

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

#### 1.1.1 Sejarah Perkembangan Mobil

Dalam beberapa tahun terakhir ini permintaan mobil di dunia dan Indonesia pada khususnya yang merupakan negara berkembang terus meningkat. Disebabkan karena kemampuan ekonomi yang bertambah dan keinginan mereka untuk menginginkan kemudahan dan kecepatan sebagai tuntutan atas daya jelajah. Produksi dan penjualan mencapai 58 ribu unit pada tahun 1998 dan terus meningkat menjadi 94 ribu unit pada tahun 1999. Produksi mencapai angka 100 ribu unit tahun 2000, kemudian 299 ribu unit tahun 2001. Pada 2002 meningkat menjadi 317 ribu unit. 340 ribu unit tahun 2003 dan akan terus meningkat<sup>1</sup>. Penjualan mobil nasional selama Januari 2005 mengalami peningkatan sebesar 53% pada periode yang sama pada tahun 2004. Pertumbuhan penjualanpun sangat dirasakan di beberapa daerah kota-kota besar termasuk salah satunya kota Jogjakarta. Peningkatan penjualan tersebut mengakibatkan bertambahnya populasi kendaraan roda empat yang beroperasi di Jogjakarta. Data populasi kendaraan roda empat di Jogjakarta dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel I.1**  
Populasi kendaraan di DIY<sup>2</sup>

Jenis Kendaraan	Tahun				
	1994	1995	1996	1997	1998
<b>Sedan</b>	13.126	14.358	15.316	17.150	17.810
<b>Station Wagon</b>	20.384	23.238	25.262	30.235	32.036
<b>Jeep</b>	5.240	5.998	6.514	7.169	7.372
<b>Pick Up</b>	12.737	13.608	14.408	15.670	16.103
<b>Jumlah</b>	<b>51.487</b>	<b>57.202</b>	<b>61.500</b>	<b>70.224</b>	<b>73.321</b>

<sup>1</sup> Sinar Harapan 17 Juli 2003

<sup>2</sup> POLWIL Propinsi DIY

Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa setiap tahunnya di Jogjakarta selalu mengalami peningkatan jumlah kendaraan roda empat, terutama untuk kendaraan-kendaraan baru

### **1.1.2. Toyota sebagai Produsen kendaraan niaga kegemaran masyarakat**

PT Toyota Motor Cooperation (TMC) yang berkedudukan di Jepang yang merupakan salah satu produsen mobil terbesar dunia dengan merek Toyota juga tidak kalah berperannya dalam dunia otomotif di Indonesia. Pada bulan pertama tahun 2005 pertumbuhan yang paling pesat menurut Gaikindo diraih oleh PT. Astra Internasional Tbk dengan berhasil menjual 27.582 unit mobil atau lebih tinggi 61% dibandingkan pada bulan yang sama pada tahun 2004.<sup>3</sup> Peningkatan penjualan mobil ini disebabkan juga semenjak diberlakukannya bebas biaya impor untuk mobil mewah di Indonesia. Toyota memanfaatkan momentum ini dengan banyak mengekspor berbagai jenis CBU (Completely Built Up) dan target pangsa pasarnya golongan ekonomi menengah ke atas. Tetapi dengan banyaknya mengekspor mobil-mobil mewah tersebut Toyota tidak mengesampingkan pangsa pasar yang telah menjadi langganan. Toyota tetap menjual produk mobilnya untuk kalangan ekonomi menengah. Sebagai bukti pangsa pasar Toyota kelas menengah tetap diperhatikan dengan dikeluarkannya produk terbaru yaitu Avanza yang masih memakai banderol harga 90 jutaan yang tetap dicari para konsumen.

Hal ini tidak lepas dari fasilitas-fasilitasnya yang diberikan Toyota untuk memanjakan masyarakat sebagai konsumen. Beberapa faktor yang menjadikan Toyota diminati masyarakat luas antara lain:

1. Mempunyai banyak varian yang dispesifikasikan sesuai dengan bentuk dan ukuran yaitu sedan (Crown, Corolla, Corona, Starlet, Camry, Altis, Celica, Ist, Aristo), Station wagon (Kijang, Avanza, Innova, Alphard, Isis, Harrier, Prius), jeep (Rav 4, Land Cruiser) dan truk (Dyna)
2. Kemudahan akan perawatan
3. Kemudahan akan Sparepart
4. Harga relatif murah

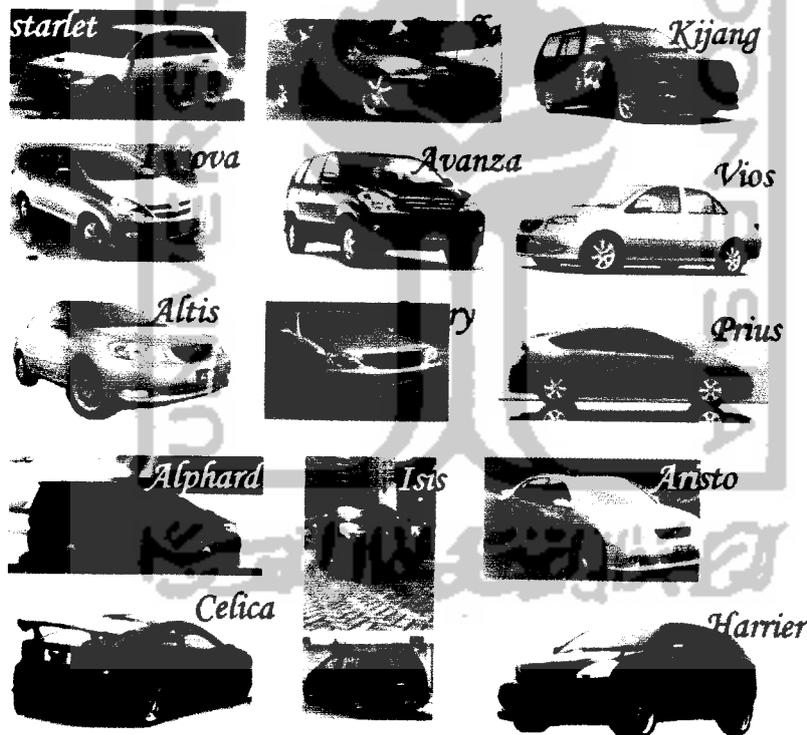
---

<sup>3</sup> Kedaulatan Rakyat Jumat Legi 18 Februari 2005 hal 12

5. Bentuk kendaraan sangat dinamis dan tidak ketinggalan jaman
6. Pangsa purna jual sangat baik
7. Kemewahan, kenyamanan dan keamanan pada varian-varian terbaru
8. Kemudahan mendapatkan bengkel-bengkel resmi di seluruh Indonesia termasuk di Jogjakarta

Untuk Jogjakarta sendiri sampai dengan bulan Januari 2005 hampir 40% kendaraan yang ada di dikuasai oleh Toyota, sedangkan prosentase sisanya merupakan jumlah campuran dari berbagai jenis dan merek mobil.

Sebagai bukti dengan banyaknya mobil berbagai macam tipe produksi Toyota dapat dilihat di perkantoran-perkantoran, kampus-kampus, pusat perbelanjaan atau tempat umum lainnya. Sebagian besar masyarakat Jogjakarta menggunakan Toyota terutama jenis station wagon sebagai kendaraan niaga multi guna. Daya angkut penumpang yang dapat melebihi daya angkut sedan ataupun jeep. Di bawah ini gambar jenis mobil Toyota



Beberapa Jenis Toyota tahun pembuatan 1993 – 2004  
**Gambar 1.1**

### 1.1.3. Kebutuhan yang menjadi Hoby

Peningkatan permintaan akan mobil yang sangat cepat tersebut membuktikan bahwa mobil telah menjadi satu kebutuhan yang penting bagi masyarakat. Dilihat dari segi kemampuan ekonomi maka peranan mobil sudah berubah dari kebutuhan sekunder menjadi suatu kebutuhan primer, nilai prestise dan kepuasan menjadikan alasan seseorang membutuhkan mobil. Perasaan untuk dikagumi serta pemenuhan hoby adalah alasannya.

Dari hoby ini akan menjadikan seseorang untuk lebih meningkatkan penampilan mobilnya baik itu eksterior ataupun interiornya agar dikagumi orang lain dan untuk kepuasan sendiri. Modifikasi adalah sebutan yang tepat untuk merubah penampilan. Modifikasi merupakan kreatifitas fungsional, meracik sesuatu yang baru dan beda tanpa harus menghilangkan fungsinya.<sup>4</sup>

Proses modifikasi ini memerlukan sarana berinteraksi yang kemudian membutuhkan suatu wadah untuk menampung segala bentuk aktifitas penyaluran hoby tersebut.

Bengkel atau *workshop* modifikasi sebagai wadah interaksi menempatkan perannya yang sangat penting, karena disini pemilik/*owner* mobil akan secara langsung berinteraksi/berhubungan dengan mekanik modifikasi untuk dapat melihat atau berkonsultasi hingga berkesimpulan untuk memodifikasi mobilnya menjadi seperti yang diinginkan.

### 1.1.4. Jogjakarta Sebagai Salah Satu Lokasi dan Ajang Modifikasi

Jogjakarta sebagai pusat pemerintahan, kota pelajar dan kota bisnis memiliki pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi. Sebagai indikator dengan banyaknya pendatang yang ingin mencari ilmu atau mencari penghasilan di kota ini sehingga dapat dilihat dengan semakin banyaknya kendaraan yang lalu-lalang di jalan. Untuk menghilangkan kejenuhan saat beraktivitas sehari-hari, maka sebagian dari masyarakat memilih untuk berkegiatan yang positif. Memodifikasi mobil adalah salah satu kegiatan positif yang dapat membawa kepuasan tersendiri. Antusiasme masyarakat Jogjakarta ini juga tinggi dalam memodifikasi kendaraan terutama mobil. Hal tersebut dapat kita lihat dari

---

<sup>4</sup>Autobiz 100% Modifikasi, Desember 2003 thn I, hal 40

banyaknya perkumpulan para modifikator di kota dengan sebutan "Kota Gudeg" ini. Sebut saja Option, Hyper Concept, Ketombe, Catrow, Big Indonesian, Plankton, Indonesian Starlet Club, dll. Banyaknya mobil-mobil yang dimodifikasi ini juga tidak lepas dari banyaknya kegiatan kontes modifikasi yang digelar oleh *event organiser* ataupun oleh para pemilik bengkel yang ingin memajukan usahanya dan untuk memajukan ataupun meningkatkan minat dari pemilik mobil untuk mempercantik kendaraannya. Beberapa kontes yang telah ada antara lain Indonesia Auto Contest 2003, yang diselenggarakan di seluruh kota-kota besar di Indonesia, Borneo Auto Show 2003, Indonesia Extreme Car Contest (IECC) 2004, kontes modifikasi di Monumen Jogja Kembali pada pertengahan tahun 2004, serta kontes-kontes lainnya yang diadakan di seluruh Indonesia dan khususnya di Jogjakarta. Dengan berkumpulnya beberapa modifikator pada kontes tersebut lebih mampu menjangkau masyarakat untuk datang yang kemudian berkeinginan untuk memodifikasi kendaraan mereka dan dapat menumbuhkan rasa untuk terus berinovasi.

#### **1.1.5. Bengkel modifikasi di Jogjakarta**

Selain dari banyaknya kontes modifikasi, alasan lain mengapa para modifikator dapat memuaskan hasrat seni modifikasinya yaitu juga dengan banyak terdapat bengkel modifikasi yang tersebar di penjuru kota Jogjakarta, dimana bengkel modifikasi sebagai fasilitas sarananya. Terdapat lebih dari 80 bengkel modifikasi yang terpisah-pisah baik itu bengkel besar maupun kecil. Dari semua bengkel modifikasi eksterior khususnya *body kit* tidak dalam satu tempat. Begitu juga dengan bengkel audio-visual, bengkel aksesoris, ataupun bengkel interior tidak dalam satu tempat. Sebagai contoh sebut saja *Saman Speed* di daerah jalan Godean yang khusus untuk modifikasi mesin dan suspensi; *Atlanta* di jalan Magelang untuk aksesoris, velg, ban dan pengecatan bodi; *Simoeh Car Leather* di jalan Monjali spesialis untuk jok; *Sigma* di daerah Condong Catur yang khusus melayani body kit dan pengecatan. Sebagai bukti dengan banyaknya konsumen yang masuk ke bengkel walaupun hanya sekedar pasang aksesoris ataupun untuk memodifikasi *full* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel I.2**  
Data mobil yang masuk ke bengkel \*

NO.	JENIS BENGKEL	NAMA BENGKEL	JUMLAH MOBIL
1.	Bengkel assesories dan pengecatan (termasuk audio)	Formula 1	10-20 /hari
		Auto 1	20-25 /hari
		Atlanta	20-25 /hari
		Rally	15-20 /hari
		Central	15-25 /hari
2.	Bengkel mesin dan suspensi	Saman speed	10-15 /hari
		Plankton	10-15 /hari
		Rapi	5-10 /hari
3.	Bengkel bodykit dan pengecatan	Sigma	25-30 / minggu
4.	Bengkel reparasi jok	Simoeh Car Leather	8-10 /hari
		Lotus	10-15 /hari
5.	Bengkel umum	Toyota	20-30 /hari

\*sumber langsung dari pengelola dengan mengambil beberapa sampel bengkel.

Dari semua bentuk bengkel modifikasi yang telah ada di Jogjakarta, sebagian besar masih berkesan lugu dan monoton (kotak berpola tunggal). Tidak memikirkan bentuk dari pencitraan sebuah bengkel modifikasi. Tata ruang dalam yang adapun terasa tidak nyaman untuk melakukan aktivitas serta berkesan hanya berorientasi kepada komersial belaka. Dengan pemahaman masyarakat tersebut sehingga ada kesan yang timbul dari masyarakat bahwa bangunan bengkel modifikasi mobil bukan sebagai tempat yang menyenangkan untuk dinikmati dan bukan bangunan yang diharapkan mencerminkan nilai arsitektural.

Menyadari hal tersebut masih sangat dimungkinkan untuk membuat sebuah bengkel modifikasi yang menangani masalah perbengkelan dan modifikasi mobil dari modifikasi ringan/standar sampai *full* modifikasi dengan memikirkan citra komersial sebagai bengkel modifikasi dengan difokuskan pada modifikasi mobil Toyota tanpa meninggalkan perancangannya secara arsitektural. Menghilangkan kesan tidak nyaman dengan melakukan perancangan sesuai dengan aktivitas pengguna.

## 1.2 Permasalahan

### 1.2.1. Permasalahan Umum

- Mewadahi segala jenis bengkel modifikasi yang tersebar di Jogjakarta dalam memudahkan konsumen. Terutama pemilik mobil Toyota untuk memperbaiki dan mencari sesuatu tentang modifikasi di bengkel Toyota.
- Menciptakan bangunan yang mencitrakan bangunan komersial dengan mengacu pada fungsi bangunan sebagai bengkel modifikasi Toyota

### 1.2.2. Permasalahan Khusus

- Bagaimana menciptakan bentuk bangunan yang mencirikan bangunan komersial sebuah bengkel modifikasi
- Bagaimana menciptakan bentuk bangunan dengan elemen-elemen material *hi-tech* yang sesuai untuk sebuah bengkel modifikasi Toyota.

## 1.3 Tujuan dan Sasaran

### 1.3.1 Tujuan

Untuk mendapatkan sebuah desain *workshop modification* yang memiliki nilai estetis dan nilai komersial yang tinggi, serta yang mampu menampung segala aktivitas modifikasi untuk Toyota agar dapat dikatakan sebagai bengkel yang efektif baik secara arsitektural ataupun komersial.

### 1.3.2 Sasaran

Sebagai jalan untuk mendapatkan desain sebuah bengkel modifikasi mobil dengan pelayanan “ *one stop shopping for modification* ” yang efektif serta penciptaan elemen komersial dengan menampilkan arsitektur pada citra bentuk bangunan dan penataan ruang dalam.

#### 1.4 Keaslian Penulisan

1. Tugas Akhir Arsitektur UII, **Showroom Otomotif di Yogyakarta**, Arinto Wibowo, 1997, Aspek teknologis sebagai pembentuk citra
2. Tugas Akhir Arsitektur UII, **Bengkel Pusat Modifikasi Mobil di Yogyakarta**, Purwo Widodo, 2001, Penekanan pada bentuk bangunan dan tata ruang proses pelayanan kepada konsumen
3. Skripsi Arsitektur UGM, **Pusat Informasi dan Promosi Industri Otomotif di Jogjakarta**, Harri Haryana, 2003, Penekanan pada penerapan aspek teknologi tinggi pada bangunan
4. Tugas Akhir Arsitektur UII, **Bengkel dan Pusat Modifikasi Mobil di Yogyakarta**, Riko Herianto, 2004, Penekanan pada pencitraan bangunan dan tata ruang dalam terhadap Proses Kegiatan Otomotif
5. Tugas Akhir Arsitektur UII, **Bengkel Modifikasi Mobil Toyota di Jogjakarta**, Eka Erdianto, 2005, Penekanan pada pencitraan bangunan dan tata ruang dalam menggunakan elemen teknologi tinggi

#### 1.5. Lingkupan Bahasan

Lingkup batasan yang mengulas tentang pembahasan yang berkaitan dengan tinjauan bangunan bengkel dan modifikasi terpadu untuk Toyota sebagai bangunan komersial dengan penonjolan citra bangunan yang nantinya akan terbentuk. Pencitraan bangunan meliputi tentang bentuk bangunan (*facade, image*) dan penataan ruang dalam yang meliputi sirkulasi beserta bentuk dan ukuran ruangnya. Hal ini didasarkan atas pertimbangan bahwa pembentuk citra akan mencerminkan kapasitas bangunan yang terwadahi, yang diuraikan atas:

1. Tinjauan bengkel modifikasi Toyota  
Ulasan mengenai pengertian, kegiatan yang diwadahi, dan aspek-aspek yang berpengaruh terhadap operasional showroom.
2. Persyaratan baku untuk bangunan bengkel modifikasi Toyota  
Jabaran mengenai persyaratan bengkel modifikasi secara arsitektural dan ekonomis.

3. Elemen-elemen pendukung komersial bangunan

Bahasan pola elemen bangunan yang akan ditonjolkan (hi-tech) dan digunakan sebagai penunjan komersial bangunan secara arsitektural.

4. Pewadahan atas kebutuhan dan permintaan dari produsen, konsumen dan arsitek sebagai *designer*

## 1.6 Metode Penulisan

### 1.6.1 Pencarian Data

Secara garis besar metode yang digunakan untuk memperoleh data didapatkan melalui beberapa proses sebagai berikut:

- Observasi Lapangan; Pengamatan langsung ke objek di lapangan yang terkait. Diamati fenomena kegiatan perbengkelan dimana didalamnya menyangkut tentang kegiatan showroom dan bengkel umum untuk Toyota serta bengkel modifikasi.
- Studi Literature; yakni mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan bengkel modifikasi, referensi pendukung, serta teori yang digunakan sebagai acuan awal untuk menganalisa dan mengkaji lebih lanjut, sehingga memunculkan alternatif-alternatif dalam proses perancangannya

### 1.6.2. Tahap Analisa

Merupakan tahap pengolahan data yang telah didapat dari pengamatan yang meliputi analisa ruang dan bangunan serta analisa tapak. Kemudian disusun baik dalam bentuk klasifikasi, tabel, sketsa gambar, maupun penjelasan.

- Analisa bentuk bangunan diambil melalui proses tipologi bentuk mobil Toyota dan metafora logo Toyota menggunakan elemen material teknologi tinggi (*Hi-Tech*).
- Analisa ruang dilakukan secara kualitatif pada pola hubungan antar ruang dengan mempertimbangkan aspek aktifitas yang diwadahi dalam bangunan tersebut.

- Analisa tapak menggunakan metode pembatasan deduktif, dimana permasalahan yang bersifat umum disimpulkan bergerak kearah permasalahan yang lebih khusus yaitu tapak.

### **1.6.3. Tahap Sintesa**

Dalam tahap ini akan dilakukan penyaringan data yang telah didapat dan kemudian memutuskan untuk mengambil beberapa hal saja yang nantinya benar-benar digunakan untuk pedoman selama dalam masa perancangan.

### **1.6.4. Tahap Perumusan Konsep**

Merupakan tahap pengambilan keputusan, dimanan batasan-batasan dan arahan perancangan diambil melalui berbagai pertimbangan dalam proses sebelumnya.

### **1.6.5. Tahap Perancangan**

Dalam tahap ini, seluruh data dan informasi mengenai kebutuhan akan ruang, analisa perilaku dan konsep perancangan mulai dituangkan kedalam serangkaian gambar teknis. Tahapan ini lebih dikonsentrasikan pada eksplorasi bentuk tata ruang dan tampilan bangunan saja sesuai dengan penekanan perancangan. Konsep perancangan sudah dianggap selesai pada tahap sebelumnya.

## **1.7. Sistematika Pembahasan**

### **BAGIAN SATU**

#### **PENDAHULUAN**

Menjelaskan mengenai, latar belakang, tujuan dan sasaran perancangan, lingkup pembahasan, metode penulisan, dan sistematika pembahasan.

#### **TINJAUAN BENGKEL MODIFIKASI MOBIL TOYOTA DI JOGJAKARTA**

Berisi tentang batasan dan pengertian judul perancangan, tinjauan umum mengenai bengkel modifikasi mobil Toyota di Jogjakarta dengan pengertiannya, dan tinjauan teori pencitraan bangunan dan tata ruang dalam dalam kaitannya dengan proses aktivitas bengkel modifikasi mobil Toyota

## **DATA DAN KASUS TENTANG BENGKEL MODIFIKASI MOBIL TOYOTA DI JOGJAKARTA**

Berisi tentang data-data ukuran ataupun tulisan dari literatur yang berhubungan dengan bengkel modifikasi mobil Toyota di Jogjakarta dan data-data pendukung dapat berupa studi kasus yang nantinya akan dijadikan pedoman atau sumber untuk melakukan perancangan.

## **PENDEKATAN PERANCANGAN BENGKEL MODIFIKASI MOBIL TOYOTA DI JOGJAKARTA**

Menjelaskan tentang hasil analisa aktifitas dan ruang-ruang yang dibutuhkan pengguna bengkel modifikasi mobil Toyota, serta menjelaskan mengenai hasil analisa "citra" bangunan dan unsur-unsur pembentuk tata ruang dalam yang akan diterapkan dalam konsep perancangan.

## **KONSEP PERANCANGAN**

Menjelaskan mengenai perancangan lokasi dan site, program ruang, serta penerapan konsep pencitraan bangunan dan konsep tata ruang dalam.

### **BAGIAN DUA**

#### **SKEMATIK DESAIN**

Menguraikan hasil dari konsep perancangan ke dalam desain skematik tentang bangunan yang akan didesain. Dalam penjelasannya akan lebih banyak menggunakan media gambar.

### **BAGIAN TIGA**

#### **PENGEMBANGAN DESAIN**

Disini akan memuat gambar-gambar kerja dan presentasi arsitektural yang dihasilkan dari tahap pengembangan desain

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisikan daftar literatur yang menjadikan sumber informasi penulis dalam masa perancangan

### **LAMPIRAN**

Data-data penjas yang digunakan dalam masa perancangan ditempatkan pada daftar lampiran ini.

### 1.8. Kerangka Pola Pikir

