

## Rancang Bangun Aplikasi Pengelolaan Bisnis Iklan Pada PT. Jawa Pos Koran Surabaya

M. Adam Triamukti <sup>1)</sup> Sulistiowati <sup>2)</sup> Julianto Lemantara

Program Studi/Jurusan Sistem Informasi

STMIK STIKOM Surabaya

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1)[addeect64@gmail.com](mailto:addeect64@gmail.com), 2)[sulist@stikom.edu](mailto:sulist@stikom.edu), 3)[julianto@stikom.edu](mailto:julianto@stikom.edu)

**Abstract:** *Advertising is the most revenue from print media business Jawa Pos. Problems advertising that appears in part because the process of advertising is difficult for customers, ad management processes that complicate the internal parts of Jawa Pos and the provision of related management report ads that are less informative and not realtime. Resulting in decreased customer number of 7% to 10% every day.*

*In order to overcome problems related to the management of the ads created ad business management applications. Applications are made to facilitate customers in conducting advertising, simplify internal parts Jawa Pos managing the advertising and providing information or reports in realtime that is easily understood by management.*

*The test results indicate that the advertising business management application created to solve the problems of business management advertising Jawa Pos. With the online advertising services on an ad management application, it can help enable customers to place an ad. Then with their online ad management services that connect customers, layout and traffic officer orders the advertising management process can be easily done. In addition to the provision of services online reports, the management can easily access and monitor the development of the advertising business Jawa Pos.*

**Keywords:** *Advertising, application, opportunity, online, order*

Iklan didefinisikan sebagai bentuk penyajian dan promosi ide, dalam mensosialisasikan barang atau jasa secara nonpersonal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran kepada khalayak umum. (Kotler & Armstrong, 2013)

Penjualan iklan adalah aktivitas mengiklankan materi iklan yang berasal dari pelanggan Jawa Pos. Pelanggan yang ingin memasang iklan diharuskan datang ke kantor Jawa Pos bagian Departemen Iklan di lantai lima Gedung Graha Pena. Pelanggan menemui petugas iklan yang ada. Petugas iklan bertugas untuk mendampingi pelanggan dan memberikan arahan bagaimana cara untuk melakukan pemasangan iklan. Setelah itu pelanggan menyerahkan draf atau konsep materi iklan yang dapat berupa desain awal materi iklan yang ditulis atau digambar pada kertas. Draft materi iklan selanjutnya akan diserahkan pada Petugas Desain untuk digambar ulang menjadi bentuk berkas atau file digital yaitu JPG.

Lalu setelah materi iklan yang berbentuk JPG tersebut dibuat, selanjutnya berkas digital tersebut akan diserahkan ke bagian layout untuk dicek kelayakan materi iklannya. Jika materi dinilai tidak layak tayang maka

petugas layout akan mengembalikan materi iklan tersebut ke pelanggan melalui petugas iklan untuk direvisi materi iklannya. Proses ini akan terus berkelanjutan hingga materi iklan dinilai layak tayang oleh petugas layout.

Ketika materi iklan telah dinilai layak oleh petugas *layout* maka materi iklan akan diserahkan ke *traffic order* untuk dicatat ke daftar pesanan pemasangan iklan agar invoice dapat keluar atau dicetak. Kemudian bagian piutang atau *account receivable* melakukan penagihan kepada pelanggan dengan mengeluarkan kwitansi pembayaran. Bagian ini tidak menerima uang dari pelanggan. Lalu setelah pelanggan mengetahui jumlah tagihan yang perlu dibayar, maka pelanggan harus segera melakukan pembayaran. Pembayaran dapat dilakukan dengan cara tunai di bagian kasir atau transfer lewat ATM atau Cek BG. Bila pelanggan membayar dengan cara selain tunai maka pelanggan perlu membawa bukti pembayaran kemudian diserahkan di kasir untuk dicek kebenaran pembayarannya. Setelah pembayaran dinyatakan valid maka pesanan iklan pelanggan akan dimasukkan ke daftar pesanan iklan siap cetak.

Untuk dapat mengetahui informasi mengenai pendapatan iklan manager departemen iklan harus mengakses aplikasi desktop yang ada di dalam lingkup area kantor departemen iklan.

Berdasarkan data yang ada, dalam satu hari Jawa Pos dapat menerima pesanan iklan dari pelanggan hingga 100 pesanan. Dari seluruh jumlah pesanan tersebut, terdapat 10% pesanan yang tertunda transaksinya karena masalah pembuatan materi iklan yang membutuhkan waktu lebih dari satu hari. Masalah ini timbul karena ada beberapa penyebab antara lain pelanggan yang masih ragu untuk menentukan pilihan paket iklan, pelanggan tidak bisa membuat dan menentukan materi iklan yang ingin pelanggan cantumkan di koran dan pelanggan yang tidak dapat menyelesaikan pembayaran. Hal ini berdampak pada kerugian yang dialami oleh pelanggan dan Jawa Pos. Pelanggan akan mengalami kerugian waktu dan biaya transportasi yang harus ditanggung karena pelanggan harus datang kembali di kantor departemen iklan pada hari besoknya untuk menyelesaikan transaksi yang tertunda. Selain itu, Jawa Pos juga akan mengalami kerugian yang berupa keterlambatan pendapatan yang masuk.

Kemudian terdapat juga pesanan yang batal dilakukan sebesar 7% dari seluruh jumlah pesanan dalam satu hari. Masalah pesanan yang batal ini dikarenakan adanya pelanggan tertolak karena terlalu lama menunggu antrian dan tidak jadi memasang karena tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini akan merugikan pelanggan dalam hal waktu dan biaya transportasi yang dikeluarkan. Hal ini juga berdampak pada pengurangan pendapatan iklan Jawa Pos.

Selain itu terdapat masalah proses revisi materi iklan dan revisi tanggal tayang yang memakan waktu. Hal ini terjadi karena sistem yang ada saat ini belum bisa menyampaikan pesan atau notifikasi kepada pelanggan secara cepat dan tepat. Sistem notifikasi saat ini mengharuskan pelanggan untuk menjawab telepon yang berasal dari departemen iklan Jawa Pos. Berdasarkan data yang ada pelanggan tidak menjawab telepon tersebut. Hal ini dikarenakan pelanggan yang tidak bisa mengangkat telepon karena disengaja ataupun tidak disengaja. Hal ini akan merugikan pelanggan karena iklan yang sudah dipesan tersebut dapat berpotensi gagal dicetak. Selain itu Jawa Pos juga berpotensi mengalami kerugian berupa kekosongan konten

koran yang seharusnya diisi oleh materi iklan dari pelanggan yang sudah memesan.

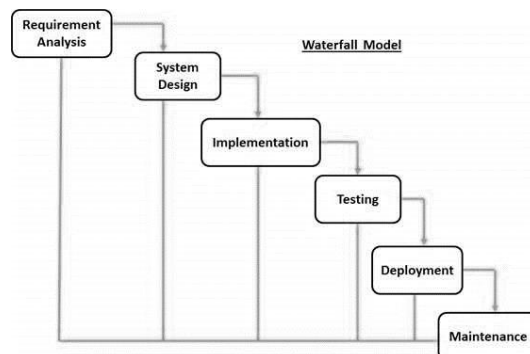
Dari sisi penyediaan laporan manajemen terdapat masalah penyediaan laporan yang kurang fleksibel, luaran informasi yang sangat terbatas, masih bersifat transaksional dan tidak terolah. Berdasarkan data saat ini penyediaan laporan hanya bisa diakses dari aplikasi berbasis desktop yang ada pada komputer atau notebook yang ada pada kantor departemen iklan Jawa Pos. Dari sisi luaran informasi yang dihasilkan oleh laporan yang ada saat ini, hanya membahas mengenai laporan per transaksi dan total pendapatan secara garis besar. Karena luaran informasi yang terbatas dan tidak terolah maka laporan yang dihasilkan kurang membantu manajer dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan permasalahan di atas maka dibuat sebuah aplikasi yang dapat memudahkan pelanggan untuk melakukan pemasangan iklan, memudahkan bagian internal Jawa Pos untuk melakukan pengelolaan iklan dan memberikan laporan yang informatif dan realtime terhadap manajemen Jawa Pos.

## METODE

Pengembangan sistem adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk memecahkan masalah di perusahaan. (McLeod, 2007)

Berdasarkan permasalahan yang sudah disebutkan di atas dapat diselesaikan dengan membuat aplikasi pengelolaan bisnis iklan yang dirancang menggunakan metode SDLC (*Software Development Life Cycle*) dengan model *waterfall*.

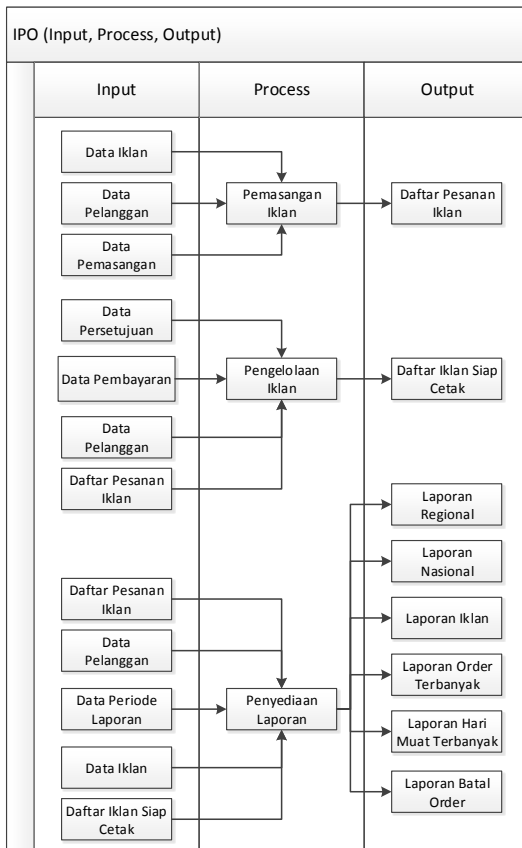


Gambar 1 SDLC Model *Waterfall* (Pressman, 2005)

Penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan mengenai proses memasang iklan hingga penyediaan laporan kepada manajer. Pengumpulan data-data ini diperoleh dengan

wawancara dengan pelaku yang terkait dengan proses pengelolaan iklan dan observasi di tempat.

Setelah data yang dibutuhkan ada, maka lanjut pada tahap berikutnya yaitu membuat desain sistem yang berupa diagram IPO, *context diagram* dan DFD (*Data Flow Diagram*) pada gambar 2 sampai gambar 9.



Gambar 2 Diagram IPO

Pada Gambar 2 terdapat diagram IPO yang menggambarkan bagaimana aplikasi mengolah data hingga dapat mengatasi permasalahan yang ada.

**Pemasangan Iklan**

Proses pemasangan iklan adalah rangkaian dari beberapa proses. Proses tersebut antara lain adalah proses pemilihan paket, proses penentuan jadwal tayang dan proses pembuatan materi iklan. Proses ini diawali dengan pemilihan paket dari katalog iklan online yang sudah disediakan. Pada proses tersebut aplikasi melakukan penarikan data dari database. Data tersebut adalah data iklan. Data iklan ini akan ditampilkan ke halaman pemilihan paket.

Halaman pemilihan paket terdiri dari pilihan media hingga pilihan paket iklan. Kemudian jika pelanggan selesai memilih paket maka aplikasi akan melakukan penarikan data iklan bagian harga, jumlah tayang dan hari muat.

Setelah data-data tersebut ditarik maka aplikasi akan menampilkan ke dalam halaman pemilihan paket iklan sehingga pelanggan dapat mengetahui berapa harga yg harus mereka bayar, berapa jumlah tayang yang diperbolehkan dan hari apa saja yang diperbolehkan. Pada tahap ini proses penentuan jadwal tayang berjalan. Ketika pelanggan mengklik kolom tanggal muat, aplikasi akan memunculkan kalender dan menarik data hari muat dan hari libur media dari database untuk disesuaikan dengan kalender. Untuk dapat menghilangkan tanggal yang tidak diperbolehkan dalam kalender dapat dilakukan menggunakan bantuan jQuery datepicker dengan menambahkan konfigurasi minDate, maxDate, dan beforeShowDay pada fungsi kalender. Konfigurasi beforeShowDay hanya dapat membaca format hari dalam bentuk array yang berisi angka nol (0) hingga enam (6). Sehingga untuk dapat memasukkan ke dalam fungsi tersebut aplikasi menarik data dari tabel paket yang berupa array hari tayang kemudian dimasukkan ke dalam fungsi beforeShowDay. Selain itu terdapat perhitungan hari libur. Data hari libur yang berupa tanggal (2016-12-25) ditarik oleh aplikasi kemudian dirubah ke format nama hari (Sunday) lalu dirubah lagi menjadi format hari dalam bentuk array menjadi berisi nilai nol (0).

Proses selanjutnya adalah pembuatan materi iklan. Dalam proses ini aplikasi akan mengambil data template materi iklan yang telah dipilih oleh pelanggan dan data paket iklan yang sudah dipilih. Data tersebut diperlukan untuk membuat area desain agar tampil sesuai dengan pilihan paket pelanggan. Di area desain tersebut aplikasi memberikan textbox yang bisa diisi sesuai yang pelanggan inginkan. Kemudian terdapat toolbox yang dapat memodifikasi konten iklan yang berupa teks menjadi tebal, cetak miring, ganti jenis huruf, ukuran huruf dan posisi paragraf. Untuk dapat melakukan modifikasi aplikasi melakukan pemilihan komponen konten iklan yang sedang dipilih kemudian diganti sesuai dengan keinginan pelanggan. Untuk dapat memilih komponen iklan aplikasi dan mengganti ukuran huruf

menggunakan bantuan jQuery dengan rumus `$( '#komponen' ).css( "font-size", "13pt" )`.

### **Pengelolaan Iklan**

Proses ini dilakukan ketika daftar pesanan iklan telah ada. Proses ini terdiri dari proses pengecekan materi iklan, revisi materi iklan dan jadwal tayang, konfirmasi pembayaran dan pengecekan tagihan pembayaran. Proses pengecekan materi iklan membutuhkan data pesanan iklan yang diambil dari tabel data iklan, gambar dan order iklan. Aplikasi akan menarik data-data tersebut kemudian ditampilkan di halaman petugas layout. Pada saat petugas layout mengklik detail materi iklan, aplikasi akan melakukan penarikan data gambar dan menampilkan data gambar tersebut dalam bentuk pop-up dalam halaman petugas layout.

Di dalam proses ini petugas layout akan memeriksa konten iklan yang sudah dibuat pelanggan. Jika konten iklan sudah sesuai dengan syarat dan ketentuan maka petugas layout akan menyetujui konten iklan tersebut. Aplikasi akan melakukan perubahan data terhadap status persetujuan materi iklan di dalam tabel order iklan. Di tabel ini aplikasi mengubah nilai status dari 0 (nol) menjadi 1 (satu). Setelah konten iklan disetujui pelanggan diberi fasilitas untuk melakukan konfirmasi pembayaran.

Apabila konten materi iklan ditolak, maka aplikasi akan melakukan penarikan data order iklan dan data pelanggan untuk membuat email dan mengirimkannya kepada pelanggan yang bersangkutan. Di email tersebut terdapat poin-poin yang harus diganti agar materi iklan sesuai kelayakan tayang. Untuk dapat merevisi pesanan iklan pelanggan mengakses menu edit iklan. Di tahap ini aplikasi melakukan penarikan data dari tabel gambar, order iklan dan paket. Aplikasi menampilkan data pesanan iklan tersebut kepada pelanggan dalam halaman edit iklan. Untuk proses selanjutnya sama dengan proses pemasangan iklan. Yaitu memilih paket, menentukan jadwal tayang dan membuat materi iklan.

Proses konfirmasi pembayaran membutuhkan data pembayaran pelanggan. Pada tahap awal aplikasi akan melakukan pengecekan kesesuaian nominal biaya yang harus dibayar dengan total tagihan iklan. Jika sesuai maka aplikasi melakukan penyimpanan data pembayaran ke dalam tabel order iklan. Kemudian proses selanjutnya adalah proses pengecekan tagihan pelanggan. Di tahap ini

aplikasi melakukan penarikan data dari tabel order iklan bagian data pembayaran. Ketika detail pembayaran diklik oleh traffic order maka aplikasi akan menampilkan detail data pembayaran. Jika disetujui maka aplikasi akan melakukan perubahan data status pembayaran dari 0 (nol) menjadi 1 (satu).

### **Penyediaan Laporan**

Data yang dibutuhkan dalam penyediaan atau pembuatan laporan adalah data periode laporan, daftar pesanan iklan, daftar pesanan iklan siap cetak, data pelanggan dan data iklan. Aplikasi akan melakukan penarikan data tersebut ke dalam tampilan dashboard. Untuk dapat menampilkan dalam bentuk dashboard dapat menggunakan bantuan chartJS. Luaran informasi ada 6 (enam) yaitu laporan regional, laporan nasional, laporan iklan, laporan hari muat terbanyak, laporan batal order dan laporan order terbanyak. Data periode laporan berupa tanggal yang digunakan sebagai acuan waktu laporan yang ingin dibuat. Aplikasi melakukan penarikan data order iklan, data pelanggan, data paket dan data media untuk diolah dan ditampilkan pada dashboard setiap laporan.

Untuk luaran informasi berupa laporan regional aplikasi akan mengambil data dari tabel order iklan dan mengurutkan dari yang terbesar nominal pendapatannya berdasarkan media. Kemudian untuk luaran informasi berupa laporan nasional aplikasi mengambil data yang sama dengan proses untuk luaran laporan regional hanya saja berbeda cara mengurutkannya. Karena laporan nasional maka yang diurutkan bukan berdasarkan media tetapi berdasarkan jumlah pendapatan tiap harinya. Data yang didapat adalah 5 (lima) hari terakhir. Kemudian untuk luaran informasi berupa laporan iklan aplikasi akan mengambil data dari tabel paket dan order iklan. Aplikasi akan mengurutkan berdasarkan jumlah order terbanyak. Data yang akan ditampilkan adalah 5 (lima) urutan paket dengan order terbanyak sebagai perbandingan dan 1 (satu) paket yang paling jarang diorder oleh pelanggan.

Untuk luaran informasi laporan order terbanyak, aplikasi melakukan pengambilan data dari tabel pelanggan atau pemasang dan order iklan. Aplikasi akan menampilkan 5 (lima) pelanggan dengan order terbanyak sebagai perbandingan dan 1 (satu) pelanggan dengan order paling banyak. Lalu untuk luaran informasi

berupa laporan hari muat terbanyak, aplikasi melakukan pengambilan data dari tabel waktu muat, order iklan dan paket. Aplikasi akan mengurutkan paket mana saja yang paling banyak dipesan dan mengubah tanggal muat yang sudah dipilih oleh pelanggan ke dalam bentuk hari. Dengan ini aplikasi dapat melakukan pengurutan hari apa saja yang paling banyak digunakan pelanggan untuk memasang iklan. Pada tampilan dashboard ini aplikasi mengurutkan berdasarkan 5 (lima) hari yang paling banyak dipesan sebagai pembanding dan 1 (satu) hari yang ditetapkan sebagai hari paling banyak dipilih oleh pemesan. Untuk luaran informasi batal order, aplikasi melakukan pengambilan data dari tabel order iklan dan data paket kemudian diurutkan berdasarkan status pemesanan iklan yang bernilai 3 (tiga). Pada aplikasi ini jika status pemesanan bernilai 3 (tiga) maka berarti pesanan iklan pelanggan telah dibatalkan. Aplikasi akan mengurutkan data paket yang paling banyak bernilai 3 (tiga) berdasarkan data order iklan pelanggan. Aplikasi akan menampilkan 5 (lima) paket yang paling banyak dibatalkan sebagai pembanding dan 1 (satu) paket yang paling banyak dibatalkan.

Untuk dapat mengatasi masalah turunnya pelanggan karena proses pemasangan iklan yang menyulitkan pelanggan, maka dibuat suatu layanan pemasangan iklan secara online pada aplikasi pengelolaan iklan. Nantinya pelanggan akan dapat melakukan pemasangan iklan tanpa harus datang dan mengantri di kantor departemen iklan. Layanan ini memberikan kebebasan pada pelanggan untuk melakukan pemilihan paket iklan, penentuan jadwal tayang dan pembuatan materi iklan.

Dalam pemilihan paket iklan terdapat informasi harga paket iklan ketika pelanggan telah memilih paket yang diinginkan. Selain itu ketika paket telah dipilih terdapat contoh ukuran iklan yang menyesuaikan dengan pilihan paket. Kemudian untuk dapat menentukan jadwal tayang, terdapat kolom jadwal tayang yang menyediakan daftar tanggal tayang sesuai dengan paket yang dipilih. Sehingga pelanggan tidak akan salah memilih tanggal penayangan yang sesuai dengan aturan Jawa Pos. Lalu untuk dapat membuat materi iklan terdapat layanan pembuatan materi iklan. Aplikasi ini menyediakan *template* iklan yang sesuai dengan paket yang telah dipilih. Sehingga untuk pelanggan yang masih ragu untuk menentukan materi iklannya, maka dapat menggunakan

layanan ini untuk menuangkan konsep awal materi iklan yang ada. Jika dirasa kurang pas, maka terdapat layanan edit materi iklan. Sehingga pelanggan dapat mengubah materi iklan secara langsung.

Untuk dapat menggunakan layanan ini, pelanggan hanya memerlukan komputer atau tablet yang terkoneksi internet. Layanan ini bersifat gratis atau tidak memungut biaya pada pelanggan. Pelanggan akan diminta untuk membayar setelah melakukan pemesanan iklan.

Kemudian untuk masalah revisi materi iklan yang memakan waktu dapat diatasi menggunakan layanan pengelolaan iklan. Layanan ini terdiri dari layanan pengecekan materi iklan, revisi materi iklan, konfirmasi pembayaran dan pengecekan tagihan iklan. Revisi materi iklan muncul karena adanya materi iklan yang tidak sesuai dengan aturan penayangan. Petugas *layout* akan melakukan pengecekan materi iklan. Jika ada yang tidak sesuai maka petugas *layout* berhak menolaknya.

Untuk materi iklan yang ditolak, aplikasi akan otomatis mengirimkan notifikasi kepada pelanggan berupa email yang berisi himbauan untuk merevisi materi iklan dan penjelasan mengenai poin-poin yang harus direvisi oleh pelanggan.

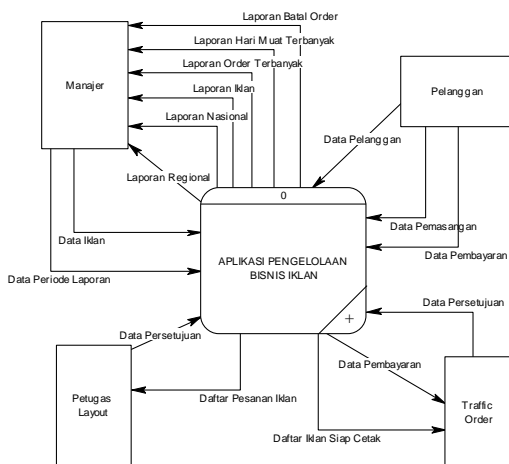
Kemudian setelah petugas *layout* menyetujui materi iklan, maka pelanggan akan dapat melakukan konfirmasi pembayaran iklan. Untuk dapat melakukan konfirmasi pembayaran iklan pelanggan dapat menggunakan layanan konfirmasi pembayaran pada aplikasi ini. Pelanggan dapat membayar melalui transfer lewat ATM atau e-banking. Setelah itu pelanggan perlu memasukkan detail pembayaran di layanan konfirmasi pembayaran.

Setelah pelanggan melakukan pembayaran, *traffic order* bertugas untuk mengecek tagihan iklan pelanggan. Untuk dapat mengecek tagihan tersebut terdapat layanan pengecekan tagihan iklan yang disediakan oleh aplikasi. Detail pembayaran pelanggan akan tampil pada layanan ini. Sehingga *traffic order* dapat melakukan pengecekan kebenaran data pembayaran pelanggan.

Lalu setelah data pembayaran pelanggan dinyatakan valid, maka daftar pesanan iklan pelanggan akan terdaftar pada data iklan siap cetak. Di tahap ini proses pemasangan iklan pelanggan berakhir. Untuk dapat memantau status tayang iklan, pelanggan dapat melihatnya melalui aplikasi ini.

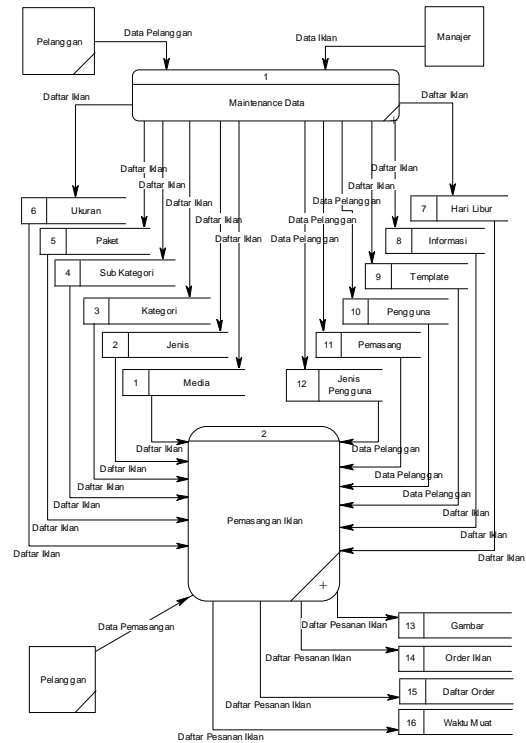
Untuk penyediaan laporan manajemen terdapat layanan penyediaan laporan berbentuk *dashboard*. Dengan layanan ini manajer dapat melihat informasi mengenai pendapatan iklan per media iklan, dominasi media iklan, jumlah pendapatan dari seluruh media iklan, paket iklan terlaris, paket iklan tidak laku, pelanggan yang paling sering memasang iklan, hari muat terbanyak dan paket yang sering dibatalkan pemesanannya oleh pelanggan.

Informasi tersebut dapat mengatasi masalah penyediaan laporan yang masih bersifat transaksional dan kurang informatif. Selain itu karena layanan ini berjalan secara online maka manajemen dapat melihat informasi ini secara *realtime*.

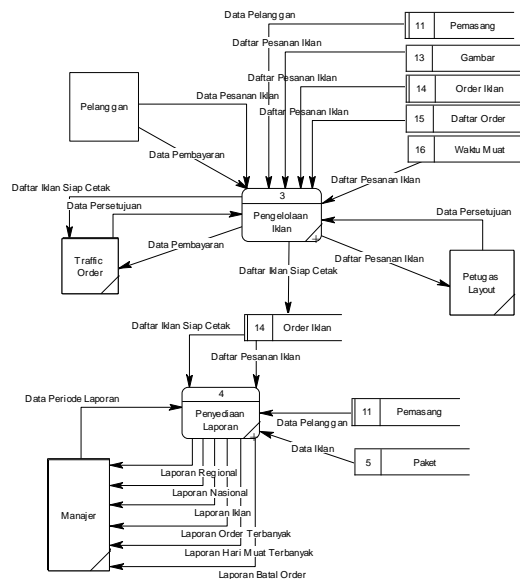


Gambar 3 Context Diagram

Context diagram merupakan gambaran menyeluruh dari DFD. Di dalam context diagram terdapat 4 (empat) External Entity yaitu Pelanggan, Manager, Traffic Order dan Petugas Layout. Proses pembuatan context diagram dimulai dari system flow yang menjelaskan alur sistem. Dalam alur sistem terdapat proses dan tabel yang dibutuhkan untuk menjalankan proses tersebut sehingga dapat diketahui alur data serta entitasnya.



Gambar 4 DFD Level 0



Gambar 5 DFD Level 0 Lanjutan

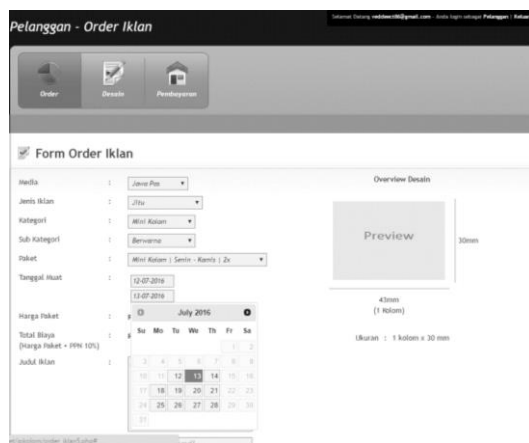
Pada DFD Level 0 akan digambarkan proses-proses yang ada dalam aplikasi pengelolaan bisnis iklan. Terdapat 4 (empat) proses dan akan digambarkan pada Gambar 4 dan Gambar 5 yaitu:

1. Maintenance Data, merupakan penggambaran proses bagaimana data iklan dan data pelanggan didaftarkan ke dalam aplikasi.
2. Pemasangan Iklan, merupakan penggambaran proses bagaimana pelanggan dapat memasang iklan pada aplikasi ini. Pemasangan iklan terdiri 3 (tiga) proses inti yaitu pemilihan paket, penentuan jadwal tayang, dan pembuatan materi iklan.
3. Pengelolaan Iklan, merupakan proses penggambaran bagaimana iklan yang dipesan oleh pelanggan dapat sesuai dengan aturan dan ketentuan Jawa Pos hingga dapat terbit di koran.
4. Penyediaan Laporan, merupakan proses penggambaran bagaimana laporan dapat disediakan untuk manajer baik secara singkat maupun detail.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah melalui tahapan analisis dan perancangan, maka penelitian tugas akhir ini menghasilkan aplikasi pengelolaan bisnis iklan yang terdiri dari pemasangan iklan, pengelolaan iklan dan penyediaan laporan iklan untuk pihak manajemen Jawa Pos.

Pada Gambar 6 terdapat halaman pemesanan iklan dan penentuan jadwal tayang iklan.



Gambar 6 Halaman Pemilihan Paket Iklan dan Penentuan Jadwal Tayang Iklan



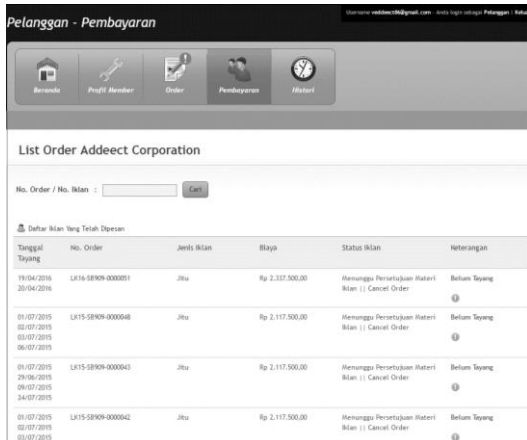
Gambar 7 Halaman Pembuatan Materi Iklan

Pada Gambar 7 terdapat halaman pembuatan materi iklan yang terdiri dari area desain dan toolbar. Area desain berisi komponen-komponen materi iklan yang dibuat, toolbar berisi alat-alat yang dapat memodifikasi komponen-komponen materi iklan yang berada di area desain.



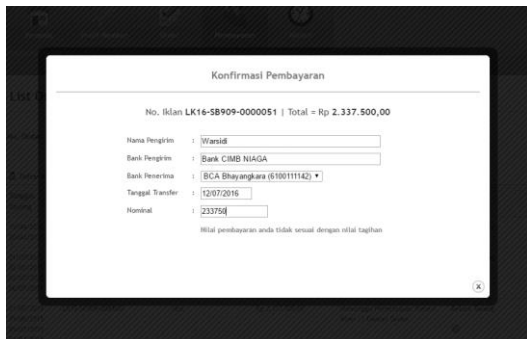
Gambar 8 Halaman Revisi Materi Iklan

Pada Gambar 8 terdapat halaman untuk merevisi jadwal tayang. Untuk melakukan revisi materi iklan, pelanggan harus memilih opsi "Desain Iklan" bagian "Edit Desain Iklan". Pelanggan harus merevisi materi iklan ketika petugas Layout menolaknya.



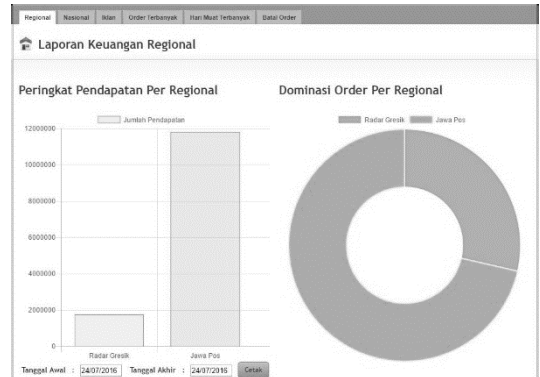
Gambar 9 Halaman Konfirmasi Pembayaran

Pada Gambar 9 terdapat halaman konfirmasi pembayaran yang berisi daftar pesanan iklan pelanggan. Untuk dapat melakukan konfirmasi pembayaran, materi iklan pelanggan harus disetujui terlebih dahulu oleh petugas *Layout*.



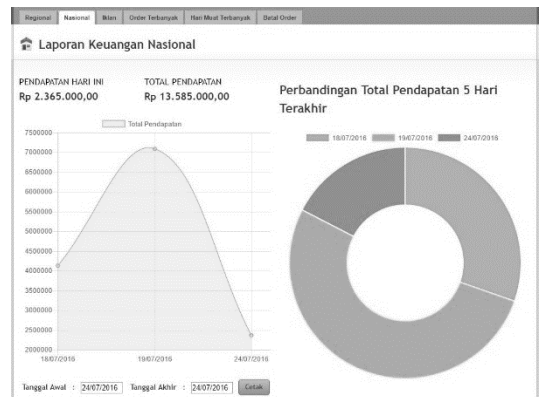
Gambar 10 Halaman Detail Konfirmasi Pembayaran

Pada Gambar 10 terdapat halaman detail konfirmasi pembayaran yang berisi data pengirim dan data transfer. Data tersebut antara lain nama pengirim, bank pengirim, bank penerima, tanggal transfer dan nominal transfer.



Gambar 11 Halaman Laporan Regional

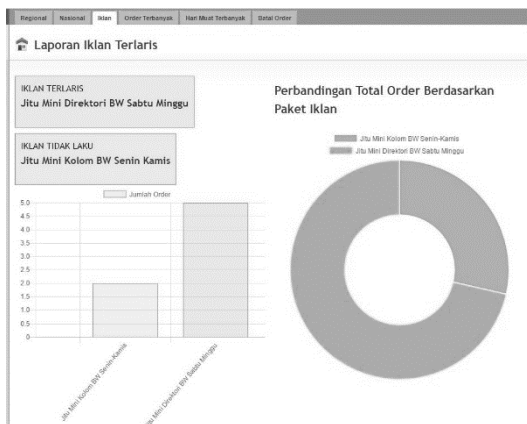
Pada Gambar 11 terdapat halaman laporan regional. Di layanan ini manajer iklan dapat melihat peringkat pendapatan per media iklan (per regional) dan dominasi media iklan.



Gambar 12 Halaman Laporan Nasional

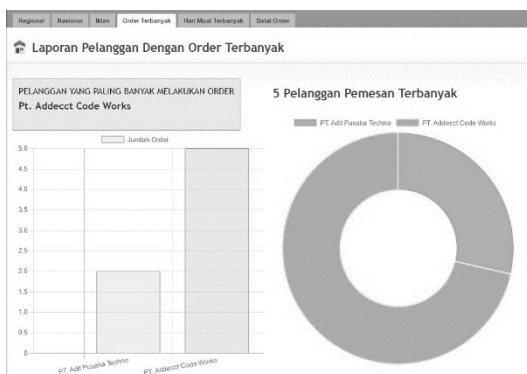
Pada Gambar 12 terdapat halaman laporan nasional. Di layanan ini manajer iklan dapat melihat total pendapatan dari seluruh media iklan pada hari ini dan perbandingan total pendapatan dalam 5 hari terakhir.





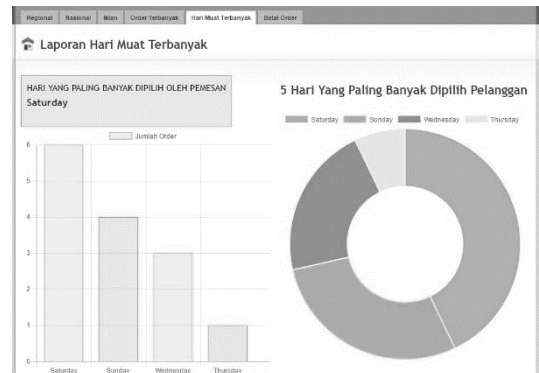
Gambar 13 Halaman Laporan Iklan

Pada Gambar 13 terdapat halaman laporan iklan. Di layanan ini manajer iklan dapat melihat iklan terlaris dan iklan yang tidak laku. Selain itu terdapat perbandingan jumlah order berdasar paket iklan.



Gambar 14 Halaman Laporan Order Terbanyak

Pada Gambar 14 terdapat halaman laporan order terbanyak. Di layanan ini manajer iklan dapat melihat siapa pelanggan yang paling sering memasang iklan dan perbandingan 5 planggan yang paling sering memasang iklan.



Gambar 15 Halaman Laporan Hari Muat Terbanyak

Pada Gambar 15 terdapat halaman laporan hari muat terbanyak. Di layanan ini manajer iklan dapat melihat hari apa yang menjadi favorit pelanggan untuk digunakan sebagai tanggal penayangan.



Gambar 16 Halaman Laporan Batal Order

Pada Gambar 16 terdapat halaman laporan batal order. Di layanan ini manajer iklan dapat melihat paket iklan apa yang paling sering dibatalkan pemasangannya oleh pelanggan.

Tabel 1 Hasil Uji Coba Pelanggan

No.	Pernyataan	Jumlah Jawaban					Jumlah Responden	Index %
		1	2	3	4	5		
1	Pemilihan Paket iklan mudah dilakukan dan mencakup informasi yang dibutuhkan	-	-	1	2	2	5	84%
2	Pembuatan materi iklan mudah dilakukan	-	-	-	2	3	5	92%
3	Penentuan jadwal tayang iklan mudah dilakukan	-	1	1	1	2	5	76%
4	Notifikasi status pesanan iklan sangat membantu dalam memantau persetujuan materi iklan	-	1	1	2	1	5	72%
5	Revisi materi iklan mudah dilakukan	-	-	-	1	4	5	96%
6	Konfirmasi pembayaran dapat dilakukan dengan mudah	-	-	-	3	2	5	88%
Rata-rata index							5	84,67%

Pada uji coba pengguna terhadap pelanggan dapat dilihat nilai rata-rata index sebesar 84,67%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan setuju aplikasi dapat membantu memudahkan pemasangan iklan.

Tabel 2 Hasil Uji Coba Traffic Order

No.	Pernyataan	Jumlah Jawaban					Jumlah Responden	Index %
		1	2	3	4	5		
1	Notifikasi konfirmasi pembayaran iklan baru mudah untuk diketahui	-	-	1	2	-	3	73%
2	Pengecekan tagihan pembayaran iklan pelanggan mudah dilakukan	-	-	2	1	-	3	67%
3	Persetujuan konfirmasi pembayaran iklan pelanggan mudah dilakukan	-	-	-	2	1	3	86%
Rata-rata index							3	75,3%

Pada uji coba pengguna terhadap traffic order dapat dilihat nilai rata-rata index sebesar 75,3%. Hal ini menunjukkan bahwa traffic order setuju aplikasi telah memudahkan pengelolaan iklan khususnya di bagian pengecekan tagihan iklan.

Tabel 3 Hasil Uji Coba Petugas Layout

No.	Pernyataan	Jumlah Jawaban					Jumlah Responden	Index %
		1	2	3	4	5		
1	Notifikasi pesanan iklan baru mudah untuk diketahui	-	-	-	3	-	3	80%
2	Pengecekan materi iklan pelanggan mudah dilakukan	-	-	1	1	1	3	80%
3	Persetujuan materi iklan pelanggan mudah dilakukan	-	-	-	2	1	3	86%
Rata-rata index							3	82%

Pada uji coba pengguna terhadap petugas layout dapat dilihat dari nilai rata-rata index sebesar 82%. Hal ini menunjukkan bahwa petugas layout setuju aplikasi dapat memudahkan pengelolaan iklan khususnya pada bagian persetujuan materi iklan.

Tabel 4 Hasil Uji Coba Manajer

No.	Pernyataan	Jumlah Jawaban					Jumlah Responden	Index %
		1	2	3	4	5		
1	Penyediaan laporan berbentuk dashboard mudah dipahami	-	-	-	1	-	1	80%
2	Laporan regional dapat memudahkan pemantauan pendapatan media iklan	-	-	1	-	-	1	60%
3	Laporan nasional dapat memudahkan pemantauan terhadap tren pemasangan iklan	-	-	1	-	-	1	60%
4	Laporan iklan dapat memudahkan pemantauan terhadap paket iklan yang menjadi favorit pelanggan	-	-	-	1	-	1	80%
5	Laporan order terbanyak dapat memudahkan pemantauan pelanggan yang sering melakukan pemasangan iklan	-	-	-	1	-	1	80%
6	Laporan hari muat terbanyak dapat memudahkan pemantauan terhadap hari tayang yang menjadi favorit pelanggan	-	-	-	1	-	1	80%
7	Laporan batal order dapat memudahkan pemantauan terhadap paket yang paling sering dibatalkan oleh pelanggan	-	-	-	1	-	1	80%
Rata-rata index							1	74,2%

Pada uji coba pengguna terhadap manajer dapat dilihat dari nilai rata-rata index sebesar 74,2%. Hal ini menunjukkan bahwa manajer setuju aplikasi telah memudahkan pemantauan perkembangan mengenai bisnis iklan Jawa Pos.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa aplikasi yang dihasilkan telah membantu mempermudah pelanggan dalam memasang iklan, membantu Jawa Pos dalam mengelola bisnis iklan dan membantu manajer dalam memantau informasi mengenai perkembangan bisnis iklan Jawa Pos.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Aplikasi pengelolaan bisnis iklan dapat membantu pelanggan dalam melakukan pemasangan iklan, terbukti dengan hasil uji coba pengguna yang dilaksanakan pada lima orang pelanggan. Nilai rata-rata index mencapai 84,67%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan setuju aplikasi dapat mempermudah pemasangan iklan. Aplikasi pengelolaan bisnis iklan dapat membantu Jawa Pos dalam mengelola iklan, terbukti dengan hasil uji coba pengguna yang dilaksanakan pada tiga orang petugas layout dan tiga orang traffic order. Nilai rata-rata index

mencapai 82% untuk petugas layout dan 75,3% untuk traffic order. Hal ini menunjukkan bahwa petugas layout dan traffic order setuju aplikasi dapat mempermudah pengelolaan iklan khususnya pada bagian persetujuan materi iklan dan pengecekan tagihan iklan. Aplikasi pengelolaan bisnis iklan dapat membantu manajer dalam penyediaan laporan yang meliputi laporan pendapatan regional, laporan pendapatan nasional, laporan iklan terlaris, laporan order terbanyak, laporan hari muat terbanyak dan laporan batal order terbukti dengan hasil uji coba pengguna yang dilaksanakan pada manajer iklan. Nilai rata-rata index mencapai 74,2%. Hal ini menunjukkan bahwa manajer iklan setuju aplikasi dapat mempermudah pemantauan informasi mengenai perkembangan bisnis iklan Jawa Pos. Sehingga dengan solusi yang telah diberikan oleh aplikasi maka tidak ada lagi masalah penurunan pelanggan karena transaksi yang tertunda maupun yang dibatalkan.

Dalam pengembangan aplikasi Pengelolaan Bisnis Iklan ini, dapat diajukan beberapa saran, yaitu:

1. Aplikasi dapat terintegrasi dengan payment system online, seperti menggunakan M-Banking atau kartu kredit.
2. Aplikasi dapat dikembangkan dengan menambahkan fitur Short Message Service (SMS) atau pesan singkat yang dikirim ke telepon genggam pengguna untuk memudahkan notifikasi.
3. Aplikasi dapat dikembangkan dengan menambahkan fungsi CRM (Customer Relationship Management).

## RUJUKAN

- Kotler, Philip and Armstrong Gary. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- McLeod, R. dan P. Schell, George. (2007). *Management Information System*. University of Virginia: Pearson/Prentice Hall
- Pressman, R. S. (2005). *Software Engineering A Practitioner's Approach* (6th ed.). New York: McGraw- Hill Companies, Inc.