

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Perkembangan Otomotif Toyota

Perkembangan dunia otomotif PT.Toyota Astra dari tahun ke tahun semakin meningkat tajam. Perkembangan ini dapat dilihat dari grafik penjualan produksi dan pembangunan showroom-showroom baru di seluruh Indonesia. Berdasarkan data dari ANTARA, penjualan Toyota sepanjang tahun 2008 membukukan hasil yang sangat luar biasa. Mereka tak cuma berhasil mempertahankan sebagai *market leader* di Indonesia, tetapi juga mencatat sejarah dengan total penjualan sebanyak 212.150 unit selama 2008. Jumlah itu merupakan rekor tertinggi Toyota selama ini. Pencapaian pada tahun 2008 merupakan hasil terbaik Toyota. Hebatnya, di masing-masing kelas, mulai dari kategori sedan, kelas MPV, SUV hingga kendaraan komersial, penjualan mengalami peningkatan tajam dibandingkan pada tahun 2007. Padahal, dalam dua bulan terakhir kondisi pasar otomotif sempat diguncang krisis ekonomi global.

Di kelas Low MPV, Toyota Avanza mencatatkan kenaikan yang luar biasa dengan angka penjualan sebesar 9.574 unit yang merupakan angka penjualan terbesar sepanjang sejarah Avanza sejak dikeluarkan oleh PT Toyota-Astra Motor. Angka penjualan Avanza tersebut meningkat 33,9% dibandingkan bulan Oktober tahun 2008, sedangkan bila dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya meningkat sebesar 73,5%. Kijang Innova pun berhasil mencatatkan kenaikan penjualan dengan angka penjualan sebesar 4.133 unit atau naik 92,3% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.

Sedangkan kendaraan anak muda yang *groovy*, Toyota Yaris juga berhasil mencatatkan kenaikan penjualan dengan angka penjualan sebesar 1.410 unit atau meningkat 26,1% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Hasil ini membuktikan Toyota Yaris semakin diminati oleh para konsumennya. Di kelas sedan, Vios dan Camry tetap menjadi market leader di kelasnya masing-masing. Penjualan Vios pada bulan November ini berhasil mencatatkan angka penjualan sebesar 970 unit. Untuk periode Januari-Oktober 2008, Vios menjadi market leader di kelas mini sedan dengan menguasai 58,6% pangsa pasar. Sedangkan Camry berhasil mencatatkan

penjualan sebesar 208 unit dan tetap menjadi market leader di kelasnya dengan pangsa pasar sebesar 56,4% selama periode bulan Januari-Oktober 2008. Toyota Corolla Altis yang baru saja meraih Best Medium Sedan Indonesian Car of The Year 2008 oleh Majalah MobilMotor, berhasil mencatatkan kenaikan penjualan dengan angka penjualan sebesar 141 unit atau meningkat 53,3% dibandingkan bulan yang sama periode tahun sebelumnya.

Di kelas 4x2 SUV, Toyota Fortuner berhasil mencatatkan penjualan sebesar 839 unit atau meningkat 92,9% dibandingkan bulan sebelumnya (Oktober 2008). Sedangkan di kelas 4x4 SUV, Fortuner juga berhasil mencatatkan kenaikan penjualan dengan total penjualan sebesar 49 unit atau meningkat 40% dibandingkan bulan Oktober 2008. Untuk kelas kendaraan komersial, yaitu Toyota Hilux dan Dyna, total penjualan sepanjang tahun 2008 sebanyak 19.923 unit, meningkat 119,6 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Hasil ini juga merupakan pencapaian yang sangat signifikan, di mana tiap tahun produk kendaraan komersial Toyota semakin diminati sebagai mitra dagang yang mendukung bisnis para pengusaha di Indonesia.

Berdasarkan data diatas, Indonesia masuk lima sampai enam besar dalam penjualan mobil Toyota di seluruh dunia, yang menjadikan Indonesia sebagai basis produksi penting dan diperhitungkan oleh Toyota Motor Corporation (TMC) selaku prinsipal (pemegang merek). Penjualan mobil Toyota mencapai di atas sembilan juta unit, yang menjadikan Indonesia sebagai negara yang memiliki potensi besar sebagai pasar maupun basis industri kendaraan. Dengan fakta diatas, Indonesia akan memainkan peranan yang penting baik dalam pasar maupun pengembangan industri otomotif Toyota di kawasan Asia Tenggara, di samping Thailand. Selama ini, penjualan mobil Toyota yang masuk lima besar di dunia adalah Amerika Serikat (AS), Jepang, China, Thailand, dan Australia. Namun seiring dengan memburuknya perekonomian dunia, penjualan mobil mengalami penurunan di berbagai negara tersebut.



Toyota Avanza



Toyota Vios



Toyota Innova



Toyota Fortuner



Toyota Rush



Toyota Alphard



INTERIOR DISPLAY MOBIL MODIFIKASI PADA
SHOWROOM TOYOTA AUTO 2000 SUKUN MALANG
Oleh : Yoka Krisma Wijaya Nim: 0410650066

Dosen Pembimbing :
• Ir Triandi Laksmiwati
• Herry Santosa, ST. MT.

Gambar. 1.1. Beberapa produk mobil
Toyota
Sumber : www.mobilku.com

1.1.2 Perkembangan Mobil Modifikasi di Indonesia

Perkembangan dunia modifikasi mobil Indonesia dari tahun ke tahun semakin mengalami perkembangan yang pesat. Trend modifikasi saat ini sudah menjamur bagi sebagian kalangan yang sebagian besar merupakan anak muda yang memiliki keinginan untuk tampil beda dan lain dari biasanya. Menurut beberapa pelaku modifikasi yang disebut sebagai modifikator, modifikasi memiliki banyak pengertian. Salah satu pengertian modifikasi menurut pelaku modifikasi tersebut adalah "modifikasi merupakan wujud angan dan ide yang dibarengi penguasaan kreativitas" (www.pikiranrakyat.com). Modifikasi kendaraan dilakukan dengan berbagai macam tujuan. Esensi sebuah modifikasi adalah agar tampil berbeda dan layak menjadi perhatian serta mendapat pengakuan atau dipuji orang lain (www.ototrend.com). Hal yang penting dari modifikasi adalah tujuan dan fungsinya. Tujuan modifikasi yang baik adalah meningkatkan kinerja dan tampilan kendaraan sehingga lebih aman, nyaman, cepat, dan lebih bergaya (<http://detic.honda.or.id>).

Terdapat beberapa macam aliran dan trend dalam dunia modifikasi mobil diantaranya Japs Style yang cenderung mempunyai beberapa gaya seperti street look, touring ala JGTC-JDM (Japanese Grand Touring Car Championship-Japan Domestic Market), Drift Style, American Style (biasanya beraliran resto custom, hot rod, Californian Look dll), European Style (bergaya elegan dan berkelas) serta Australian Style (Lebih pada tampilan extreme yang biasanya dipadukan dengan unsur drag, street dan fashion).

Perkembangan mobil modifikasi yang ada di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang tajam, hal ini didukung dengan banyaknya even atau kegiatan modifikasi berskala nasional maupun internasional, salah satu diantaranya adalah event ABT(Auto Black Through) yang sudah berskala internasional yang digelar rutin setiap tahunnya. Selain itu perkembangan komunitas-komunitas otomotif diberbagai kota di Indonesia juga semakin banyak seperti dijelaskan diatas. Acara-acara otomotif di berbagai stasiun TV nasional juga turut mendukung perkembangan dunia otomotif khususnya modifikasi mobil yang semakin berkembang.



INTERIOR DISPLAY MOBIL MODIFIKASI PADA SHOWROOM
TOYOTA AUTO 2000 SUKUN MALANG

Oleh : Yoka Krisma Wijaya Nim: 0410650066

Dosen Pembimbing :

- Ir Triandi Laksmiwati
- Herry Santosa. ST. MT.

Gambar. 1.2 Beberapa mobil Modifikasi pada event ABT

Sumber : www.jogjajac.com

1.1.3 Gagasan/ Ide

Perkembangan otomotif Indonesia yang pesat juga mempengaruhi perkembangan modifikasi mobil di kota Malang. Kota Malang saat ini sudah mulai berubah mendekati kota metropolis dengan begitu banyak perubahan dinamika masyarakat di dalamnya. Perkembangan dunia modifikasi yang cepat di Kota Malang mendapat respons yang cukup positif dari masyarakat terutama para kawula muda karena modifikasi mobil saat ini bukan saja sekedar hobby melainkan sudah mempengaruhi prestise dari seseorang. Modifikasi mobil dapat membantu seseorang untuk tampil beda sesuai dengan keinginan dan ide yang ingin dihadirkan

Sementara itu, dari pesatnya perkembangan otomotif ini berdampak kepada mulai bermunculannya showroom mobil ATPM maupun tempat-tempat modifikasi mobil disekitar wilayah kota Malang. Perkembangan otomotif Indonesia dilihat dari penjualan kendaraan yang ada memang menunjukkan bahwa penjualan kendaraan merek Toyota menguasai pasar otomotif Indonesia. Kendaraan merek Toyota saat ini memang digemari selain memiliki produk-produk unggulan juga memiliki harga penjualannya yang sesuai dengan kualitasnya. Dengan banyaknya pemakai atau pengguna kendaraan merek Toyota ini menuntut kebutuhan dibidang otomotif yang juga beragam. Salah satu tuntutan kebutuhan otomotif tersebut adalah dalam hal kebutuhan modifikasi mobil. Modifikasi mobil dapat membuat kendaraan –kendaraan Toyota yang sudah lama/tua masa pemakaiannya dapat tampil lebih menarik sehingga pemanfaatannya dapat lebih terawat lagi.

Untuk dikota Malang sendiri masih belum terdapat adanya showroom khusus mobil modifikasi yang menampilkan/memamerkan mobil-mobil modifikasi dan kebanyakan yang ada hanyalah rumah-rumah modifikasi mobil yang menawarkan berbagai kebutuhan modifikasi. Oleh sebab itulah kekurangan diatas coba dipenuhi oleh Toyota dengan menghadirkan sebuah konsep baru sebagai pengembangan dari Toyota sendiri dalam pelayanan terhadap masyarakat akan dunia modifikasi dengan menambahkan sebuah fungsi modifikasi yang terdiri dari display mobil modifikasi dan aksesoris modifikasi khusus bagi mobil merek Toyota, dimana nantinya diharapkan dapat memberikan inspirasi kepada masyarakat dan juga meningkatkan perkembangan dunia modifikasi di kota Malang. Selain itu juga untuk mengurangi kejenuhan dari fungsi showroom Toyota yang sudah ada dengan memasukkan fungsi baru tersebut.

Sebagai kota terbesar kedua di Jawa Timur, Malang merupakan salah satu kota yang dapat menarik minat banyak orang untuk datang dan beraktifitas. Aktifitas yang padat tersebut membutuhkan mobilitas dan pergerakan yang tinggi dari para pelakunya. Terlebih lagi bagi para kawula muda yang memiliki jiwa muda tentunya banyak melakukan aktifitas yang membutuhkan mobilitas yang tinggi. Hal inilah yang mendasari memunculkan sebuah konsep sporty dimana memiliki karakter dengan mobilitas/pergerakan yang tinggi dan dinamis. Konsep ini juga sesuai dengan slogan dari Toyota yaitu moving forward yang berarti pergerakan yang maju kedepan. Sporty sendiri merupakan salah satu gaya modifikasi yang paling banyak diterapkan pada mobil-mobil modifikasi di Indonesia, dimana konsep ini pertama kali berasal dari negara Jepang. Konsep sporty menurut beberapa modifikator memang sesuai dengan karakter dan sifat orang Indonesia yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi. Oleh sebab itulah Toyota mencoba menghadirkan konsep sporty tersebut yang merupakan salah satu konsep pengembangan dalam pelayanan showroom Toyota yang sesuai dengan dunia modifikasi mobil.

Konsep baru terhadap pengembangan fungsi modifikasi dalam Toyota juga menuntut adanya penataan interiornya karena pengembangan fungsi tersebut berbeda dengan fungsi Toyota yang sudah ada sebelumnya. Terlebih lagi fungsi modifikasi mobil tersebut memamerkan mobil-mobil modifikasi dan juga aksesoris modifikasi yang beragam bentuknya sehingga perlu penataan pada displaynya. Hal ini dikarenakan interior display merupakan sebuah ruang pameran, ruang pajang, dan sarana promosi yang bertujuan untuk memamerkan barang dan produk unggulan dari sebuah showroom

Display ini sendiri juga dapat mempengaruhi keinginan pengunjung dalam menentukan pilihan terhadap sebuah barang. Oleh sebab itu, mengingat peranan dari interior display ini yang cukup penting, diperlukan sebuah perancangan atau penataan yang diharapkan dapat menarik pengunjung untuk datang karena interior display sendiri bisa dijadikan sebuah simbol atau citra dari keseluruhan bangunan. Perancangan atau penataan interior display ini dapat dilakukan dengan penerapan unsur-unsur dan prinsip-prinsip dasar perancangan interior. Dalam perancangan ini difokuskan terhadap pengolahan atau penataan dari interior displaynya.

Menanggapi kenyataan yang dijelaskan diatas, maka melahirkan sebuah gagasan atau ide bagaimana menghadirkan sebuah interior display bagi mobil-mobil

modifikasi Toyota yang berkonsep sporty sebagai bagian dalam menghadapi perkembangan jaman yang semakin modern dan juga kebutuhan yang beragam terutama kebutuhan modifikasi mobil. Menurut Bpk. Agung Djoko selaku Manager PT Toyota AUTO 2000 Sukun Malang, rencana pengembangan tersebut saat ini masih dalam proses pematangan dan dapat diterapkan sebagai salah satu konsep pelayanan baru Toyota terhadap masyarakat selain 3S, yaitu sales, service dan spare part sehingga pengguna atau konsumen dari merek Toyota akan lebih puas terhadap keberadaan Toyota yang memiliki fungsi baru tersebut yaitu fungsi modifikasi. Dengan mengambil konsep sporty pada perancangan interior display showroom mobil modifikasi Toyota di Malang ini, maka bangunan showroom Toyota Sukun ini dapat menjadi pilihan dalam menghadirkan fungsi baru tersebut.

Berdasarkan pengembangan tersebut nantinya, maka dapat dipastikan terdapat pergeseran fungsi dalam interiornya karena menyesuaikan dengan penggunaan tema yang ada. Eksisting interior pada lantai 1 yang terdiri dari beberapa ruang nantinya dipindah pada area lain karena digunakan sebagai fungsi baru yaitu area display mobil. Pengembangan fungsi baru tersebut tentunya akan menimbulkan masalah pada eksisting interior Toyota Auto 2000 Sukun. Selain masalah pergeseran fungsi tersebut, masalah lain yang mungkin timbul adalah penerapan tema yang akan digunakan nantinya akan membuat beberapa perubahan pada elemen-elemen interiornya

Studi kasus yang diambil dalam skripsi Interior Display Showroom Mobil Modifikasi di Malang ini adalah showroom Toyota Auto 2000 di Jalan S.Supriadi 35 Sukun Malang. Showroom ini dibangun pada tahun 2005. Dilihat dari fasade bangunan, bangunan ini memiliki ciri khas sebuah bangunan showroom yang memiliki struktur yang kuat dengan penggunaan bahan-bahan finishing modern. Sebagian besar bangunan menggunakan penutup kaca dengan bukaan yang lebar dimana para pengunjung dapat melihat isi atau display showroom dari arah luar. Penggunaan warna merah pada salah satu stuktur bangunan ini memperkuat kesan sporty dalam interior bangunan. Pemakaian warna silver pada sebagian besar bangunan menunjukkan bahwa bangunan ini bergaya modern dengan penggunaan material bangunannya. Fasade dan tampilan luar bangunan sangat mempengaruhi dari perancangan atau penataan sebuah interiornya. Hal ini agar terjadi sebuah keselarasan dalam keseluruhan bangunan.

Interior dari bangunan showroom ini secara umum berkesan formal dan sporty. Tetapi pada interiornya unsur sporty masih kurang menonjol sehingga yang berkesan dominan adalah kesan formal. Hal ini antara lain dapat dilihat dari susunan perabot, penggunaan warna pada dinding dan plafond yang menggunakan warna putih polos serta tidak adanya permainan pada lantai showroom. Dari beberapa hal tersebut secara garis besar kurang sesuai dengan konsep sporty yang ingin dihadirkan pada interior ruangan ini sehingga unsur sporty yang sudah ada tetapi kurang menonjol pada ruang harus dirancang dan lebih ditonjolkan dimana ciri dari konsep sporty lebih banyak menghadirkan kesan informal dan dinamis pada ruangan.



INTERIOR DISPLAY MOBIL MODIFIKASI PADA SHOWROOM
TOYOTA AUTO 2000 SUKUN MALANG

Oleh : Yoka Krisma Wijaya Nim: 0410650066

Dosen Pembimbing :

- Ir Triandi Laksmiwati
- Herry Santosa. ST. MT.

Gambar.1.3. Tampak Depan Bangunan Showroom Toyota AUTO 2000 Sukun Malang

Sumber : Dokumen Pribadi 2008

1.2 Identifikasi Masalah

Dari pembahasan di atas maka dapat disimpulkan beberapa permasalahan yang ada, yaitu :

1. Dikota Malang belum terdapat adanya showroom khusus mobil modifikasi yang menampilkan/memamerkan mobil-mobil modifikasi dan kebanyakan yang ada hanyalah rumah-rumah modifikasi mobil yang menawarkan berbagai kebutuhan modifikasi.
2. Penataan interior display showroom mobil terkadang masih kurang terlalu diperhatikan sebagai salah satu bagian dalam interior showroom.
3. Pengembangan fungsi baru modifikasi pada Showroom Toyota Auto 2000 tersebut akan membuat pergeseran fungsi dan perubahan pada elemen-elemen interiornya yang disesuaikan dengan penggunaan tema yang ada.
4. Belum adanya fungsi modifikasi pada PT Toyota, padahal minat modifikasi dari para penggemar mobil Toyota khususnya dikota Malang cukup besar.
5. Interior display showroom mobil pada Toyota AUTO 2000 Malang masih belum menyesuaikan dengan kebutuhan modifikasi mobil.

1.3 Batasan Masalah

Agar memiliki cakupan yang cukup jelas maka permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini dibatasi pada pengolahan interior ruang display showroom. Perancangan dilakukan pada ruang dalam dengan penekanan terhadap tata display serta penerapan unsur dan prinsip perancangan interior.

1. Memasukkan tema sporty dalam perancangan interior display pada sebuah showroom mobil modifikasi Toyota.
2. Merancang interior ruang display showroom mobil modifikasi Toyota melalui penataan objek pameran, alur sirkulasi maupun penataan elemen interior bangunan yang berkesan sporty dengan memperhatikan unsur-unsur dan prinsip-prinsip dasar perancangan interior yang tepat.
3. Perancangan hanya dilakukan pada bagian interior ruang pameran, tanpa merubah bentuk eksterior/fasade dari bangunan Showroom Toyota AUTO 2000 Sukun Malang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam skripsi ini adalah:

Bagaimana merancang interior ruang display showroom mobil modifikasi Toyota dengan tema sporty?

1.5 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini terhadap rumusan masalah di atas adalah:

Merancang interior ruang display showroom mobil modifikasi Toyota dengan tema sporty.

1.6 Manfaat

Penulisan skripsi ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi semua kalangan yaitu:

1. Bagi Akademis

Sebagai pengembangan keilmuan dalam desain interior pada sebuah ruang display showroom mobil modifikasi Toyota di Malang yang dapat memberikan pengetahuan tentang sebuah konsep yang ingin dihadirkan.

2. Bagi Penggemar Otomotif

Diharapkan dengan adanya studi ini, dapat memberikan sebuah pilihan akan showroom mobil modifikasi Toyota di Kota Malang dengan mengedepankan penataan interior displaynya sehingga memberikan pengalaman dan suasana baru serta menghindarkan dari sebuah kejenuhan.

3. Bagi Masyarakat Umum

Sebagai pengetahuan dalam dunia arsitektur bahwa penerapan elemen interior pada perancangan interior display sebuah showroom mobil itu penting dan perlu diperhatikan dengan baik.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada skripsi ini mengacu pada lingkup pembahasan yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang permasalahan yang mendasari dilakukannya penerapan tema sporty pada desain interior display showroom mobil modifikasi di Malang. Dari latar belakang permasalahan maka dilakukan pengidentifikasian masalah dan batasan pada permasalahan yang akan dikaji, menentukan rumusan masalah, tujuan dari penelitian dan kegunaan apa yang ingin dicapai dari studi tersebut serta pemaparan sistematika pembahasan yang dilakukan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan teori-teori yang digunakan sebagai acuan dalam mengevaluasi kesesuaian antara teori interior dengan penerapan yang ada dilapangan yaitu pada showroom mobil serta keterkaitan teori-teori tersebut terhadap penerapan tema sporty pada interior showtoom mobil modifikasi.

3. BAB III METODE KAJIAN

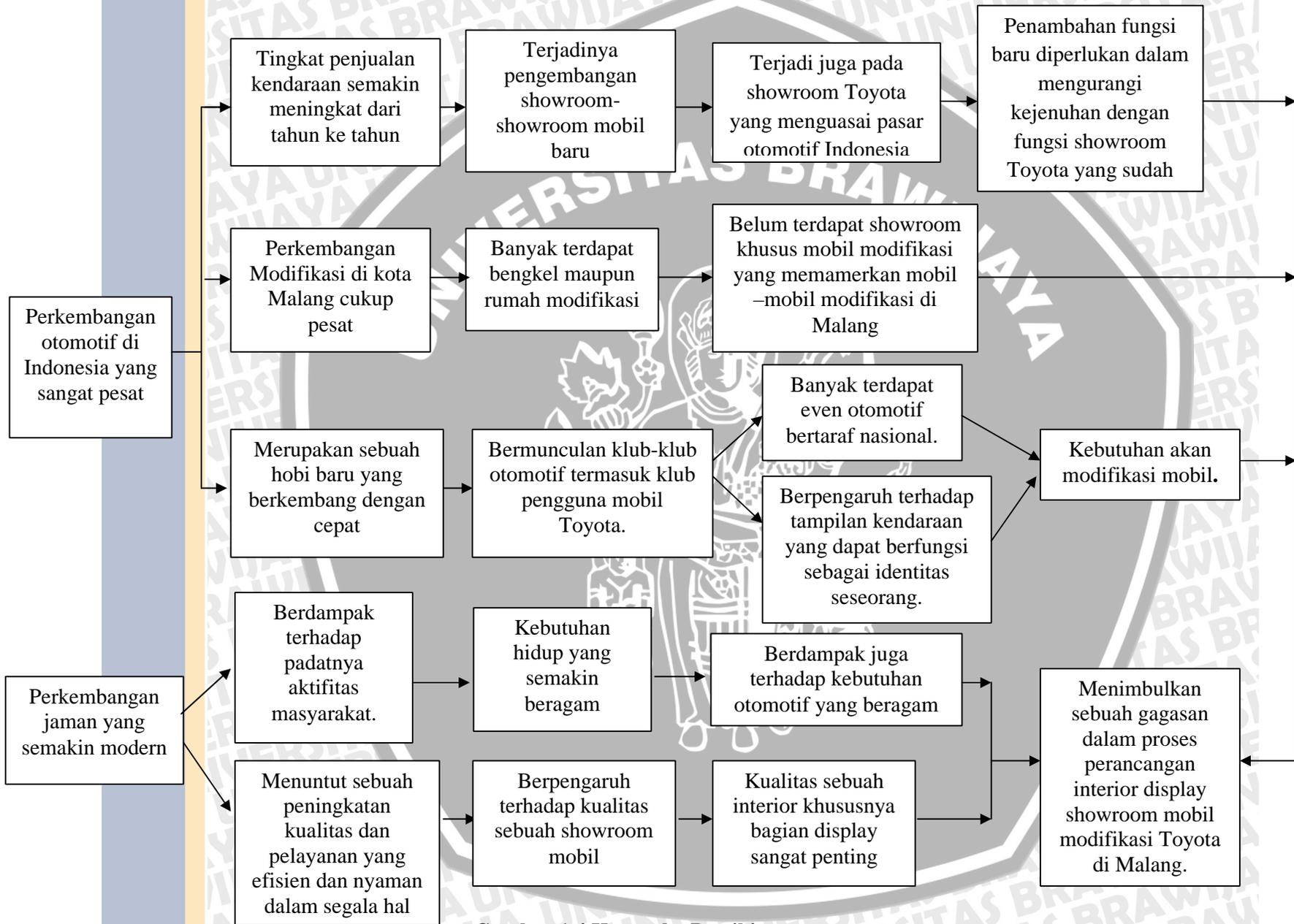
Bab ini menjelaskan metode-metode yang akan digunakan didalam penelitian, yaitu meliputi metode kajian, lokasi objek studi kasus, objek studi kasus, metode pengumpulan data primer dan sekunder, alat yang digunakan dalam pengumpulan data, metode menganalisa dan sintesa serta metode desain yang akan digunakan dalam perancangan.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dari data yang diperoleh di lapangan berupa data mengenai eksisting bangunan Showroom Toyota AUTO 2000 Sukun Malang dan penggunaan elemen-elemen interior pada ruang display mobil. Pada bab ini juga terdapat tahap analisa kemudian sintesa/konsep dan pembahasan terhadap hasil desain pada sebuah interior display yang sesuai dengan tema yang telah ditentukan dengan memperhatikan elemen-elemen interior maupun perabot yang digunakannya.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi uraian jawaban dari rumusan masalah dan berisi saran untuk perancangan selanjutnya.



Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran