

EASY ESTATE ADVERTISING SERVICES :
www.sweethomes2u.com

SITI AISHAH BINTI MANSOR

**Laporan projek ini dikemukakan sebagai memenuhi
sebahagian daripada syarat penganugerahan
Ijazah Sarjana Sains (Keusahawanan Teknologi Maklumat)**

**Fakulti Sains Komputer Dan Sistem Maklumat
Universiti Teknologi Malaysia**

APRIL 2007

Teristimewa untuk Ayah dan Bonda yang tercinta,
Yang banyak berkorban dan mendoakan kejayaan anakanda

serta

Buat yang tersayang dan sahabatku
Terima kasih atas sokongan yang diberikan

Doa, jasa dan pengorbanan kalian akan ku kenang selamanya
Semoga Allah memberikan kebahagiaan dan meredhai hidup kita semua.

PENGHARGAAN

Dengan Nama Allah Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang

Al-hamdulillah segala puji bagi Allah, selawat dan salam ke atas junjungan mulia Nabi Muhammad S.A.W, sahabat-sahabat Nabi, serta kekasih-kekasih Allah dan kepada seluruh umat Islam sekaliannya. Syukur kehadiran Allah S.W.T. dengan taufik dan hidayahNya serta kurnia dan limpah rahmatNya dapatlah projek ini disiapkan.

Setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih ditujukan kepada Dr. Othman Bin Ibrahim, En. Syed Norris Hikmi Bin Syed Abdullah di atas segala tunjuk ajar, bantuan, pandangan, nasihat dan dorongan sepanjang menyiapkan projek ini.

Tidak dilupakan juga ucapan terima kasih kepada pihak MARA dan UTM (FSKSM, FPPSM, BIP & SPS), atas nasihat dan bantuan diberikan. Jutaan terima kasih juga kepada keluarga tercinta dan rakan-rakan seperjuangan SKIT serta pihak DAPAT Vista (M) Sdn. Bhd, agensi-agensi hartanah dan para pembangun hartanah tempatan, pegawai dan kakitangan Kementerian Perumahan dan Penduduk Tempatan, Negeri Johor di atas sokongan yang diberikan.

Akhir sekali, penulis sentiasa bermohon dengan penuh harapan dan keyakinan kepada Allah S.W.T agar menerima usaha yang sedikit ini sebagai salah satu dari amal soleh untuk mendapat redha daripadaNYA pemilik mutlak sekalian alam. Amin ya Rabbal'Alamin.

ABSTRAK

Easy Estate Advertising Services: *www.sweethomes2u.com* merupakan satu alternatif kepada pengguna sistem yang berasaskan web. Tujuan utama sistem ini dibangunkan ialah untuk menyediakan satu platform aktiviti pengiklanan hartanah berpandukan prosedur yang telah ditetapkan untuk kegunaan syarikat pembangun hartanah dan agensi-agensi hartanah serta individu-individu yang berminat. Pada masa ini, kebanyakan aktiviti pengiklanan hartanah terhad kepada bentuk tradisional sahaja. Menerusi sistem ini, para pengiklan hartanah dapat meningkatkan lagi promosi hartanah mereka secara langsung menerusi internet dengan kos perkhidmatan yang berpatutan. Dalam masa yang sama sistem turut menyediakan capaian mengiklan yang mudah menggunakan teknologi MMS. Sistem ini dibangunkan dengan menggunakan model pembangunan Unified Modelling Language (UML) di samping penggunaan teknologi Pretext Hyper Processor (PHP) dan pangkalan data MySQL. Antara perisian yang digunakan ialah Windows XP, Macromedia Dreamweaver MX dan Adobe Photoshop 7.0. Melalui aplikasi sistem ini, aktiviti pengiklanan hartanah khususnya dapat mencapai kumpulan sasaran yang luas dan kaedah pengiklanan akan menjadi lebih efisien.

ABSTRACT

The Commercializing Estate Service Online: www.sweethomes2u.com is one of the alternatives for web based users. The main reason of developing the system is to provide a platform for commercializing real estates properties by real estate companies, estate agents and individuals who are interested. Nowadays, a lot of commercializing estate activities are very limited to traditional ways of commercializing. With the system, commercializing estate companies can promote their estate online with low cost. Furthermore, the system also integrates the Multimedia Message Service technology. The system is being developed by using the Unified Modelling Language together with Pretext Hyper Processor and MySQL Database. Other softwares that being used are Windows XP, Macromedia Dreamweaver MX and Adobe Photoshop 7.0. With this system, the commercializing estate can target a huge market and the technique of marketing and promoting can be more efficient.

KANDUNGAN

BAB	PERKARA	MUKASURAT
	HALAMAN JUDUL	i
	HALAMAN PENGAKUAN	ii
	HALAMAN DEDIKASI	iii
	HALAMAN PENGHARGAAN	iv
	ABSTRAK	v
	ABSTRACT	vi
	KANDUNGAN	vii
	SENARAI JADUAL	xiii
	SENARAI RAJAH	xv
	SENARAI SINGKATAN	xvii
	SENARAI LAMPIRAN	xviii
1	PENDAHULUAN	
	1.1 Pengenalan	1
	1.2 Latar Belakang Masalah	2
	1.3 Penyataan Masalah	3
	1.4 Pengenalan Projek	4
	1.5 Matlamat Projek	4
	1.6 Objektif Projek	5
	1.7 Skop Projek	5
	1.8 Jangkaan Hasil	6

1.9	Kepentingan Projek	6
1.10	Ringkasan	7
2	KAJIAN LITERATUR	
2.1	Pendahuluan	8
2.2	Produk Semasa	9
2.2.1	<i>www.hartanah.net</i>	9
2.2.2	<i>www.roommart.com.my</i>	11
2.2.3	<i>www.fullhouse.com.my</i>	13
2.2.4	<i>www.miea.com.my</i>	15
2.3	Perbandingan Aplikasi	16
2.4	Tren Industri	17
2.4.1	<i>homes.beeqee.com</i>	18
2.5	Kajian Terhadap Pengiklanan Di Media Tradisional	19
2.5.1	Pengiklanan Di Televisyen	19
2.5.2	Pengiklanan Di Radio	21
2.5.3	Pengiklanan Di Majalah	22
2.5.4	Pengiklanan Di Akhbar	23
2.6	Kajian Terhadap Pengiklanan Di Internet	23
2.6.1	Kelebihan Pengiklanan Di Internet Berbanding Media Tradisional	25
2.6.2	Kelemahan Pengiklanan Di Internet Berbanding Media Tradisional	26
2.7	Kajian Terhadap Telefon Mudah Alih	27
2.8	Kajian Terhadap Industri Hartanah	28
2.8.1	Kajian Terhadap Industri Hartanah Johor	31
2.9	Ulasan Terhadap Tren Industri	31
2.10	Ringkasan	33

3	METODOLOGI	
3.1	Pendahuluan	34
3.1.1	Rangka Kerja Operasi	35
3.2	Metodologi Pembangunan Sistem	36
3.2.1	Metodologi Berasaskan Objek – Model Prototaip	36
3.2.2	Metodologi Berasaskan Objek – Model Spiral	38
3.2.3	Metodologi Berasaskan Objek – Metodologi Rational Unified Process (RUP)	39
3.3	Metodologi Rational Unified Process (RUP)	40
3.3.1	Fasa Permulaan	41
3.3.2	Fasa Penguraian	41
3.3.3	Fasa Pembinaan	42
3.3.4	Fasa Peralihan	42
3.4	Unified Modelling Process (UML)	43
3.5	Jadual Projek	43
3.6	Ringkasan	44
4	HASIL PROJEK	
4.1	Analisa Organisasi	45
4.1.1	Medium Pengiklanan Popular	45
4.1.2	Jenis Pengiklanan Hartanah	45
4.1.3	Perbelanjaan Bulanan Pengiklanan	47
4.1.4	Kaedah Pengiklanan	47
4.1.5	Kewujudan Unit Pengiklanan Syarikat	48
4.2	Model Bisnes	49
4.2.1	Penilaian Produk	49
4.2.2	Segmentasi Sasaran Pengguna	50
4.2.3	Pemasaran dan Kaedah Penyaluran	50
4.2.3.1	Strategi Pemasaran	51

4.2.3.2	Kaedah Pemasaran	53
4.2.4	Hubungan Pelanggan	54
4.2.5	Penilaian Konfigurasi	55
4.2.6	Keupayaan Utama	55
4.2.7	Rangkaian Niaga	55
4.2.8	Struktur Kos	56
4.2.9	Model Pendapatan	56
4.3	Reke Bentuk Produk	57
4.3.1	Reka Bentuk Konsep Produk	57
4.4	Reka Bentuk Sistem	58
4.4.1	Permodelan Data dan Proses Semasa	59
4.4.1.1	Metodologi Berorientasikan Objek	59
4.4.1.1.1	Permodelan <i>Use Case</i>	59
4.4.1.1.2	Keterangan <i>Use Case</i>	59
4.4.2	Keperluan dan Penerimaan Produk	61
4.4.3	Permodelan Data dan Proses Akan Datang	73
4.4.3.1	Metodologi Berorientasikan Objek	74
4.4.3.1.1	Permodelan <i>Use Case</i>	74
4.4.3.1.2	Penerangan <i>Use Case</i>	74
4.4.3.1.3	Permodelan Rajah Jujukan	76
4.4.3.1.4	Permodelan Aktiviti	76
4.5	Perlaksanaan Sistem	76
4.6	Analisa Pasaran	80
4.6.1	Segmentasi Pasaran	80
4.6.2	Peningkatan Pembangunan Hartanah Di Malaysia	81
4.7	Ringkasan	81

5 RANCANGAN PERNIAGAAN

5.1	Ringkasan Eksekutif	82
5.2	Pengurusan Dan Organisasi	83

5.2.1	Latar Belakang Usahawan	83
5.2.2	Latar Belakang Syarikat	84
5.2.3	Maklumat Syarikat	84
5.2.4	Sumber Sokongan Profesional dan Penasihat	85
5.3	Produk	85
5.4	Komponen <i>sweethomes2u.com</i>	86
5.5	Perbandingan <i>sweethomes2u.com</i> Dengan Produk Lain	87
5.6	Status Pembangunan	89
5.7	Peningkatan Produk Masa Depan	90
5.8	Analisa Industri Pengiklanan Hartanah Di Malaysia	90
5.8.1	Kajian Terhadap Pendapat Pengguna	90
5.8.2	Kajian Terhadap Produk Hartanah	96
5.8.3	Kajian Terhadap Industri Hartanah Johor	98
5.9	Analisa Pasaran	99
5.9.1	Segmentasi Pasaran	99
5.9.2	Kumpulan Sasaran	101
5.9.3	Haluan/Tren Pasaran	102
5.9.4	Pertumbuhan Pasaran	103
	5.9.4.1 Potensi Perniagaan	104
	5.9.4.2 Faktor Kejayaan Kritikal	105
5.10	Pesaing	107
5.11	Pelan Pemasaran dan Strategi Jualan	111
	5.11.1 Strategi Pemasaran	112
5.12	Peluang dan Risiko	116
	5.12.1 Analisa SWOT	116
5.13	Nilai Jualan Produk	117
5.14	Rancangan Kewangan	118
5.15	Ringkasan	120

6	PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN	
6.1	Pencapaian	121
6.2	Cabaran dan Kekangan	121
	6.2.1 Cabaran	122
	6.2.2 Kekangan	122
6.3	Aspirasi	123
6.4	Rumusan	123
	RUJUKAN	124
	LAMPIRAN A-R	126

SENARAI JADUAL

NO.	TAJUK	MUKA SURAT
2.1	Ciri-ciri <i>Hartanah.net</i>	10
2.2	Ciri-ciri <i>roommart.com.my</i>	11
2.3	Ciri-ciri <i>fullhouse.com.my</i>	13
2.4	Ciri-ciri <i>miea.com.my</i>	15
2.5	Perbandingan Aplikasi Web Pengiklanan Hartanah	17
2.6	10 Rancangan Bilangan Penonton Terbanyak	21
2.7	Bilangan Organisasi Mengikut Negeri	29
2.8	Bilangan Pembangun Hartanah Mengikut Negeri	30
4.1	Keterangan <i>Use Case</i>	60
4.2	Statistik	61
4.3	<i>Sweethomes2u.com</i> Menawarkan Perkhidmatan Mudah	62
4.4	Statistik	62
4.5	<i>Sweethomes2u.com</i> Mengurangkan Kos Pengiklanan	63
4.6	Statistik	64
4.7	Potensi <i>sweethomes2u.com</i> Sebagai Medium Pengiklanan	64
4.8	Statistik	65
4.9	MMS Sebagai Kaedah Pengiklanan	65

4.10	Statistik	66
4.11	MMS Memudahkan Pengiklanan	66
4.12	Statistik	67
4.13	Keberkesanan Kaedah MMS	67
4.14	Statistik	68
4.15	SMS/MMS Sebagai Medium Penyebaran Maklumat	68
4.16	Statistik	69
4.17	SMS/MMS Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	69
4.18	Statistik	70
4.19	Keperluan Pengiklanan Murah, Cepat dan Pantas	70
4.20	Statistik	71
4.21	Berminat Menggunakan Produk <i>sweethomes2u.com</i>	71
4.22	Statistik	72
4.23	Min	72
4.24	Keterangan <i>Use Case</i>	74
5.1	Komponen Perkhidmatan <i>sweethomes2u.com</i>	86
5.2	Pakej Setiap Pengguna	88
5.3	Analisa Pesaing Umum	89
5.4	Statistik	94
5.5	Min	95
5.6	Bilangan Organisasi Mengikut Negeri	97
5.7	Kos Rumah Kediaman	101
5.8	Bilangan Keperluan Di Johor	101
5.9	Harga Iklan Semasa	113
5.10	Analisa SWOT	116
5.11	Harga Jualan Tapak Iklan	117

SENARAI RAJAH

NO.RAJAH	TAJUK	MUKA SURAT
2.1	Web Pengiklanan <i>Hartanah.net</i>	11
2.2	Web Pengiklanan <i>www.roommart.com.my</i>	13
2.3	Web Pengiklanan <i>www.fullhouse.com.my</i>	14
2.4	Web Pengiklanan <i>www.miea.com.my</i>	16
2.5	Web Pengiklanan <i>homes.beeqee.com</i>	19
2.6	Perkongsian Pasaran Televisyen	20
3.1	Rangka Kerja Operasi	34
3.2	Model Prototaip Umum untuk Pembangun Sistem	36
4.1	Medium Pengiklanan Popular	44
4.2	Jenis Pengiklanan Hartanah	44
4.3	Belanja Iklan Bulanan	45
4.4	Kaedah Pengiklanan Hartanah	45
4.5	Kewujudan Unit Pengiklanan	46
4.6	Model Pendapatan <i>sweethomes2u.com</i>	53
4.7	Senibina <i>sweethomes2u.com</i>	54
4.8	<i>Use case</i> Bagi Sistem Tradisional	57
4.9	<i>Sweethomes2u.com</i> Menawarkan Perkhidmatan Mudah	58
4.10	<i>Sweethomes2u.com</i> Mengurangkan Kos Pengiklanan	59
4.11	Potensi <i>sweethomes2u.com</i> Sebagai Medium Pengiklanan	60

4.12	MMS sebagai Kaedah Pengiklanan	61
4.13	MMS Memudahkan Pengiklanan	62
4.14	Keberkesanan Kaedah MMS	63
4.15	SMS/MMS Sebagai Medium Penyebaran Maklumat	64
4.16	SMS/MMS Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	65
4.17	Keperluan Pengiklanan Murah, Cepat dan Pantas	66
4.18	Berminat Menggunakan Produk sweethomes2u.com	67
4.19	Kesimpulan Kajian	68
4.20	<i>Use case</i> Bagi Sistem sweethomes2u.com	71
4.21	Antaramuka sweethomes2u.com	73
4.22	Antaramuka Borang Daftar Ahli	74
4.23	Antaramuka Borang Iklan	74
4.24	Antaramuka Kaedah Bayaran	75
5.1	Medium Pengiklanan Popular	91
5.2	Jenis Pengiklanan Hartanah	92
5.3	Belanja Iklan Bulanan	92
5.4	Kaedah Pengiklanan Hartanah	93
5.5	Kewujudan Unit Pengiklanan	94
5.6	Kesimpulan Kajian	95
5.7	Industri-industri Di Malaysia	100
5.8	Pengguna 3G Di Malaysia	103
5.9	Ramalan Sasaran Jualan 5 Tahun	118
5.10	Ramalan Sasaran Untung/ (Rugi) untuk 5 Tahun	119
5.11	Titik Pulang Modal	120

SENARAI SINGKATAN

B2B	<i>Business-to-Business</i>
B2C	<i>Business-to-Customer</i>
C2C	<i>Customer-to-Customer</i>
IT	<i>Information Technology</i>
MARA	Majlis Amanah Rakyat
MMS	<i>Multimedia Message Service</i>
PHP	<i>Pretext Hyper Preprocessor</i>
REHDA	<i>Real Estate and Housing Development Association</i>
SMS	<i>Short Message Service</i>
SWOT	<i>Strenght, Weakness, Opportunity, Threat</i>
UML	<i>Unified Modelling Language</i>
UTM	Universiti Teknologi Malaysia
WWW	<i>World Wide Web</i>

SENARAI LAMPIRAN

LAMPIRAN	TAJUK	MUKA SURAT
A	Carta Gantt Projek 1 dan 2.	126
B	Pengiklanan Di Media Tradisional	129
C	Kadar Iklan dan Peminat Radio	130
D	Kadar Iklan Majalah	134
E	Kadar Iklan Akhbar	135
F	Kelemahan Pengiklanan Di Internet	139
G	Teknologi Mudah Alih	140
H	Hartanah	143
I	Pelan Rancangan Malaysia Ke-9, 2006-2010	144
J	Keperluan Rumah Mengikut Negeri, 2006-2010	145
K	Statistik Hartanah Negeri Johor	146
L	Penerangan Use Case Tradisional	147
M	Penerangan Use Case Sistem	151
N	Borang Soal Selidik	164
O	Rajah Jujukan	168
P	Rajah Aktiviti	176
Q	Pemaju Daerah Johor Bharu	181
R	Pengurusan Kewangan Terperinci	184

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi khususnya dalam bidang pengiklanan berasaskan Internet pada hari ini banyak menyumbang kepada kemajuan dalam perniagaan. Fungsi Internet yang paling utama adalah sebagai platform kepada entiti-entiti perniagaan untuk menjalankan aktiviti-aktiviti perniagaan tanpa halangan kos, masa dan tempat. Jelasnya pengiklanan Internet banyak menawarkan kemudahan tambahan kepada perniagaan.

Dalam semua perniagaan, keperluan terhadap pengiklanan untuk mempromosikan perniagaan adalah penting. Pembaharuan yang berlaku dalam Internet telah banyak mengubah dan mewujudkan model perniagaan yang menjadikan pengiklanan di Internet sebagai aset terpenting dalam membantu kejayaan sesebuah perniagaan. Menurut Chia, Pengiklanan Internet membenarkan syarikat-syarikat mencapai kumpulan sasaran pasaran lebih cepat, ia bertindak sebagai batu loncatan kepada mereka (Cheong Chia Chieh, *CEO Nanyang Online*).

Dengan bertambahnya bilangan pengguna Internet dari semasa ke semasa industri pengiklanan yang dahulunya membelanjakan berbilion ringgit kini telah menunjukkan minat yang besar terhadap media baru ini. Para pengiklan yang kurang memahami perbezaan konsep pengiklanan yang baru menerusi media ini akan tertinggal jauh ke belakang.

Sehubungan itu, pendekatan model pengiklanan yang unik ini dieksploitasi sebagai media pengiklanan yang lebih stabil, penulisan ini akan cuba untuk mengupas pengiklanan Internet dalam bidang hartanah. Sebagaimana yang diketahui, bidang hartanah mempunyai nilai yang amat tinggi. Melalui promosi yang dijalankan secara besar-besaran menggunakan pengiklanan Internet, dijangka kawasan liputan pengiklanan dapat diperluaskan selain menangani masalah kos pengiklanan yang tinggi.

Bagi memenuhi matlamat projek, penulis akan mewujudkan satu produk iaitu sebuah portal pengiklanan Internet yang dikenali sebagai *sweethomes2u.com* yang akan menawarkan khidmat pengiklanan hartanah.

1.2 Latar Belakang Masalah

Sebagaimana yang diketahui umum, tujuan pengiklanan dibuat adalah untuk menjadikan sesuatu produk itu diketahui ramai. Dalam erti kata lain mendapatkan tindak balas atau pandangan kali pertama daripada pengguna (*getting first impression*).

Terdapat pelbagai kaedah dan teknik yang digunakan untuk mengiklan. Di antara kaedah yang biasa didengari adalah melalui radio dan televisyen, halaman web, *billboard*, *banner*, banting, akhbar dan majalah, risalah dan katalog dan ada juga yang menggunakan kiriman surat.

Permasalahan yang wujud dan dapat dilihat di sini adalah dari segi kos pengiklanan yang digunakan. Kos pengiklanan yang tinggi menjadi kekangan utama menjalankan aktiviti pengiklanan terutamanya melalui media massa seperti radio, televisyen dan akhbar.

Selain kos pengiklanan yang tinggi, masa pengiklanan menggunakan media massa seperti radio, televisyen dan akhbar adalah terhad dan singkat. Pembaca atau pendengar juga tidak dapat menyalurkan pendapat atau maklum balas secara terus terhadap pengiklanan yang disiarkan.

Terdapat juga kaedah pengiklanan yang murah dan boleh ditanggung oleh media pengiklanan seperti menggunakan risalah dan katalog. Walau bagaimanapun, kaedah pengiklanan konvensional seperti ini tidak dapat memberikan liputan pengiklanan yang meluas kepada pengguna ataupun kepada pasaran sasaran.

Masalah lain yang dihadapi selain isu-isu di atas adalah proses pengiklanan mengambil masa yang panjang untuk diluluskan oleh agen pengiklanan. Walaupun agen pengiklanan menerima tekanan daripada masalah ini, namun mereka tidak mempunyai pilihan lain melainkan terdapat medium lain yang boleh membantu.

Sebagai contoh, kaedah pengiklanan yang paling berkesan adalah menerusi radio dan televisyen walaupun ia melibatkan kos yang tinggi namun ia hanya disiarkan untuk jangka masa tertentu lebih kurang satu hingga dua minggu sahaja. Ini memberi kesan yang kurang baik kerana bersifat sementara kecuali ia dilakukan secara berterusan untuk tempoh yang lama dan ini sudah pasti meningkatkan kos pengiklanan.

Di sini dapat dilihat agen pengiklanan tidak mempunyai pilihan selain terpaksa meletakkan diri mereka dalam keadaan tersebut melainkan terdapat kaedah pengiklanan lain yang boleh membantu.

1.3 Penyata Masalah

Kenyataan permasalahan yang wujud adalah bagaimana sistem berteraskan web boleh digunakan sebagai platform pengiklanan yang mesra pengguna untuk para pemilik hartanah persendirian, syarikat pembangun hartanah ataupun agensi-agensi

syarikat hartanah yang boleh dilaksanakan dengan kos yang rendah dan boleh diakses oleh pelanggan dan kawasan sasaran secara terus?

Pembangunan portal pengiklanan ini juga diharap akan dapat menyelesaikan beberapa masalah pengiklanan seperti yang telah diterangkan di dalam latar belakang masalah.

1.4 Pengenalan Projek

Melalui perkembangan teknologi Internet yang ada pada masa ini, keberkesanan media Internet telah dikaji untuk dijadikan penyelesaian masalah kepada media pengiklanan hartanah. Sebagaimana yang diketahui, kos membangunkan portal pengiklanan adalah lebih rendah berbanding kos pengiklanan media tradisional lain dan Internet juga mempunyai kawasan sebaran yang luas serta dapat menyiarkan iklan dengan lebih lama.

Justeru itu, sebuah portal *Easy Estate Advertising Services: www.sweethomes2u.com* akan dibangunkan. Ia menawarkan perkhidmatan pengiklanan yang mudah, cepat dan murah kerana pengiklanan boleh dilakukan melalui portal pengiklanan ataupun melalui SMS/MMS ataupun kedua-duanya. Melalui *sweethomes2u.com*, pengguna diberi pilihan menggunakan SMS/MMS ataupun portal pengiklanan untuk mengemaskini dan mengakses maklumat pengiklanan hartanah. Ia sesuai digunakan oleh syarikat pembangun hartanah, pemilik hartanah persendirian ataupun agensi-agensi syarikat hartanah yang lain.

1.5 Matlamat Projek

Matlamat projek ini adalah untuk membangunkan sebuah portal pengiklanan yang menyediakan perkhidmatan pengiklanan dalam industri hartanah di Malaysia pada kos yang rendah.

1.6 Objektif Projek

Objektif projek ini adalah seperti berikut:

- i Membangunkan sebuah portal pengiklanan yang sesuai untuk industri hartanah di Malaysia menggunakan elemen teks, gambar dan video.
- ii Merekebentuk komponen pengiklanan yang boleh menggalakkan ulangan lawatan ke sesebuah portal.
- iii Menyediakan tapak iklan yang membenarkan pengguna mengiklankan sendiri produk mereka menerusi Internet dan teknologi mudah alih MMS menggunakan alat komunikasi mudah alih.
- iv Membantu syarikat hartanah, agensi-agensi hartanah dan orang perseorangan mengurangkan kos pengiklanan berbanding dengan kaedah pengiklanan di media tradisional.

1.7 Skop Projek

Skop projek yang dikenal pasti bagi membangunkan projek portal pengiklanan ini adalah seperti berikut:

- i. Sistem ini merupakan portal pengiklanan hartanah untuk para pemilik hartanah persendirian, syarikat pembangun hartanah mahupun agensi-agensi syarikat hartanah untuk mengiklan hartanah yang dimiliki.
- ii. Portal yang dibangunkan menjurus kepada pengiklanan berbentuk gambar statik dan teks, teks bergerak dan menggunakan MMS sebagai medium mengiklan dan mengakses maklumat pengiklanan.
- iii. Jenis pengiklanan yang dijalankan merangkumi harta kediaman, harta komersial, harta industri, tanah dan bilik untuk sewaan.
- iv. Pembangunan sistem akan dibangunkan menggunakan *Rational Unified Process* serta *Unified Modelling Language* sebagai alat persembahan analisa dan rekabentuk.

1.8 Jangkaan Hasil

Hasil daripada projek yang dijalankan dapat memberikan beberapa ciri-ciri pengiklanan berasaskan web yang berdaya saing dengan media-media pengiklanan tradisional mahupun media atas talian sedia ada.

Portal yang dibangunkan dapat mengurangkan kos pengiklanan yang tinggi seperti sebelum ini, memendekkan masa membuat pengiklanan dan memberikan kawasan liputan yang luas kepada pengiklan mengiklankan hartanah kepada pengguna seterusnya memudahkan mereka melakukan urusan penyewaan atau pembelian hartanah.

Akhir sekali adalah diharap projek ini akan berjaya dan dapat menjana pendapatan yang berterusan dengan kekuatan, sokongan dan rangkaian perniagaan yang ada dan mampu berdaya saing dengan pesaing-pesaing yang ada dan bakal wujud.

1.9 Kepentingan Projek

Projek ini dibangunkan bagi memenuhi kekurangan yang terdapat dalam media-media pengiklanan tradisional dengan memberikan satu perkhidmatan baru menggunakan teknologi Internet dalam bidang hartanah.

Kajian dan pembangunan portal ini dapat mengurangkan masalah kos yang perlu ditanggung untuk mengiklan produk-produk. Melalui program promosi yang menjimatkan, portal ini memberi manfaat kepada kedua-dua belah pihak; para pengiklan dan pengguna Internet. Selain itu, portal ini juga dapat memberi peluang komersial yang boleh dimajukan dalam dunia perniagaan berasaskan web.

Sehubungan dengan itu, diharap portal pengiklanan yang dibangunkan ini dapat memberi peluang kepada pemilik hartanah untuk menyebarkan keperluan yang ada kepada mereka yang memerlukannya dan memberi perkhidmatan yang lebih baik dan cekap agar dapat dimanfaatkan oleh semua pihak.

1.10 Ringkasan

Bab ini membincangkan pengenalan projek yang akan dibangunkan. Antara yang dibincangkan ialah latar belakang permasalahan, kenyataan permasalahan yang wujud sehingga menggalakkan pembangunan projek ini, skop projek dan kepentingan pembangunan projek. Kajian ini dijalankan bagi memberikan pembangun perisian suatu gambaran yang jelas untuk membangunkan produk.

BAB 2

KAJIAN LITERATUR

2.1 Pendahuluan

Teknologi Internet kini telah memberi manfaat dan kelebihan kepada kaedah pengiklanan Internet. Di Malaysia sahaja, sehingga Mac 2005 seramai 10,040,000 penduduk Malaysia adalah pengguna Internet. Bermaksud 37.9% daripada populasi Malaysia adalah pengguna Internet. Daripada jumlah tersebut, 50% daripadanya adalah dalam lingkungan 25 hingga 40 tahun. Sebanyak 40% pengguna Internet di Malaysia mempunyai pendapatan tidak kurang dari RM 3,000.

Ini memberikan satu peluang kepada pengiklanan hartanah Internet kerana mempunyai potensi pasaran yang luas. Terdapat banyak syarikat yang sedang merangka strategi pengiklanan yang akan menambahkan nilai persaingan dalam perniagaan (Blacharski, 2005). Melalui iklan, biasanya media massa, sesuatu mesej dapat disampaikan kepada sekumpulan besar sasaran dengan kos yang lebih rendah berbanding saluran lain (Hwang dan McMillan, 2003).

Pengiklanan mempunyai lima fungsi utama iaitu pemasaran, komunikasi, pendidikan, ekonomi dan sosial. Secara umumnya pengiklanan Internet merupakan satu model perniagaan yang mana aktiviti pengiklanan dilakukan secara atas talian menerusi Internet untuk tujuan mempromosikan produk-produk kepada kumpulan pasaran. Pengiklanan adalah berkisar kepada komunikasi yang mungkin berlaku di antara syarikat dengan pelanggan utamanya atau pelanggan berpotensi mahupun bakal pelanggan yang berpotensi sebelum ini (Thomson Course Technology, 2006).

Sebuah iklan umumnya melibatkan empat pihak utama iaitu pengeluar barang, agensi pengiklanan, agensi media dan pengguna. Pengeluar menghasilkan barang; pengiklan merekabentuk dan menyiarkan iklan; agensi media menerbitkan atau menayangkan iklan tersebut dan pengguna membuat keputusan untuk membeli. Pengeluar mendapat keuntungan apabila jualan barang meningkat, syarikat pengiklanan mendapat bayaran perkhidmatan dan syarikat media mendapat bayaran untuk ruang iklan atau masa siaran iklan. (MacKenzie dan Spreng, 1992).

2.2 Produk Semasa

Setelah menjalankan kajian di dalam Internet, terdapat beberapa halaman web dan portal yang telah dikenal pasti sebagai pesaing *sweethomes2u.com*. Di antaranya adalah *homes.beeqee.com*, *www.hartanah.net*, *www.fullhouse.com.my*, *www.roommart.com.my* dan *www.miea.com.my*.

2.2.1 *www.hartanah.net*

Di dalam *www.hartanah.net*, pengiklanan menawarkan pelbagai servis yang menarik seperti pakej-pakej pengiklanan *Gold Listing*, pengiklanan menggunakan *banner* dan teks pautan dengan harga yang murah berbanding pengiklanan traditional. Jadual 2.1 menerangkan ciri-ciri *hartanah.net* Rajah 2.1 menunjukkan laman web *Hartanah.net*.

Jadual 2.1 : Ciri-ciri *Hartanah.net*

Kategori pengiklan	Tiada penetapan kumpulan-kumpulan pengiklan seperti ahli biasa, agensi hartanah ataupun pembangun hartanah.
Pakej pengiklanan	Penyenaraian hartanah <ul style="list-style-type: none"> - percuma - tanpa gambar
	Penyenaraian hartanah + gambar <ul style="list-style-type: none"> - RM20 (minimum selama 6 bulan) - Pengguna tidak mempunyai akses untuk mengemaskini iklan - -sebarang perubahan iklan, hendaklah diemelkan kepada admin hartanah.net
	Penyenaraian <i>Gold</i> <ul style="list-style-type: none"> - maksimum jumlah pengiklanan adalah 30 - diletakkan di muka hadapan portal hartanah.net - RM10-RM30 sehari
	Pengiklanan teks <ul style="list-style-type: none"> - RM50 sebulan
	Pengiklanan <i>banner</i> <ul style="list-style-type: none"> - RM80 sebulan - Hartanah.net tidak menyediakan perkhidmatan membina <i>banner</i> - Pengguna dikehendaki menghantar gambar <i>banner</i> berukuran (468 x 60 px), <15KB kepada admin hartanah.net
Kaedah pengiklanan	Melalui portal hartanah.net dan diemelkan kepada admin hartanah.net
Fokus iklan	Pengiklanan hartanah
Lain-lain	Penyenaraian hartanah secara percuma adalah bergantung kepada sumbangan orang ramai yang dibankkan kedalam akaun hartanah.net