

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia otomotif, kepuasan konsumen terhadap suatu produk merupakan salah satu aspek penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu merk. Para produsen selalu berusaha menyediakan berbagai macam produk otomotif yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat.

Penjualan mobil di Indonesia terus meningkat, dapat dilihat dari penjualan kendaraan di Indonesia International Motor Show (pameran otomotif Indonesia berskala internasional) yang setiap tahunnya meningkat. IIMS tahun 2003 mencatat penjualan 500 milyar rupiah, tahun 2005 melonjak 2 kali lipat menjadi 1 trilyun rupiah, dan terakhir kali pada IIMS 2008 yang diikuti 18 ATPM tercatat penjualan 6775 buah mobil senilai 1,85 trilyun.



Gambar 1.1 Suasana dan Logo IIMS 2008

(sumber: www.iims.co.id)

Di Indonesia merk suatu produsen otomotif dipegang oleh ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merek). ATPM ini butuh suatu wadah untuk menyampaikan berbagai informasi tentang produknya kepada konsumen/ masyarakat agar produknya diketahui secara luas sehingga ATPM mampu menjual produknya.

Konsumen produk otomotif ada 2 jenis, jenis pertama mengutamakan fungsionalitas. Jenis pertama ini menggunakan mobil sebagai murni alat transportasi. Mobil tersebut haruslah bernilai ekonomis, tahan banting, serta mudah perawatan dan penggunaannya. Sedangkan konsumen jenis kedua, selain fungsi, sangat mengutamakan keamanan, kenyamanan, prestise, dan kemewahan. Dalam hal ini ongkos dan harga tinggi bukan masalah. Contoh merk yang bermain di kelas ini contohnya Audi, BMW, Mercedes Benz, VW, dsb.

Volkswagen, atau biasa disingkat VW adalah produsen otomotif yang berbasis di kota Wolfsburg, Jerman yang didirikan oleh Adolf Hitler, Ferdinand Porsche, dan Robert Ley pada tahun 1937. Selain itu VW group juga VW Group membawahi merk Audi, Lamborghini, dan Skoda. Produk pertamanya adalah VW Beetle yang sampai sekarang masih sangat terkenal. Sekarang Volkswagen adalah produsen otomotif ke-3 terbesar dunia setelah Toyota dan General Motor.

Volkswagen sempat vakum di Indonesia selama 25 tahun dan baru muncul lagi tahun 2001 di bawah ATPM PT Garuda Mataram Motor dengan me-*launch* Beetle Cabriolet, Golf Plus, new Golf Mk V, the new Polo, Golf GTI, dan new Touareg.



Gambar 1.2 Logo Volkswagen
(Sumber: www.vw.com)



Gambar 1.3 VW Golf GTI
(Sumber: www.vw.com)

PT. Garuda Mataram Motor membangun *dealer* 3S di Pluit, Jakarta Utara dan mulai beroperasi dari 11 Desember 2003. Selain di Jakarta, *dealer* VW sudah ada di Bandung Surabaya, dan Semarang. Di Bandung terdapat 1 *dealer* sekaligus *workshop* VW yang terletak di Jalan Soekarno Hatta No 291.

Penggemar maupun pengguna VW di Indonesia pada umumnya dan Bandung pada khususnya semakin meningkat dari waktu ke waktu. Hal ini menyebabkan terbentuknya komunitas pemakai Volkswagen di Bandung seperti Volkswagen Club Bandung (VCB). Komunitas-komunitas ini sering mengadakan event- event seperti drag race, touring car championship, kompetisi modifikasi dan lainnya. Sampai saat ini belum ada satu tempat terorganisir yang dapat menampung para penggemar dan pengguna Volkswagen untuk saling bersosialisasi dan hanya terdapat 1 buah *dealer*

VW di Bandung. Oleh karena itu dengan adanya Showroom Volkswagen ini diharapkan akan memenuhi kebutuhan pemilik / penggemar VW di Kota Bandung.

1.2 Pertanyaan Penciptaan

- Bagaimana menciptakan showroom yang dapat memvisualisasikan karakter dari *brand* Volkswagen ?
- Bagaimana menciptakan showroom yang dapat menciptakan sebuah showroom yang memberikan daya tarik bagi calon pembeli/ konsumen?

1.3 Tujuan Penciptaan

- Menciptakan showroom yang dapat memvisualisasikan karakter dari *brand* Volkswagen.
- Menciptakan showroom yang dapat menciptakan sebuah showroom yang memberikan daya tarik bagi calon pembeli/konsumen.

1.4 Manfaat Penciptaan

Manfaat dari showroom Volkswagen ini adalah untuk memperluas jaringan 3S dari PT. Garuda Mataram Motor selaku ATPM Volkswagen di Indonesia, khususnya di Kota Bandung. Dengan adanya “showroom” ke-2 di Kota Bandung ini diharapkan *brand* Volkswagen dapat semakin dikenali oleh masyarakat.