

ABSTRAK

Perkembangan dunia Otomotif di Indonesia mengalami kemajuan dengan bermuncunya beragam jenis dan merk kendaraan bermotor. Hal ini ditandai pada tahun 1958 Keagenan berkembang pesat, terutama setelah William Suryadjaja mendirikan Astra dan mulai merintis bisnis otomotifnya pada akhir dasawarsa 1960.

Perkembangan tersebut diikuti dengan perkembangan fasilitas fisik. Sebagai contoh: bisnis perparkiran, Car rental, pompa bensin, pertaksian, perusahaan leasing, dan pusat mobil dan motor (showroom).

Showroom adalah media ruang pamer yang mewadahi kegiatan jual beli mobil baru dan bekas, perbengkelan, modifikasi dan sebagai ajang promosi dari segala merk mobil yang beredar di Indonesia. Toyota adalah salah satu produsen mobil terbesar di dunia, dengan PT. Toyota Astra Motornya sebagai main dealer resmi di Indonesia. Toyota mendirikan semua sarana dan prasarana dari produksi/manufaktur sampai dengan aspek pemasaran guna memperlancar dan memperkenalkan produksi maupun distribusi sampai ke tingkat daerah. Produk Toyota mempunyai banyak keunggulan antara lain: ketersediaan berbagai varian, kemudahan akan perawatan, kemudahan akan spare parts, harga relative terjangkau, bentuk kendaraan sangat dinamis dan up to date serta layanan purna jual yang sangat baik. Pusat mobil tersebut berfungsi bukan hanya sebagai ruang pamer tatapi juga sebagai per bengkelan, modifikasi, serta sebagai sarana layanan purna jual kepada para penjual mobil khususnya produksi Toyota.

Showroom Toyota ini dirancang dengan mempertimbangkan aspek estetika/penampilan bangunan sebagai bangunan komersial dengan transformasi logo Toyota dan Arsitektur modern serta kelancaran operasional Showroom Toyota dengan fasilitasnya.

Showroom Toyota di Surakarta ini dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menarik public dan dapat memberikan kenyamanan dalam proses yang terjadi di dalamnya dengan mempertimbangkan segala aspek kelancaran operasional.