# BAB I

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk semakin dekat dan juga mendapatkan loyalitas dari konsumennya. Berbagai cara dilakukan seperti memberikan informasi yang *up to date* tentangperusahaan, pembaruan produk dan layanan, informasi – informasi yang relevan yang ingin diketahui konsumen, atau pemberitahuan terhadap kejadian - kejadian penting yang perlu diketahui konsumen.

Perusahaan yang bergerak dibidang penyedia informasi kendaraan bermotor bekas pun memiliki masalah serupa yaitu bagaimana menyampaikan informasi tersebut ke konsumen secara efisien. Saat ini konsumen diperlukan aktif ‘mendatangi’ dan mencari sendiri informasi tersebut, memilah – milah mana informasi yang sesuai dengan kriteria tertentu yang diinginkan oleh konsumen.

Beberapa terobosan baru dijalankan oleh perusahaan – perusahaan penyedia informasi penjualan kendaraan bermotor untuk dapat memberikan informasi yang sesuai bagi konsumen. Pembuatan situs – situs web penjualan kendaraan bermotor yang dipersenjatai dengan penyaringan informasi sehingga dapat memudahkan pengunjung situs dalam mendapatkan informasi yang diinginkan, hanya saja cara ini tetap memerlukan keaktifan lebih dari konsumen. Penyampaian informasi dan Pengiriman informasi yang sesuai melalui SMS menghilangkan kendala tersebut, konsumen akan mendapatkan informasi secara pasif yang merupakan nilai lebih bagi konsumen.

Saat ini budaya Indonesia sudah hampir mewajibkan setiap orang untuk memiliki telepon selular (*handphone*) sebagai alat komunikasi. Berbagai tekhnologi diusung oleh tiap – tiap perusahaan pembuat telepon selular agar produknya dapat bersaing dipasaran. SMS (*Short Message Service*) yang merupakan layanan yang dimiliki oleh setiap telepon selular menawarkan solusi yang sangat menarik untuk penyampaian informasi dari perusahaan ke konsumennya. Pesan dikirim dalam orde hitungan detik dan kemungkinan konsumen dalam menerima dan membaca informasi yang dikirim jauh lebih besar, terbebas dari kendala lokasi dimana mereka berada.

* 1. **Rumusan Masalah**

 Untuk dapat menggunakan tehnologi SMS sebagai media penyampaian informasi kendaraan bermotor yang diiklankan, diperlukan adanya sebuah sistem komputerisasi yang dapat memenuhi tujuan tersebut. Sistem komputerisasi ini harus mampu merespon dan memberikan informasi secara tepat terhadap permintaan konsumen yang dikirimkan. Kemudahan administrasi dan pemeliharaan sistem ini juga harus menjadi perhatian utama sehingga informasi yang diberikan oleh sistem berupa informasi yang selalu *up to date.*

* 1. **Ruang Lingkup**

 Dari permasalahan diatas maka lingkup permasalahan yang diteliti meliputi:

1. Pendaftaran pengiklan dan pencari iklan kendaraan bermotor dilakukan melalui sms registrasi.
2. Sistem komputerisasi yang dibuat dapat menerima permintaan informasi dari pengguna berupa sms dan merespon permintaan tersebut dengan mengirimkan informasi kendaraan bermotor yang diiklankan.
3. Informasi yang dikirimkan oleh sistem adalah informasi kendaraan bermotor yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan pengguna terdaftar berupa informasi tentang perusahaan ataupun personal pengiklan kendaraan bermotor, nama pengiklan , nomor telpon ,merk dan harga kendaraan bermotor yang diiklankan.
4. Untuk administrasi sistem dan pemeliharaan sistem dilakukan sebuah antar muka web yang hanya dapat diakses oleh pengguna yang berlevel administrator.
	1. **Tujuan**

 Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan suatu sistem yang dapat digunakan untuk mengirimkan informasi tentang iklan kendaraan bermotor ke pengguna terdaftar yang meminta informasi tersebut sesuai kriterianya dan memberikan kemudahan untuk pengiklan agar dapat mengiklankan kendaraan bermotornya. Diharapkan dengan adanya sistem ini dapat membantu para pencari kendaraan bermotor untuk mendapatkan informasi kendaraan bermotor yang diiklankan serta membantu para pengguna yang ingin mengiklankan kendaraan bermotornya dengan mudah.