

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

1.1.1. Peningkatan penjualan Sepeda Motor

Sesuai dengan kebijakan pemerintah bahwa akan mengadakan era pasar bebas pada tahun 2003 maka produk-produk dalam negeri akan bersaing dengan produk luar negeri. Pada saat ini produk luar negeri sudah ada yang memasuki Indonesia dengan cara bekerja sama dengan para pengusaha Indonesia contohnya adalah penjualan Sepeda motor. Salah satu sasaran kegiatan di sektor penjualan ini adalah usaha pemasaran bagi hasil-hasil produksi. Karena betapapun bagus kualitas dan besar kuantitas suatu produksi tetapi tanpa dukungan oleh pemasaran yang baik, semuanya akan sia-sia belaka.

Salah satu cara untuk menginformasikan suatu produk yang sekarang banyak dilakukan oleh pengusaha sebagai pihak produsen adalah melalui sarana pameran dan promosi. Dalam pameran dan promosi ini pihak produsen dan konsumen dapat berkomunikasi secara langsung, sehingga kegiatan semacam ini sangat menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Promosi juga akan mempengaruhi elastisitas permintaan produk, Maksudnya adalah membuat permintaan bersifat inelastik jika harga naik dan elastik jika harga turun. Dengan kata lain suatu perusahaan menginginkan *agar jumlah permintaan turun sedikit jika harga naik (permintaan inelastik). akan tetapi jika harga turun penjualan akan naik banyak (permintaan elastik).*¹

Perkembangan penjualan Sepeda Motor di Indonesia khususnya di Yogyakarta terjadi kenaikan yang sangat drastis. Hal ini dapat dilihat pada *tahun 1998 terjual sekitar 4754 unit, lalu tahun 1999 terjual sekitar 7426 unit.*² Walaupun saat itu kondisi dalam negeri masih mengalami krisis moneter, hal ini tidak mempengaruhi bagi penjualan. Sehingga para dealer merasa optimis jika pada akhir tahun 2000 nanti dapat menjual sekitar 12.500 unit.

Kondisi di atas dapat merangsang berbagai pihak produsen untuk bersaing dalam penjualan yang tidak sehat. Oleh karena itu diperlukan suatu cara untuk mengatasi masalah ini sehingga tidak akan terjadi persaingan penjualan yang tidak sehat dan harga penjualan akan tetap stabil artinya terjadi kenaikan atau penurunan harga.

¹ Stanton, W. Prinsip Pemasaran, edisi VII, hal.139.

1.1.2. Cara untuk memelihara peningkatan penjualan Sepeda Motor

Cara untuk mengatasi masalah tersebut adalah diperlukan suatu wadah untuk mewadahnya. Wadah ini berfungsi untuk mengadakan persaingan dalam peningkatan penjualan yang sehat sehingga tidak akan terjadi monopoli perdagangan pada salah satu merk. Oleh karena itu wadah ini tidak hanya digunakan pada salah satu merk saja tetapi sekaligus untuk menyatukan berbagai macam merk kedalam satu ruangan, dan juga nanti diharapkan dapat memberikan segala informasi tentang Sepeda Motor dari cara perawatan, pemeliharaan dan lain-lain.

Dalam peningkatan minat beli konsumen dan memelihara peningkatan penjualan diperlukan suatu cara, agar penjualan tidak menurun. Misalnya pengiklanan atau promosi. Promosi ini dapat berupa *media cetak, media elektronik, media pameran atau bentuk media yang lain.*³ Analisa yang di dapat, media yang cocok untuk pusat showroom ini adalah media pameran. Sifat dan cara penyampaian pada media ini, menggunakan metode pertunjukkan. Sehingga nanti konsumen yang mengunjungi showroom ini akan menyampaikan kepada konsumen yang lain tentang adanya pameran digedung ini.

Untuk dapat berfungsi sebagai promosi maka showroom tersebut harus atraktif dan rekreatif. Pengertian atraktif adalah bersifat mempunyai *daya tarik, bersifat menyenangkan.*⁴ Suasana ruang yang atraktif ditunjukkan dengan adanya bentuk atau penampilan ruang. Keputusan mengenai bentuk berkaitan dengan skala, proporsi, irama, texture dan warna. Semua ini dapat mengubah suasana ruang menjadi berkesan dinamis, bebas dan lain sebagainya. Oleh karena itu ruang yang terdapat di bangunan ini perlu ditata agar berkesan atraktif dengan cara pengolahan bentuk dan penampilannya. Sedangkan pengertian rekreatif adalah *bersifat menghibur dan meyegarkan.*⁵ Suasana ruang yang rekreatif yaitu suatu karakter ruang yang mempunyai atau mencerminkan kebebasan, kedinamisan dan tidak monoton dalam ruang gerak. Sehingga karakter ruang pameran yang rekreatif diharapkan bisa memberikan kesegaran/hiburan, agar pengunjung tidak merasa bosan karena adanya keleluasaan bergerak dan tidak monoton bentuk serta susunannya. Maka dari itu untuk mendukung keberadaan Pusat Showroom Sepeda Motor ini, perlu suatu penataan ruang pameran yang dapat memberi kesan ruang rekreatif.

Segala sesuatu dalam rancangan bangunan harus terjadi dari kegunaannya. Kegunaan-kegunaan terhadap suatu bangunan akan didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan dasar dan utama. *Mulai dari kegunaan tiap ruang dan semua yang lain mengikuti. Apapun diperbolehkan*

² Sumber PT.ASTRA INTERNATIONAL 1999

³ Phillip Kotler, Marketing, jilid 2 1988.

⁴ Kamus Bahasa Indonesia, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan

⁵ Ibid.

mulai dari kegunaan.⁶ Hal ini menunjukkan bahwa fungsi sangat berperan dalam pembentukan ruang, dimana ruang yang dibentuk disesuaikan dengan karakter kegiatan yang diwadahi. Permasalahan yang dihadapi di Yogyakarta dalam hal ini adalah belum adanya wadah yang benar-benar mampu mewadahi kegiatan transaksi penjualan Sepeda Motor dalam berbagai merk kedalam suatu ruang yang atraktif dan rekreatif. Oleh karena itu untuk memecahkan masalah ini dimulai dengan pemecahan masalah program ruang yang akan berisi kegiatan-kegiatan yang akan diwadahi. Disamping itu sebagai gedung yang mewadahi beberapa fungsi kegiatan, maka perlu diupayakan pengolahan tata ruang yang mampu mengantisipasi setiap kegiatan.

Lokasi merupakan faktor yang teramat penting pada Pusat Showroom ini. Artinya lokasi merupakan kunci persaingan atau termasuk alat dalam strategi pemasaran suatu produk. Banyak faktor yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi. Yang terpenting dari faktor-faktor ini adalah *pola sikap dan perilaku dari klien sasaran*.⁷ Pada contoh kasus yang ada di Yogyakarta menyebutkan suatu pusat dealer merk terkenal terletak di pinggir kota, tepatnya di Jalan Magelang. Jumlah pengunjung yang mengunjungi dealer ini lebih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah pengunjung yang mengunjungi dealer yang terletak di tengah kota (pusat kota). Biasanya pengunjung lebih menyukai berada di seputar pertokoan dan lebih suka memasuki pusat perbelanjaan yang letaknya mudah dijangkau. Artinya jika dilihat dari segi pencapaiannya mudah dengan menggunakan kendaraan umum atau kendaraan pribadi.

Jika ditinjau dari site, pengolahan belum secara maksimal. Berbicara tentang arsitektur, pengolahan site dapat menarik minat konsumen. Misalnya dengan membuat kontur yang sedemikian rupa. Tinggi rendah pada bagian tertentu sehingga akan menimbulkan perbedaan dalam hal fungsi, aktifitas dan segi pemakai. Hal tersebut dapat dijadikan simbol atau lambang sehingga pelaku kegiatan bisa menafsirkan fungsi dari ruang itu sendiri. Tetapi seandainya kontur masih datar, belum bisa dikatakan site tersebut bersifat atraktif. Lebih baik lagi jika pengolahan site mengarah kearah dekonstruktif ini akan bisa lebih atraktif. Keuntungan pengaturan kontur juga dapat mengurangi kebisingan kendaran untuk ruang-ruang tertentu.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Umum

Bagaimanakah merancang Pusat Showroom Sepeda Motor di Yogyakarta yang atraktif dan rekreatif sehingga dapat menarik konsumen.

⁶ A. Benjamin Handler, Pendekatan Sistem Kepada Arsitektur. Penerbit Itermatra, hal.8.

⁷ Phillip Kotler, Paul N.Bloom, Teknik dan Strategi Memasarkan Jasa Profesional.

1.2.2. Khusus

1. Program ruang dan komposisi ruang apakah yang dapat mewujudkan Pusat Showroom Sepeda Motor di Yogyakarta yang atraktif dan rekreatif.
2. Dimanakah lokasi yang atraktif untuk menunjang keberadaan bangunan ini

1.3. Tujuan dan sasaran

1.3.1. Tujuan

Menentukan konsep perencanaan dan perancangan program ruang, komposisi ruang, organisasi ruang dan kegiatan yang bersifat menyegarkan atau menghibur konsumen yang mendukung fungsi dari ruang tersebut.

1.3.2. Sasaran

1. Menyusun program ruang yang berkaitan dengan ruang atraktif dan rekreatif.
2. Menyusun komposisi ruang yang menyatukan berbagai macam fungsi.
3. Menentukan lokasi dan site

1.4. Keaslian penulisan

Untuk saat ini belum ada judul dan bentuk permasalahan yang sama.

1.5. Pengertian judul

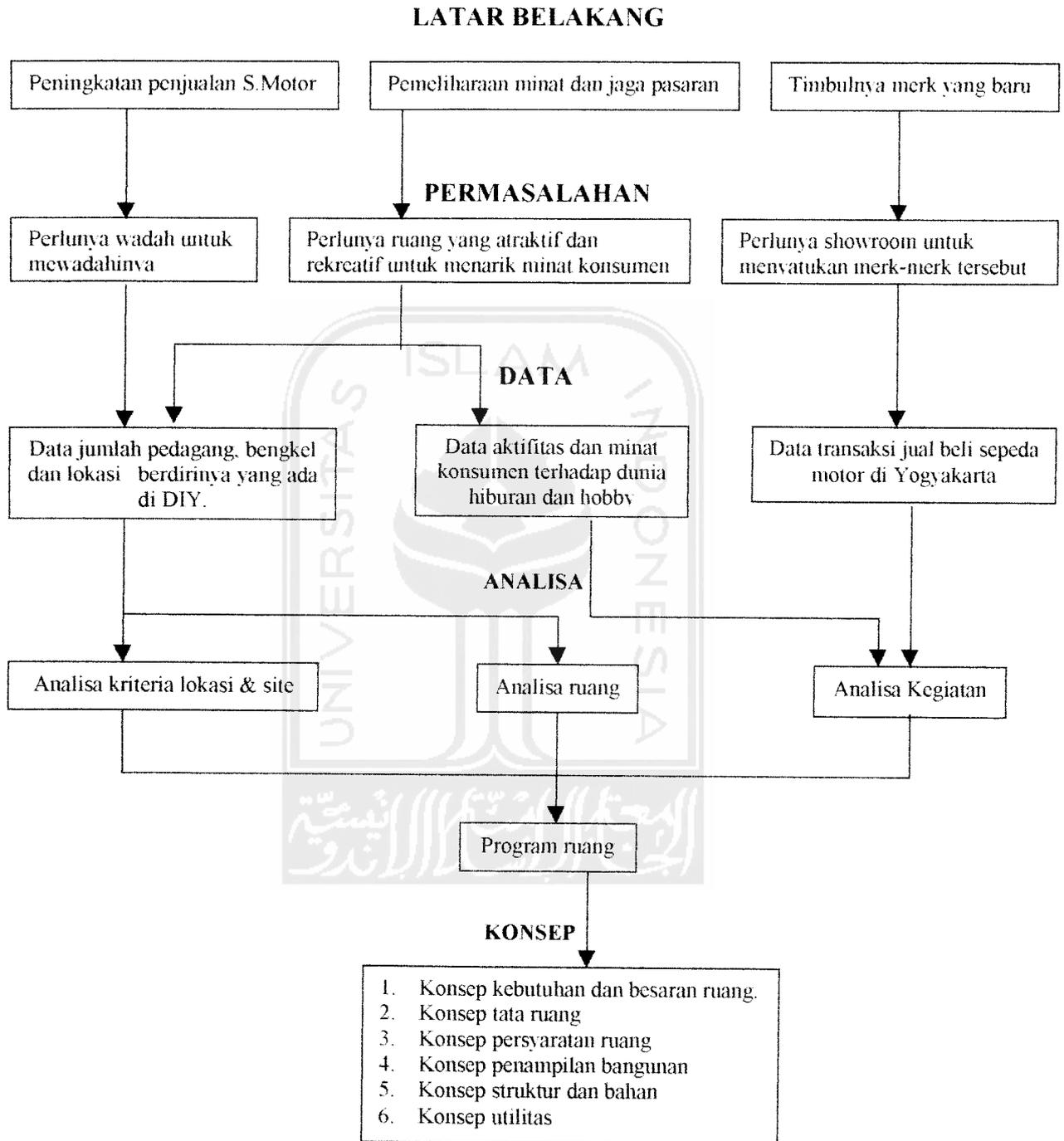
“PUSAT SHOWROOM SEPEDA MOTOR” artinya pusat penjualan sepeda motor dari berbagai merk yang ada di Yogyakarta.

1.6. Lingkup batasan

Dalam lingkup batasan ini yang menyangkut pembahasan yang berkaitan dengan perkara yang akan diselesaikan yaitu penyusunan organisasi ruang yang ada. Sedangkan aspek-aspek sudut pandang tentang atraktif dan rekreatif akan ditinjau dari penilaian konsumen, contohnya dari macam kegiatan yang menghibur konsumen seperti adanya ruang untuk penjualan aksesoris sepeda motor sekaligus ruang tempat pemasangan atau mereparasi. Aspek atraktif akan ditinjau dari kegiatan dan lokasinya. Kemudian yang akan ditampung berdasarkan dari segi penjual, dengan ukuran 25% jumlah pedagang dan 10% jumlah bengkel sepeda motor yang ada di Yogyakarta, Sedangkan dari segi konsumen yang akan menjadi sasaran ditinjau dari segi usia dan perekonomian, segi usia diperkirakan berumur 15 tahun ke atas. Dalam segi perekonomian

dari kelas menengah ke atas. Hal-hal yang diluar dari cakupan di atas dijadikan sarana penunjang untuk melengkapinya

1.7. Metode pemecahan masalah



Gambar 1.1. Pola pikir

1.8.Sistematika pembahasan

Untuk lebih terperinci tulisan ini diperlukan adanya tahapan penulisan yang sistematis, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang pengertian judul, latar belakang, permasalahan, tujuan sasaran, lingkup pembahasan, pemecahan masalah dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN UMUM MENGENAI PERMASALAHAN DAN DATA

Berisi tentang pencarian analisis kriteria aktifitas untuk menemukan program ruang dan pencarian analisis kriteria lokasi ditinjau dari fasilitas, pergerakan, kegiatan komersial yang ada di Yogyakarta untuk menemukan lokasi maupun site.

BAB III ANALISIS PERMASALAHAN

Menentukan ruang atraktif, rekreatif dan menemukan lokasi yang tepat.

BAB IV KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Konsep dasar perencanaan dan perancangan gedung pusat penjualan sepeda motor untuk mengacu dan ditransformasikan kedalam desain bangunan

