

PERPUSTAKAAN FTSP UII	
HADIAH/BELI	
TGL. TERIMA :	28-4-2007
NO. JUDUL :	2601
NO. INV. :	5120002601001
NO. INDUK :	802601

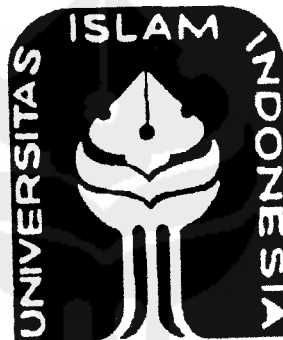
TUGAS AKHIR

PUSAT PENJUALAN,
PERAWATAN DAN MODIFIKASI SEPEDA MOTOR DI SOLO

*" Penekanan pada penampilan bangunan yang informatif dan
tata ruang dalam yang interaktif "*

CENTER TRADING,
MAINTENANCE AND MODIFICATION MOTORCYCLE IN SOLO

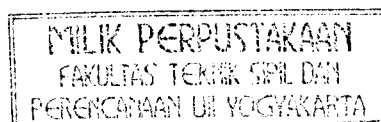
" informative building performance and interactive room layout "



Disusun oleh
SURYA TRI ANDIKA
02512033

Dosen Pembimbing :
IR. H. HANDOYOTOMO, MSA.

JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2006/2007



**LEMBAR PENGESAHAN
TUGAS AKHIR**

**PUSAT PENJUALAN,
PERAWATAN DAN MODIFIKASI SEPEDA MOTOR DI SOLO**

*“ Penekanan Pada Penampilan Bangunan Yang Informatif Dan
Tata Ruang Dalam Yang Interaktif ”*

**CENTER TRADING,
MAINTENANCE AND MODIFICATION MOTORCYCLE IN SOLO**

“ Informative Building Performance And Interactive Room Layout ”

Disusun Oleh :

SURYA TRI ANDIKA

02512033

Yogyakarta, 23 Mei 2007

MENGESAHKAN

Dosen Pembimbing
Tugas Akhir

Ir. H. Handoyotomo, MSA.

Ketua Jurusan Arsitektur
FTSP UII

Ir. Hastuti Saptorini, M.Arch



MOTTO

Jangan lihat masa lampau dengan penyesalan,

jangan pua lihat masa depan dengan ketakutan,

tapi lihatah disekitarmu dengan kesadaran

(james Thurber)

Kepuasan terletak pada usaha bukan pada hasil,

Berusaha dengan keras adalah kemenangan yang hakiki.

(surya)



karya kecil kupersembahkan untuk

Kedua orang tuaku Surjadi dan Sri Yatini (Alm)
atas limpahan cinta dan kasih sayang, doa, dukungan dan kepercayaan
yang diberikan kepada ananda Surya.
Kakakku Mas Tiak dan Mas Ana, serta seluruh keluarga besar penulis
di Dayu yang selalu memberi semangat dan doa.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Dan juga tidak lupa penulis menghaturkan salam dan shalawat kepada junjungan Nabi besar Muhammad saw, keluarga, para sahabat, dan semua para pengikut - pengikutnya. Tugas Akhir ini, disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi demi meraih gelar sarjana S1 pada Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam pelaksanaan dan penulisan Laporan Tugas Akhir ini banyak pihak - pihak yang terkait. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak H. Ir. Handoyotomo, MSA, selaku Dosen Pembimbing I Tugas Akhir, yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan kepada penulis.
2. Bapak Ir. Arman Yulianta, MURP, selaku Dosen Pembimbing II Tugas Akhir yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan kepada penulis.
3. Ibu Ir. Hastuti Saptorini, M. Arch, selaku Ketua Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak - Ibu dosen Jurusan Arsitektur, terimakasih atas bimbingan dan ilmu - ilmu yang telah diberikan selama ini.

5. Kedua orang tuaku, Bapak dan Ibu (alm) terimakasih atas doa-doanya, kesabarannya, kasih sayang dan dorongan baik immateriil dan materiil.
6. Mas-masku, Mas Tiak dan Mas Ana, terimakasih atas doa-doanya, dorongan dan motifasinya.
7. Keluarga besar Dayu, Simbahku, bu_lik dan pak_lik, adiku
8. Suci, terimakasih atas segalanya.....
9. WHAMAPALA, Ooz, Rosy, Pakde, punky, farid, bagus.
10. Teman satu meja dan seperjuangan Randy, makin gile aja lu....
11. Sahabat-sahabat terbaiku "Ucup, Avis, Yusak, Andi, Wira, Tom, Prisan, Yopie, punky, Fikey".
12. Teman-teman Studio, Katni, Didit (ST12&kangenband) Inung, Akbar, Indra, Asmi.
13. Teman - teman seperjuangan Arch UII '02'.
14. Temenku Niko dan Ika, terimakasih atas segala bantuannya.
15. Semua pihak yang turut membantu kelancaran Tugas Akhir ini, semoga Allah SWT membalas dan melipat gandakan amal dan kebaikan yang telah diberikan. Amin.

Penulis mohon maaf jika terdapat kekurangan dan kekeliruan dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun guna penyempurnaan dari laporan selanjutnya. Semoga laporan ini dapat bermanfaat baik bagi penyusun sendiri maupun bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 23 Mei 2007

Penulis

**PUSAT PENJUALAN,
PERAWATAN DAN MODIFIKASI SEPEDA MOTOR
DI SOLO**

*Penekanan pada penampilan bangunan yang informatif
dan tata ruang dalam yang interaktif*

Disusun oleh
Nama : Surya Tri Andika
Nim : 02512033

Abstraksi

Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi bagi manusia. Sepeda motor banyak digunakan bagi manusia karena harganya murah dan efisien. Perkembangan sepeda motor dari tahun ketahun sangat pesat dan selalu mengalami inovasi-inovasi baru. Permintaan pasar terhadap sepeda motor meningkat yaitu dengan semakin banyaknya penduduk dan kebutuhan masyarakat terhadap sepeda motor sebagai sarana berinvestasi dan menjalankan kegiatan usaha dan perdagangan barang dan jasa. Kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh sepeda motor juga didukung oleh lembaga pembiayaan baik bank maupun non bank. Lembaga pembiayaan seperti itu berlomba-lomba memberikan paket kredit kendaraan bermotor. Bahkan, ada lembaga pembiayaan yang mampu memberikan fasilitas kredit tanpa uang muka (DP).

Sebagai imbas dari banyaknya sepeda motor, oleh anak muda digunakan untuk menumbuh-kembangkan jiwa kreativitas melalui bidang modifikasi sepeda motor, sehingga dibutuhkan wadah yang positif. Selain memiliki sepeda motor, yang memerlukan kreativitas dan nilai seni dalam jiwa yang bersangkutan untuk membuat sepeda motor terlihat eksklusif.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Motto	iii
Lembar persembahan	iv
Kata Pengantar	v
Abstraksi	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Batasan Pengertian Judul	1
1.2. Latar Belakang	2
1.2.1. Perkembangan Sepeda Motor Di Indonesia.....	2
1.2.3. Perkembangan Sepeda Motor Di Solo	3
1.2.3. Latar Belakang Permasalahan.....	4
1.3. Tinjauan	6
1.4. Tinjauan Penampilan Bangunan Yang Informatif Dan Tata Ruang Dalam Interaktif	6
1.4.1. Penampilan Bangunan Informatif.....	6
1.4. 2.Tinjauan tata ruang dalam interaktif.....	6
1.5. Permasalahan	7
1.5.1. Umum.....	7
1.5.2. Khusus	7
1.6. Tujuan dan Sasaran.....	7
1.6.1. Tujuan	7
1.6.2. Sasaran.....	7
1.7. Lingkup Pembahasan.....	8

1.8. Metodologi Pembahasan	8
1.8.1. Tahap Pengumpulan Data.....	8
1.8.2. Studi Literature	9
1.8.3. Analisis	9
1.8.4. Tahap Sintesis.....	9
1.8.5. Tahap Perumusan Konsep	9
1.8.6. Tahap Perancangan	10
1.9. Sistematika Pembahasan	10
1.10. Identifikasi Proyek.....	12
1.11. Kerangka Pola Pikir	13
1.12. Keaslian penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN UMUM	
2.1. Tinjauan Umum.....	15
2.1.1. Kegiatan pengelola	15
2.1.2. Kegiatan jual-beli	15
2.1.3. Kegiatan service/perbengkelan.....	15
2.1.4. Kegiatan modifikasi.....	16
2.1.5. Kegiatan test drive	16
2.2. Tinjauan Jenis Kegiatan.....	16
2.2.1. Ruang pengelola.....	16
2.2.2. Ruang penjualan.....	16
2.2.3. Ruang perawatan	17
2.2.4. Ruang Modifikasi	18
2.2.5. Tes Drive	19
2.3. Alur/Pola Kegiatan	19
2.3.1. Ruang pengelola.....	19
2.3.2. Ruang penjualan.....	20

2.3.3. Ruang perawatan	21
2.3.4. Ruang modifikasi	21
2.4. Tinjauan penampilan bangunan yang Informatif	23
a. Bukaan.....	23
b. Elemen Transparan.....	23
c. Penggunaan Metafora.....	23
2.4.1 Study Komparasi bangunan informative	24
2.5. Tinjauan Ruang Dalam yang interaktif.....	24
a. Jarak.	25
b. Organisasi ruang.....	26
c. Layout ruang	28
d. Sirkulasi.....	29
e. Proporsi ruang.....	30
2.6. Study kasus	31
 BAB III ANALISA DAN PENDEKATAN KONSEP	
3.1. Analisa Site.....	33
3.1.1. Kebisingan	34
3.1.2. Akses.....	34
3.1.3. View	35
3.2. Analisa Besaran ruang.....	35
3.2.1. Ruang pengelola.....	35
3.2.2. Ruang Penjualan	35
3.2.3. Perawatan atau Service.....	36
3.2.4. Modifikasi.....	36
3.2.5. Ruang utilitas bangunan	36
3.2.6. Ruang penunjang	37
3.2.7. Total luas keseluruhan.....	37

3.3. Analisa penampilan bangunan informatife	37
3.3.1. Penggunaan bukaan.....	37
3.3.2. Material.....	38
3.3.3. Transformasi bentuk	38
3.4. Analisa ruang dalam interaktif	40
3.4.1. Jarak.....	40
a. Ruang penjualan	40
b. Ruang perawatan	40
c. Ruang modifikasi	41
3.4.2. Organisasi ruang	42
a. Ruang penjualan.....	42
b. Ruang perawatan dan modifikasi	43
3.4.3. Layout ruang	45
a. Ruang Penjualan	45
b. Ruang Perawatan	46
c. Ruang Modifikasi	47
3.4.4. Sirkulasi	47
a. Ruang penjualan	47
b. Ruang perawatan dan Modifikasi	49
3.4. 5. Proporsi ruang	51
a. Ruang penjualan	51
b. Ruang sevice	52
b. Ruang modifikasi	52

BAB IV KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

4.1. Konsep Dasar Perencanaan	53
4.1.1. Lokasi	53
4.1.2. Site	53
4.1.3. Konsep sirkulasi ruang luar.....	53
4.2. Konsep Dasar Perancangan	54
4.2.1. Konsep dasar penampilan bangunan.....	54
a. Penggunaan bukaan	54
b. Penggunaan material trasparan	55
c. metafora tersamar	55
4.2.2. Konsep ruang dalam yang interaktif.....	56
a. Konsep Jarak	56
b. Konsep Organisasi Ruang	57
c. Konsep Layout ruang	57
d. Konsep Sirkulasi Ruang Dalam	58
e. Konsep Proporsi ruang	59
4.2.3. Konsep Kenyamanan dan Keamanan Dalam Bangunan	60
4.2.3.1. Sistem Pengkondisian udara	60
4.2.3.2. Sistem Pencahayaan	60
4.2.3.3. Sistem Proteksi Kebakaran	61
4.2.3.4. Sistem Utilitas	61
a. Sistem sumber daya listrik.....	61
b. Sistem Air bersih	61
c. Sistem sanitasi	62
4.2.3.5. Sistem struktur	62

BAB V SCHEMATIC DESIGN

BAB VI PENGEMBANGAN RANCANGAN

5.1. Konsep Rancangan	75
5.1.1. Spesifikasi Proyek	75
5.1.2. Karakteristik Tapak dan Lokasi.....	75
5.2. Hasil Perancangan.....	76
5.2.1. Situasi Bangunan.....	76
5.2.2. Site Plan Bangunan	77
5.2.3. Sirkulasi	78
5.2.4. Denah Keseluruhan Bangunan.....	79
a. Lantai 1	79
b. Lantai 2	79
5.2.5. Potongan Detail Bangunan.....	80
a. Ruang Penjualan.....	80
b. Ruang Perawatan	81
c. Ruang Perawatan.....	81
5.2.6. Potongan keseluruhan Bangunan.....	82
5.2.7. Potongan Detail Bangunan.....	84
a. Ruang penjualan	84
b. Ruang Perawatan	85
c. Ruang Modifikasi.....	86
5.2.8. Tampak Bangunan	87
5.2.9. Rencana Bangunan	88
a. Rencana Atap	88
b. Rencana Balok.....	88
c. Rencana Pondasi.....	89
d. Rencana pola lantai	89
e. Rencana Sanitasi.....	90
5.2.10. Detail Bangunan	91

a. Detai Arsitektural.....	91
b. Detail Struktural.....	93
5.2.11. Interior Bangunan	95
a. Ruang Penjualan.....	95
b. Ruang Perawatan	96
c. Ruang Modifikasi.....	97
5.2.12. Exterior Bangunan.....	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



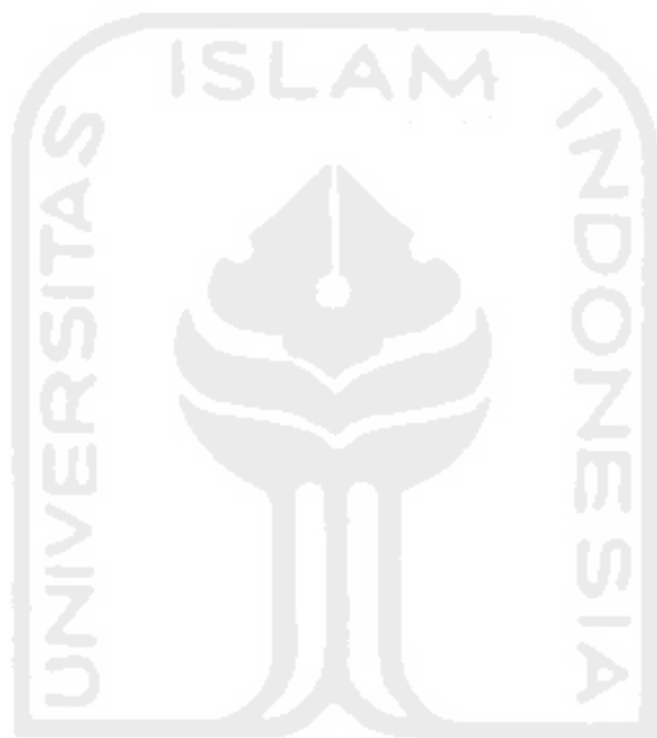
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tabel penjualan sepeda motor.....	2
Gambar 1.2. Benkel perawatan Yamaha	4
Gambar 1.3. Bengkel perawatan Yamaha	4
Gambar 1.4. Batas site	12
Gambar 2.1. Suasana ruang transaksi dan penyajian motor	17
Gambar 2.2. Suasana ruang perawatan	18
Gambar 2.3. Gaya modifikasi	18
Gambar 2.4. Pola kegiatan pengelola.....	19
Gambar 2.5. Pola kegiatan pengunjung.....	20
Gambar 2.6. Pola kegiatan pengunjung.....	20
Gambar 2.7. Pola kegiatan pegawai.....	20
Gambar 2.8. Pola kegiatan pengunjung.....	21
Gambar 2.9. Pola kegiatan mekanik.....	21
Gambar 2.10. Pola kegiatan pengunjung.....	21
Gambar 2.11. Pola kegiatan mekanik.....	22
Gambar 2.12. Trans word building.....	24
Gambar 2.13. Pengaruh jarak	25
Gambar 2.14. Jarak antar individu	25
Gambar 2.15. Organisasi ruang terpusat.....	26
Gambar 2.16. Organisasi ruang linier	26
Gambar 2.17. Organisasi ruang radial.....	27
Gambar 2.18. Organisasi ruang cluster	27
Gambar 2.19. Orgaisasi ruang grid.....	28
Gambar 2.20. Layout ruang	28
Gambar 2.21. Sirkulasi melewati ruang	29
Gambar 2.22. Sirkulasi menembus ruang.....	29

Gambar 2.23. Sirkulasi berakhir ruang	29
Gambar 2.24. Skala ruang	24
Gambar 2.25. Shoroom honda	31
Gambar 2.26. Ruang transaksi dan denah bangunan	31
Gambar 2.27. Ruang perawatan sepeda motor.....	32
Gambar 2.28. Ruang penyimpanan sepeda motor	32
Gambar 3.1. Analisa kebisingan	34
Gambar 3.2. Solusi terhadap kebisingan	34
Gambar 3.3. Analisa pencapaian kedalam site.....	34
Gambar 3.4. Analisa view	35
Gambar 3.5. Analisa penggunaan bukaan.....	38
Gambar 3.6. Analisa penggunaan material transparan.....	38
Gambar 3.7. Analisa metafora	39
Gambar 3.8. Penerapan metafora tersamar	39
Gambar 3.9. Analisa jarak sosial	40
Gambar 3.10. Analisa jarak di R. tunggu perawatan.....	41
Gambar 3.11. Analisa jarak di R. tunggu modifikasi	41
Gambar 3.12. Analisa organisasi ruang penjualan	42
Gambar 3.13. Analisa organisasi ruang perawatan dan modifikasi	43
Gambar 3.14. Analisa organisasi ruang modifikasi.....	44
Gambar 3.15. Analisa layout ruang penjualan	45
Gambar 3.16. Analisa layout ruang perawatan	46
Gambar 3.17. Analisa layout ruang modifikasi.....	47
Gambar 3.18. Analisa sirkulasi	48
Gambar 3.19. Analisa sirkulasi keseluruhan	49
Gambar 3.20. Analisa sirkulasi keseluruhan.....	50
Gambar 3.21. Analisa proporsi ruang penjualan.....	51
Gambar 3.22. Analisa proporsi ruang perawatan	52
Gambar 3.23. Analisa proporsi ruang modifikasi	52

Gambar 4.1. Sirkulasi ruang luar	54
Gambar 4.2. Penggunaan bukaan	54
Gambar 4.3. Penggunaan material transparan.....	55
Gambar 4.4. Metafofa tersamar.....	55
Gambar 4.5. Tempat konsultasi dan transaksi.....	56
Gambar 4.6. Ruang tunggu	56
Gambar 4.7. Ruang tunggu modifikasi	56
Gambar 4.8. Konsep Organisasi ruang penjualan	57
Gambar 4.9. Konsep Organisasi ruang perawatan.....	57
Gambar 4.10. Layout ruang penjualan.....	57
Gambar 4.11. Layout ruang perawatan	58
Gambar 4.12. Layout ruang modifikasi	58
Gambar 4.13. Sirkulasi ruang penjualan.....	58
Gambar 4.14. Konsep sirkulasi bengkel dan modifikasi.....	59
Gambar 4.15. Konsep proporsi ruang penjualan	59
Gambar 4.16. Konsep proporsi ruang perawatan	60
Gambar 4.17. Konsep proporsi ruang modifikasi.....	60
Gambar 4.18. Sistem distribusi Daya listrik	62
Gambar 4.19. Sistem distribusi air bersih	62
Gambar 4.20. System distribusi air hujan	62
Gambar 4.21. System distribusi air kotor.....	62
Gambar 4.22. System distribusi kotoran.....	63
Gambar 4.23. System distribusi sampah	63
Gambar 5.1. Peta site	75
Gambar 5.2. Situasi	76
Gambar 5.3. Site Plan.....	77
Gambar 5.4. Sirkulasi	78
Gambar 5.5. Denah lantai 1	79
Gambar 5.6. Denah lantai 2.....	79

Gambar 5.7. Denah detail ruang penjualan	80
Gambar 5.8. Denah detail ruang perawatan	81
Gambar 5.9. Denah detail ruang modifikasi	82
Gambar 5.10. Potongan A - A	82
Gambar 5.11. Potongan B – B	83
Gambar 5.12. Potongan C – C	83
Gambar 5.13. Potongan detail R. Penjualan	84
Gambar 5.14. Potongan detail R. Perawatan	85
Gambar 5.15. Potongan detail R. Perawatan	86
Gambar 5.16. Tampak bangunan	87
Gambar 5.17. Rencana Atap	88
Gambar 5.18. Rencana balok	88
Gambar 5.19. Rencana pondasi	89
Gambar 5.20. Rencana pola lantai	90
Gambar 5.21. Rencana sanitasi	90
Gambar 5.22. Detail pintu masuk	91
Gambar 5.23. Detail display sepeda motor	92
Gambar 5.24. Detail pemasangan kaca	93
Gambar 5.25. Detail selubung baja	93
Gambar 5.26. Detail kuda-kuda	94
Gambar 5.27. Interior ruang penjualan	95
Gambar 5.28. Interior ruang perawatan	96
Gambar 5.29. Interior ruang modifikasi	97
Gambar 5.30. Ekterior bangunan	98
Gambar 5.31. Ekterior bangunan	99



الجامعة الإسلامية في إندونيسيا



BAB I
PENDAHULUAN
PUSAT PENJUALAN,
PERAWATAN DAN MODIFIKASI SEPEDA MOTOR
DI SOLO

Penekanan pada penampilan bangunan yang informatif dan tata ruang dalam yang interaktif

1.1. Batasan Pengertian Judul

- Pusat : Tempat yang letaknya ada ditengah-tengah¹
Penjualan : Bentuk kegiatan menukar barang dengan uang.
Perawatan : Bentuk kegiatan memelihara / mengurus².
Modifikasi : Mengubah bentuk asli dari sesuatu benda³.
Sepeda motor : kendaraan roda dua yang menggunakan mesin
Solo : Sebuah keterangan tempat/menunjukkan suatu lokasi,
Informatif : Mempunyai sifat memberikan informasi⁴.
Ruang dalam : Sesuatu yang dibatasi oleh panjang, lebar dan tebal⁵.
Interaktif : Saling berkomunikasi / berinteraksi⁶.

Jadi pengertian Pusat Penjualan, Perawatan Dan Modifikasi Sepeda Motor Di Solo adalah sebuah wadah atau tempat sebagai pusat pelayanan yang meliputi kegiatan penjualan, service, pengadaan suku cadang, dan modifikasi kendaraan sepeda motor di Solo. Informatif yaitu penampilan bangunan yang dapat memperlihatkan kegiatan yang berada didalamnya sehingga dapat diketahui fungsi dari bangunan tersebut, dan tata ruang dalam yang interaktif yaitu tata ruang memungkinkan terjadi saling komunikasi antara produsen dan konsumen.

¹ (Purwadarminta, kamus umum bahasa Indonesia)

² *ibid*

³ *ibid*

⁴ *ibid*

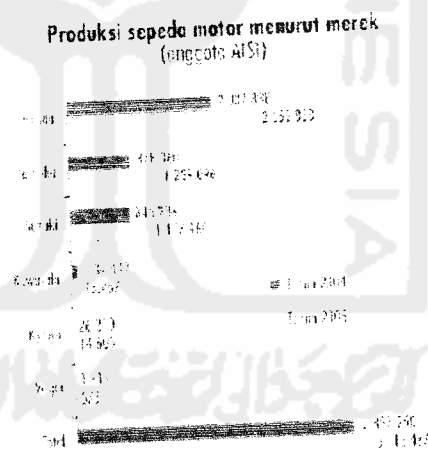
⁵ *ibid*

⁶ *ibid*

1.2. Latar Belakang

1.2.1. Perkembangan Sepeda Motor Di Indonesia

Transportasi sekarang ini berkembang pesat baik model dan teknologinya. Bahan bakar yang digunakan yaitu olahan dari minyak bumi yang suatu saat akan habis, berbagai produk sepeda motor menawarkan kelebihan teknologi hemat BBM dan ramah lingkungan. hal ini dapat merangsang berbagai pihak produsen untuk saling bersaing dalam memproduksi sepeda motor yang menawarkan beberapa kelebihan. Negara Jepang (Honda, Yamaha, Suzuki dan Kawasaki) masih menguasai pangsa pasar Indonesia Sebagai pesaing baru yaitu produk China memiliki nilai lebih yaitu bentuk yang menyerupai produk dari Negara Jepang, disamping itu harganya juga murah. Walaupun kelemahan dari produk ini tidak awet dan purna jualnya yang rendah, tetapi produk ini juga laku di Indonesia dengan prosentase yang lebih kecil dari produk Jepang.



Gambar 1.1

Tabel penjualan sepeda motor

Sumber: Warta Ekonomi Jum'at, 1 September 2006

Permintaan pasar terhadap sepeda motor meningkat yaitu dengan semakin banyaknya penduduk dan kebutuhan masyarakat terhadap sepeda motor sebagai sarana berinvestasi dan menjalankan kegiatan

usaha dan perdagangan barang dan jasa. Pertumbuhan kendaraan roda dua atau sepeda motor di Indonesia dalam enam tahun belakangan ini sangat fantastis. Data tahun 2005 menunjukkan jumlah motor melonjak mencapai 33,193 juta unit. Pada tahun 2006 diperkirakan jumlahnya mencapai 35 juta unit atau 70 persen dari populasi seluruh jumlah kendaraan⁷. Kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh sepeda motor juga didukung oleh lembaga pembiayaan baik bank maupun non bank. Lembaga pembiayaan seperti itu berlomba-lomba memberikan paket kredit kendaraan bermotor. Bahkan, ada lembaga pembiayaan yang mampu memberikan fasilitas kredit tanpa uang muka (DP).

1.2.2. Perkembangan Sepeda Motor Di Solo

Kondisi krisis ekonomi sejak 1997 yang lalu membuat banyak orang berhemat, terutama pengeluaran yang dianggap kurang perlu. Salah satu contoh kebutuhan alat transportasi tidak dapat dihindari khususnya ketika seseorang akan berpergian. Sepeda motor adalah alat transportasi sangat diminati masyarakat karena harganya terjangkau dan efisien, konsumen juga dipermudah dengan adanya dealer sepeda motor bekas bisa menjadi alternative membeli sepeda motor dengan harga lebih terjangkau. Toko-toko aksesoris dan bengkel mulai bermunculan, menawarkan produk tambahan (aksesoris) baik impor maupun buatan lokal dan sekaligus jasa pemasangan.

Hal ini tidak disia-siakan oleh anak muda Untuk menumbuhkan kembangkan jiwa kreativitas anak muda dalam bidang modifikasi sepeda motor, sehingga dibutuhkan wadah yang positif. Selain memiliki sepeda motor, juga diperlukan kreativitas dan nilai seni dalam jiwa yang bersangkutan untuk membuat sepeda motor terlihat eksklusif⁸.

⁷ *Wahid, 2006: 1010, 2006*

⁸ *Oto Trend 25 Agustus 2006*

1.2.3. Latar Belakang Permasalahan

Tumbuhnya Tempat penjualan sepeda motor semakin marak juga di ikuti tempat-tempat perawatan dan modifikasi kendaraan sepeda motor, permasalahan yang sering terjadi yaitu:

1. Letak ruang tunggu yang berada jauh dari ruang service kendaraan, yang menyebabkan pengunjung tidak dapat mengawasi dan berkomunikasi secara langsung dengan mekanik.



Gambar 1.2
Benkel perawatan Yamaha (jl. Adi Suciptp)
Sumber: survey

2. Penempatan ruang penjualan dan ruang service yang berada pada satu ruangan sehingga kegiatannya saling mengganggu.



Gambar 1.3
Bengkel perawatan Yamaha (jl. Adi Suciptp)
Sumber: survey

3. Tidak adanya ruang tes drive untuk meyakinkan konsumen atas keunggulan dari kendaraan yang akan dibeli.

Tujuan dari perdagangan yaitu melayani dan memuaskan konsumen. Oleh karena itu perlu memahami perilaku konsumen dalam usaha memuaskan kebutuhan konsumen⁹. Disamping itu sebagai tempat perdagangan (komersial) adanya tuntutan untuk dapat menarik konsumen. Sehingga bangunan tersebut harus dapat memberikan informasi, menarik dan mudah dimengerti fungsi bangunan tersebut. Kegiatan showroom memang berbeda-beda pengelolanya tetapi itu dapat dipadukan menjadi satu, tentunya dengan pengelolaan yang sendiri-sendiri. Hal tersebut bisa menjadi satu nilai plus dari sebuah bangunan komersial karena mempermudah konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan, sebaliknya juga bagi penyewa bangunan¹⁰

⁹ *Bauran Bemasaran dan Loyalitas konsumen, Dr. Ratih hurriyanti. Msi. 2005*

¹⁰ *Bpk bambang S direktur showroom, yamaha jl. Slamet Riadi solo*

1.3. Tinjauan Pusat Penjualan, Perawatan Dan Modifikasi Sepeda

Motor

kegiatan-kegiatan antara lain.

A. Kegiatan Penjualan

1. Kegiatan penyajian dan promosi suatu produk barang.
2. Kegiatan pelayanan, informasi, dan konsultasi.

B. Kegiatan Perawatan

Kegiatan ini dilakukan oleh para teknisi kegiatan ini meliputi:

1. Perawatan motor (service)
2. Pengadaan suku cadang dan perbaikan kendaraan sepeda motor.

C. Kegiatan Modifikasi

1. memodifikasi (mesin, fairing, asesoris)
2. penyediaan barang-barang asesoris

D. Tes Drive

1. Kegiatan ini bertujuan untuk untuk mencoba dan meyakinkan konsumen tentang keungulan dari kendaraan.

1.4. Tinjauan Penampilan Bangunan Yang Informatif Dan Tata Ruang Dalam Interaktif

1.4.1. Penampilan Bangunan Informatif

Mempunyai arti memberikan informasi, Sebagai bangunan komersial harus memberikan informasi kepada pengunjung, menarik dan mudah dimengerti fungsi dari bangunan tersebut.

1.4. 2.Tinjauan tata ruang dalam interaktif

Ruangan yang dapat mewadahi semua aktifitas kegiatan yang memungkinkan adanya interaksi antara penjual dan pembeli, mekanik dan pengunjung.

1.5. Permasalahan:

1.5.1. Umum

- Bagaimana merancang bangunan pusat penjualan, perawatan dan modifikasi yang dapat memwadahi kegiatan penjualan, perawatan dan modifikasi kendaraan sepeda motor satu lokasi sehingga memudahkan konsumen dalam memilih produk yang diinginkan.

1.5.2. Khusus:

- Bagaimana merancang bangunan penjualan, perawatan dan modifikasi sepeda motor dengan penekanan pada penampilan bangunan yang informatif dan tata ruang dalam yang interaktif

1.6. Tujuan dan Sasaran

1.6.1. Tujuan

A. umum

- Menciptakan sebuah bangunan yang dapat memfasilitasi dan memwadahi aktifitas penjualan, perawatan dan modifikasi sepeda motor di Solo.

B. khusus

- Memberikan wadah bagi kegiatan penjualan, perawatan dan modifikasi.
- Menciptakan bangunan pusat penjualan, perawatan dan modifikasi dengan Penekanan Pada penampilan bangunan yang informatif dan tata ruang dalam yang interaktif.

1.6.2. Sasaran

A. umum

- Mengidentifikasi pengguna bangunan dan pelaku kegiatan, macam kegiatan, kebutuhan ruang, dan besaran ruang, untuk mendapatkan hubungan ruang dan organisasi ruang.

B. Khusus

- Terciptanya bentuk bangunan, yang didalamnya terdapat karakter ruang, sirkulasi, serta kenyamanan ruang yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.
- Terciptanya bangunan yang menyediakan fasilitas bagi kegiatan penjualan sepeda motor perawatan dan modifikasi

1.7. Lingkup Pembahasan

a. Lingkup pembahasan non arsitektural

- perkembangan perdagangan sepeda motor.

b. lingkup pembahasan arsitektural

- tata ruang dalam.
- Sirkulasi.
- Penampilan bangunan.

1.8. Metodologi Pembahasan

1.8.1. Tahap Pengumpulan Data

1. Pengamatan Langsung

Pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan untuk memperjelas latar belakang permasalahan. Data – data tersebut adalah dengan melakukan survei lapangan dengan mengamati usaha dibidang sepeda motor, kondisi kegiatan yang berhubungan dengan sepeda motor (tren modifikasi, pameran sepeda motor).

2. Pengamatan Tidak Langsung

Dilakukan dengan melihat data-data yang ada, jumlah penduduk, sekolah-sekolah, perguruan tinggi sebagai daya dukung. Peraturan daerah setempat, tata ruang kota, peraturan bangunan, peta site yang dapat mendukung terkait dengan fungsi bangunan.

1.8.2. Studi Literature

Data-data yang berkaitan dengan kegiatan penjualan perawatan dan modifikasi sepeda motor:

- Studi literature yang meliputi : majalah, surat kabar dan tabloid yang mengulas tentang kegiatan jual-beli, perawatan, modifikasi, kendaraan sepeda motor.
- Studi kasus dengan tema yang sama.

1.8.3. Analisis

Dalam tahap ini akan dilakukan proses analisis seluruh data yaitu:

1. Analisis site
2. Analisis penampilan bangunan yang informatif.
 - a. Penggunaan bukaan
 - b. Penggunaan material.
 - c. Metafora
3. Analisis pencapaian tata ruang dalam yang interaktif.
 - a. Jarak
 - b. Organisasi ruang
 - c. Layout ruang
 - d. Sirkulasi ruang
 - e. Proporsi ruang

1.8.4. Tahap Sintesis

Tahapan ini berguna untuk menyeleksi seluruh data yang ada, sehingga dapat diambil keputusan yang dijadikan pedoman selama masa perancangan.

1.8.5. Tahap Perumusan Konsep

Tahap pengambilan keputusan mengenai batasan-batasan dan arahan perancangan sehingga ketika dalam proses perancangan dapat berkembang dengan tepat jelas sasaran.

1.8.6. Tahap Perancangan

Dalam tahapan ini seluruh data dan informasi dapat dituangkan kedalam serangkaian gambar teknis,

1.9. Sistematika Pembahasan

I. Pendahuluan

Menjelaskan tentang batasan dan pengertian judul, latar belakang permasalahan, tujuan dan sasaran, hingga sistematika pembahasan.

II. Tinjauan Umum

Menjelaskan tentang pengertian pusat penjualan, perawatan dan modifikasi syarat-syarat ruang, serta studi kasus dengan proyek yang serupa.

III. Analisis penampilan bangunan yang informatif dan tata ruang dalam yang interaktif.

1. Analisis site
2. Analisis penampilan bangunan yang informatif.
 - a. Penggunaan bukaan
 - b. Penggunaan material.
 - c. Metafora
3. Analisis pencapaian tata ruang dalam yang interaktif.
 - a. Jarak
 - b. Organisasi ruang
 - c. Layout ruang
 - d. Sirkulasi ruang
 - e. Proporsi ruang

IV. Konsep perancangan

Menjelaskan secara detil tentang penampilan bangunan yang informatif dan tata ruang dalam yang interaktif terhadap bangunan Showroom Sepeda Motor Terpadu.

V. Schematic Design

Bagian ini menguraikan tentang konsep perancangan yang berupa gambar / skema.

VI. Rancangan Final

Berupa gambar kerja yang dihasilkan dari tahapan design.

Daftar Pustaka

Daftar-daftar literatur yang membantu memberi informasi kepada penulis selama masa perancangan.

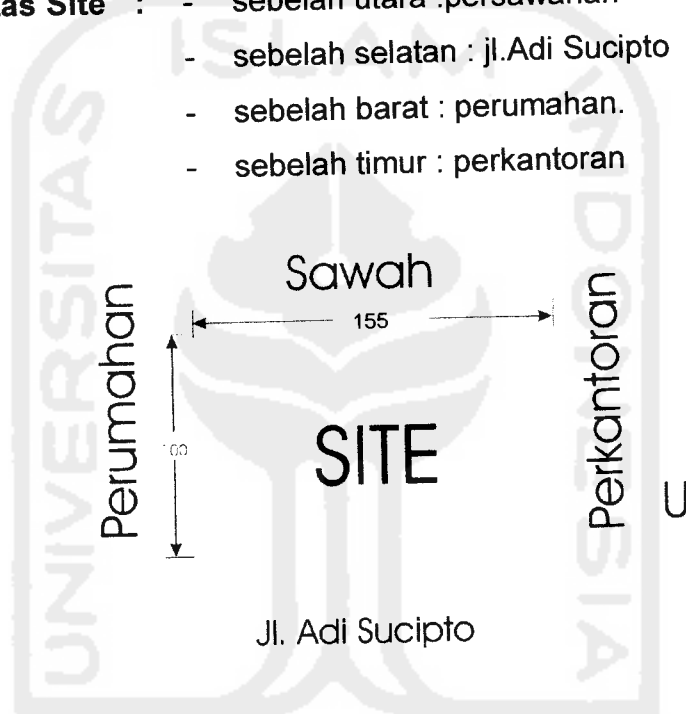
Lampiran

Data-data tambahan (penjelas) yang telah digunakan dalam pra rancangan dan perancangan.

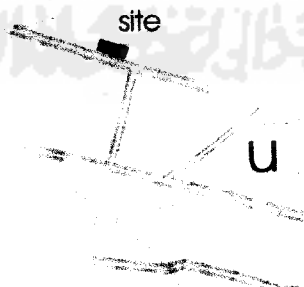


1.10. Identifikasi Proyek

- **Judul** : Pusat Penjualan, Perawatan Dan Modifikasi Seda Motor
- **Penekanan** : Penampilan bangunan yang informatif dan tata ruang dalam yang interaktif
- **Lokasi** : Jl. Adi Sucipto
- **Luas Site** : 100 m x 150 m = 15.000 m²
- **Batas Site** :
 - sebelah utara : persawahan
 - sebelah selatan : jl. Adi Sucipto
 - sebelah barat : perumahan.
 - sebelah timur : perkantoran



Batas site sebelah barat timur



batas site peta lokasi



batas:site sebelah timur

Gambar 1.4
Batas site

1.11. Kerangka Pola Pikir

LATAR BELAKANG

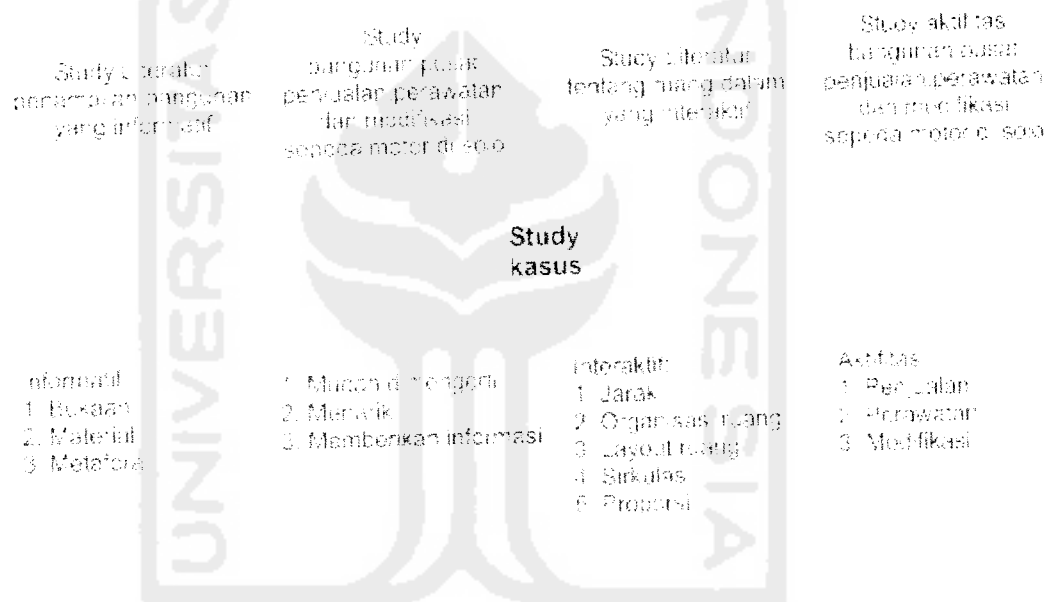
- *Permintaan pasar meningkat
- *Isu tentang penghematan energi
- *Kemudahan untuk mendapatkan sepeda motor (kredit)

LATAR BELAKANG PERMASALAHAN

- *Konsumen tidak dapat berinteraksi dengan mekanik
- *Penggabungan antara ruang bengkel dengan ruang penjualan sehingga saling mengganggu
- *Bangunan komersial harus dapat memberi informasi tentang fungsi dari bangunan tersebut

PUSAT PENJUALAN, PERAWATAN DAN MODIFIKASI SEPEDA MOTOR

penampilan bangunan yang informatif dan tata ruang dalam yang interaktif



KONSLP

Bangunan Pusat Penjualan, Perawatan Dan Modifikasi Sepeda Motor Di Solo

Penampilan bangunan informatif

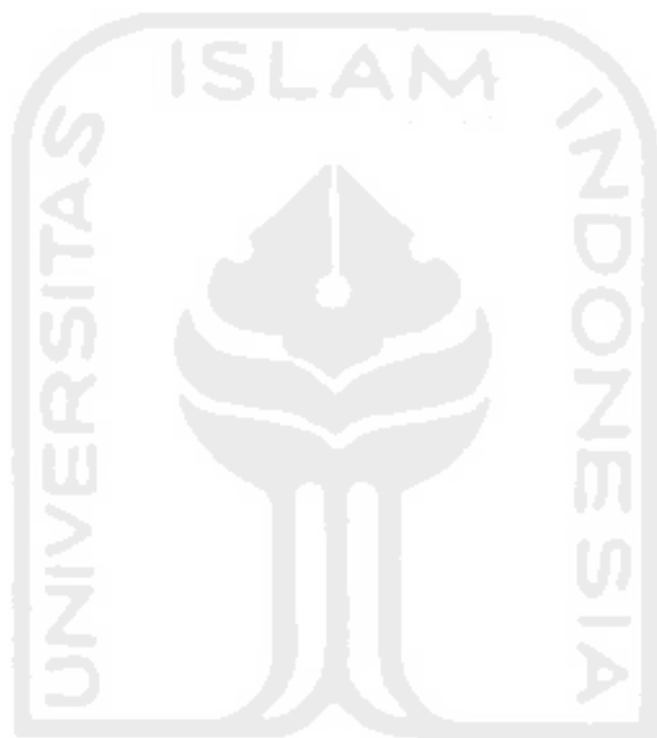
1. Bukaan yang lebar
2. Material transparan
3. Metafora tersamar

Tata ruang dalam yang interaktif

1. Jarak pada ruang penjualan perawatan modifikasi
2. Organisasi ruang pada ruang penjualan perawatan modifikasi
3. Layout ruang pada ruang penjualan perawatan modifikasi
4. Sirkulasi pada ruang penjualan perawatan modifikasi
5. Proporsi pada ruang penjualan perawatan modifikasi

1.12. Keaslian penulisan

1. Andi Marton, Pusat Perdagangan Suku Cadang dan Perawatan Sepeda Motor Di Yogyakarta.
Tugas Akhir, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia. 1996.
2. Budi Harsono, Pusat Modifikasi Dan Jual Beli Sepeda Motor Di Yogyakarta
Penekanan pada transformasi komponen sepeda motor sebagai pembentuk citra bangunan
Tugas Akhir, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia, 1999.
3. Siswoyo Fitra, Pusat Showroom Sepeda Motor Di Yogyakarta.
Penekanan pada tata ruang dalam yang atraktif dan rekreatif.
Tugas Akhir, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia, 2001.



الجامعة الإسلامية في إندونيسيا



BAB II
TINJAUAN UMUM
PUSAT PENJUALAN, PERAWATAN DAN MODIFIKASI
SEPEDA MOTOR DI SOLO

2.1. Tinjauan Umum Pusat Penjualan, Perawatan dan Modifikasi

Sistem yang digunakan yaitu sistem sewa ruang, dalam artian tempat yang disewakan yaitu ruang penjualan, service / perawatan, modifikasi. Pengelola hanya menyediakan ruang saja, kegiatan pengelola hanya mengawasi, mengecek, bertanggung jawab atas keamanan. Sistem keamanan dipegang oleh pengelola. Waktu operasional yaitu jam 08:00 WIB, hari senin – minggu. Jenis Kegiatan yang ada pada Pusat penjualan Perawatan dan modifikasi sepeda motor antara lain:

2.1.1. Kegiatan pengelola

Kegiatan ini dilakukan oleh pemilik bangunan, yang meliputi: pengelolaan perusahaan, pengembangan / pemantauan perusahaan, keamanan bangunan.

2.1.2. Kegiatan jual-beli

Pada kegiatan jual-beli meliputi kegiatan penyajian barang, informasi dan konsultasi serta kegiatan promosi sebuah produk sepeda motor. Disini penjualan sepeda yaitu penjualan sepeda motor baru. Penjualan sepeda motor baru dilakukan oleh pihak ATPM (agen tunggal pemegang merk) kendaraan bermotor. Merk yang diperjual-belikan diantaranya : Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki karena produk sepeda motor tersebut yang cukup laku di Indonesia

2.1.3. Kegiatan service/perbengkelan

Kegiatan ini dilakukan oleh masing-masing merk/ATPM kendaraan sepeda motor dengan cara penyediaan tempat khusus.

2.1.4. Kegiatan modifikasi

Merupakan kegiatan yang berhubungan dengan merubah penampilan/peforma pada sepeda motor yang sesuai dengan keinginan konsumen. Modifikasi dilakukan oleh pengusaha perbengkelan diluar pihak ATPM sepeda motor.

2.1.5. Kegiatan test drive

Adalah kegiatan yang berhubungan dengan service/perbengkelan, jual beli, dan modifikasi, yang bertujuan untuk mencoba, meyakinkan koonsumen tentang kemampuan keungulan, dan kualitas sebuah kendaraan sepeda motor.

2.2. Tinjauan Jenis Kegiatan

Berdasarkan pelaku kegiatan pengelompokan kebutuhan ruang dapat dibagi menjadi:

2.2.1. Ruang pengelola

Kegiatan yang dilakukan berhubungan dengan pembukuan, manajemen dalam perusahaan yang dikelola.

Kegiatan yang terjadi di ruang pengelola:

Pelaku Kegiatan	Aktifitas	Alat	Sifat Kegiatan	Dampak
Pengelola/ pegawai perusahaan	Melakukan manajemen keuangan, manajemen pelayanan, manajemen distribusi pemasaran, manajemen pegawai, keamanan bangunan dan kendaraan	Kursi, meja, komputer	Menganalisa proses kegiatan dan manajemen berdasarkan jenisnya	-

Tabel 2.1
Proses Kegiatan Jual-Beli

2.2.2. Ruang penjualan

Kegiatan di dahului dengan memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dari melihat, mendengar, membaca akhirnya memutuskan produk mana yang akan di pilih dan terjadi proses transaksi (tawar menawar), membayar.



Gambar 2.1
Suasana ruang transaksi dan penyajian motor

Kegiatan yang terjadi di ruang penjualan

Pelaku Kegiatan	Aktifitas	Alat	Sifat Kegiatan	Dampak
Pengunjung	Mengamati produk yang dipamerkan, menanyakan harga (transaksi).		Memerlukan ruangan yang cukup untuk bergerak dan mengamati,	-
Sales	Memberikan informasi, menawarkan, kepada konsumen tentang produk yang dijual	Meja, computer, kursi,	Memerlukan ruangan untuk bergerak ketika terjadi proses menawarkan produk	-

Tabel 2.2
Proses Kegiatan Jual-Beli

2.2.3. Ruang perawatan

kegiatan ini berhubungan langsung dengan mekanik, yang meliputi perbaikan, mesin, kaburator, sepeda, fairing, frame (rangka), transmisi, roda-ban, dan lain-lain. Kegiatan service yang ditawarkan ada 3 macam jenis, yaitu :

- Paket 1 (service lengkap)

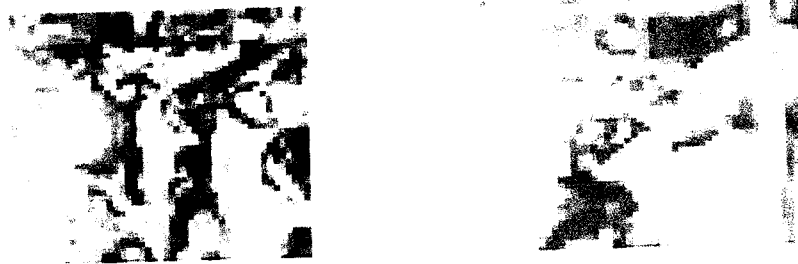
Pada perawatan ini dilakukan pengecekan terhadap kondisi kendaraan yang meliputi, pembersihan kabulator, saringan udara, ganti oli, stel rantai, stel rem, cek busi, pemeriksaan air aki, cek lampu, cek stang, periksa ban, stel klep, stel kopling.

- Paket 2 (service ringan)

Pada perawatan ini dilakukan pengecekan, saringan udara, pembersihan karbulator, ganti oli, cek rantai, cek busi, rem, lampu,

- Paket 3 (ganti oli plus)

Pada perawatan ini dilakukan pengecekan rantai, lampu, stel rem, dan oli.



Gambar 2.2
Suasana ruang perawatan

Kegiatan yang terjadi di ruang perawatan:

Pelaku Kegiatan	Aktifitas	Alat	Sifat Kegiatan	Dampak
Pengunjung	Melakukan pendaftaran, menunggu dan membayar.	Sepeda motor, kursi	Mebutuhkan pelayanan yang maksimal, serta kenyamanan ruang dan adanya fasilitas	-
Kasir	Pembayaran	Meja, kursi, komputer	Penerimaan pembayaran dari konsumen	-
teknisi	Perbaikan dan perawatan, pergantian sapre parts kendaraan sepeda motor	Alat-alat mekanik, ruang sepeda motor ruang uji coba, kursi,	Mengeluarkan asap, sisa olie, kotoran lainnya.	Kebisingan, limbah

Tabel 2.3
Proses Kegiatan perawatan

2.2.4. Ruang Modifikasi

Merupakan kegiatan yang berhubungan dengan merubah penampilan/peforma pada sepeda motor yang sesuai dengan keinginan konsumen. Tempat ini menyediakan aksesoris tambahan, bodi kit (airbrush), mesin.



Gambar 2.3
Gaya modifikasi

Kegiatan yang terjadi di ruang modifikasi:

Pelaku Kegiatan	Aktifitas	Alat	Sifat Kegiatan	Dampak
Pengunjung	Memilih barang, Melakukan pendaftaran, (ikut terlibat)menunggu dan membayar.	Sepeda motor, kursi	Mebutuhkan pelayanan yang maksimal, (ikut terlibat)serta kenyamanan ruang dan adanya fasilitas	-
Kasir	Pembayaran	Meja, kursi, komputer	Penerimaan pembayaran dari konsumen	-
teknisi	Perbaikan, perawatan, pergantian aksesoris	Alat-alat mekanik, ruang sepeda motor ruang uji coba, kursi,	Mengeluarkan asap, sisa oli, kotoran lainnya.	Kebisingan, limbah

Tabel 2.4
Kegiatan perawatan

2.2.5. Tes Drive

kegiatan yang menguji kelayakan sepeda motor yang telah di beli, diservice atau telah dimodifikasi.

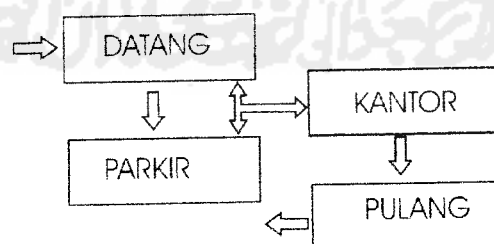
Kegiatan yang terjadi pada Test drive :

Pelaku Kegiatan	Aktifitas yang Berlangsung	Alat yang dibutuhkan	Sifat Kegiatan	Dampak yang Ditimbulkan
Mekanik	Pengecekan sepeda motor/menguji	Alat-alat mekanik (obeng, kunci, dll)	Mengeluarkan asap dan udara yang kotor akibat pengecekan.	kebisingan
Mekanik dan Konsumen	Pengecekan sepeda motor/di uji coba	Arena test drive	Mengeluarkan asap dan udara yang kotor akibat pengecekan.	kebisingan

Tabel 2.5
Proses Kegiatan perawatan

2.3. Alur/Pola Kegiatan

2.3.1. Ruang pengelola



Gambar 2.4
Pola kegiatan pengelola

Pada kegiatan ini pegawai datang, sampai dikantor mengerjakan tugas sesuai dengan bidangnya

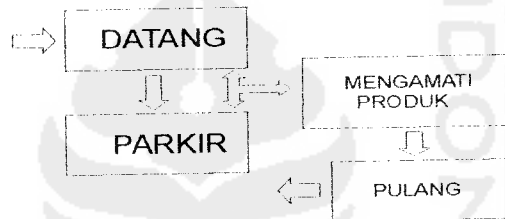
2.3.2. Ruang penjualan

- Pengunjung



Gambar 2.5
Pola kegiatan pengunjung

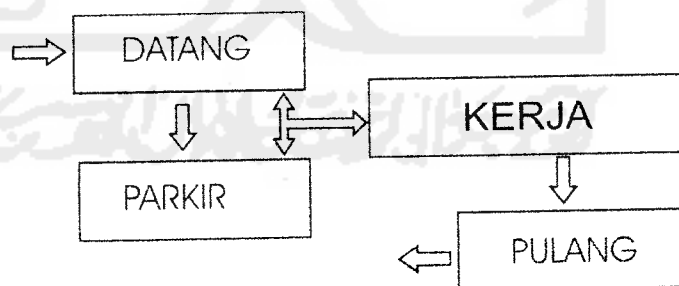
Pada kegiatan ini konsumen melakukan transaksi (kesepakatan harga) untuk sepeda motor, dan membayar uang kepada kasir sesuai dengan yang telah disepakati.



Gambar 2.6
Pola kegiatan pengunjung

Pada kegiatan ini konsumen hanya melihat-lihat produk yang ditawarkan dan tidak melakukan transaksi.

- Pegawai

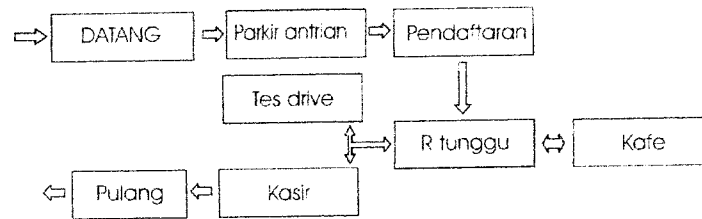


Gambar 2.7
Pola kegiatan pegawai

Kegiatan yang dilakukan oleh sales yaitu memberikan informasi kepada pengunjung tentang produk yang ditawarkan, konsultasi dan melakukan negosiasi.

2.3.3. Ruang perawatan

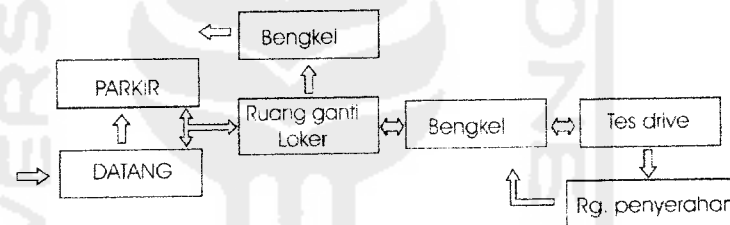
- Pengunjung



Gambar 2.8
Pola kegiatan pengunjung

Pada kegiatan ini pengunjung mendaftarkan kendaraan yang akan diservice. Pengunjung tinggal menunggu di ruang tunggu dan pengunjung bisa ikut mencoba kendaraan apakah telah layak dikendarai atau belum.

- Mekanik

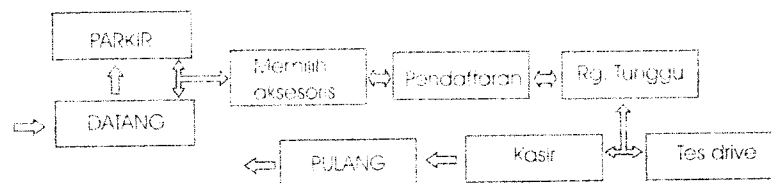


Gambar 2.9
Pola kegiatan mekanik

Pada kegiatan service mekanik melakukan kegiatan service terhadap kendaraan konsumen dari pengecekan sampai pergantian spare part uji coba layak jalan/tidak.

2.3.4. Ruang modifikasi

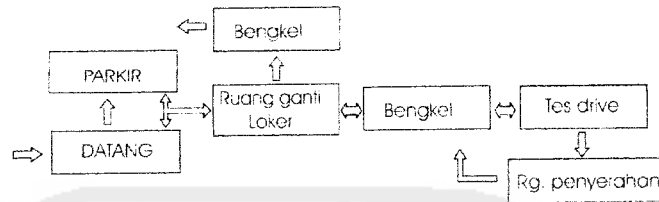
- Pengunjung



Gambar 2.10
Pola kegiatan pengunjung

Pada kegiatan modifikasi pengunjung memilih barang (aksesoris) kemudian mendaftarkan dibengkel, konsumen juga diperbolehkan terlibat dalam proses pemasangan.

- Mekanik



Gambar 2.11
Pola kegiatan mekanik

Pada kegiatan modifikasi mekanik melakukan perubahan terhadap kendaraan konsumen yang sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga dalam hal ini komunikasi dua arah sangat penting agar hasilnya sesuai dengan permintaan konsumen.

2.4. Tinjauan penampilan bangunan yang Informatif

Penampilan bangunan yang informatif adalah penampilan bangunan yang dapat memberi informasi sehingga orang yang melihatnya dapat mengerti fungsi dari bangunan tersebut sehingga ada keinginan untuk mengetahui lebih jauh tentang isi dari bangunan tersebut. Karakter informatif dapat diungkapkan dalam wujud fisik antara lain¹¹:

a. Bukaan

Bukaan dapat berupa jendela atau pintu. Secara arsitektur pintu dapat diartikan sebagai ajakan, pengarah. Jendela akan memberikan kesan dorongan untuk melihat kegiatan yang berada didalam.

b. Elemen Transparan

Elemen Transparan dapat mencerminkan karakter informatif karena sifatnya dibalik elemen tersebut masih kelihatan. Penggunaan elemen yang transparan dapat diterapkan karena dapat menginformasikan kegiatan didalam bangunan.

c. Penggunaan Metafora¹²

Penggunaan metafora ini juga dapat menyampaikan pesan kepada orang yang melihatnya, sehingga dapat membentuk persepsi bagi yang melihatnya. Metafora sendiri dapat dibagi menjadi 2 macam:

1. Metafora langsung

Mengarah pada bentuk yang terang-terangan biasanya menggambarkan fungsi dari bentuk itu.

2. Metafora tersamar

Merupakan tanggapan dari orang yang menikmati atau memakai karyanya, yang persepsi pengamat berbeda-beda.

¹¹ *Arsitektur, manusia dan pengamatanya. Djabatana 1983*

¹² *Diktat Kuliah Teori Bentuk, Ir. H Munich BE. MSA*

2.4.1 Study Komparasi bangunan informatif

Trans world building



Gambar 2.12
Trans word building

Karakter informatif didapat dari bentuk bangunan yang menampilkan simbol penerbangan. Arsitek menggunakan bentuk metaphor dari sayap burung.

2.5. Tinjauan Ruang Dalam yang interaktif

interaktif yaitu hubungan dua orang atau lebih yang saling mempengaruhi dan adanya hubungan timbal balik dengan maksud tertentu. Maksud dari tujuan tertentu tersebut yaitu melakukan tukar pikiran, bercerita, menyampaikan berita dan sebagainya. Interaksi dipengaruhi oleh dimensi lingkungan yang disebut konteks. Dimensi lingkungan terdiri dari tiga macam yaitu¹³:

1. lingkungan / kontek sosial-psikologi.

Yaitu sebuah hubungan yang dijalankan antara orang terhadap peran dan permainan serta aturan budaya yang ada, mencakup rasa persahabatan dan permusuhan.

2. Lingkungan / kontek temporal atau waktu

Yaitu waktu yang digunakan untuk melakukan hubungn antara orang, meliputi jam sampai dengan masa / sejarah.

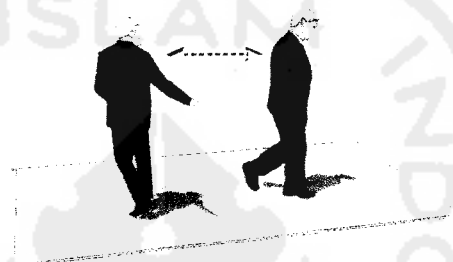
¹³Sosial masyarakat, Surachman Sumawihardja. Bandung 1991

3. Lingkungan / dalam konteks fisik

Yaitu lingkungan nyata / wujud sebagai tempat terjadinya hubungan antar orang. Faktor yang menjadi penentu Lingkungan fisik yang dapat menjadi wadah kegiatan tersebut harus mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut¹⁴:

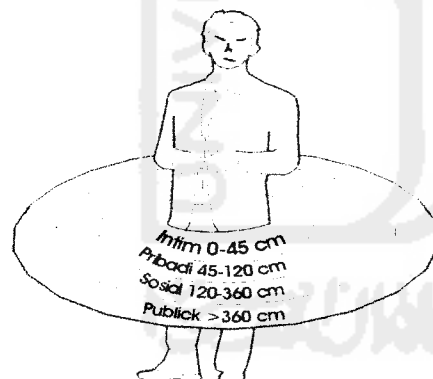
a. Jarak

Semakin lebar jarak antara individu, maka semakin tidak ada interaksi yang terjadi.



Gambar 2.13
Pengaruh jarak

Sedangkan Jarak antara individu dapat dibedakan menjadi empat, yaitu:



- 15-45 cm : intim / akrab
- 45-120 cm : pribadi/hubungan terjadi apabila ada respon dari kita
- 120-210 cm : hubungan sosial
- >360 cm : semakin besar maka tidak terjadi interaksi

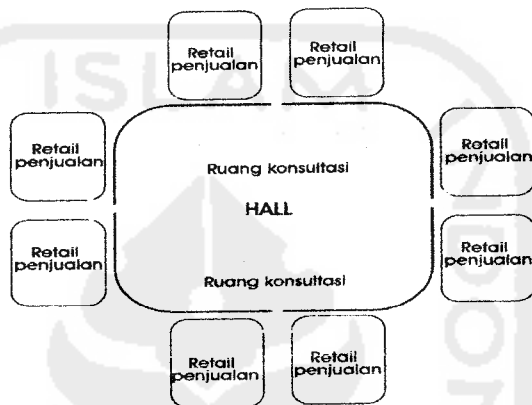
Gambar 2.14
Jarak antar individu

¹⁴Komunikasi Antar Manusia. Joseph A Devito, 1991

b. Organisasi ruang¹⁵

1. organisasi ruang terpusat

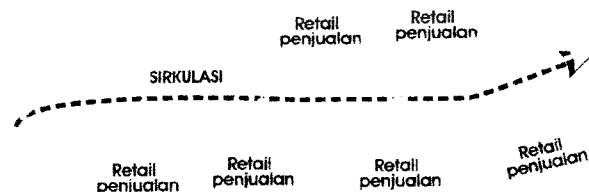
Organisasi ruang memusat merupakan sejumlah ruang sekunder yang dikelompokkan pada satu ruang pusat hall dijadikan pusat orientasi dari unit penjualan tersebut, dan hall juga dapat dimanfaatkan sebagai ruang pameran ketika ada acara-acara tertentu / ruang serbaguna.



Gambar 2.15
organisasi ruang terpusat

2. Organisasi linier

Organisasi ruang linier merupakan salah satu urutan / tatanan ruang yang berderet dan berulang-ulang. Dalam perletakan unit-unit penjualan harus mempertimbangkan derajat kualitas dan pencapaian pada masing-masing ruang sama. Dengan pemisahan antara pintu masuk dan pintu keluar maka memungkinkan untuk konsumen melihat semua isi dari unit-unit penjualan yang ada.

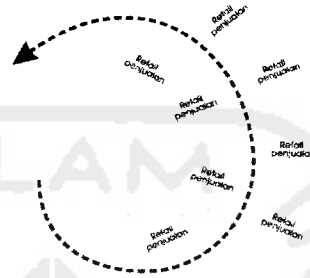


Gambar 2.16
organisasi ruang linier

¹⁵Bentuk Ruang dan Susunannya, F. D. K. Ching

3. Radial

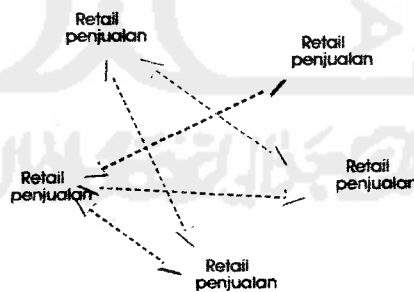
Yaitu memadukan unsur-unsur organisasi terpusat dan linier. Organisasi radial ini mempunyai pusat ditengah kemudian dikembangkan kearah keluar, dengan lengan-lengan yang linier sehingga susunanya menghasilkan pola yang dinamis.



Gambar 2.17
organisasi ruang radial

4. Cluster

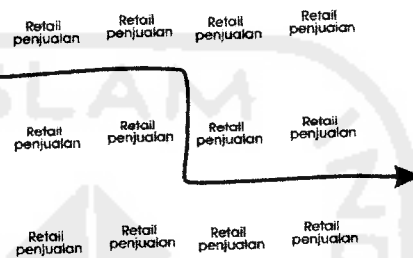
Menggunakan pertimbangan penempatan perletakan sebagai dasar untuk menghubungkan satu ruang dengan ruang yang lain. Keuntungan dari organisasi ruang ini ruang adalah luwes dalam arti dapat menerima pertumbuhan dan perkembangan secara langsung.



Gambar 2.18
organisasi ruang cluster

5. Grid

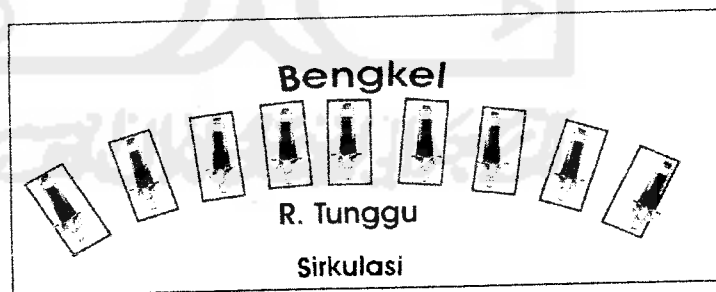
Organisasi terdiri dari bentuk, ruang dimana posisinya ruang dan hubungan antar ruang diatur oleh pola grid. Kekuatan grid timbul karena keteraturan letak dan sirkulasi. Keuntungan dari organisasi ini adalah pengunjung dapat memilih sendiri tanpa dipaksakan seperti dalam organisasi ruang linier.



Gambar 2.19
organisasi ruang grid

c. Layout ruang

Layout ruang dalam bangunan dapat menciptakan kesan interaktif. Kesan interaktif dapat diciptakan melalui penataan ruang-ruang berdasarkan tingkat kedekatan hubungan kegiatan pelaku dalam ruang. Kedekatan ruang tersebut dapat mendukung aktifitas pengguna.



Gambar 2.20
Layout ruang

d. Sirkulasi

Pengolahan sirkulasi pada ruang dalam dapat menciptakan hubungan interaksi sosial dan lingkungan sekitar. Sirkulasi ruang dibagi menjadi¹⁶:

1. Mewati ruang

Kesatuan antara ruang dapat dipertahankan, konfigurasi jalan menjadi luwes serta ruang-ruang perantara dapat digunakan untuk menghubungkan jalan dengan ruang lain.



Gambar 2.21
Sirkulasi melewati ruang

2. Menembus ruang

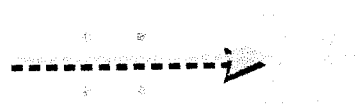
Jalan dapat menembus ruang sehingga jalan dapat membuat pola-pola istirahat di tiap-tiap ruang.



Gambar 2.22
Sirkulasi menembus ruang

3. Berakhir dalam ruang

Lokasi ruang menentukan jalan. Hubungan jalan dan ruang ini dipergunakan untuk mencapai dan memenuhi secara fungsional dan melambangkan ruang-ruang yang penting.

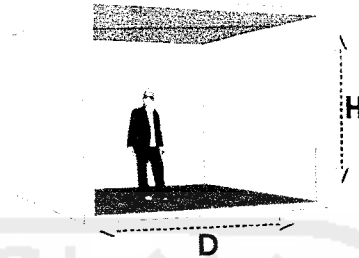


Gambar 2.23
Sirkulasi berakhir ruang

¹⁶Bentuk Ruang dan Susunannya, F. D. K. Ching

e. Proporsi ruang

Proporsi ruang dapat memberikan kesan interaktif dengan perbandingan sebagai berikut:

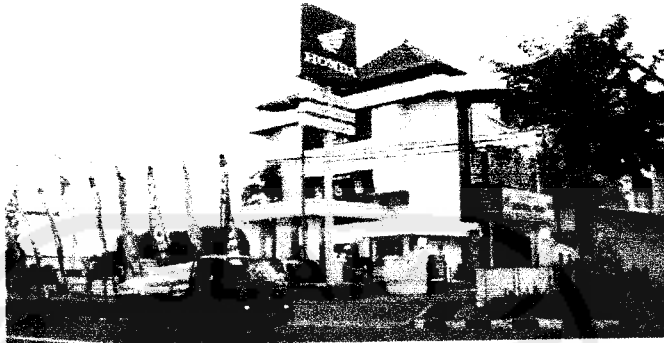


Gambar 2.24
Skala ruang

Dengan jarak D (horisontal) lebih besar dari H (vertikal) maka akan memberikan kesan lebih akrab (intim). Jika jarak H (vertikal) lebih besar dari D (horisontal) maka akan mengesankan monumental

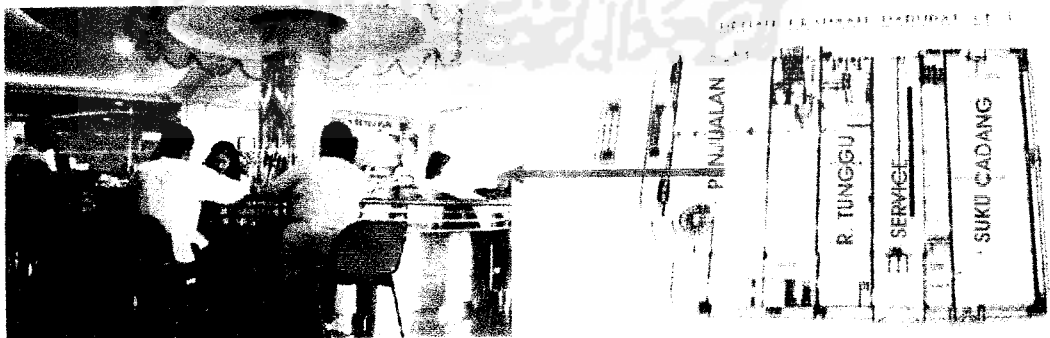
2.6. Study kasus

1. Showroom Honda (jl. Magelang)



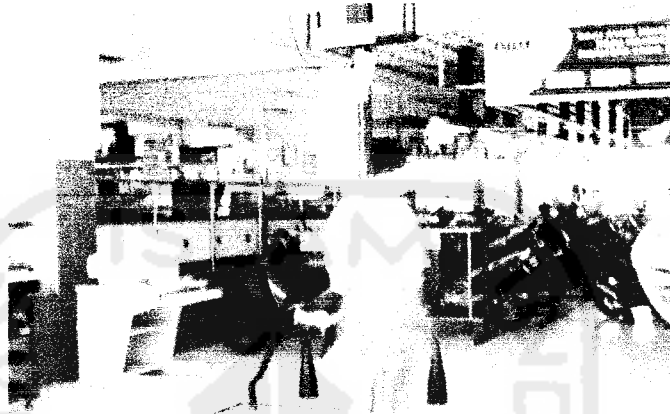
Gambar 2.25
Showroom honda (jl. Magelang)
Sumber: survey

Showroom Honda (jl. Magelang) memiliki dua masa bangunan. Bagian depan berfungsi sebagai penjualan perawatan dan perkantoran. Pada ruang penjualan tempat konsultasi dan transaksi dibuat melingkar sekaligus sebagai orientasi. Ruangan penjualan tersebut proporsi jarak vertikal lebih besar dari jarak horisontal, hal ini memberikan kesan keeluasaan bagi pengunjung untuk mengamati produk yang ditawarkan. Display-display sepeda motor juga dapat memberikan skala manusia. Sedangkan pada ruang konsultasi plafon lebih rendah sehingga memberikan kesan yang akrab.



Gambar 2.26
Ruang transaksi dan denah bangunan
Sumber: survey

Pada ruang perawatan tidak terjadi interaksi antara pengunjung dengan mekanik. Walaupun jarak ruang tunggu dengan mekanik dekat/bersebelahan tetapi dibatasi dengan kaca sehingga pengunjung hanya bisa mengawasi saja.

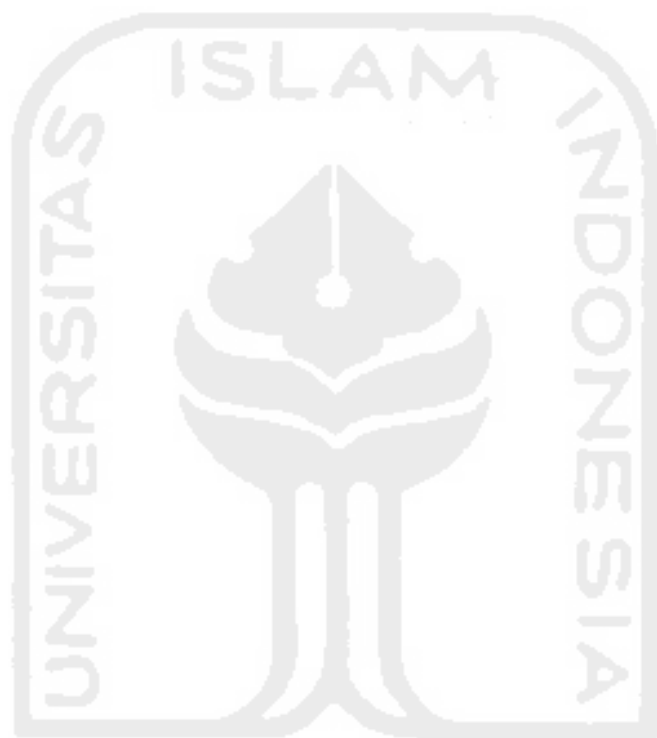


Gambar 2.27
ruang perawatan sepeda motor
Sumber: survey

Pada bagian belakang merupakan bagian privat yang digunakan sebagai gudang sepeda motor yang nantinya akan di distribusikan ke showroom honda yang lain.



Gambar 2.28
ruang penyimpanan sepeda motor
Sumber: survey



الجامعة الإسلامية في إندونيسيا



BAB III
ANALISA DAN PENDEKATAN KONSEP
PADA BANGUNAN PUSAT PENJUALAN, PERAWATAN DAN
MODIFIKASI SEPEDA MOTOR

3.1. Analisa Site

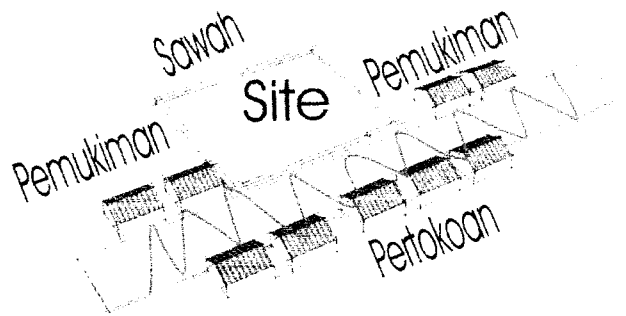
Bangunan pusat penjualan, perawatan dan modifikasi sepeda motor termasuk bangunan komersial. Penentuan lokasi harus mempertimbangkan kesesuaian dengan tata ruang kota, aksesibilitas, daya saing dan sarana utilitas. Beberapa faktor yang mempengaruhi dalam penentuan lokasi site Pusat penjualan, perawatan dan modifikasi sepeda motor di Solo, antara lain

- a. Kecukupan lahan : berada dilingkungan yang kepadatannya rendah sehingga pada nantinya dapat dilakukan pengembangan terhadap bangunan.
 - b. Tingkat aksesibilitas : yang berada di jalur sirkulasi angkutan kota
 - c. Lingkungan : yang berada dikawasan komersial dan perdagangan
 - d. Sarana utilitas : jaringan utilitas kota, air bersih, kotor, listrik, telepon, dan lain-lain
 - e. Tata ruang kota : sesuai dengan peraturan tentang zona kawasan.
- Lokasi terpilih yaitu di jl. Adi Sucipto.

No	Kriteria	Nilai
1	Kecukupan Lahan	3
2	Aksesibilitas	3
3	Sarana Utilitas kota	3
4	Tata ruang kota	4
5	Lingkungan	2

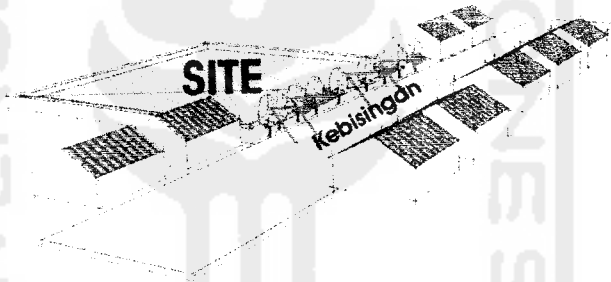
Bobot : 4= Sangat menentukan
3= Menentukan
2= Cukup menentukan
1= Kurang menentukan

3.1.1. Analisa kebisingan



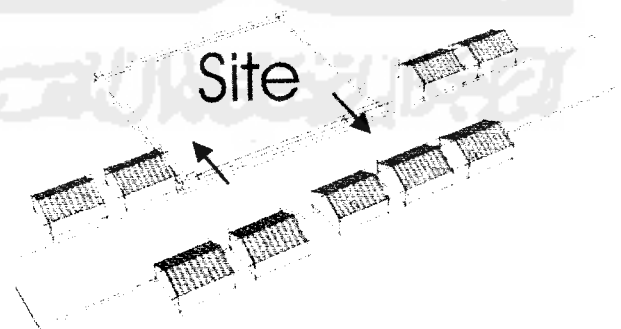
Gambar 3.1
Analisa kebisingan

Kebisingan berasal dari jalan raya, kendaraan ramai ketika pada siang hari 11.00-16.00 Hal yang perlu dilakukan adalah dengan memberikan vegetasi dengan seperlunya pada area site.



Gambar 3.2
Solusi terhadap kebisingan

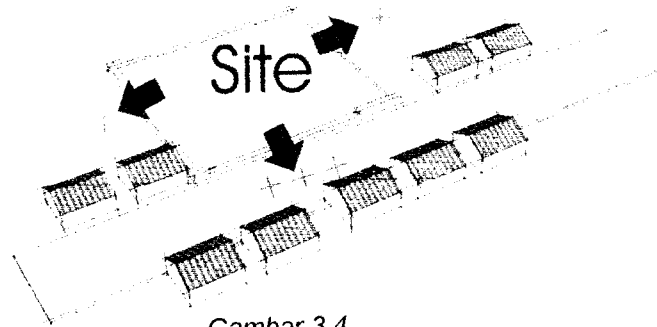
3.1.2. Akses



Gambar 3.3
Analisa pencapaian kedalam site

Untuk menghindari terjadinya crossing maka akses jalan masuk dan jalan keluar perlu dibedakan.

3.1.3. View



Gambar 3.4
Analisa view

View ang dipilih yaitu menghadap pada jalan Adi Sucipto.

3.2. Analisa Besaran ruang

kebutuhan ruang dibagi menjadi beberapa kelompok jenis kegiatan:

3.2.1. Ruang pengelola

Jenis Ruang	Kapasitas	Jmlh	Ukuran	Luas
R. Direktur	1 org	1	4 x 4	16 m ²
R. Sekretaris	1 org	1	4 x 4	16 m ²
R. Administrasi	6 org	1	8 x 10	80 m ²
R. Meeting	15 org	1	8 x 6	48 m ²
R. Tamu	5 org	1	4 x 4	16 m ²
			Jumlah	176 m ²
			Sirkulasi 20%	36 m ²
			Total Luas	212 m ²

Sumber : *Standart Neufert & Time Saver Standards

3.2.2. Ruang Penjualan

Jenis Ruang	Kapasitas	Jmlh	Ukuran	Luas
R. display sepeda motor	8 sp. motor	4	1 x 2 x 4 x 8	48 m ²
R. Transaksi	10 org	4	2 x 2 x 3 x 4	48 m ²
loker	10 org	4	3 x 4 x 10	120 m ²
R. Direktur	1 org	4	3 x 3 x 4	36 m ²
R. Staff	2 org	4	6 x 4 x 4	48 m ²
R. Gudang sp. Motor	130 sp. motor	4	0.8 x 2 x 130 x 4	832 m ²
Loker		4	0.8 x 2 x 4	7 m ²
			Jumlah	1140 m ²
			Sirkulasi 30%	342 m ²
			Total Luas	1482 m ²

Sumber : *Standart Neufert & Time Saver Standards

3.2.3. Perawatan atau Service

Jenis Ruang	Kapasitas	Jmlh	Ukuran	Luas
R.Receptionist & Kasir	2 org	4	2 x 3 x 4	24 m ²
R. penyimpanan Sparepart		4	10x 6 x 4	240 m ²
R.Meeting Mekanik	10 org	4	6 x 4 x 4	96 m ²
R.Service	7 sp.motor	4	1.8 x 2.5 x 7 x 4	130 m ²
R.Ganti Karyawan	8 org	4	1.25 x 5 x 8	50 m ²
R.Tunggu	28 org	4	1.5 x 4 x 28	168 m ²
Lavatory	2 org	2	1.5x 1.5 x 2	4.5 m ²
			Jumlah	712.5 m ²
			Sirkulasi 30%	213.75 m ²
			Total Luas	926.25 m ²

Sumber : *Standart Neufert & Time Saver Standards

3.2.4. Modifikasi

Jenis Ruang	Kapasitas	Jmlh	Ukuran	Luas
R.Receptionist & Kasir	2 org	2	2 x 3x2	12 m ²
Gudang asesoris	-	1	4 x 4	16 m ²
R. istirahat	12 org	1	1.5 x 12	18 cm ²
R. Staf	4 org	1	4 x 6	24 m ²
R. konsultasi	5 org	2	6 x 4	24 m ²
R. disainer	5 org	1	6 x 4	24 m ²
R.Meeting Mekanik	10 org	1	6 x 4	24 m ²
R.Pemasangan	7 sp.motor	1	2 x 2.5 x 7	60m ²
R. penyimpanan sepeda motor	8 motor	1	1.5x2 x 8	230 m ²
R.Ganti Karyawan	10 org	1	1.25 x 10	12.5 m ²
R.Tunggu	14 org	1	1.5 x 14	21 m ²
R. las dan bubut		1	3 x 4	12 m ²
R. pengecatan		1	8 x 6	48 m ²
R. persiapan pengecatan		1	3 x 4	12 m ²
Lavatory	2 org	2	1.5x 1.5 x 2	4.5 m ²
			Jumlah	581 m ²
			Sirkulasi 30%	174.3 m ²
			Total Luas	755 m ²

Sumber : *Standart Neufert & Time Saver Standards

3.2.5. Ruang utilitas bangunan

Jenis Ruang	Kapasitas	Jmlh	Ukuran	Luas
R.Gengset&Trafo	-	1	6 x 4	24 m ²
R. bahan bakar	-	1	3 x 2	6 m ²
R.Control Panel	-	1	3 x 2	6 m ²
R.pompa	-	1	3 x 3	25 m ²
Gudang peralatan	-	1	4 x 3	12 m ²
			Jumlah	73 m ²
			Sirkulasi 20%	14.6 m ²
			Total Luas	87.6 m ²

3.2.6. Ruang penunjang

Jenis Ruang	Kapasitas	Jmlh	Ukuran	Luas
R. Musholla	10 org	5	5 x 6 x 5	150 m ²
R. Keamanan	2 org	2	3 x 4 x 2	24 m ²
Parkir Pengelola	1 mobil, 7sp.motor	1	2.5 x 5 + 1 x 2 x 7	26.5 m ²
Parkir Penyewa	5 mobil, 60 sp.motor	1	2.5 x 5 x 5 + 1 x 2 x 60	182.5 m ²
Parkir Pengunjung	9 mobil, 150 sp.motor	1	2.5 x 5 x 9 + 1 x 2 x 150	412 m ²
Ruang bongkar muat	9 truk	4	3 x 6 x 9	162 m ²
			Jumlah	957 m ²
			Sirkulasi 30%	287 m ²
			Total Luas	1244 m ²

Sumber : *Standart Neufert & Time Saver Standards

3.2.7. Total luas keseluruhan

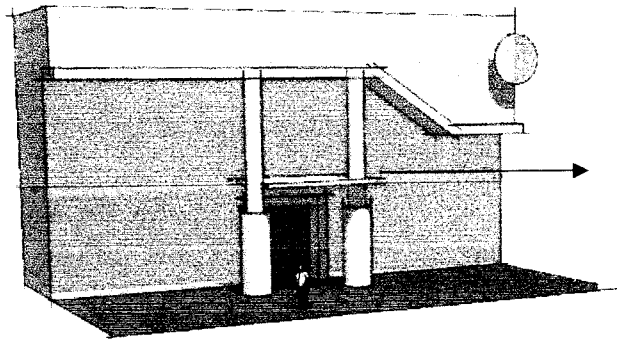
Jenis Ruang	Jenis	Ukuran
Ruang dalam	pengelola	212 m ²
	Penjualan	1482 m ²
	perawatan	926.25 m ²
	modifikasi	755 m ²
	Ruang utilittas	87.6 m ²
	Hall	228 m ²
	Total ruang dalam	3498.85 m ²
Ruang luar	R.Keamanan	24 m ²
	Parkir Pengelola	26.5 m ²
	Parkir Penyewa	182.5 m ²
	Parkir Pengunjung	412 m ²
	Ruang bongkar muat	162 m ²
	Total luas	4742.85 m ²

3.3. Analisa penampilan bangunan informatif

Penampilan bangunan yang informatif yaitu dapat memperlihatkan kegiatan yang berada didalamnya sehingga dapat diketahui atau fungsi dari bangunan tersebut. Karakter informatif pada penampilan bangunan sangat penting karena dapat dilihat langsung oleh mata. Elemen-elemen yang dapat digunakan antara lain:

3.3.1. Penggunaan bukaan

Elemen bukaan salah satunya pintu yang lebar dapat mengisyaratkan orang untuk mempersilahkan masuk dan juga dapat mengisyaratkan sebagai fungsi untuk umum karena dapat dimasuki oleh orang banyak.

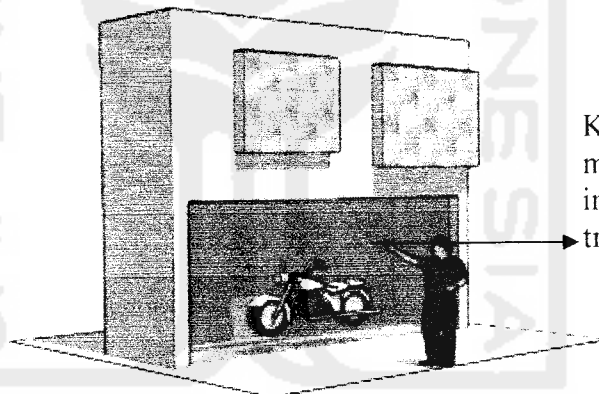


Bukaan yang lebar sebagai bangunan dapat dimasuki orang banyak

Gambar 3.5
Analisa penggunaan bukaan

3.3.2. Material

Penggunaan material trasparan juga dapat memperlihatkan karater informatif karena, orang dari luar dapat mengetahui aktifitas yang berada didalamnya. Penggunaa etalase juga sering dilakukan untuk menginformasikan kepada konsumen tentang fungsi bangunan tersebut.

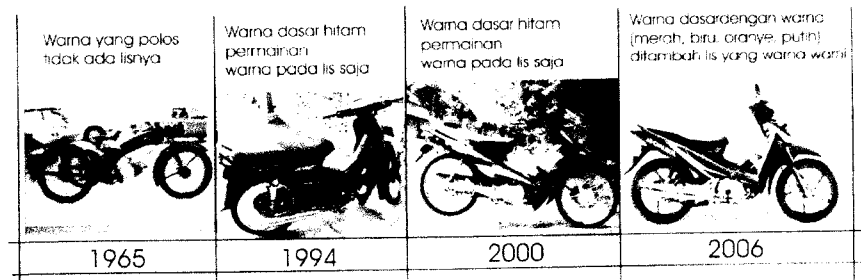


Kaca dapat memberikan karakter informatif karena transparan

Gambar 3.6
Analisa penggunaan material transparan

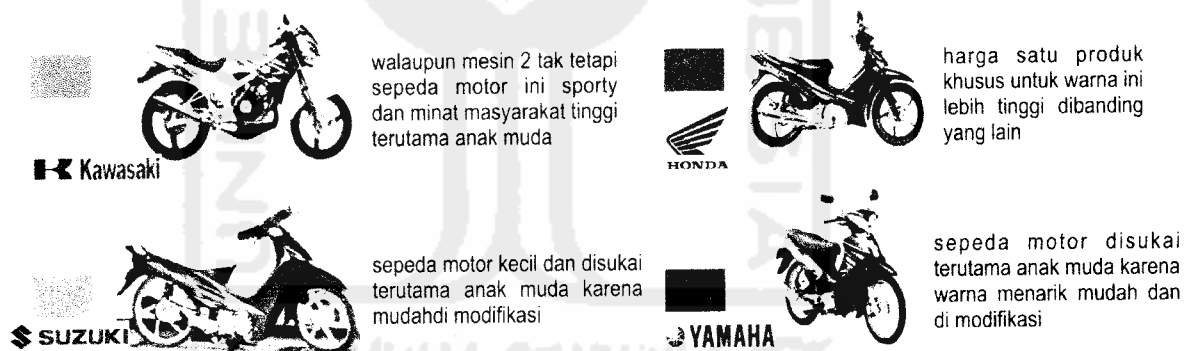
3.3.3. Transformasi bentuk (metafora).

Penggunaan transformasi bentuk (metafora) dapat memperlihatkan karakter informatif. Suatu bentuk yang menyimbolkan sesuatu objek yang tersamar sehingga perlu penghayatan lebih dalam oleh orang yang melihatnya. analisis karakter sepeda adalah sebagai berikut:



Gambar 3.7
Analisa metafora

Perubahan dari waktu ke waktu menunjukkan adanya perubahan warna sepeda motor. Penggunaan warna-warna yang berani juga dapat diterapkan dalam fasad bangunan. Kriteria produk yang salah satu produk yang dipilih yaitu: Minat masyarakat, dan harga. Warna hijau digunakan untuk showroom Kawasaki. Warna biru digunakan untuk showroom Suzuki. Warna merah digunakan untuk showroom Honda. Warna merah tua digunakan untuk showroom Yamaha.



Gambar 3.8
Penerapan metafora tersamar

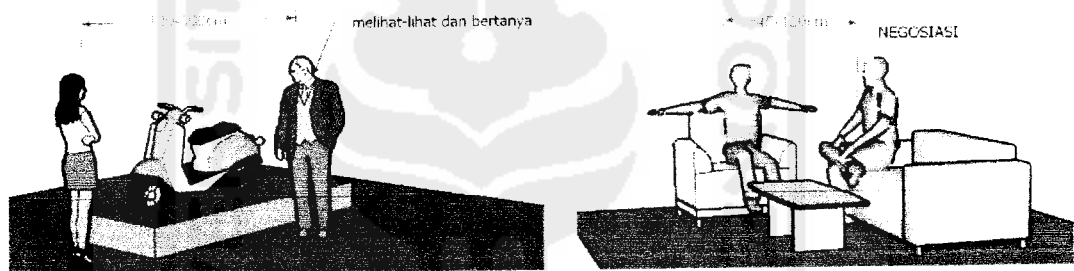
3.4. Analisa ruang dalam interaktif

Ruang dalam yang interaktif dalam bangunan showroom sepeda motor terpadu dapat ditempuh dengan:

3.4.1. Jarak.

a. Ruang penjualan

Semakin besar ruangan maka orang semakin jarak antara individu semakin jauh dan interaksi semakin kecil, Interaksi yang terjadi di ruang penjualan yaitu pengunjung melihat atau mengamati produk sepeda motor yang dipajang, dan bercakap-cakap dengan sales (saling berdiri) hal ini dapat dikategorikan jarak sosial, 120-360cm.



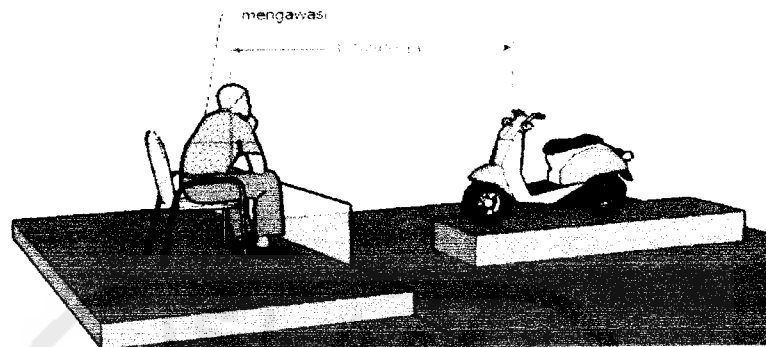
Gambar 3.9
Analisa jarak sosial

Setelah ada kecocokan maka akan terjadi proses transaksi (duduk), dapat dikategorikan jarak pribadi, 45-120cm. maka untuk mendapatkan interaksi antara sales dan pengunjung maka jarak sirkulasi tidak pengunjung tidak lebih dari 360 cm dan untuk mendekatkan jarak antar sales dengan pembeli maka dapat dibuat tempat duduk sekaligus sebagai tempat konsultasi.

b. Ruang perawatan

Kegiatan yang terjadi dalam ruang perawatan yaitu pengunjung dapat mengawasi kegiatan yang dilakukan mekanik, proses interaksi tersebut dapat dikategorikan jarak sosial 120-360cm, dalam jarak ini pengunjung masih dapat mengawasi kegiatan yang dilakukan oleh

mekanik. Sehingga jarak ruang tunggu dengan mekanik tidak boleh lebih dari 360 cm.



Gambar 3.10
Analisa jarak di R. tunggu perawatan

c. Ruang modifikasi

karakteristik kegiatan yang terjadi dalam kegiatan modifikasi pengunjung memberitahukan/mengarahkan kepada mekanik tentang keinginannya, sehingga, jarak ruang tunggu dengan mekanik harus dekat (jarak individu 45-120 cm). Sehingga pengunjung selain dapat mengawasi, juga dapat ikut membantu proses kegiatan mekanik (jarak intim 0-45 cm). Sehingga jarak ruang tunggu dengan mekanik tidak lebih dari 120 cm.



Gambar 3.11
Analisa jarak di R. tunggu modifikasi

3.4.2. Organisasi ruang

a. Ruang penjualan

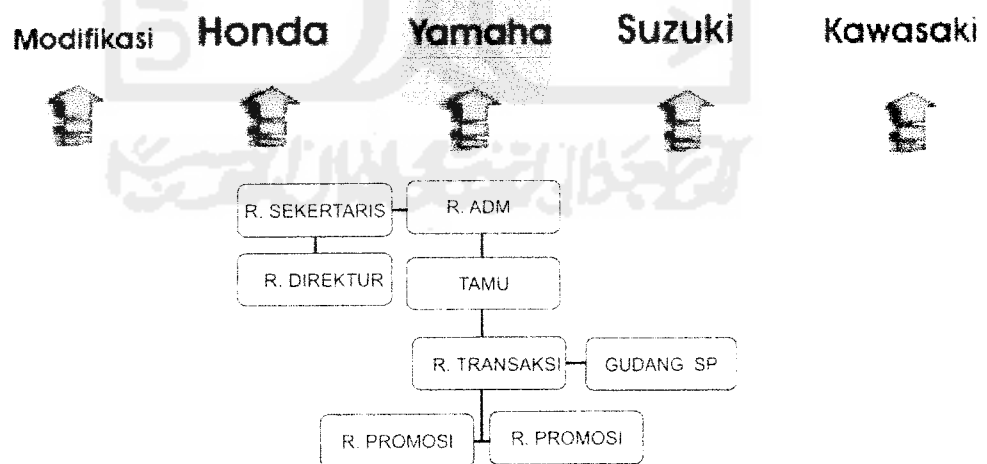
Di dalam ruang penjualan Interaksi yang terjadi yaitu sales menawarkan / mempromosikan produk kepada konsumen, dengan berkomunikasi langsung atau tidak langsung (memberikan brosur). Agar produk yang ditawarkan yang laku, maka kebutuhan utama dari penjual yaitu:

- Kemudahan dan kesamaan akses terhadap semua unit-unit penjualan.
- Sirkulasi masing-masing dapat memberikan nilai strategis bagi masing-masing unit penjualan.

Sedangkan kebutuhan pengunjung:

- Pengunjung bebas menentukan arah ke tiap unit mana yang akan dituju.

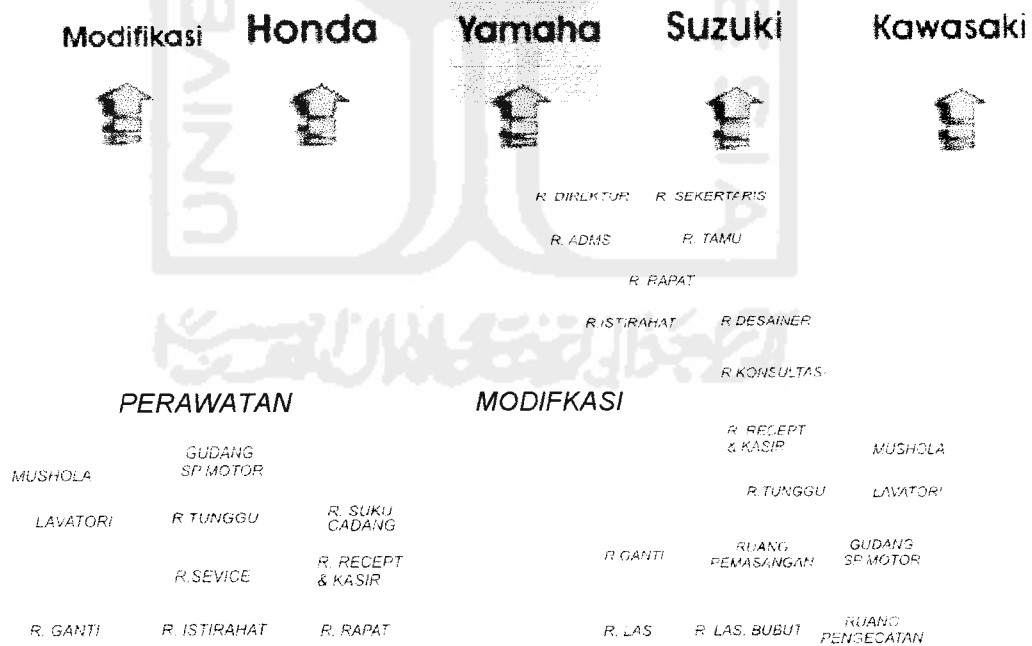
Dari analisa diatas maka organisasi ruang yang dapat diterapkan dalam ruang perawatan yaitu organisasi ruang linier.



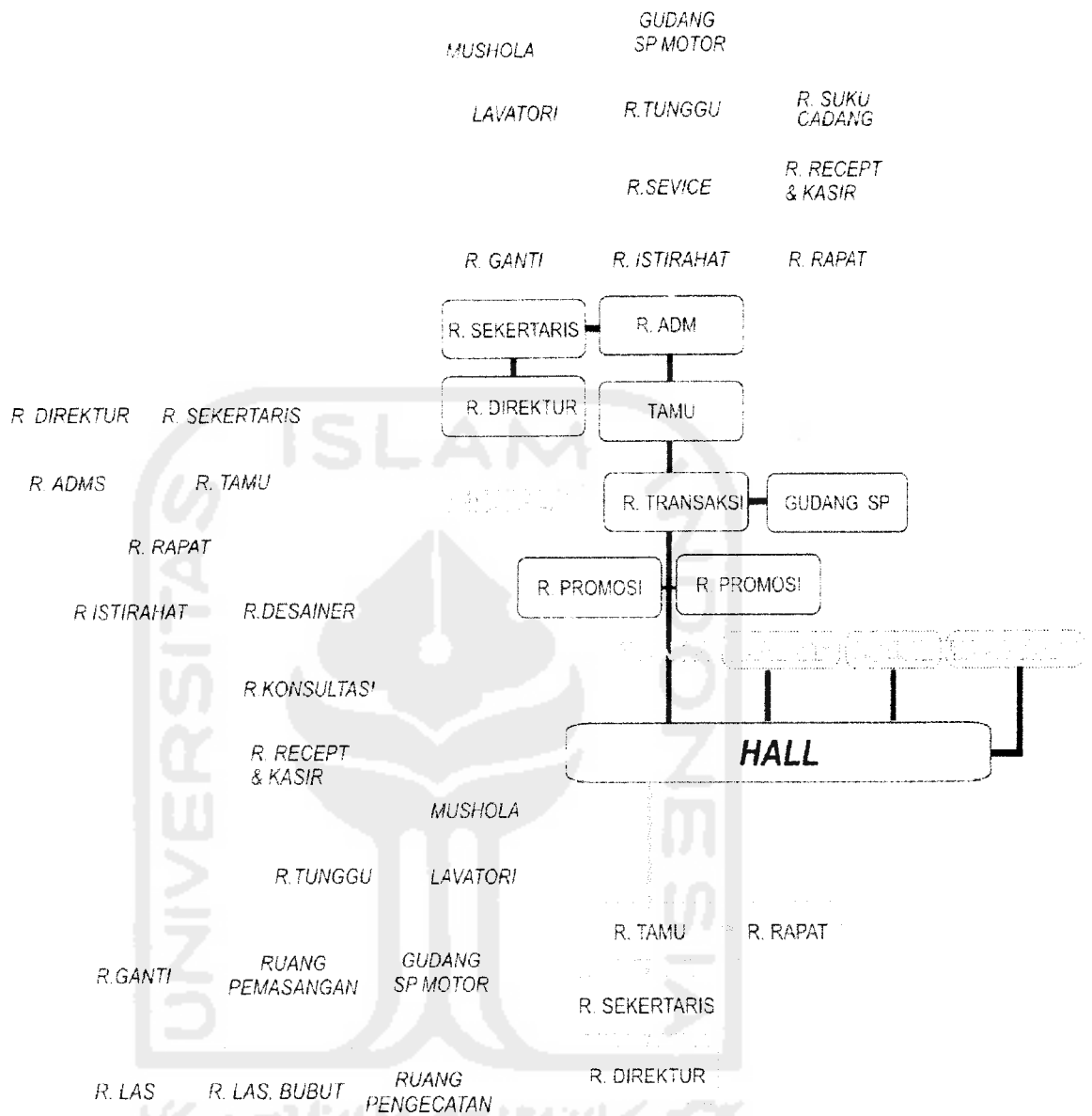
Gambar 3.12
Analisa organisasi ruang penjualan

b. Ruang perawatan dan modifikasi

Kegiatan perbengkelan dilakukan oleh masing-masing pihak ATPM yang memiliki pelanggan yang sudah tetap, Contoh, AHAS khusus untuk menangani kendaraan bermerek Honda, ketentuan perawatan sudah diatur (standar) dari pihak honda itu sendiri. Biasanya pengunjung tinggal memilih paket perawatan yang sudah ditawarkan. Dalam hal ini pencapaian / akses menjadi hal yang perlu dipertimbangkan walaupun masing bengkel perawatan sudah memiliki pelanggan tetap. Kebutuhan konsumen yang utama adalah pengawasan dari kegiatan hasil akhir dari service tersebut. Sistem pengelolaan dari Masing-masing unit pebengkelan berbeda-beda antara satu dengan yang lain, sehingga perlu adanya pembatas ruang-ruang perbengkelan itu sendiri, pola organisasi ruang yang dapat diterapkan yaitu linier:



Gambar 3.13
Analisa organisasi ruang perawatan dan modifikasi

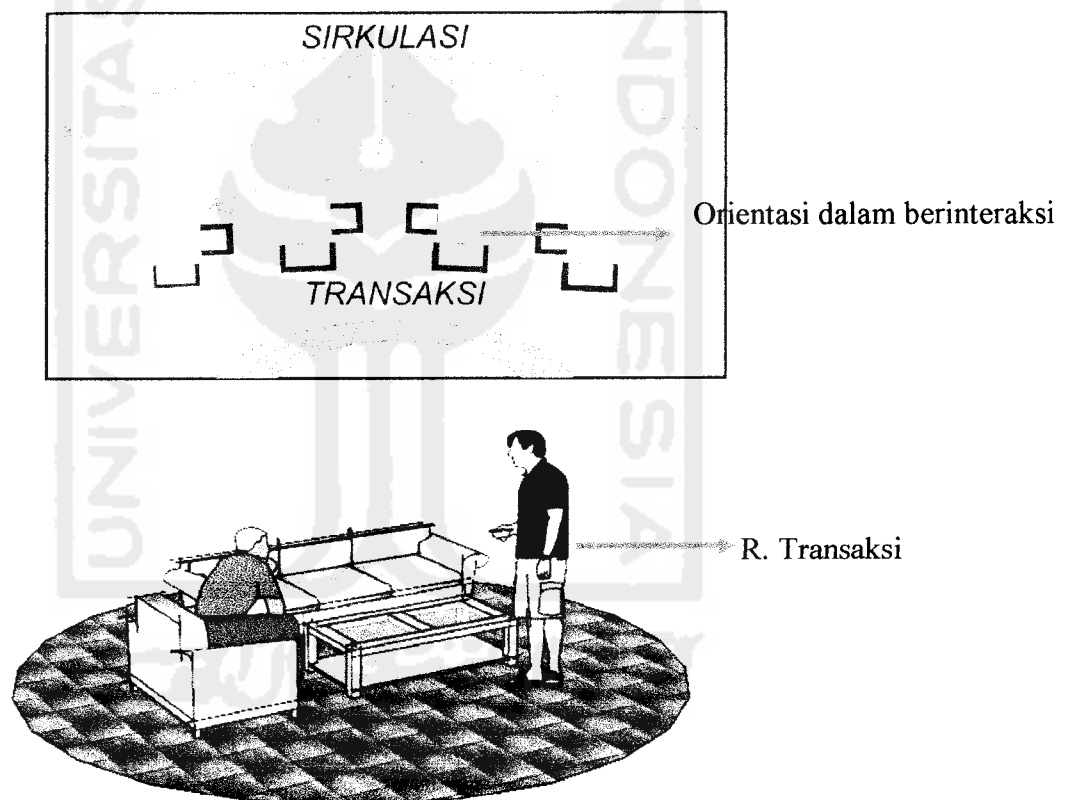


Gambar 3.14
Analisa organisasi ruang modifikasi

3.4.3. Layout ruang

a. Ruang Penjualan

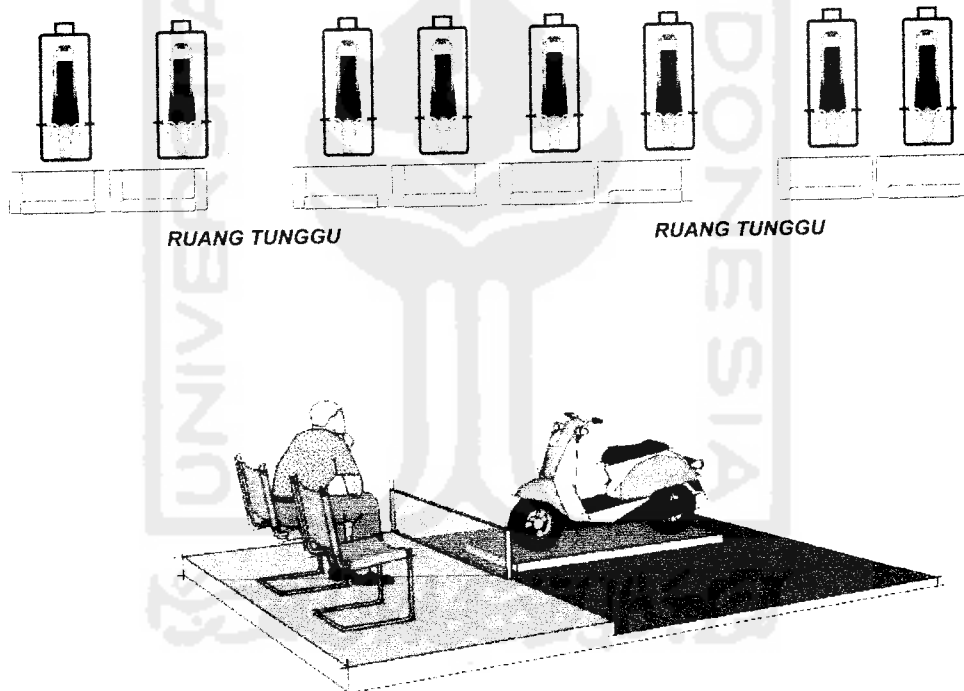
Terjadinya interaksi ini sangat memberi pengaruh besar terhadap kedua belah pihak. Kebutuhan dari konsumen yaitu dapat mengetahui informasi lebih dalam tentang keunggulan dan kekurangan dari suatu produk yang dijual. Dari pihak produsen / sales juga semaksimal mungkin untuk dapat menahan konsumen untuk berlama-lama berada di ruang penjualan, dan kesempatan itu tentunya dapat digunakan oleh produsen (sales) untuk meyakinkan konsumen tentang produk yang dijualnya:



Gambar 3.15
Analisa layout ruang

b. Ruang Perawatan

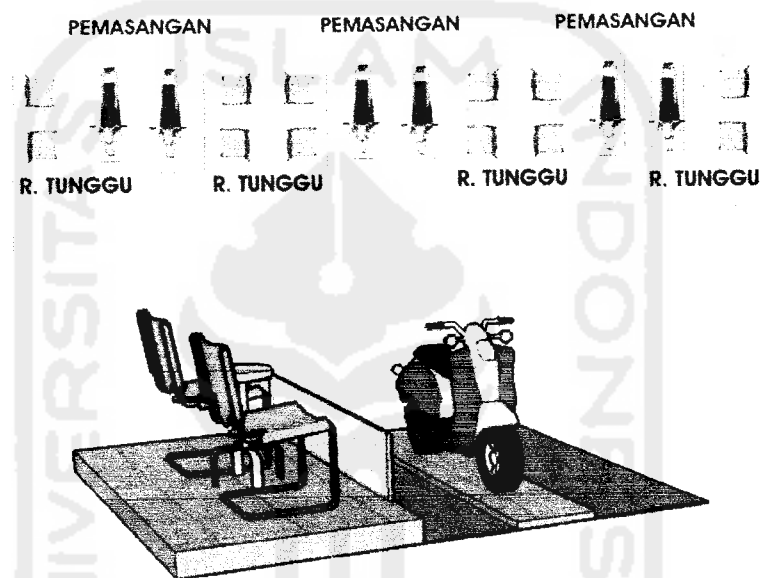
Interaksi yang terjadi di dalam bengkel perawatan yaitu terjadi komunikasi antara mekanik dan pengunjung. Mekanik memerlukan informasi dari pengunjung tentang informasi, problem / masalah dari sepeda motornya. Pengunjung juga dapat memberitahukan keinginan kepada mekanik dan sekaligus mengawasi kegiatan yang dilakukan oleh mekanik. Maka untuk mendapatkan karakter ruang dalam yang interaktif dapat melalui layout ruang. Letak antara ruang tunggu pengunjung / klien dengan bengkel / mekanik harus saling berdekatan.



Gambar 3.16
Analisa layout ruang

c. Ruang Modifikasi

Pengunjung tidak hanya mengawasi tetapi juga kadang ikut membantu mekanik dalam proses pemasangan asesoris. Interaksi sangat penting karena mekanik bekerja berdasarkan keinginan dari konsumen. Interaksi antara konsumen dengan mekanik akan menghasilkan kecocokan, sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

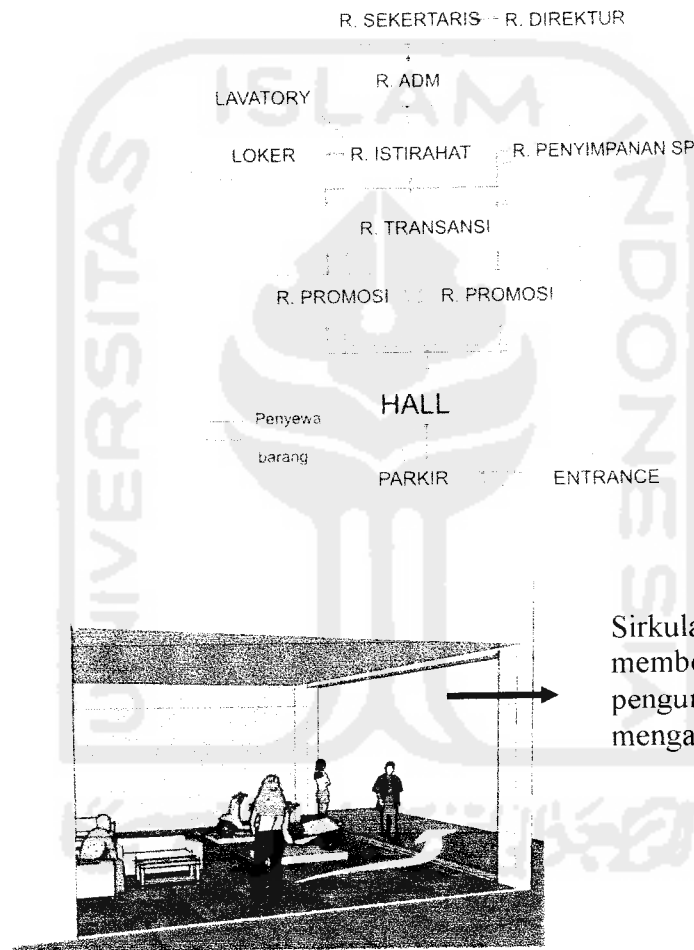
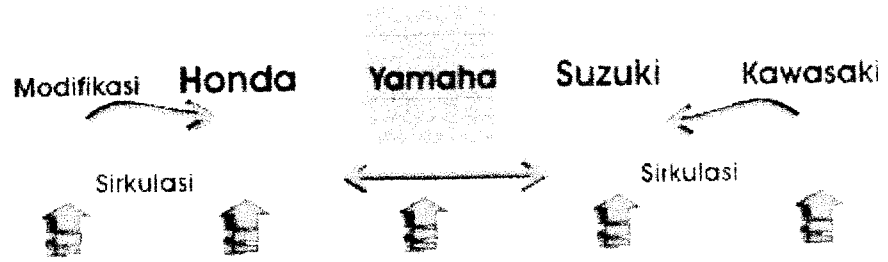


Gambar 3.17
Analisa layout ruang

3.4.4. Sirkulasi

a. Ruang penjualan

Sirkulasi dapat diartikan sebagai alur / pola, dimana akan sangat menunjang bagi kegiatan yang sedang berlangsung di dalam bangunan. Sirkulasi sendiri dapat diibaratkan tali pengikat antar ruang-ruang. Sirkulasi di dalam ruang penjualan yaitu memudahkan konsumen untuk dapat melihat dan membandingkan masing-masing produk, dan memberi kebebasan kepada konsumen kearah mana yang akan dituju. Sirkulasi yang dapat diterapkan pada ruang penjualan yaitu kombinasi sirkulasi menembus ruang dan melewati ruang

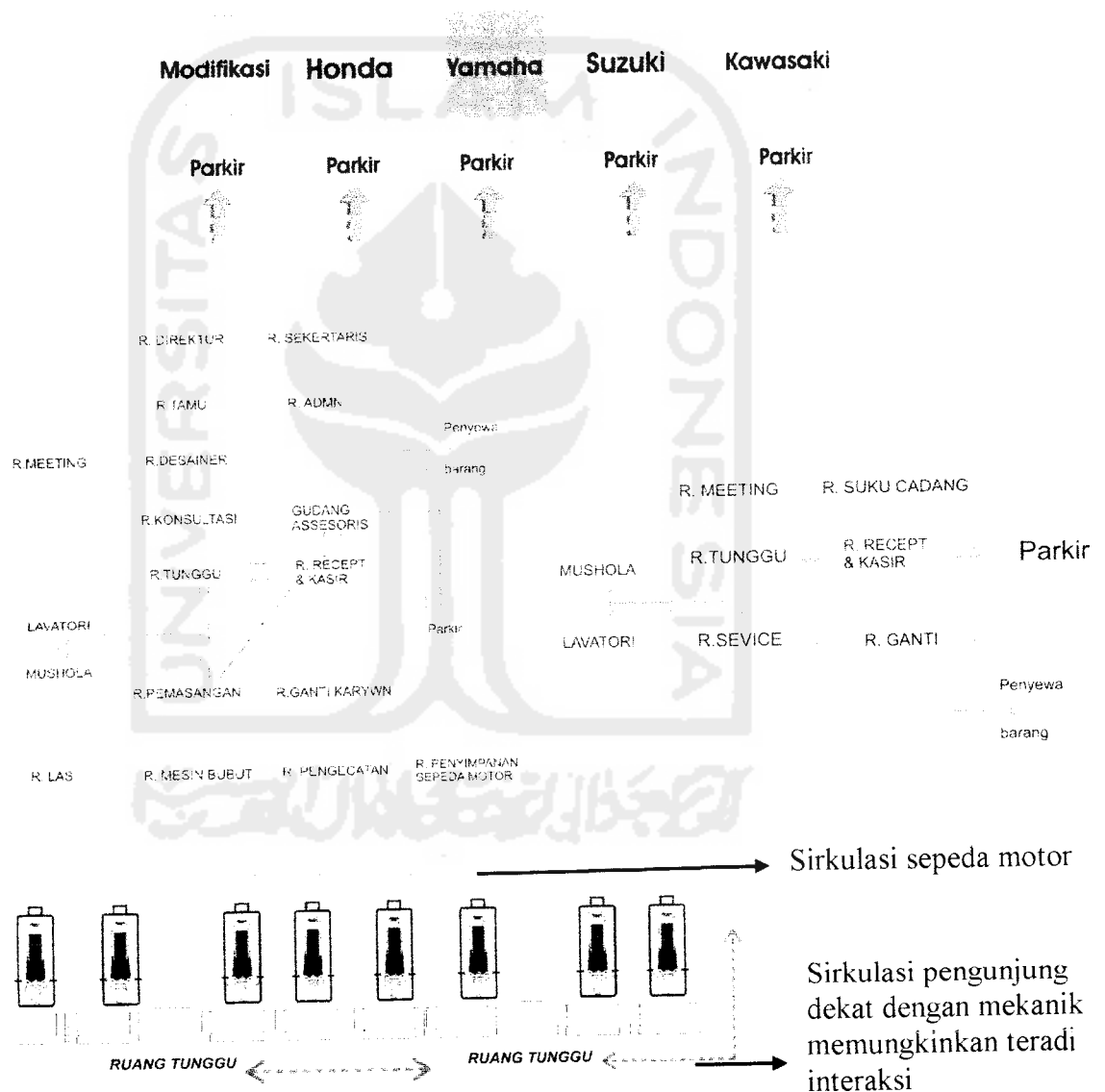


Sirkulasi menembus ruang dapat memberikan kesan interaktif dan pengunjung lebih leluasa dalam mengamati produk yang dijual

Gambar 3.18
Analisa sirkulasi

b. Ruang perawatan dan Modifikasi

sirkulasi pencapaian dalam bangunan masing-masing mempunyai parkir sendiri-sendiri. Sirkulasi pada bagian perawatan dan modifikasi pengunjung perlu dibedakan antara sepeda motor dengan pengunjung. Setelah memarkirkan sepeda motor pengunjung tinggal mendaftarkan, kemudian tinggal menunggu di ruang tunggu.

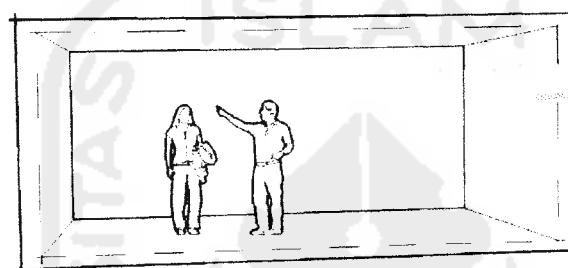


Gambar 3.19
Analisa sirkulasi keseluruhan

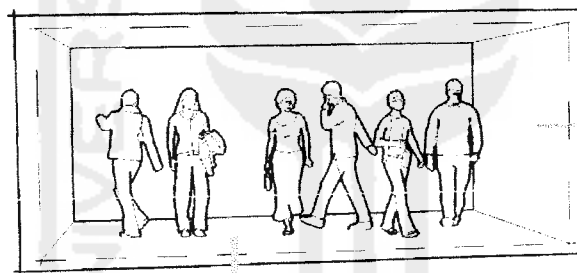
3.4. 5. Proporsi ruang

a. Ruang penjualan

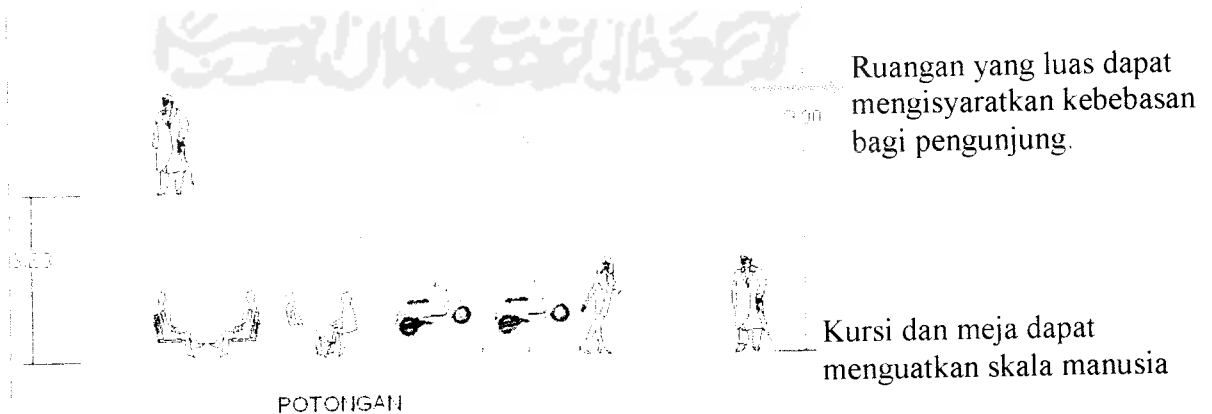
Suasana intim dapat di tempuh dengan jarak horisontal lebih besar dari jarak vertikal. Dalam penerapan pada ruang penjualan hal ini harus mempertimbangkan jumlah pengunjung. Dengan ruangan yang sama jumlah orang yang berada di dalamnya sedikit maka akan merasa nyaman, tetapi ketika jumlah orang yang banyak maka akan terasa kurang nyaman (sumpek).



Suasana terasa nyaman untuk berinteraksi



Dengan kapasitas pengunjung yang banyak maka suasana ruangan tidak nyaman untuk berinteraksi karena sumpek.



Ruangan yang luas dapat mengisyaratkan kebebasan bagi pengunjung.

Kursi dan meja dapat menguatkan skala manusia

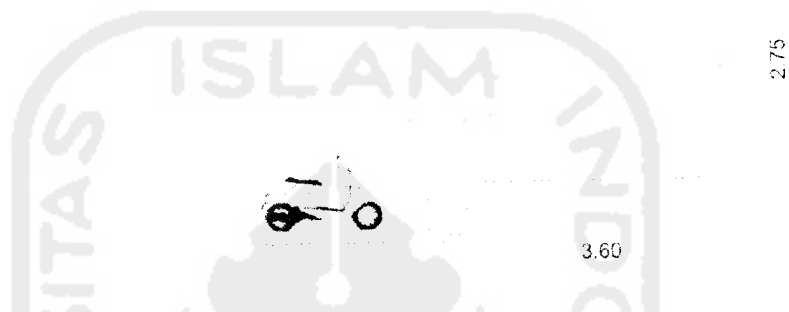
POTONGAN

Gambar 3.21
Analisa proporsi ruang penjualan

b. Ruang service

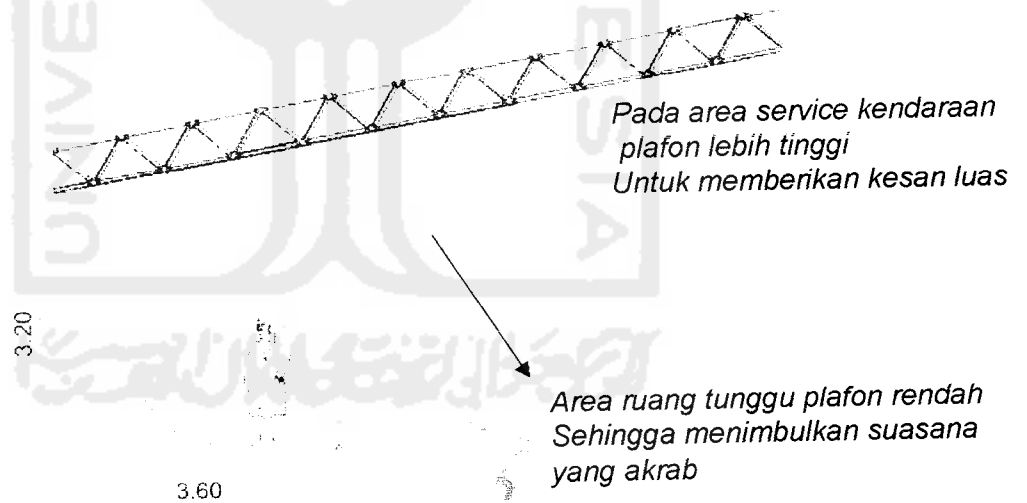
Pada area service kendaraan plafon lebih tinggi sehingga dapat dimanfaatkan untuk memasukkan cahaya alami dan sirkulasi udara

PENCAHAYAAN



Gambar 3.22
Analisa proporsi ruang perawatan

C. Ruang modifikasi



Gambar 3.23
Analisa proporsi ruang modifikasi



BAB IV

KONSEP DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

4.1. Konsep Dasar Perencanaan

4.1.1. Lokasi

Lokasi terpilih adalah di jalan Adi Sucipto, dengan kelebihan antara lain:

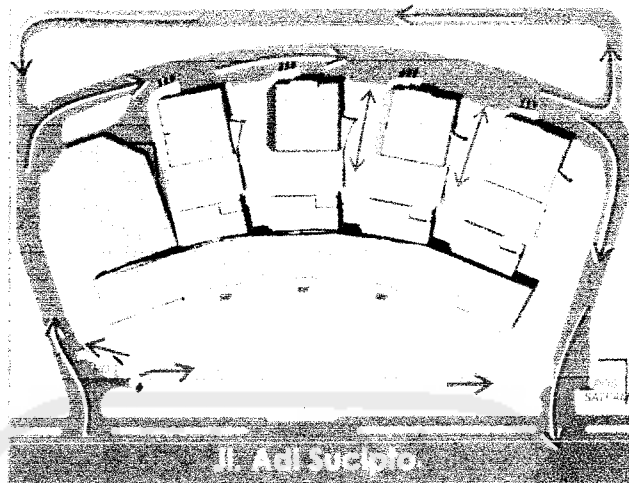
- a. Tingkat aksesibilitas baik.
- b. Lingkungan yang berada dikawasan komersial dan perdagangan
- c. Sarana utilitas, air bersih, kotor, listrik, telepon.
- d. Sesuai dengan peraturan tentang zona kawasan.

4.1.2. Site

Site terpilih terletak di sebelah utara jalan Adi Sucipto, berbatasan dengan sebelah sebelah utara :persawahan, sebelah selatan : jl.Adi Sucipto, sebelah barat : mushola dan perumahan, sebelah timur : perkantoran. Letak site strategis dan sesuai dengan tata ruang kota dan mudah diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi.

4.1.3. Konsep sirkulasi ruang luar

Pencapaian kedalam bangunan dengan langsung mengarah kebangunan. Parkir terbagi atas dua bagian yaitu parkir pengelola dan penyewa digabung menjadi satu terletak di basement, sedangkan parkir pengunjung dibagi menjadi dua, yaitu parkir pengunjung bagian penjualan dan parkir pengunjung bagian modifikasi dan service.



Gambar 4.1
Sirkulasi ruang luar

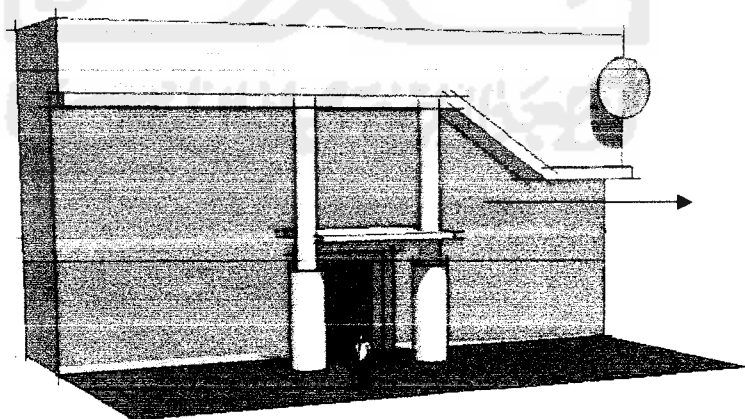
4.2. Konsep Dasar Perancangan

4.2.1. Konsep dasar penampilan bangunan

Untuk mendapatkan karakter fisik penampilan bangunan yang informatif antara lain dapat diperoleh dengan melalui cara-cara sebagai berikut:

a. Penggunaan bukaan

yaitu pintu yang lebar dapat mengisyaratkan orang untuk mempersilahkan masuk.

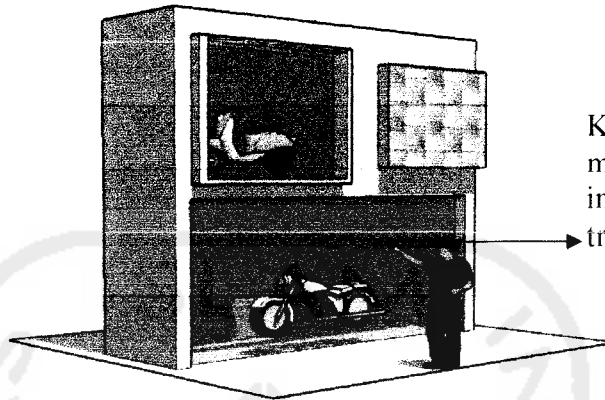


Bukaan yang lebar sebagai bangunan dapat dimasuki orang banyak

Gambar 4.2
penggunaan bukaan

b. Penggunaan material trasparan (kaca)

penggunaan material kaca pada fasad depan sehingga kegiatan di dalam bangunan terlihat dari luar.



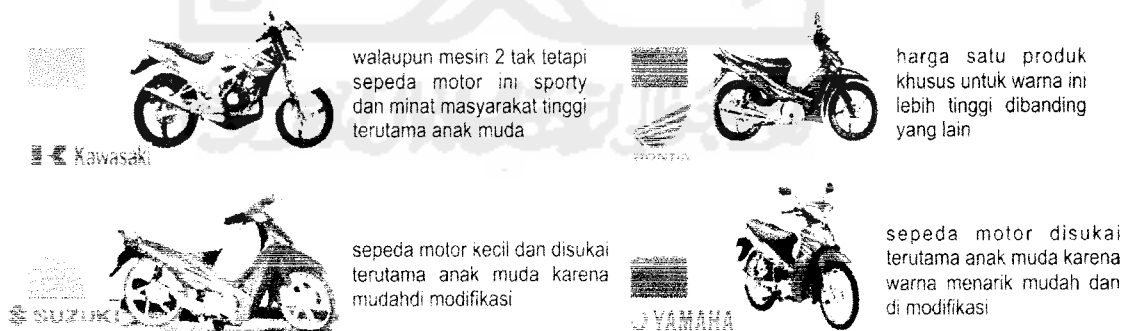
Kaca dapat memberikan karakter informatif karena transparan

Gambar 4.3
penggunaan material transparan

c. metafora tersamar

- Penggunaan warna-warna yang berani pada fasad.

Warna hijau digunakan untuk showroom Kawasaki. Warna biru digunakan untuk showroom Suzuki. Warna merah digunakan untuk showroom Honda. Warna merah tua digunakan untuk showroom Yamaha.



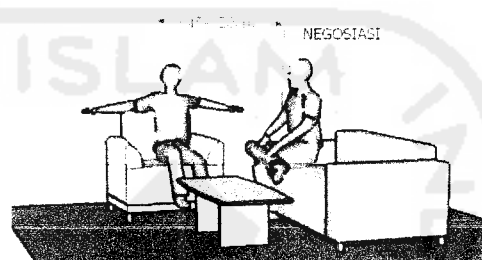
Gambar 4.4
Metafofa tersamar

4.2.2. Konsep ruang dalam yang interaktif

Untuk mendapatkan konsep ruang dalam yang interaktif, antara lain dapat diperoleh dengan melalui cara-cara sebagai berikut:

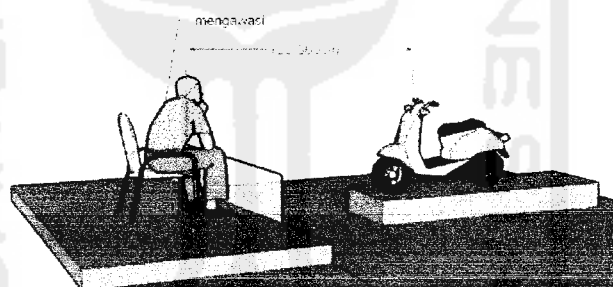
a. Konsep Jarak

- Ruang penjualan dengan Jarak yang nyaman berinteraksi, 45-120cm.



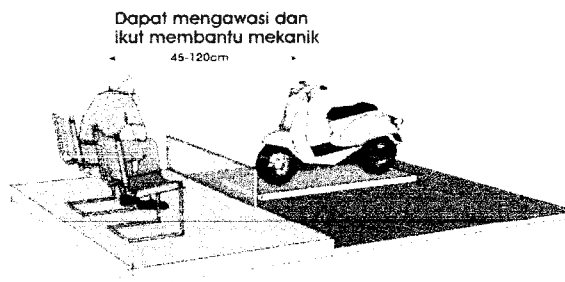
Gambar 4.5
Tempat konsultasi dan transaksi

- Jarak ruang tunggu 120-360 cm



Gambar 4.6
Ruang tunggu

- Jarak ruang tunggu yang memungkinkan konsumen ikut serta dalam proses modifikasi, jarak 45-120 cm.



Gambar 4.7
Ruang tunggu

b. Konsep Organisasi Ruang

- Organisasi ruang grid (ruang penjualan).



Gambar 4.8
Konsep Organisasi ruang penjualan

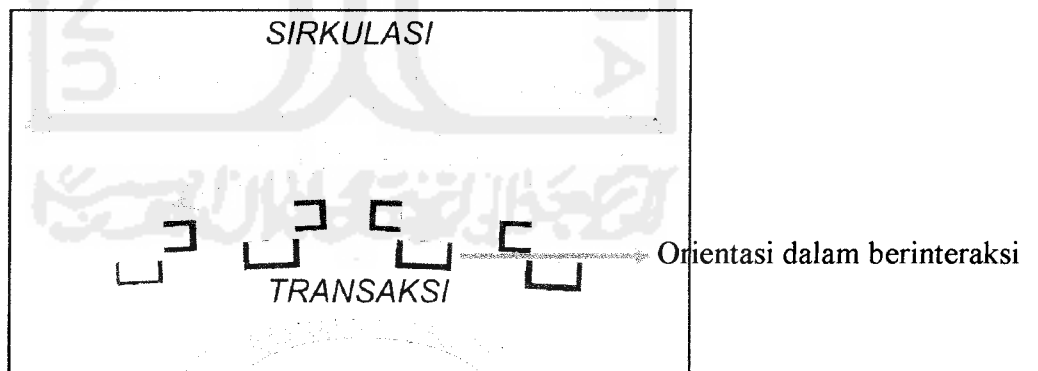
- Organisasi ruang linier pada ruang perawatan dan modifikasi



Gambar 4.9
Konsep Organisasi ruang perawatan

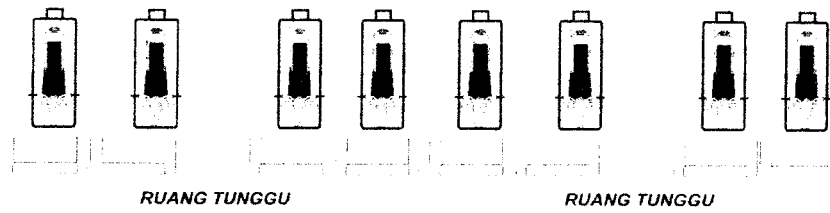
c. Konsep Layout ruang

- Layout ruang pada ruang penjualan tempat duduk sebagai orientasi untuk berinteraksi.



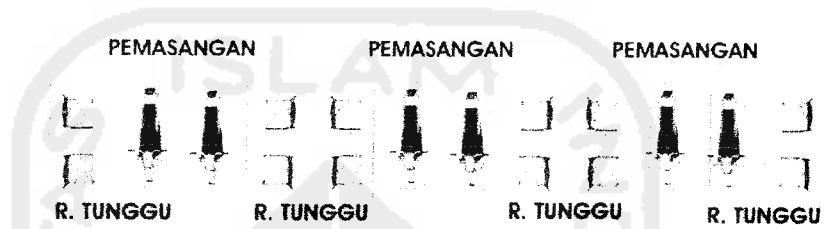
Gambar 4.10
Layout ruang penjualan

- Layout ruang yang saling berdekatan antara ruang tunggu dengan bengkel.



Gambar 4.11
Layout ruang perawatan

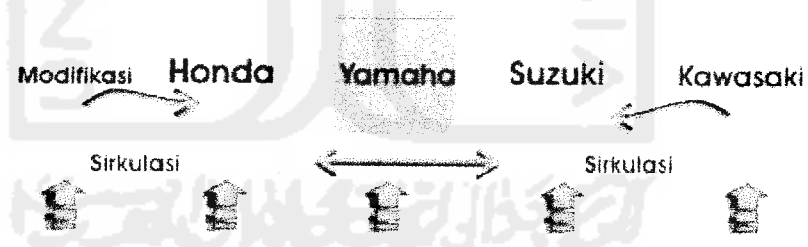
- Layout ruang modifikasi dan ruang tunggu



Gambar 4.12
Layout ruang modifikasi

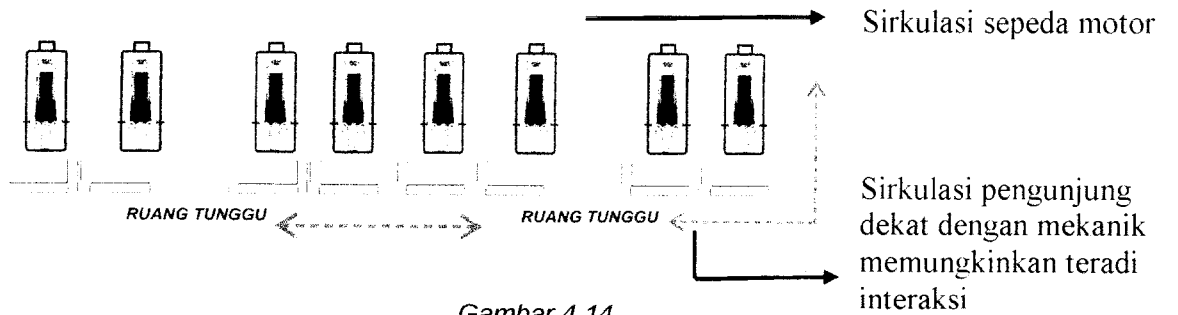
d. Konsep Sirkulasi Ruang Dalam

- Kombinasi sirkulasi menembus ruang dan melewati ruang ruang penjualan



Gambar 4.13
Sirkulasi ruang penjualan

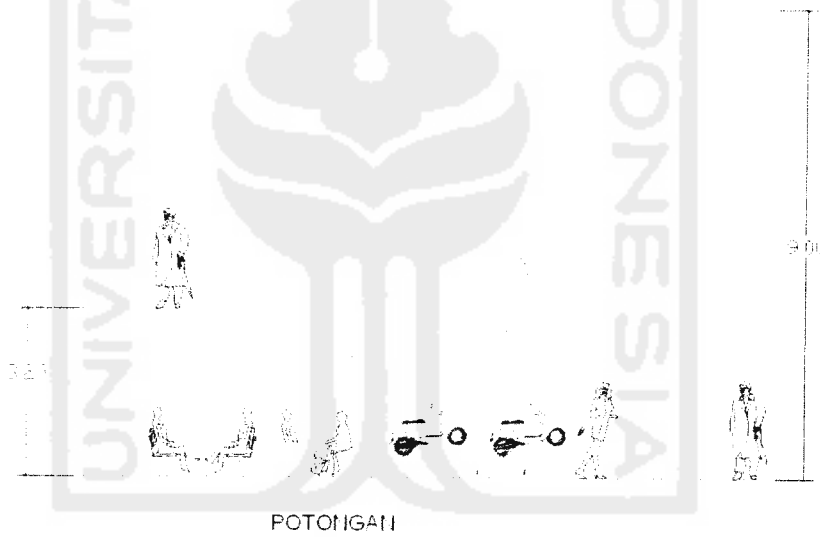
- Sirkulasi dalam ruang service dan modifikasi.



Gambar 4.14
konsep sirkulasi bengkel dan modifikasi

e. Konsep Proporsi ruang

- ruang penjualan



Gambar 4.15
konsep proporsi ruang

- ruang perawatan

Pada area service kendaraan plafon lebih tinggi sehingga dapat dimanfaatkan untuk memasukkan cahaya alami dan sirkulasi udara



2.75

3.60

Gambar 4.16
konsep proporsi ruang

- ruang modifikasi



Pada area service kendaraan plafon lebih tinggi Untuk memberikan kesan luas

3.20

Area ruang tunggu plafon rendah Sehingga menimbulkan suasana yang akrab

3.60

Gambar 4.17
konsep proporsi ruang

4.2.3. Konsep Kenyamanan dan Keamanan Dalam Bangunan

4.2.3.1. Sistem Pengkondisian udara

- Penghawaan alami, digunakan pada ruang perawatan dan modifikasi dan ruang- ruang lain yang tidak memiliki persyaratan kondisi udara tertentu.
- Penghawaan buatan Pengkondisian udara ini bisanya terapka pada ruangan yang tidak memungkinkan adanya sirkulasi udara alami dan ruangan yang mempunyai persyaratan suhu tertentu.

4.2.3.2. Sistem Pencahayaan

1. Alami

Pencahayan alami memanfaatkan cahaya dari matahari, melalui bukaan, sky light, pintu dan dinding transparan.

2. buatan

Penerapan pencahayaan buatan dapat diterapkan pada ruang tertentu, misalnya ruang-ruang display.

4.2.3.3. Sistem Proteksi Kebakaran.

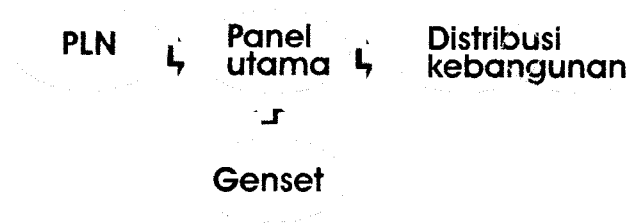
Sistem pemadam kebakaran yang digunakan yaitu :

- a. Sprinkler, pemadam air yang secara otomatis akan menyembrotkan air bila terjadi kebakaran.
- b. Alarm
- c. Alat pemadam kebakaran:
 - Ektinguisher, merupakan alat pemadam kebakaran yang berupa tabung yang diletakan di tempat setrategis.
 - Hydrant, perletakan berada didalam dan diluar bangunan

4.2.3.4. Sistem Utilitas

1. Sistem sumber daya listrik

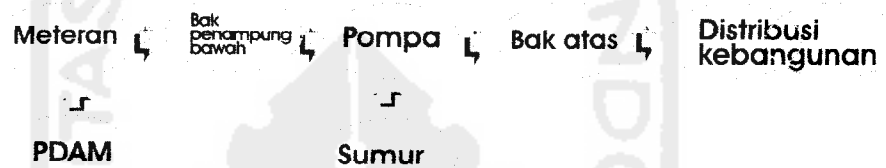
Sumber utama yaitu dari PLN. genset diperlukan untuk mengganti listrik PLN yang mati sehingga kegiatan tidak terganggu.



Gambar 4.18
Sistem distribusi Daya listrik

2. sistem Air bersih

Sumber air bersih didapat dari PDAM dan sumur yang dipompa ke bak penampungan atas.



Gambar 4.19
Sistem distribusi air bersih

3. sistem sanitasi

- Air hujan



Gambar 4.20
System distribusi air hujan

- Air kotor



Gambar 4.21
System distribusi air kotor

- Kotoran



Gambar 4.22
System distribusi kotoran

- Sampah



Gambar 4.23
System distribusi sampah

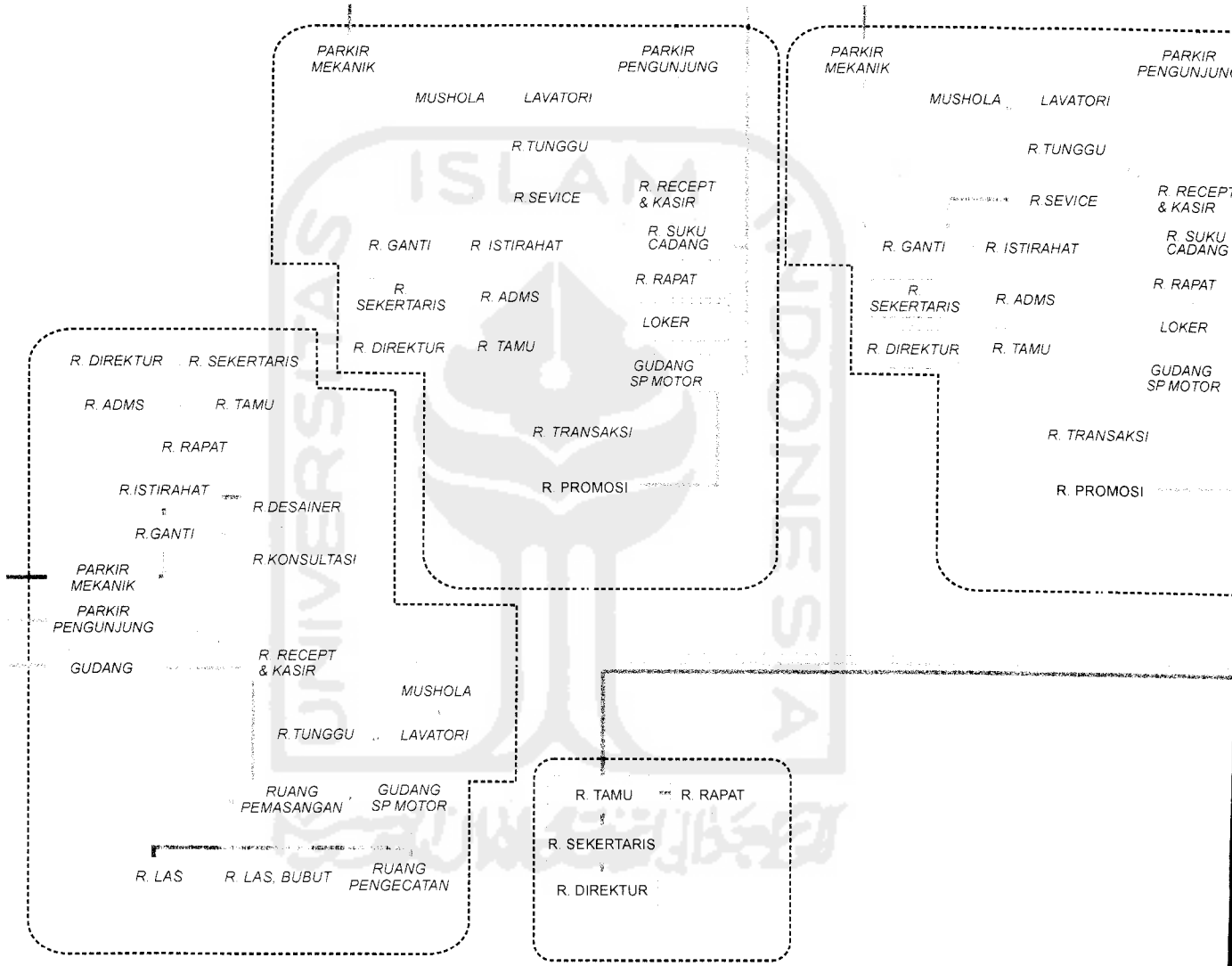
4.2.3.5. sistem stuktur

Sistem struktur rangka, yaitu kombinasi antara beton bertulang dan struktur baja. Beban dari bangunan dapat pikul oleh kolom dan balok, kemudian disalurkan ke pondasi, Dinding hanya sebagai pengisi saja tidak memikul beban.



SIRKULASI KESELURUHAN

YANBUHA



MASUK

PENYEWAN

SUZUKI

KAWASAKI



PARKIR
MEKANIK

PARKIR
PENGUNJUNG

PARKIR
MEKANIK

PARKIR
PENGUNJUNG

MUSHOLA LAVATORI

MUSHOLA LAVATORI

R. TUNGGU

R. TUNGGU

R. SEVICE

R. SEVICE

R. RECEPT
& KASIR

R. RECEPT
& KASIR

R. SUKU
CADANG

R. SUKU
CADANG

R. GANTI

R. ISTIRAHAT

R. GANTI

R. ISTIRAHAT

R.
SEKERTARIS

R. ADMS

R.
SEKERTARIS

R. ADMS

R. DIREKTUR

R. TAMU

R. DIREKTUR

R. TAMU

R. RAPAT

R. RAPAT

LOKER

LOKER

GUDANG
SP MOTOR

GUDANG
SP MOTOR

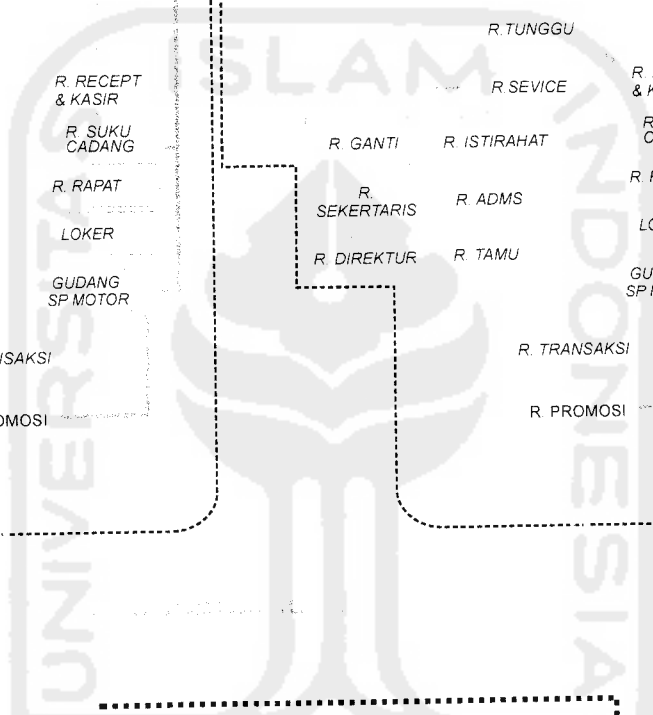
R. TRANSAKSI

R. TRANSAKSI

R. PROMOSI

R. PROMOSI

ALL



— PENGELOLA

— PENGUNJUNG

— BARANG

— MEKANIK

PARKIR
PENGUNJUNG

KELUAR

PENGELOMPOKAN RUANG

1. PENGELOMPOKAN RUANG PADA RUANG PENGELOLA BANGUNAN

PRIVAT R. RAPAT
R. DIREKTUR
R. ADMINISTRASI
R. SEKERTARIS
R. UTILITAS

SEMI PRIVAT R. TAMU

2. PENGELOMPOKAN RUANG PADA RUANG MODIFIKASI

SEMI PRIVAT R. LAS & MESIN BUBUT
R. PENYIMPANAN SP
R. PENGECATAN
R. DESAINER
R. TAMU

PUBLIC R. PENDAFTARAN & KASIR
R. PEMASANGAN
R. TUNGGU
R. KONSULTASI

PRIVAT R. DIREKTUR
R. SEKERTARIS
R. ADMINISTRASI
R. RAPAT
R. GANTI KRYWN
R. ISTIRAHAT

3. PENGELOMPOKAN RUANG PADA RUANG SHOWROOM

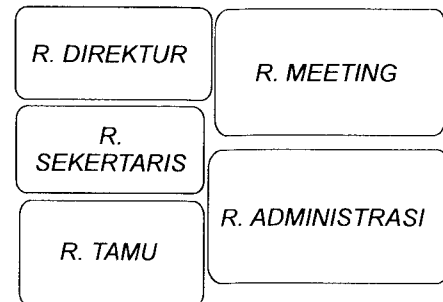
PRIVAT R. GANTI KRYWN
R. ISTIRAHAT
R. SUKU CADANG
LOKER
R. KEP. SERVICE
R. DIREKTUR
R. SEKERTARIS
R. ADMINISTRASI
R. RAPAT

SEMI PRIVAT GUDANG SEPEDA MOTOR
R. TAMU

PUBLIC R. PROMOSI
R. TRANSANSI
R. SEVICE
R. TUNGGU
R. PENDAFTARAN & KASIR

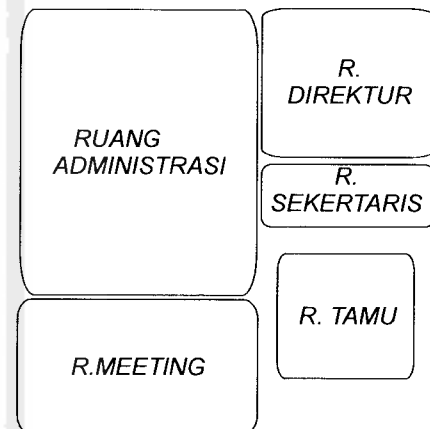
PLOTING ORGANISASI R

1. RUANG PENGELOLA GED



LANTAI 2

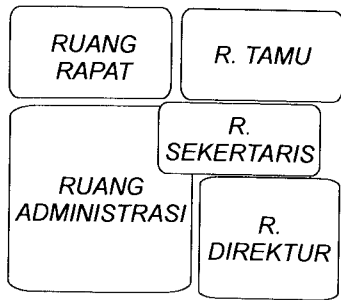
4. RUANG PENGELOLA MODIFIKA



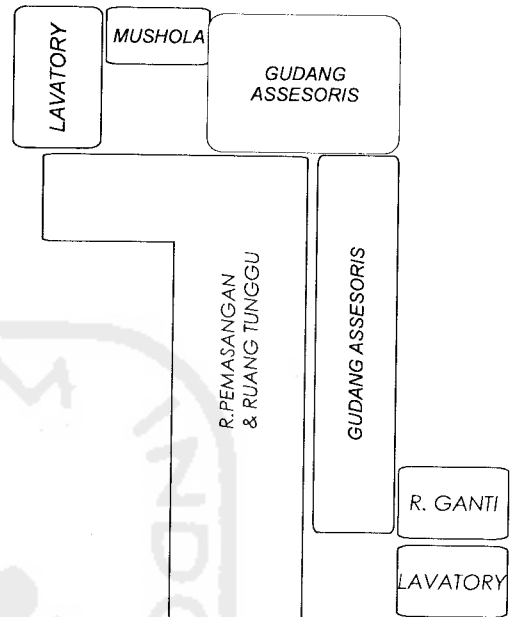
LANTAI 2

ASAS RUANG

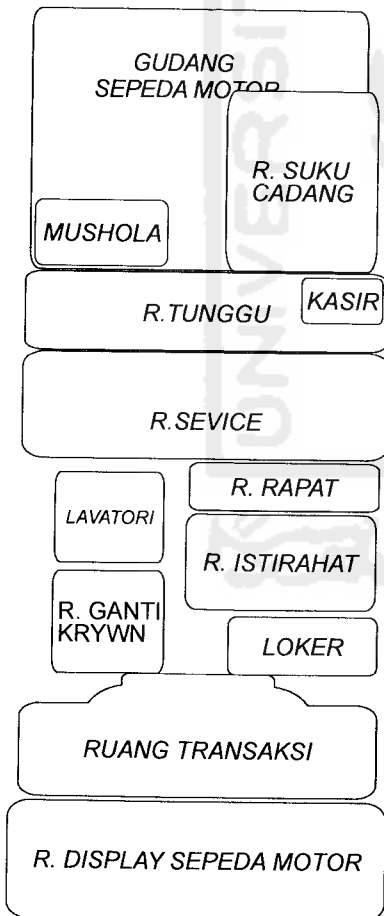
GEDUNG 2. RUANG PENGELOLA SHOWROOM 3. RUANG MODIFIKASI



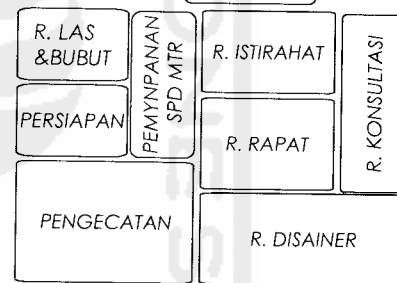
LANTAI 2



5. RUANG PENJUALAN & SERVICE



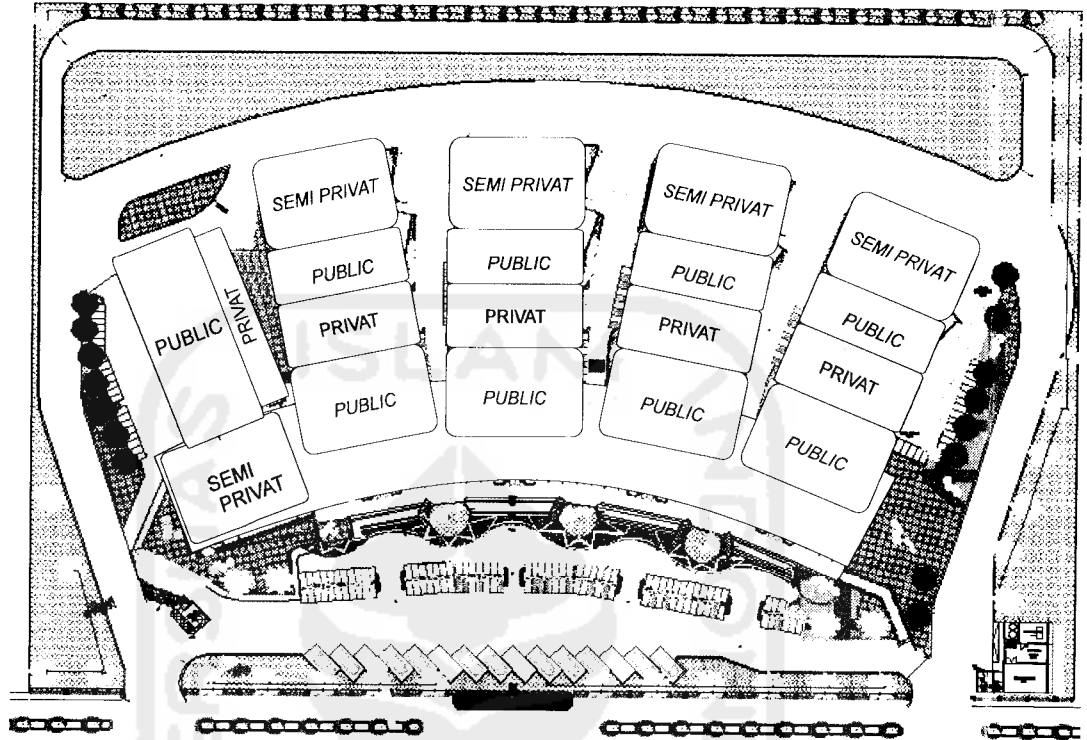
LANTAI 1



LANTAI 1

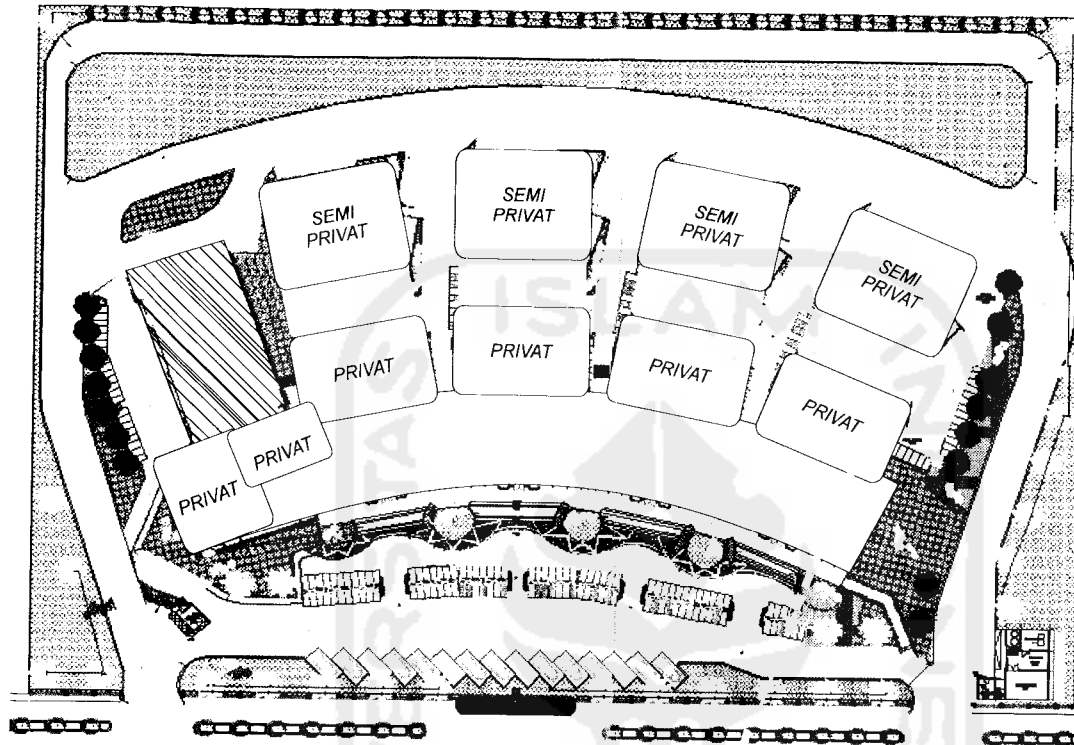
PENZONINGAN KE DALAM SITE

ZONING LANTAI 1

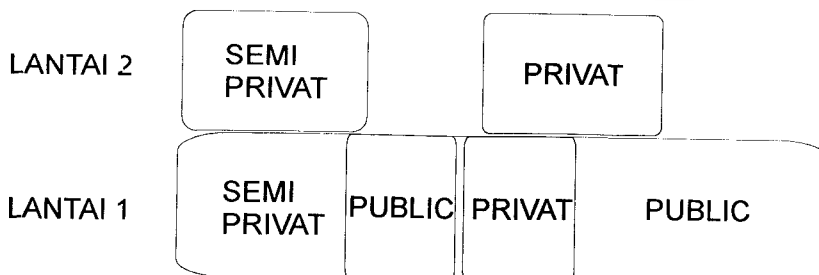


lantai 1 peruangan secara makro dibagi menjadi tiga yaitu public (Ruang penjualan, bengkel/service modifikasi) semi privat (gudang sepeda motor, ruang disainer, ruang las, ruang pengecatan) privat (ruang ganti, loker, r.suku cadang, gudang assesoris, r istirahat, r. rapat)

ZONING LANTAI 2

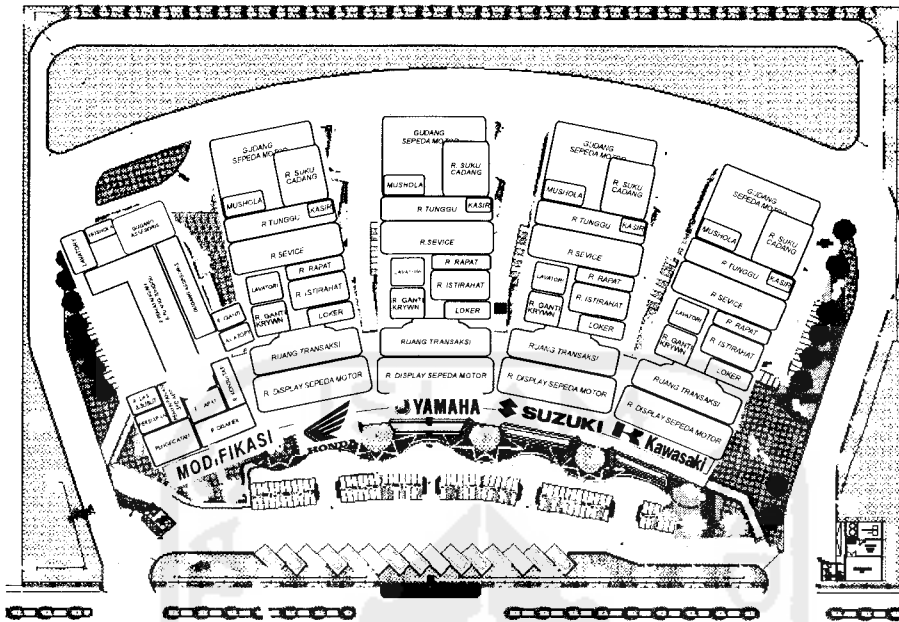


Pada lantai dua digunakan sebagai area privat yaitu: Digunakan untuk ruang pengelola bangunan dan ruang Administrasi peyewa [showroom dan modifikasi] dan sebagian semi privat (r. tamu dan gudang sepeda motor)



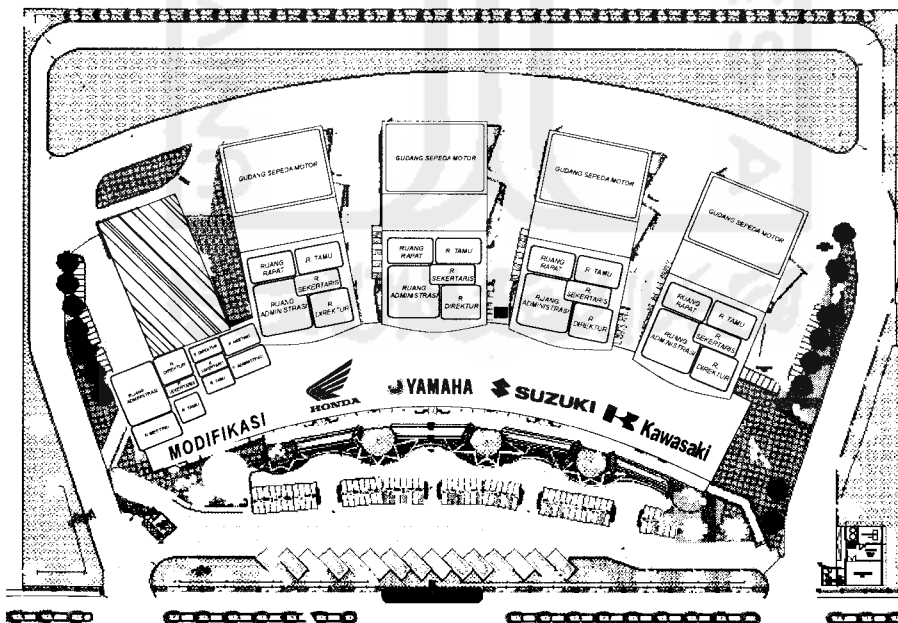
POTONGAN

PLOTING KESELURUHAN



LANTAI 1

Secara umum lantai satu untuk ruang publik walaupun sebagian kecil ada yang semi privat dan privat



LANTAI 2

Area pada lantai 2 bersifat privat yaitu diperuntukan ruang pengelola bangunan dan ruang administrasi penyewa

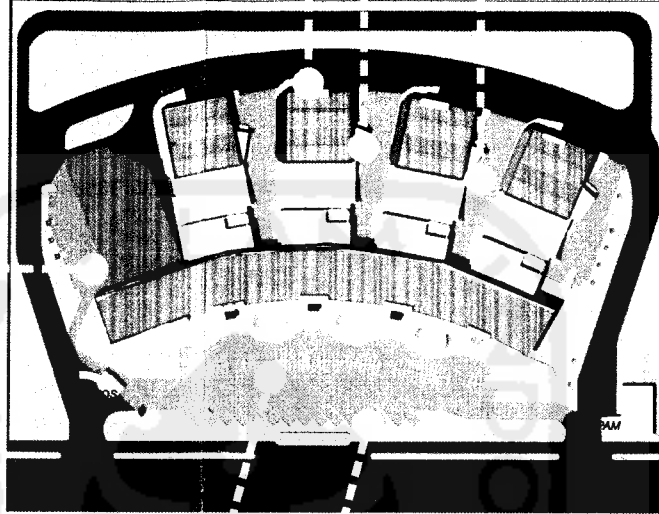
1. Sirkulasi sehingga dan be dengan
2. secara ar dapat dili

KONSEP SIRKUALSI

Area parkir pengunjung service / bengkel berada di belakang sehingga ketika pengunjung ingin ke bengkel langsung menuju belakang tanpa melewati penjualan.

bongkar muat mobil barang

Parkir modifikasi



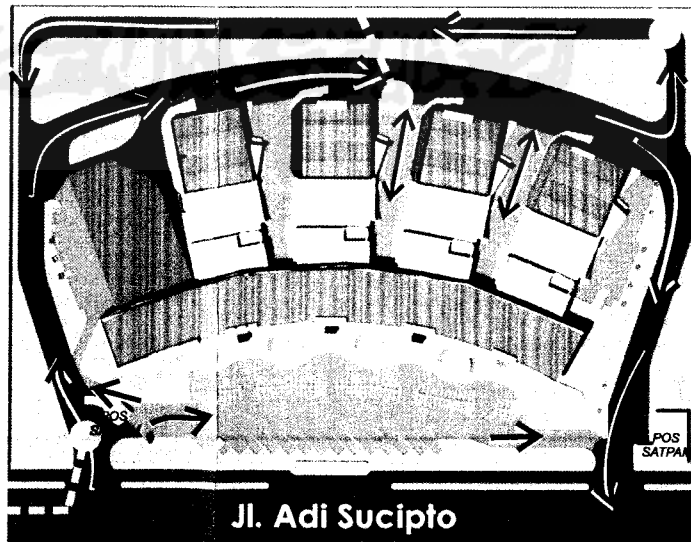
Parkir sepeda motor

Parkir mobil

KONSEP PARKIR

Sirkulasi untuk tes drive

Sirkulasi utama melingkari bangunan sehingga semua area dapat diakses dengan mudah



dibuat melingkar [jalan utama] sehingga semua zona modifikasi bengkel dapat diakses dengan mudah [media promosi] struktural semua sisi bangunan dapat dinikmati.

Jl. Adi Sucipto

KONSEP MASSA BANGUNAN

Pada dasarnya di kelola oleh masing-masing penyewa sehingga antara satu dengan yang lain terpisah.

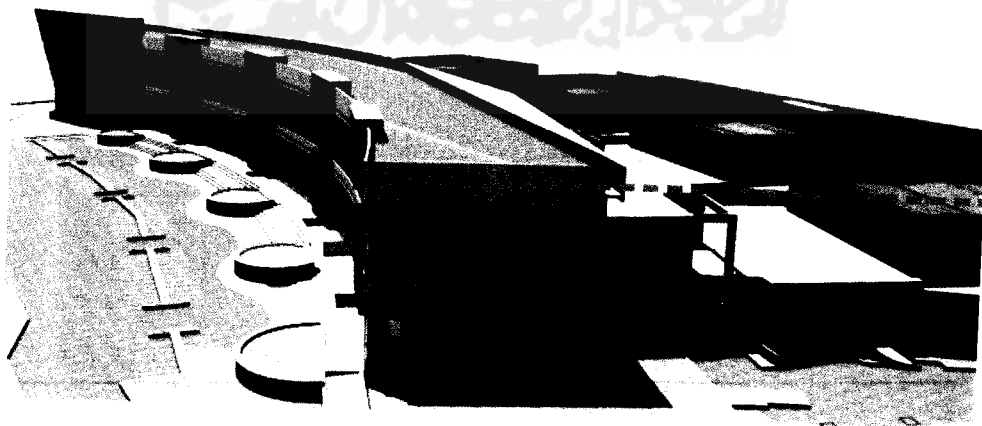
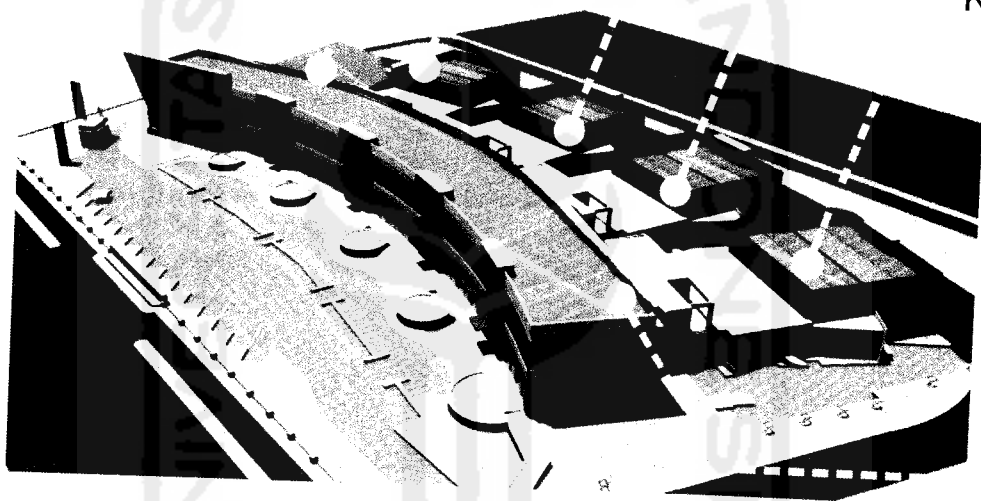
MODIFIKASI

HONDA 

YAMAHA 

SUZUKI 

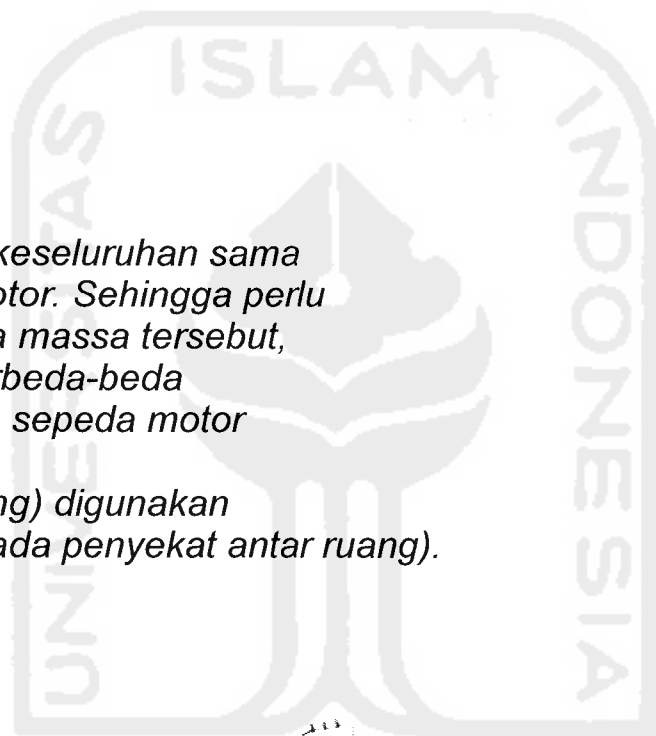
KAWASAKI 



*Berdasarkan
yaitu ber
adanya p
tetapi se
(ruang pe
dan suku
Pada rua
bersama*

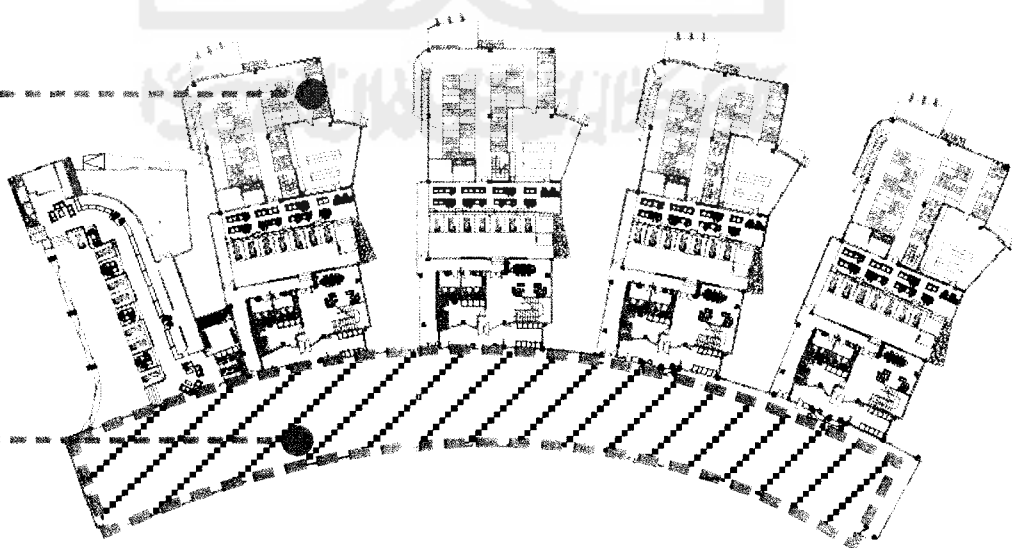
*Massa ya
sehingga
mengan*

*Ruang pe
sebagai
dari*



dan kegiatannya, secara keseluruhan sama
terletak dibidang sepeda motor. Sehingga perlu
penggabungan dari ke lima massa tersebut,
karena peruangannya masih berbeda-beda
(ruang pengelola, bengkel, gudang sepeda motor
cadangan/asesoris).
Ruang penjualan (ruang pajang) digunakan
dibiarkan terbuka, tidak ada penyekat antar ruang).

Ruang terpisah
tidak saling
terhubung



Ruang penjualan berfungsi
penggabungan
ke lima massa

KONSEP PENAMPILAN BANGUNAN INFORMATIF

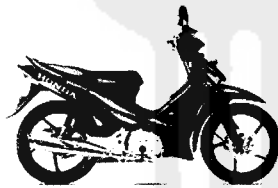
Konsep informatif yaitu:

1. **Bukaan**
2. **Material transparan**
3. **Transformasi (warna)**

1. bukaan yang lebar se
Mengisyaratkan mem
Bukaan yang banyak
akses pada masing m



harga satu produk
khusus untuk warna ini
lebih tinggi dibanding
yang lain

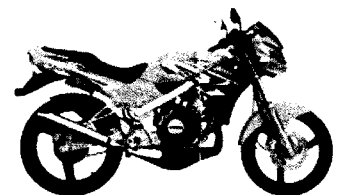


sepeda motor disukai
terutama anak muda karena
warna menarik mudah dan
di modifikasi



3. *Transformasi (warna)*

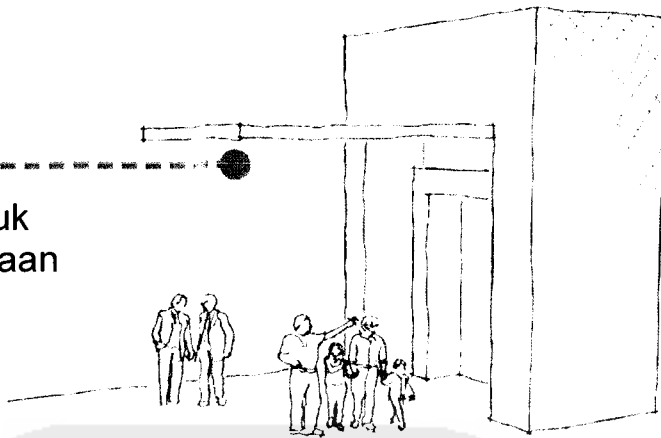
walaupun mesin 2 tak tetapi
sepeda motor ini sporty
dan minat masyarakat tinggi
terutama anak muda



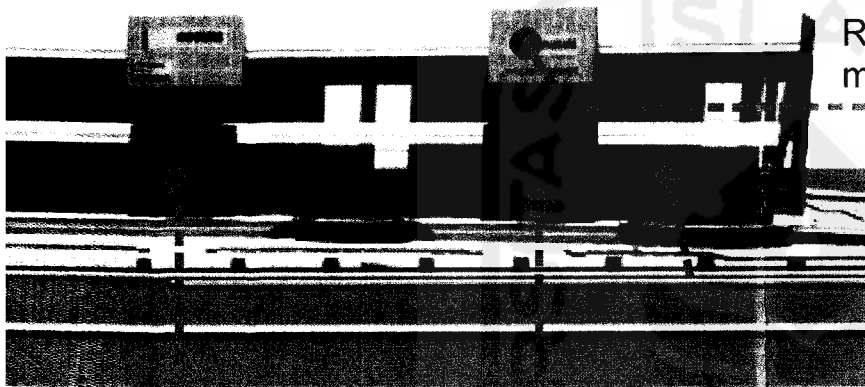
sepeda motor kecil dan disukai
terutama anak muda karena
mudah di modifikasi



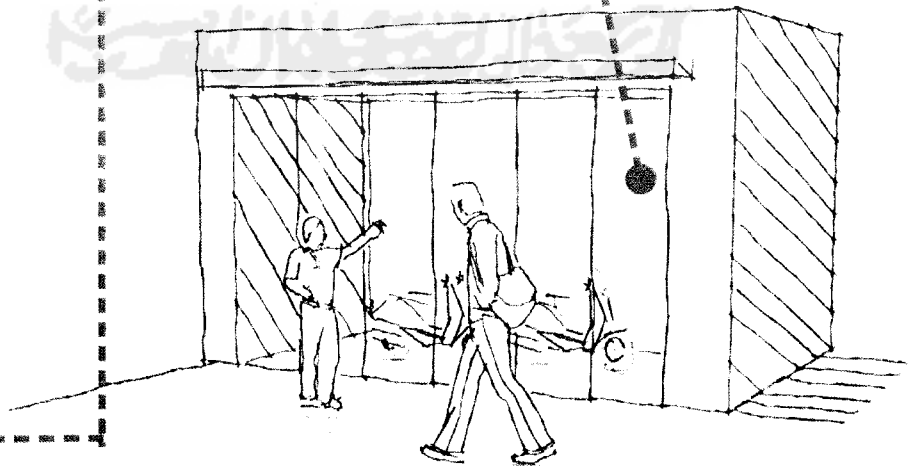
gga dapat
ka diri/mempersilahkan masuk
a dapat memberikan kesamaan
ng ruang sewa.



Ruang promosi (outlet)
masing-masing ruang sewa



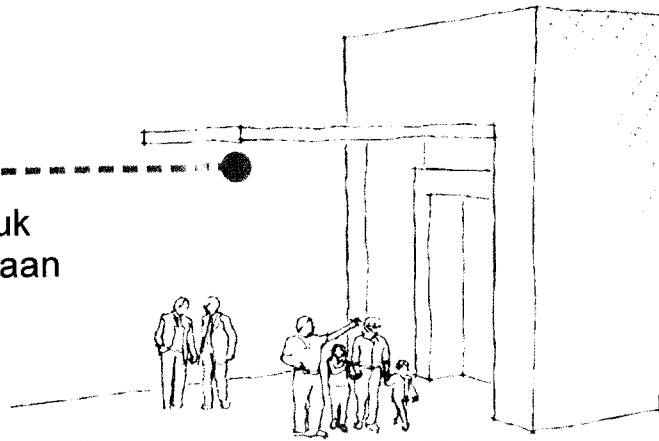
2. *Penggunaan material kaca
dapat memperlihatkan
kegiatan didalam bangunan*



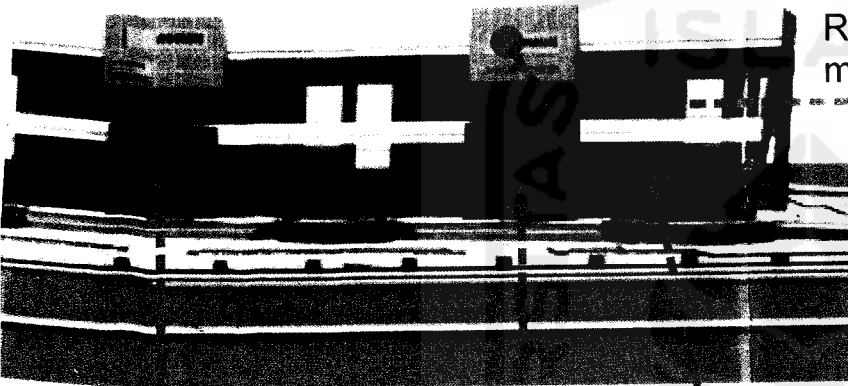
 **Kawasaki**

 **SUZUKI**

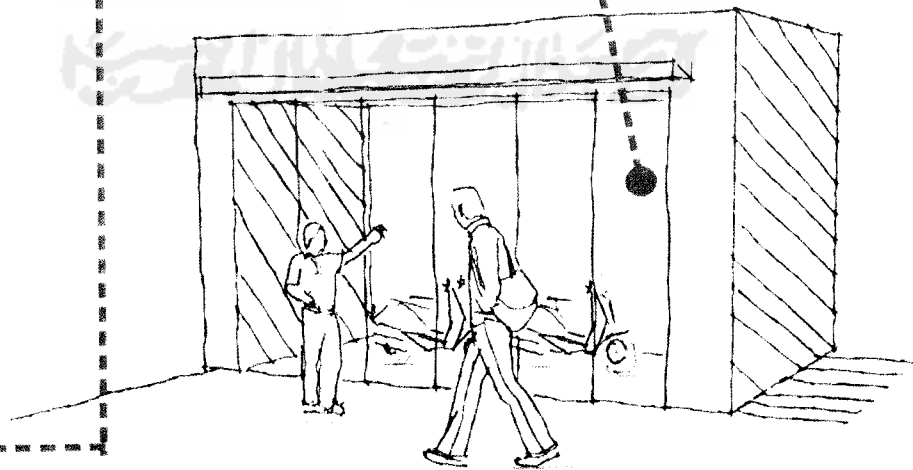
lingga dapat
uka diri/mempersilahkan masuk
uga dapat memberikan kesamaan
asing ruang sewa.



Ruang promosi (outlet)
masing-masing ruang sewa



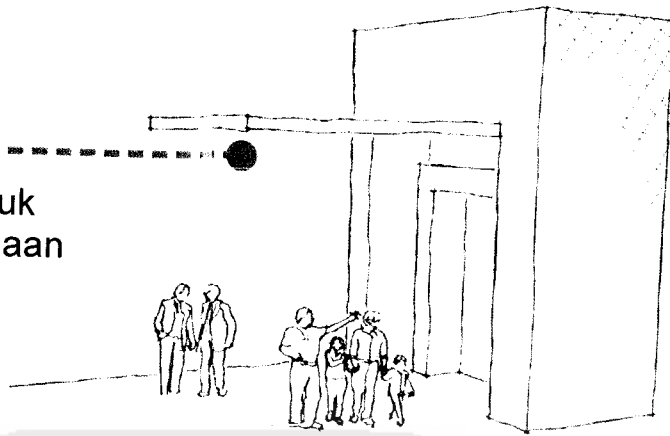
2. Penggunaan material kaca
dapat memperlihatkan
kegiatan didalam bangunan



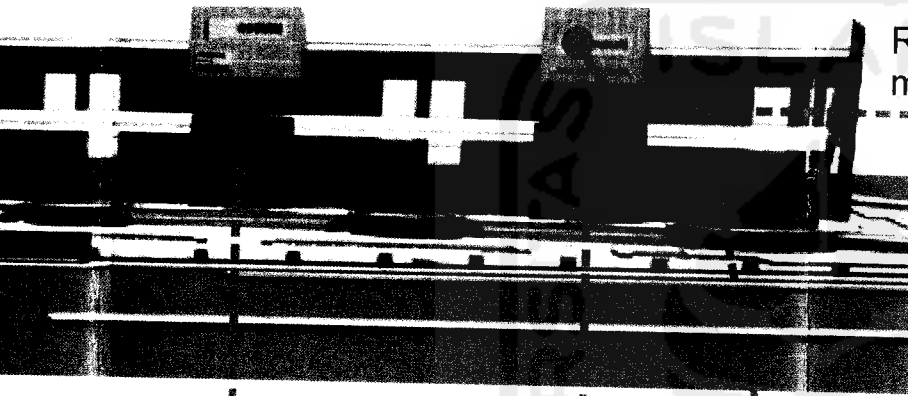
 Kawasaki

 SUZUKI

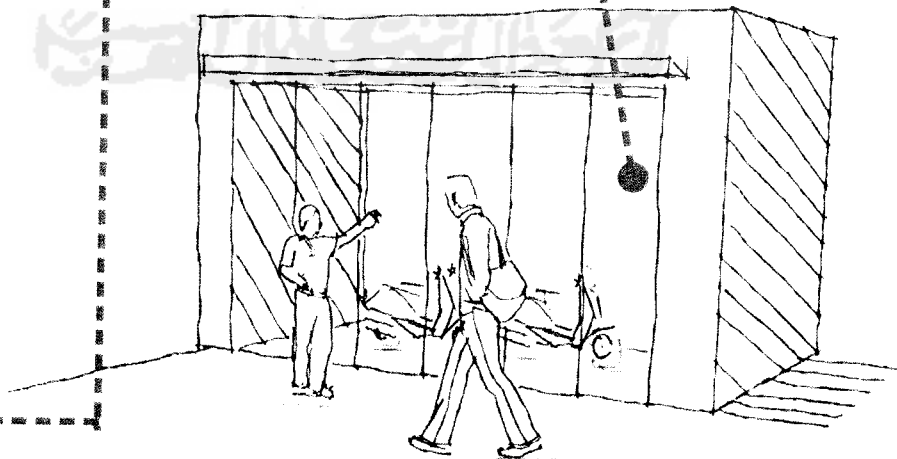
bar sehingga dapat
n membuka diri/mempersilahkan masuk
anyak juga dapat memberikan kesamaan
sing masing ruang sewa.



Ruang promosi (outlet)
masing-masing ruang sewa



2. Penggunaan material kaca
dapat memperlihatkan
kegiatan didalam bangunan



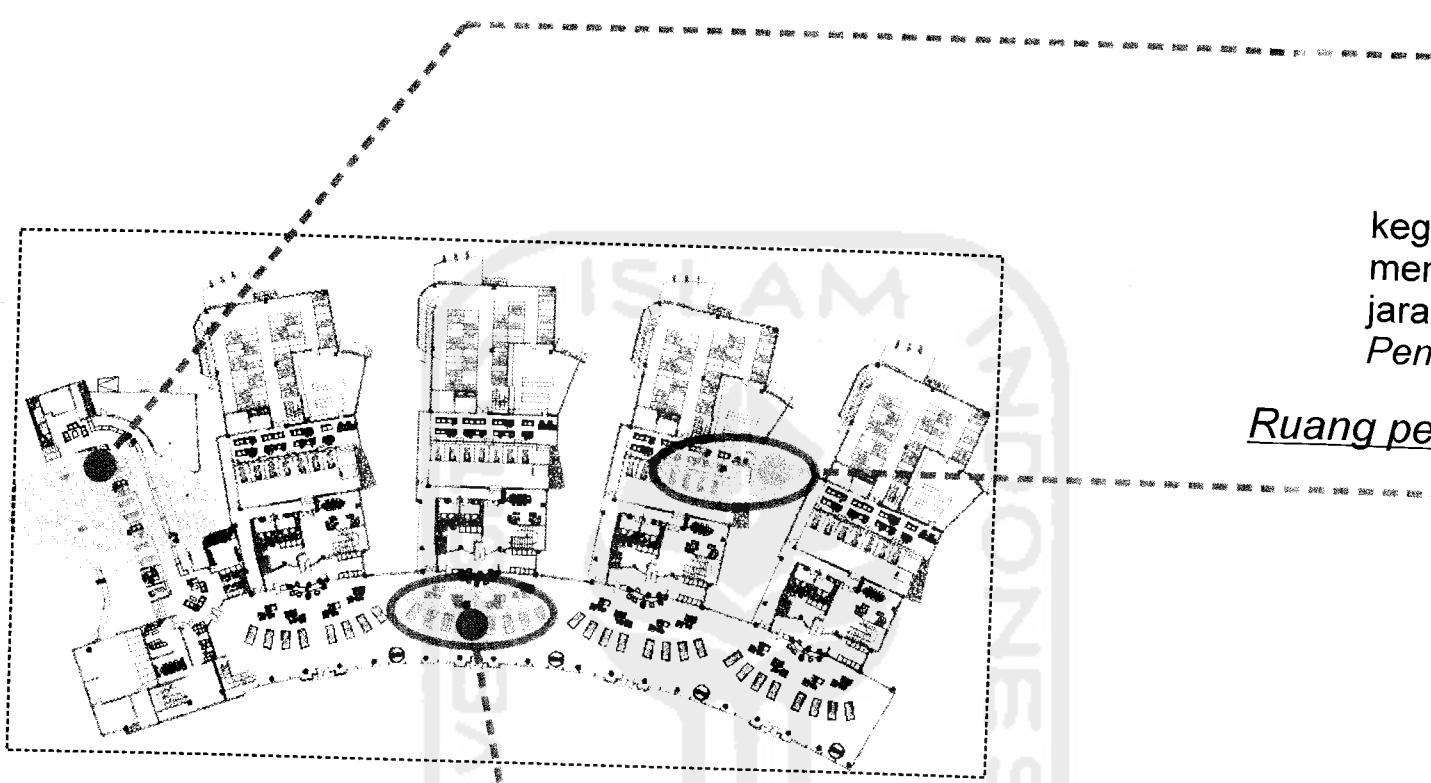
 **Kawasaki**

 **SUZUKI**

KONSEP TATA RUANG DALAM YANG INTERAKTIF

1. JARAK

Ruang modifikasi

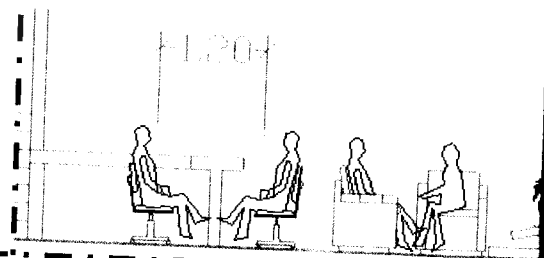


kegiatan
memberikan
jarak ruang
Penerapannya

Ruang perawat

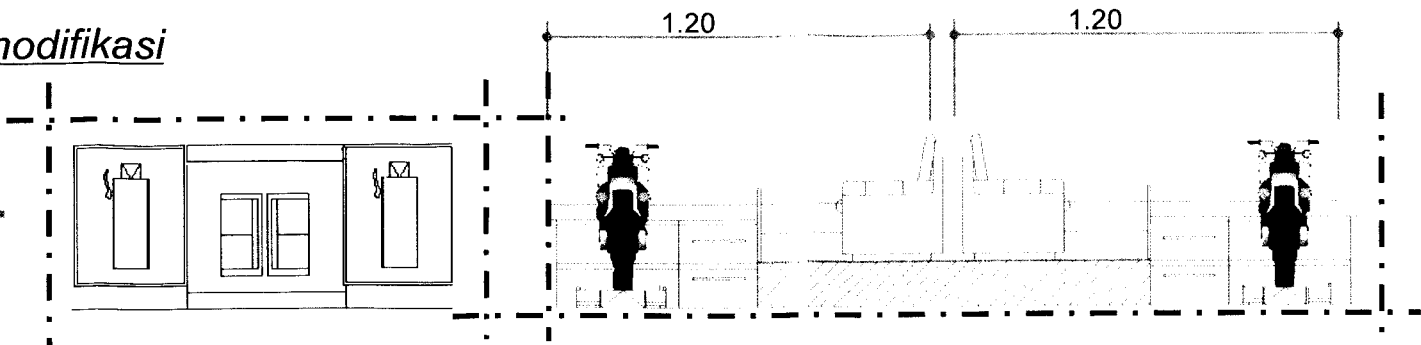
Kegiatan yang ter
yang dilakukan m
Penerapannya yait

Ruang penjualan



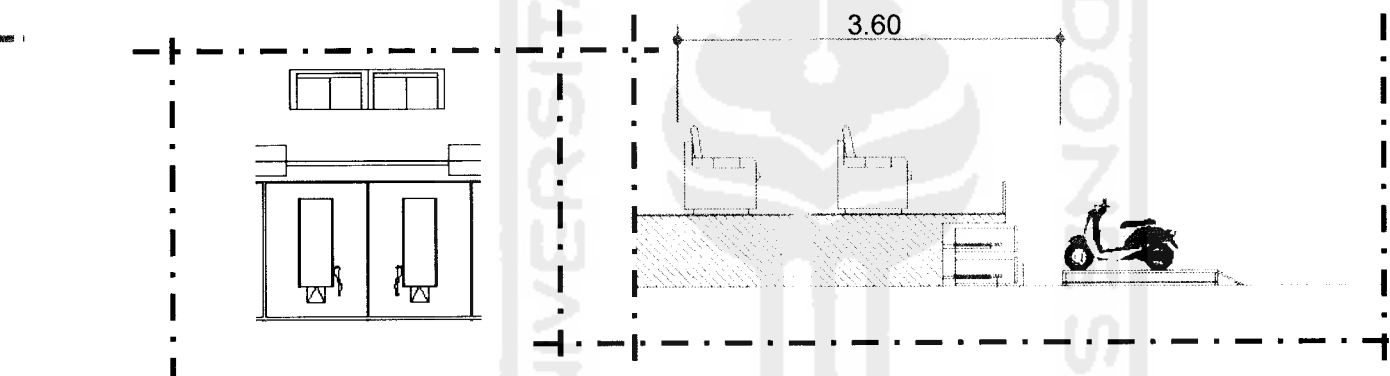
pada ruang penjualan secara
yaitu ketika pembeli sedang m
terjadi transaksi yang di kateg
Penerapannya sirkulasi pengun

Modifikasi



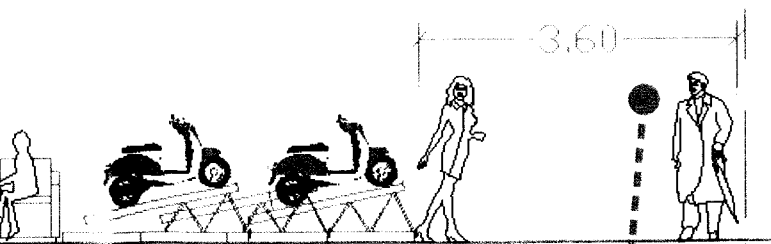
Kegiatan yang terjadi di ruang modifikasi yaitu pengunjung mengawasi, memberitahukan kepada mekanik tentang keinginannya, sehingga jarak ruang tunggu dengan mekanik harus dekat (jarak individu 45-120 cm) dan jarak antarannya yaitu jarak ruang tunggu dengan mekanik maksimal 1.20 m.

Perawatan

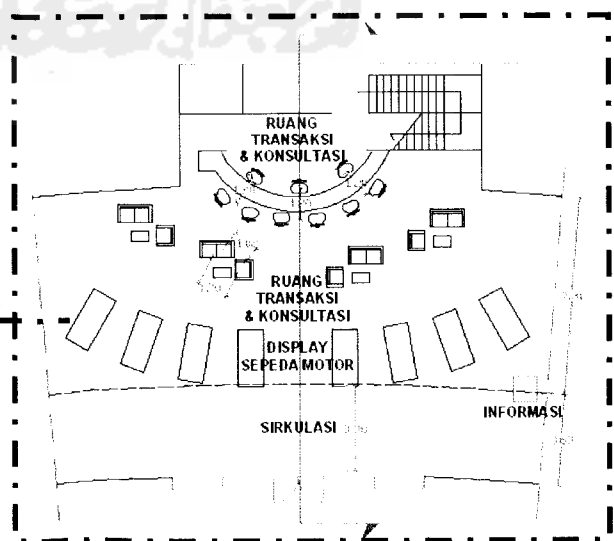


Kegiatan yang terjadi dalam ruang perawatan yaitu pengunjung dapat mengawasi kegiatan mekanik, proses interaksi tersebut dapat dikategorikan jarak sosial 120-360cm dan jarak antarannya yaitu jarak ruang tunggu dengan mekanik maksimal 3.60m

Penjualan

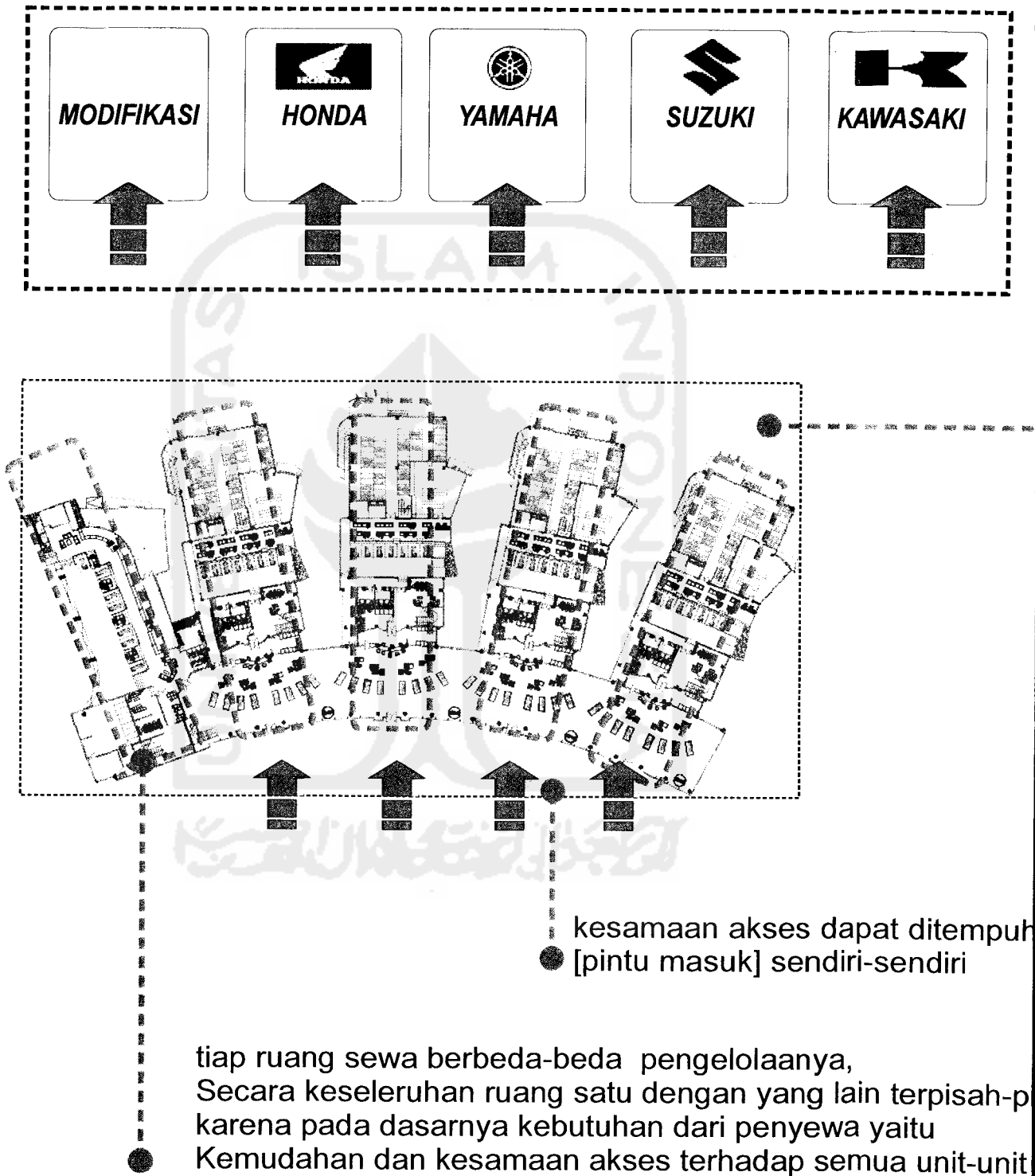


Cara berurutan terjadi jarak sosial yang melihat lihat kemudian dikategorikan jarak individu dan jarak antar pengunjung maksimal 3.60m



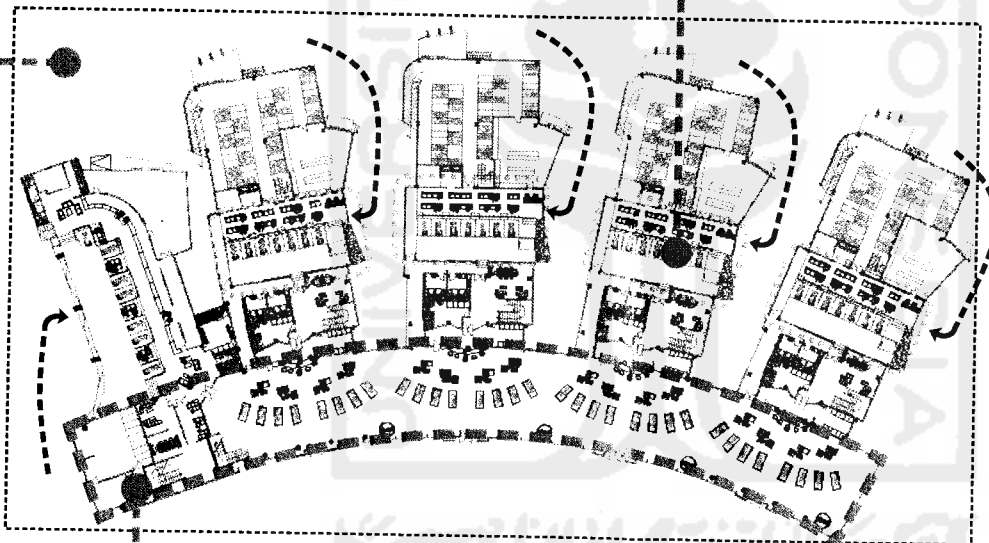
KONSEP TATA RUANG DALAM YANG INTERAKTIF

2. ORGANISASI RUANG



ORGANISASI LINIER

Dengan pertimbangan agar tidak saling mengganggu maka pada ruang perawatan dibuat terpisah antara satu dengan yang lain, dengan akses yang sendiri-sendiri



mpuh dengan

ah-pisah

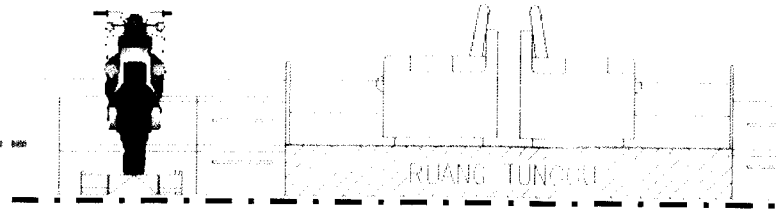
-unit penjualan.

Walaupun masing masing mempunyai Pintu masuk yang berbeda-beda ada ruang-ruang yang dibiarkan terbuka yaitu pada ruang penjualan. Ketika pengunjung memasuki ruang penjualan maka akan terkesan bahwa tidak ada kesan masing masing ruang terpisah, ketika kearah belakang barulah akan terasa adanya massa yang terpisah

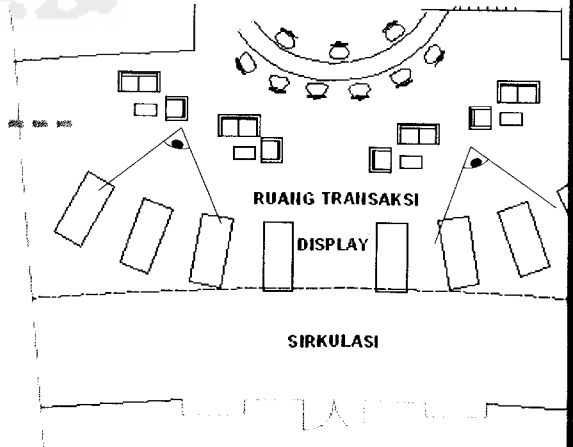
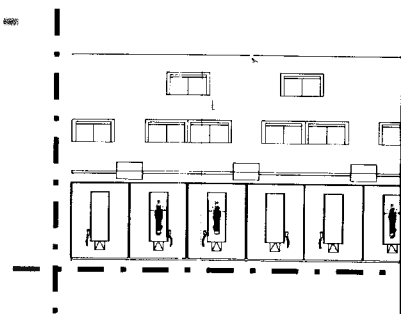
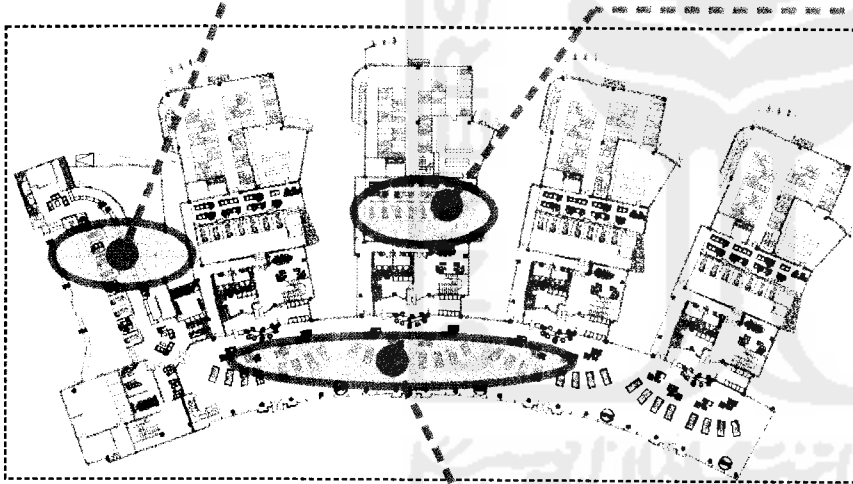
KONSEP TATA RUANG DALAM YANG INTERAKTIF

3. LAYOUT RUANG

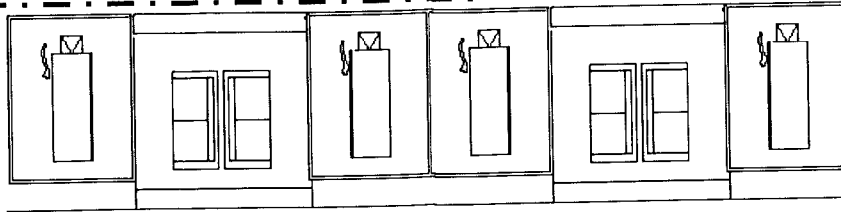
Pengunjung tidak hanya mengawasi tetapi juga kadang membantu mekanik dalam proses pemasangan ases



kegiatan yang terjadi yaitu pengunjung dan berkomunikasi dengan mekanik. Mekanik memerlukan informasi dari tentang problem / masalah dari sepe

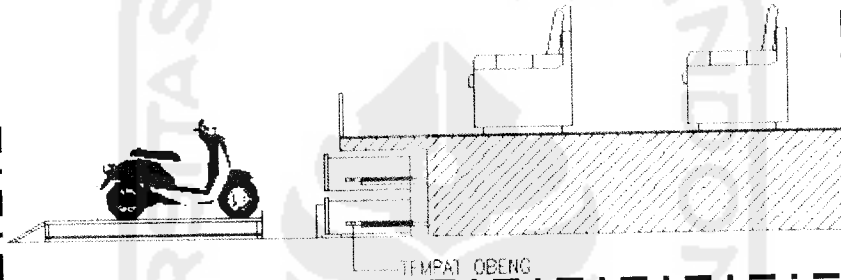


Kadang ikut aksesoris

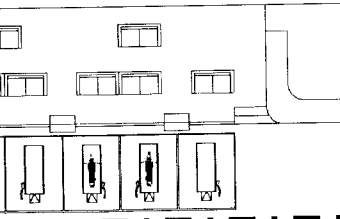


Penerapanya ruang tunggu letaknya agak tinggi dan berada disamping sehingga pengunjung dapat dengan leluasa mengawasi dan berinteraksi dengan mekanik, selain itu juga untuk menghindari cipratan kotoran/oli

Pengunjung mengawasi mekanik.
Jauh dari pengunjung dari sepeda motornya.

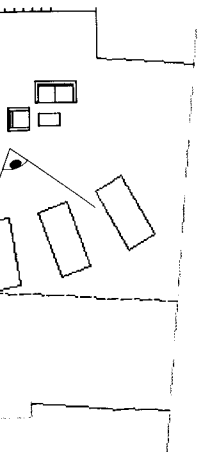


Penerapanya ruang tunggu letaknya tinggi dan berada depan sehingga pengunjung dapat dengan leluasa mengawasi dan berinteraksi dengan mekanik,



Interaksi yang terjadi di ruang penjualan yaitu konsumen ingin mengetahui informasi tentang keunggulan dan kekurangan dari produk yang dijual, dan terjadi transaksi jual beli.

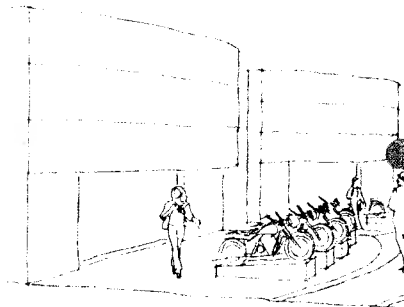
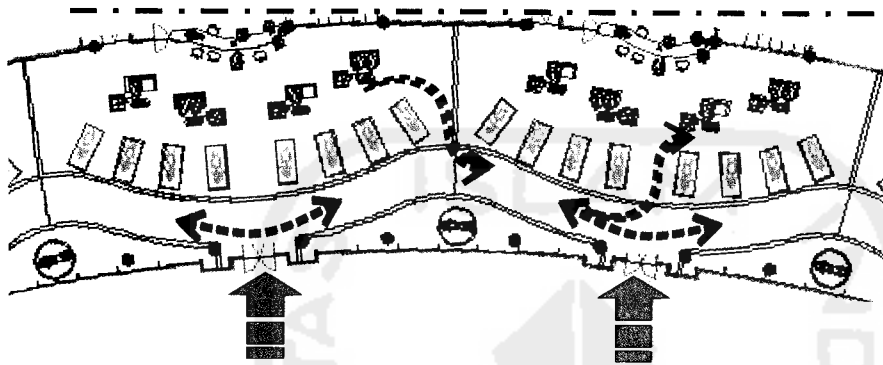
Penerapannya yaitu pemberian tempat duduk dan display sepeda motor yang melingkar memberikan kenyamanan ketika berinteraksi sambil melihat dan membandingkan produk yang ditawarkan.



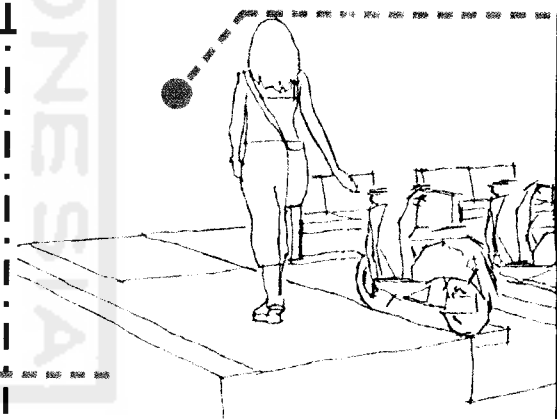
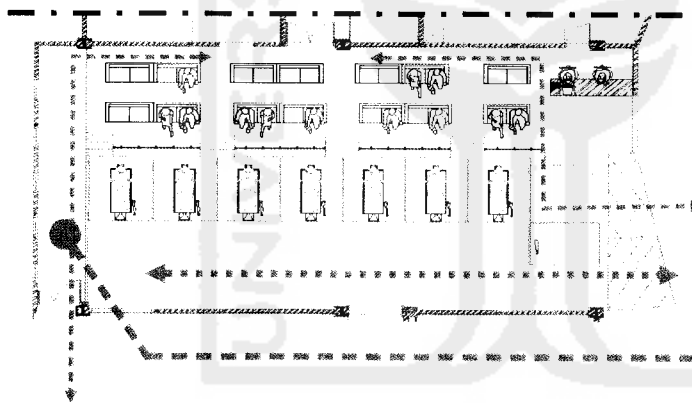
KONSEP TATA RUANG DALAM YANG INTERAKTIF

4. SIRKULASI

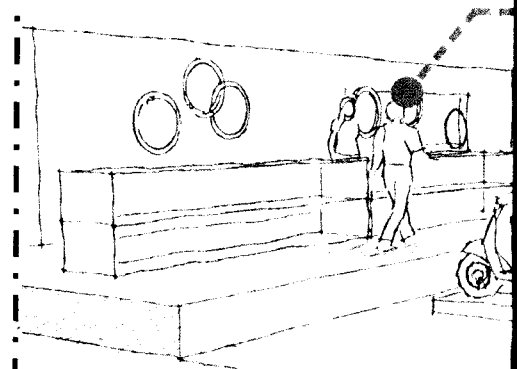
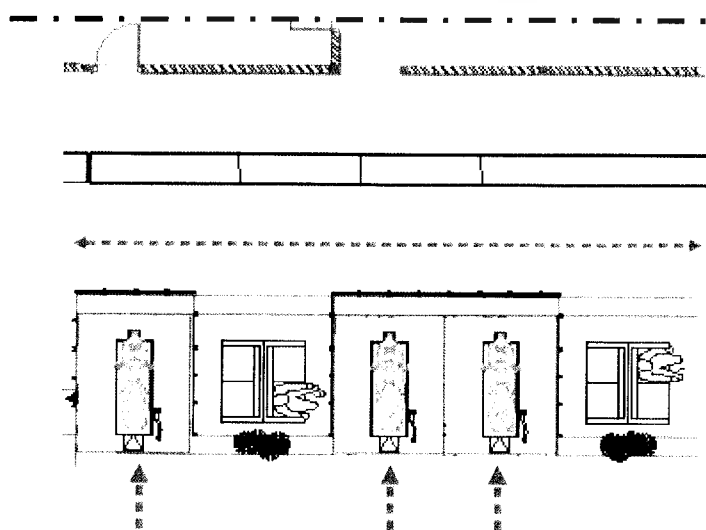
RUANG PENJUALAN



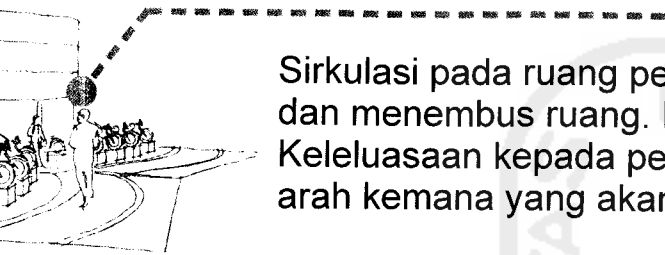
RUANG PENJUALAN



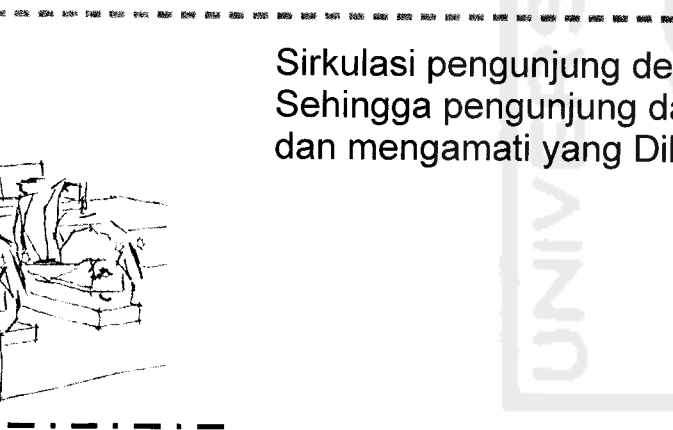
RUANG MODIFIKASI



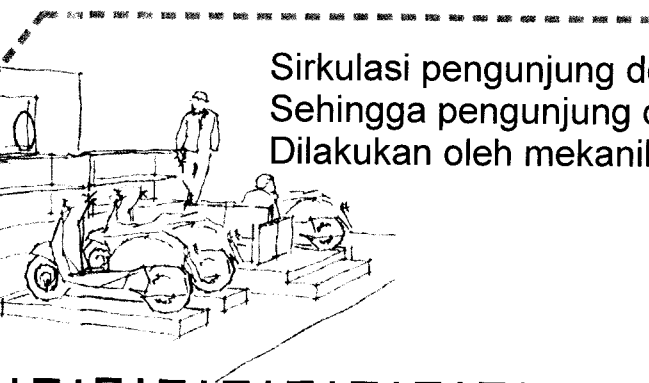
SERVICE



Sirkulasi pada ruang penjualan Kombinasi sirkulasi melewati ruang dan menembus ruang. Kombinasi sirkulasi ini dapat memberikan Keleluasaan kepada pengunjung untuk menentukan arah kemana yang akan dituju



Sirkulasi pengunjung dekat dengan mekanik Sehingga pengunjung dapat melihat kegiatan dan mengamati yang Dilakukan oleh mekanik



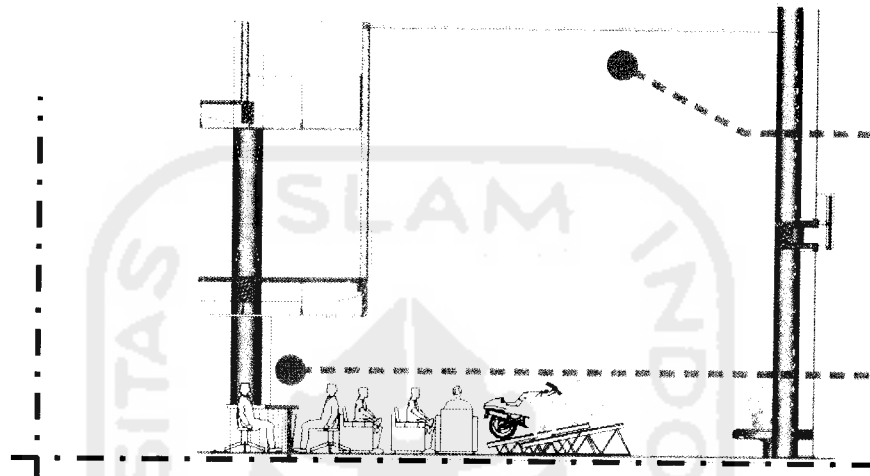
Sirkulasi pengunjung dekat dengan kegiatan modifikasi Sehingga pengunjung dapat melihat kegiatan yang Dilakukan oleh mekanik atau mekanik yang lain

KONSEP TATA RUANG DALAM YANG INTERAKTIF

5. PROPORSI RUANG

Pada prinsipnya jarak horisontal harus lebih besar dari pada jarak vertikal

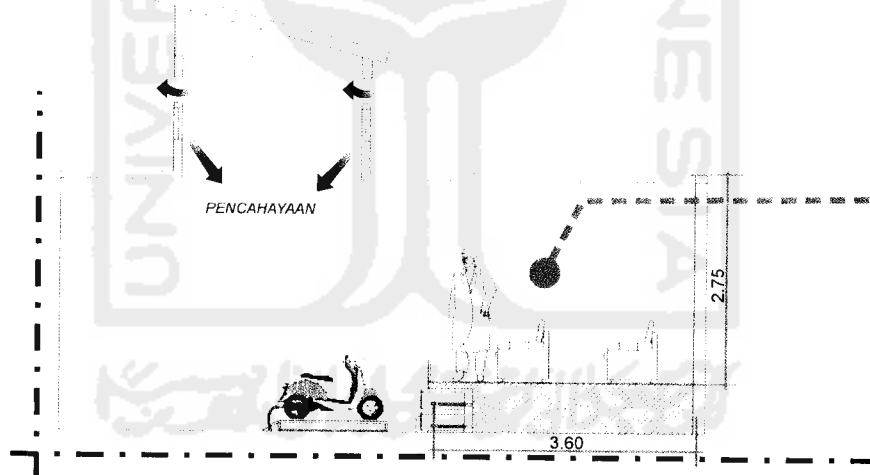
Ruang penjualan



Pada sirkulasi dapat meminimalkan [menghindari]

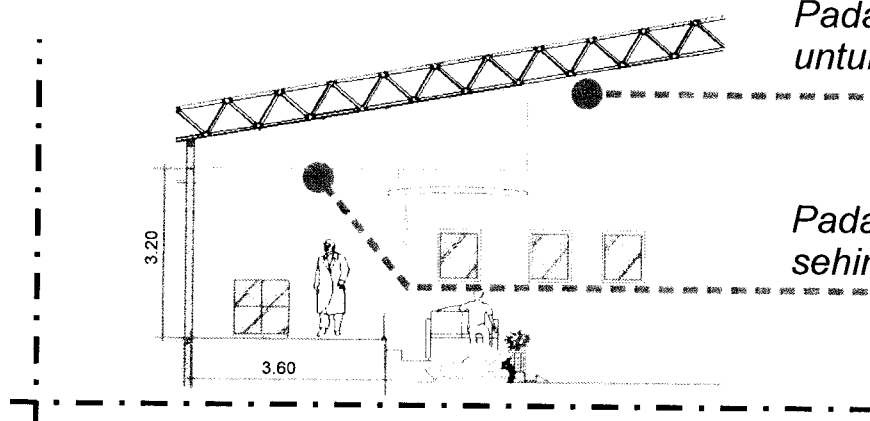
Pada ruang dengan tujuan

Ruang perawatan



Pada area sirkulasi sehingga dapat menerima cahaya alami

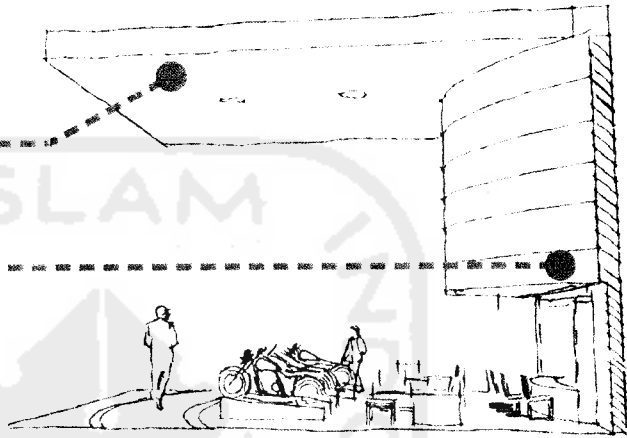
Ruang modifikasi



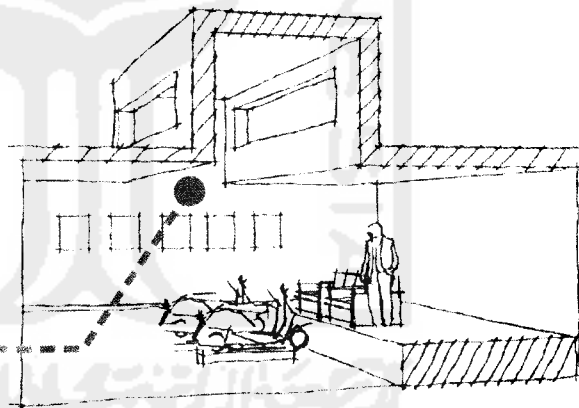
Pada area sirkulasi ke untuk memberi kesan

Pada ruang tunggu dan sehingga memberikan

Plafon yang tinggi sehingga
memberikan kesan luas, bebas
dan kesan sumpek ketika banyak orang]

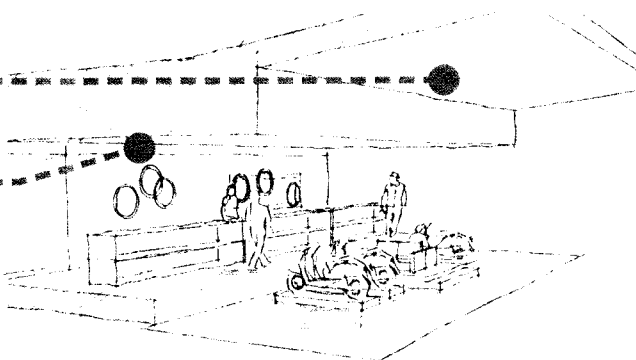


Plafon transaksi dibuat rendah
sehingga terasa peruangannya (intim)



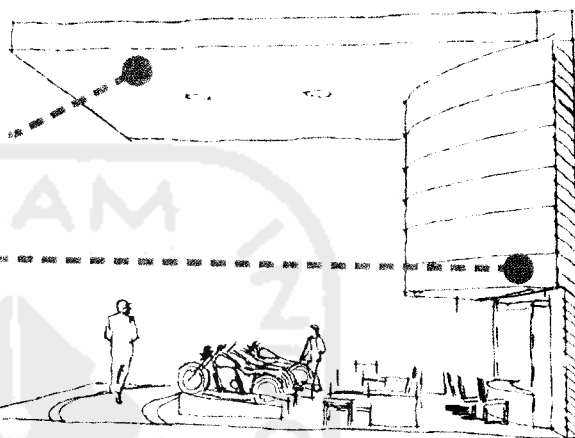
Service kendaraan plafon lebih tinggi
dapat dimanfaatkan untuk memasukkan
air dan sirkulasi udara

Plafon kendaraan dibuat lebih tinggi
sehingga

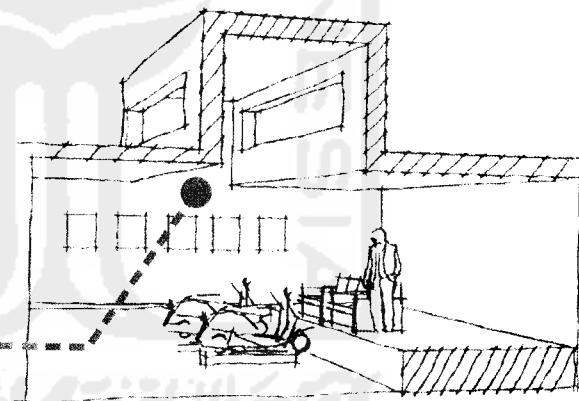


Sirkulasi plafon dibuat lebih rendah
sehingga terasa yang akrab

*sirkulasi plafon yang tinggi sehingga
t memberikan kesan luas, bebas
ghindari kesan sumpek ketika banyak orang]*

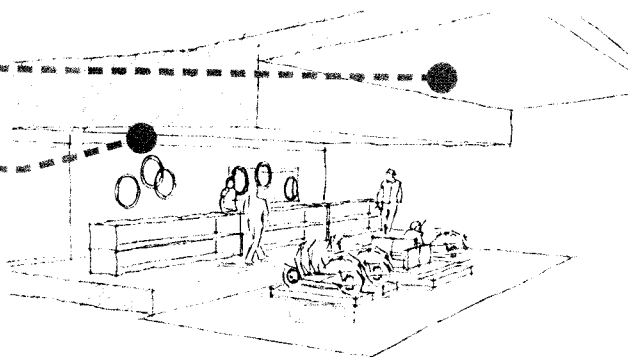


*ruang transaksi plafon dibuat rendah
an tujuan terasa peruangannya (intim)*

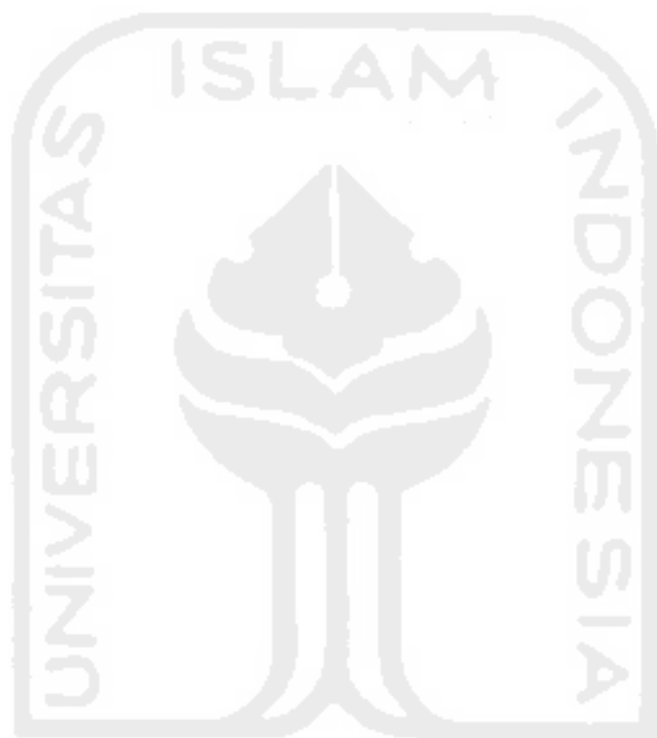


*area service kendaraan plafon lebih tinggi
gga dapat dimanfaatkan untuk memasukkan
ra alami dan sirkulasi udara*

*asi kendaraan dibuat lebih tinggi
kesan luas*



*gu dan sirkulasi plafon dibuat lebih rendah
rikan susana yang akrab*



الجامعة الإسلامية في إندونيسيا



BAB VI PENGEMBANGAN RANCANGAN

5.1. Konsep Rancangan

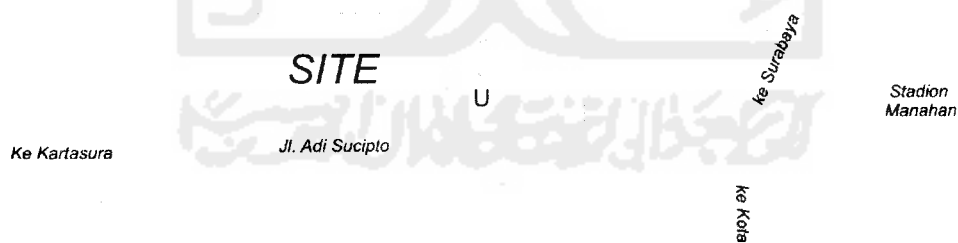
5.1.1. Spesifikasi Proyek

Nama Proyek : Pusat Penjualan, Perawatan dan Modifikasi
Sepeda Motor di Solo

Luas Site : ±15.500 m²

5.1.2. Karakteristik Tapak dan Lokasi

Lokasi site Pusat Penjualan, Perawatan dan Modifikasi Sepeda Motor adalah terletak di jalan Adisucipto, Solo. Lokasi site yang terletak tidak jauh dari pusat kota. Kurang lebih memakan waktu kurang lebih 25 menit perjalanan dari pusat kota Surakarta, dan berada di jalan utama yang menuju Surabaya – Yogyakarta – Salatiga. Lokasi tapak yang relatif datar sangat mendukung pada perancangan, yang ditunjang dengan kelengkapan infrastruktur yang telah tersedia disekitar site.



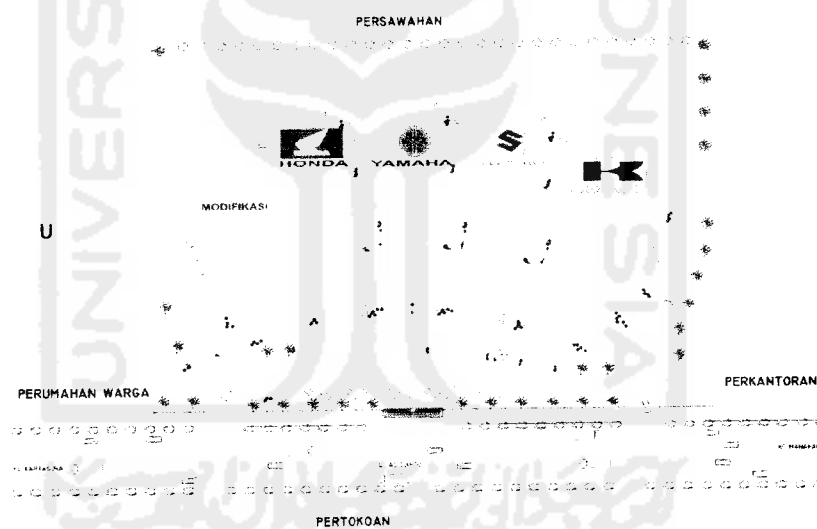
Gambar 5.1
Peta site
Sumber : survei

5.2. Hasil Perancangan

5.2.1. Situasi Bangunan

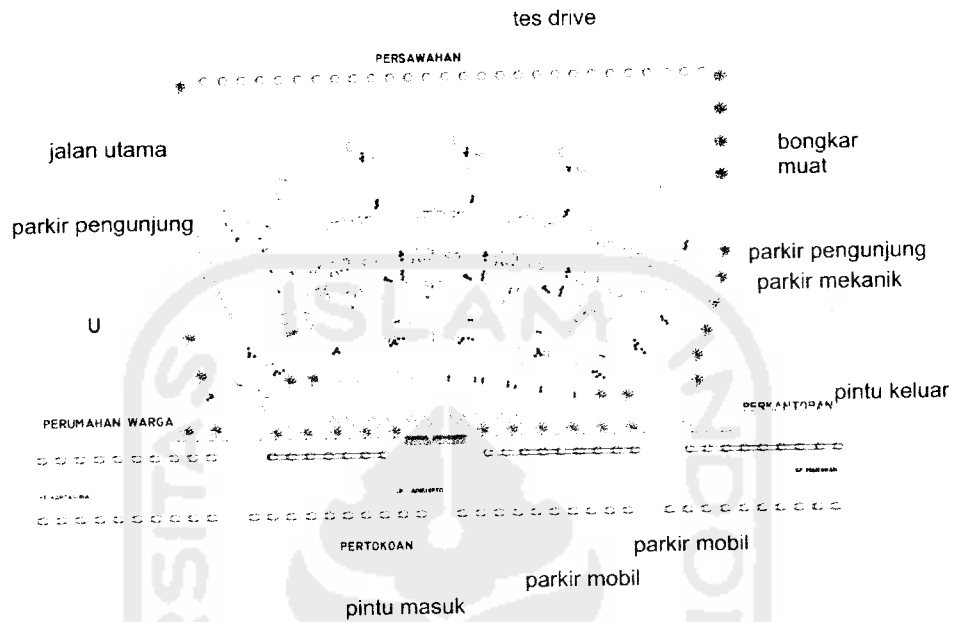
Pada dasarnya bangunan Pusat Penjualan, Perawatan dan Modifikasi Sepeda Motor terdiri dari 5 massa yaitu Modifikasi, Honda, Yamaha, Suzuki dan Kawasaki, maka perlu adanya massa yang menyatukan dari 5 bangunan tersebut yaitu pada ruang penjualan. Pengolahan fasad depan yaitu dengan menggunakan material kaca, hal ini agar kegiatan didalam bangunan dapat terlihat dari luar.

Bagian depan digunakan sebagai ruang penjualan dan bagian belakang digunakan untuk bagian perawatan dan gudang penyimpanan sepeda motor. Area perawatan dapat ditempuh dengan jalan memutar, keuntungannya yaitu secara arsitektural bangunan dapat dinikmati dari segala arah.



Gambar 5.2
situasi
Sumber : Dokumen pribadi

5.2.2. Site Plan Bangunan

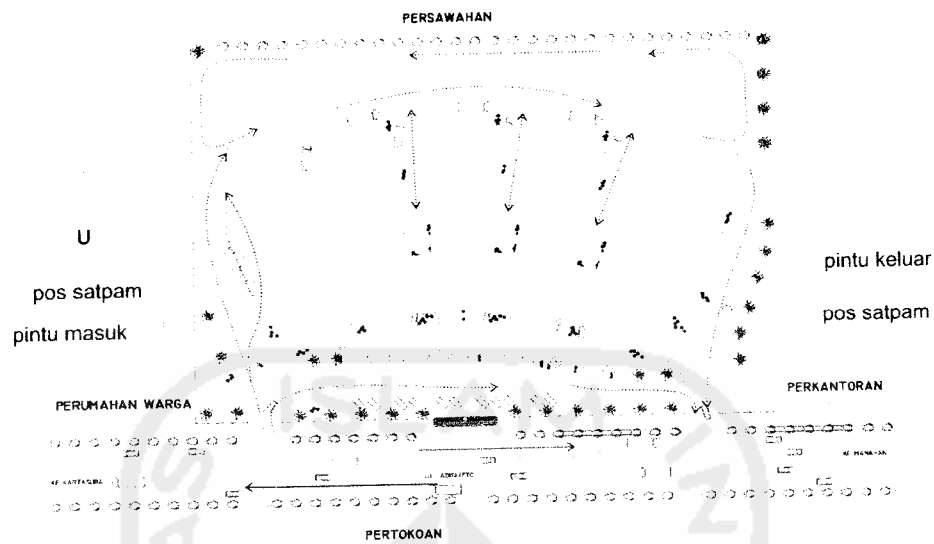


Gambar 5.3
Site Plan
Sumber : Dokumen pribadi

Total Luas Bangunan	: ±3498,85 m ²
Area parkir mobil	: 15 mobil
Area parkir motor	: 217 motor
Area bongkar muat	: 9 mobil

Pemanfaatan ruang luar digunakan untuk parkir dan taman. Fungsi lain dari ruang luar yaitu untuk resapan air. Area belakang di manfaatkan untuk tes drive. Vegetasi menggunakan pohon palm untuk pengarah dan pohon ketepeng untuk area parkir. Pemisahan ruang genset dan pompa dengan tujuan menghindari kebisingan.

5.2.3. Sirkulasi



Gambar 5.4
Sirkulasi
Sumber : Dokumen pribadi

Pintu masuk berada di sebelah barat dan pintu keluar berada di sebelah timur. Keuntungan dari perbedaan antara pintu keluar dan pintu masuk yaitu tidak terjadi saling cros. Saat masuk dan keluar pengawasan dilakukan oleh satpam yang berada di pintu masuk dan keluar.

a. ruang perawatan

masuk - langsung menuju arah belakang (memutar)- langsung menuju parkir ruang perawatan - pulang

b. modifikasi

masuk – belok ke arah kanan – parkir modifikasi – pulang

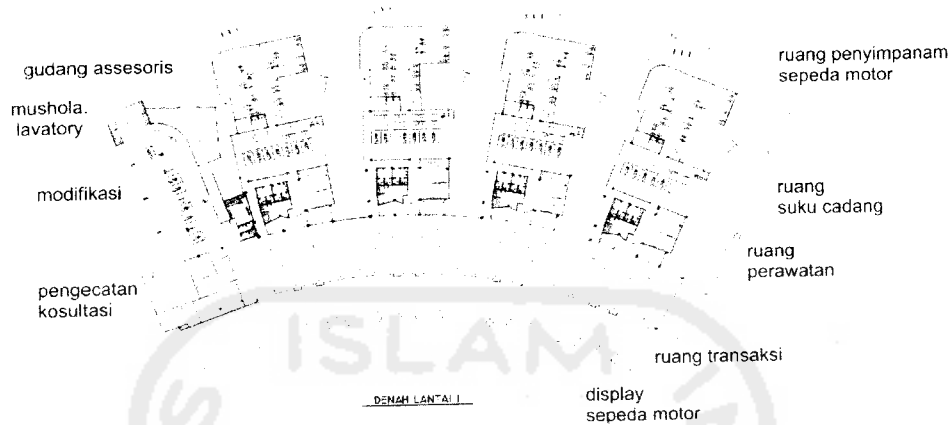
c. show room

masuk – belok ke timur – parkir - pulang

masuk – belok ke timur – parkir – memutar ke belakang - pulang

5.2.4. Denah Keseluruhan Bangunan

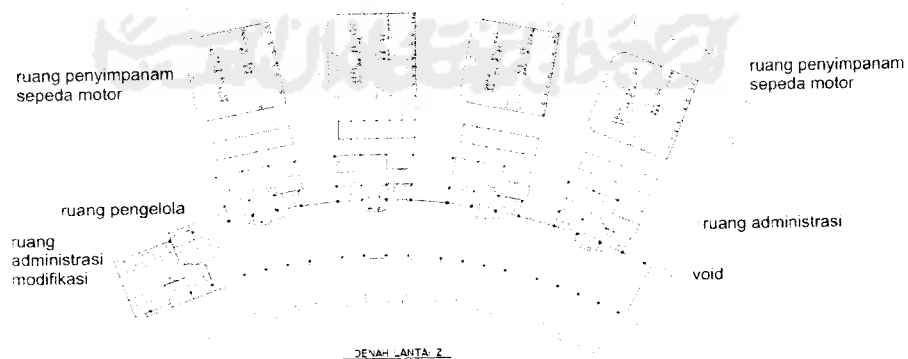
a. Lantai 1



Gambar 5.5
Denah lantai 1
Sumber : Dokumen pribadi

Pada area depan digunakan untuk ruang penjualan (display produk, jual beli). Sedangkan area tengah digunakan untuk area privat seperti loker, ruang ganti, ruang istirahat, ruang rapat mekanik. Pada bagian belakang digunakan untuk ruang penyimpanan sepeda motor, yang dapat diakses langsung dari ruang penjualan. Di sebelah barat digunakan untuk modifikasi sepeda motor. Area bongkar muat barang berada di belakang atau sebelah utara.

b. Lantai 2

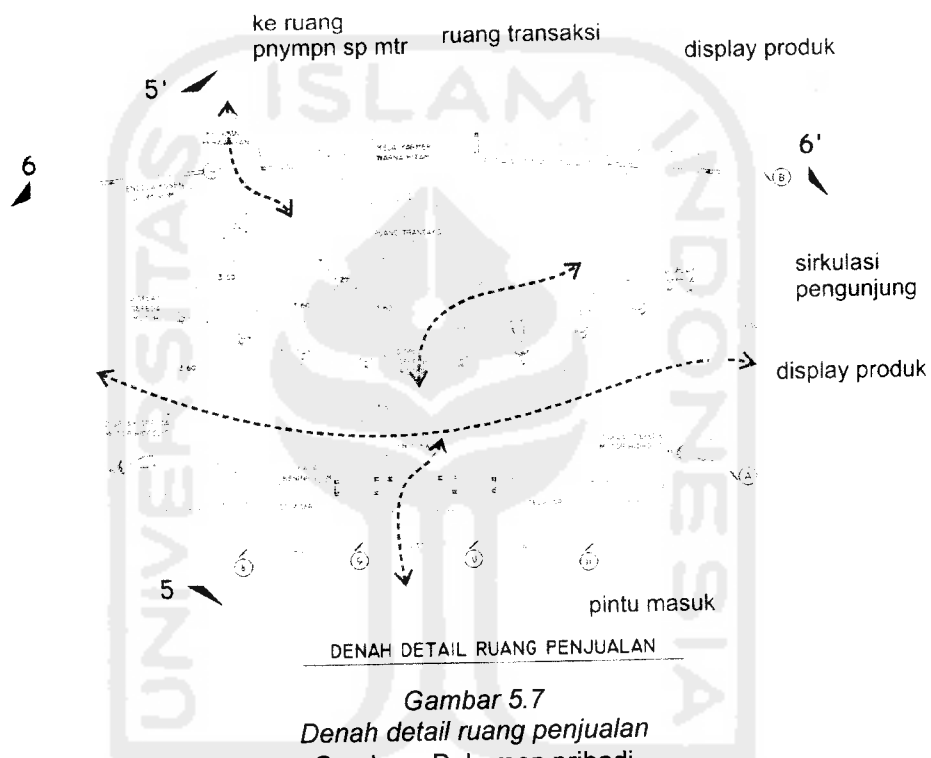


Gambar 5.6
Denah lantai 2
Sumber : Dokumen pribadi

Lantai dua digunakan untuk area privat yaitu ruang administrasi, ruang ruang direktur, ruang sekretaris, ruang rapat dan ruang tamu. Ruangan ini tidak boleh diakses oleh pengunjung kecuali dengan ijin, dan hanya bias sampai di ruang tamu. Dibagian belakang atau utara lantai dua juga digunakan untuk ruang penyimpanan sepeda motor.

5.2.5. Potongan Detail Bangunan

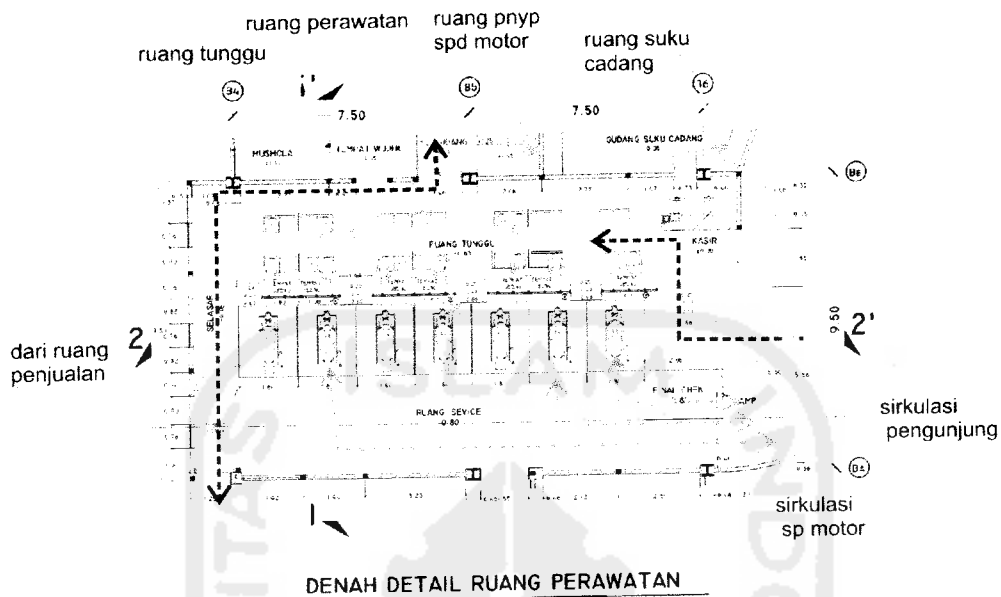
a. Ruang Penjualan



Gambar 5.7
Denah detail ruang penjualan
Sumber : Dokumen pribadi

Setiap ruang penjualan masing-masing memiliki pintu masuk sendiri-sendiri sehingga memberikan kesamaan akses. Sirkulasi pengunjung tidak lebih dari 360 cm sehingga dapat dikatakan jarak sosial, begitu juga dengan ruang transaksi. Pemberian tempat duduk dan Layout ruang yang berbentuk melingkar dapat dapat diamati dengan mudah dari ruang transaksi dan juga dapat membentuk peruangan.ruangan yang tidak disekat juga memberikan kesan yang luas

b. Ruang Perawatan



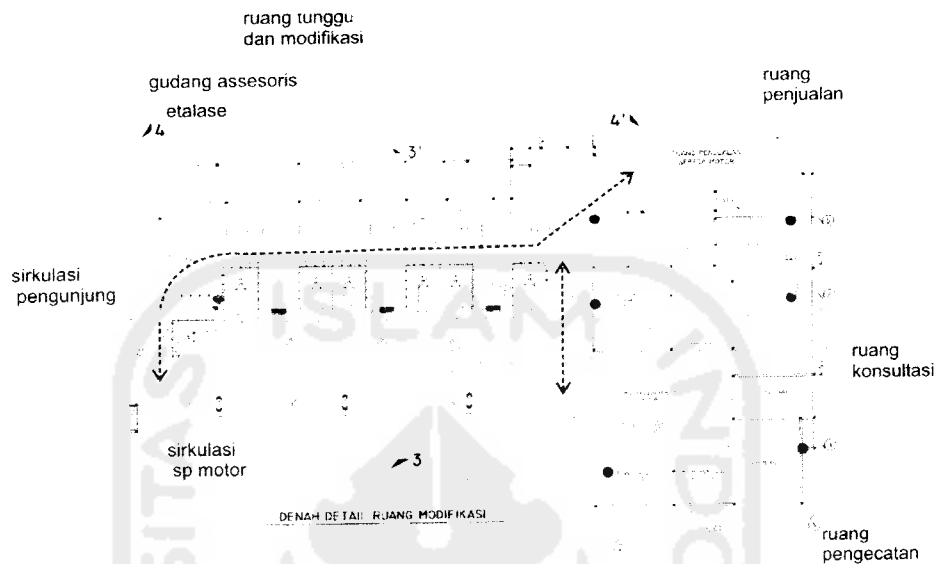
DENAH DETAIL RUANG PERAWATAN
Gambar 5.8
Denah detail ruang perawatan
Sumber : Dokumen pribadi

Pada ruangan ini jarak ruang tunggu dekat dengan mekanik sehingga pengunjung dapat berinteraksi langsung dengan mekanik. Pemberian akses langsung ke ruang mekanik sehingga ketika ada kekurangan maka pengunjung langsung dapat memberitahukan dan sebaliknya. Dari ruang perawatan ini pengunjung dapat langsung menuju ruang penjualan. Dari ruang penjualan pengunjung dapat menuju ruang penyimpana sepeda motor dengan meliwati ruang perawatan terlebih dahulu.

c. Ruang Perawatan

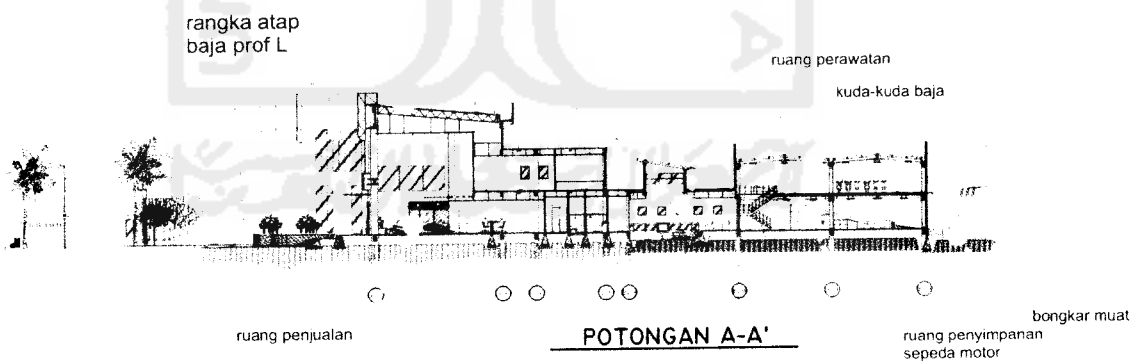
Ruang tunggu yang berada sisamping mekanik dan jarak yang dekat sehingga interaksi antara pengunjung dengan mekanik dapat terjadi. Kedekatan ini karena biasanya pengunjung ikut membantu mekanika dalam memasang assesoris. Pengunjung juga dapat berkonsultasi dengan disiner kemudian setelah ada kecocokan disain

maka akan dikerjakan oleh mekanik. Ruang penyimpanan sepeda motor disini digunakan ketika tidak dapat dikerjakan dalam sehari.

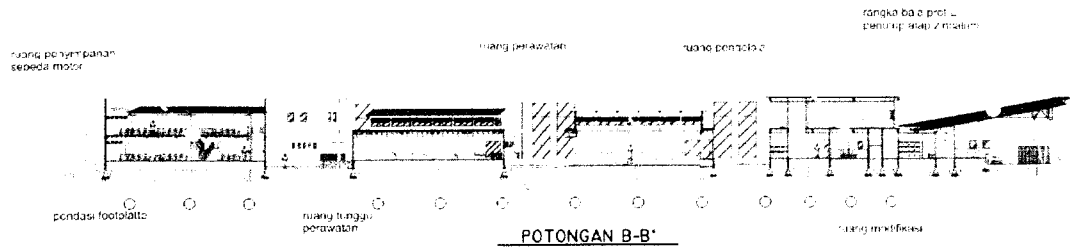


Gambar 5.9
Denah detail ruang modifikasi
Sumber : Dokumen pribadi

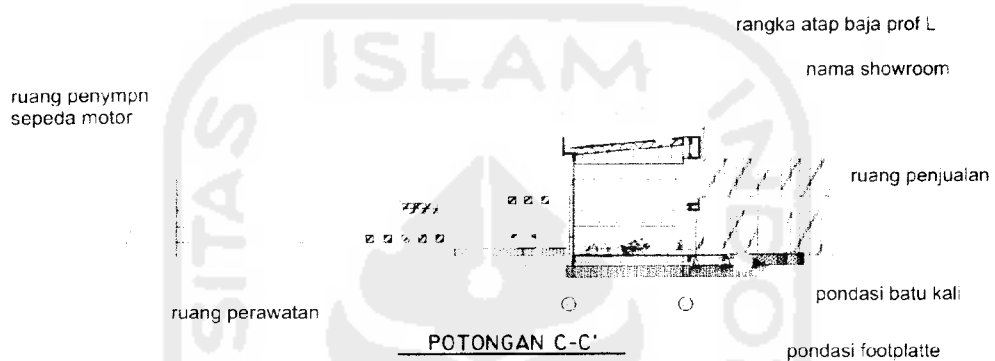
5.2.6. Potongan keseluruhan Bangunan



Gambar 5.10
Potongan A-A'
Sumber : Dokumen pribadi



Gambar 5.11
Potongan B-B
 Sumber : Dokumen pribadi

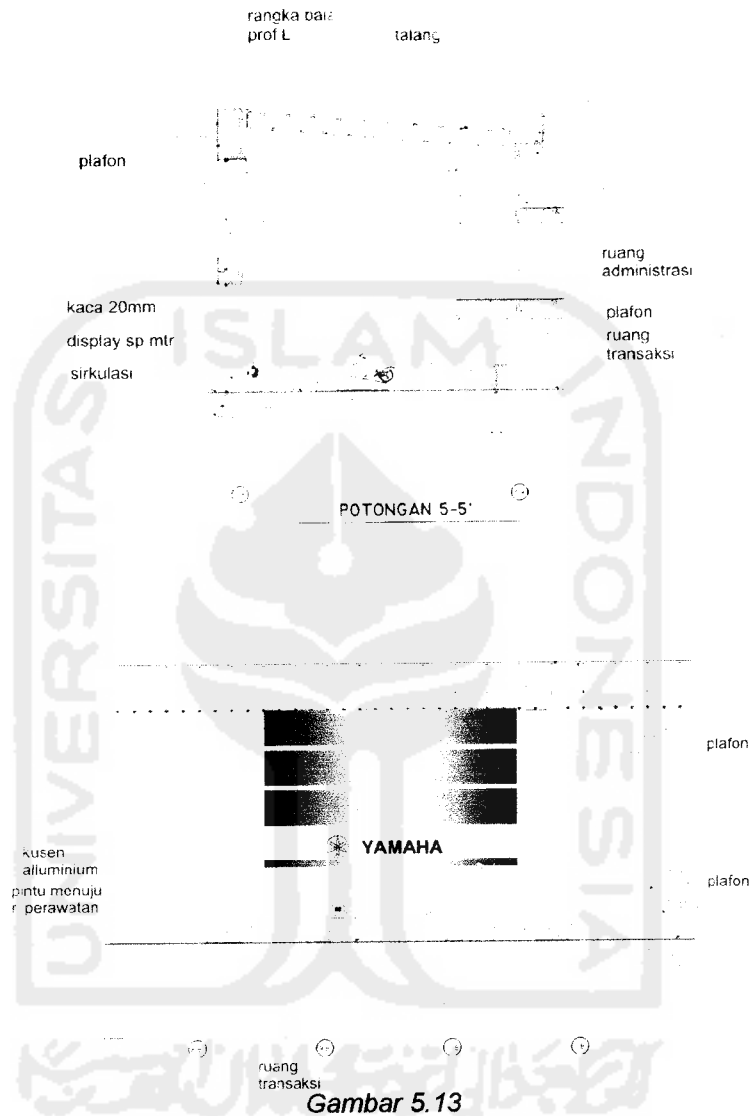


Gambar 5.12
Potongan C-C
 Sumber : Dokumen pribadi

Pada ruang penyimpanan sepeda motor atap menggunakan atap miring 5° dengan di sisi-sisinya di tutupi dengan dinding bata sehingga tampilan dari luarnya seperti atapa datar / dak. Struktur yang digunakan yaitu kombinasi antara sruktur beton bertulang dan sruktur baja.

5.2.7. Potongan Detail Bangunan

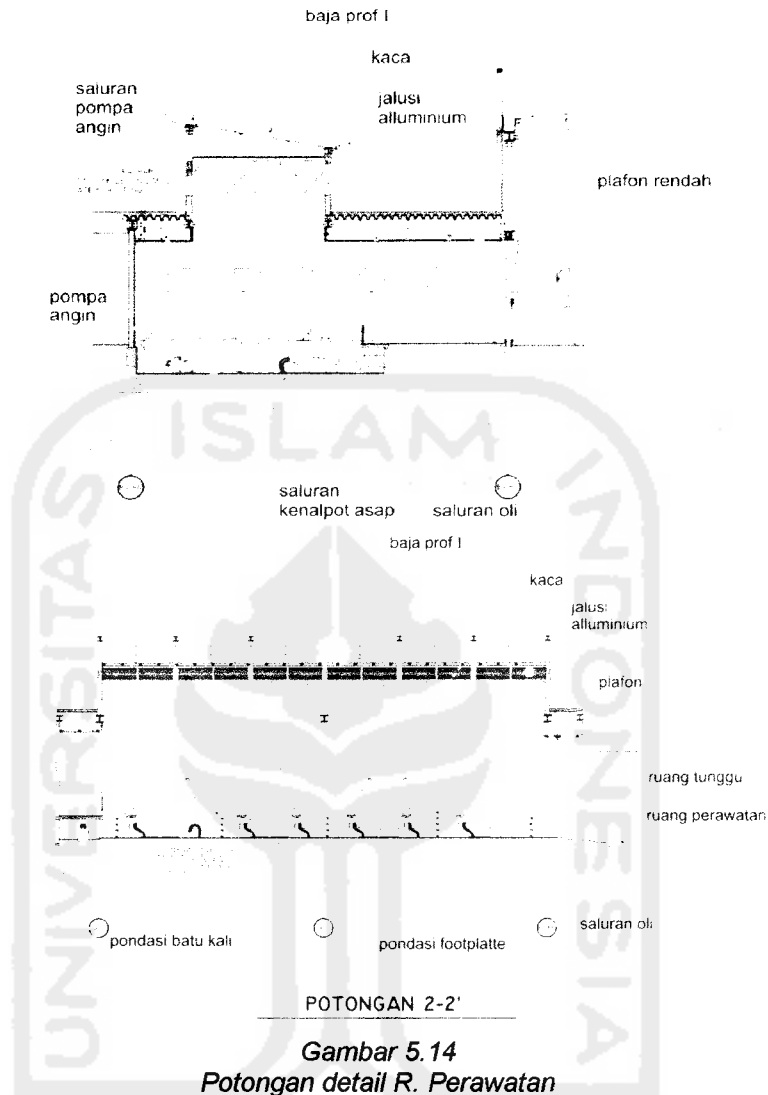
a. Ruang penjualan



Gambar 5.13
Potongan detail R. penjualan
Sumber : Dokumen pribadi

Ketinggian plafon yang berbeda antara ruang transaksi dan ruang sirkulasi dengan tujuan menghindari kesan sumpek ketika dimasuki orang banyak. Penggunaan kaca di bagian depan bertujuan untuk memperlihatkan kegiatan dan display sepeda motor. Penggunaan warna-warna yang berani selain di eksterior juga ditampilkan di interior .

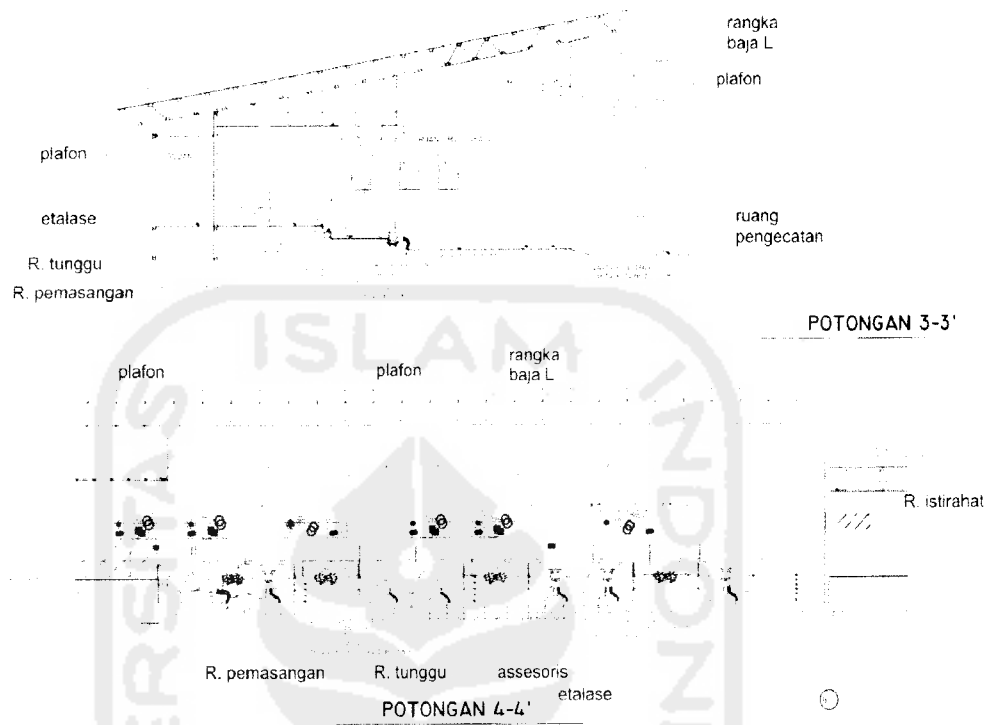
b. Ruang Perawatan



Gambar 5.14
Potongan detail R. Perawatan
Sumber : Dokumen pribadi

Ruang tunggu lebih tinggi dari ruang perawatan bertujuan agar pengawasan lebih leluasa dan pada bagian bawah dapat dimanfaatkan untuk tempat peralatan. Pemberian kaca buram pada antara ruang tunggu dengan ruang perawatan untuk menghindari cipratan oli/kotoran. Pemberian tangga yang langsung menuji mekanik agar pengunjung dapat langsung berinteraksi dengan mekanik. Plafon pada ruang perawatan dibuat tinggi dengan pertimbangan untuk memasukan cahaya dan sirkulasi udara.

c. Ruang Modifikasi

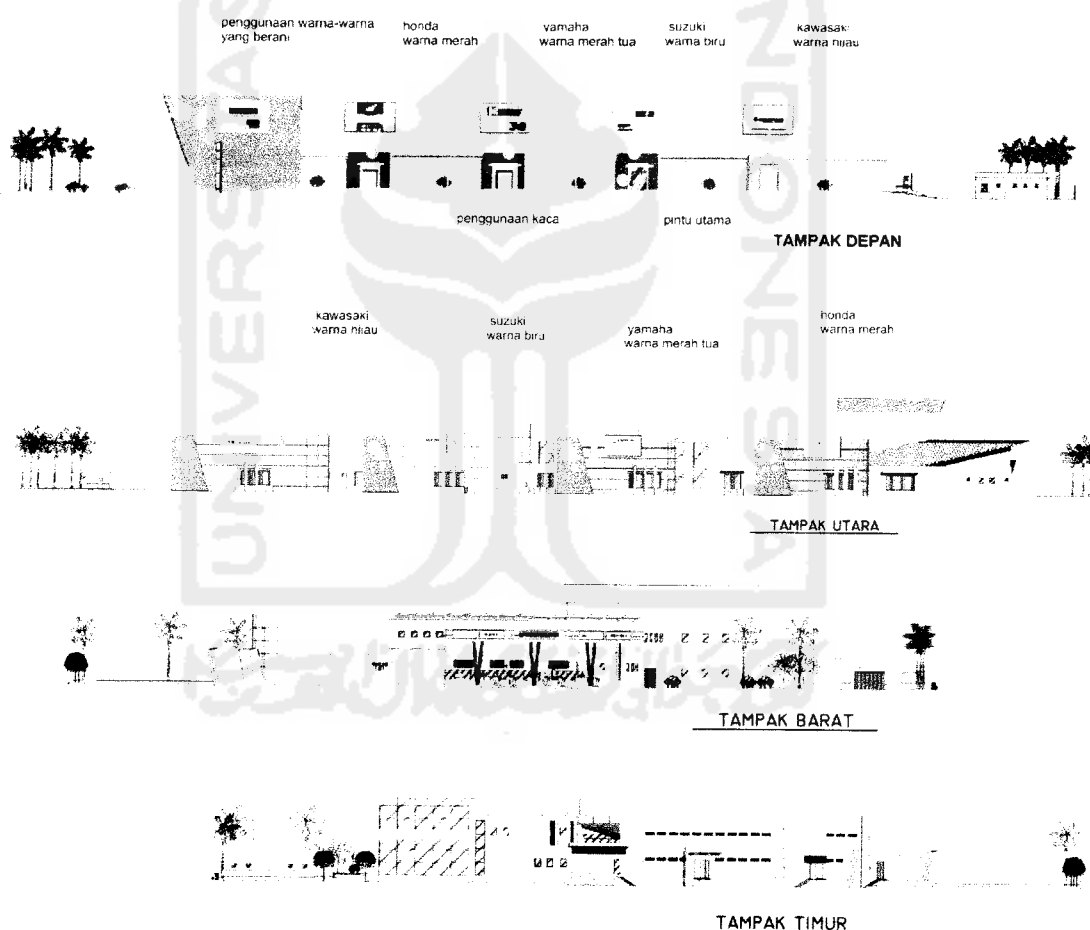


Gambar 5.15
Potongan detail R. Perawatan
Sumber : Dokumen pribadi

Ruang tunggu berada disamping sehingga mudah untuk berinteraksi dan ikut dalam proses pemasangan. Letak etalase dekat dengan ruang tunggu sehingga ketika ada barang yang tidan cocok langsung dapat ditukarkan. Pemberian kaca buram pada antara ruang tunggu dengan ruang pemasanganselai sebagai sekat / pemisah juga untuk menghindari cipratan oli / kotoran.

5.2.8. Tampak Bangunan

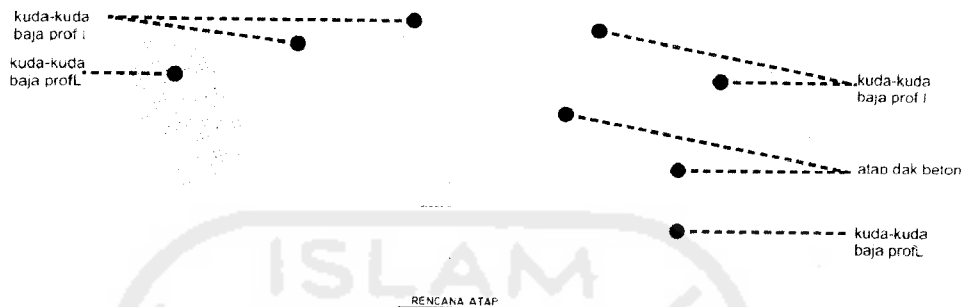
Tampak bangunan mengkombinasikan warna-warna yang mencolok agar terlihat kontras dengan bangunan disekitarnya sehingga mudah terlihat dan ingin mengetahui lebih jauh dari bangunan tersebut. Penggunaan warna juga di bagian belakang yaitu di ruang penyimpanan sepeda motor. Penggunaan kaca pada bagian depan untuk memperlihatkan kegiatan di dalam bangunan. Penggunaan outlet yang besar juga untuk menunjukkan fungsi dan nama dari bangunan tersebut. Pintu yang lebar dan berwarna dapat mengundang pengunjung untuk memasuki bangunan.



Gambar 5.16
Tampak bangunan
Sumber : Dokumen pribadi

5.2.9. Rencana Bangunan

a. Rencana Atap

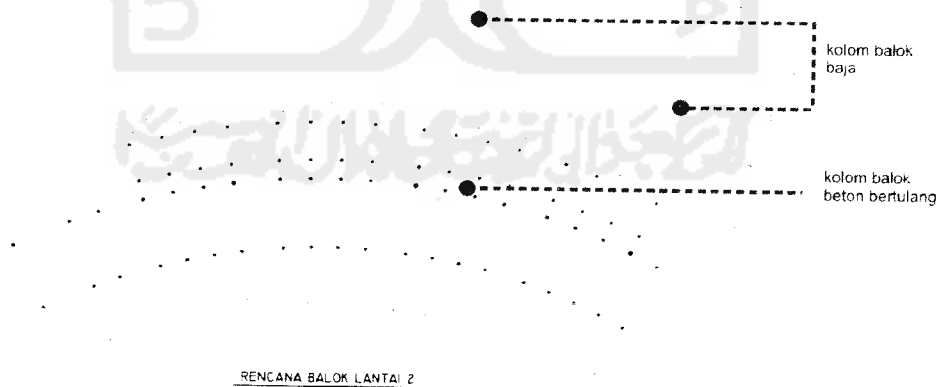


Gambar 5.17
Rencana Atap

Sumber : Dokumen pribadi

Sebagian besar penggunaan atap yaitu menggunakan atap metal hanya sebagian kecil yang menggunakan atap datar (dak beton). Rangka atap dari baja profil L dan pada ruang penyimpanan menginginkan baja tunggal profil I.

b. Rencana Balok

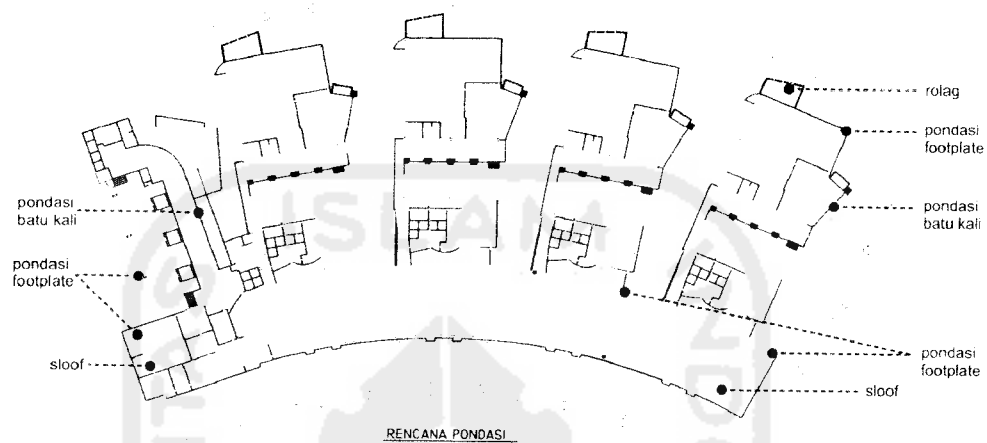


Gambar 5.18
Rencana balok

Sumber : Dokumen pribadi

Pada bagian depan struktur menggunakan beton bertulang dan bagian belakan (ruang perawatan dan penyimpana sepeda motor) menggunakan struktur baja.

c. Rencana Pondasi

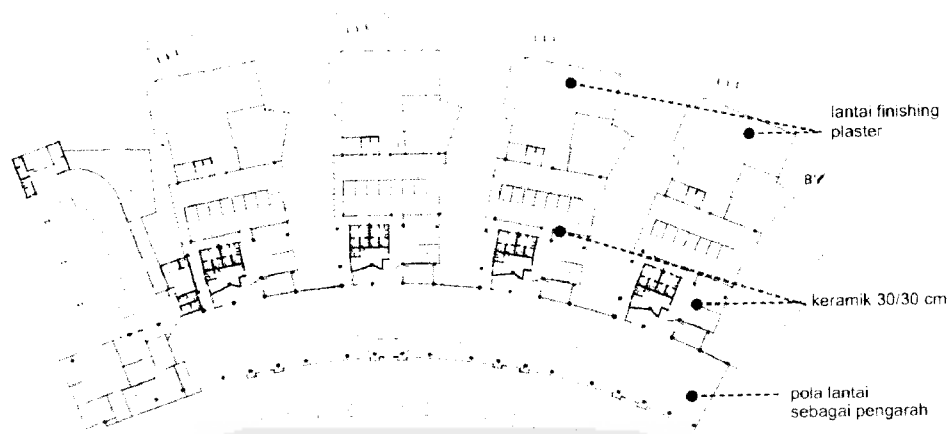


Gambar 5.19
Rencana Pondasi
Sumber : Dokumen pribadi

Pondasi menggunakan pondasi footplate diperkuat dengan sloof. Selain itu juga menggunakan pondasi batu kali dan rolag. Untuk kolom baja menggunakan pondasi beton yang disambung dengan baut

d. Rencana pola lantai

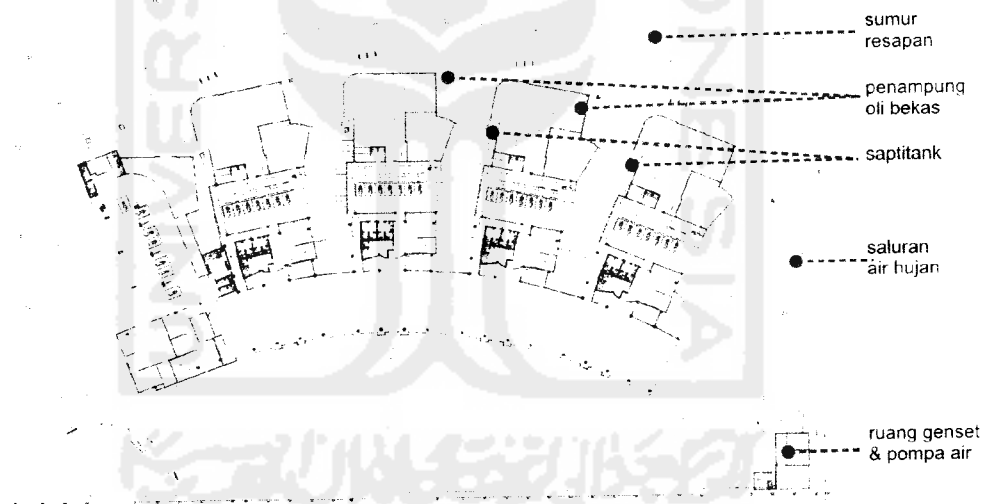
secara keseluruhan lantai difinishing dengan keamik. Pada ruang penyimpanan sepeda motor fhinishing lantai menggunakan plaster / acian dengan tujuan agar tidak licin. Pada ruang penjualan pola lantai sangat membantu pengunjung untuk menuju ruang- ruang penjualan, selain itu juga untuk membentuk ruang.



RENCANA POLA LANTAI I

Gambar 5.20
Rencana pola lantai
Sumber : Dokumen pribadi

e. rencana Sanitasi

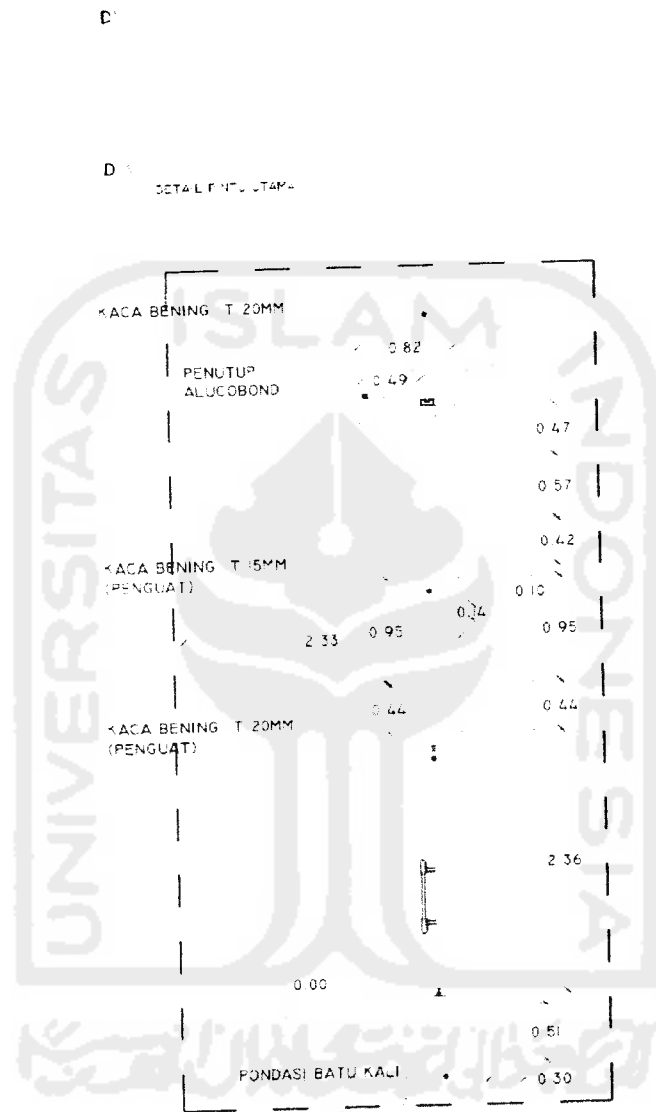


Gambar 5.21
Rencana Sanitasi
Sumber : Dokumen pribadi

Sisa oli ditampung menjadi satu (tiap ATPM) estela penuh baru disedot dan diangkut. Sistem penyaluran air bersih yaitu dengan sistem pompa otomatis.

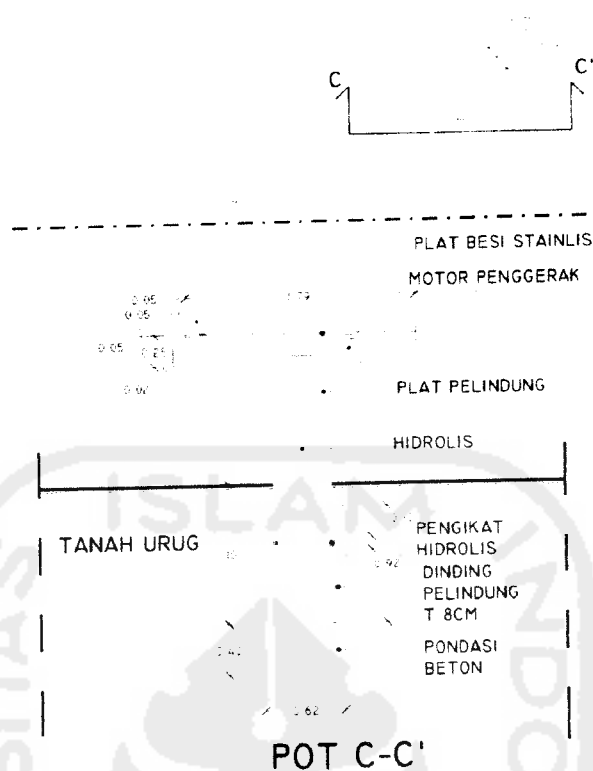
5.2.10. detail Bangunan

a. Detai Arsitektural



POT D-D'

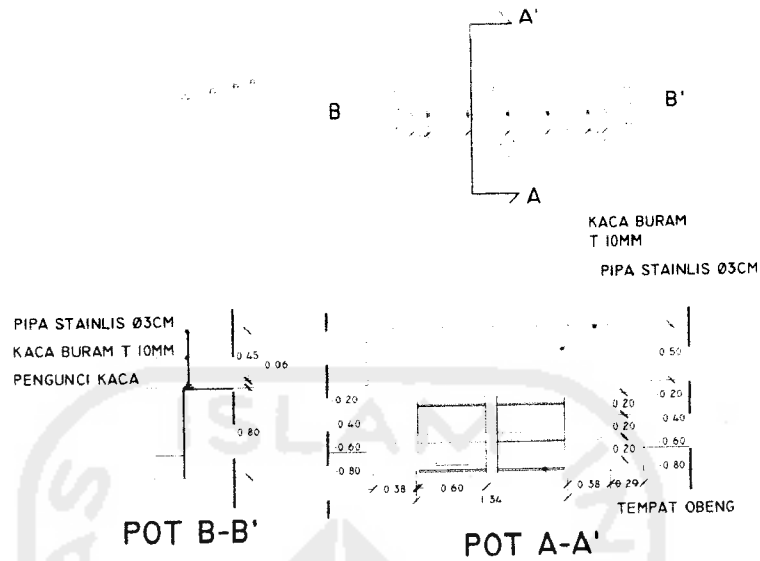
Gambar 5.22
Detail pintu masuk
Sumber : Dokumen pribadi



Gambar 5.23
Detail display sepeda motor
 Sumber : Dokumen pribadi

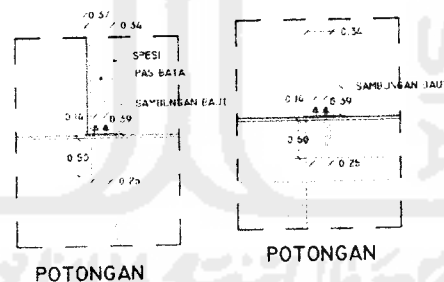
Pintu utama ruang penjualan yang besar tinggi sehingga mengesankan mengundang orang untuk memasuki bangunan tersebut. Pintu terbuat dari kaca bening tebal 20 mm Dengan pegangan besi stenlis. Pitu utama di bingkai oleh dinding massif yang besar dengan finishing di cat sesuai dengan ATPM. Tempat dislay sepeda motor ini dapat berputar sehingga dapat dinikmati dari segala arah. Naik turunnya dengan mesin hidrolis.

b. Detail Struktural



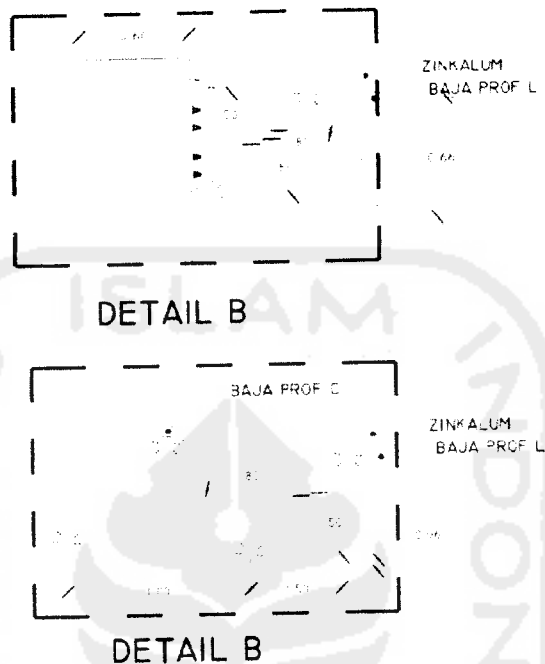
Gambar 5.24
Detail pemasangan kaca
Sumber : Dokumen pribadi

Sekat antara ruang tunggu dan mekanik menggunakan kaca 10 mm dibingkai besi stenis. Pemberian kaca ini bertujuan untuk menghindari kotoran dari ruang mekanik.



Gambar 5.25
Detail selubung baja
Sumber : Dokumen pribadi

Finishing kolom baja ini terletak di ruang perawatan. Finishing yang digunakan yaitu dibalut dengan mortal dan plaster. Sambungan kolom dengan pondasi menggunakan baut.

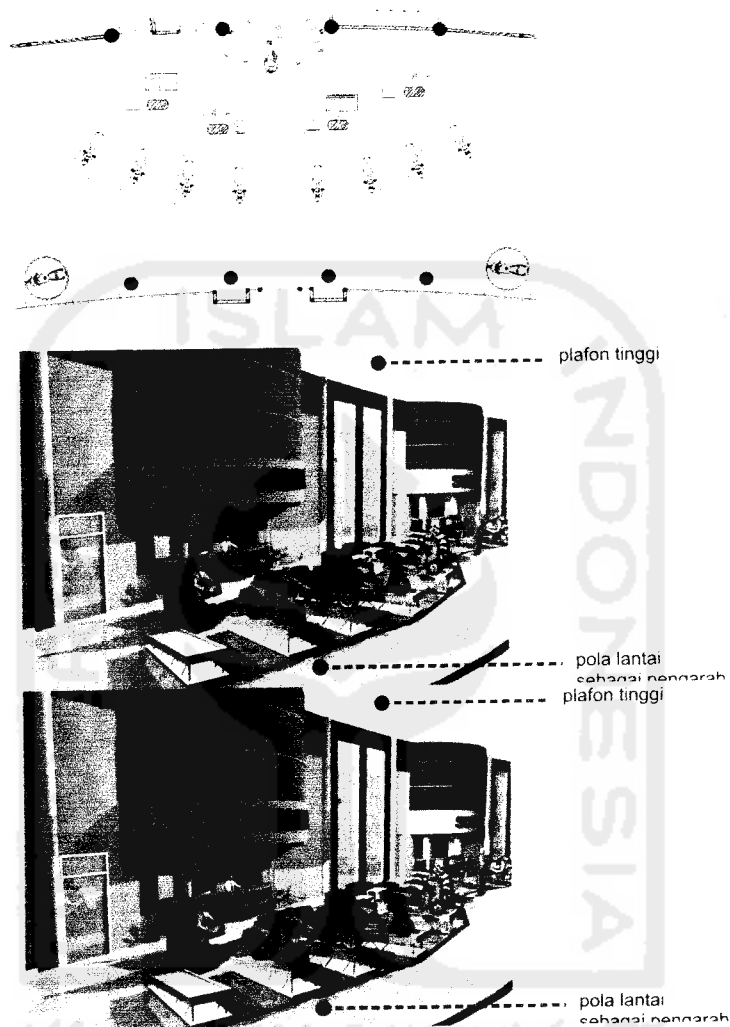


Gambar 5.26
Detail kuda-kuda
Sumber : Dokumen pribadi

Penggunaan kuda-kuda baja profil L ini karena mudah didapat dan murah pertimbangan lain yaitu kuda-kuda tersebut tidak diekspose ditutup dengan plafon. Join kuda-kuda menggunakan baut dan penutup atap menggunakan atap metal sehingga ringan.

5.2.11. Interior Bangunan

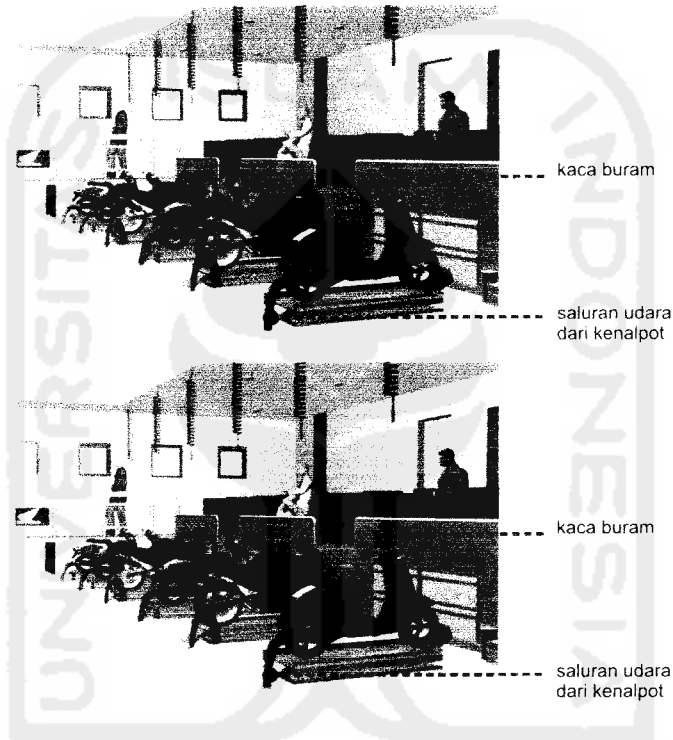
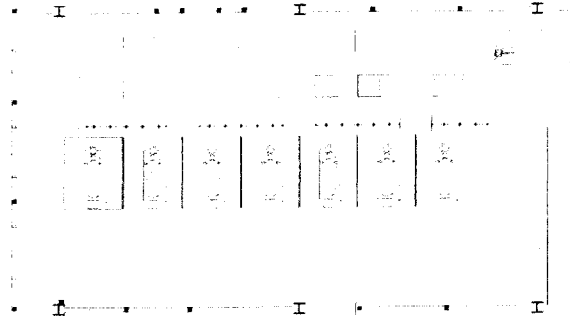
a. Ruang Penjualan



Gambar 5.27
Interior ruang penjualan
Sumber : Dokumen pribadi

Dengan pola lantai dapat mengarahkan pengunjung untuk menuju satu ke tiap- tiap ATPM. Dengan ruang yang terbuka maka memudahkan orang untuk berinteraksi disamping juga untuk memberi kesan yang luas. Ruang transaksi yang dekat dengan display produk sehingga mudah untuk mengamati dan membandingkan.

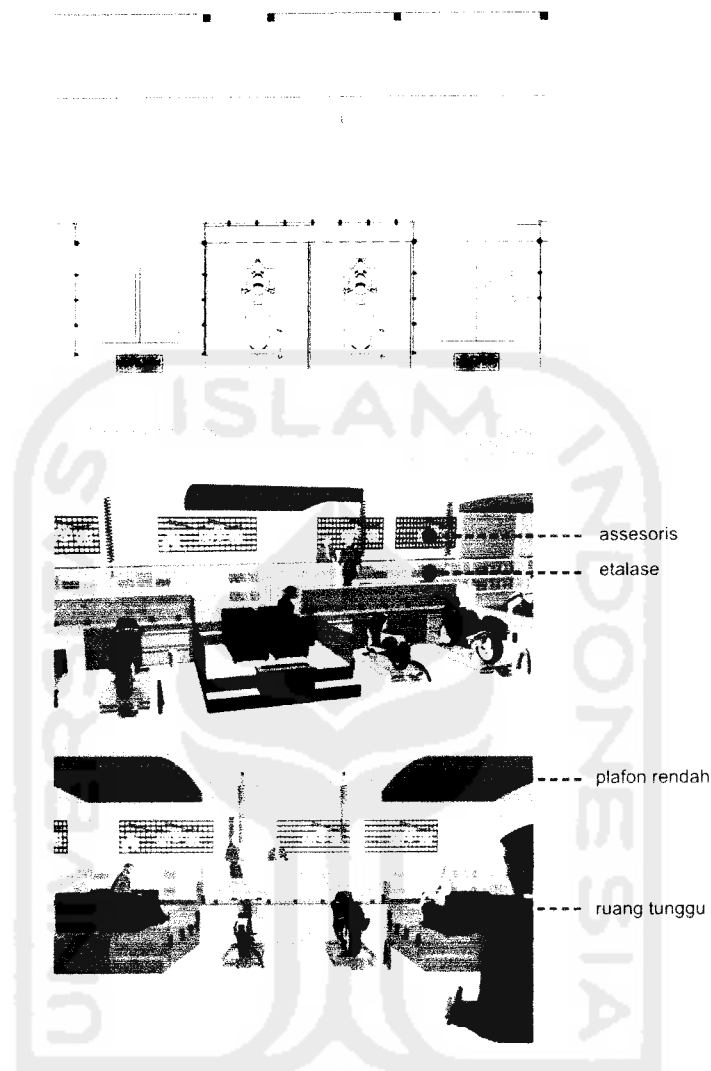
b. Ruang Perawatan



Gambar 5.28
Interior ruang perawatan
Sumber : Dokumen pribadi

Layout ruang tunggu berada di depan dan lebih tinggi dan Kedekatan dengan mekanik maka akan terjadi interaksi. Untuk memberi suasana akrab maka plafon dibuat rendah dan tinggi pada bagian mekanik dengan tujuan memasukan cahaya dan sirkulasi udara. Pemberian tangga menuju ruang mekanik ini bertujuan untuk memudahkan pengunjung membantu/berinteraksi dengan mekanik.

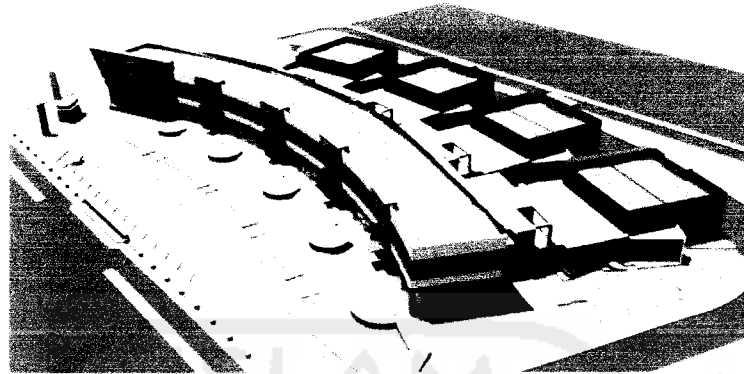
c. Ruang Modifikasi



Gambar 5.29
Interior ruang modifikasi
Sumber : Dokumen pribadi

Latak etalase yang dekat dengan ruang tunggu untuk memudahkan memilih assesoris yang sesuai dengan keinginan pengunjung. Layout ruang tungggu berada disamping ruang pemasangan sehingga interaksi antara pengunjung dengan mekanik dapat terwujud. Alasan lain yaitu terkadang pengunjung ikut dalam proses pemasangan bersama mekanik sehingga konsumen merasa puas.

5.2.12. Exterior Bangunan



papan nama ATPM

penggunaan kaca pada fasad depan sehingga aktifitas didalam bangunan dapat terlihat dari luar

pintu utama yang besar dapat mengundang orang untuk memasuki bangunan

Gambar 5.30
Ekterior bangunan
Sumber : Dokumen pribadi



penggunaan warna-warna yang berbeda-beda untuk mencirikan identitas bangunan

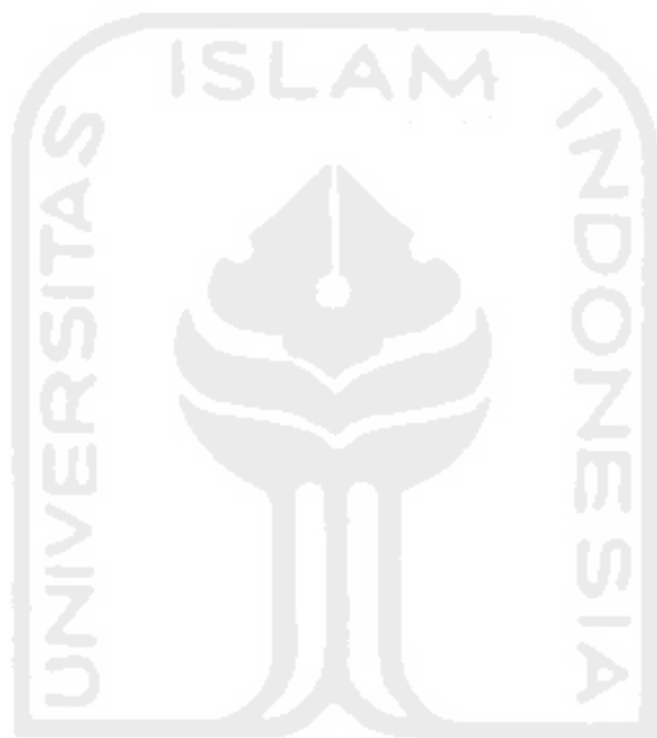
penyimpanan sepeda motor & bongkar muat

Gambar 5.31
Ekterior bangunan
Sumber : Dokumen pribadi

Fasad depan sebagian besar menggunakan elemen kaca dengan kombinasi dinding bata. Pada fasad belakang juga diolah karena dengan penggunaan warna yang sesuai dengan masing-masing ruang sewa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ching, F. D. K. Bentuk Ruang dan Susunannya, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1991.
- Devito, Joseph A, Komunikasi Antar Manusia, Penerbit Gramedia, Jakarta, 1991.
- Hurriyanti, Ratih. Dr.Msi, Bauran Bemasaran dan Loyalitas konsumen, Penerbit Pusaka, Jakarta, 2005.
- Majalah Oto Trend, 25 Agustus 2006.
- Mangunwijaya, Y.B. Wastu Citra, Penerbit Gramedia Pusataka Utama, Jakarta, 1992.
- Munichi, B.E. H. Ir. MSA, Diktat Kuliah Teori Bentuk, 2003.
- Neufert, Ernst. Data Arsitek, edisi ke-33, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Purwadarminta, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Penerbit Bintang Timur, Jakarta, 1996.
- Sumawihardja, Surachman, Sosial masyarakat, Penerbit Aneka, Bandung, 1991.
- [www. bisnis. com](http://www.bisnis.com).
- [www. Honda-motor.co.id](http://www.Honda-motor.co.id).
- [www. kawasaki-motor.co.id](http://www.kawasaki-motor.co.id).
- [www. suzuki-motor.co.id](http://www.suzuki-motor.co.id).
- [www. yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id).
- [www. suzuki-motor.co.id](http://www.suzuki-motor.co.id).



جامعة الإسلام في إندونيسيا

