



BAB I



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Batasan Pengertian judul:

1.1.1. Judul

Yogyakarta : Merupakan kota yang menyanggah predikat sebagai kota budaya dan pendidikan yang berkembang menjadi kota pariwisata dan bisnis.

Phone : Merupakan alat Yang berteknologi dalam sarana berkomunikasi secara dua arah

Market : Merupakan aktifitas yang berkaitan dengan fungsinya dalam memberikan informasi maupun promosi yang berkaitan dengan pemasaran

Centre : Merupakan sentral dari aktifitas tempat bersama para pelaku dibidang Phone dalam memasarkan dan mempromosikan sarana teknologi komunikasi kepada masyarakat umum.

1.1.2. Penekanan

Pengembangan Ex-Bank B H S Menjadi Yogyakarta Phone Market Centre

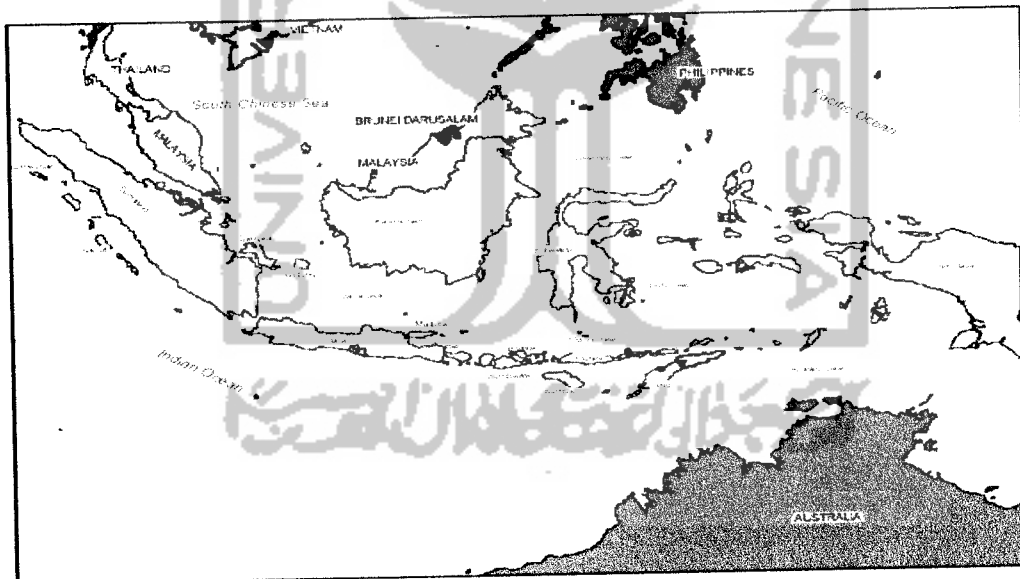
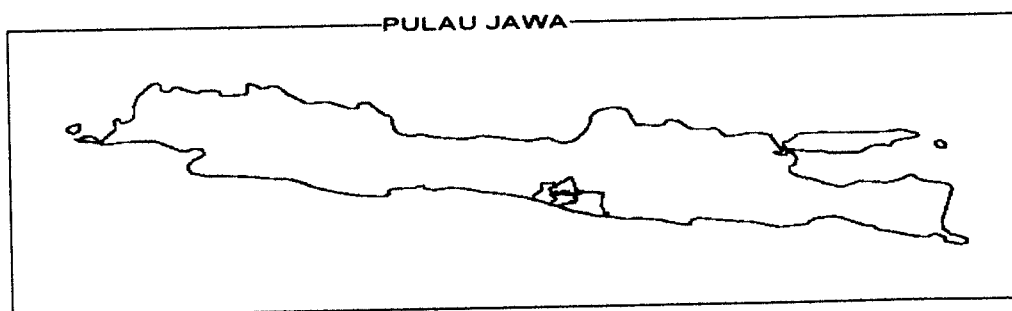
1.2. Latar Belakang

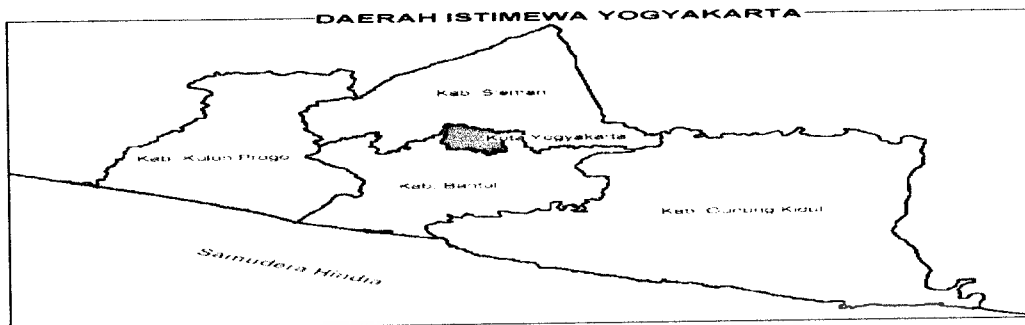
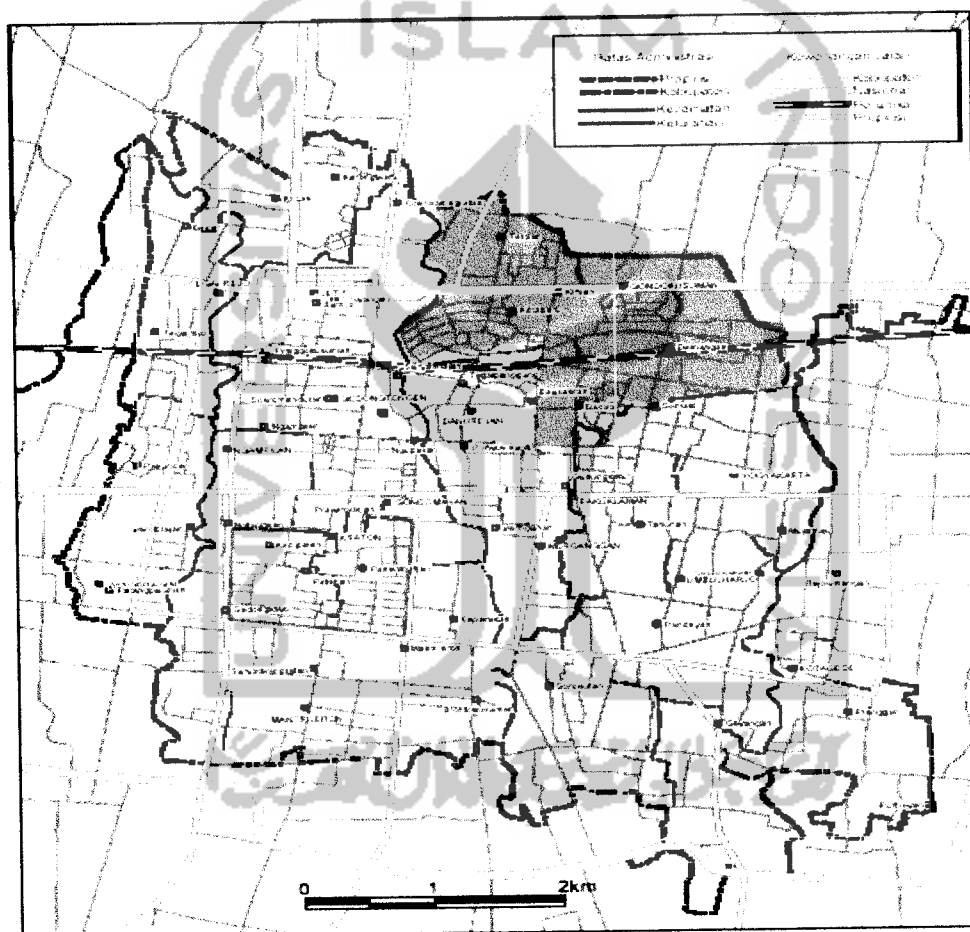
1.2.1 Latar Belakang Kota Yogyakarta

Kota Yogyakarta Seperti kita ketahui bersama merupakan kota yang menyandang predikat sebagai kota pendidikan dan budaya yang kemudian seiring perkembangannya kini menjadi kota pariwisata dan bisnis

1.2.1.1. Geografi

Letak Geografi kota Yogyakarta berada pada $7^{\circ} 49' 26''$ – $7^{\circ} 15' 24''$ Lintang Selatan dan $110^{\circ} 24' 19''$ – $110^{\circ} 28' 53''$ Bujur timur. Kota Yogyakarta yang terletak di daerah dataran daerah lereng Gunung Merapi, memiliki kemiringan lahan yang relatif datar dan berada pada ketinggian rata-rata 114 M dpa. Terdapat 3 sungai yang dari arah Utara ke Selatan yaitu : sungai Gajahwong yang mengalir dibagian timur kota, sungai Code di bagian Tengah dan sungai Winongo di bagian barat kota. Secara administratif kota yogyakarta terdiri dari 14 kecamatan dan 45 kelurahan dengan luas wilayah $32,5 \text{ km}^2$ atau 1,02% dari luas propinsi DIY.





Peta Lokasi dan Administrasi

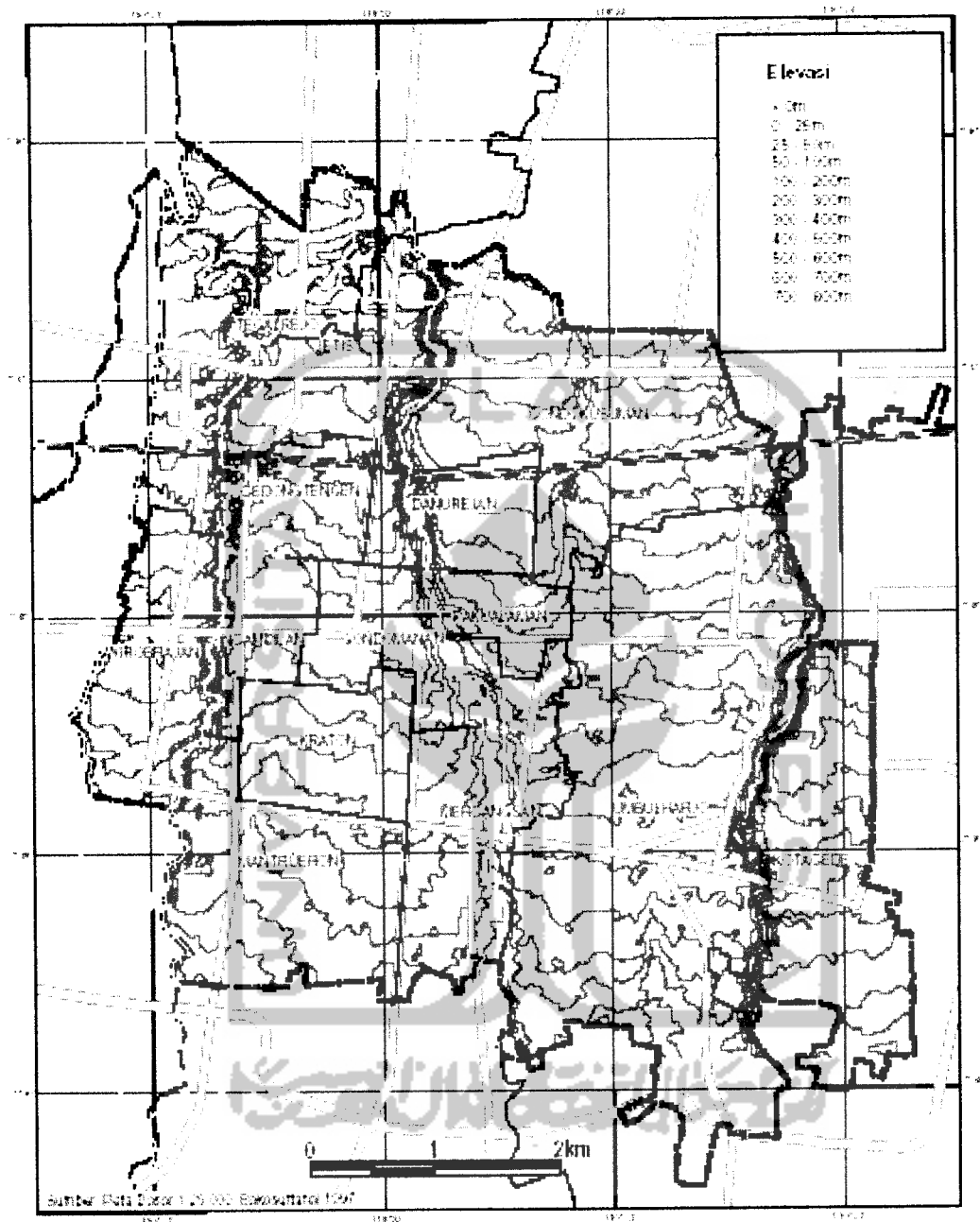
1.2.1.2 Aspek Lingkungan

A. Topografi Kota Yogyakarta

Kota Yogyakarta terletak di lereng Merapi. Kemiringan dominan di wilayah ini adalah antara 0,5% dan 1%. Hanya di pinggiran sungai biasanya terdapat lereng yang lebih besar.



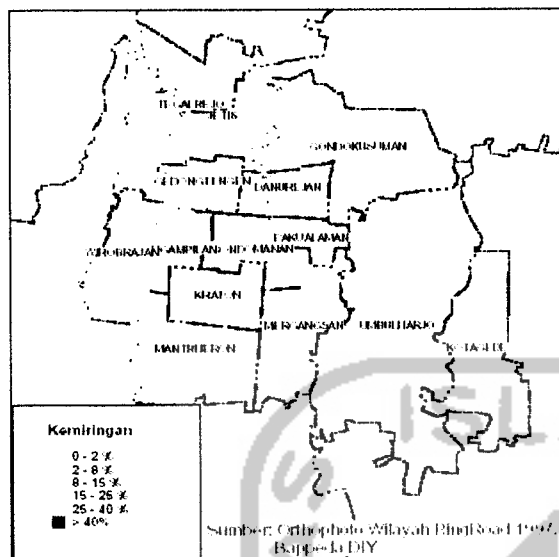
BAB I.



Topografi Kota Yogyakarta



BAB I.



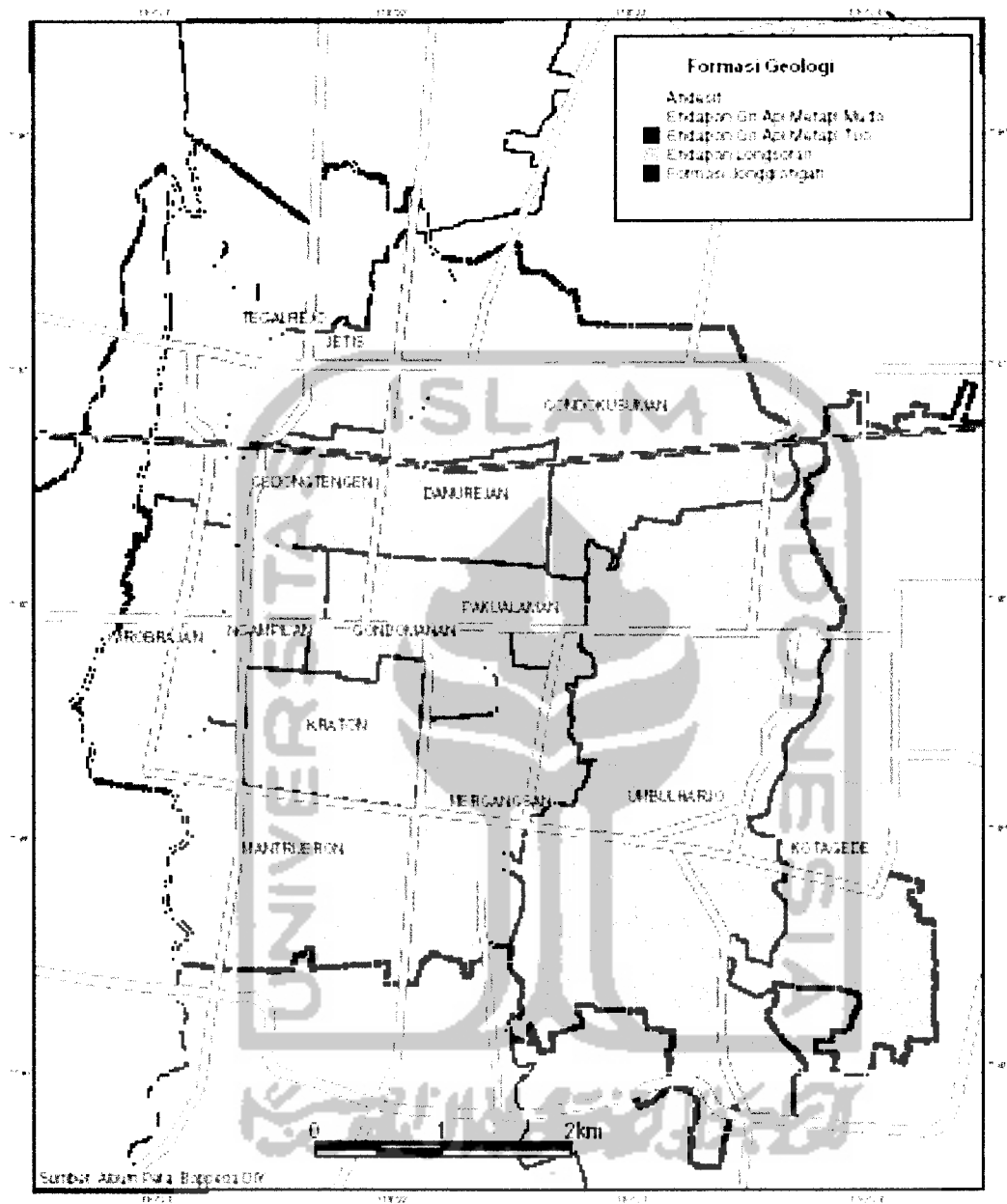


No	Kecamatan	Luas (Ha)				Jumlah (Ha)
		0 - 2 %	2 - 15 %	15 - 40 %	> 40 %	
1	Mantrijeron	241	19	0	-	260
2	Kraton	134	8	-	-	141
3	Mergangsan	206	28	-	-	234
4	Umbulharjo	712	112	6	0	830
5	Kotagede	251	51	6	0	308
6	Gondokusuman	340	66	4	0	410
7	Danurejan	96	13	2	0	111
8	Pakualaman	62	3	-	-	65
9	Gondomanan	50	65	-	-	115
10	Ngampilan	67	15	1	-	83
11	Wirobrajan	153	29	3	0	184
12	Gedongtengen	78	17	2	-	97
13	Jetis	111	55	7	1	173
14	Tegalrejo	164	120	8	0	292
Kota Yogyakarta		2.665	600	39	1	3.306

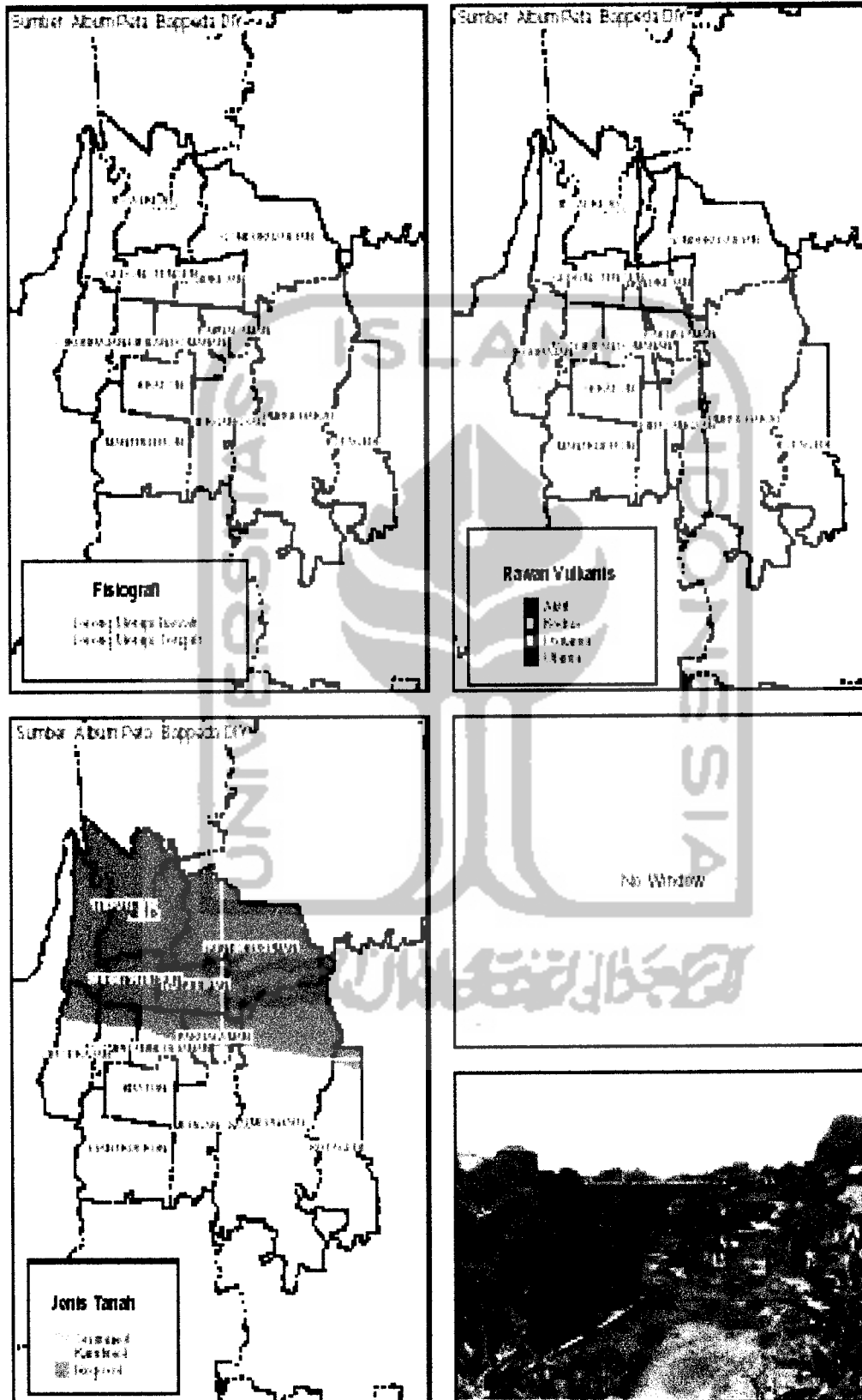
Sumber: Kota Yogyakarta dalam Angka, BPS

B. Geologi Kota Yogyakarta

Secara umum wilayah kota Yogyakarta adalah bagian bagian dari dataran kaki flufio vulkanik Merarpi. Batuan dasar pulkanik adalah batuan dasar dari jenis tanah di kota yogyakarta. Yakni jenis regosol secara umum, secara umum kesuburan sedang-baik dan cukup porus. Tekanan konpersi lahan untuk urbanisasi cukup tinggi.

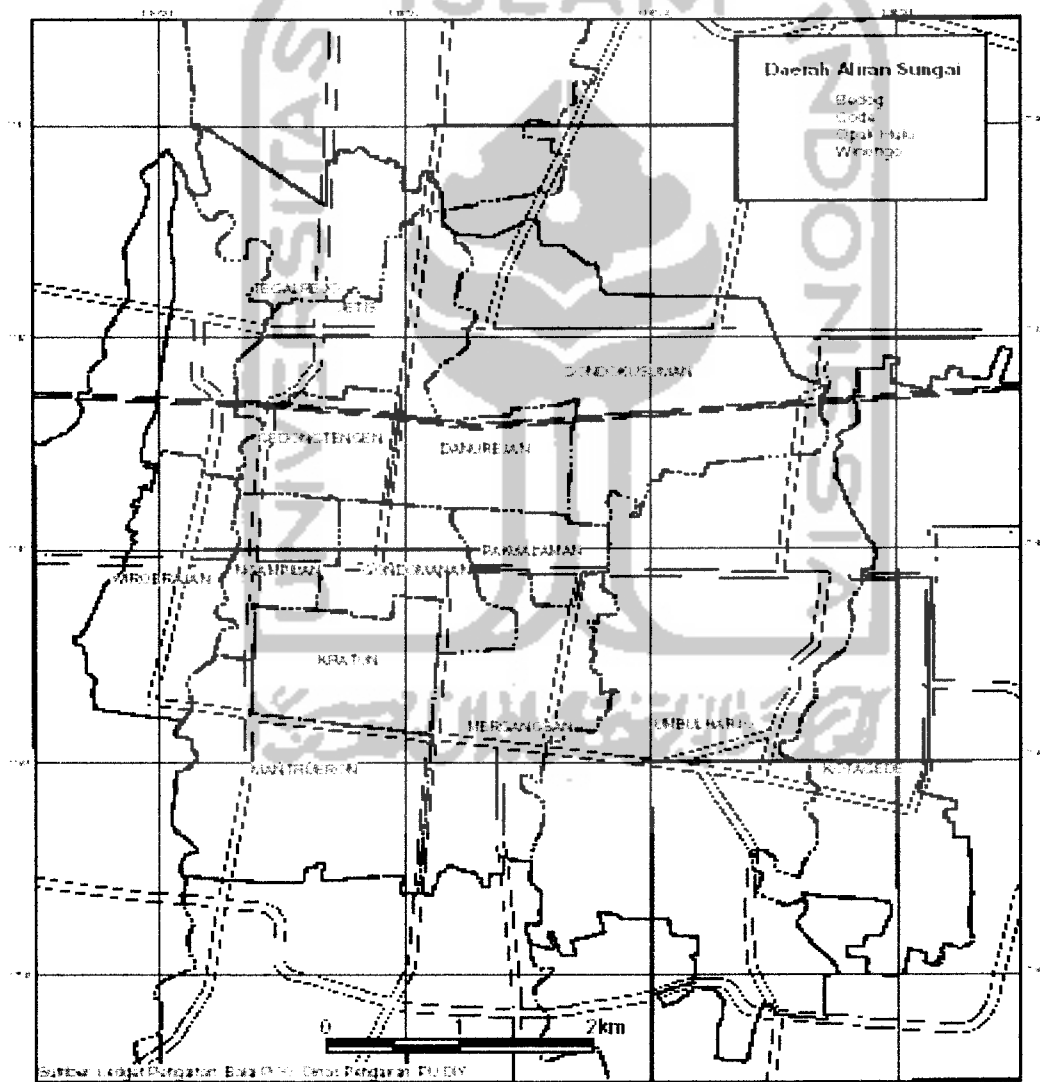


Geologi Kota Yogyakarta



C. Hidrologi Kota Yogyakarta

Secara umum kota Yogyakarta adalah bagian dari daratan kaki fluvial Merapi, yang berkelimpahan air tanah dan permukaan, terdapat akuifer air tanah bervariasi antara 0,5 m hingga 20 m. Semakin keselatan permukaan air tanah semakin dangkal dan tercemar. Pencemaran air kebanyakan disebabkan oleh praktek-praktek sanitasi yang buruk, baik pada lingkungan pemukiman maupun non pemukiman. Indikasi pencemaran air tanah adalah kandungan nitrat dan bakteri coli yang tinggi pada beberapa bagian kota, yakni pada kawasan padat penduduk dan elevasi rendah.

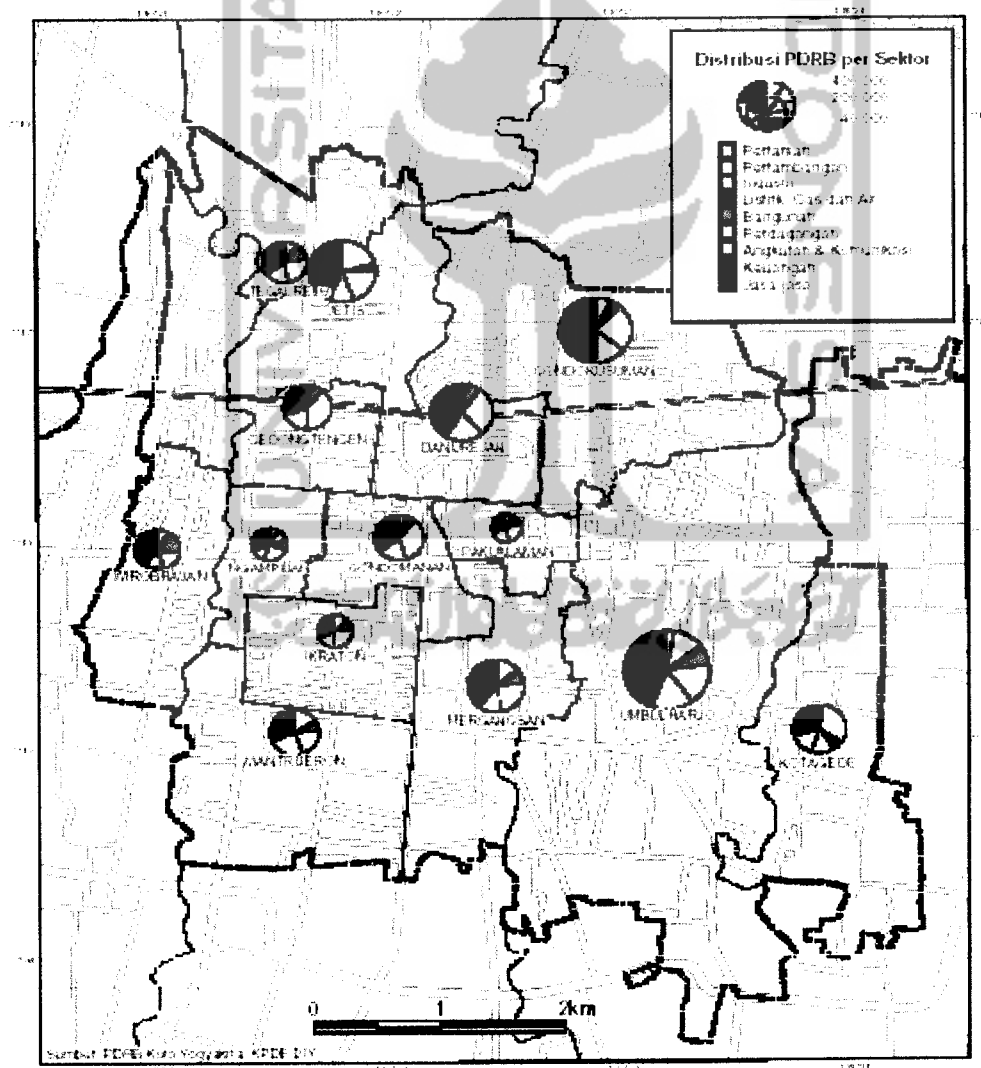


Hidrologi Kota Yogyakarta

1.2.1.3. Ekonomi

A. Produk Domestik Regional Bruto Kota Yogyakarta

Pertumbuhan ekonomi kota yogyakarta pertahun untuk periode 1993-1997 sebesar 8,10% dan periode 1998-2000 sebesar 6,44%. Sama seperti daerah lain di indonesia, turunnya pertumbuhan ekonomi diakibatkan oleh adanya krisis ekonomi yang berkepanjangan di Indonesia. Data tahun 1998, tahun setelah awal krisis terjadi menunjukan bahwa krisis sangat berdampak besar bagi perekonomian kota. Sektor bangunan mengalami penurunan sebesar 37,02%, sektor keuangan, persewaan, dan jasa perusahaan sebesar 14,30% dan sektor pertanian, perikanan, perkebunan, dan kehutanan sebesar 11,06%.

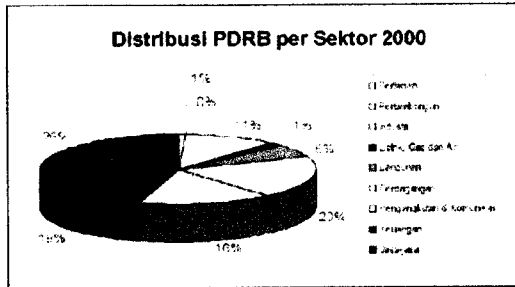


Produk Domestik Regional Bruto Kota Yogyakarta

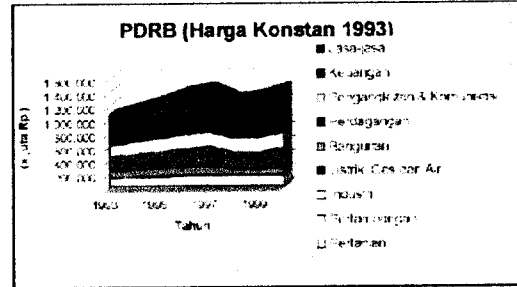


BAB I.

Yogyakarta Phone Market Centre Pengembangan Ex-Bank BHS Menjadi Yogyakarta Phone Market Centre

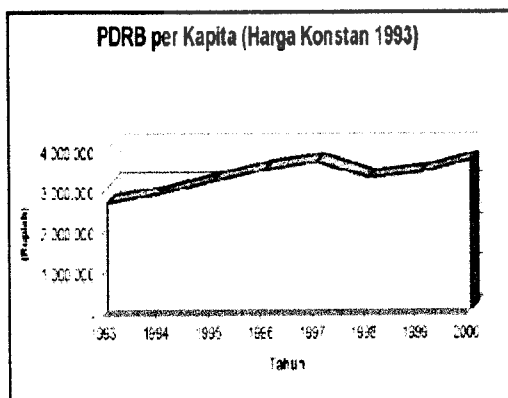


Sumber: Kota Yogyakarta dalam Angka. BPS

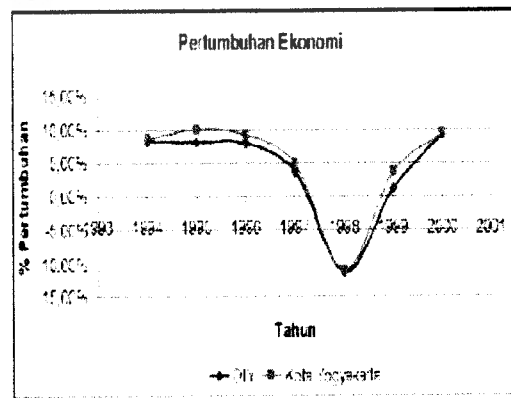


PDRB (x juta Rupiah Harga Berlaku)				Sumber: Kota Yogyakarta dalam Angka. BPS			
Sektor	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Pertanian	18.489	21.780	20.926	23.040	31.259	32.379	34.648
Pertambangan	620	694	647	625	868	787	817
Industri	152.762	170.052	195.364	215.476	281.770	345.320	386.607
Listrik, Gas dan Air	16.686	20.989	27.275	30.213	41.299	41.833	44.660
Bangunan	109.158	128.329	146.935	164.655	171.924	185.782	209.956
Perdagangan	247.529	290.196	337.549	396.881	573.944	683.947	775.228
Pengangkutan & Komunikasi	207.016	236.282	273.719	314.549	415.740	454.416	507.908
Keuangan	210.144	258.234	301.877	347.087	427.810	473.101	527.293
Jasa-jasa	310.060	360.314	410.366	457.565	557.947	641.285	720.713
Total (Harga Berlaku)	1.272.464	1.486.870	1.714.658	1.950.091	2.502.561	2.868.850	3.208.030
Penduduk (Orang)	444.389	452.860	461.493	470.290	479.255	488.391	497.699
PDRB per Kapita (Rp./Tahun)	2.863.401	3.283.288	3.715.458	4.146.571	5.221.773	5.874.084	6.445.723

Struktur ekonomi PDRB Kota Yogyakarta dari tahun 1993 sampai tahun 2000. ditandai dengan kecilnya peranan tiga sektor, yaitu: sektor pertanian, perikanan perkebunan dan kehutanan (1,09%); sektor pertambangan dan pengalihan (0,03%); dan sektor listrik, air dan gas (1,19%) sementara itu, empat sektor yang memberikan kontribusi terbesar (leading sectors) pada perekonomian Kota Yogyakarta adalah: sektor jasa lain-lain (26,31%) sektor perdagangan, hotel, dan restoran (19,46%); sektor keuangan, persewaan, dan jasa perusahaan (18,04%); dan sektor pengangkutan dan komunikasi (15,42%).



Sumber: Kota Yogyakarta dalam Angka. BPS



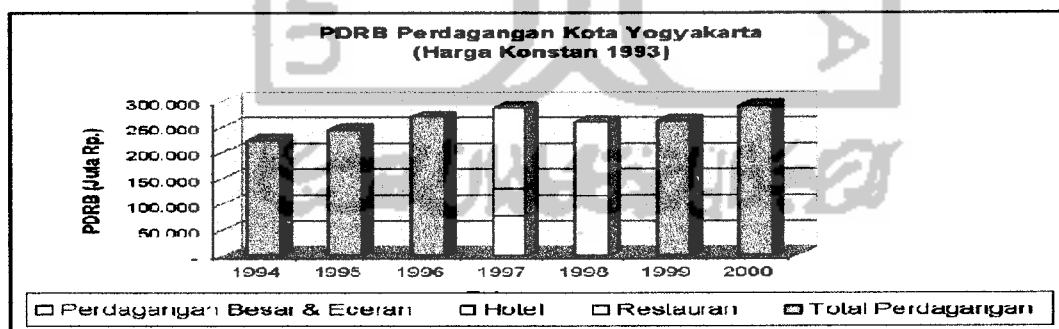


Sumber: Kota Yogyakarta dalam Angka. BPS

PDRB (dalam juta Rupiah Harga Konstan 1993)								
Sektor	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Pertanian	16.389	15.459	15.932	14.921	14.319	12.736	12.058	11.680
Pertambangan	436	443	450	400	366	346	293	290
Industri	111.369	126.093	134.777	146.788	149.846	145.556	148.049	160.930
Listrik, Gas dan Air	11.921	12.688	13.333	16.156	17.074	17.208	17.316	19.237
Bangunan	97.921	105.100	112.435	121.367	124.692	78.529	78.926	88.729
Perdagangan	203.859	223.343	244.613	268.531	285.906	258.704	260.740	289.765
Pengangkutan & Komunikas	161.567	179.020	192.217	207.786	218.359	209.614	212.576	231.728
Keuangan	185.435	196.953	227.869	250.619	263.434	225.756	260.878	275.777
Jasa-jasa	279.643	300.995	333.735	365.147	384.024	347.448	352.126	389.109
Total (Harga Berlaku)	1.068.540	1.160.094	1.275.361	1.391.715	1.458.020	1.296.097	1.342.962	1.467.245
Penduduk (Orang)	407.394	405.851	404.313	402.781	401.255	399.735	398.221	396.711
PDRB per Kapita (Rp./Tahun)	2.622.866	2.858.423	3.154.390	3.455.265	3.633.649	3.242.391	3.372.403	3.698.525
Pertumbuhan Ekonomi	-	8,57%	9,94%	9,12%	4,76%	-11,11%	3,62%	9,25%

B. Perdagangan Kota Yogyakarta

Sektor Perdagangan, hotel dan restoran termasuk sektor yang memberikan kontribusi yang terbesar pada perekonomian kota Yogyakarta sepanjang tahun pengamatan. Dilihat dari trend pertumbuhannya, sektor ini mengalami perkembangan selama tahun 1994-1996, kemudian mengalami penurunan tajam seiring dengan terjadinya krisis ekonomi 1997. Penurunan tertajam terjadi selama periode 1997-1998 dan mengalami recovery untuk tahun selanjutnya.



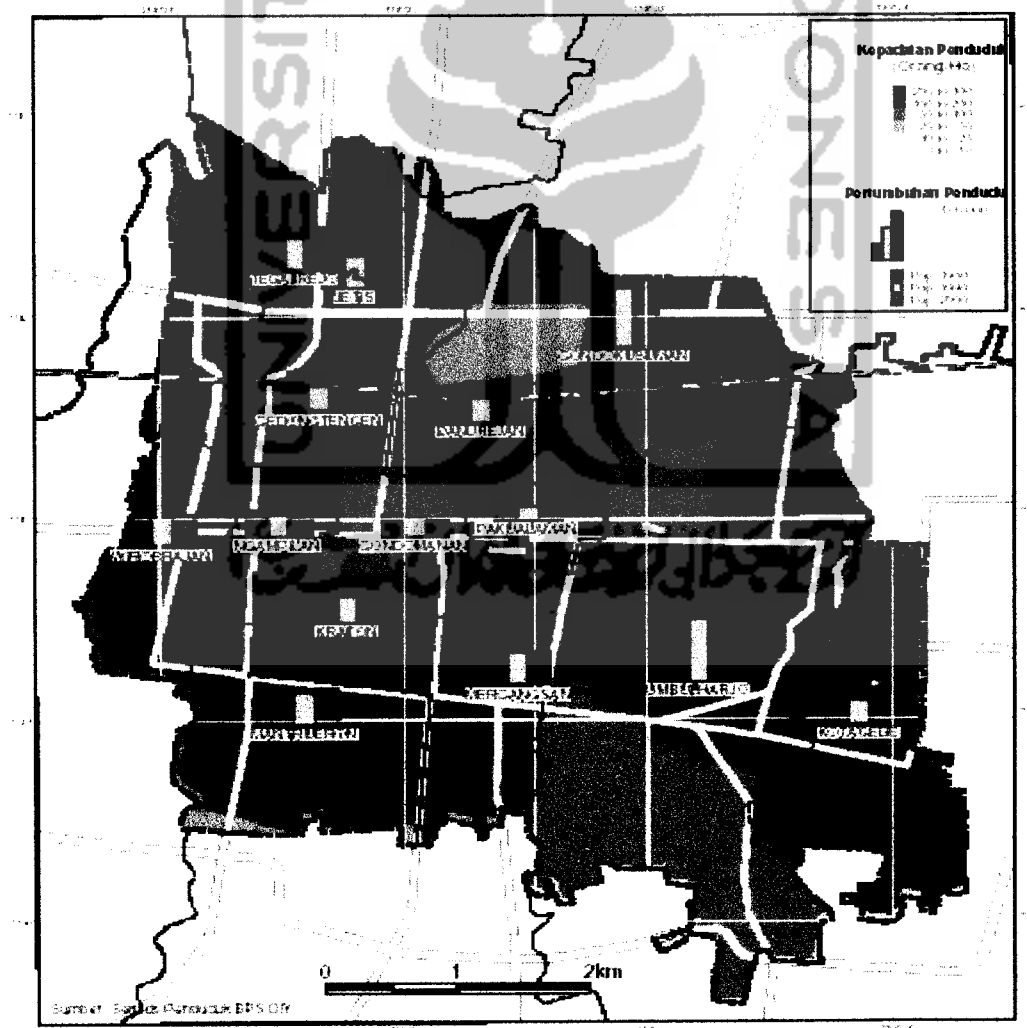
PDRB Perdagangan Kota Yogyakarta (Harga Konstan 1993)						
Usaha	PDRB					
	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Perdagangan Besar & Eceran				77.818	68.755	
Hotel				50.917	46.618	
Restoran				157.171	143.331	
Total Perdagangan	223.343	244.613	268.531	285.906	258.704	260.739

Sumber: Kota Yogyakarta dalam Angka. BPS

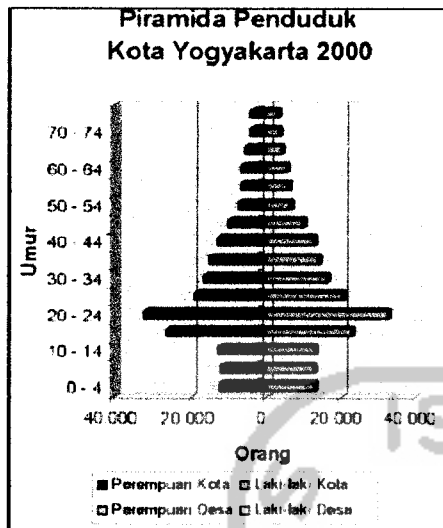
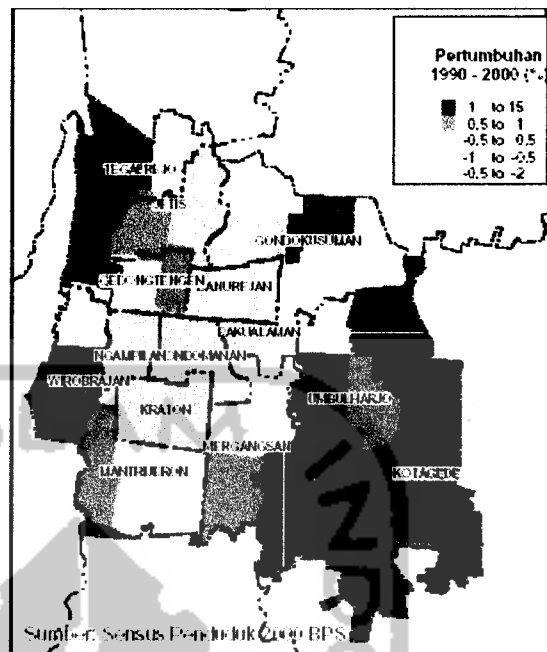
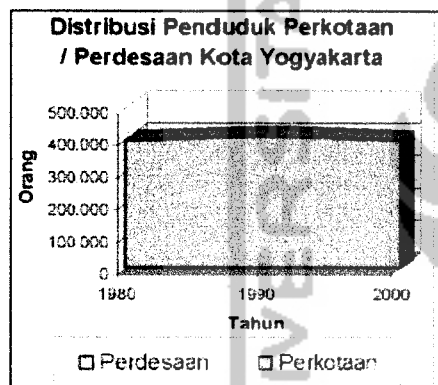
1.2.1.4.Sosial

A. Demografi Kota Yogyakarta

Laju pertumbuhan penduduk penduduk kota Yogyakarta bergeser dari pertumbuhan positif, yakni 0,34 pada 1980-1990, menjadi pertumbuhan negatif, -0,39, 1990-2000 kecamatan-kecamatan di sekitar pusat kota menunjukkan gejala penurunan jumlah penduduk yang cukup tajam, sementara kecamatan-kecamatan di Bantul dan Sleman yang berbatasan dengan pinggiran kota Yogyakarta justru menunjukkan peningkatan jumlah penduduk yang cukup signifikan. Hal ini mengindikasikan terdapatnya perpindahan penduduk dari pusat kota ke daerah pinggiran kota, implikasi dari perkembangan perumahan baru yang dibangun oleh developer di daerah pinggiran kota.



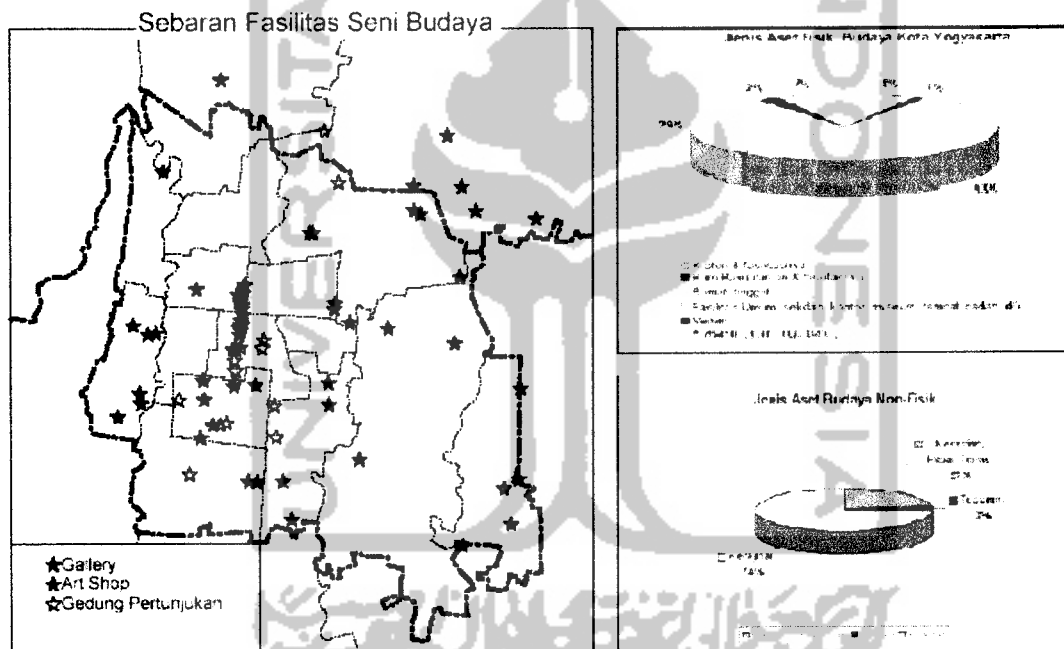
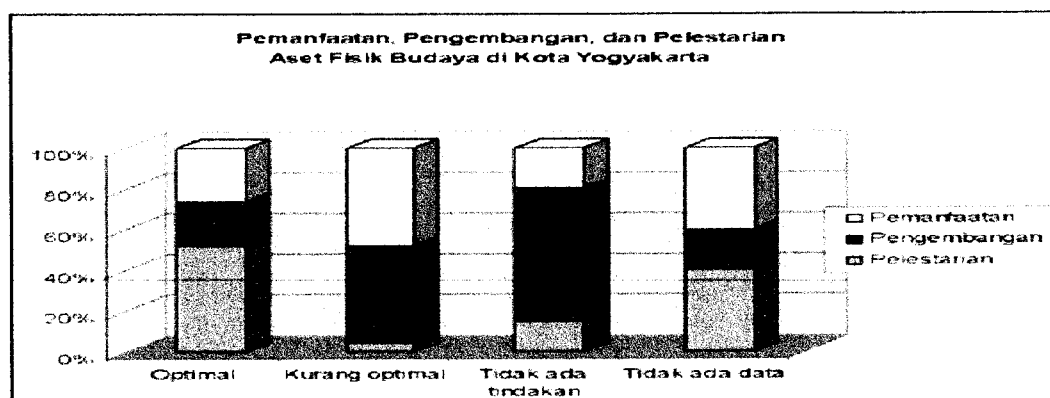
Demografi Kota Yogyakarta



Jumlah Penduduk per Kecamatan (Kota Yogyakarta)			
KECAMATAN	POP1980	POP1990	POP2000
MANTRIJERON	31.561	32.845	32.557
KRATON	26.557	22.807	19.778
MERGANGSAN	32.589	32.188	31.378
UMBULHARJO	39.823	58.026	69.269
KOTAGEDE	16.775	23.297	27.900
GONDOKUSUMAN	57.014	56.561	48.454
DANUREJAN	26.246	23.430	19.755
PAKUALAMAN	14.309	12.181	10.593
GANDOMANAN	20.105	17.659	13.874
NGAMPILAN	22.403	20.494	17.557
WIROBRAJAN	25.312	26.975	26.632
GEDONGTENGGEN	26.058	22.825	17.857
JETIS	32.669	30.603	25.959
TEGALREJO	26.624	32.168	35.148
Total Kota Yogyakarta	398.045	412.059	396.711

**1.2.1.5. Budaya****A. Profil Budaya kota Yogyakarta**

Budaya sebagai aset utama kota Yogyakarta, terutama dengan pariwisata dan pendidikan. Potensi budaya dan karakter masyarakat Yogyakarta yang sangat mendukung. Telah ditetapkan 12 kawasan budaya, namun karakter terus berubah. Telah diinventarisasi setidaknya ada 129 aset budaya fisik di kota Yogyakarta berupa kelompok bangunan, bangunan tunggal maupun komponen bangunan. Tinjauan pelestarian sebagian besar 78% telah optimal dan 8% tanpa ada tindak pelestarian. Bangunan/nonumen bernilai budaya berubah, lapuk, atau diruntuhkan. Fasilitas budaya yang atraktif (museum, galeri, dan gedung pertunjukan) masih sangat kurang.





1.2.2 Latar belakang Industri Komunikasi Selluler

1.2.2.1 Jenis Teknologi Selluler

Jenis teknologi dalam industri komunikasi selluler di Indonesia saat ini dikenal dengan dua jalur teknologi Yaitu jaringan *Global System for Mobile Communication (GSM)* dan jalur teknologi jaringan *Code Division Multiple Acces (CDMA)* dimana kedua jalur inilah yang dipakai oleh penyedia jasa seluler dalam memberikan pelayanan teknologi bagi pengguna produk layanan jasa selluler dalam bentuk sitem layanan prabayar maupun pasca bayar

1.2.2.2 Pelaku Bisnis Seluler Sebagai Peyedia Jasa selluler

Dalam upayanya agar dapat memberikan layanan jasa teknologi seluler para pelaku bisnis dalam hal ini penyedia jasa teknologi membangun dan mendirikan *Base Tranceiver Station (BTS)* sebagai salah satu upaya agar teknologinya memiliki jaringan dan jangkauan frekwensi yang luas sebagai modal utama agar dapat memberikan pelayanan dan jasa selluler kepada konsumen sebagai calon dan pengguna jasa selluler secara maksimal. PT. Telkomsel, PT. Indosat, PT. Satelindo, PT. ExelcomindoPratama, PT. Telkom, Mobile 8 dan, PT.Bakrie Telecom merupakan beberapa pelaku bisnis dan penyedia jasa selluler di Indonesia untuk saat ini.

1.2.2.3 Jenis Produk Penyedia jasa selluler

Beberapa jenis produk yang telah dikeluarkan oleh penyedia jasa selluler untuk saat ini dan banyak digunakan oleh konsumen dipasaran yaitu Simpati, Kartu Halo, IM3, Mentari, Matrik, Pro XL, TelkomFlexi, Pren dan, Esia. Secara rinci jenis teknologi, pelaku bisnis penyedia jasa selluler dan, produk yang dikeluarkan dapat kita lihat pada tabel berikut ini.



No	Jenis dan jalur Teknologi	Penyedia Jasa Selluler	Jenis Produk Penyedia jasa seluler
1	<i>Global System for Mobile Communication (GSM)</i>	PT. Telkomsel	Simpati
			Kartu Halo
		PT. Indosat	IM3
		PT. Satelindo	Mentari
			Matrik
		PT. ExelcomindoPratama	Pro XL
2	<i>Code Division Multiple Acces (CDMA)</i>	PT. Telkom	TelkomFlexi
		Mobile 8	Pren
		PT.Bakrie Telecom	Esia

1.2.2.4. Produk Dan Merk Alat Komunikasi Selluler

Sebagai sarana dan alat komunikasi telepon selluler saat ini telah mengalami kemajuan teknologi yang sangat luar biasa pesatnya hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya fungsi dan fasilitas yang ada dalam ponsel itu sendiri yang tidak lagi hanya sekedar sebagai alat komunikasi namun lebih dari itu diantaranya dapat berfungsi sebagai video, camera photo, games, penyimpan data dan banyak lagi fasilitas lainnya yang semakin berkembang seiring perkembangan teknologi itu sendiri sebagai inovasi untuk memenangkan pasar oleh produsen alat komunikasi selluler itu sendiri.

Maka tidaklah heran jika produk dan merk alat komunikasi seluler tersebut mulai dari teknologi, fasilitas dan, bentuknya. banyak dan beragam sebagai mana halnya jenis dan merk yang beredar dipasaran berikut ini: Alcatel, LG, Mitsubishi, Motorola, Nokia, Panasonic, Philips, Sagem, Samsung, Sanex, Siemens, Sony Ericsson dan Xelibri, merupakan produk dan merk yang beredar dipasaran yang masing-masingnya teknologinya memiliki keunggulan.



1.2.3 Latar belakang phone market di Yogyakarta

1.2.3.1 Perkembangan Phone Market Di Yogyakarta

Sebagaimana kita ketahui bahwa kota Yogyakarta kini selain sebagai kota budaya dan pendidikan berkembang menjadi kota pariwisata dan bisnis dimana dengan perkembangan tersebut memberikan peluang yang sangat baik pada dampak perekonomian kota Yogyakarta itu sendiri. Adanya kondisi tersebut membuka pula peluang bagi para pelaku bisnis Phone Market.

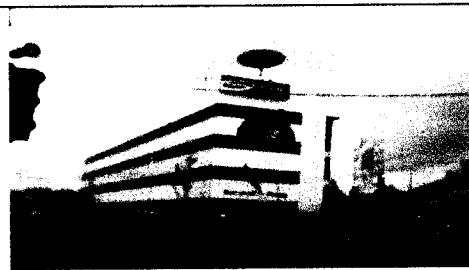
Maraknya bisnis phone market itu sendiri tidak terlepas dari kondisi kota Yogyakarta itu sendiri yang sangat dinamis terhadap perkembangan kotanya dimana dari aspek predikatnya sebagai kota budaya dan kota pendidikan serta kota pariwisata dan bisnis telah membawa pada suatu kondisi pada berlomba-lombanya para inspektor dalam meraih peluang bisnis.

1.2.3.2 Pelaku Bisnis Phone Market Di Yogyakarta

Melihat dari semakin maraknya penyedia jasa layanan telephone seluler dalam memfasilitasi diri, secara otomatis membuka peluang bagi para pelaku bisnis phone market dalam memenuhi kebutuhan para calon konsumen untuk dapat memanfaatkan teknologi komunikasi telephone seluler dengan memasarkan produk alat komunikasi yang biasa kita kenal dengan *handphone*.

Dalam perkembangannya Phone Market di Yogyakarta Seperti diketahui pada saat ini mengalami kemajuan yang pesat hal tersebut dapat dilihat dari indikasi munculnya beberapa pusat phone market yang mengakomodasi para pelaku bisnis dibidang telephone seluler ini baik itu perkembangan teknologinya dengan beragam merk dan teknologi yang ditawarkan dipasaran, adapun beberapa pusat pemasaran yang mengakomodasi para pelaku bisnis dibidang phone market ini adalah sbb:



Phone Market di Yogyakarta		
No	Nama dan Lokasi	Jumlah Counter
1	 Wisma Hartono Jogja Phone Market Jl. Jend Sudirman Lt 2	 28 Counter
2	 Samijaya Malioboro Cellular Market Jl. Malioboro Lt 1	 23 Counter
3	 Ramai Mall Phone Market Jl. Malioboro Lt 2	 73 Counter
4	 Borobudur Plaza Borobudur Phone Market Jl. Magelang Lt 1	 28 Counter



1.2.4 Latar belakang permasalahan Phone Market

Secara karakter phone market di Yogyakarta masih bersifat tersebar baik itu milik pribadi atau perorangan yang menyewa tempat strategis tertentu maupun kelompok dalam suatu bangunan yang secara bersama menyewa tempat berupa counter-counter phone market yang fungsi peruntukannya hanya dialihkan dan dikondisikan untuk dijadikan ajang pemasaran bersama dalam melakukan bisnisnya.

Terjadinya phone market di Yogyakarta secara umum biasanya dilatarbelakangi oleh prakarsa pemilik gedung langsung yang mengalih fungsikan bangunannya sebagian menjadi phone market yang disewakan langsung, maupun secara tidak langsung oleh even organizer untuk disewakan kembali kepada pelaku bisnis bidang telepon seluler.

Sehingga fungsi phone market untuk saat ini dianggap belum mampu menjadi menjadi satu-satunya pusat pemasaran di Yogyakarta yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur oleh pelaku bisnis lainnya dan calon konsumen dalam melakukan transaksinya sebagai phone market yang memiliki fungsi dan fasilitas yang lengkap serta saling mendukung sebagai Yogyakarta phone market Centre yang akomodatif.

1.3 Data Studi Banding Phone Market di Yogyakarta

1.3.1 Studi Banding Phone Market di Yogyakarta

Secara umum dari hasil studi Banding di beberapa Phone Market yang ada di Yogyakarta hampir memiliki karakteristik yang sama dimana fungsi phone market tersebut pada bangunan hanya sebagai pelengkap dari fungsi bangunan sesungguhnya, adapun Kelebihan dan dan kelemahan Phone Market yang ada di Yogyakarta untuk saat ini adalah:

A. Kelebihan :

- Karena sistem sewa yang diadakan baik itu oleh pemilik gedung maupun oleh even organizer maka kecenderungan lokasi merupakan faktor yang strategis bagi pelaku bisnis Phone Market.

B. Kelemahan :

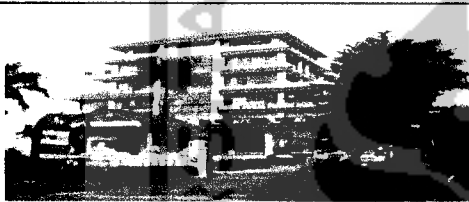
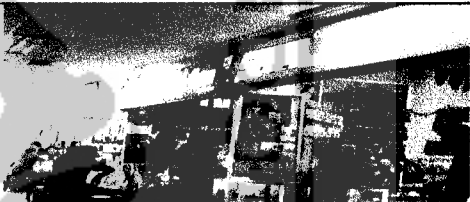
- Phone Market hanya pelengkap dari fungsi bangunan



- Phone Market kecenderungan hanya berupa counter pemasaran tanpa adanya fasilitas pendukung yang saling melengkapi bagi pelaku bisnis phone market itu sendiri.
- Lay Out dan besaran standar ruang terpola berdasarkan space bangunan yang tersedia bukan berdasarkan space peruntukan fungsi ruang yang sesungguhnya.

Berikut ini adalah data spesifikasi beberapa phone market yang ada di Yogyakarta

A. Jogja Phone Market

No	Nama dan Lokasi	Jumlah Counter
1	 Wisma Hartono Jogja Phone Market Jl. Jend Sudirman Lt 2	 28 Counter

Nama : Jogja Phone Market

Tempat : Lantai 2 (dua) Wisma Hartono Atau Ex-BDNI

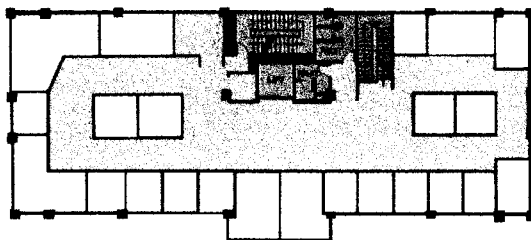
Jl. Jendral Sudirman No: 59 Yogyakarta

Jumlah dan nama counter : 28 counter

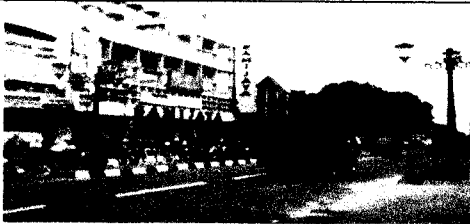
Luas besaran standar counter : 230 x 300, 250 x 300, 300 x 300

Lebar jalur sirkulasi : 250 cm

Gambar Lay Out Counter Jogja Phone Market



**B. Malioboro Cellular Market**

No	Nama dan Lokasi	Jumlah Counter
2	 Samijaya Malioboro Cellular Market Jl. Malioboro Lt 1	 23 Counter

Nama : Malioboro Cellular Market

Tempat : Lantai 1 (dasar) Samijaya Super Maket

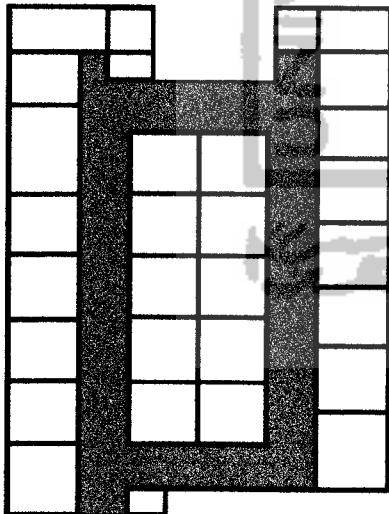
Jl. Malioboro Yogyakarta

Jumlah dan nama counter : 23 counter

Luas besaran standar counter : 180 x 280, 210 x 300, 300 x 300 dan (320 x 320)x2

Lebar jalur sirkulasi : 200 cm

Gambar Lay Out Counter Malioboro Cellular Market



**C. Phone Market**

No	Nama dan Lokasi	Jumlah Counter
3	 Ramai Mall Phone Market Jl. Malioboro Lt 2	 73 Counter

Nama : Phone Market

Tempat : Lantai 2 (dua) Ramai Mall

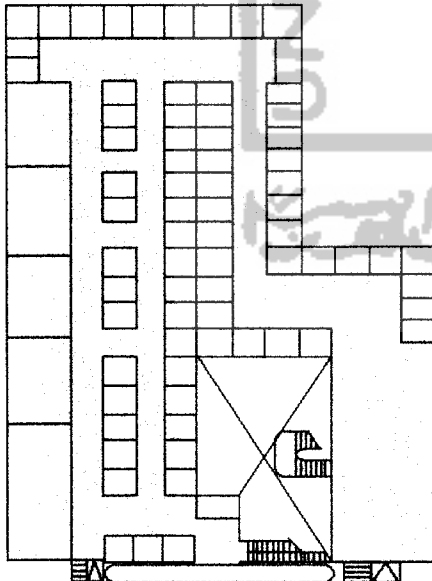
Jl. Malioboro Yogyakarta

Jumlah dan nama counter : 73 counter

Luas besaran standar counter : 250 x 300

Lebar jalur sirkulasi : 250 cm

Gambar Lay Out Counter Ramai Phone Market





D. Borobudur Plaza

No	Nama dan Lokasi	Jumlah Counter
4	 Borobudur Plaza Borobudur Phone Market Jl. Magelang Lt 1	 28 Counter

Nama : Borobudur Phone Market

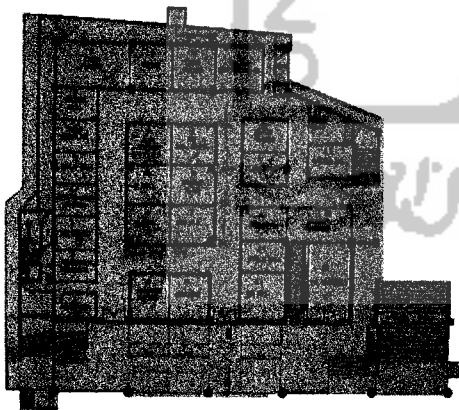
Tempat : Lantai 1 (satu) Borobudur Plaza
Jl. Magelang Lt 1

Jumlah dan nama counter : 28 counter

Luas besaran standar counter : 300 x 375 375 x 375

Lebar jalur sirkulasi : 250 cm

Gambar Lay Out Counter Borobudur Phone Market



Dari Keempat Study Banding Yang dilakukan pada phone market disini diperoleh kesimpulan permasalahan yang spesifik yaitu meliputi:

- Arah pola orientasi sirkulasi yang yang tidak mengalir
- Terjadinya pengulangan pada aliran sirkulasi



- Tidak adanya pola hubungan organisasi ruang dengan fungsi bangunan sebagai fasilitas
- Tata letak serta luasan counter yang masih terpola oleh keterbatasan space yang tersedia.

1.4. Data Existing Bangunan Ex-Bank B H S

1.4.1. Lokasi dan site proyek

Lokasi site merupakan lahan Bekas bangunan Bank Harapan Sentosa yang terbengkalai yang terletak di jalan Solo yang merupakan daerah potensial yang memang peruntukannya secara umum untuk bangunan komersial maupun perkantoran

Adapun potensi lokasi yaitu terletak jalur yang dapat diakses melalui jalur lalu lintas secara dua arah dengan lebar bahu jalan yang cukup memadai dalam menampung kepadatan arus lalu lintas.



1.4.2. Ukuran dan Fisik Existing Ex-Bank BHS

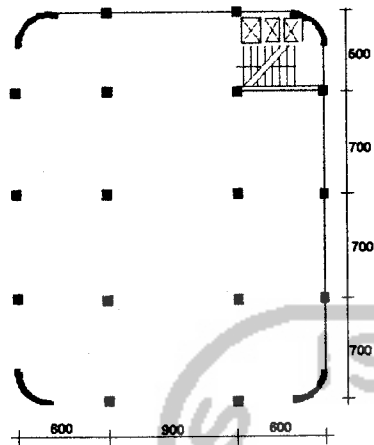
Berdasarkan hasil survey diperoleh data ukuran dan fisik Existing Ex-Bank BHS sebagai berikut:

- A. Ukuran Site 30 M x 42 M = 1260 M²
- B. Jumlah Lantai 6 lantai + Basement
- C. Luas Ukuran Perlantai yaitu:

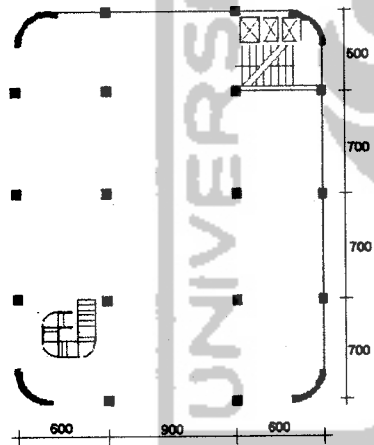


BAB I.

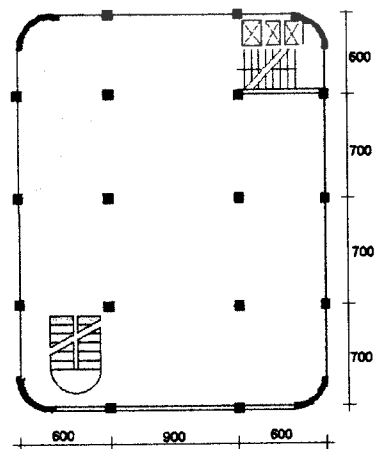
1. Basement 21 M x 26 M = 546 M³



2. Lantai 1 (dasar) 21M x 26M = 546 M³

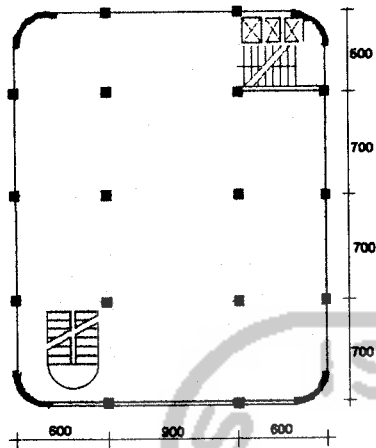


3. Lantai 2 (dua) dan, 3 (tiga) 21 M x 26 M - 147 M³ = 399 M³

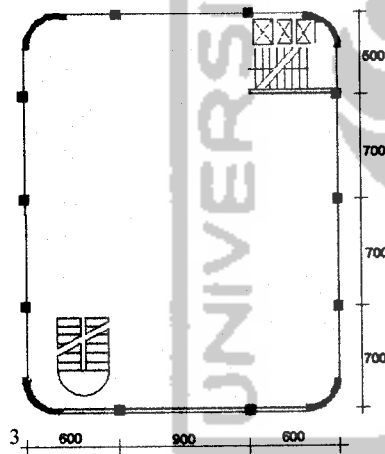




4. Lantai 4 (empat), 5 (lima) $21 \text{ M} \times 26 \text{ M} - 49 \text{ M}^3 = 497 \text{ M}^3$



5. Lantai 6 (enam) $21 \text{ M} \times 26 \text{ M} - 49 \text{ M}^3 = 497 \text{ M}^3$



E. Total luas lantai bangunan Yaitu 3381 M^3

F. Sistem stuktur Beton Bertulang

Kesimpulan permasalahan spesifik berdasarkan analisa Data Existing
Bangunan Ex-Bank B H S Yang menjadi perhatian yaitu:

- Pengembangan dan penerapan sistem struktur pada bangunan lama dan baru
- Pola hubungan organisasi ruang bangunan lama dan baru
- Sistem sirkulasi pada bangunan lama dan baru
- Tata letak lay out dan fugsu ruang



1.5. Konsep dan Strategi perancangan Spesifikasi umum Yogyakarta Phone Market Centre

1.5.1 Strategi perancangan

Dalam melakukan strategi perancangan disini adalah melakukan Re-desain terhadap fungsi bangunan lama kefungsi baru sebagai **Yogyakarta Phone Market Centre** dengan mengakomodasi pelaku kedalam suatu fungsi secara terpadu dengan kelengkapan fasilitas pendukungnya kedalam konsep perancangan yang menekankan keterpaduan fungsinya yang selaras dengan tampilan bangunannya sebagai pencitraanya.

1.5.2 Konsep Spesifikasi umum Yogyakarta Phone Market Centre

Fungsi

Yogyakarta Phone Market Center

Citra

Ingin menampilkan **Yogyakarta Phone market centre** terpadu di yogyakarta dengan konsep keterpaduan fungsinya yang selaras dengan tampilan bangunannya sebagai pencitraannya.

Esensi

Mencari dan menemukan akar permasalahan dengan memperhatikan konsep keterpaduan fungsi dan tampilan bangunan bangunan kedalam perencanaan dan perancangannya dengan analisa konsep desain ulang fungsi dan peruntukan Bekas bangunan Bank Harapan Sentosa yang terbengkalai.

Target group

Menempatkan para pelaku **Yogyakarta Phone market centre** sebagai kalangan target group yang diwadahi secara dominan dengan membaginya kembali berdasarkan tuntutan fungsi sebagai pusat pemasaran alat komunikasi terpadu yang memberikan akses pelayanan secara maksimal kepada para calon konsumen sebagai kelompok target group sasaran yang merespon keberadaan **Yogyakarta Phone market centre** di Yogyakarta.



Solusi

Merencanakan *Yogyakarta Phone market centre* terpadu di Yogyakarta kedalam suatu fungsi bangunan yang mampu mengakomodasi kebutuhan pengguna dengan kelengkapan fasilitas yang saling mendukung yang di cerminkan dengan tampilan pada bangunan.

Kebutuhan Ruang

Umum

01. Penyedia jasa Selluler (Principal Sellular Operation)

- PT. Telkomsel
 - Simpati
 - Kartu Halo
- PT. Indosat
 - IM3
- PT. Satelindo
 - Mentari
 - Matrik
- PT. Exelcomindo Pratama
 - Pro XL
- PT. Telkom
 - TelkomFlexi
- Mobile 8
 - Pren
- PT. Bakrie Telecom
 - Esia

02. Perwakilan merk telephone (Banded Office)

- Alcatel
- LG
- Mitsubishi
- Motorola
- Nokia
- Panasonic
- Philips
- Sagem
- Samsung
- Sanex
- Siemens
- Sony Ericsson
- Xelibri



03. Retail atau counter telephone

- Aksesoris phone
- Cassing
- Phonsell

04. Perwakilan Galery voucher isi ulang

- Simpati
- Kartu Halo
- IM3
- Mentari
- Matrik
- Pro XL
- TelkomFlexi
- Pren
- Esia

05. Phone service centre

- Cek kerusakan
- Reparasi
- Servis

Khusus

06. Ruang pemer demo phone

- Tempat demo

07. Ruang lobby / Hall

- Resepsionis

08. Ruang fasilitas umum

- Bank dan ATM
- Caffe Phone
- Internet
- Musolla

09. Ruang sevice umum

- Toilets

Service**10. Kantor pengelola gedung**

- Kepala gedung
- Skretaris
- Staf Karyawan
- Resepsionis
- Scurity

11. Tempat parkir

- Mobil
- Motor

Operatif**12. Ruang operatif**

- Ruang Mekanikal
- Ruang Elektrikal
- Ruang AC
- Ruang Genset
- Ruang Plumbing
- Ruang Operator





1.6. Permasalahan

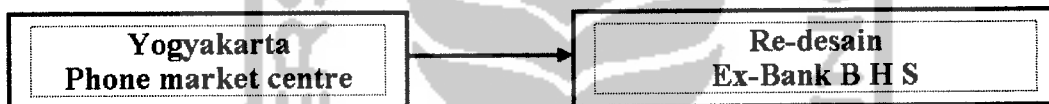
1.6.1. Permasalahan Umum

Bagaimana mengakomodasi para pelaku bisnis phone kedalam suatu fungsi secara terpadu dalam kegiatan yang saling mendukung dengan kelengkapan fasilitas pendukungnya sebagai *Yogyakarta Phone market centre* yang presentatif terpadu di yogyakarta.



1.6.2. Permasalahan Khusus

Bagaimana menata sirkulasi dan lay out ruang, penerapan stuktur, serta tata ruang dalam dan ruang luar pada fungsi lama Ex-Bank B H S terhadap Re-desain Fungsi baru dan pengembangan bangunan menjadi Yogyakarta Phone Market Centre.



1.7. Tujuan dan Sasaran

1.7.1 Tujuan

Tujuan Umum

Mendapatkan kebutuhan ruang berdasarkan tuntutan fungsi Yogyakarta Phone Market Centre yang akomodatif



Tujuan Khusus

Mendapatkan Rumusan dalam merencana dan merancang Ex-Bank B H S menjadi Yogyakarta Phone Market Centre.



1.7.2. Sasaran

Sasaran Umum

Menerapkan tuntutan fungsi dan kebutuhan ruang kedalam Yogyakarta Phone Market Centre



Sasaran Khusus

Menerapkan Tuntutan Fungsi Phone Market kedalam Re-desain Ex-Bank B H S menjadi Yogyakarta Phone Market Centre.



1.8. Lingkup Pembahasan

1.8.1. Arsitektural

Pembahasan masalah penerapan konsep perencanaan dan perancangan Re-desain meliputi fungsi, ruang dan, stuktur pada Ex-Bank B H S bangunan lama ke fungsi peruntukan bangunan baru Yogyakarta Phone Market Centre.

1.8.2. Non Arsitektural

Pembahasan masalah pengolahan data yang dituangkan kedalam konsep perencanaan dan perancangan internal dan eksternal Re- Desain Terhadap Ex-Bank B H S menjadi Yogyakarta Phone Market Centre.

1.9. Metode Pembahasan

Dalam melakukan metode pembahasan disini adalah dengan cara menganalisa dari dua sumber data yang diperoleh yaitu data Primer dan skunder.

1.9.1. Data Primer

Adapun data Primer yang diperoleh disini adalah data hasil survey lapangan dan wawancara yang meliputi:

- A. Data survey lapangan fungsi bangunan sejenis di Yogyakarta
 - Jumlah fungsi bangunan sejenis
 - Lokasi Fungsi bangunan sejenis
- B. Data survey lapangan kondisi bangunan sejenis di Yogyakarta



- Jumlah Counter pada fungsi bangunan sejenis
 - Besaran ruang standar counter pada bangunan sejenis
 - Besaran pola dan jalur sirkulasi pada bangunan sejenis
 - Fasilitas pendukung pada fungsi bangunan sejenis
- C. Data survey lapangan kondisi site rencana proyek
- Lokasi site pada rencana proyek
 - Kondisi site dan ukuran luas lahan site rencana proyek
 - Data fisik kondisi Ex-Bank B H S yang akan di Re-desain

1.9.2. Data Skunder

Pada data Skunder disini diperoleh dari study literatur yang meliputi berbagai hal yang dapat mendukung dalam proses perencanaan dan perancangan, adapu data data tersebut meliputi:

- A. Data yang menyangkut kota yogyakarta sebagai latar belakang
- B. Data tentang perkembangan teknologi seluler
- C. Data tentang perkembangan bisnis seluler
- D. Data yang membahas tentang Fungsi dan fasilitas pendukung

1.9.3. Metoda Analisis Data

Metode analisis data disini adalah dengan cara menguraikan data-data yang diperoleh secara kuantatif untuk ditarik kesimpulan-kesimpulan secara deskriptif guna memperoleh konsep-konsep dasar perencanaan dan perancangan Yogyakarta Phone Market Centre.

1.9.4. Metode Sintesa

Merupakan Tahapan transformasi pendekatan dalam konsep perencanaan dan perancangan yang meliputi:

- Pendekatan lokasi dan site
- Pendekatan program dan besaran ruang
- Pendekatan persyaratan ruang
- Pendekatan tata ruang dalam dan ruang luar
- Pendekatan sistem struktur dan utilitas
- Pendekatan Re-desain dan tampilan bangunan

1.9.5. Kesimpulan

Merupakan tahap perumusan Konsep dasar perencanaan dan perancangan Yogyakarta Phone Market Centre yang meliputi:

- Konsep pengembangan Yogyakarta Phone Market Centre
- Konsep Internal bangunan Yogyakarta Phone Market Centre
- Konsep External Bangunan Yogyakarta Phone Market Centre

