

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi telah sangat berkembang dan sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia untuk membantu kegiatan sehari-hari, hal ini tidak terlepas dari keberadaan *internet*. *Internet* bermanfaat bagi aktifitas kehidupan, salah satunya dalam dunia bisnis. Produsen membutuhkan informasi mengenai pangsa pasar dan kebutuhan konsumen akan jenis dan model barang, sedangkan konsumen membutuhkan informasi tentang karakteristik dan spesifikasi barang. Sehingga informasi dalam dunia bisnis mempunyai peran yang sangat penting untuk digunakan dalam penyampaian informasi melalui internet [1].

Pengguna internet yang semakin meningkat berpengaruh pada perkembangan *e-marketplace* di Indonesia, khususnya forum jual-beli *online*. *E-Marketplace* adalah sebuah sistem informasi antar organisasi dimana pembeli dan penjual di pasar mengkomunikasikan informasi tentang harga, produk dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran komunikasi elektronik. *Marketplace* merupakan suatu platform dimana memiliki tugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk secara *online*. *Marketplace* atau pasar daring juga menyediakan berbagai fasilitas seperti metode pembayaran, estimasi pengiriman, pemilihan produk sesuai kategori, dan fitur yang lainnya. Kegiatan *e-marketplace* telah berkembang bisnis jual beli mobil salah satunya di wilayah Bandar Lampung.

Bandar Lampung adalah sebuah kota di Indonesia sekaligus ibu kota dan kota terbesar di provinsi Lampung. Dengan kepadatan 5.332/km<sup>2</sup>, Bandar Lampung merupakan salah satu kota terpadat di Pulau Sumatra, serta termasuk salah satu kota besar di Indonesia dan Kota terpadat di luar Pulau Jawa, dengan segala bentuk aktifitas perekonomian dan pemerintahan Provinsi Lampung bertumpu pada Kota yang berslogan kan ragom gawi yang bermakna gotong royong dan kerja sama. Seperti banyak kota-kota lain di Indonesia, Bandar Lampung yang membuka usaha jual beli mobil mobil.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada beberapa tempat showroom mobil di Bandar Lampung dalam melakukan pemasaran masih dilakukan menggunakan *banner* sehingga banyak pelanggan yang mengalami kesulitan dalam mengetahui informasi mobil yang ditawarkan dikarenakan pemasangan *banner* hanya menampilkan nama tempat showroom dan lokasi, tidak adanya informasi mengenai jenis mobil dan fasilitas yang ditawarkan. Sebagian showroom juga memasarkan dan menjual produk mereka melalui situs-situs sosial seperti *facebook* dan *Instagram* sehingga masih belum optimal dikarenakan media ini hanya dapat dilihat oleh sebagian orang yang melakukan pertemanan sehingga tidak meluasnya pemasaran. Serta banyak pelanggan yang merasa kebingungan dalam melakukan pemilihan showroom mobil maupun jenis mobil yang akan dibeli.

Berdasarkan masalah diatas diperlukan tempat yang lebih luas untuk dapat mempromosikan mobil yaitu dengan membuat sistem *e-marketplace* secara *online*. Sistem yang dibangun dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang dimiliki perusahaan dalam listings maka perusahaan showroom mobil ingin membangun sarana pemasaran, maka akan dibuat sistem *marketplace* jual beli mobil yang akan dibangun, di fokuskan untuk menyebarkan informasi pada web ini akan menghadirkan layana informasi mobil secara cepat, kapan saja dan dimana saja. Sistem yang dibangun ini dapat membantu pihak showroom dalam proses jual beli dengan mudah dan dapat menyebarkan informasi dengan lengkap.

## **1.2. Ruang Lingkup Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan permasalahan yang ada yaitu :

1. showroom melakukan pemasaran masih dilakukan menggunakan *banner* sehingga banyak pelanggan yang mengalami kesulitan dalam mengetahui informasi mobil yang ditawarkan dikarenakan pemasangan *banner* hanya menampilkan nama tempat showroom dan lokasi.
2. Tidak adanya informasi mengenai jenis mobil dan fasilitas yang ditawarkan.

3. Showroom juga memasarkan dan menjual produk mereka melalui situs-situs sosial seperti *facebook* dan *Instagram* media ini hanya dapat dilihat oleh sebagian orang yang melakukan pertemanan.
4. Serta banyak pelanggan yang merasa kebingungan dalam melakukan pemilihan showroom mobil maupun jenis mobil.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana memberikan informasi jual beli mobil di Bandar Lampung secara lengkap kepada pelanggan sehingga dapat mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi ?
2. Bagaimana membangun sistem *marketplace* jual beli mobil di Bandar Lampung?

### **1.4. Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah di atas yaitu

1. Penggunaan website ini dapat digunakan oleh semua pelanggan yang membutuhkan jual beli mobil di Kota Bandar Lampung.
2. Sistem dirancang dapat menampilkan informasi showroom mobil.

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Setiap penelitian yang sifatnya ilmiah sudah tentu mempunyai tujuan yaitu :

1. Memberikan informasi showroom mobil di Bandar Lampung secara lengkap kepada pelanggan sehingga dapat mempermudah pelanggan dalam proses penginformasian mengenai showroom mobil.
2. Mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian mobil.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Mempermudah pelanggan mendapatkan informasi mobil yang ditawarkan.
2. Mempermudah showroom mobil untuk mempromosikan mobil.