

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada saat ini perkembangan dunia otomotif berhubungan dengan kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang diminati dan merupakan salah satu aspek penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek mobil. Para produsen mobil berusaha meningkatkan kualitas dan pelayanan kepada publik dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Masyarakat membutuhkan suatu tempat dimana konsumen dapat melihat produk dengan leluasa, yaitu *Showroom*. Maka dari itu *showroom* membutuhkan suatu desain guna meningkatkan citra dari sebuah merek mobil itu sendiri. Desain interior *showroom* hendaknya dapat memberikan kenyamanan bagi pengguna di *showroom* tersebut.

Area display dirancang secara khusus untuk menimbulkan daya tarik pelanggan terhadap kendaraan yang sedang dipamerkan, area ini juga disebut zona komunikasi yang merupakan ruang penyambutan dimana pelanggan merasa nyaman saat mengunjungi *showroom* tersebut.

Interior *showroom* sebaiknya dirancang sedemikian rupa secara professional tetapi tetap efisien bagi penggunaannya dengan mengikuti standar yang diharapkan dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung dan karyawan.

Di Indonesia merek satu produsen otomotif dipegang oleh ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merek). ATPM ini membutuhkan suatu wadah untuk menyampaikan berbagai informasi tentang produknya kepada konsumen atau masyarakat, agar produknya dapat diketahui secara luas sehingga ATPM mampu menjual produknya.

Pada saat ini konsumen memilih suatu kendaraan yang keduanya harus ada dalam satu *brand* mobil ternama. Fungsionalitas merupakan dasar konsumen dalam memilih mobil sebagai transportasi. Adapun kriteria mobil memiliki fungsi yaitu bernilai ekonomis, kuat disegala medan atau lincah, tahan banting, mudah perawatan, dan pelayanan merek tertentu kepada konsumen. Adapun fungsi lainnya, konsumen membutuhkan kriteria keamanan, kenyamanan, kemewahan dan model. Jika konsumen telah mendapatkan kedua kriteria diatas maka biaya dan harga tinggi bukanlah suatu masalah.

Contoh merek yang sesuai dengan kriteria di atas adalah Honda, Toyota, Suzuki, Mitshubishi, Nissan, dan Izuzu Prodak diatas merupakan sejumlah merk mobil yang berasal dari Jepang yang memenuhi kriteria konsumen pada saat ini.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan, maka indentifikasi masalah yang ada sebagai berikut:

1. Bagaimana menciptakan suatu perancangan interior *showroom* dan kantor yang nyaman?
2. Bagaimana menciptakan desain *showroom* agar mencerminkan produk yang dipasarkan?

### **1.3 Tujuan perancangan**

Adapun tujuan perancangan ini:

1. Menciptakan suatu perancangan interior *showroom* dan kantor yang nyaman dengan penerapan inovasi bentuk dan desain *showroom* tersebut.
2. Menciptakan desain *showroom* yang mengikuti arah perkembangan desain masa kini yang futuristik.

### **1.4 Sistematika penulisan**

Bab 1 Pendahuluan

Latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, sistematika penulisan

Bab 2 berisi tentang landasan teori

Tinjauan teori, dan tinjauan lapangan yang berisikan fakta pada kondisi proyek *showroom* mobil dengan merek berbeda yang mengacu pada konsep inovatif yang menjadi acuan penulis sebagai proses mendesain dan beberapa literature yang dibutuhkan dalam proses tersebut.

Bab 3 berisi tentang objek studi *showroom* dan kantor mobil Suzuki

Bab 4 berisi tentang hasil analisis objek studi

Bab 5 berisi tentang kesimpulan dan saran