



Perancangan Pusat Penjualan Mobil Di Kota Makassar

Merdi Paputungan^{#a}[#]Kantor Pemerintah Kab. Bolaang Mongondow Selatan, Indonesia^amerdipaputungan@gmail.com**Abstrak**

Artikel ini berisi perancangan pusat penjualan mobil di Makassar yang meliputi perancangan makro dan perancangan mikro. Tujuan perancangan ini adalah menciptakan atmosfir bangunan yang dapat menunjang kegiatan antara produsen dan konsumen khususnya pada penjualan mobil di Kota Makassar. Hasil perancangan tertuang dalam bentuk fisik bangunan yang mengakomodir aspek arsitektural, aspek teknis, kinerja dan utilitas bangunan.

Kata kunci: pusat penjualan mobil, perancangan makro, perancangan mikro

1. Pendahuluan

Berdasarkan data pemerintah pada tahun 2004 jumlah penduduk di Makassar mencapai angka 1.173.107 jiwa, Dan tiap tahunnya mengalami peningkatan rata-rata 1,4 %. Diantara berbagai aktifitas, perekonomian memperlihatkan perkembangan yang pesat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya ekonomi menengah ke atas adalah aktifitas di bidang bisnis otomotif khususnya kendaraan beroda empat. Kendaraan roda empat adalah sarana angkutan paling efektif, oleh karena itu masyarakat semakin banyak membutuhkan mobil untuk memperlancar dan menunjang segala kegiatan yang dilakukan sehari-hari misalnya untuk keperluan dinas instansi Pemerintah maupun instansi swasta, angkutan umum dan pemakaian pribadi oleh masyarakat luas. Berdasarkan data yang di peroleh dari kantor samsat wilayah Makassar jumlah kendaraan tahun 2002 yaitu 68.769 unit, tahun 2003 yaitu 78.769 unit, tahun 2004 yaitu 86.896 unit, tahun 2005 yaitu 90.789 unit, tahun 2006 yaitu 99.888 unit. Dari data tersebut memperlihatkan bahwa setiap tahunnya pertumbuhan mobil di Makassar mengalami peningkatan sekitar 0,09 %. Berdasarkan data tersebut, dilihat bahwa animo masyarakat untuk memiliki kendaraan roda empat masih sangat besar. Maka dari itu di pandang perlu untuk membangun suatu wadah sebagai tempat penjualan mobil dan suku cadang yang memiliki pengelolaan teratur, efektif dan efisien dengan segala fasilitas yang lengkap. Sehubungan dengan hal tersebut Pusat Penjualan Mobil di Makassar sangat di perlukan untuk mempermudah kebutuhan masyarakat.

Tabel 1. Pertumbuhan Jumlah Kendaraan di Makassar untuk Periode Tahun 2002-2006

Tahun	Mobil Penumpang	Mobil Pribadi	Mobil Muatan	Jumlah
2002	30.002	22.168	7.599	68.769
2003	45.988	23.133	9.264	78.385
2004	51.361	24.262	11.183	86.896
2005	53.450	25.019	12.320	90.709
2006	58.838	27.018	11.034	99.888

Sumber : Kantor Samsat Wilayah Makassar

Tabel 2. Pertumbuhan Jumlah Kendaraan Per Merek di Makassar untuk Periode Tahun 2002-2006

Merek Kendaraan	2002	2003	2004	2005	2006	Jumlah
Toyota	1.265	2.570	2.853	2.179	3.169	13.036
Mitsubishi	1.165	1.370	1.581	8.34	9.47	5.879
Susuki	2.037	2.276	2.465	1.286	1.860	9.924
Honda	1.308	1.565	1.728	1.728	747	6.473
Izuzu	1.536	1.670	1.720	1.720	486	6.277

Sumber : Kantor Samsat Wilayah Makassar

Berdasarkan tabel di atas, untuk memprediksikan besarnya jumlah penjualan kendaraan roda empat 10 tahun yang akan datang yaitu sampai dengan tahun 2016 menggunakan persamaan:

$$P_n = P_o (1+a)^n$$

P_n = Prediksi jumlah penjualan mobil dan n tahun yang direncanakan

P_o = Jumlah penjualan mobil pada tahun yang di ketahui

N = Selisih tahun

A = Presentasi rata-rata pertambahan penjualan pertahun prediksi penjualan pada tahun 2016 adalah :

$$P_n : P_o (1+a)^n$$

$$P_{2016} : P_{2006} (1+a)^{10}$$

$$: 99.888 (1,09)^{10}$$

$$: 236.471 \text{ Unit}$$

Jadi prediksi jumlah penjualan hingga tahun 2016 adalah 236,471 unit.

1.1 Tujuan Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai dari perancangan Pusat Penjualan Mobil ini yaitu :

1. Untuk menciptakan kegiatan bisnis antara produsen dan konsumen, Pusat Penjualan Mobil bertindak sebagai wadah penghubung antara produsen yang mempromosikan produknya kepada konsumen.
2. Untuk memamerkan dan memperkenalkan produk-produk dari kendaraan roda empat.

1.2. Faktor Perancangan

1. Faktor penentu perancangan
 - a. Topografi
 - b. Geografi
 - c. Kondisi Lingkungan
 - d. Faktor Sosial
 - e. Aktifitas
 - f. Standar dan norma arsitektur
2. Konsep Perancangan
 - a. Konsep Perancangan
 - 1) Konsep pemilihan Lokasi
 - 2) Konsep pemilihan Site
 - 3) Konsep Pengolahan Site
 - 4) Konsep bentuk dan penampilan bangunan
 - 5) Konsep system struktur
 - 6) Konsep material ruang luar dan ruang dalam
 - 7) Konsep system Utilitas
 - 8) Konsep pengkondisian ruang
 - 9) Konsep dasar desain interior
 - b. Perancangan Fisik
 - 1) Blok Plan
 - 2) Site Plan
 - 3) Denah
 - 4) Tampak

- 5) Potongan
- 6) Detail
- 7) Perspektif interior
- 8) Perspektif exterior
- 9) Maket

2. Metode dan Lingkup Pembahasan

1. Metode Pembahasan

Dalam penulisan ini metode yang digunakan adalah metode deksriptif yaitu dengan mencari/mengidentifikasi factor-faktor yang dapat mengarahkan konsep dasar perencanaan dan perancangan Pusat Penjualan Mobil dan tinjauan terhadap nilai arsitektural.

2. Lingkup Pembahasan

Lingkup pembahasan dari acuan perencanaan dan perancangan ini dibatasi sesuai dengan judul “ Pusat Penjualan Mobil di Makassar”

Penekanan Pada Desain Interior:

- a. Pembahasan umumnya mengacu pada disiplin ilmu Arsitektur dan dapat juga dari disiplin ilmu lain yang memungkinkan untuk dibahas dan diidentifikasi sejauh mana dapat menjadi pengaruh yang mendukung judul diukur dari kuantitas datanya.
- b. Lingkup pembahasan mengarah pada perencanaan fasilitas untuk melayani kebutuhan pemakai dan pengunjung dengan berpedoman pada kaidah-kaidah Arsitektur serta standar yang berlaku.

2.1 Analisa Pendekatan Arsitektur

2.1.1 Perancangan Makro

1. Lokasi

Dengan mengacu pada dasar pertimbangan dalam Analisa pendekatan site maka Lokasi yang terpilih untuk pusat Penjualan mobil di kota Makassar berada pada kecamatan Tamalate yang termasuk dalam BWK F (sebagai wilayah perdagangan, rekreasi dan pemukiman).

2. Site

Setelah menganalisa beberapa site yang berada di kecamatan Tamalate, maka site yang tepat untuk sebuah Pusat Penjualan Mobil di kota Makassar, yaitu berada di kelurahan tidung. Dimana lokasinya memiliki kelebihan antara lain :

- a. Sesuai dengan pola tata guna lahan
- b. Luasan site yang mendukung
- c. Dilalui oleh jalur transportasi umum
- d. Arah pandang yang baik
- e. Pencapaian relative dekat dari fasilitas penunjang seperti pemukiman dan perkantoran

3. Pengolahan Site/tapak

a. Penzoningan site

1) Area terbuka

Mencakup area parkir sirkulasi kendaraan serta open space.

2) Area Tertutup

Mencakup ruang pameran, bagian suku cadang dan aksesories, bagian administrasi, serta sarana penunjang.

b. Orientasi terhadap angin

Perletakan bangunan diletakkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan pemanfaatan pengaliran udara dalam bangunan dengan mempertimbangkan datangnya arah angin.

c. Arah Pandang (View)

Perletakan bangunan pada areal site diusahakan dapat terlihat dari luar site, agar identitas bangunan dapat diketahui sebagai Pusat Penjualan Mobil.

d. Tingkat Kebisingan (Noise)

- Tingkat kebisingan dari luar dan dalam site dapat diredam dengan penataan landscape. Penataan landscape disesuaikan dengan tingkat kebisingan yang ada pada areal site.
- e. Pencapaian/sirkulasi

Ada 2 jenis sirkulasi yang dalam site Pusat Penjualan Mobil di kota Makassar yaitu :

 - 1) Sirkulasi Manusia

Sirkulasi manusia dari jalan utama yang merupakan transportasi kota dibedakan pencapaian dengan sirkulasi kendaraan kedalam bangunan.
 - 2) Sirkulasi Kendaraan

Jalur sirkulasi kendaraan dalam site hanya satu arah saja,terbagi atas jalur pengunjung yang menggunakan kendaraan pribadi dan jalur pengunjung yang menggunakan taxi.Hanya terdapat satu pintu masuk dan satu pintu keluar.
 - f. Penataan ruang luar
 - 1) Soft Material

Soft material merupakan material tanaman yang digunakan berdasarkan fungsi dan penempatannya.

 - a) Pada area parkir menggunakan tanaman pelindung berupa pohon.
 - b) Tanaman pengarah,yaitu pohon palm
 - c) Tanamn penutup tanah (ground cover) berupa rumput pekingdan tanaman perambat
 - d) Tanaman yang digunakan sebagai estetika adalah tanaman yang menghasilkan bunga.
 - 2) Hard Material
 - a) Lampu taman dan lampu jalan yang digunakan adalah lampu protosel yang secara otomatis menyala jika suasana mendung.
 - b) Paving blok digunakan pada pendestrian.

2.1.2 Perancangan Mikro

1. Program Ruang

Dalam menentukan program ruang yang baik maka ada beberapa factor yang harus dipertimbangkan yaitu :

 - a. Aktivitas dalam dan luar bangunan
 - b. Jenis ruang
 - c. Besaran ruang
 - d. Sifat ruang
 - e. Pola sirkulasi
 - f. Organisasi ruang
2. Besaran Ruang

Yang mendasari penentuan besaran ruang adalah :

 - a. Jumlah pelaku kegiatan
 - b. Jenis kegiatan berdasarkan kegiatan
 - c. Studi gerak
 - d. Studi perabot serta fasilitas yang digunakan

Besaran ruang yang terjadi pada perencanaan Pusat Penjualan Mobil ini adalah :

 - a. Lantai satu (Ground Floor)

1) Hall/Lobby	= 70,48	m ²
2) Ruang Pamer	= 1258,98	m ²
3) Counter sales	= 34,84	m ²
4) Ruang Pemasaran	= 36,68	m ²
5) Ruang Kepala Bagian	= 18,89	m ²
6) Counter Aksesoris	= 49,50	m ²
7) Counter Suku Cadang	= 49,50	m ²
8) Stall Pemasangan Aksesoris	= 81,60	m ²
9) Ruang Ganti	= 11,73	m ²

10) Gudang Mobil	= 652,72	m ²
11) Gudang Aksesoris	= 50,96	m ²
12) Gudang Suku Cadang	= 50,96	m ²
13) Ruang Tunggu	= 27,39	m ²
14) Ruang Genset	= 16,57	m ²
15) Ruang Pompa	= 8,07	m ²
16) Ruang Panel Listrik	= 3,17	m ²
17) Km/Wc	= 14,10	m ²
18) Sirkulasi	= 481,46	m ²
Total	= 2858,62	m²
b. Lantai Dua		
1) Counter Sales	= 26,79	m ²
2) Ruang Pamer	= 979,49	m ²
3) Cafeteria	= 40,10	m ²
4) Manajer Keuangan	= 20,39	m ²
5) Manajer Oprastional	= 20,39	m ²
6) Humas	= 31,22	m ²
7) Ruang Staff	= 55,44	m ²
8) Ruang Makan	= 23,95	m ²
9) Pantry	= 5,75	m ²
10) Km/Wc	= 20,02	m ²
11) Gudang Mobil	= 822,91	m ²
12) Sirkulasi	= 350,79	m ²
Total	= 2397,24	m²
c. Lantai Tiga		
1) Counter Sales	= 26,79	m ²
2) Ruang Pamer	= 1102,2	m ²
3) Ruang Direktur	= 22,72	m ²
4) Ruang Wakil Direktur	= 22,93	m ²
5) Ruang Sekertaris	= 19,26	m ²
6) Ruang Rapat	= 46,4	m ²
7) Gudang	= 8,13	m ²
8) Km/Wc	= 15,5	m ²
9) Gudang Mobil	= 837,69	m ²
10) Sirkulasi	= 255,04	m ²
Total	= 2397,24	m²
Rekapitulasi		
Lantai Satu	= 2858,62	m ²
Lantai Dua	= 2397,24	m ²
Lantai Tiga	= 2397,24	m ²
Total Luas Lantai	= 7653,1	m ²
Luas lantai dalam acuan perancangan	= 7408	m ²
Terjadi penambahan luas lantai :		
=	$\frac{7653,1 \text{ m}^2 - 7408 \text{ m}^2}{7653,1 \text{ m}^2}$	
=	$\frac{245,1}{7653,1}$	
=	0,03 X 100 %	
=	3,2 %	

Penambahan luas lantai di pengaruhi oleh modul struktur serta bentuk dan tampilan bangunan. Berdasarkan dari hasil perancangan maka dapat diketahui perbandingan luasan antara building converage dan open space.

Perbandingan luasan 40 % : 60 %

$$\begin{aligned}
 40 \% &= 2858,62 \text{ m}^2 \\
 60 \% &= 60 / 40 \times 2858,62 \text{ m}^2 \\
 &= 4287,93 \text{ m}^2
 \end{aligned}$$

Jadi luasan area keseluruhan (site) adalah :

$$\begin{aligned}
 &= \text{Luasan bangunan} + (\text{Open space (OS)} + \text{Luasan Parkir}) \\
 &= 40 \% + 60 \% \\
 &= 2858,62 \text{ m}^2 + (4287,93 \text{ m}^2 + 682,4 \text{ m}^2) \\
 &= 7828,63 \text{ m}^2 \\
 &= 0,78 \text{ hektar}
 \end{aligned}$$

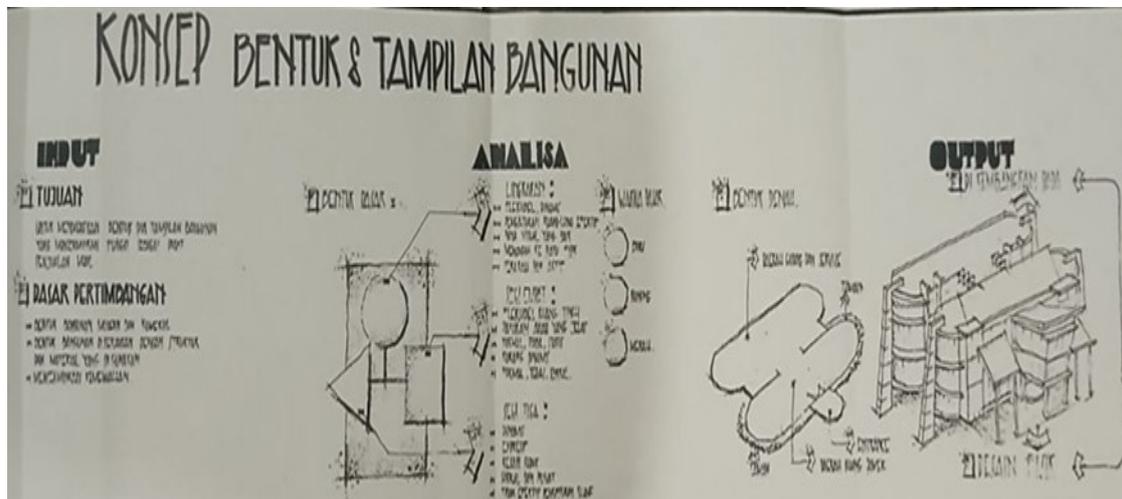
3. Aspek Arsitektural

a. Bentuk Bangunan

Bentuk dasar bangunan dari Pusat Penjualan Mobil adalah dengan menggabungkan 3 (Tiga) elemen bentuk yaitu segi empat, segi tiga dan lingkaran.

b. Tampilan Bangunan

Tampilan bangunan pada Pusat Penjualan Mobil harus mencerminkan sebuah bangunan komersil yang modern.



Gambar 1. Konsep Bentuk dan Tampilan Bangunan

4. Spesifikasi Fisik Bangunan

a. Struktur bangunan

1) Sub struktur

Struktur utama memakai pondasi tiang pancang, dimana pada kolom utama menggunakan 4 tiang pancang dengan diameter 60 cm.

2) Super struktur

Terdiri dari kolom-kolom beton yang saling mengikat satu sama lain dengan jarak bentangan 720 cm. Kolom utama berbentuk lurus.

3) Upper struktur

Pada perancangan Pusat Penjualan Mobil ini adalah struktur rangka baja dan plat beton

5. Aspek Teknis

1) Sistem Struktur

a) Sub Struktur

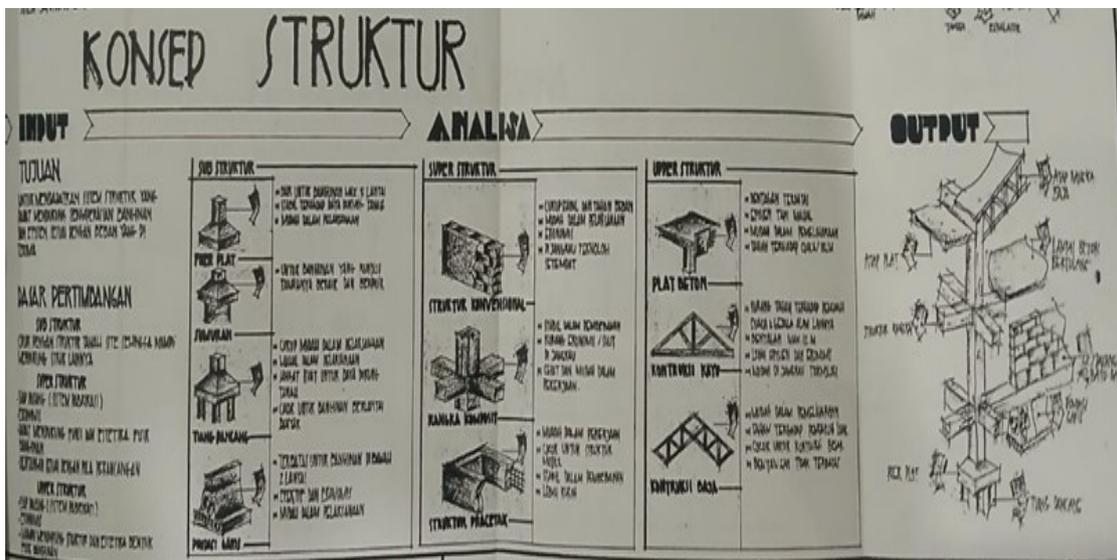
Sub struktur yang digunakan adalah : Pondasi Tiang pancang pada kolom-kolom utama.

b) Super struktur

Super struktur yang digunakan berupa struktur rangka beton bertulang, diantaranya :

(1) Kolom beton bertulang dengan bentuk persegi dan yang ukurannya

- disesuaikan dengan modul yang berkelipatan 7,2 m.
- (2) Balok beton bertulang dengan bentuk persegi yang ukurannya disesuaikan dengan bentangnya dan mampu menyalurkan beban.
- c) Up struktur
- Up struktur yang digunakan pada bangunan Pasar Festival berfungsi sebagai penutup bangunan pada bagian atas dengan material yang ada serta disesuaikan dengan penampilan bangunan. Untuk memenuhi system struktur penutup yang sesuai dengan fungsi dan bentuk bangunan perlu diperhatikan pertimbangan – pertimbangan sebagai berikut :
- (1) Mewujudkan penampilan fisik bangunan dan persyaratan bangunan yang diinginkan
 - (2) Memiliki kestabilan dan kekuatan sambungan dengan struktur vertical
 - (3) Efektif dan efisien dalam pelaksanaan
 - (4) Memenuhi bentangan struktur yang relative cukup besar
 - (5) Fleksibel dalam bentuk bangunan
 - (6) Material yang efektif dan tahan terhadap pengaruh cuaca



Gambar 2. Konsep Struktur

- 2) Material bangunan

Berdasarkan beberapa alternatif diatas maka material yang akan digunakan pada Pusat Penjualan Mobil ini adalah :

 - a) Batu dan kaca sebagai material dinding utama
 - b) Gypsum sebagai dinding pelengkap
 - c) Logam (aluminium) sebagai material untuk kusen
 - d) Kayu sebagai material untuk pelengkap
 - e) Karpet sebagai material pelengkap
6. Aspek Kinerja
 - a. Sistem jaringan Listrik

Sistem jaringan Listrik yang bersumber dari PLN sebagai sumber tenaga penggerak peralatan dan genset sebagai tenaga Cadangan. Dalam hal ini jaringan elektrikal masih dipegang oleh PLN sebagai sumber utama.
 - b. Sistem jaringan air bersih dan air kotor

Sistem jaringan air bersih diperoleh dari :

 - 1) Sumber air PAM yang langsung dialirkan kedalam bangunan.
 - 2) Sumber air tanah (deep well) yang dipompa dan ditampung dalam bak penampungan/tangka air yangselanjutnya didistribusikan ke masing-masing ruang yang membutuhkan.

Sistem jaringan air kotor

- 1) Air buangan ditampung dalam bak-bak control dengan menggunakan saringan/filter bagi air kotor yang mengandung lemak yang kemudian disalurkan ke saluran drainase atau sumur peresapan.
- 2) Buangan kotoran dari WC ditampung dalam septictank yang kemudian disalurkan ke sumur peresapan.
- 3) Pembuangan air cucian diteruskan melalui riol kota.

7. Pengkondisian Ruang

a. Sistem Pencahayaan

Sistem pencahayaan yang digunakan pada Pusat Penjualan Mobil ini ada 2 yaitu :

- 1) Pencahayaan Alami
Pencahayaan alami digunakan sedapat mungkin pada siang hari terutama pada ruang pameran. Pencahayaan didapatkan dari penggunaan dinding kaca transparan dan bukan jendela.
- 2) Pencahayaan buatan
Pencahayaan buatan yang digunakan pada bangunan Pusat Penjualan Mobil untuk malam hari ditujukan untuk ruang – ruang tertutup pada siang hari yang sangat memerlukan pencahayaan buatan.

b. Sistem penghawaan

Sistem penghawaan yang digunakan pada bangunan Pusat Penjualan Mobil ini adalah sebagai berikut:

- 1) Penghawaan Alami
Merupakan sistem pengkoordinasian ruang dengan memanfaatkan orientasi arah angin tanpa mengganggu aktifitas didalam bangunan.
- 2) Penghawaan Buatan
Penghawaan buatan yang akan digunakan pada ruangan yang membutuhkan dalam bangunan Pusat Penjualan Mobil ini adalah AC split.

8. Tata Ruang Dalam

a. Dinding

- 1) Dinding paling luar menggunakan batu bata dan ada juga Sebagian menggunakan dinding kaca transparan.
- 2) Dinding penyekat antar ruang dalam bangunan menggunakan gypsum dengan pertimbangan mudah kerjakan.

b. Lantai

- 1) Secara keseluruhan lantai menggunakan lantai keramik tetapi pada ruang pameran dilapisi dengan karpet dan ditata sedemikian rupa.
- 2) Pada stall pemasangan aksesoris lantai menggunakan lantai keramik kasar.

c. Plafon

Secara keseluruhan plafon menggunakan plafon dari gypsum. dan di beberapa ruangan di tata sedemikian rupa sehingga bernilai estetika terutama pada ruang pameran.

9. Sistem Penangkal Petir

System penangkal petir yang digunakan adalah system sangkar faraday yang di pasang pada puncak ketinggian bangunan.

10. Sistem Pemadam Kebakaran

a. Pencegahan aktif kebakaran

Berikut ini merupakan alat penanggulangan kebakaran yang akan digunakan pada Pusat Penjualan Mobil, dimana penempatannya nanti akan disesuaikan dengan fungsi ruangan.

- 1) Fire alarm
- 2) Fire hydrant
- 3) Sprinkler

b. Pencegahan pasif kebakaran

Pintu keluar memiliki persyaratan lebar minimum 90 m dan membuka kearah luar dan

digunakan juga tangga.

11. Sistem Pembuangan Sampah

Pengangkutan sampah yang akan dibuang dilakukan dengan

- a) Pengangkutan dari tempat atau keranjang sampah ke bak penampungan sampah induk.
- b) Selanjutnya dari tempat penampungan sampah induk yang dibedakan menurut jenisnya, diangkut keluar bangunan dengan dinas kebersihan kota.

12. Sistem Telekomunikasi

Sistem komunikasi yang akan digunakan didalam sebuah Pusat Penjualan Mobil adalah :

a. Komunikasi keluar bangunan

Sistem komunikasi yang digunakan adalah :

- 1) Telepon system sambungan atau PABK, hubungan keluar tanpa operator
- 2) Faximili untuk menyampaikan data secara tertulis keluar bangunan

b. Komunikasi dalam bangunan

Sistem komunikasi yang digunakan adalah : PMBX, mirip PABX melalui operator dalam bangunan dengan pesawat telepon antar unit-unit kegiatan.

13. Sirkulasi Vertikal

Sirkulasi vertical pada bangunan menggunakan tangga dan escalator.

Referensi

- Ernest Neufert, 1995, Data Arsitek Jilid Kedua, Erlangga, Jakarta
Ernest Neufert, 1997, Data Arsitek, Jilid I, edisi 33, Erlangga, Jakarta
Ernest Neufert, 1999, Data Arsitek, Jilid II, Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta
John ME & Hasan S, 1992, Kamus Lengkap Inggris Indonesia-Indonesia Inggris PT. Gramedia, Jakarta
Poerbo Hartono, 1998, Utilitas Bangunan, Djembatan, Jakarta
Doelle L Leslie, 1993, Akustik Lingkungan, Erlangga, Jakarta
Taufik Affandi, 2002, Tesis, Pusat Perdagangan Otomotif, Umi, Makassar
Arismunandar Wiranto, Motor Bakar, Jakarta
Arismunandar Wiranto, 1998, Pedoman untuk mencari sumber kerusakan, Merawat dan menjalankan kendaraan bermotor, Jakarta