

## BAB 1

### PENDAHULUAN

---

#### 1.1 Latar Belakang

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan konten meliputi blog, tulisan, gambar, video dan lain-lain. Menurut Philip dan Kevin Keller pengertian media sosial adalah sarana konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan ataupun sebaliknya. Kaplan dan Haenlein juga menjelaskan bahwa ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan microblogs (misalnya, twitter), komunitas konten (misalnya, youtube), situs jaringan sosial (misalnya facebook, instagram), virtual game (misalnya world of warcraft), dan virtual social (misalnya, second life) [1]. Media sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial terbesar saat ini adalah facebook, twitter, youtube dan Instagram. Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Media sosial menjadi alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja karena jaringannya yang lebih luas membuat media sosial bisa diakses dimana saja dan kapan saja.

Media sosial juga sering dijadikan sebagai tempat promosi suatu *online shop* karena media sosial salah satu cara menjangkau pelanggan dan klien dengan lebih mudah, media sosial instagram sering digunakan oleh para *online shop* untuk mempromosikan barangnya melalui *influencer*, *influencer* adalah seseorang yang mampu mempengaruhi masyarakat untuk membeli suatu produk berkat keahlian atau reputasinya [2], proses untuk mempromosikan barang melalui seseorang itu disebut *endorsement*. Menurut definisi *endorsement* merupakan strategi pemasaran melalui promosi atau iklan secara online untuk mempromosikan produk yang dijual

dan meningkatkan penjualan. Seseorang yang melakukan *endorsement* suatu barang harus memiliki *engagement* yang banyak dalam platform mereka, agar banyak pula yang melihat *endorse-annya*. *Endorsement* berbentuk semacam kerja sama antar kedua belah pihak yang saling menguntungkan, pihak pertama orang yang membayar untuk dipromosikan barang atau jasanya dan orang kedua *influencer* yang mempromosikan barangnya. Cara kerja *endorsement* yaitu seorang *influencer* memakai suatu produk tertentu dan *influencer* tersebut dibayar dan akan terikat kontrak untuk menjadi bintang iklan atas produk tersebut dan tidak boleh terlibat iklan lainnya dalam produk sejenis untuk periode waktu tertentu. Apabila *endorsement* dilakukan di media sosial maka cara mempromosikannya adalah melalui diposting di akun instagram *influencer* tersebut, tak lupa pula dengan menyebutkan nama online shop yang diendorse. Manfaat *endorsement* bagi *online shop* ataupun produsen produk tertentu tentu saja bisa meningkatkan penjualan, hal ini karena produk yang sudah di *endorse* oleh *influencer* mempunyai daya tarik yang lebih baik dibanding produk yang tidak di *endorse*, para penggemar dari *influencer* akan lebih tertarik untuk mencoba produk tersebut.

Instagram Annisa Syafrina (@annsasyfrna) merupakan media sosial yang dikelola oleh pribadi dan 2 manajemen yang bergabung di instagram pada tanggal 3 juni 2017 berlokasi di indonesia dan mempunyai alamat url <https://instagram.com/annsasyfrna>. Saat ini @annsasyfrna sudah mempunyai 180 ribu pengikut hanya dengan jangka waktu 3 tahun dari saat pertama kali bergabung. Akun yang dijangkau oleh @annsasyfrna pada tanggal 27 September 2020 sampai dengan 3 Oktober 2020 mencapai 328.861 akun dengan impresi sebanyak 2.399.655 kali terhadap akun ini, hal ini menunjukkan bahwa *endorsement* yang akan dilakukan pasti menjangkau begitu banyak pihak di media sosial instagram.



**Gambar 1- 1**  
**Data Akun Dijangkau Instagram Annisa Syafrina**

Instagram @annsasyfrna mempunyai berbagai jenis juga tipe dalam melakukan *endorsement* nya. Berikut adalah tabel daftar jenis postingan dan harga dalam melakukan *endorsement*.

**Tabel 1- 1 Daftar Harga Endorsement**

Jenis Postingan Instagram	Durasi	Harga
Paid Promote Online Shop	Harian	Rp. 80.000
Instastory Online Shop	Harian	Rp. 250.000
Foto Online Shop	Bulanan	Rp. 500.000
Video Online Shop	Bulanan	Rp. 700.000
Instastory Swipe Up Brand	Harian	Rp. 600.000
Foto Brand	Bulanan	Rp. 1.000.000
Video Brand	Bulanan	Rp. 1.500.000

Pengelolaan keuangan terhadap *endorsement* @annsasyfrna masih menggunakan metode manual dalam pengelolaan dan pencatatannya, pencatatan biasanya dilakukan via whatsapp dan line@ yang membuat banyaknya data *endorsement* tidak tersimpan karena terlewat dan tertimbun, hal ini membuat pengajuan *endorsement* menjadi terhambat. Instagram @annsasyfrna rata-rata memiliki 5-10 produk *endorsement* dalam seminggu, dengan banyaknya produk yang di *endorse*, banyaknya tipe postingan di instagram, jenis usaha seperti brand atau *online shop* yang berbeda ukurannya serta komponen harga yang berbeda dalam setiap *endorsement* nya membuat manajemen kesulitan dalam memproses kalkulasi biaya *endorsement*, data *endorsement* perbulan pun menjadi tidak diketahui, yang membuat terganggunya proses pembuatan invoice bagi pemilik usaha yang menggunakan *endorsement* @annsasyfrna, belum adanya catatan keuangan yang sesuai dengan pedoman akuntansi pun membuat tidak adanya evaluasi keuangan bagi manajemen untuk mengelola aktivitas operasional *endorsement* nya dikemudian hari agar lebih baik dari hari-hari sebelumnya.

Permasalahan diatas dapat diselesaikan dengan aplikasi manajemen keuangan, Maka dari itu dibutuhkan aplikasi keuangan manajemen *endorsement* yang dapat memproses penerimaan *endorsement*, mengkalkulasikan biaya *endorsement*, mengelola invoice *endorsement* serta dapat membuat catatan akuntansi jurnal dan buku besar. Hal ini bisa mengurangi biaya admin whatsapp atau line@ dan membuat kinerja manajemen menjadi lebih terstruktur dan terbantu dalam melakukan pengelolaan keuangan serta pencatatan mengenai *endorsement* nya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut.

- a. Bagaimana memproses pengelolaan penerimaan sistem *endorsement* menggunakan aplikasi berbasis web?
- b. Bagaimana mengkalkulasikan biaya *endorsement* menggunakan aplikasi berbasis web?

- c. Bagaimana pengelolaan invoice dan jadwal *endorsement* menggunakan aplikasi berbasis web?
- d. Bagaimana membuat catatan akuntansi jurnal dan buku besar serta laporan penerimaan kas sistem *endorsement* menggunakan aplikasi berbasis web?

### 1.3 Tujuan

Tujuan dari pembuatan proyek akhir ini adalah membantu Instagram Annisa Syafrina dengan membuat aplikasi yang memiliki fungsi sebagai berikut.

- a. Mampu memproses pengelolaan penerimaan *endorsement* menggunakan aplikasi berbasis web.
- b. Mampu mengkalkulasikan biaya *endorsement* menggunakan aplikasi berbasis web.
- c. Mampu mengelola invoice dan jadwal *endorsement* menggunakan aplikasi berbasis web.
- d. Mampu membuat catatan akuntansi jurnal dan buku besar serta laporan penerimaan kas sistem *endorsement* menggunakan aplikasi berbasis web.

### 1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah sebagai berikut pada proyek akhir ini adalah:

- a. Aplikasi ini menggunakan buku besar 3 kolom.
- b. Aplikasi ini menggunakan metode pencatatan akuntansi berbasis kas.
- c. Aplikasi ini menggunakan metode pengembangan sistem *System Development Lifecycle Cycle (SDLC) Waterfall* sampai tahap pengujian.

### 1.5 Metode Pengerjaan

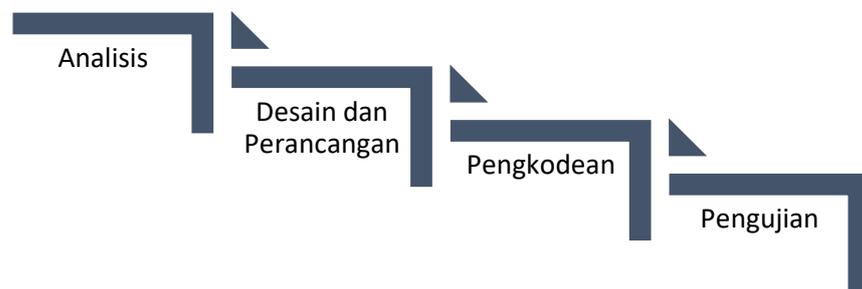
Adapun metode pengerjaan yang digunakan oleh penulis pada proyek akhir ini adalah metode pengumpulan data dan metode pengembangan sistem. Metode pengumpulan data dilakukan dengan 3 cara yaitu wawancara, observasi dan studi literatur. Berikut adalah penjelasannya.

- a. Wawancara merupakan metode penelitian dengan melakukan tanya jawab antara pewawancara dan narasumber. Wawancara dilakukan dengan manajemen Instagram Annisa Syafrina untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan

*Endorsement* Instagram Annisa Syafrina. Waktu wawancara dilakukan pada hari jam kerja.

- b. Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan pada proses pencatatan *endorsement* yang ada di manajemen. Waktu pengamatan dilakukan pada hari jam kerja.
- c. Studi literatur merupakan metode pengumpulan data dengan mengumpulkan referensi yang berasal penelitian terdahulu, buku ataupun penelitian untuk memperoleh informasi dan inspirasi untuk mengerjakan proyek akhir.

Adapun metode pengembangan system yang penulis gunakan dalam proyek akhir ini adalah metode *Software Defelopment Live Cycle (SDLC) Waterfall*. Metode SDLC *Waterfall* dimulai dengan analisis, desain dan perancangan, pengkodean dan hanya sampai pada tahap pengujian [3].



**Gambar 1- 2**  
**Metode SDLC *Waterfall***

Adapun penjelasan dari gambar diatas adalah :

a. Analisis

Pada tahapan ini penulis menganalisa kebutuhan sistem dalam tempat studi kasus dengan melihat kekurangan dari sistem yang sedang berjalan. *User* membutuhkan aplikasi berbasis web yang dapat membantu pengelolaan keuangan pada *endorsement* di Instagram Annisa Syafrina.

b. Desain dan Perancangan

Pada tahapan ini penulis merancang kebutuhan sistem yang bertujuan untuk memberikan alur rencana dan gambaran apa yang akan dilakukan selanjunya,

dimulai dari pembuatan *Rich Picture*, *Business Process Modelling Notation* (BPMN), Area Fungsionalitas, Aliran Data Transaksi, *Unified Modelling Language* (UML), *Entity Relational Diagram* (ERD), Struktur table, Diagram relasi antar table, Desain antarmuka *Mockup* Aplikasi, Arsitektur sistem dan kebutuhan perangkat keras serta perangkat lunak.

c. Pengkodean

Pada tahap ini penulis mengimplementasikan hasil perancangan sebelumnya pada tahap desain dan perancangan terhadap pembuatan kode program menggunakan *Database Management Systems* (DBMS) MySQL, bahasa pemrograman PHP dengan Framework Codeigniter.

d. Pengujian

Pada tahap ini penulis menguji aplikasi berbasis web yang sudah di implementasikan dalam pengkodean, metode pengujian yang digunakan adalah *Blackbox Testing* yang fokus terhadap fungsionalitas aplikasi, serta *metode User Acceptance Test* (UAT) untuk menguji apakah sistem sudah sesuai dengan kebutuhan *user*.

## 1.6 Jadwal Pengerjaan

Berikut ini adalah tabel jadwal pengerjaan proyek akhir yang akan dilakukan oleh penulis :

**Tabel 1- 2 Jadwal Pengerjaan Proyek Akhir**

Kegiatan	2020												2021																							
	Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Wawancara	■	■	■	■																																
Observasi	■	■	■	■																																
Studi Pustaka	■	■	■	■																																
Analisis Kebutuhan	■	■	■	■																																
Desain Sistem					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Pengkodean									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Pengujian																					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Pelaporan																									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■