



RANCANG BANGUN APLIKASI PERIKLANAN BERBASIS WEB PADA DINAS PENDAPATAN DAN PENGELOLAAN KEUANGAN KOTA SURABAYA

Bia Ardy Permana¹Mochammad Arifin²Vivine Nurcahyawati

Program Studi/Jurusan Sistem Informasi

STMIK STIKOM Surabaya

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1)morwe_bia@yahoo.co.id, 2)marifin@stikom.edu, 3)vivine@stikom.edu

Abstract: *Department of revenue and financial management is a place for a company or organization to perform licensing the installation of billboards . Each billboard that has been given permission and posted by the Department of revenue and financial management have a status update. The current system for status of the billboard still require operator assistance so that it allows for some error in update the status of any billboard. Researcher provide solutions for Department of revenue and financial management through the advertising monitoring applications. By using this application the Department of revenue and financial management can monitor and obtain reports on the condition or status of the current advertisement and also through reports generated by applications that can facilitate the process of the registration section, determination section and data collection section. Besides being able to display the status of each advertisement, the application can perform calculations automatically advertisement tax number and validation process that is used to help each section to perform the filter on taxpayers who are less worthy. The results of the evaluation applications for users who have been tested on 8 respondents indicate the number of respondents who say that this application is in accordance with the needs and wishes of users is equal to 92 % .*

Keywords: *Application, Department of revenue, Advertisement, Monitoring System*

Kemajuan Teknologi Informasi telah menimbulkan dampak yang besar bagi manusia. Kemajuan Teknologi Informasi menuntut manusia untuk berpikir bagaimana membuat segalanya lebih cepat serta efisien. Dengan adanya peralatan komputer pernyataan diatas dapat terselesaikan karena adanya kemajuan Teknologi Informasi yaitu peralatan komputer itu sendiri.

Seiring dengan perkembangan jaman, papan iklan atau reklame saat ini juga menjadi sumber informasi bagi masyarakat yang membutuhkan. Menurut Data Reklame yang ada pada Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya, tahun 2012 sudah terdapat ±25.000 papan iklan atau reklame yang terpasang secara liar di kota Surabaya. Hal tersebut masih bisa bertambah seiring dengan berjalannya waktu. Selain reklame liar, reklame

yang bersifat resmi dan terdaftar pun ikut bertambah. Hal ini dapat terjadi karena saat ini banyak perusahaan – perusahaan besar yang meningkatkan pelayanan informasinya melalui reklame agar barang atau jasa mereka lebih dikenal oleh masyarakat umum.

Proses periklanan yang terjadi yaitu dimulai dari perusahaan atau organisasi mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame melalui bagian pendaftaran. Setelah data reklame dan data wajib pajak dicatat maka bagian penetapan akan menghitung biaya sewa reklame yang akan dipasang, sebelum Surat Ijin Penyelenggaraan Reklame diterbitkan maka Wajib Pajak membayar biaya sewa yang sudah dihitung sebelumnya. Untuk reklame ijin baru/perpanjangan dan eksisting akan dilakukan survei lapangan dan eksisting akan dilakukan survei lapangan oleh bagian pendataan, setelah itu hasil survey lapangan akan dilaporkan berupa

verifikasi obyek pajak reklame. Data yang telah didapat dari hasil survei kemudian akan diproses melalui bagian penagihan dan selanjutnya akan diterbitkan sebuah laporan tunggakan dan surat pemberitahuan untuk wajib pajak, apabila ada data reklame yang tidak sesuai pada saat survei lapangan.

Pada bagian penetapan sering mengalami masalah keterlambatan dalam penyajian informasi terhadap reklame yang telah terpasang. Keterlambatan ini berasal dari peningkatan jumlah reklame yang terpasang setiap harinya, dan reklame yang berbeda-beda baik dari waktu pemasangan yang bersamaan atau jenis reklame yang dipasang. Penyajian Informasi yang dimaksud adalah bagaimana bagian penetapan merubah status tiap-tiap reklame dari layar monitor. Sistem yang terjadi saat ini, terutama dalam hal perubahan status setiap reklame yang terpasang, masih membutuhkan bantuan operator. Dampak dari hal tersebut adalah memungkinkan terjadinya kesalahan dalam pemberian status terhadap setiap reklame. Sebuah kesalahan dapat memicu adanya keterlambatan, sehingga hal ini dapat mengulur waktu dalam pelaksanaan proses selanjutnya. Misalnya, terdapat reklame yang habis masa berlakunya dan seharusnya bisa dilakukan perpanjangan ijin. Reklame tersebut terlambat atau terlewat untuk diubah statusnya oleh bagian penetapan, sehingga bagian penagihan tidak bisa menerbitkan surat pemberitahuan kepada wajib pajak, bahwa reklame yang dipasang akan habis masa berlakunya.

Sistem saat ini untuk penyajian informasi tentang reklame milik wajib pajak berupa surat pemberitahuan. Surat pemberitahuan tersebut diberikan pada saat ada penagihan atau reklame yang tidak sesuai. Masalah yang terjadi adalah wajib pajak tidak dapat memantau perkembangan reklame secara kontinyu. Misalnya bagaimana status reklame saat ini, kapan reklame harus diperpanjang, kapan masa ijin reklame tersebut habis, berapa biaya yang harus dibayar untuk wajib pajak yang terkena denda dan lain-lain.

Selain itu terdapat masalah pada proses pendataan. Proses pendataan ini merupakan proses survei lapangan yang dilakukan oleh tim survei. Proses ini dilaksanakan untuk mengetahui kebenaran data antara data yang didaftarkan oleh wajib pajak dengan data yang ada di lapangan. Proses pendataan yang dilakukan saat ini adalah tim survei melakukan

survei ke lapangan kemudian meng-entry data hasil survei ke komputer yang ada pada kantor Dinas. Dengan jumlah reklame yang akan di survei cukup banyak, maka hal tersebut cukup menyita waktu dalam hal perekapan data hasil survei untuk masing – masing reklame, karena tim survei harus kembali ke kantor Dinas untuk melakukan entry data.

Oleh karena itu Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan kota Surabaya membutuhkan adanya sebuah aplikasi monitoring berisi tentang *pengupdate-an* status reklame yang nantinya tidak akan membutuhkan bantuan operator, sehingga bagian penetapan dapat dengan mudah melakukan pengawasan terhadap reklame atau wajib pajak saja yang tidak sesuai dengan peraturan tentang penyelenggaraan reklame yang telah ditetapkan. Selain itu untuk dapat memantau perkembangan reklame secara kontinyu, wajib pajak akan mendapatkan pemberitahuan melalui *Short Message Service(SMS)*. Isi dari SMS itu sendiri nantinya akan sesuai dengan surat pemberitahuan yang dikeluarkan, mengenai status reklame yang telah dipasang.

Aplikasi ini juga akan memantau tiap-tiap reklame yang sudah terpasang, baik itu jumlah reklame per-jalan ataupun jumlah reklame liar . Sehingga Aplikasi ini akan menghasilkan informasi tentang perkembangan reklame yang disajikan dalam bentuk laporan dan grafik. Laporan tersebut akan berbentuk rekapitulasi jumlah tiap-tiap reklame yang sudah terpasang.

METODE

Reklame

Menurut Peraturan Walikota Nomor 70 Tahun 2010, Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum. Ada beberapa macam jenis reklame antara lain :

a. Reklame Permanen

Reklame papan dengan luas bidang 8 m² (delapan meter persegi) kebawah yang diselenggarakan di persil atau reklame berjalan.

b. Reklame Terbatas

Reklame papan dengan luas bidang lebih dari 8 m² (delapan meter persegi) yang diselenggarakan di lokasi persil dan reklame papan yang diselenggarakan di lokasi bukan persil

c. Reklame Insidental

Reklame baliho, kain, reklame peragaan, reklame selebaran, reklame melekat, reklame film, reklame udara, reklame apung dan reklame suara.

Komponen nilai strategis untuk penyelenggaraan reklame terdiri dari :

1. Guna Lahan

Guna Lahan dapat dikelompokkan menjadi antara lain :

- a. Fasilitas Umum komersial dan jasa
- b. Ruang Terbuka Hijau
- c. Pemukiman
- d. Pendidikan
- e. Kesehatan
- f. Pergudangan
- g. Industri

2. Ukuran Reklame

Ukuran Reklame ditetapkan berdasarkan luas reklame yang dipasang. Luas bidang reklame adalah nilai yang didapatkan dari perkalian antara lebar dengan panjang bidang reklame. Luas bidang reklame terbagi atas delapan kelompok dan hasil penghitungannya dinyatakan dalam ukuran meter persegi.

3. Sudut Pandang

Sudut pandang adalah arah terhadap penyelenggaraan reklame atau jumlah arah penyelenggaraan reklame tersebut dipandang. Sudut pandang dibedakan berdasarkan jumlah arah lalu lintas di sekitar lokasi reklame salah satunya ditentukan dari persimpangan lima, persimpangan empat dan lainnya. Sudut Pandang terbagi atas; > 4 arah, 4 arah, 3 arah, 2 arah, 1 arah, dalam ruang, berjalan, megatron dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO).

4. Kelas Jalan

Kelas jalan reklame adalah klasifikasi jalan menurut tingkat strategis dan komersial untuk penyelenggaraan reklame yang ditetapkan oleh Kepala Daerah. Kelas jalan dibedakan berdasarkan lebar jalan. Kelas

Jalan terbagi atas kelas jalan I, kelas jalan II dan kelas jalan III.

5. Lokasi Pemasangan reklame

Lokasi adalah titik tempat atau konstruksi dimana reklame diselenggarakan. Lokasi terbagi atas kelas jalan I, kelas jalan II, kelas jalan III, dalam ruang, berjalan, megatron dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO). Mengingat tingkat nilai strategis yang berbeda maka penyelenggaraan reklame dalam ruang, reklame berjalan, reklame megatron dan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO), skor lokasi dinyatakan secara khusus.

Nilai Jual Objek Pajak Reklame

Komponen penentu besaran nilai jual objek pajak reklame adalah luas bidang reklame dan ketinggian reklame. Luas bidang reklame adalah nilai yang didapatkan dari perkalian antara lebar dengan panjang bidang reklame. Luas bidang reklame terbagi atas delapan kelompok dan hasil perhitungannya dinyatakan dalam ukuran meter persegi.

Ketinggian reklame adalah jarak antar ambang paling atas bidang reklame dari permukaan tanah rata – rata dan dinyatakan dalam ukuran meter. Reklame dalam ruang yang terletak di lantai dua suatu gedung, pengukuran ketinggian dimulai dari lantai dua sampai dengan ambang teratas reklame, bukan dari lantai dasar (ground floor).

Monitoring

Menurut Mercy Corps Tahun 2005, Monitoring didefinisikan sebagai siklus kegiatan yang mencakup pengumpulan, peninjauan ulang, dan pelaporan tindakan atas informasi suatu proses yang sedang diimplimentasikan. Sedangkan menurut Suryana (2011), monitoring ditujukan untuk memperoleh fakta, data dan informasi tentang pelaksanaan program, apakah proses pelaksanaan kegiatan dilakukan sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Monitoring juga dapat dikatakan sebagai *on-going activity* dimana kegiatan tersebut dilakukan untuk mengetahui perkembangan atau kemajuan sebuah proyek. Monitoring merupakan sebuah proses yang berkelanjutan, baik dalam pengumpulan dan analisa informasi untuk membandingkan bagaimana proyek tersebut dikerjakan (Justine Hunter, 2009).

Proses dasar dalam monitoring meliputi tiga tahap yaitu menetapkan standar pelaksanaan, pengukuran pelaksanaan, dan menentukan kesenjangan (deviasi) antara pelaksanaan dengan standar dan rencana. Menurut Dunn dalam Suryana (2011), monitoring mempunyai empat fungsi, yaitu:

1. Ketaatan (*compliance*). Monitoring menentukan apakah tindakan administrator, staf dan semua yang terlibat mengikuti standar dan prosedur yang telah ditetapkan.
2. Pemeriksaan (*auditing*). Monitoring menetapkan apakah sumber dan layanan yang diperuntukkan bagi pihak tertentu (target) telah mencapai mereka.
3. Laporan (*accounting*). Monitoring menghasilkan informasi yang membantu “menghitung” hasil perubahan sosial dan masyarakat sebagai akibat implementasi kebijaksanaan sesudah periode waktu tertentu.
4. Penjelasan (*explanation*). Monitoring menghasilkan informasi yang membantu menjelaskan bagaimana akibat kebijaksanaan dan mengapa antara perencanaan dan pelaksanaannya tidak cocok.

ANALISA SISTEM
Diagram Blok

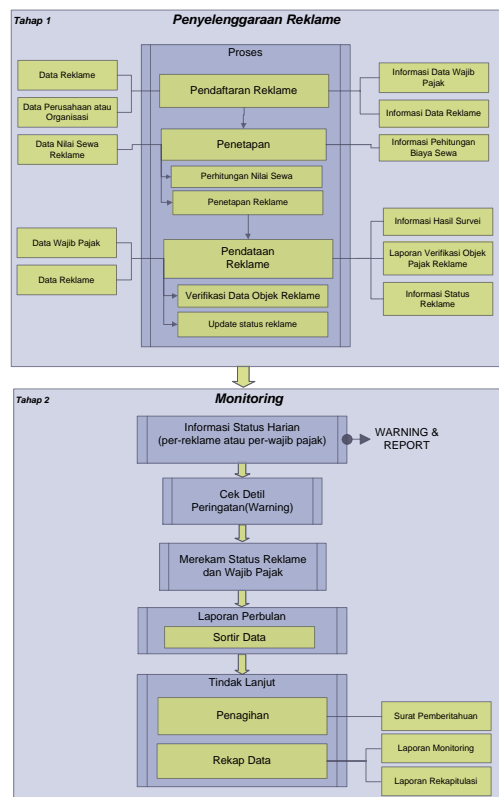
Pengguna aplikasi ini adalah bagian pendaftaran, bagian pendataan, bagian penetapan, bagian penagihan, dan kepala dinas. Dalam Implementasinya, aplikasi akan diinstall pada setiap komputer pengguna yang terkoneksi oleh 1 sumber basis data, sehingga setiap bagian yang sudah terhubung dalam satu jaringan dapat menggunakan aplikasi yang telah ada untuk melakukan monitoring. Seorang Kepala dinas juga dapat melakukan monitoring terhadap reklame yang telah terpasang.

Model yang akan digunakan yaitu menggunakan diagram blok, sehingga dapat dengan mudah diketahui proses apa saja yang dilakukan, data apa yang menjadi inputan serta output apa yang nanti akan dihasilkan.

Pada penyelenggaraan reklame ada 3 proses utama yang dilakukan, yaitu proses pendaftaran, penetapan dan pendataan. Dimana pada proses pendaftaran, yang digunakan sebagai *input*-an adalah data reklame dan data organisasi atau perusahaan yang akan memasang

reklame. Pada proses kedua adalah penetapan, dimana *input*-an yang digunakan adalah data-data nilai sewa sesuai dengan peraturan walikota tahun 2010. Pada proses pendataan, data yang telah tersimpan akan dicocokkan dengan data yang ada di lapangan. *Input*-an yang digunakan dalam pendataan adalah data-data reklame yang telah tersimpan dalam *database*.

Setiap data reklame baik yang sudah di cocokkan oleh tim survei maupun data yang tersimpan dalam *database* akan dicatat dan dihitung ulangbiaya pajaknya oleh sistem, kemudian sistem akan memberitahukan sebuah *warning* dan report melalui status di layar monitor apabila ada kesalahan terhadap setiap data-data yang ada. Setiap kejadian yang terjadi, akan di rekap menurut ketentuan *user* atau pengguna. Sehingga nantinya akan dihasilkan laporan monitoring yang dapat digunakan sebagai tindak lanjut terhadap reklame atau wajib pajak.

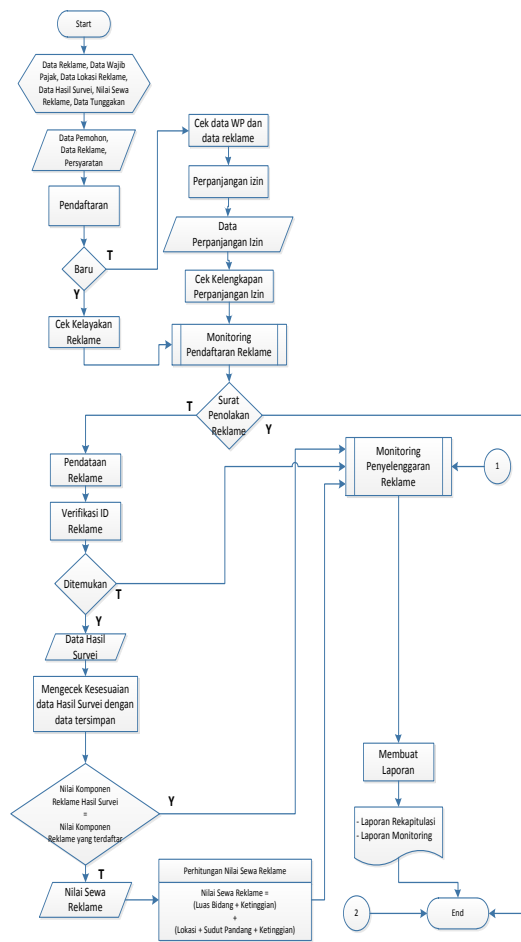


Gambar 1. Diagram Blok Monitoring Periklanan

Alur Aplikasi

Alur aplikasi merupakan penggambaran bagaimana aplikasi *monitoring* akan berjalan, dimulai dari proses inisialiasi data awal sampai dengan menjadi *output* melalui proses

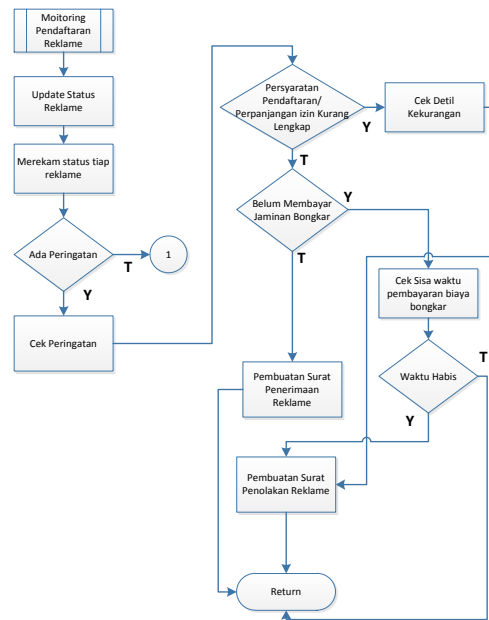
pembuatan dokumen akhir. Berikut ini digambarkan alur aplikasi dari *monitoring* periklanan :



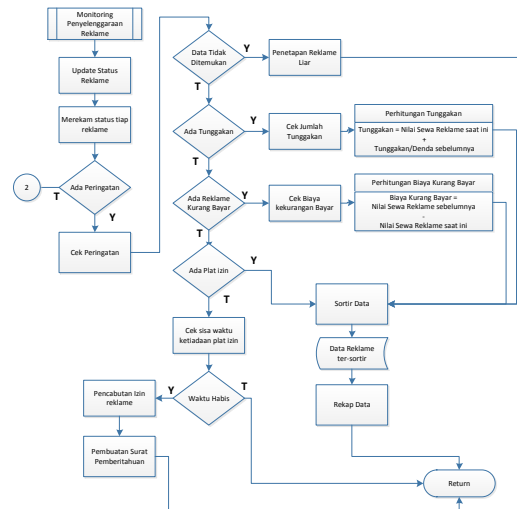
Gambar 2. Alur aplikasi penyelenggaraan reklame

Pada gambar 3.3 ditunjukkan bahwa proses dimulai dari proses pendaftaran. Untuk pendaftaran baru maka data yang akan *diinput* akan dicek oleh sistem melalui proses *monitoring* pendaftaran reklame. Jika wajib pajak ingin melakukan perpanjangan maka data-data yang akan *diinput* akan dicek oleh sistem sebelum disimpan. Data yang tersimpan ke dalam *database* akan dilakukan pendataan oleh bagian pendataan dan jika ada komponen reklame yang berbeda dalam *database* maka sistem akan memberitahukan dan melakukan perhitungan ulang.

Semua data yang tersimpan akan selalu di cek oleh sistem melalui proses *monitoring* penyelenggaraan reklame dan akan diberitahukan melalui layar *monitor* agar petugas dapat melakukan tindakan selanjutnya.



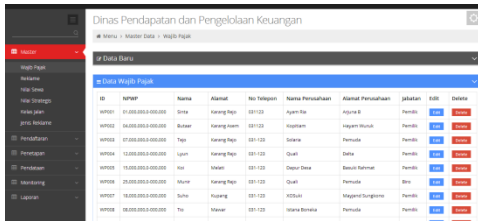
Gambar 3. Subproses *monitoring* pendaftaran reklame



Gambar 4. Subproses *monitoring* penyelenggaraan reklame

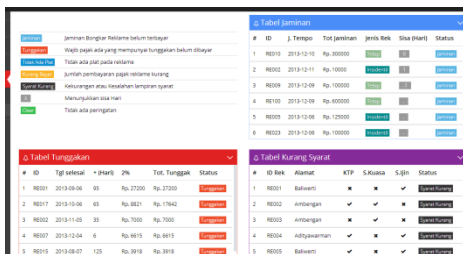
HASIL DAN PEMBAHASAN Implementasi Sistem

Setelah tahap perancangan maka tahap selanjutnya adalah implementasi sistem. Berikut ini adalah tampilan untuk *maintenance* wajib pajak.



Gambar 5. Tampilan *maintenance* wajib pajak

Selanjutnya adalah halaman proses monitoring untuk setiap reklame, dengan penanda menggunakan status berdasarkan warna.



Gambar 6. Tampilan *monitoring* status

Output dari aplikasi ini adalah adanya sebuah laporan *monitoring* baik untuk kepala dinas atau untuk petugas per bagian yang ingin melihat laporan tersebut.



Gambar 7. Laporan monitoring

KESIMPULAN

Setelah dilakukan beberapa proses analisa, maka didapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan aplikasi *monitoring* pada dinas pendapatan dan pengelolaan keuangan ini para petugas pada dinas dapat memantau perkembangan reklame dengan baik, terutama reklame yang terlambat untuk ditangani.

2. Setelah aplikasi ini dijalankan, *monitoring* terhadap reklame-reklame yang tidak sesuai peraturan ataupun melanggar dapat diketahui setiap saat.

SARAN

Adapun saran yang disampaikan untuk penelitian selanjutnya adalah sistem ini hanya menangani *monitoring* saja, untuk pengembangan sistem selanjutnya diharapkan menjadi sistem yang dapat melakukan evaluasi serta dapat memberikan beberapa alternatif keputusan untuk pihak Dinas pendapatan dan pengelolaan keuangan.

RUJUKAN

Corps, Mercy. 2005. *Design, Monitoring and Evaluation Guidebook*. Portland, USA : Mercy Corps.

Hunter, Justine. 2009. *Monitoring and Evaluation: Are we making a difference?*. Namibia Institute for Democracy. Windhoek.

Kadir, Abdul. 2008. *Dasar Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP*. Andi Offset. Yogyakarta.

Mellin, Jonas. 2004. *Resource-Predictable and Efficient Monitoring of events*. University of Skövde. Sweden.

Rismaharini, Tri. 2010. *Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 dan 71 Perhitungan Nilai Sewa Reklame*. Pemerintah Kota. Surabaya.

Rismaharini, Tri. 2012. *Peraturan Walikota Surabaya Nomor 79 Tata Cara Penyelenggaraan Reklame*. Pemerintah Kota. Surabaya.

Sidik, Betha. 2005. *MySQL Untuk Pengguna, Administrator & Pengembang Aplikasi Web*. Informatika. Bandung.

Suryana. 2011. *Strategi Monitoring dan Evaluasi (MONEV) Sistem Penjamin Mutu Internal Sekolah*. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.