

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Perkembangan otomotif di Indonesia dimulai pada tahun 1968 yaitu pada saat dikeluarkannya kebijakan pemerintah tentang keringanan bea masuk untuk kendaraan yang diimport dalam bentuk *semi knock down (SKD)*. Kebijakan tersebut dipertegas lagi dengan kebijakan pemerintah tahun 1974 yang ditujukan untuk mengembangkan dan memacu industri otomotif di Indonesia dalam rangka liberalisasi otomotif.

Seiring dengan persaingan global dan potensi pasar otomotif di Indonesia yang terus berkembang, beberapa produsen mobil luar negeri mulai mendatangkan perwakilannya langsung dari negeri asal. Salah satunya perwakilan di Indonesia yang sudah 100% dimiliki oleh produsen asal adalah mobil *Bayerische Motoren Werke (BMW) AG*, Jerman di Indonesia. Selain dalam rangka menanggapi pasar otomotif Indonesia yang potensial, kedatangan produsen BMW langsung membuka perwakilan di Indonesia adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada para konsumen.

BMW sebagai mobil asal produsen Jerman berhasil meraih penghargaan *superbrand gold* di Asia. Penghargaan ini merupakan penghargaan kedua secara berturut-turut di pasaran Asia. Hasil survey menyebutkan bahwa BMW lebih baik dari Honda (peringkat II), Mercedes Benz (peringkat III), Toyota (peringkat IV), menurut majalah *Readers Digest*. Mobil yang mendapatkan penghargaan *superbrand gold* adalah digambarkan sebagai mobil yang ber-merk terkemuka, berkelas, berkualitas dan bermutu. Sebelumnya BMW juga memperoleh peringkat sebagai perusahaan mobil teratas di Asia untuk 3 tahun berturut-turut dalam survey tahunan eksekutif perusahaan dan profesional yang dilakukan oleh majalah *The Far Eastern Economic Review*, pada Desember tahun 2000. Survey ini dilakukan di 11 negara di Asia.

Prospek pasar BMW di Indonesia semakin cerah, ditandai dengan terpenuhinya target penjualan BMW tiap tahunnya. Untuk tahun 2001 BMW berkeyakinan dapat memenuhi target penjualan mencapai angka 3.300 unit. Sampai dengan bulan juni penjualan BMW berhasil mencapai 1.682 unit. Bila dikalkulasi dari angka 3.300 unit yang ditargetkan oleh BMW Indonesia, maka penjualan semester pertama seharusnya hanya 1.650 unit saja. Namun angka itu mampu dilewati oleh BMW yakni 32 unit lebih banyak.¹

Disamping itu Yogyakarta terbukti menjadi pasar potensial untuk penjualan produk-produk BMW Indonesia. Bertambahnya jumlah mobil BMW di Yogyakarta, perlu diikuti juga dengan perkembangan fasilitas pendukung purna jualnya, salah satunya adalah fasilitas Bengkel Khusus Mobil BMW. Fasilitas bengkel khusus ini sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan servis terencana maupun servis yang tidak terencana. Servis terencana berupa service rutin yang dilakukan untuk perawatan dalam rangka menjaga keawetan mobil terutama pada mesin. Perawatan berkala yang rutin dilakukan antara lain penggantian oli setiap kilometer tertentu sesuai dengan jenis pelumasnya, servis mesin, dll. Sedangkan servis yang tidak terencana dilakukan apabila terjadi kerusakan pada mobil. Mengingat mobil jenis BMW tergolong mobil mewah, dimana semua sistemnya menggunakan teknologi komputer, maka servis terhadap mobil BMW tidak dapat dilakukan disembarang bengkel sehingga sangat dibutuhkan adanya bengkel khusus BMW, khususnya di Yogyakarta. Sebuah bengkel adalah unit bisnis yang bergerak di bidang jasa, sehingga pelayanan yang disediakannya merupakan daya tarik konsumen untuk tetap menjadi pelanggannya, dalam hal ini terkait erat dengan kepuasan konsumen.

Di Indonesia khususnya di Yogyakarta belum memiliki sebuah bengkel khusus BMW, dimana kehadiran bengkel ini sangatlah diharapkan di kota Yogyakarta. Itu dikarenakan pengguna mobil BMW di Yogyakarta cukup banyak dan kecenderungannya akan semakin bertambah. Data terbaru dari Polwil Yogyakarta

¹ *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Halaman 117, 661, 662 Edisi Kedua Balai Pustaka*

tercatat ada 382 mobil BMW dari segala tipe dan tahun yang terdaftar di Samsat Yogyakarta. Kehadiran bengkel khusus BMW di Yogyakarta diharapkan bukan hanya sekedar bengkel servis yang sekarang berkembang di Indonesia, yang kurang memperhitungkan faktor kepuasan konsumennya. Yang diharapkan konsumen, kehadiran sebuah bengkel yang tidaklah hanya memiliki alat yang komplit, sumberdaya manusia yang memadahi dan hasil kerja yang memuaskan saja, tetapi lebih jauh pada pelayanan dimana konsumen dapat mengamati proses servis mobilnya secara langsung tanpa mengganggu proses pekerjaan yang dilakukan oleh mekanik dimana pekerjaan dapat berjalan dengan lancar dan pemilik mobil dapat terpuaskan karena proses servis mobilnya dapat mereka saksikan secara langsung. Sehingga tercipta keterbukaan proses pengerjaan, dimana konsumen dapat mengetahui apa benar mobilnya dikerjakan dengan baik, onderdilnya benar-benar diganti dengan komponen asli, dll. Selain dari pada itu di harapkan kehadiran bengkel khusus BMW yang mempunyai bentuk arsitektural yang sangatlah menarik dan dapat menunjukkan identitas yang diwadahnya sehingga orang akan langsung mengetahui bahwa bangunan tersebut adalah sebuah bengkel khusus BMW dan orang yang melihatnya akan langsung tertarik untuk mengunjungi dan menservis mobilnya. Bentuk bangunan yang dapat menjadi identitas apa yang diwadahi bukan hanya sekedar pertimbangan estetika belaka, tetapi juga merupakan pertimbangan dari segi promosi. Perencanaan dan perancangan bengkel khusus BMW di Yogyakarta ini pun akan disesuaikan dengan standarisasi untuk menentukan klasifikasi bengkel seperti yang tertuang dalam SK No. 197/MPP/Kep/6/2001. Fasilitas bengkel yang seperti digambarkan diatas belum dapat ditemui di Indonesia khususnya di Yogyakarta. Bahkan bengkel besar yang dimiliki PT. Toyota Astra Motor, PT. Astra Daihatsu Motor, PT. Indomobil Suzuki Internasional, PT. Nasional Motor (Mazda, Ford), PT. Krama Yudha Tiga Berlian (Mitsubishi), PT. Prospect Motor (Honda), PT. Star Motor Indonesia (Mercedes Benz), PT. Tjahaya Sakti Motor (BMW) di Jakarta pun belum memiliki fasilitas tersebut.

Di Yogyakarta sudah ada bengkel khusus Mercedes Benz yang letaknya di Jl. Adi Sutjipto yaitu bengkel Kali Mas, sedangkan bengkel khusus BMW belum ada. Padahal dari segi jumlah mobil BMW dan Mercedes Benz di Yogyakarta hampir sama. Bengkel Vulgo di Jl. Magelang pernah mempunyai gagasan untuk mendirikan bengkel BMW tetapi tidak terealisasi. Menurut Bapak Widjaja kepala bengkel di bengkel Vulgo, tidak terealisasinya bengkel BMW tersebut dikarenakan lising alat bengkel khusus BMW yang diajukan PT. Tjahaya Sakti Motor di Jakarta tidak disetujui karena alasan finansial.

Citra bangunan bengkel yang saat ini masih kuat adalah bangunan dengan bentuk dasar kotak, berpola tunggal yang diulang-ulang, berwarna monoton dan menimbulkan suara bising. Disamping itu faktor kenyamanan dan keselamatan dalam bekerja juga belum diperhatikan dalam perancangan bangunan bengkel. Timbul kesan bahwa sebuah bangunan bengkel mobil bukan sebagai tempat yang menyenangkan untuk dinikmati dan bukan bangunan yang diharapkan dapat mencerminkan nilai arsitektural.

1.2. PERMASALAHAN

1.2.1. Umum

- Bagaimana konsep bengkel mobil sebagai wadah yang dapat menampung proses kegiatan pelayanannya kepada konsumen?

1.2.2. Khusus

- Bagaimana merancang bengkel khusus BMW yang bentuk bangunannya mampu mencerminkan karakter mobil BMW?
- Bagaimana merancang tata ruang bengkel khusus BMW di Yogyakarta yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dalam proses aktifitas pelayanannya?

1.3. TUJUAN DAN SASARAN

1.3.1. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai adalah :

- Merancang bengkel khusus BMW di Yogyakarta sehingga bentuk dari bangunannya dapat menjadi identitas sebuah bengkel khusus BMW.
- Merancang bengkel khusus BMW di Yogyakarta yang dapat menunjang kelancaran aktifitas pelayanan kepada konsumen dalam rangka memberikan kepuasan kepada konsumen.

1.3.2. Sasaran

- Menyusun konsep perencanaan dan perancangan bengkel khusus BMW di Yogyakarta yang mempunyai karakteristik khas bentuk bangunannya dan mampu merefleksikan fungsi yang diwadahi juga mampu memberikan kepuasan kepada konsumen.

1.4. LINGKUP PEMBAHASAN

Pembahasan dititik beratkan pada pemecahan masalah dalam lingkup disiplin ilmu arsitektur. Pembahasan di luar itu dilakukan dengan logika dan asumsi sesuai keterkaitan dengan masalah yang hendak dipecahkan, khususnya dalam bidang bentuk bangunan yang mampu mencerminkan karakter mobil BMW dan tata ruang yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dalam proses aktifitas pelayanannya.

1.5. METODE PEMBAHASAN

Metode pembahasan dalam penyusunan tugas akhir bengkel khusus BMW di Yogyakarta (penekanan pada bentuk bangunan dan tata ruang proses pelayanan pada konsumen) sebagai berikut :

- Pengumpulan data melalui :
 - Studi pustaka baik literatur, majalah, surat kabar dan tabloid yang mengulas mengenai bangunan bengkel dan otomotif.
 - Data dan informasi dari jaringan internet.
 - Studi banding bangunan sejenis.
 - Studi lapangan pada lokasi site.
- Analisa data yang merupakan proses mengolah data-data yang diperoleh meliputi analisa tapak, ruang dan bangunan.
 - Analisa bentuk bangunan diambil melalui proses metamorfosis yang diambil dari simbol-simbol yang ada pada BMW ditambah dengan pendekatan melalui histori (sejarah) dari perkembangan mobil BMW.
 - Analisa ruang (tata ruang) dilakukan secara kualitatif pada pola hubungan aktifitas pelayanan dengan mempertimbangkan aspek aktifitas mekanik, aktifitas pekerja, intensitas alat yang digunakan, sirkulasi, struktur bangunan dan utilitas bangunan.
 - Analisa tapak menggunakan metode pembahasan deduktif, dimana permasalahan yang bersifat umum (kota) disimpulkan bergerak ke arah permasalahan yang lebih khusus (tapak).
- Kumpulan dan analisa data yang dihasilkan merupakan kesimpulan sementara penulisan tugas akhir yang kemudian akan dikembangkan menjadi suatu konsep perencanaan dan perancangan berikutnya.

1.6. KEASLIAN PENULISAN

- Widi Nugraha B, 1999, Pusat Penelitian dan Pengembangan Teknologi Otomotif di Serpong, Tugas Akhir, Jurusan Teknik Arsitektur UGM, Yogyakarta.

Permasalahan khusus :

1. Bagaimana konsep citra yang tepat dari PUSLITBANG Teknologi Otomotif yang diwujudkan lewat ungkapan fisik bangunan yang memiliki visi arsitektur kuat (mencerminkan aspek bangunan teknologi tinggi) yang terwujud melalui bentuk, material, maupun struktur bangunan ?
2. Bagaimana konsep pengolahan tata ruang yang dapat meningkatkan kualitas kegiatan penelitian dan pengembangan teknologi otomotif ?

- Porwo Widodo, 2001, Bengkel Pusat Modifikasi di Yogyakarta, Penulisan Tugas Akhir, Jurusan Teknik Arsitektur UII, Yogyakarta.

Permasalahan khusus :

1. Bagaimana merancang wadah bengkel modifikasi mobil yang tanggap atau ramah terhadap lingkungan di sekelilingnya ?
2. Bagaimana merancang tampilan (*performance*) bangunan yang akan memberi kepercayaan publik terhadap produknya, sehingga mencerminkan kualitas produk yang dihasilkan dan akan memiliki citra positif di lingkungannya (*image product*) ?

- Dwi Ari Herru Prasetyo, 2001, Jakarta Auto Show room, Tugas Akhir, Jurusan Arsitektur UII, Yogyakarta.

Sedangkan permasalahan khusus yang saya angkat dalam tugas akhir kali ini, yang berjudul BENGKEL KHUSUS BMW DI YOGYAKARTA dengan penekanan pada bentuk bangunan dan tata ruang proses pelayanan pada konsumen yaitu :

1. Bagaimana merancang bengkel khusus BMW yang bentuk bangunannya mampu mencerminkan karakter mobil BMW ?

2. Bagaimana merancang tata ruang bengkel khusus BMW di Yogyakarta yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dalam proses aktifitas pelakunya ?



1.7. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan dalam penulisan tugas akhir bengkel khusus BMW di Yogyakarta (penekanan pada bentuk bangunan dan proses pelayanan kepada konsumen) menggunakan sistematika sebagai berikut :

- **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi latar belakang yang diteruskan dengan pendekatan permasalahan, dilanjutkan tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan dan metode pembahasan.

- **BAB II TINJAUAN UMUM BENGKEL KHUSUS BMW DI YOGYAKARTA DAN KONDISI YOGYAKARTA SEBAGAI LOKASI BENGKEL KHUSUS BMW**

Berisi tentang klasifikasi kendaraan, perkembangan mobil BMW, kegiatan perbengkelan, kegiatan pelayanan dan promosi. Meninjau kondisi lapangan di kota Yogyakarta secara makro, potensi yang ada, tinjauan lokasi, pengembangan bengkel khusus BMW di Yogyakarta.

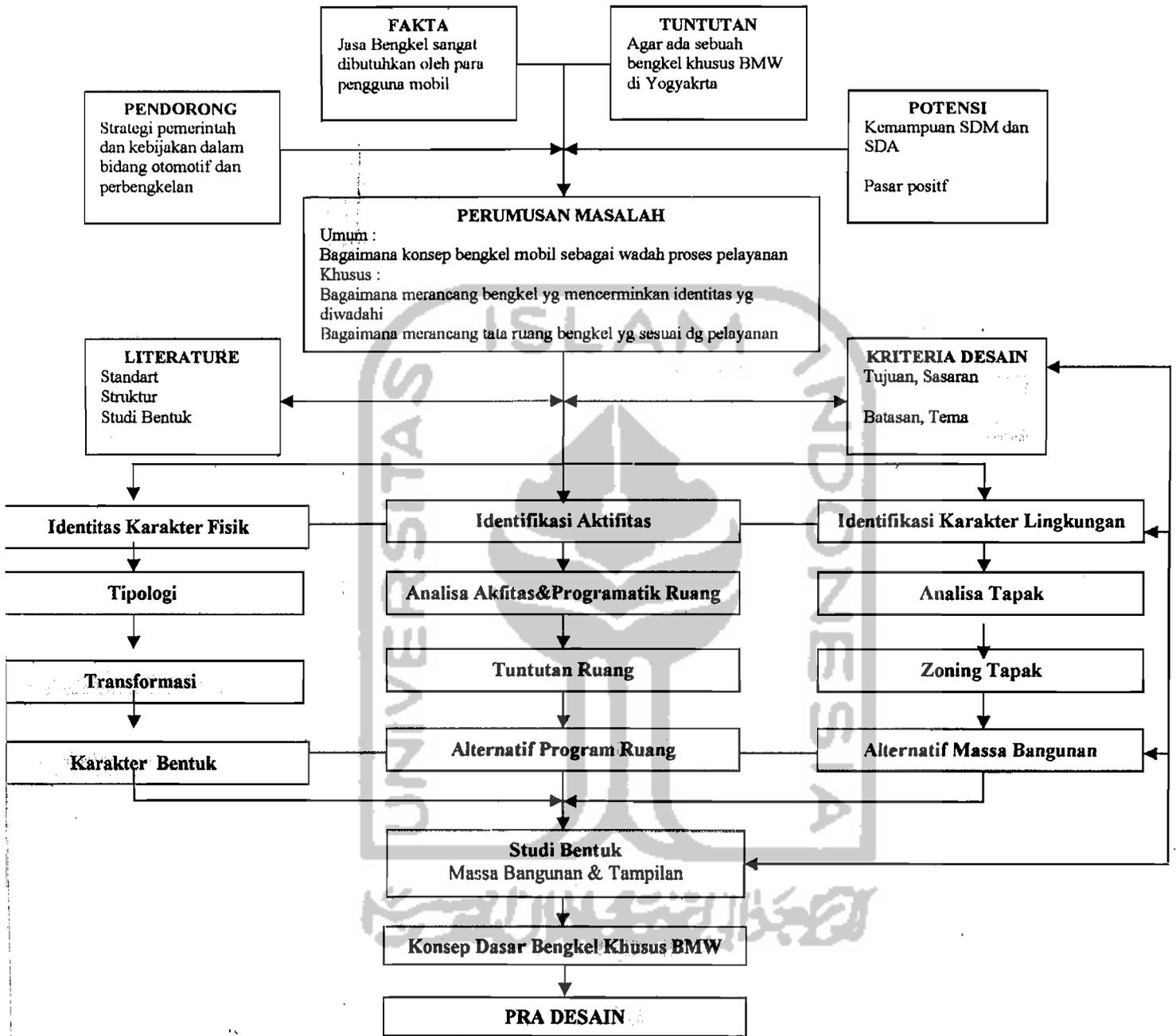
- **BAB III ANALISA DAN PENDEKATAN PERENCANAAN PERANCANGAN**

Berisi analisis ungkapan fisik bangunan bengkel khusus BMW melalui citra bangunan, bentuk massa, struktur bangunan yang dipakai, alat yang digunakan dan tata ruang yang sesuai dengan standar-standar yang berlaku.

- **BAB IV KONSEP PERANCANGAN**

Merupakan langkah awal pemikiran yang menjadi tindakan dan langkah pada tahap konsep perencanaan dan perancangan. Berisi tentang pendekatan pemilihan tapak, pendekatan filosofi, pendekatan arsitektural.

1.8. Kerangka Pikir



Keterangan : Kotak berarsir = Tahapan (proses) wajib.

Gambar 1.1. Kerangka pikir

KERANGKA PENDUKUNG

BENTUK

**IDENTIFIKASI
KARAKTER
FISIK**
Simbol-simbol dan
Lambang BMW

**IDENTIFIKASI
TIPOLOGI**
Mewah, Berteknologi
Tinggi, Mengikuti
Zaman (Up to Date)

TRANSFORMASI
Metamorfosis dari Simbol-
simbol dan Lambang
BMW didukung Studi
Tipologi



Gambar 1.2. Kerangka pendukung.