

Strategi Pemasaran Skuter Vespa dan Lambretta di Jakarta (1966-1977) = Vespa and Lambretta Scooter Marketing Strategy in Jakarta (1966-1977)

Raihan Zhafir Ar Rasyad, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920566119&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mengkaji strategi pemasaran skuter Vespa dan Lambretta di Jakarta dari tahun 1966 hingga 1977. Skuter Vespa dan Lambretta memiliki peranan penting dalam dunia otomotif roda dua Jakarta, khususnya pada periode 1960-an. Indonesia pada dekade 1960-an mengalami periode transisi pemerintahan yang mengakibatkan terjadinya perubahan secara signifikan di bidang sosial dan ekonomi. Dunia otomotif roda dua Indonesia yang dinamis mengikuti pergeseran zaman dan permintaan konsumen juga dituntut mampu menarik animo masyarakat terhadap produk yang mereka tawarkan. Di tengah situasi inilah skuter Vespa dan Lambretta hadir dan menjadi opsi bagi masyarakat yang melihat kendaraan asal Eropa sebagai simbol status sosial mereka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sejarah dengan menggunakan sumber primer seperti surat kabar sezaman, dokumen pemerintah, arsip-arsip klub skuter Vespa maupun Lambretta, serta sumber sekunder berupa buku, artikel, dan penelitian terdahulu yang memiliki aspek kajian serupa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skuter Vespa dan Lambretta di Jakarta menggunakan berbagai strategi pemasaran melalui dealer, iklan, jenis model, serta pemasaran melalui acara pekan raya Jakarta untuk menargetkan suatu kelas masyarakat yang memilih skuter Vespa dan Lambretta asal Italia dibandingkan sepeda motor pabrikan negara lain. Sejak tahun 1966, ketika Indonesia mengalami transisi pemerintahan dan terjadi pergantian regulasi mengenai masuknya industri kendaraan asal luar negeri, sektor industri roda dua Jakarta didominasi oleh sepeda motor pabrikan Jepang seperti Honda, Yamaha, dan Suzuki. Namun suatu kelas masyarakat baru yang muncul dalam periode ini melihat skuter Italia sebagai simbol dari status sosial mereka diantara masyarakat lainnya. Kebaruan dalam penelitian ini memberikan gambaran strategi pemasaran brand skuter Vespa dan Lambretta di Jakarta yang terjadi di rentang tahun 1966-1977.

..... This study examines the marketing strategy of Vespa and Lambretta scooters in Jakarta from 1966 to 1977. Vespa and Lambretta scooters have an important role in the Jakartan two-wheeled automotive world, especially in the 1960s. Indonesia in the 1960s experienced a period of government transition that resulted in significant changes in the social and economic fields. The dynamic Indonesia two-wheeled automotive world followed the shifting times and consumer demand and was also required to be able to attract public interest in the products they offered. In the midst of this situation, Vespa and Lambretta scooters appeared and became an option for people who saw European vehicles as a symbol of their social status. The method used in this study is the historical method using primary sources such as contemporary newspapers, government documents, archives of Vespa and Lambretta scooter clubs, as well as secondary sources in the form of books, articles, and previous research that have similar aspects of study. The results of the study show that Vespa and Lambretta scooters in Jakarta use various marketing strategies through dealers, advertisements, model types, and marketing through the Jakarta fair to target a class of people who choose Italian scooters over motorcycles made in other countries. Since 1966, when Indonesia experienced a transition of government and there was a change in regulations regarding the entry of foreign vehicle

industries, the Jakartan two-wheeled industry sector has been dominated by Japanese motorcycle manufacturers such as Honda, Yamaha, and Suzuki. However, a new class of people who emerged during this period saw Italian scooters as a symbol of their social status among other people. The novelty in this study provides an overview of the marketing strategies of the Vespa and Lambretta scooter brands in Jakarta that occurred in the period 1966-1977.