

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Reklame merupakan suatu alat yang digunakan untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan menawarkan barang – barang hasil produksi atau jasa kepada masyarakat dengan menggunakan bentuk gambar dan corak ragam lainnya, untuk menarik perhatian umum. Peranan atau fungsi reklame dalam perdagangan atau bisnis menurut Barata (1988-111) yaitu mempengaruhi atau membujuk konsumen sehingga mereka akan melakukan pembelian, menciptakan kesan tertentu tentang jasa atau barang yang direklamekan, dan merupakan alat komunikasi antara penjual dengan calon pembeli atau konsumen.

Pajak reklame dikenakan atas semua penyelenggaraan reklame oleh orang pribadi atau badan. Reklame bisa diselenggarakan langsung oleh orang pribadi atau badan yang memanfaatkan reklame untuk kepentingan sendiri, wajib pajak reklame adalah orang pribadi tersebut. Apabila penyelenggaraan reklame dilaksanakan melalui pihak ketiga (perusahaan jasa periklanan), maka pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame (Fitriani, 2012).

Kota Semarang merupakan salah satu kota dengan kepadatan reklame terbanyak di Indonesia dimana terdapat sebanyak 939 titik reklame (Widjaja.T, 2013). Di kota semarang reklame masih dikuasai dalam bidang jasa periklanan seperti iklan perusahaan, iklan perorangan, iklan market dan iklan usaha – usaha besar. Pemerintah kota semarang melalui Dinas Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) sejauh ini telah berusaha memberikan informasi tentang pajak reklame dengan menetapkan Peraturan Daerah Kota Semarang (PERDA) tahun 2006 untuk penataan reklame supaya lebih baik dan tertib. Dinas PJPR sebagai pihak yang berkoordinasi untuk meninjau langsung ke lokasi titik reklame – reklame di kota semarang untuk memastikan bahwa reklame yang dipasang di tempat – tempat tertentu sudah lunas pajak atau sudah melampaui batas dengan menempelkan stiker pada titik – titik reklame di Kota Semarang.

Sejauh ini dinas penerangan jalan dan pentaaan reklame kota semarang masih kesulitan untuk menuju lokasi reklame yang akan dikunjungi dikarenakan banyaknya reklame dikota semarang, tidak adanya fasilitas penunjuk jalan menuju lokasi objek reklame, sehingga membuat pihak yang berkoordinasi menjadi kesulitan dalam mencari lokasi objek reklame yang akan mereka kunjungi,serta dapat menghambat pihak – pihak yang bertugas.

Didukung dengan letak tempat objek reklame yang tersebar di berbagai penjuru kota semarang, hal ini dapat menyulitkan dinas penerangan jalan dan pentaaan reklame kota semarang yang bertugas untuk mengunjungi lokasinya, penggunaan peta manual untuk mencapai tempat – tempat tersebut seringkali menyulitkan para pihak yang bertugas dalam menentukan jalur terdekat untuk mencapai tempat objek reklame yang dituju. Pihak yang bertugas pastinya menginginkan jalur yang efisien sehingga dapat menuju tempat yang diinginkannya dengan cost jarak minimum.

Pemanfaatan media internet merupakan salah satu solusi untuk permasalahan ini. Melalui internet informasi bisa disampaikan secara cepat, luas dan dapat diakses oleh siapa saja. Dari permasalahan diatas Penulis tertarik mengkaji lebih dalam permasalahan yang ada dan dituangkan dalam bentuk Pencarian Jalur Terdekat pada Pajak Reklame di Kota Semarang.”

Algoritma *Dijkstra* merupakan algoritma untuk menemukan jarak terpendek antar titik pada suatu *graf* yang berbobot. Sehingga algoritma ini dapat diimplementasikan dengan *travelling salesman problem* dalam pencarian jalur terdekat objek reklame di kota semarang. Dengan didukung layanan google *maps* aplikasi ini dimaksudkan akan lebih memudahkan dan memberikan informasi yang lebih spesifik kepada pihak yang bertugas. Aplikasi ini dibuat berbasis web dengan *scripts PHP* dan *MYSQL* sebagai pengelola basis datanya.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan beberapa permasalahan yaitu:

1. Bagaimana membangun sebuah Sistem Informasi Pencarian Jalur objek Reklame terdekat di Kota Semarang.
2. Bagaimana mengimplementasikan algoritma *dijkstra* sebagai solusi dalam pencarian objek reklame terdekat di Kota Semarang.

1.3 BATASAN MASALAH

Batasan masalah:

1. Pencaraian jalur terdekat dengan menggunakan algoritma *dijkstra* dan *parameter* yang digunakan adalah objek antar reklame.
2. Objek reklame merupakan titik (*node*) pada *graf* yang ada pada pencarian rute terpendek.
3. Penelitian ini memberikan rekomendasi objek reklame sesuai dengan yang ada di database.

1.4 TUJUAN TUGAS AKHIR

Tujuan yang ingin dicapai pada penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Merancang dan membangun Aplikasi pencarian jalur terdekat objek reklame sehingga dapat dioptimalkan jarak tempuh dan dapat mengetahui objek reklame lain yang dilalui jalur tersebut.
2. Menerapkan atau mengimplementasikan algoritma *dijkstra* sebagai algoritma perhitungan jarak minimum dengan menggunakan *travelling salesman problem* antar objek reklame di Kota Semarang.

1.5 MANFAAT TUGAS AKHIR

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penulisan tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Sebagai informasi pencarian jalur objek reklame terdekat di kota semarang, yang memudahkan pihak dinas reklame di kota semarang dalam melakukan pencarian jalur yang dituju.

2. Membantu pihak Dinas Penerangan Jalan dan Penataan Reklame dalam memantau pajak reklame – reklame di kota Semarang.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Adapun sistematika dalam penyusunan laporan tugas akhir ini adalah:

Bab I Pendahuluan

Pada bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang masalah sehingga diangkat sebuah judul penelitian, perumusan masalah untuk menguraikan masalah yang perlu dipecahkan, pembatasan masalah yang dibuat agar ruang lingkup pemecahan masalah tidak terlalu melebar, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian, metode penelitian yang terdiri dari metode pengumpulan data dan metode pembangunan sistem, manfaat yang diperoleh, dan sistematika penulisan yang berisi uraian dari penyusunan laporan tugas akhir.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori

Pada bab ini berisi tinjauan pustaka bagi teori – teori yang mendasar. Uraian hal – hal yang relevan dengan subjek / topic penelitian yang merupakan rangkuman singkat materi – materi terkait yang terdapat dalam beberapa referensi.

Bab III Perancangan Sistem

Bab ini menyajikan analisa dan perancangan sistem yang merupakan pemaparan dari hal – hal yang berkaitan dengan kebutuhan sistem seperti bisnis proses, beberapa diagram konteks dan *user interface*.

Bab IV Implementasi dan Pengujian Sistem

Bab ini menyajikan implementasi sistem dan algoritma, yaitu penerapan desain yang telah dibuat ke dalam *coding*. Dalam bab ini juga terdapat *testing* atau pengujian yang dilakukan terhadap sistem.

Bab V Penutup

Bab ini memuat kesimpulan dan saran yang di buat setelah membahas dan melakukan penelitian.