

Sistem Informasi Advertising Studi Kasus DPPKAD Kabupaten Cilacap

^{1*}Cahya Vikasari, ²Anas Setiawan Prabowo, ³Betti Widianingsih, ⁴Fadhillah Hazrina
^{1,2,3,4}Politeknik Negeri Cilacap
Cilacap, Indonesia

^{1*}cahyavikasari@pnc.ac.id, ²anassetiawanp@pnc.ac.id,
³bettiwidianingsih@pnc.ac.id, ⁴fadhillahazrina@pnc.ac.id

*Penulis Korespondensi

Diajukan : 31/07/2024

Diterima : 06/08/2024

Dipublikasi : 07/08/2024

ABSTRAK

Advertising sangat efektif memperkenalkan barang atau jasa kepada masyarakat luas. Di Kabupaten Cilacap, pemerintah menyediakan papan reklame yang dikelola oleh BPMPT untuk meningkatkan pendapatan daerah, tetapi proses perizinan dan pembayaran sering dianggap rumit dan memakan waktu. Kendala ini menyebabkan frustrasi dan penurunan minat pelaku usaha dalam memanfaatkan layanan papan reklame pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan menyederhanakan proses perizinan serta pembayaran pemasangan papan reklame di Kabupaten Cilacap. Penelitian mencakup calon pengguna papan reklame yang memerlukan izin dari Badan Pengelola Modal dan Perizinan Terpadu (BPMPT) serta pembayaran melalui DPPKAD Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan, dan Aset Daerah. Pengembangan sistem menggunakan metode prototipe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi yang dikembangkan mampu menyederhanakan proses perizinan serta pembayaran pemasangan papan reklame, meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan kepada pengguna, dan mengelola sewa advertising dengan lebih baik dan transparan bagi BPMPT dan DPPKAD. Kesimpulannya, aplikasi ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengguna layanan pemerintah, memudahkan perencanaan iklan, dan berkontribusi pada peningkatan pendapatan daerah serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui aktivitas periklanan yang lebih efisien

Kata Kunci: Advertising, dppkad, prototipe, reklame.

I. PENDAHULUAN

Berbagai media periklanan mulai mengalami transformasi dari media tradisional berupa koran, brosur, pamflet hingga media yang lebih modern seperti platform media sosial (Akhlishon & Rachman, 2022). Advertising atau papan iklan merupakan metode promosi yang efektif dalam upaya memperkenalkan barang dan jasa kepada masyarakat luas. Di Kabupaten Cilacap, pemerintah daerah telah menyediakan berbagai papan reklame yang dikelola dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan daerah dengan cara memungut pajak daerah yaitu pajak reklame sesuai Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 mengenai Retribusi dan pajak Daerah (Rama Sanjaya, 2022). Pengelolaan papan reklame ini ditangani oleh Badan Pengelola Modal dan Perizinan Terpadu (BPMPT), yang memastikan bahwa setiap calon pengguna yang ingin memasang iklan harus melalui proses perizinan yang ketat dan terstruktur. Penyelenggaraan perizinan advertising di Kabupaten Cilacap yang terdapat permasalahan krusial yaitu adanya fraud atau pelanggaran reklame liar dalam izin, pajak maupun pemasangan reklame dikarenakan data penyewaan terkait durasi tidak *uptodate* (Fatimah & Pambudi, 2024).

Namun, meskipun sistem ini telah berjalan, masih terdapat sejumlah masalah yang dihadapi oleh calon pengguna papan reklame. publisher yang akan memasang advertising di Kabupaten Cilacap diwajibkan mendapatkan izin dari dinas terkait (Mokhammad & Widodo, 2020). Proses perizinan yang melibatkan pengecekan ketersediaan papan reklame di BPMPT, serta proses pembayaran yang diproses di Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan, dan Aset Daerah (DPPKAD), sering kali dianggap rumit dan memakan waktu. Kendala ini dapat menyebabkan frustrasi dan penurunan minat dari pelaku usaha untuk memanfaatkan layanan papan reklame yang disediakan oleh pemerintah daerah.

Tujuan penelitian ini untuk mengevaluasi dan menyederhanakan proses perizinan serta pembayaran pemasangan papan reklame di Kabupaten Cilacap serta dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan kepada calon pengguna. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk memberikan rekomendasi yang berguna bagi BPMPT dan DPPKAD dalam pengelolaan papan reklame yang lebih baik dan transparan.

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sangat beragam. Pertama, dengan proses yang lebih efisien, waktu dan tenaga yang diperlukan oleh calon pengguna akan berkurang, sehingga dapat meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan pemerintah. Kedua, transparansi informasi terkait ketersediaan papan reklame akan membantu calon pengguna yaitu publisher dalam merencanakan iklan mereka dengan lebih baik. Ketiga, peningkatan minat pelaku usaha untuk memasang iklan akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan daerah. Diperlukan adanya sistem yang dapat menjadi dasar bagi perbaikan kebijakan di BPMPT dan DPPKAD dalam hal pengelolaan papan reklame yang akan mendukung pelayanan publik akan menjadi lebih baik, efisien, dan profesional, serta mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan aktivitas periklanan.

II. STUDI LITERATUR

Penelitian sebelumnya mengenai desain sistem informasi pemesanan iklan berbasis web menunjukkan bahwa proses pengolahan data pesanan masih dilakukan secara manual yang masih menimbulkan beberapa masalah, seperti kesulitan dalam pencatatan pesanan dan desain dari pelanggan, pencarian dan rekapitulasi penjualan yang lambat karena data tidak tersimpan dalam basis data. Untuk mengatasi masalah ini, penelitian tersebut bertujuan merancang sistem informasi berbasis web dengan bahasa pemrograman PHP, dan basis data MySQL. Sistem ini diharapkan dapat mempermudah pengolahan data pesanan dan memungkinkan pengguna layanan iklan untuk melakukan pemesanan produk secara online dan mengunggah foto desain mereka sendiri (Riski Monika et al., 2023).

Penelitian lain yang serupa membahas tentang desain sistem informasi pemesanan iklan berbasis web. Saat ini, proses pemesanan iklan di stasiun radio tersebut masih dilakukan secara langsung yang mengharuskan klien datang ke stasiun radio, sehingga memakan waktu, tenaga, dan biaya dan ditangani oleh petugas dengan pencatatan manual. Tujuan penelitian untuk mengembangkan sebuah sistem yang dapat meningkatkan efisiensi proses pemesanan iklan. Menggunakan metode waterfall, pemodelan sistem dengan UML, serta bahasa pemrograman PHP dengan framework CodeIgniter dan basis data MySQL, penelitian ini berhasil menciptakan sistem informasi pemesanan iklan berbasis web yang memudahkan pegawai bidang Layanan Pengembangan Usaha dan klien dalam melakukan pemesanan iklan (Fathi et al., 2023).

Sistem informasi penempatan media menggunakan programmatic advertising di PT. Lintas Mediatama juga menyelesaikan masalah serupa. Sebelumnya, perusahaan ini menerima pesanan secara manual, baik melalui kunjungan langsung atau telepon, yang dianggap tidak efisien dari sisi waktu. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menciptakan transaksi digital dengan menggunakan programmatic advertising agar konsumen dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Menggunakan metode pengembangan sistem waterfall dan konsep pemodelan UML, sistem ini diimplementasikan dengan bahasa pemrograman PHP dan basis data SQL. Hasilnya adalah sebuah platform online yang membantu PT. Lintas Mediatama memasarkan titik penempatan secara lebih luas, efektif, dan efisien, serta memudahkan konsumen untuk mencari titik

penempatan ideal kapan saja dan di mana saja. (Kurnia Ramdani et al., 2023).

III. METODE

3.1 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data pada pembangunan sistem advertising melibatkan beberapa teknik untuk memastikan kebutuhan dan persyaratan pengguna tercakup secara menyeluruh. Pengumpulan data merupakan aspek fundamental dalam membangun sistem informasi (Driya et al., 2022). Pertama, wawancara dilakukan dengan para pemangku kepentingan seperti pengiklan, pengelola sistem, dan pengguna akhir untuk mendapatkan wawasan langsung mengenai kebutuhan mereka. Kedua, observasi lapangan dilakukan untuk memahami alur kerja dan interaksi dengan sistem yang ada. Selain itu, analisis dokumen dan tinjauan literatur juga digunakan untuk memahami standar industri dan praktik terbaik. Data yang dikumpulkan dari berbagai sumber ini kemudian dianalisis untuk merancang sistem advertising yang efektif dan efisien.

3.2 Metode pengembangan sistem

Pengembangan sistem aplikasi advertising dengan metode prototipe diawali dengan pengumpulan data mendalam untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi pengguna. Proses ini mencakup wawancara dengan pemangku kepentingan, observasi langsung terhadap alur kerja. Data yang terkumpul kemudian digunakan untuk membangun prototipe awal yang berfungsi sebagai model dari sistem yang diusulkan. Prototipe ini memungkinkan pengguna memberikan umpan balik langsung, yang selanjutnya digunakan untuk menyempurnakan sistem secara bertahap. Proses iteratif ini terus berlanjut hingga prototipe dapat memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal. Setelah validasi dan persetujuan dari pengguna tercapai, sistem final dikembangkan berdasarkan prototipe yang telah disempurnakan, memastikan hasil akhir sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna. Metode prototipe digunakan untuk mengumpulkan informasi dari pengguna sehingga pengembangan sistem dapat mempertimbangkan keluhan dan kebutuhan pengguna (Al Muhtadi & Junaedi, 2021).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Bahan Penelitian

Bahan yang digunakan dalam penelitian mengenai pengelolaan data advertising antara lain :

- Data pengajuan dan syarat ijin advertising.
- Alur pengajuan pemasangan advertising.
- Data geografis pemasangan advertising.

4.2 Tahap Pengembangan Sistem

Pengembangan sistem advertising ini menggunakan metode prototipe, yang menekankan pendekatan iteratif dan berfokus pada umpan balik pengguna (Al Muhtadi & Junaedi, 2021). Model prototipe yang diterapkan dalam sistem memungkinkan pengguna untuk memahami tahapan-tahapan yang terlibat dalam pengembangan sistem, sehingga sistem dapat berfungsi dengan optimal (Fridayanthie et al., 2021). Proses dimulai dengan mengidentifikasi dan mendokumentasikan spesifikasi kebutuhan pengguna melalui wawancara, observasi, dan kuesioner. Berdasarkan informasi ini, tim pengembang membuat prototipe awal yang berfungsi sebagai model sistem yang akan dikembangkan. Pengguna kemudian menguji prototipe tersebut, memberikan umpan balik mengenai fungsionalitas dan desain. Tim pengembang menggunakan umpan balik ini untuk melakukan iterasi berulang kali, memperbaiki dan menyempurnakan prototipe hingga memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Setelah prototipe disetujui, tahap konstruksi dimulai untuk membangun sistem final berdasarkan prototipe yang telah tervalidasi. Setelah pembangunan selesai, perangkat lunak diserahkan kepada pengguna (deployment) dan masuk ke fase dukungan, memastikan sistem terus berfungsi dengan baik dan ditingkatkan sesuai kebutuhan pengguna yang berkembang.

A. Analisis Kebutuhan

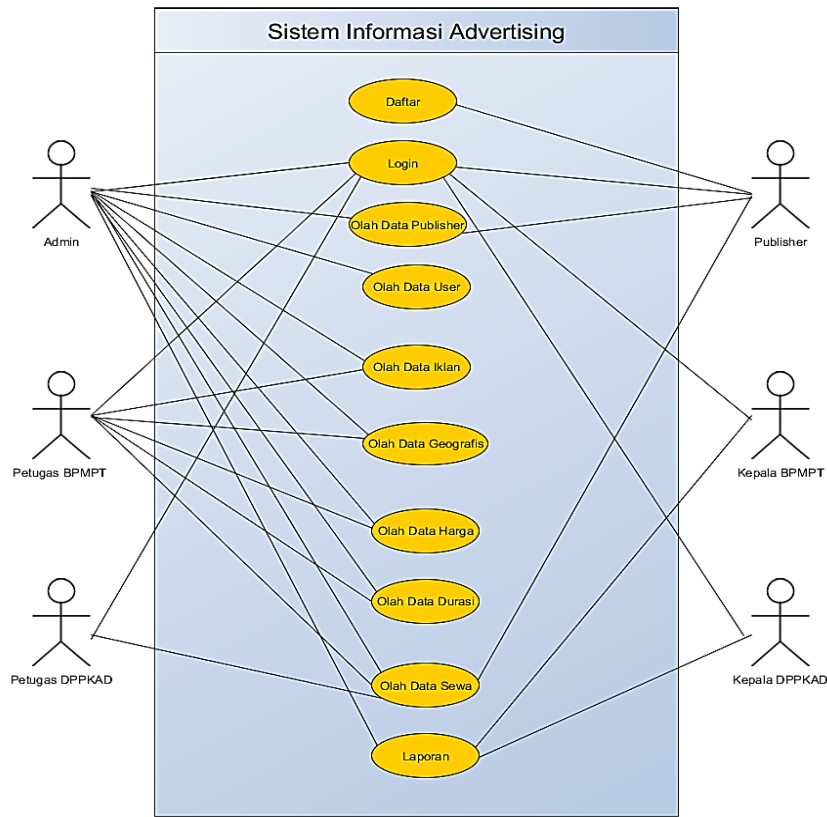
Hasil analisis kebutuhan pengguna dapat dilihat dalam tabel 1.

Tabel 1. Analisa Kebutuhan Sistem

User	Fungsi
Admin	<ul style="list-style-type: none"> - Login - Pengelolaan publisher - Pengelolaan user - Pengelolaan iklan - pengelolaan geografis - Pengelolaan harga - Pengelolaan durasi - Pengelolaan sewa - Laporan
Petugas BPMPT	<ul style="list-style-type: none"> - login - Pengelolaan iklan - Pengelolaan geografis - Pengelolaan harga - Pengelolaan durasi - Olah data sewa
Petugas DPPKAD	<ul style="list-style-type: none"> - Login - Olah data sewa
Publisher	<ul style="list-style-type: none"> - Daftar - Login - Olah data publisher - Olah data sewa
Kepala BPMPT	<ul style="list-style-type: none"> - Login - Laporan
Kepala DPPKAD	<ul style="list-style-type: none"> - Login - Laporan

B. Perancangan

Kegiatan merancang sebuah aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam pembangunan aplikasi simulasi penghitungan poin sertifikasi dosen, penulis menggunakan pemodelan use case. Berikut adalah diagram use case yang digunakan dalam merancang aplikasi pengelolaan advertising, memberikan gambaran mengenai proses pengelolaan iklan. Diagram use case dari sistem ini dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1. Usecase Diagram

C. Tampilan Aplikasi



Gambar 2. Tampilan Aplikasi Pengelolaan Iklan

Gambar 2 merupakan halaman pengelolaan data iklan yang diajukan oleh publisher, Dimana publisher akan mengisi data jenis iklannya, lama sewa atau pemasangan iklannya, beserta tanggal mulai iklan dipasang dan berakhir iklan dipasang. Dengan data ini diharapkan ada kejelasan data iklan yang dipasang sehingga semua bagian dapat mengetahui masa aktif advertising dan tidak akan ada pencopotan advertising saat masih aktif sewa iklannya.

BADAN PENANAMAN MODAL DAN PERIZINAN TERPADU PEMERINTAH KABUPATEN CILACAP PROVINSI JAWA TENGAH Jl. Kalimantan No. 74 Kabupaten Cilacap (0282) 544197 Fax 542909													
Manajemen Sewa													
Cari: <input type="text"/> Cari Refresh													
Tambah Sewa													
ID SEWA	EMAIL PUBLISHER	JENIS IKLAN	DURASI SEWA	HARGA	TANGGAL PASANG	TANGGAL LEPAS	BPMPPT	DPPKAD	AKSI			STATUS AKTIF	
									HAPUS	BPMPPT	DPPKAD	Aktif	Tidak
1	elsa@gmail.com	KD0001	7	2000000	2017-07-29	2017-08-05	Verified	Verifikasi				Aktif	Tidak
2	ayub@gmail.com	KD0001	30	10000000	2017-07-31	2017-08-31	Verifikasi	Verifikasi				Aktif	Tidak
3	isna@gmail.com	KD0004	60	4000000	2017-07-01	2017-09-02	Verified	Verified				Aktif	Tidak
4	abdul@gmail.com	KD0002	90	5000000	2017-07-14	2017-10-14	Verified	Verifikasi				Aktif	Tidak
5	alfan@gmail.com	KD0003	120	7000000	2017-07-19	2017-11-19	Verified	Verifikasi				Aktif	Tidak
6	agus@gmail.com	KD0002	7	2000000	2017-07-26	2017-08-02	Verified	Verifikasi				Aktif	Tidak
7	cahyo@gmail.com	KD0003	30	3500000	2017-08-02	2017-09-02	Verified	Verifikasi				Aktif	Tidak
8	dhas@gmail.com	KD0004	7	1000000	2017-07-30	2017-08-05	Verified	Verifikasi				Aktif	Tidak
9	dhasa@gmail.com	KD0002	30	3000000	2017-08-01	2017-09-01	Verified	Verifikasi				Aktif	Tidak

Gambar 3. Tampilan Aplikasi Pengelolaan Data Sewa

Gambar 3 merupakan pengelolaan data sewa dimana dapat melakukan penambahan dan penghapusan data sewa. Pada halaman ini juga dapat memonitor status verifikasi iklan yang diajukan apakah di verifikasi oleh BPMPPT dan DPPKAD atau tidak. Status aktif iklan yang dipasang juga dapat dimonitor pada tampilan halaman ini, status aktif akan mengecek waktu system dengan pengajuan masa berakhir iklan pada saat memasukan data iklan.

BADAN PENANAMAN MODAL DAN PERIZINAN TERPADU PEMERINTAH KABUPATEN CILACAP PROVINSI JAWA TENGAH Jl. Kalimantan No. 74 Kabupaten Cilacap (0282) 544197 Fax 542909									
Laporan Perizinan Masuk Badan Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu									
ID SEWA	NAMA PUBLISHER	JENIS IKLAN	DURASI SEWA	HARGA	TANGGAL PASANG	TANGGAL LEPAS	AKSI	STATUS AKTIF	
							BPMPPT	Aktif	Tidak
1	Elsa Mayorita Dewanti	4 x 6 Meter di Perempatan PNC	7	Rp. 500000	2017-07-29	2017-08-05		Aktif	Tidak
3	Isna Hadiana	4 x 6 Meter di Pertigaan Tugu Lilin	60	Rp. 800000	2017-07-01	2017-09-02		Aktif	Tidak
2	Ayub Supriadi	4 x 6 Meter di Perempatan PNC	30	Rp. 500000	2017-07-31	2017-08-31		Aktif	Tidak
5	Alfian Noer Arbi	4 x 6 Meter di Pertigaan Tugu Lilin	120	Rp. 600000	2017-07-19	2017-11-19		Aktif	Tidak
6	Agus Indriyati	2 x 4 Meter di Perempatan Damalang	7	Rp. 300000	2017-07-26	2017-08-02		Aktif	Tidak
7	Cahyo Pambudi	4 x 6 Meter di Pertigaan Tugu Lilin	30	Rp. 600000	2017-08-02	2017-09-02		Aktif	Tidak
8	Dhas Igatiana	4 x 6 Meter di Pertigaan Tugu Lilin	7	Rp. 800000	2017-07-30	2017-08-05		Aktif	Tidak
9	Dhasa Arifa Farrantika	2 x 4 Meter di Perempatan Damalang	30	Rp. 300000	2017-08-01	2017-09-01		Aktif	Tidak
10	Fiyani Krismanto	2 x 4 Meter di Perempatan Damalang	30	Rp. 300000	2017-08-05	2017-08-05		Aktif	Tidak
18	Luthfi Putri Winasis	4 x 6 Meter di Perempatan PNC	7	Rp. 500000	2017-08-11	2017-08-18		Aktif	Tidak

Total Keseluruhan Perizinan : 10 Data

Gambar 4. Tampilan Aplikasi Laporan Perizinan Advertising

Gambar 4 merupakan tampilan aplikasi yang menampilkan laporan dari advertising yang mengurus ijin pada BPMPPT. Durasi sewa untuk memasang iklan, harga yang dibayarkan oleh publisher untuk sewa iklannya sehingga kepala BPMPPT dapat mengetahui pendapatan dari penyewaan iklan yang ada di kabupaten Cilacap. Dari tampilan ini juga dapat mengarahkan staff nya dalam waktu pemasangan iklan dan kapan iklan akan dilepas saat durasi waktu sewa iklannya berakhir.

V. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan penelitian mengenai sistem informasi advertising di BPMPT yaitu :

- a. Aplikasi mampu menyederhanakan proses perizinan serta pembayaran pemasangan papan reklame di Kabupaten Cilacap.
- b. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan kepada publisher.
- c. Mampu mengelola sewa advertising yang berguna bagi BPMPT dan DPPKAD yang lebih baik dan transparan.

VI. REFERENSI

- Akhlishon, M. A. A., & Rachman, A. (2022). Perancangan Web Advertisement sebagai Media Promosi Guru Bahasa Indonesia Miftah. *Jurnal Desain*, 9(2), 232. <https://doi.org/10.30998/jd.v9i2.10136>
- Al Muhtadi, A. Z., & Junaedi, L. (2021). Implementasi Metode Prototype dalam Membangun Sistem Informasi Penjualan Online pada Toko Herbal Pahlawan. *Journal of Advances in Information and Industrial Technology*, 3(1), 31–41. <https://doi.org/10.52435/jaiit.v3i1.88>
- Driya, P. D., Putra, I. G. L. A. R., & Pradyana, I. M. A. (2022). Teknik Pengumpulan Data Pada Audit Sistem Informasi Dengan Framework Cobit. *INSERT: Information System and Emerging Technology Journal*, 2(2), 70. <https://doi.org/10.23887/insert.v2i2.40235>
- Fathi, H., Setiawan, R. A., Yuniar, D., Sartika, E., & Ardiansyah, F. (2023). Perancangan Sistem Informasi Rosi Laundry Berbasis Web Menggunakan Metode Waterfall. *Ramatekno*, 3(2), 59–70. <https://doi.org/10.61713/jrt.v3i2.104>
- Fatimah, P., & Pambudi, A. (2024). STRATEGI PENGAWASAN FRAUD DALAM PENYELENGGARAAN REKLAME STRATEGY FOR MONITORING FRAUD OF ADVERTISEMENT IN YOGYAKARTA menganjurkan , mempromosikan atau memujikan suatu bentuk barang maupun jasa , satu tempat yang dapat diperlihatkan maupun dibaca . Reklame. *JOURNAL OF PUBLIC POLICY AND ADMINISTRATION RESEARCH*, 09(1).
- Fridayanthie, E. W., Haryanto, H., & Tsabitah, T. (2021). Penerapan Metode Prototype Pada Perancangan Sistem Informasi Penggajian Karyawan (Persis Gawan) Berbasis Web. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 23(2), 151–157. <https://doi.org/10.31294/p.v23i2.10998>
- Kurnia Ramdani, R., Mirwana, A., & Ganesha Polytechinc, P. (2023). Sistem Informasi Media Placement Dengan Menggunakan Programmatic Advertising Di PT. Lintas Mediatama. ... (*Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*), 10(1), 2407–4322. <http://jurnal.mdp.ac.idph>.
- Mokhammad, S., & Widodo, H. (2020). Pengawasan Terhadap Penyelenggara Reklame Billboard Tanpa Izin Di Kabupaten Pasuruan. *Novum : Jurnal Hukum*, 7(4), 162–172.
- Rama Sanjaya, B. M. (2022). KEBIJAKAN IZIN REKLAME Studi Kasus Izin Reklame di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Enersia Publika*, 6(1), 42–58.
- Riski Monika, I., Jasmir, & Riyadi, W. (2023). Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Advertising Pada PT. Mahakarya Advertising Jaya Abadi Berbasis Web. *Jurnal Manajemen Teknologi Dan Sistem Informasi (JMS)*, 3(1), 374–383. <https://doi.org/10.33998/jms.2023.3.1.744>