

**DESAIN SISTEM INFORMASI PERIKLANAN MENGGUNAKAN
SISTEM INFORMASI OPERASIONAL GUNA MENINGKATKAN
EFEKTIFITAS DAN EFISIENSI PERIKLANAN ONLINE PADA PT.
EYRO DIGITAL TEKNOLOGI**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA AKUNTANSI
DEPARTEMEN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI AKUNTANSI**



DISIAPKAN OLEH:

RIZKI CANDRA KUSUMA

040913210

AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2016

SKRIPSI

DESAIN SISTEM INFORMASI PERIKLAMAN MENGGUNAKAN
SISTEM INFORMASI OPERASIONAL GUNA MENINGKATKAN
KEMAMPUAN DAN EFISIENSI PERIKLAMAN ONLINE PADA PT.
CYRO DIGITAL TECHNOLOGY

DESIYANOLAH

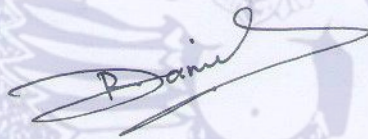
REKREASI KUSUMA

2016

Surabaya, 27 Januari 2016

Skripsi telah selesai dan siap diuji

Dosen Pembimbing,



Dr. rer. pol. Debby Ratna Daniel, SE., Ak., CMA, CA, CIBA

SKRIPSI

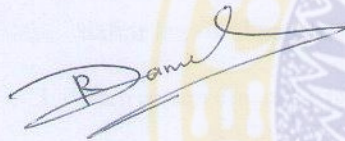
DESAIN SISTEM INFORMASI PERIKLANAN MENGGUNAKAN
SISTEM INFORMASI OPERASIONAL GUNA MENINGKATKAN
EFEKTIFITAS DAN EFISIENSI PERIKLANAN ONLINE PADA PT.
EYRO DIGITAL TEKNOLOGI

DIAJUKAN OLEH

RIZKI CANDRA KUSUMA
NIM: 040913210

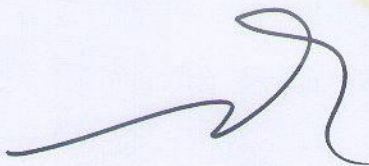
TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. rer. pol. Debby Ratna Daniel, SE., Ak., CMA, CA, CIBA TANGGAL 12 Februari 2016

KETUA PROGRAM STUDI,



Ade Palupi, SE, MPPM, Ph. D., Ak., CA

TANGGAL 12/02/2016

ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Rizki Candra Kusuma, 040913210), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Airlangga maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 27 Januari 2016

Rizki Candra Kusuma



040913210



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT. yang telah membimbing dan menuntun sehingga penelitian skripsi yang berjudul “DESAIN DATABASE SISTEM INFORMASI PERIKLANAN MENGGUNAKAN SISTEM INFORMASI OPERASIONAL SEHINGGA TERCIPTA PEMASARAN ONLINE YANG EFEKTIF DAN EFISIEN STUDI KASUS PADA PT. EYRO DIGITAL TEKNOLOGI” dapat terselesaikan, sebagai bagian dari persyaratan menyelesaikan skripsi di Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga Surabaya.

Pada proses penyusunan skripsi ini, banyak dukungan telah diberikan oleh berbagai pihak baik dalam bentuk bantuan ide, motivasi, maupun doa, sehingga penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.
2. Ibu Ade Palupi, SE., MPPM., Ph.D., Ak., CA sebagai Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Airlangga Surabaya.

3. Ibu Dr. rer. pol. Debby Ratna Daniel, S.E., Ak., CMA, CA, CIBA. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan banyak bantuan, arahan, saran dan masukan, serta telah bersabar dalam memberikan dukungan dan waktunya dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih sebesar-besarnya atas ide-ide, sudut pandang, dan semangat nasionalisme dalam membangun bangsa yang tidak pernah lupa ditekankan, agar setiap lulusan menjadi orang yang bermanfaat bagi masa depan bangsa.
4. Orang tua saya, Bapak Edhie Riyanto dan Ibu Yoss Pegi Prilyana Rasyid yang telah memberikan dukungan dan doa serta restu dan kasih sayangnya yang tanpa batas dan tanpa syarat apapun.
5. Kakak saya, Bintang Manggala Samodra. Sungguh sebuah berkah yang luar biasa memiliki seorang kakak seperti beliau.
6. Teman-teman seperjuangan saya dalam masa kuliah, para anggota GTC (Gresik Trip Corp.) yang sudah meninggalkan saya lulus lebih dulu. Handit, Iqbal, Komting, Ajeng, Tiar, Dita, tanpa kalian, masa-masa kuliah tidak akan “berwarna” seperti ini.
7. Teman-teman dekat saya mas Jauari dan tim Indoartha mas Febfeb, mas Frenky, tim Eyro mas Tyo, tim Oren Abdillah dan Lora, serta tim Cepaaattt! Mas Halim, mengenal kalian merupakan sebuah kehormatan bagi saya.

8. Ajeng Nur Anisa, sayanku, terima kasih banyak ya. Tanpa dukunganmu mungkin skripsi ini tidak akan selesai disaat yang tepat. Semoga apa yang terjadi setelah ini adalah yang terbaik bagi kehidupan kita.
9. Teman-teman WEBS yang saya hormati dan sayangi, Bagus Budi Raharjo, Abdillah Wicaksana Basri, semoga kalian cepat lulus. Mas Thobroni Ali, jangan provokasi teman-teman terus ya.
10. Seluruh teman-teman Aks1 Angkatan 2009, lanjutkan perjuangan kalian. Buat Indonesia bangga dengan kalian.
11. Dan seluruh pihak yang telah menjadikan saya menjadi seperti sekarang ini. Terima kasih banyak.

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pengembangan sistem informasi akuntansi dan manajemen. Manusia tidak akan pernah lepas dari kesalahan dan dosa, oleh karena itu besar harapan penulis masukan berupa saran dan kritik dari rekan-rekan semua.

Surabaya, 29 Januari 2016

Rizki Candra Kusuma

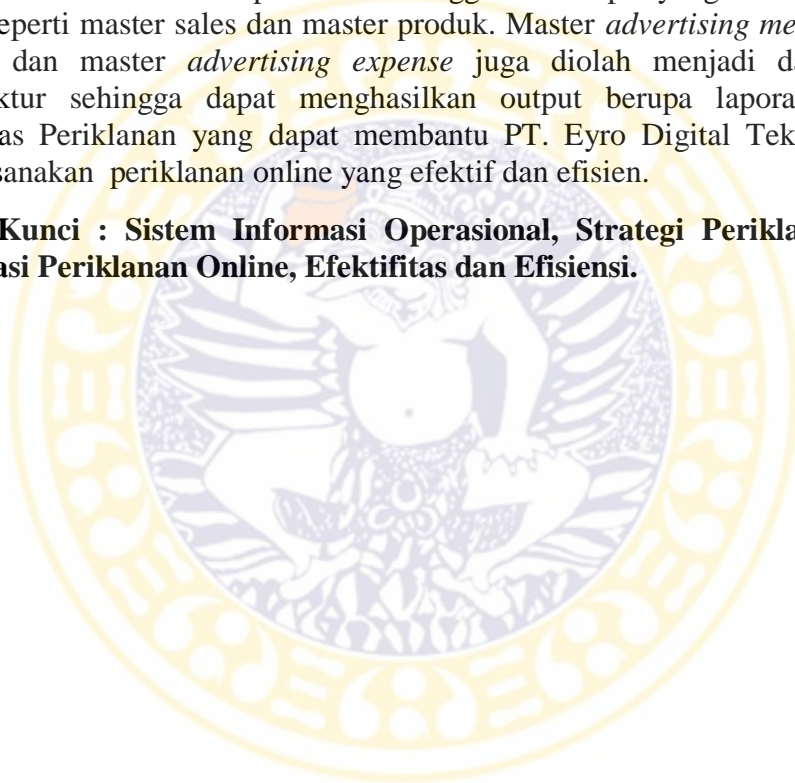
ABSTRAK

Biaya periklanan online yang dilakukan oleh PT. Eyro Digital Teknologi lebih tinggi dibanding penjualan yang dihasilkan. Oleh karena itu, dibutuhkan sistem informasi operasional agar perusahaan dapat melaksanakan perencanaan dan evaluasi terhadap strategi periklanan online.

Penelitian dilakukan secara kualitatif eksploratori dengan metode studi kasus (Yin, 2012), dan batasi pada sistem periklanan online pada PT. Eyro Digital Teknologi. Data didapatkan dari observasi langsung, wawancara dengan Direktur Utama, dan dokumentasi laporan penjualan, pemasaran, dan laporan keuangan.

Sistem informasi operasional menggunakan input yang berasal dari sistem sales seperti master sales dan master produk. Master *advertising message*, master media dan master *advertising expense* juga diolah menjadi database yang terstruktur sehingga dapat menghasilkan output berupa laporan Ringkasan Aktifitas Periklanan yang dapat membantu PT. Eyro Digital Teknologi dalam melaksanakan periklanan online yang efektif dan efisien.

Kata Kunci : Sistem Informasi Operasional, Strategi Periklanan Online, Evaluasi Periklanan Online, Efektifitas dan Efisiensi.



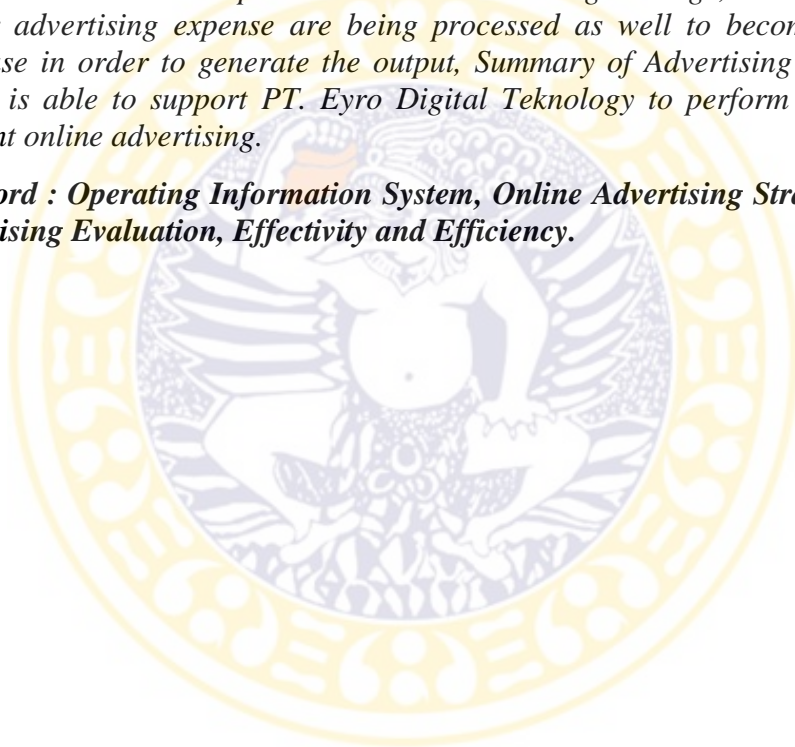
ABSTRACT

Online advertising expenses spent by PT. Eyro Digital Teknologi are more than the number of sales. Therefore, operating information system is needed in order to perform planning and evaluating over its online advertising strategy.

Research was conducted in qualitative exploratory approach by using study case method (Yin, 2012) and limited to the online advertising system if PT. Eyro Digital Teknologi. Data obtained from direct observation, interview with the CEO, and documentation of Financial Report, Marketing Report, and Sales Report.

Operating Information System inputs are from sales system, for instance master sales and master product. Master advertising message, master media and master advertising expense are being processed as well to become structured database in order to generate the output, Summary of Advertising Activity. The output is able to support PT. Eyro Digital Teknologi to perform effective and efficient online advertising.

Key word : Operating Information System, Online Advertising Strategy, Online Advertising Evaluation, Effectivity and Efficiency.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Sistem Informasi Penjualan.....	9

2.1.1 Peramalan Penjualan.....	10
2.2 Pemasaran Online.....	11
2.3 Periklanan Online.....	12
2.3.1 Menentukan Objektif atau Tujuan Periklanan.....	13
2.3.2 Menentukan Anggaran Periklanan.....	13
2.3.3 Mengembangkan Strategi Periklanan.....	15
2.3.4 Mengevaluasi Strategi Periklanan.....	18
2.4 <i>Operasional Information System (OpIS)</i>	20
2.4.1 <i>Input Subsystem</i>	21
2.4.2 <i>Output Subsystem</i>	25
2.4.3 <i>Database Management System (DBMS)</i>	27
2.5 Penelitian Terdahulu.....	28
2.6 Kerangka Penelitian.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Pendekatan Penelitian.....	32
1.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	33
1.3 Desain Penelitian.....	34
1.4 Jenis dan Sumber Data.....	36
1.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	38
1.6 Teknik Analisis.....	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil PT. Eyro Digital Teknologi.....	41
--	----

4.1.1	Sejarah PT. Eyro Digital Teknologi.....	41
4.1.2	Tentang Cubeacon.....	47
4.1.3	Struktur Organisasi.....	50
4.2	Analisa Sistem Pemasaran Online.....	53
4.2.1	Analisa Sistem Pemasaran Online Saat Ini.....	53
4.2.2	Analisa Kebutuhan dan Perbaikan Sistem Saat Ini.....	56
4.2.2.1	Usulan Struktur Organisasi.....	57
4.3	Usulan Pemanfaatan Operational Information System untuk Membantu Merencanakan dan Mengevaluasi Periklanan Online.....	59
4.3.1	<i>Input Subsystem</i>	71
4.3.1.1	Sistem Informasi Akuntansi.....	71
4.3.1.2	<i>Operational Engineering Subsystem</i>	77
4.3.2	<i>Output Subsystem</i>	87
4.3.2.1	<i>Effective and Efficiency Subsystem</i>	87

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	95
5.2	Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Click Through Rate penggunaan PT. Eyro Digital Teknologi dengan Industri Terkait.....	3
Tabel 4.1 <i>Master Sales</i>	72
Tabel 4.2 <i>Master Advertising Expense</i>	73
Tabel 4.3 <i>Master Production Capacity</i>	74
Tabel 4.4 <i>Master Media</i>	75
Tabel 4.5 <i>Master Message</i>	77
Tabel 4.6 <i>Master Sales Forecasting</i>	79
Tabel 4.7 <i>Master Advertising Budget</i>	80
Tabel 4.8 <i>Master Analysis of Media</i>	81
Tabel 4.9 <i>Master Analysis of Advertising Message</i>	82
Tabel 4.10 <i>Master Pretest</i>	84
Tabel 4.11 <i>Master Advertising Plan</i>	88
Tabel 4.12 <i>Master Sales & Profit Report</i>	89
Tabel 4.13 <i>Master Communication Effectiveness Report</i>	90
Tabel 4.14 <i>Sumarize Report of Advertising Activities</i>	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Operational Information System Model</i>	21
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	31
Gambar 4.1 Grafik Pengeluaran Riset PT. Eyro Digital Teknologi.....	41
Gambar 4.2 <i>Dashboard Back End Cubeacon</i>	44
Gambar 4.3 <i>Cubeacon Development Kit</i>	48
Gambar 4.4 Struktur Organisasi PT. Eyro Digital Teknologi.....	51
Gambar 4.5 Alur Periklanan Online.....	54
Gambar 4.6 Prosedur Perencanaan & Pelaksanaan Periklanan Online.....	55
Gambar 4.7 Usulan Struktur Organisasi.....	58
Gambar 4.8 <i>Centextual DFD Usulan</i>	60
Gambar 4.9 DFD Level 0 Sistem Periklanan Online.....	61
Gambar 4.10 DFD Level 1 Penganggaran Periklanan.....	62
Gambar 4.11 Flowchart Proses Penganggaran.....	64
Gambar 4.12 DFD Level 1 Proses Penentuan Strategi Periklanan.....	65
Gambar 4.13 Flowchart Proses Perencanaan Strategi Periklanan.....	67
Gambar 4.14 DFD Level 1 Proses Evaluasi Iklan.....	69
Gambar 4.15 Flowchart Proses Evaluasi Periklanan.....	70

Gambar 4.16 Usulan <i>Master Sales</i>	71
Gambar 4.17 Usulan <i>Master Advertising Expense</i>	72
Gambar 4.18 Usulan <i>Master Production Capacity</i>	74
Gambar 4.19 Usulan <i>Master Media</i>	75
Gambar 4.20 Usulan <i>Master Message</i>	76
Gambar 4.21 Usulan <i>Master Sales Forecasting</i>	78
Gambar 4.22 Usulan <i>Master Advertising Budget</i>	80
Gambar 4.23 Usulan <i>Master Analysis of Advertising Media</i>	81
Gambar 4.24 Usulan <i>Master Analysis of Advertising Message</i>	82
Gambar 4.25 Usulan <i>Master Pretest</i>	83
Gambar 4.26 Usulan <i>Master Advertising Plan</i>	85
Gambar 4.27 Usulan <i>Master Sales & Profit Report</i>	88
Gambar 4.28 Usulan <i>Master Communication Effectiveness Report</i>	89
Gambar 4.29 Usulan <i>Sumarize Report of Advertising Activities</i>	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Interview

Lampiran 2 : Data Digital Advertising melalui Facebook Advertising

Lampiran 3 : Data Digital Advertising melalui Google Adwords

Lampiran 4 : Laporan Keuangan PT. Eyro Digital Teknologi per 31 Desember
2014

