

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan penjualan kendaraan roda empat yang semakin kompetitif, mengkhususkan produsen kendaraan memiliki *showroom* yang dapat memberikan pelayanan yang di dukung fasilitas yang lengkap sesuai dengan standar layanan showroom kepada konsumen. Dalam melayani konsumen dengan baik terdapat beberapa dimensi dalam kualitas pelayanan (*service quality*), yang disebut *tangible*. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) *tangible* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada konsumen untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen ketika sedang berada di tempat penyedia jasa tersebut yang dapat dilihat dari penampilan, kemampuan sarana fasilitas dan prasarana fisik perusahaan (gedung, gudang, *furniture* dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan).

Tangible merupakan salah satu cara *showroom* Honda untuk mempengaruhi keyakinan dan persepsi konsumen. Sehingga keinginan konsumen untuk melakukan aktivitas pra penjualan hingga pasca penjualan di dalam *showroom* dapat meningkat setelah konsumen memiliki gambaran bahwa penyedia jasa tersebut akan memberikan pelayanan jasa yang berkualitas karena terlihat dari lengkapnya sarana dan prasarana fisik di dalam rancangan *showroom* tersebut terutama dari segi *interiornya*. Hal ini juga di dukung dari 4 kelengkapan dari *tangible* itu sendiri yaitu *interior* yang menarik, kebersihan perusahaan, kelengkapan fasilitas dan karyawan yang berpenampilan rapi yang di gunakan untuk mempengaruhi keyakinan dan persepsi konsumen sehingga konsumen akan merasa yakin untuk melakukan aktivitas pra penjualan , penjualan dan pasca penjualan di dalam *showroom* Honda .

Autobest Bandung merupakan *showroom* resmi dan terbesar mobil Honda sejak 2006 yang memiliki fasilitas lengkap mulai dari *Showroom*, bengkel, suku cadang dan *body & paint*. Hasil observasi *showroom* Honda Autobest di temukan beberapa masalah di dalam *showroom* terkait dengan *tangible*, yaitu belum adanya keselarasan desain *interior* yang di tonjolkan dari teknik dan sistem *display* produk seperti sistem pencahayaan, penghawaan, *layout* yang di *display*, cara menampilkan barang yang di *display* di dalam *showroom*, belum lengkapnya fasilitas dalam mendukung aktivitas pengguna *showroom* untuk melakukan pra penjualan , penjualan dan pasca penjualan di dalam *showroom* yang sesuai dengan standarisasi *Honda facility standard (2009)* seperti area *F&I Manager*, area *Info Center*, *Retail Accessories* serta layanan *Service Express* yang seharusnya tersedia di dalam *showroom* sehingga di perlukan penambahan fasilitas area tersebut kedalam perancangan yang letak dan desainnya sesuai dengan standar perancangan *Honda facility standard (2009)*.

Desain *showroom* Honda Autobest yang belum sesuai, memberikan dampak terhadap pelayanan, stimulus keyakinan dan persepsi konsumen ketika akan membeli produk yang membuat konsumen tidak berminat dalam membeli produk honda di dalam *showroom*. “ Perancangan Ulang *Showroom* Mobil Honda Autobest di Bandung” diangkat sebagai Tugas Akhir agar menghasilkan perancangan *interior showroom* mobil Honda Autobest yang dapat menstimulus layanan pra dan pasca jual, memberi stimulus keyakinan dan persepsi konsumen untuk membeli produk Honda ketika berada di dalam *showroom* sesuai dengan standar perancangan *Honda facility standard(2009)* dan konsep *tangible*.

1.2 Identifikasi Masalah

Desain showroom Honda Autobest yang belum sesuai dengan standar perancangan *Honda facility standard* (2009) berdampak terhadap keyakinan dan persepsi konsumen ketika akan membeli produk, sehingga membuat minat membeli konsumen menurun ketika berada di dalam *showroom*.

Permasalahan yang dihadapi dalam perancangan ini yaitu :

- *Desain showroom* belum memberikan gambaran kepada konsumen bahwa *showroom* tersebut akan menjual produk mobil Honda dan memberikan pelayanan jasa yang berkualitas di persepsikan dari penampilan dan kemampuan sarana fasilitas yang belum lengkap di dalam rancangan *showroom* terutama dari pencitraan desain *interiornya*
- *Desain showroom* belum mempengaruhi minat konsumen dalam menstimulus keinginannya dalam membeli produk yang di display ketika berada di *showroom*, karena teknik dan sistem *display* produk seperti sistem pencahayaan, penghawaan, *layout* yang di *display*, cara menampilkan barang yang di *display* belum sesuai untuk membantu menonjolkan produk yang di display karena belum diperhatikan *desainya*.
- Belum tersedia fasilitas pendukung pada *showroom* seperti area konsultasi khusus, seperti *F&I manager*, *Info Center*, *Retail Accessories* dan layanan *Service Express* yang seharusnya tersedia di dalam *showroom* sesuai *Standar Facility Honda* (2009).

1.3 Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang terdapat diidentifikasi masalah dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Bagaimana cara merancang *interior Showroom* mobil Honda yang memberikan gambaran kepada konsumen bahwa *showroom* tersebut menjual produk mobil Honda dan memberikan pelayanan jasa berkualitas yang di persepsikan dari penampilan dan kemampuan sarana fasilitas sesuai dengan *Honda facility standard (2009)*?
2. Bagaimana cara merancang teknik dan sistem *display* produk seperti pencahayaan, penghawaan, *layout* yang di *display*, menampilkan barang yang di *display* didalam *Showroom* mobil Honda yang dapat menstimulus keyakinan konsumen agar semakin ingin membeli produk ketika berada di *showroom* yang sesuai dengan *Honda facility standard (2009)*?
3. Bagaimana cara merancang fasilitas *Showroom* mobil Honda yang belum tersedia agar dapat memenuhi segala pelayanan fasilitas kepada konsumen dengan baik ketika berada di dalam *showroom* yang sesuai dengan *Honda facility standard (2009)*?

1.4 Batasan Perancangan

Batasan batasan dalam perancangan agar lebih terperinci ini adalah sebagai berikut :

1. Perancangan ulang *Showroom* Mobil Honda Autobest yang terletak di Bandung , Jawa Barat.
2. Perancangan ulang *Showroom* Mobil Honda Autobest terletak di Jl. Soekarno Hatta no.517, Cijagra, Lengkong, Cijagra, Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40265, Indonesia.
3. Perancangan ulang *Showroom* Mobil Honda Autobest terdiri dari 2 lantai.
4. Perencanaan ruang yang berhubungan dengan aktivitas *Showroom* yaitu dapat mewadahi kegiatan jual beli , *display* produk, dan kegiatan penunjang serta menarik minat pengunjung terhadap benda *display* di *Showroom* Honda yang di dukung oleh *Lighting*, Penghawaan, Keselamatan, Sirkulasi , Jarak nyaman aktivitas sesuai standar perancangan *Honda facility standard* (2009)
5. *Site Plan* perancangan :



Gambar 1.5 *Site plan* perancangan

(Sumber : google maps)

1.5 Tujuan dan Sasaran Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada , dapat disimpulkan tujuan dan sasaran perancangan ulang *Showroom* Mobil Honda Autobest yaitu :

Tujuan :

1. Merancang *interior Showroom* Mobil yang dapat memberikan gambaran kepada konsumen bahwa *showroom* tersebut menjual produk yang bernilai tinggi dan memberikan pelayanan jasa yang berkualitas, sesuai dengan standar perancangan *Honda facility standard (2009)*
2. Merancang *interior Showroom* Mobil Honda yang dapat memberikan kenyamanan yang baik sehingga dapat menstimulus minat membeli konsumen terhadap produk Honda kepada konsumen ketika berada di dalam *showroom* sesuai dengan standar perancangan *Honda facility standard (2009)* dan konsep *tangible*.

1.6 Metoda Perancangan

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada interior *Showroom* Mobil Honda Autobest Bandung, antara lain :

1. Survei

Melakukan pengamatan langsung terhadap objek perancangan yaitu *Showroom* Mobil Honda Autobest yang berlokasi di Bandung, Jawa Barat. *Survei* dilakukan untuk melihat dan mengamati apa saja yang terjadi di dalam *Showroom* Mobil Honda Autobest , yang bertujuan agar perancang dapat menemukan permasalahan yang terjadi pada *showroom* sehingga layak untuk di lakukan pencarian solusi terkait permasalahan. Ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan ketika melakukan survei seperti kondisi elemen dasar *interior* berupa dinding, *ceiling*, *flooring*, *layouting*, sistem *display* dan lain sebagainya.

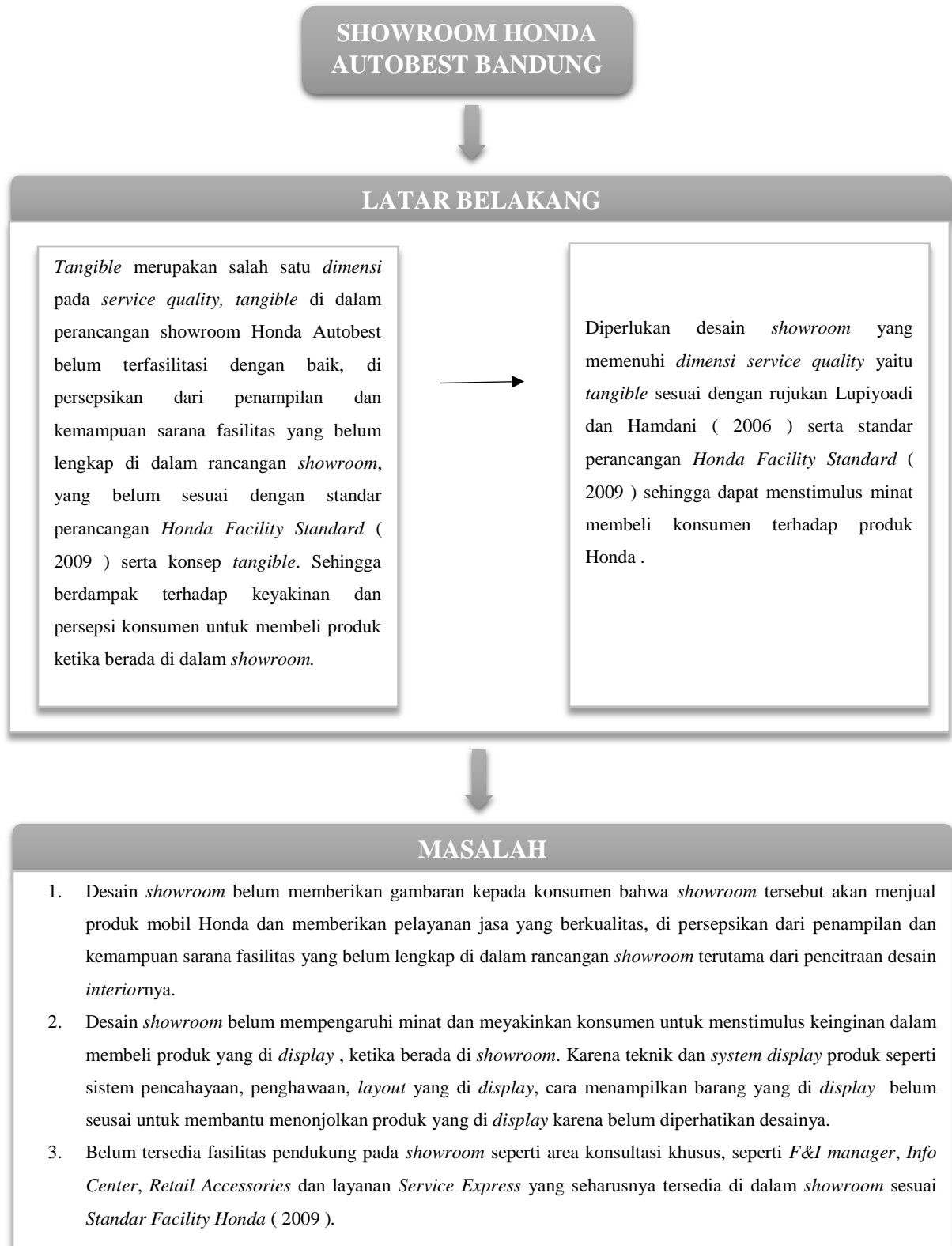
2. Wawancara

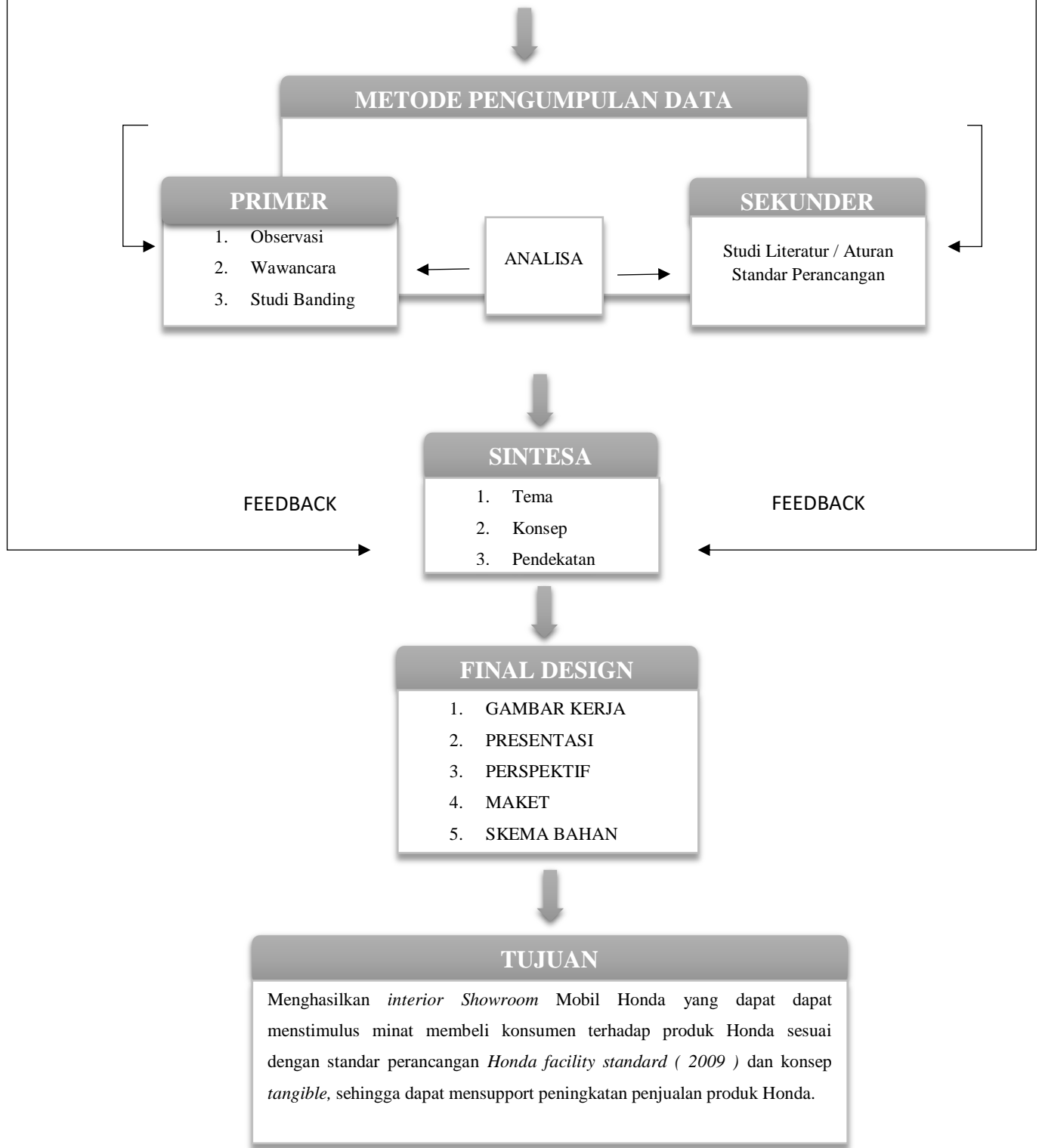
Wawancara dilakukan dengan pihak staff *Showroom* Mobil Honda Autobest. Proses ini bertujuan untuk mengetahui beberapa aturan standar terkait perancangan desain *interior showroom* dan data pegawai dari *showroom* Honda Autobest.

3. Studi Literatur

Mencari data yang terkait dengan perancangan yang digunakan untuk data komparatif. Kumpulan data yang dicari dapat berasal dari majalah, jurnal, buku, dan *internet* yang berhubungan dengan judul perancangan. Data yang dijadikan landasan utama pada perancangan ini yaitu : Data Arsitek , *Honda Facility Standard (2009)*, *Showroom Lighting*, Pedoman *material interior outlet* Toyota (2013) Data tersebut merupakan data literatur untuk memenuhi standar perancangan interior *Showroom* Mobil Honda Autobest

1.7 Kerangka Pemikiran





1.8 Sistematika Batasan

Sistematika pembahasan dalam penulisan tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang informasi umum yaitu latar belakang perancangan ulang *Showroom* Mobil Honda, rumusan masalah, batasan perancangan mengenai pembatasan dari penyelesaian dari permasalahan yang ada, tujuan dan sasaran, metodologi perancangan, dan sistematika penulisan.

BAB II : DESKRIPSI DAN ANALISA DATA

Bab ini berisikan tentang sejarah dari Honda , pengertian dan fungsi dari *Showroom*, standar dari Honda dan pembahasan tentang *service quality* yang dipakai dalam perancangan *showroom*.

BAB III : TEMA DAN KONSEP PERANCANGAN

Berisi tentang deskripsi objek studi (*Showroom* mobil Honda Autobest) dan programing ruang dari *Showroom* Mobil Honda. Deskripsi dan analisis objek studi berisi analisa tentang lokasi, bangunan, fungsi yang dibuat, dan studi fungsi sejenis, sedangkan *programming* ruang berisi tentang *zoning-blocking*, user analisis, *flow activity*, tema dan konsep yang di terapkan pada perancangan *Showroom* Mobil

BAB IV : DENAH KHUSUS

Berisi tentang penjelasan tema dan konsep, bagaimana implementasinya tema dan konsep perancangan terhadap desain denah khusus yang sudah di pilih.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.