

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang

Desain *showroom* menjadi salah satu penunjang jual beli sarana transportasi yang memiliki peran untuk menarik minat para konsumen untuk datang berkunjung ke *showroom* dan melihat kendaraan yang akan di beli. Pelayanan terhadap kepuasan konsumen menjadi perhatian utama dalam perancangan *showroom* guna meningkatkan aktifitas jual beli kendaraan. Menurut Tjiptono (2002:6) pelayanan merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang di tawarkan untuk di jual. Berbagai macam pelayanan yang di berikan kepada konsumen turut memberikan kepuasan yang lebih.

Perkembangan otomotif di Indonesia menjadi salah satu peluang bisnis di masa *pandemic* ini, namun penjualan mobil Honda sempat anjlok 89 persen hanya mampu memasarkan 1.291 unit mobil karena 5 bulan awal tahun 2020 ini masih dihantui oleh *pandemic* yang menyebabkan orang-orang masih takut dan ragu untuk keluar rumah. Tetapi pada bulan juni 2020 pertumbuhan penjualan mobil Honda mulai bangkit lagi, tercatat Honda mampu menjual 2.488 unit, atau meningkat 93 persen di bandingkan bulan Mei. Yusak Billy, *Business Innovation and Marketing & Sales Director* PT Honda Prospect Motor mengatakan, "Kontribusi yang besar juga datang pembeli mobil pertama di segmen LCGC, yang didukung oleh lembaga pembiayaan yang saat ini sudah lebih meringankan pembelian dengan kredit," dalam keterangan tertulisnya pada

(Sumber: <https://www.pikiran-rakyat.com/>).

Mobil Honda selama penjualan Februari lalu menjual 16.284 unit. Dengan berhasilnya Honda mobil meraih penjualan banyaknya angka tersebut diatas disaat ekonomi yang sedang lesu, merupakan prestasi dari sebuah merek mobil dari Negeri Matahari Terbit tersebut, dealer honda cibinong,dealer honda cibinong bogor,dealer honda daerah cibinong. Honda berhasil mencapai prestasi penjualan yang mengembirakan, penjualan keseluruhan pada dua bulan pertama 2017 Mobil Honda mencapai sebesar 33.180 unit, sungguh pencapaian penjualan yang butuh extra keras dan komitmen kerja team, dealer honda di cibinong,dealer honda internusa cibinong,dealer honda mobil cibinong. Jika dirinci per tipe, mobil seperti Mobilio menjadi penyumbang utama. Pada penjualan Februari 2017 sendiri New Mobil Honda Mobilio berhasil membukukan berhasil mencapai penjualan banyaknya 5.338 unit, jumlah ini meningkat sebesar 58% dari bulan sebelumnya yaitu sebesar 3.365 unit, dealer mobil honda di cibinong,dealer motor honda di cibinong.

Showroom otomotif Honda di Cimahi masih belum memperlihatkan slogan honda yaitu “*The Power Of Dreamt*” yang mencerminkan karakter Honda yang bermaksud segala sesuatu bermulai dari mimpi.

Perancangan ini bertujuan untuk merelokasi *showroom* IBRM Honda ke lokasi yang sudah disediakan di Kota Bogor yang beralamat di Jalan Raya Jakarta - Bogor Desa, No No.KM. 50, Cimandala, Kec. Sukaraja, Bogor, Jawa Barat.

1.2 Identifikasi Masalah

Sudah banyak *showroom* mobil di Indonesia khususnya *showroom* mobil Honda yang tersebar luas di berbagai provinsi bahkan kota di Indonesia. Khususnya di Kota Cimahi *showroom* Mobil Honda belum mempunyai ciri khas sebagai *showroom* mobil Honda. Salah satunya adalah *showroom* IBRM Honda yang belum memiliki ciri khas dan desain interior dari beberapa area masih kurang untuk menarik konsumen untuk datang dan membeli mobil Honda pada *showroom* IBRM Honda.

Mendesain interior *showroom* agar memiliki cirikhas Honda dan menerapkan konsep *Monochrome Metal Dream* yang diharapkan bisa memberikan kenyamanan bagi konsumen yang ingin membeli mobil atau menunggu mobilnya yang sedang di *service*. Yang diterapkan pada dinding, lantai, ceiling dan setiap aksesoris pada interior *showroom*.

1.3 Rumusan Masalah

Guna membatasi pembahasan pada topik ini maka dibuatnya rumusan masalah pada perancangan “*Showroom* mobil Honda” diantara lain sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang interior *showroom* mobil honda yang memenuhi standar perancangan fungsional sebagai ruang aktivitas jual-beli?
2. Bagaimana cara merancang *showroom* yang memiliki ciri khas Honda sehingga menjadi daya tarik konsumen?
3. Bagaimana cara mengimplentasikan konsep “*Monochrome Metal Dream*” pada interior *showroom* mobil Honda?

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan *showroom* Honda ini adalah

- Menciptakan *showroom* yang memenuhi standar desain *showroom* sebagai fasilitas jual beli mobil Honda.
- Menciptakan setiap ruangan dan fasilitas *showroom* memiliki ciri khas dari *showroom* Honda.
- Menciptakan setiap ruangan yang berada di *showroom* menjadi ruangan yang membuat nyaman dan kepuasan bagi konsumen.

1.5 Ruang Lingkup Perancangan

Pada gagasan perancangan, ada beberapa fasilitas yang direalisasikan sebagai fasilitas utama *showroom* ini diantaranya terdapat area *Waiting Lounge*, *Private Zone*, *Food Zone with Free Drinks*, *Internet Zone*, *Magazine Rack*, *Charging Station*, kamar untuk peserta training, kelas, *Office room* dan Musholla. Selain itu, terdapat fasilitas servis yang lengkap, terdiri dari 13 bay general repair 3 bay perawatan berkala, 2 bay *Quick Service*, 1 bay *Final Inspection*, 1 bay *Spooring*, 5 bay *Washing*, 9 *Service Parking* dan 10 *Reception & Delivery*. Dan terdapat area *spareparts* dan suku cadang yang lengkap.

1.6 Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan *showroom* mobil Honda yang akan dibuat diharapkan dapat menjadikan sebuah perancangan fasilitas jual beli yang memenuhi standar dari *showroom* guna memenuhi kebutuhan pembeli juga menarik orang yang hendak membeli mobil Honda yang sebelumnya memiliki pemikiran bahwa produk dan *showroom* Honda itu kurang baik kualitasnya dan dari segi pelayanan fasilitasnya.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Mencakup pembahasan latar belakang dari proposal perancangan “*Showroom* Honda”, dimulai dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, ruang lingkup perancangan, dan sistematika penulisan ilmiah,

BAB II: LITERATUR TENTANG SHOWROOM MOBIL

Pembahasan yang dibuat sesuai dengan landasan teori yang dikutip dari buku fisik, data literatur, jurnal, berita, hasil survey, dan hasil penelitian. Pada bab ini juga membahas definisi *showroom* mobil, standar fasilitas *showroom*.

BAB III: DESKRIPSI DAN PROGRAM PERANCANGAN PROYEK SHOWROOM MOBIL HONDA

Melakukan *site visit*, penelitian tentang studi banding dan kunjungan ke beberapa showroom dan fasilitas *showroom*. Memberikan penjabaran tentang keseluruhan konsep desain, juga menjelaskan fungsi fasilitas dari keseluruhan ruang yang ada pada *showroom*.

BAB IV: IMPLEMENTASI KONSEP DAN TEMA PADA PERANCANGAN SHOWROOM MOBIL HONDA DAN TRAINING CENTER

Penerapan konsep dan tema pada interior *showroom* mobil Honda ini dengan menerapkan konsep “*Monochrome Metal Dream*” pada bagian dinding, *ceiling*, pola lantai dan layout bangunan.

BAB V: KESIMPULAN

Menjelaskan kesimpulan dari semua isi laporan ini mulai dari BAB 1 sampai BAB 4.