

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan semakin majunya teknologi saat ini dan kreativitas yang tumbuh di masyarakat, terutama dalam bisnis *online*, banyak yang menggunakan internet sebagai alat promosi. Tak jarang, Internet sangat membantu dalam menjual dan memasarkan produk di media sosial karena memungkinkan akses ke audiens yang luas, interaksi langsung dengan pelanggan, dan penggunaan strategi pemasaran yang kreatif seperti konten visual menarik, iklan berbayar, yang semuanya dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk secara signifikan. Ini adalah bentuk teknologi karena melibatkan pertukaran barang, jasa, atau pembayaran. Internet dipilih karena jangkauannya yang luas. Untuk mengakomodasi kebutuhan mobilitas manusia, perangkat berbasis teknologi informasi mulai menyediakan alat yang mendukung mobilitas tersebut. Memberikan kenyamanan bagi pembeli selama proses transaksi, tetapi juga mempermudah penjual dalam menjual produk atau dagangan dengan lebih mudah dan cepat [1]. Informasi terkini bisa diakses dengan mudah, bahkan transaksi pembelian dapat dilakukan melalui ponsel atau perangkat genggam. Selain *e-commerce*, evolusi teknologi ini juga mengarah pada bentuk baru yang disebut *mobile commerce*.

Seiring berjalannya waktu, banyak konsumen yang semakin tertarik untuk membeli mobil bekas karena kualitas dan harga yang ditawarkan sangat menarik. Hal ini membuat konsumen cenderung lebih memilih mobil bekas daripada mobil baru, penjual melakukan cenderung melakukan dengan memasang spanduk dan promosi secara *offline* [2]. Selanjutnya motor bekas memiliki daya tarik karena harganya jauh lebih terjangkau. Hal ini menjadi salah satu alasan utama mengapa kendaraan bekas banyak dicari. Proses pembelian motor bekas juga lebih mudah dibandingkan dengan motor baru, tanpa harus menghadapi proses administrasi yang rumit, promosi yang dilakukan masih secara cenderung *offline* dari pada *online* [3].

Penjual mobil dan sepeda motor bekas sering menghadapi kendala dalam memasarkan produk mereka karena kurangnya aksesibilitas ke pasar *online* yang efektif. Di sisi pembeli, mencari informasi tentang penjualan mobil dan sepeda motor bisa menjadi tugas yang memakan waktu, karena seringkali mereka harus langsung pergi ke tempat penjualan fisik untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Dengan kebutuhan akan aksesibilitas yang lebih baik dalam pasar mobil dan sepeda motor bekas, sebuah aplikasi penjualan

berbasis *mobile* direncanakan untuk memfasilitasi penjualan secara *online*. Merancang dan mengembangkan sebuah aplikasi *mobile* khusus untuk penjualan dan pembelian mobil dan sepeda motor bekas adalah langkah yang strategis dan berpotensi memberikan nilai tambah yang signifikan baik bagi penjual maupun pembeli. Aplikasi ini tidak hanya memudahkan proses jual beli, tetapi juga meningkatkan keamanan, kenyamanan dalam mengiklankan mobil dan sepeda motor bekas. Berdasarkan gambaran tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul tugas akhir yang mencakup "Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan dan Pembelian Mobil dan Sepeda Motor Bekas Berbasis *Mobile*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan sehingga perlu dilakukan penelitian adalah

- a. Penjual menghadapi tantangan dalam memasarkan mobil dan sepeda motor bekas.
- b. Pembeli mengalami kesulitan dalam mengakses informasi terkait penjualan mobil dan sepeda motor bekas.
- c. Pembeli memerlukan waktu pergi ke *dealer* untuk mendapatkan informasi tentang penjualan mobil dan sepeda motor bekas.

1.3 Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah sebelumnya, tujuan dari penelitian dalam skripsi ini adalah:

- a. Mengembangkan *platform mobile* yang memfasilitasi proses pembelian dan penjualan mobil serta sepeda motor bekas.
- b. Menyediakan fitur pengelolaan inventaris untuk memantau dan mengelola stok mobil dan sepeda motor bekas.
- c. Menganalisis dan memberikan gambaran mengenai pengembangan sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

1.4 Manfaat

Melalui penelitian ini, manfaat yang dapat diperoleh antara lain:

- a. Memudahkan pengguna untuk mencari, membandingkan, dan membeli kendaraan bekas di mana mereka berada.
- b. Menjangkau pasar yang lebih besar dengan menghubungkan penjual dan pembeli dari berbagai lokasi.

- c. Proses yang lebih mudah dengan negoisasi harga, dan dapat mengatur pertemuan secara langsung antara penjual dan pembeli.

1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pembahasan pada tugas akhir ini yaitu:

1. *User Admin*
 - a. Fitur *login* admin
 - b. Fitur *Profil* admin
 - c. Fitur beranda admin
 - d. Fitur data akun penjual dan pembeli
 - e. Fitur katalog mobil bekas
 - f. Fitur katalog motor bekas
 - g. Fitur status iklan
 - h. Fitur pembayaran layanan iklan
 - i. Fitur laporan iklan
 - j. Fitur pesan
2. Pengguna
 - a. Fitur mendaftar dan *login*
 - b. Fitur beranda.
 - c. Fitur pencarian
 - d. Fitur lokasi
 - e. Fitur *Filter*
 - f. Fitur *notifikasi*
 - g. Fitur jual
 - h. Fitur pesan
 - i. Fitur telepon
3. Inspeksi
 - a. Fitur Pesan
 - b. Fitur *profil*
 - c. Fitur *home*
 - d. Fitur jadwal inspeksi
 - e. Fitur daftar pengajuan
 - f. Fitur *zoom meet* inspeksi
4. Dalam *design mobile* menggunakan *tools* Adobe XD.

5. Metodologi yang digunakan untuk mengembangkan sistem dalam penelitian ialah metode SDLC (*Software Development Life Cycle*)



UNIVERSITAS
MIKROSKIL