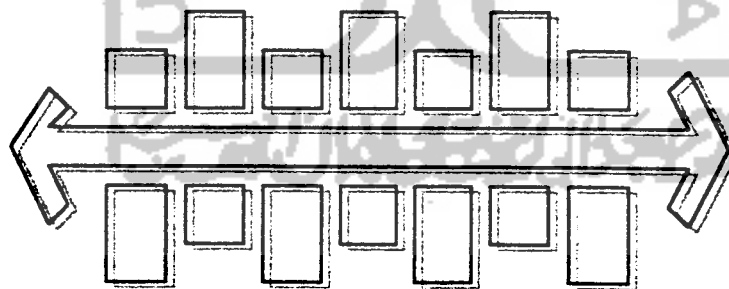
b. kelancaran pergerakan, kejelasan dari sirkulasi sesuai dengan hubungan kegiatan, serta besaran sirkulasi yang sesuai dengan kegiatan yang berlangsung.

c. Kesesuaian pergerakan dinamis dan fungsional.

3. Macam Sirkulasi atau Konfigurasi alur gerak

a. Linier

Suatu sirkulasi yang lurus dapat menjadi unsur pengorganisir yang utama untuk satu deretan ruang-ruang dan berkesinambungan. Kelemahan dari sirkulasi ini adalah bisa menimbulkan kepadatan.

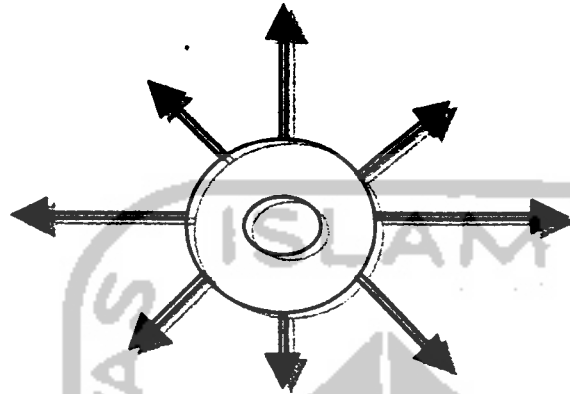


Gambar 2.3.
Circulation Linier

b. Radial

Bentuk sirkulasi yang berkembang dari atau berhenti pada sebuah titik pusat. Sistem ini

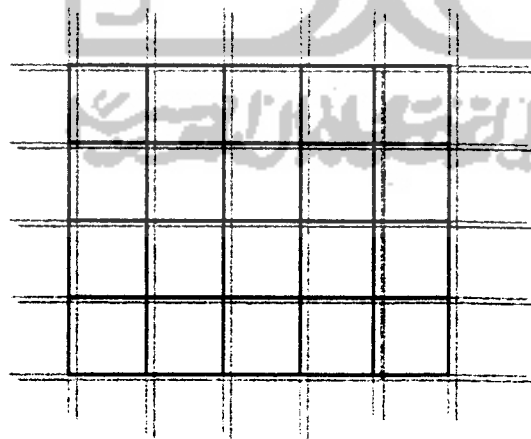
bersifat dominan , terstruktur. Sistem ini juga dapat menjadikan obyek sebagai point of interest (titik obyek).



Gambar 2.4
Circulation Radial

c. Grid

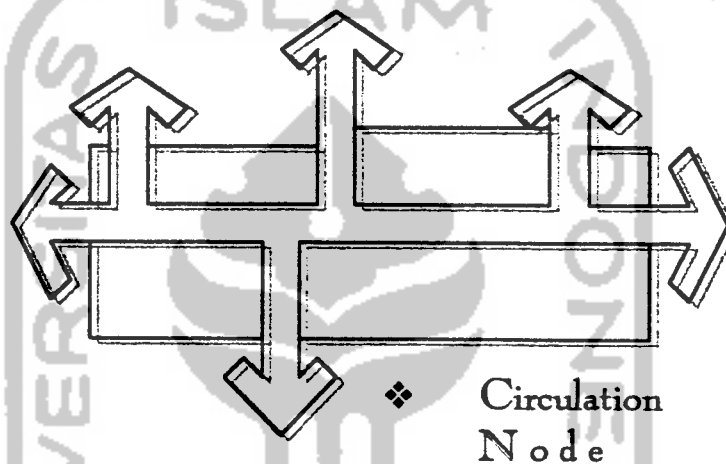
Sirkulasi yang sangat teratur dan pasti dan bebas kesegala arah yang berbeda-beda. Keuntungan adalah adanya keteraturan dalam pergerakan tetapi mengabaikan kondisi dan potensi alam.



Gambar 2.5.
Circulation Grid

c. Sirkulation node

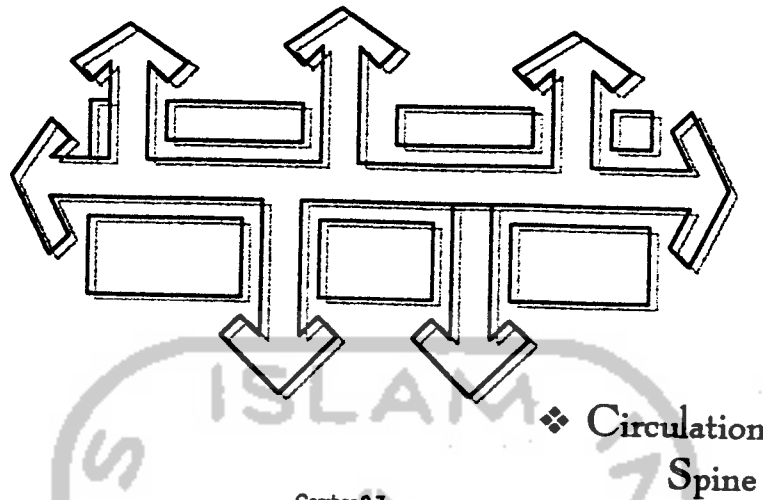
Adalah bentuk sirkulasi dengan perbedaan yang kurang jelas pada ruang dan jalan, banyak penggunaan jalan yang diperlebar didalam untuk pemakaian ruang-ruang terbuka. Keuntungannya adalah adanya ruang terbuka yang berfungsi sebagai pusat atau titik menuju tujuan, sedangkan kelemahannya adalah untuk pembagian jenis sirkulasi pelaku kurang jelas.



Gambar 2.6.

d. Sirkulation Spine

Merupakan bentuk sirkulasi yang berkesinambungan secara menyeluruh, tetapi tiap ruang mempunyai tujuan tersendiri. Biasanya dipergunakan pada struktur jalan. Keuntungan dari sistem ini adalah mempunyai tujuan utama yang jelas dengan tujuan kemasing obyek. Kelemahannya adalah sirkulasi utama terpisah oleh sirkulasi pendukung sehingga bukan merupakan kesatuan yang utuh.



Gambar 2.7.

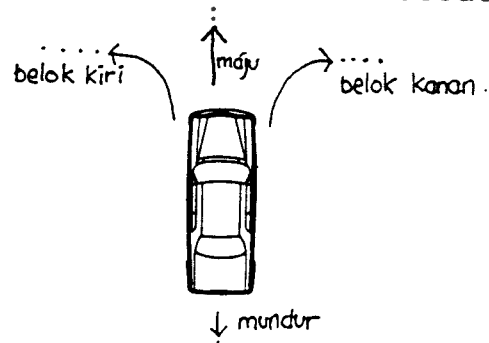
4. Sirkulasi Mobil

1. Standart Mobil

Untuk pola sirkulasi mobil standart ini yang dimaksud adalah ruang gerak untuk mobil. Adapun jenis ruang gerak yang dilakukan oleh mobil yaitu:

- Maju
- Mundur
- Belok kanan
- Belok kiri
- Memutar

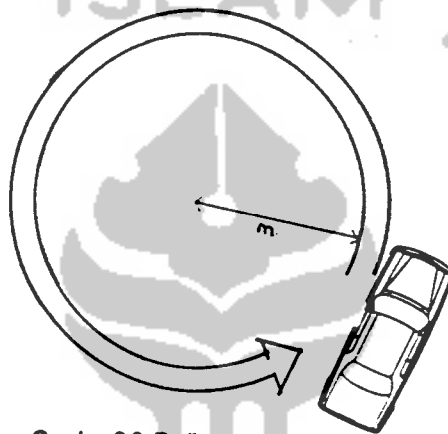
Kesemuanya itu disesuaikan dengan panjang, lebar dan radius putar dari kendaraan tersebut.



Gambar 2.8. Standart ruang gerak mobil

Tabel 2.1. standart radius putar

Jenis	Radius putar (m)
Sedan Starlet	4,3
Sedan Corolla	4,8
Sedan Corona	5,1
Kijang Short	4,4
Kijang Long	4,8
Land Cruiser	6,2
Truk Dyna (LD)	5,7
Truk Dyna(MD)	7



Gambar 2.9. Radius putar mobil

2. Parkir

Ruang parkir ini disesuaikan dengan jenis bangunan yang dibuat. Untuk kebutuhan parkir pada showroom, maka yang dibutuhkan adalah efisiensi tempat untuk menampung kendaraan yang akan parkir. Adapun ruang parkir ini ditentukan oleh:

- Entrance bangunan (jalan masuk)
- Jalan keluar

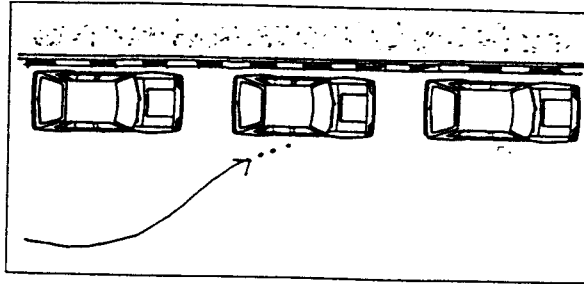
Jenis dari parkir ada beberapa macam yaitu:

a. parkir sejajar

parkir sejajar ini cenderung lebih banyak kerugiannya yaitu:

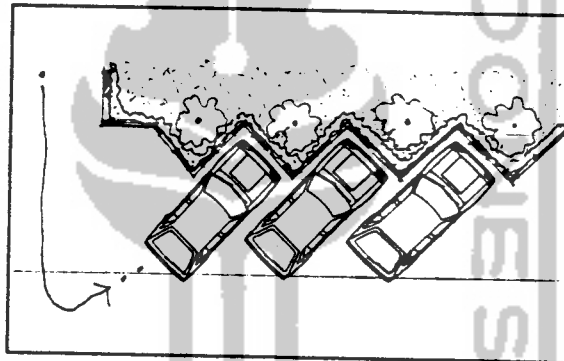
- memakan banyak tempat

- kesulitan dalam memarkir

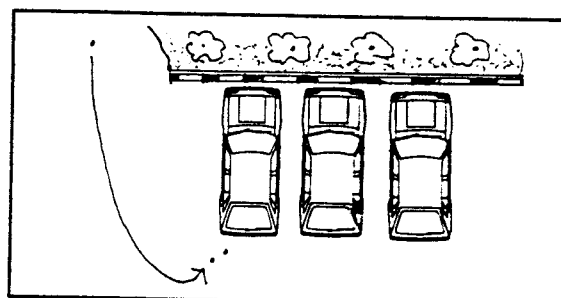


Gambar 2.10. parkir sejajar

- b. Parkir dengan sudut 45°
 Parkir jenis ini lebih efisien tempat dan mamuat banyak kendaraan dan mengerti kendaraan dibelakangnya yang lewat.

Gambar 2.11. Parkir sudut 45°

- c. Parkir dengan sudut 90°
 Parkir ini akan sulit dilakukan dengan kondisi ramai karena memungkinkan dalam memarkir akan membutuhkan ruang memutar yang jauh. Dan berbahaya untuk kendaraan yang lewat.

Gambar 2.12. Parkir sudut 90°