

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam industri otomotif, mobil bekas memiliki pangsa yang cukup besar karena banyak orang yang lebih memilih untuk membeli mobil bekas karena harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan mobil baru. Mobil bekas adalah kendaraan yang sebelumnya telah dimiliki dan digunakan oleh orang lain sebelum dijual kembali. Salah satu *showroom* mobil bekas yang menonjol adalah *showroom* sinarmas yang berlokasi di kota Jember, Jawa Timur.

Dalam era digital saat ini, internet menjadi salah satu *platform* terbesar untuk mempromosikan bisnis, termasuk dalam industri otomotif, khususnya pada bisnis mobil bekas. Oleh karena itu, banyak *showroom* mobil bekas mulai memanfaatkan internet dan konsep *e-commerce* dengan membuat *website* mereka sendiri. Tujuan utamanya adalah untuk memperluas pasar mereka dan menjangkau pelanggan potensial yang lebih banyak melalui *platform online*.

Showroom sinarmas menghadapi sejumlah permasalahan yang berpengaruh pada operasional dan strategi pemasaran mereka. Salah satu masalah yang sering terjadi adalah adanya calon pelanggan yang berminat untuk melihat unit mobil, namun setelah ditunggu, mereka tidak kunjung datang ke *showroom*. Situasi ini menyebabkan pemborosan waktu dan sumber daya bagi *showroom*, sekaligus mengurangi potensi penjualan. Di samping itu, *showroom* juga menghadapi tantangan dalam mencapai calon pelanggan yang belum menyadari keberadaan mereka. Saat ini, *showroom* hanya mengandalkan pemasaran konvensional dengan memasang spanduk dan brosur di beberapa lokasi.

Dalam menghadapi permasalahan yang dihadapi oleh *Showroom Sinarmas*, terdapat beberapa solusi yang dapat diimplementasikan. Pertama, *showroom* dapat mempertimbangkan untuk membuat *website* resmi guna memperluas pemasaran secara *online*. Selanjutnya, *showroom* dapat menyediakan fitur cek unit dan *test drive* berbayar sebagai pilihan bagi calon pelanggan yang ingin memastikan

kecocokan dan kualitas mobil bekas sebelum melakukan pembelian. Dengan fitur ini, calon pelanggan dapat memesan jadwal untuk melihat langsung kondisi dan kualitas mobil bekas yang diminati, serta melakukan *test drive* untuk menguji performa mobil. Selain memberikan pengalaman yang lebih menyeluruh bagi calon pelanggan, fitur cek unit dan *test drive* berbayar juga dapat membantu pihak *showroom* dalam mengukur tingkat keseriusan calon pelanggan, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih fokus dan terarah untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis mobil bekas. Dengan menerapkan beberapa solusi tersebut, *showroom* sinarmas dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar potensial, serta memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik dalam proses pembelian mobil bekas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana membangun Sistem Informasi Showroom Mobil Bekas Berbasis Website Studi Kasus Showroom Sinarmas?
2. Bagaimana mempermudah pelanggan dalam pencarian mobil bekas?

1.3 Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu, Sistem Informasi *Showroom* Mobil Bekas Berbasis Website Studi Kasus *Showroom* Sinarmas hanya dibatasi pada :

1. Proses transaksi hanya meliputi proses pembayaran untuk cek unit dan *test drive* berbayar.
2. Pengguna sistem terdiri dari dua peran, yaitu *admin* dan *user*.

1.4 Tujuan

Tujuan dari pembuatan Tugas Akhir ini adalah membangun Sistem Informasi *Showroom* Mobil Bekas Berbasis *Website* Studi Kasus *Showroom* Sinarmas yang

dapat memudahkan calon pelanggan dalam melakukan pencarian mobil bekas yang diinginkan, juga dapat membantu pengguna mengajukan penitipan jual mobil, serta dapat membantu *showroom* sinarmas menghindari calon pelanggan yang tidak serius, dan memperluas pemasaran melalui *platform online*.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah :

1. Memudahkan *showroom* sinarmas dalam mengelola transaksi penjualan dengan cepat dan akurat.
2. Membantu *showroom* sinarmas dalam memperluas pemasaran *showroom* mobil bekas.
3. Memudahkan pelanggan dalam pencarian mobil bekas yang diinginkan.
4. Memudahkan pengguna dalam mengajukan penitipan mobil bekas untuk dijual.