

BAB III

TOPIK KAJIAN TUGAS AKHIR

A. Sejarah dan Gambaran Umum tentang Iklan

Iklan berasal dari bahasa Yunani yang artinya menggiring orang pada gagasan. Istilah iklan bukan istilah asing di masyarakat, baik masyarakat kota maupun masyarakat pedesaan. Iklan muncul pertama kali melalui bentuk yang sederhana yaitu melalui lisan, kemudian berkembang melalui *gesture*/bahasa tubuh. Iklan juga muncul dengan berteriak antar gerbang karena zaman dahulu masih banyak yang buta huruf, kemudian iklan juga muncul melalui pesan berantai yang berupa pengumuman. Iklan muncul pada sekitar zaman Yunani Kuno. Peninggalan Mesir dan Yunani Kuno berupa pengumuman-pengumuman di dinding dan naskah di daun papyrus, memberikan pengumuman tentang datangnya kapal pembawa anggur, rempah-rempah, logam, barang-barang dagangan baru, acara-acara (pertarungan gladiator) yang bakal digelar, budak yang lari dari tuannya, dan pengumuman tentang barang-barang yang hilang. Iklan dalam bentuk tertulis ditemukan pada masa Babylonia 3000 SM berupa kepingan tanah liat (*clay tablet*) bertuliskan prasasti tentang dealer salep (*ointment dealer*), juru tulis (*scribe*) dan pembuat sepatu.



Gambar 3

Iklan di daun papyrus

Iklan masuk ke Indonesia diperkenalkan oleh Gubernur Jenderal J.P. Coen pada sekitar tahun 1600-an. Dan surat kabar Indonesia (Yang pada saat itu Hindia Belanda) yaitu *Bataviasche Nouvelle*, pertama kali terbit sekitar tahun 1700-an, satu abad setelah J.P Coen meninggal. Iklan pertama yang dibuat olehnya adalah tentang pengumuman pemerintah Hindia Belanda berkaitan dengan perpindahan pejabat terasnya di berbagai wilayah. Iklan surat kabar waktu itu umumnya menampilkan produk-produk yang dikonsumsi masyarakat kelas atas. Sebuah toko bernama P&D (*Provisien en drunken* yang artinya kebutuhan makan dan minum) misalnya mengumumkan lewat surat kabar tentang kedatangan kapal dari negeri Belanda yang membawa mentega dan keju stok baru. Cerutu dan bir juga merupakan komoditas impor masa itu, dan sering diiklankan di surat kabar (Winarno, 2008:10).



Gambar 4

Bataviasche Nouvelle

Pada masa itu perusahaan periklanan terbesar adalah Aneta. Perusahaan Aneta sempat mendatangkan tiga orang tenaga spesialis periklanan dari Belanda. Orang-orang itu adalah F. Van Bommel, Is van Mens, dan Cor van Deutekom yang didatangkan atas sponsor BPM (*Bataafsche Petroleum Maatschappij*) yang mana merupakan perusahaan minyak terbesar saat itu dan Perusahaan General Motors yang perlu mempromosikan produk-produk mereka. Tahun 1901, salah satu dari

anggota tiga serangkai ini yaitu Bemmell diminta oleh redaktur surat kabar De Locomotife untuk mengelola perusahaan periklanan milik surat kabar tersebut, yang juga bernama De Locomotief. De Locomotief sendiri terbit sejak tahun 1870 di Semarang. Tahun 1902, Bemmell keluar dari perusahaan dan mendirikan perusahaan periklanan sendiri, setelah satu tahun kedatangannya ke Batavia. Perusahaan Bemmell ini diberi nama NV Overzeesche Handelsvereniging. Perusahaan periklanan ini kegiatan utamanya menangani produk impor seperti mobil dan sepeda.

Intervista adalah salah satu perusahaan yang cukup berperan penting dalam sejarah periklanan Indonesia. Wicaksono Nuradi, pendirinya dianggap sebagai perintis periklanan di tanah air. Intervista sendiri didirikan pada tahun 1963. Perusahaan lain yaitu Matari yang didirikan oleh Ken Sudarto pada tahun 1971 dan masih berjaya hingga saat ini juga merupakan legenda biro iklan lokal yang lahir bertepatan dengan *booming* di sektor periklanan tahun 70-an yang menginspirasi berdirinya perusahaan periklanan lainnya, baik yang murni lokal maupun berbentuk perusahaan multinasional.

Pada dasawasa 1970-an sangat terasa kemitraan yang sangat kental antara perusahaan periklanan dan media cetak. Bagi surat kabar, iklan adalah ujung tombak bagi kelangsungan hidup. Keterlibatan surat kabar sebagai agen publikasi sangat terkait dengan kebutuhan riil berupa pendapatan (*income*) yang menutup biaya produksi. Salah satu indikator ini adalah kenyataan bahwa 60-70% pendapatan media diorientasikan berasal dari iklan (Rahayu, 2001:78)

Orientasi ini disebabkan jumlah pendapatan iklan jumlahnya jauh lebih besar bila dibandingkan hasil penjualan oplah surat kabar. pendapatan iklan yang besar otomatis akan membantu menutup biaya produksi dan menyebabkan harga berlangganan menjadi lebih murah (Yusuf, 2001:145)

Menurut kbbs Iklan adalah berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Arti lainnya yaitu pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum.

Saat ini terdapat empat perusahaan tempat periklanan terbesar di dunia, yaitu:

- a. *WPP Group plc* (UK)
- b. *Omnicom Group Inc.* (US)
- c. *The Interpublic Group of Companies, Inc.* (US)
- d. *Publicis Groupe S.A.* (FR)

Iklan memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Meyakinkan penerimannya tentang suatu kebenaran yang disarankan pada sebuah iklan dan mengajak agar konsumen membeli produk tersebut.
- b. Membuat konsumen (Penerima Pesan) mempunyai pemikiran untuk memiliki rasa suka dan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan melalui pesan yang disampaikan dalam iklan.
- c. Membuat konsumen (Penerima pesan) sadar tentang informasi terkait dengan suatu produk/brand yang dihasilkan perusahaan.

Iklan sendiri di untuk perusahaan memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. *Informing*
Iklan berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi mengenai produk/*brand* dalam suatu usaha bisnis.
- b. *Persuading*
Iklan digunakan untuk membujuk masyarakat membeli produk/*brand* dalam suatu usaha bisnis.
- c. *Reminding*
Iklan memiliki fungsi untuk memelihara ingatan konsumen tentang suatu produk/*brand* dalam suatu usaha bisnis. Iklan yang menarik bisa mendorong masyarakat untuk membeli produk tersebut.

d. *Adding Value*

Iklan memiliki fungsi untuk menambah nilai suatu produk di masyarakat. Dengan menggunakan Iklan promosi pada produk akan semakin menarik dan diingat oleh masyarakat.

e. *Assisting*

Iklan digunakan sebagai pendamping untuk menjembatani berbagai macam bisnis atau usaha pada sebuah aktivitas komunikasi dalam pemasaran. Misalnya saja., sebuah iklan digunakan sebagai media komunikasi pada peluncuran sebuah produk pemasaran seperti kupon / undian. Di sini, iklan mempunyai peranan yang sangat besar sebagai representasi suatu perusahaan.

Selain fungsi iklan untuk sebuah usaha bisnis, Fungsi Iklan untuk masyarakat/konsumen sebagai berikut:

- a. Menumbuhkan kesadaran konsumen terhadap suatu kelompok usaha bisnis
- b. Penunjuk keunggulan terhadap suatu produk
- c. Sebagai alat komunikasi yang bersifat persuasive
- d. Media penyedia informasi terhadap suatu usaha bisnis
- e. Memberikan pesan edukatif.
- f. Peningat bagi konsumen terhadap suatu produk.

Dalam menyusun iklan ada beberapa pertimbangan sebelum melakukan periklanan yaitu:

a. *Mission*

Dalam menyusun periklanan maka harus sesuai dengan tujuan dari periklanan tersebut. Contohnya jika tujuan periklanan untuk mengenalkan suatu produk maka iklan yang dibuat harus bisa memperkenalkan produk tersebut ke masyarakat dan membuat masyarakat tertarik untuk membeli produk tersebut.

b. *Money*

Sebelum melakukan periklanan maka harus mempersiapkan penganggaran uang yang digunakan untuk membiayai periklanan tersebut.

c. *Message*

Iklan yang dibuat harus bisa menyampaikan pesan/informasi yang ingin disampaikan, sehingga masyarakat/konsumen bisa memahami maksud dari iklan tersebut.

d. *Media*

Dalam menyusun periklanan maka harus menentukan media apa yang akan digunakan.

e. *Measurement*

Hal ini tentang bagaimana metode evaluasi hasil yang digunakan. Evaluasi ini sangat penting karena akan mempengaruhi hasil dari sebuah pengiklanan dan juga dijadikan sebagai tolak ukur supaya pengiklanan lebih baik.

Jenis-jenis iklan ada banyak macamnya. Jika dikategorikan berdasarkan media untuk beriklan maka jenis-jenisnya yaitu:

- a. Iklan cetak
- b. Iklan radio
- c. Iklan televisi
- d. Iklan film
- e. Iklan media internet (Digital interaktif)
- f. Iklan luar ruangan (*Out of home*)

Iklan ada banyak macamnya, dalam praktiknya di Tribun Jogja jasa periklanan yang ada berupa iklan pada media cetak koran dan iklan *online* pada media sosial Tribun Jogja seperti instagram, facebook, twitter dan *website* resmi yaitu tribunjogja.com dan tribunnews.com.

Gambaran umum mengenai proses periklanan di Tribun Jogja meliputi:

a. Pemasangan iklan cetak melalui Front Office

Iklan yang dipesan melalui Front Office ini berupa iklan baris dan iklan kolom. Front Office menerima iklan dari pemasang langsung (customer) yang melakukan pembayaran tunai dan menerima iklan dari *merchant* yang terdaftar dalam Tribun *Family Card*.

b. Pemasangan iklan melalui Telemarketing

Iklan yang dipesan melalui bagian Telemarketing ini berupa iklan baris dan iklan kolom dengan mekanisme pembayaran secara kredit.

c. Pemasangan iklan melalui Account Executive

Iklan yang dipesan melalui bagian Account Executive ini berupa iklan baris, iklan kolom, iklan display dan iklan *online*. Bagian Account Executive adalah bagian yang mencari pengiklan dan memaintain klien supaya kerjasama melalui periklanan tetap terjalin.

B. Prosedur pemasangan iklan dalam Tribun Jogja

Jenis iklan yang menjadi sumber pendapatan pada Tribun Jogja yaitu ada iklan baris, iklan kolom, iklan display dan iklan *online*. Prosedur periklanan dibedakan berdasarkan pemasangnya, yaitu ada pemasang langsung tunai, pemasang langsung kredit dan ada bagian Account Executive yang mencari pengiklan di luar.

a. Prosedur pemasangan iklan melalui Front Office

Iklan yang diterima oleh bagian Front Office adalah iklan jenis baris dan kolom. Masyarakat yang ingin memasang iklan secara langsung bisa datang ke kantor Tribun Jogja pada bagian Front Office. Materi iklan yang akan dipasang minimal 3 baris dan maksimal 8 baris. Tribun Jogja menawarkan waktu penayangan 3 kali sampai 60 kali dengan tarif yang berbeda yaitu Rp24.000,- sampai dengan Rp1.240.000,-.

Pada prosesnya, Bagian Front Office akan memberikan *form* iklan baris yang berisi nama pemasang iklan, alamat pemasang iklan, dan kontak yang bisa dihubungi. Selain itu terdapat tanggal dan bulan

pemasangan iklan tersebut. Pada materi iklan terdapat judul iklan, frekuensi iklan tersebut dimuat, jumlah baris, isi iklan, dan total harga dari iklan tersebut. Untuk keperluan keaslian data maka di *form* iklan baris ada tanda tangan pemasang iklan dan penerima iklan tersebut. Setelah selesai di-*input* datanya oleh bagian Front Office maka pemasang iklan langsung ke kasir untuk melakukan pembayaran, jika sudah lunas, maka pemasang langsung akan mendapat bukti sudah lunas membayar berupa *sales order* yang sudah ditandai lunas.

Sedangkan untuk pemasangan iklan yang pembayarannya lewat transfer maka para pemasang iklan memberikan bukti transfer yang nantinya akan ditukarkan dengan tanda terima sebagai bukti bahwa pemasang iklan langsung sudah melakukan pembayaran untuk memasang iklan.

Form iklan yang sudah diisi oleh materi yang akan dipasang maka akan diberikan pada bagian desain iklan untuk segera diproses. Jika sudah mendapat konfirmasi dari bagian redaksi dan pemasang iklan maka iklan tersebut dapat dipasang

Tribun Jogja memiliki program TFC yaitu (*Tribun Family Card*) yang mana dalam programnya memberi keuntungan bagi para *member*-nya untuk memperoleh berbagai fasilitas berbelanja gratis dan mendapatkan potongan sampai 70% dan keuntungan bagi para *merchant* berupa gratis iklan baris di Tribun Jogja. Jika para *merchant* ingin memasang iklan baris di Tribun Jogja maka pelayanannya lewat bagian Front Office. *Merchant* yang melakukan pemasangan iklan tidak perlu membayar lagi karena sudah dipotong dari saldo yang didapatkan dari pengumpulan *member* yang berlangganan kartu TFC (*Tribun Family Card*).

Bagian Front Office juga menerima iklan kolom yaitu iklan yang pemuatannya memanfaatkan beberapa bagian kolom dari halaman surat kabar. Di dalam iklan kolom, ada juga iklan pribadi atau keluarga yang berisi informasi atau pemberitahuan kepada umum, misalnya iklan tentang berita pernikahan, berita dukacita,

ucapan terima kasih, dan lain-lain. Selain itu, ada juga iklan layanan masyarakat yang disampaikan oleh pemerintah, misalnya iklan keluarga berencana, kampanye bahaya narkoba, dan sebagainya.

Pembayaran yang sudah terjadi nantinya akan di rekap oleh *Finance Account Receivable* atau nama lainnya Pengendali Saldo Iklan dan di-*input* oleh bagian kasir sebagai bukti bahwa pelanggan sudah membayar sehingga tidak terjadi penagihan yang terulang.

b. Prosedur pemasangan iklan melalui Telemarketing

Pemasangan iklan pada Telemarketing adalah pemasangan iklan yang melalui alat-alat penghubung seperti Telepon, *Whatsapp*, email, dan SMS. Berbeda dengan Bagian Front Office yang menerima pesanan iklan secara langsung dan melakukan pembayaran secara tunai, telemarketing menerima pesanan iklan melalui alat penghubung komunikasi dan pembayaran yang dilakukan bersifat kredit. Iklan yang diterima di bagian telemarketing adalah iklan baris dan kolom. Salah satu syarat untuk memasang iklan yang melewati Bagian Telemarketing adalah melampirkan nama, nomor yang bisa dihubungi dan ada nomor identitas antara lain NPWP/KTP/SIM.

Materi iklan yang ingin dipasang oleh pemasang iklan dikirim langsung oleh pemasang iklan itu sendiri. Selanjutnya jika materi iklan sudah dikirim, akan di-*input* oleh bagian telemarketing ke sistem yang ada di Tribun yaitu sistem *Tesys* yang selanjutnya akan menghasilkan dokumen berupa *Invoice* yang dibuat dua rangkap dan OPI (Order Pemasangan Iklan) yang dibuat satu rangkap sebagai bukti bahwa ada transaksi pemasangan iklan yang telah terjadi.

Materi iklan yang sudah selesai di-*input* oleh Bagian Telemarketing akan langsung dikirimkan ke Bagian Produksi Desain Iklan dan setelah selesai di desain maka sebelum memasang iklan pada surat kabar, meminta konfirmasi terlebih dahulu kepada Bagian Redaksi dan pemasang iklan itu sendiri.

Pembayaran dilakukan dengan cara menagih secara manual oleh Inkaso dari Bagian Keuangan. Dalam menagih dari pemasang

iklan yang belum membayar, bagian penagihan membawa dokumen berupa: Faktur pajak yang berisi PPH 23 atas penggunaan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media massa, media luar ruang atau media lain untuk penyampaian informasi dan/atau jasa periklanan, *invoice*, bukti tayang berupa koran, tanda terima sebagai bukti pembayaran. Pembayaran bisa dilakukan tunai dengan menyerahkan langsung ke Inkaso atau bagian penagihan atau melalui transfer dengan memberikan bukti transfer kepada inkaso tersebut. *Term Of Payment* atau Termin Pembayaran dibedakan menjadi dua yaitu dari *Invoice* ketika diterima sebelum iklan selesai tayang (*Term Of Payment From Invoice Receipt*) dan dari setelah iklan selesai tayang (*Term Of Payment From Billing Date*).

Setelah selesai menagih, maka bagian penagihan kembali ke kantor melaporkan dan menyerahkan pembayaran yang sudah dilakukan. Oleh *Finance Account Receivable* atau Pengendali Saldo Iklan dan meng-*update* pembayaran yang sudah terjadi setelah selesai kemudian uang pembayaran tersebut diserahkan ke kasir dan di-*update* ke sistem kasir.

c. Prosedur pemasangan iklan melalui Bagian Account Executive

Pemasangan iklan melalui Bagian Account Executive yang membedakan dari pemasangan iklan lewat bagian lain adalah Bagian Account Executive ini yang mencari keluar para pemasang iklan untuk meningkatkan omset perusahaan.

Langkah-langkah untuk mencari klien/pemasang iklan adalah sebagai berikut:

- Menentukan calon klien/pemasang iklan
- Mengidentifikasi awal dugaan jenis kebutuhan promosi
- Memahami jenis produk dan program yang akan diiklankan
- Mengatur jadwal pertemuan dengan klien/pemasang iklan
- Pertemuan:
 - a. Identifikasi permasalahan tentang jenis kebutuhan promosi
 - b. Mengajukan perjanjian kerja sama

- *Closing* atau penutupan dan menentukan setuju atau tidak untuk bekerja sama

Setelah setuju untuk mengadakan kerja sama maka iklan yang sudah disetujui akan dibuatkan dokumen bernama OPI (*Order Pemasangan Iklan*) yang berisi identitas pemasang iklan dan juga materi yang akan dimuat. Iklan yang ditawarkan oleh Bagian Account Executive adalah iklan baris, iklan kolom, iklan *online* dan iklan display. Bagian Account Executive ini tidak meng-*input* data transaksi ke sistem, tugas itu digantikan oleh admin dari Bagian Keuangan. Jenis pembayarannya ada dua cara melalui tunai dan transfer yang ditagih melalui inkaso/*collector* dari bagian keuangan. Pemasangan iklan melalui Bagian Account Executive ini juga dikenai pajak atas jasa periklanan yang digunakan.

C. Bagian dan Fungsi terkait dalam pemasangan iklan pada Tribun Jogja

Di dalam pemasangan iklan pada Tribun Jogja ada beberapa bagian yang terkait dan memiliki fungsinya masing-masing. Pemisahan fungsi ditujukan agar tidak terjadi pencatatan akuntansi yang sebenarnya tidak terjadi, selain itu pemisahan fungsi juga sebagai bentuk pengendalian internal agar kekayaan aset pada perusahaan bisa terjaga. Bagian yang terkait dalam pemasangan iklan di Tribun Jogja adalah:

a. Pemasangan iklan pada Bagian Front Office

- **Front Office:**

Bagian Front Office adalah bagian pertama yang menjadi permulaan dari prosedur pemasangan iklan dari Front Office. Mereka bertugas untuk melayani pelanggan, mencatat transaksi penjualan yang terjadi, dan mengkomunikasikan tentang program-program yang dilaksanakan oleh Tribun Jogja.

Bagian Front Office menjadi bagian yang menjalankan fungsi penjualan yaitu:

- Fungsi yang bertanggung jawab menerima *order* dari pemasang iklan
- Fungsi yang bertanggung jawab membuat *sales order* dari penjualan yang bersifat tunai
- Fungsi yang bertanggung jawab menyerahkan *form* iklan yang nantinya akan ditukarkan dengan *sales order* yang dicetak oleh kasir kepada pemasang iklan.

▪ **Kasir**

Kasir perusahaan termasuk dalam Bagian Keuangan. Kasir di perusahaan bertugas untuk menerima kas atas transaksi pesanan/penjualan iklan yang bersifat tunai. Kasir juga bertugas menyerahkan *sales order* yang sudah dicetak kepada pemasang iklan. *Sales order* yang dibuat oleh Bagian Front Office dan dicetak di kasir nantinya akan ditukarkan dengan *form* iklan yang sudah diisi materi iklan yang akan dipasang. Kasir di perusahaan juga bertanggung jawab menyetorkan uang hasil transaksi yang terjadi di perusahaan ke bank. Kasir di perusahaan menjalankan fungsi kas yaitu fungsi yang bertanggung jawab menerima kas dari transaksi penjualan yang terjadi.

▪ **Produksi Desain Iklan**

Produksi Desain Iklan adalah bagian yang termasuk pada Bagian Iklan di perusahaan. Bagian ini bertugas membuat, mendesain materi iklan yang didapat dari *form* iklan dari kasir yang nantinya akan di pasang di surat kabar. Bagian ini akan menunggu konfirmasi dari Bagian Redaksi dan pemasang iklan itu sendiri sebelum nantinya iklan dipasang dan disetujui pada surat kabar.

- **Bagian Redaksi**

Bagian Redaksi bertugas untuk mengkonfirmasi iklan apa saja yang akan dipasang di surat kabar sebelum surat kabar tersebut diterbitkan.

- ***Finance Account Receivable* atau Pengendali Saldo Bagian Iklan**

Finance Account Receivable atau Pengendali Saldo Iklan adalah bagian yang termasuk dalam Bagian Keuangan. Iklan yang dibayarkan bukan secara tunai atau bersifat kredit akan dikelola oleh *Finance Account Receivable* sampai iklan itu selesai dibayarkan. Iklan yang belum dibayarkan akan dicatatkan dalam kartu piutang. Iklan yang sudah dibayarkan akan di cek oleh *Finance Account Receivable* di dalam kas bank, setelah dibayar maka juga akan dicatat dalam jurnal penerimaan kas dalam akuntansi sistem di perusahaan. Dokumen seperti kartu piutang dan jurnal penerimaan kas tersebut secara *online* sudah terdapat pada sistem perusahaan yaitu sistem Tesys. *Finance Account Receivable* menjalankan fungsi pencatatan piutang yang didapatkan dari iklan yaitu:

- Fungsi yang bertanggung jawab mencatat piutang yang timbul dari transaksi penjualan kredit
- Fungsi yang bertanggung jawab mencatat berkurangnya piutang karena transaksi retur penjualan
- Fungsi yang bertanggung jawab mencatat penerimaan kas dari piutang
- Fungsi yang bertanggung jawab mencatat penghapusan piutang yang tak tertagih
- Fungsi yang bertanggung jawab membuat serta mengirimkan pernyataan piutang kepada para debitur.

Transaksi-transaksi mengenai pemasangan iklan yang berkaitan dengan akuntansi di perusahaan akan dikelola oleh masing-masing bagian, termasuk *Finance Account Receivable*.

Akun-akun yang sudah dikelola oleh *Finance Account Receivable* akan berkaitan dengan laporan laba rugi, laporan posisi keuangan, laporan neraca, dan laporan arus kas perusahaan yang bisa diperiksa langsung oleh manajer keuangan dan oleh *Accounting* di perusahaan,

▪ **Inkaso**

Inkaso menjadi satu bagian dari bagian keuangan. Inkaso adalah bagian piutang yang bertugas menagih kepada para pemasang iklan yang belum membayar iklan atau bersifat kredit. Inkaso di perusahaan dibagi menjadi dua, yang pertama bertugas untuk menagih yang menjadi agen-agen surat kabar di perusahaan. Dan yang kedua adalah yang bertugas menagih para pemasang iklan yang masih belum membayar. Inkaso bagian penagihan iklan biasanya membawa *invoice*, kuitansi pembayaran, koran sebagai bukti bahwa iklan sudah tayang, dan tanda terima dalam melakukan penagihan ke pemasang iklan.

▪ **Accounting**

Bagian *Accounting* di perusahaan termasuk dalam Bagian Keuangan di perusahaan. *Accounting* di perusahaan bertugas mengelola data yang berkaitan dengan sistem akuntansi di perusahaan. *Accounting* akan menjalankan fungsi akuntansi yaitu:

- Membuat dokumen seperti rekonsiliasi bank, jurnal penyesuaian, daftar penyusutan dan penambahan aktiva, neraca, laporan laba rugi, jurnal memorial, *cashflow*, ringkasan kinerja dll.
- Mengarsip perjanjian yang diberikan oleh iklan.
- Bertugas menghitung pajak seperti PPh 21, PPN dan PPh 23
- Memeriksa kelengkapan dan kebenaran jurnal bukti kas yang akan di-*entry* ke *general ledger* termasuk nomor *account*.
- Menginput bukti kas ke program *ledger* (Tsys)
- Menyiapkan kelengkapan barter seperti kwitansi atau tanda

terima barang dari umum, perjanjian dan faktur tagihannya untuk keperluan pelunasan iklan tersebut.

- Menyetorkan pajak perusahaan ke kantor pajak
- Mencatat penerimaan kas dari piutang ke dalam jurnal Penerimaan kas dan berkurangnya piutang ke dalam kartu piutang

Accounting terpisah dengan bagian yang menerima kas agar tidak terjadi *lapping* dan manipulasi data penerimaan kas. Bedanya dengan bagian yang menerima kas biasanya akuntansi biasanya akan lebih fokus dalam mencatat dan melakukan ikhtisar, serta mengelompokkan semua transaksi yang terjadi dalam sebuah perusahaan. Setelah selesai melakukan pencatatan, seorang akuntan harus melakukan otorisasi di setiap departemen terkait.

b. Pemasangan iklan pada Bagian Telemarketing

▪ Telemarketing

Bagian Telemarketing adalah bagian pertama dalam dimulainya prosedur pemasangan iklan pada Bagian Telemarketing. Berbeda dengan Front Office, Bagian Telemarketing menerima pemasangan iklan melalui alat hubung komunikasi seperti telepon, sms, *whatsapp* dan email. Mereka juga bertugas melayani para calon pemasang iklan, mencatat transaksi penjualan iklan yang terjadi, serta menawarkan program-program yang ada pada Tribun Jogja. Bagian Telemarketing menjalankan fungsi penjualan yaitu fungsi:

- Fungsi yang bertanggung jawab menerima *order* dari pemasang iklan
- Fungsi yang bertanggung jawab membuat *invoice* dari penjualan yang bersifat kredit
- Fungsi yang bertanggung jawab menyerahkan *invoice* dan OPI (*Order Pemasangan Iklan*) kepada Bagian Keuangan agar bisa segera direkap pembayarannya.

▪ Produksi Desain Iklan

Produksi Desain Iklan adalah bagian yang termasuk pada Bagian Iklan di perusahaan. Bagian ini bertugas membuat, mendesain materi iklan yang didapat dari OPI (*Order Pemasangan Iklan*) dari Bagian Telemarketing yang nantinya akan di pasang di surat kabar. Bagian ini akan menunggu konfirmasi dari Bagian Redaksi dan pemasang iklan itu sendiri sebelum nantinya iklan dipasang dan disetujui pada surat kabar.

▪ **Bagian Redaksi**

Bagian Redaksi bertugas untuk mengkonfirmasi iklan apa saja yang akan dipasang di surat kabar sebelum surat kabar tersebut diterbitkan.

▪ ***Finance Account Receivable* atau Pengendali Saldo Bagian Iklan**

Finance Account Receivable merupakan Bagian Keuangan yang mengurus piutang kepada pelanggan. *Finance Account Receivable* akan menerima *invoice* dari bagian Telemarketing yang digunakan untuk keperluan penagihan. *Finance Account Receivable* menjalankan fungsi pencatatan piutang yaitu:

- Fungsi yang bertanggung jawab mencatat piutang yang timbul dari transaksi penjualan kredit
- Fungsi yang bertanggung jawab mencatat berkurangnya piutang karena transaksi retur penjualan
- Fungsi yang bertanggung jawab mencatat penerimaan kas dari piutang
- Fungsi yang bertanggung jawab mencatat penghapusan piutang yang tak tertagih
- Fungsi yang bertanggung jawab membuat serta mengirimkan pernyataan piutang kepada para debitur.

Piutang yang didapatkan dari transaksi pemasangan iklan dari Bagian Telemarketing akan dikelola oleh *Finance Account Receivable* menggunakan sistem yang ada di perusahaan yaitu

sistem *Tesys. Finance Account Receivable* bertugas untuk merekap dokumen yang diperlukan untuk menagih pembayaran.

- **Inkaso**

Inkaso di perusahaan bertugas menagih pembayaran dari iklan yang bersifat kredit. Dalam menagih inkaso perusahaan akan membawa dokumen seperti *invoice*, kuitansi pembayaran, faktur pajak atas jasa periklanan yang digunakan, koran sebagai bukti iklan sudah ditayangkan dan juga tanda terima. Inkaso perusahaan menjalankan fungsi penagihan yaitu fungsi yang bertanggungjawab untuk melakukan penagihan kepada para debitur perusahaan berdasarkan daftar piutang yang ditagih

- **Kasir**

Kasir di perusahaan termasuk dalam bagian keuangan. Dalam prosedur pemasangan iklan melalui Bagian Telemarketing, kasir perusahaan bertugas menerima kas dari hasil penagihan setelah sebelumnya direkap oleh *Finance Account Receivable*. Kasir perusahaan menjalankan fungsi penerimaan kas dari penjualan iklan yang bersifat kredit. Pembayaran yang sudah terjadi akan di *update* di sistem oleh kasir, sehingga tidak terjadi piutang *double*.

- **Accounting**

Bagian *Accounting* di perusahaan termasuk dalam Bagian Keuangan di perusahaan. *Accounting* di perusahaan bertugas mengelola data yang berkaitan dengan sistem akuntansi di perusahaan. *Accounting* akan menjalankan fungsi akuntansi yaitu:

- Membuat dokumen seperti rekonsiliasi bank, jurnal penyesuaian, daftar penyusutan dan penambahan aktiva, neraca, laporan laba rugi, jurnal memorial, *cashflow*, ringkasan kinerja dll.
- Mengarsip perjanjian yang diberikan oleh iklan.
- Bertugas menghitung pajak seperti PPh 21, PPN dan PPh 23

- Memeriksa kelengkapan dan kebenaran jurnal bukti kas yang akan di-entry ke *general ledger* termasuk nomor *account*.
- Menginput bukti kas ke program *ledger* (Tsys)
- Menyiapkan kelengkapan barter seperti kwitansi atau tanda terima barang dari umum, perjanjian dan faktur tagihannya untuk keperluan pelunasan iklan tersebut.
- Menyetorkan pajak perusahaan ke kantor pajak
- Mencatat penerimaan kas dari piutang ke dalam jurnal penerimaan kas dan berkurangnya piutang ke dalam kartu piutang

Accounting pada perusahaan mengelola semua transaksi yang menjadi sumber pendapatan dan pengeluaran termasuk transaksi periklanan dari berbagai bagian. Selain melakukan pembukuan dan pencatatan *Accounting* juga melakukan analisis dari informasi yang ada.

c. Pemasangan iklan melalui bagian Account Executive

▪ Account Executive

Account Executive menjadi satu bagian dengan Bagian Iklan. Account Executive setingkat diatas para *salesman*. Account Executive adalah orang yang memiliki wewenang mengkoordinasi para *salesman*. Selain itu Account Executive juga bertugas mengatur para strategi pemasaran yang akan dijalankan para *salesman* selanjutnya.

Pada industri media komunikasi seperti surat kabar Account Executive biasanya akan menawarkan dan bernegosiasi tentang spot iklan dengan para pengiklan. Account Executive termasuk dalam Bagian Pemasaran di perusahaan. Seorang Account Executive harus mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik dan mampu mengajak calon pemasang iklan mau mengeluarkan biaya untuk menempati spot iklan yang perusahaan sediakan.

Aspek-aspek yang menjadikan sukses atau tidaknya seorang Account Executive antara lain:

- Target penjualan
- Efektifitas dalam strategi pemasaran
- Ketepatan pemberian laporan

Langkah-langkah para Account Executive untuk mencari klien/pemasang iklan adalah sebagai berikut:

- Menentukan calon klien/pemasang iklan
- Mengidentifikasi awal dugaan jenis kebutuhan promosi
- Memahami jenis produk dan program yang akan diiklankan
- Mengatur jadwal pertemuan dengan klien/pemasang iklan
- Pertemuan:
 - a. Identifikasi permasalahan tentang jenis kebutuhan promosi
 - b. Mengajukan perjanjian kerja sama
- *Closing* atau penutupan dan menentukan setuju atau tidak untuk bekerja sama
- *Maintain* klien agar tetap terjadi kerjasama melalui periklanan

Setelah pemasang iklan menyetujui untuk bekerja sama, maka Account Executive akan membuat dokumen berupa OPI (*Order Pemasangan Iklan*) yang sudah ditandatangani oleh pemasang iklan. Account Executive juga membuat dokumen berupa *invoice* yang digunakan untuk melakukan penagihan oleh Bagian Keuangan.

Account Executive disini menjalankan fungsi penjualan yaitu:

- Fungsi yang bertanggung jawab menerima *order* dari pemasang iklan
- Fungsi yang bertanggung jawab membuat *invoice* dari penjualan yang bersifat kredit
- Fungsi yang bertanggung jawab menyerahkan *invoice* dan OPI (*Order Pemasangan Iklan*) kepada Bagian Keuangan

agar bisa segera direkap pembayarannya.

▪ **Produksi Desain Iklan**

Bagian Produksi Desain Iklan membuat pesanan iklan berdasarkan OPI (*Order Pemasangan Iklan*) dari hasil kesepakatan dengan klien. Sama seperti pemasangan iklan pada bagian lain, sebelum menerbitkan iklan di surat kabar bagian produksi desain iklan menunggu konfirmasi terlebih dahulu dari Bagian Redaksi dan pemasang iklan itu sendiri.

▪ **Administrasi Bagian Keuangan**

Account Executive di perusahaan tidak memiliki wewenang untuk meng-*input* data transaksi pemasangan iklan ke sistem Tsys. Account Executive hanya bertugas untuk membuat *invoice* dan membuat OPI yang sudah di otorisasi oleh kedua belah pihak. Karena data transaksi pemasangan iklan tidak di-*input* sendiri oleh Account Executive maka tugas itu digantikan oleh admin dari Bagian Keuangan.

▪ ***Finance Account Receivable* atau Pengendali Saldo Bagian Iklan**

Finance Account Receivable juga menjalankan fungsi yang sama dengan prosedur pemasangan iklan melalui bagian lain. *Finance Account Receivable* mengelola semua piutang yang terjadi atas pemasangan iklan termasuk pemasangan iklan melalui Bagian Account Executive. *Finance Account Receivable* menjalankan fungsi pencatatan piutang yaitu:

- Fungsi yang bertanggung jawab mencatat piutang yang timbul dari transaksi penjualan kredit
- Fungsi yang bertanggung jawab mencatat berkurangnya piutang karena transaksi retur penjualan
- Fungsi yang bertanggung jawab mencatat penerimaan kas dari piutang
- Fungsi yang bertanggung jawab mencatat penghapusan piutang yang tak tertagih

- Fungsi yang bertanggung jawab membuat serta mengirimkan pernyataan piutang kepada para debitur.

- **Inkaso**

Inkaso di perusahaan bertugas menagih pembayaran dari iklan yang bersifat kredit. Dalam menagih inkaso perusahaan akan membawa dokumen seperti *invoice*, kuitansi pembayaran, faktur pajak PPh 23 atas jasa periklanan yang digunakan, koran sebagai bukti iklan sudah ditayangkan dan juga tanda terima. Inkaso perusahaan menjalankan fungsi penagihan yaitu fungsi yang bertanggungjawab untuk melakukan penagihan kepada para debitur perusahaan berdasarkan daftar piutang yang ditagih.

- **Kasir**

Kasir di perusahaan termasuk dalam bagian keuangan. Dalam prosedur pemasangan iklan melalui Bagian Account Executive, kasir perusahaan bertugas menerima kas dari hasil penagihan setelah sebelumnya direkap oleh *Finance Account Receivable*. Kasir perusahaan menjalankan fungsi penerimaan kas dari penjualan iklan yang bersifat kredit. Pembayaran yang sudah terjadi akan di *update* di sistem oleh kasir, sehingga tidak terjadi piutang *double*.

- **Accounting**

Bagian *Accounting* di perusahaan termasuk dalam Bagian Keuangan di perusahaan. *Accounting* di perusahaan bertugas mengelola data yang berkaitan dengan sistem akuntansi di perusahaan. *Accounting* akan menjalankan fungsi akuntansi yaitu:

- Membuat dokumen seperti rekonsiliasi bank, jurnal penyesuaian, daftar penyusutan dan penambahan aktiva, neraca, laporan laba rugi, jurnal memorial, *cashflow*, ringkasan kinerja dll.
- Mengarsip perjanjian yang diberikan oleh iklan.
- Bertugas menghitung pajak seperti PPh 21, PPN & PPh23
- Memeriksa kelengkapan dan kebenaran jurnal bukti kas

yang akan di-*entry* ke *general ledger* termasuk nomor *account*.

- Menginput bukti kas ke program *ledger* (TesyS)
- Menyiapkan kelengkapan barter seperti kwitansi atau tanda terima barang dari umum, perjanjian dan faktur tagihannya untuk keperluan pelunasan iklan tersebut.
- Menyetorkan pajak perusahaan ke kantor pajak
- Mencatat penerimaan kas dari piutang ke dalam jurnal penerimaan kas dan berkurangnya piutang ke dalam kartu piutang

Tugas Accounting pada proses periklanan melalui Account Executive sama dengan proses melalui bagian lain. Accounting menerima pemasukan dari periklanan yang terjadi kemudian mengelola salah satu sumber pendapatan tersebut di laporan keuangan. Accounting di perusahaan setiap akhir bulan melakukan *closing* atau tutup buku perusahaan. Accounting dibantu dengan manajer keuangan mengelola laporan keuangan seperti Laporan Laba Rugi, Laporan Posisi Keuangan, Laporan Ekuitas, Laporan Arus Kas dan CALK (Catatan atas Laporan Keuangan)

D. Dokumen terkait dalam pemasangan iklan pada Tribun Jogja

Dalam sistem pemasangan iklan yang melalui berbagai bagian seperti Front Office, Telemarketing dan Account Executive ada beberapa dokumen yang dihasilkan yaitu:

a. Form iklan

Form iklan merupakan dokumen yang dihasilkan oleh bagian Front Office. Form ini dihasilkan ketika melalui prosedur pemasangan iklan yang bersifat tunai. *Form* ini berisi data pengiklan dan materi iklan. Untuk keperluan otorisasi maka di bagian form iklan ini terdapat tanda tangan penerima iklan dan pemasang iklan sebagai bukti sudah melakukan transaksi. *Form* iklan dibuat satu rangkap dan diserahkan ke bagian kasir yang

selanjutnya akan diserahkan kepada Bagian Produksi Desain Iklan untuk didesain.

b. Sales Order

Sales Order dihasilkan oleh Bagian Front Office atas pemasangan iklan yang pembayarannya bersifat tunai. *Sales order* dibuat dua rangkap, lembar pertama untuk arsip dan lembar kedua diberikan kepada pemasang iklan sebagai bukti sudah melakukan transaksi dan sudah membayar lunas atas transaksi tersebut.

c. Invoice

Invoice dihasilkan oleh Bagian Telemarketing dan Bagian Account Executive atas pemasangan iklan yang bersifat kredit. *Invoice* pada Bagian Telemarketing dibuat dua rangkap, sedangkan untuk Bagian Account Executive invoice dibuat tiga rangkap yang diserahkan kepada Bagian Keuangan.

d. Order Pemasangan Iklan

Order pemasangan iklan dihasilkan oleh Bagian Telemarketing dan Bagian Account Executive. *Order* Pemasangan Iklan berisi materi iklan dan total harga atas iklan yang akan dipasang. *Order* Pemasangan Iklan yang dibuat dibuat satu rangkap dan diserahkan ke Bagian Keuangan.

e. Faktur pajak

Faktur Pajak dibuat atas penggunaan jasa periklanan yang digunakan oleh Tribun Jogja. Dokumen ini juga dibawa ketika inkaso menagih pembayaran kepada pemasang iklan yang belum membayar. Faktur pajak berisi identitas pemotong pajak dan pengusaha kena pajak. Selain itu juga ada keterangan tentang jasa apa yang dikenai pajak tersebut

f. Tanda terima

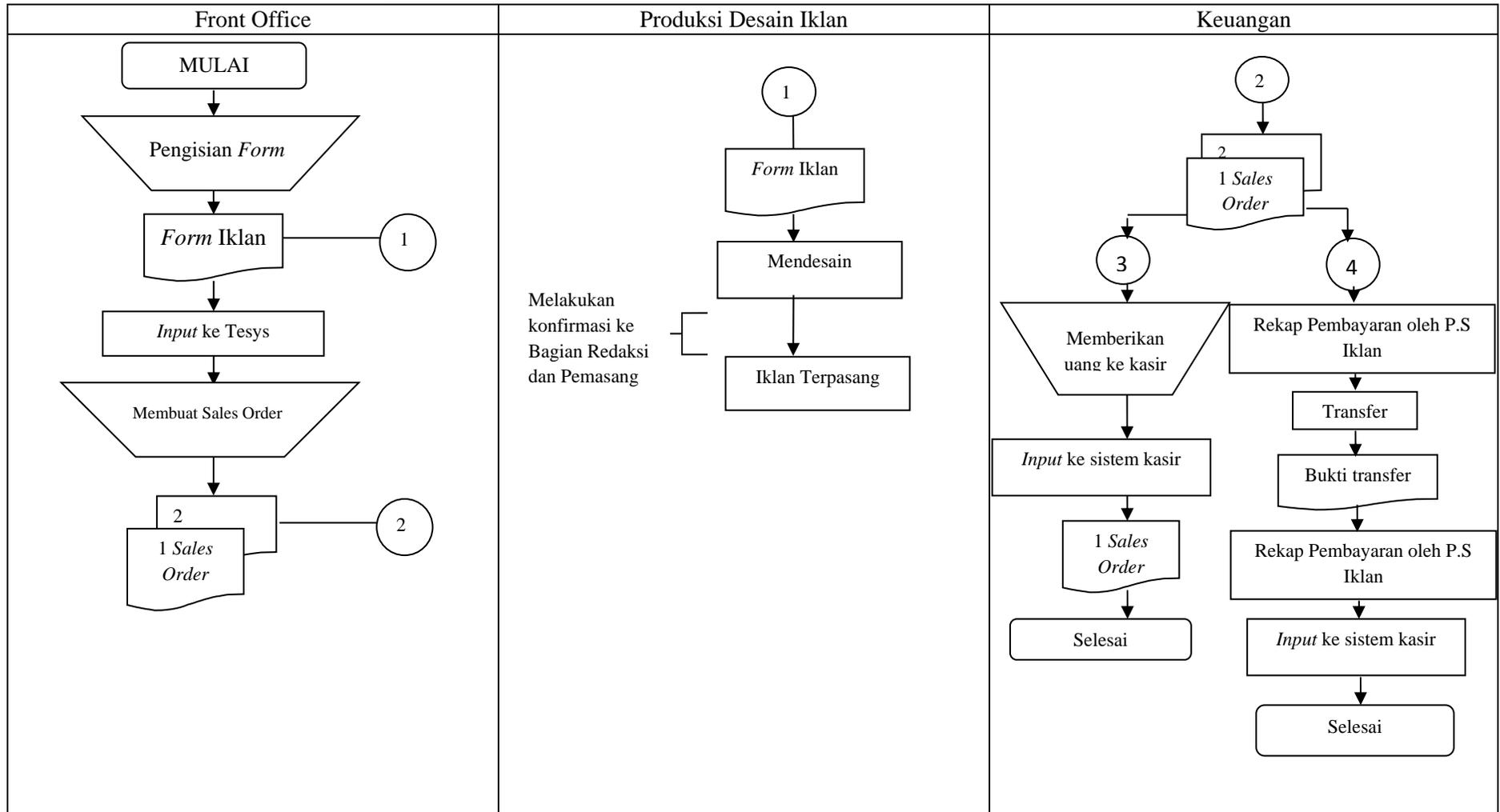
Tanda terima dibuat sebagai bukti bahwa pemasang iklan sudah membayar atas pemasangan iklan yang sudah ditayangkan.

g. Surat Kabar

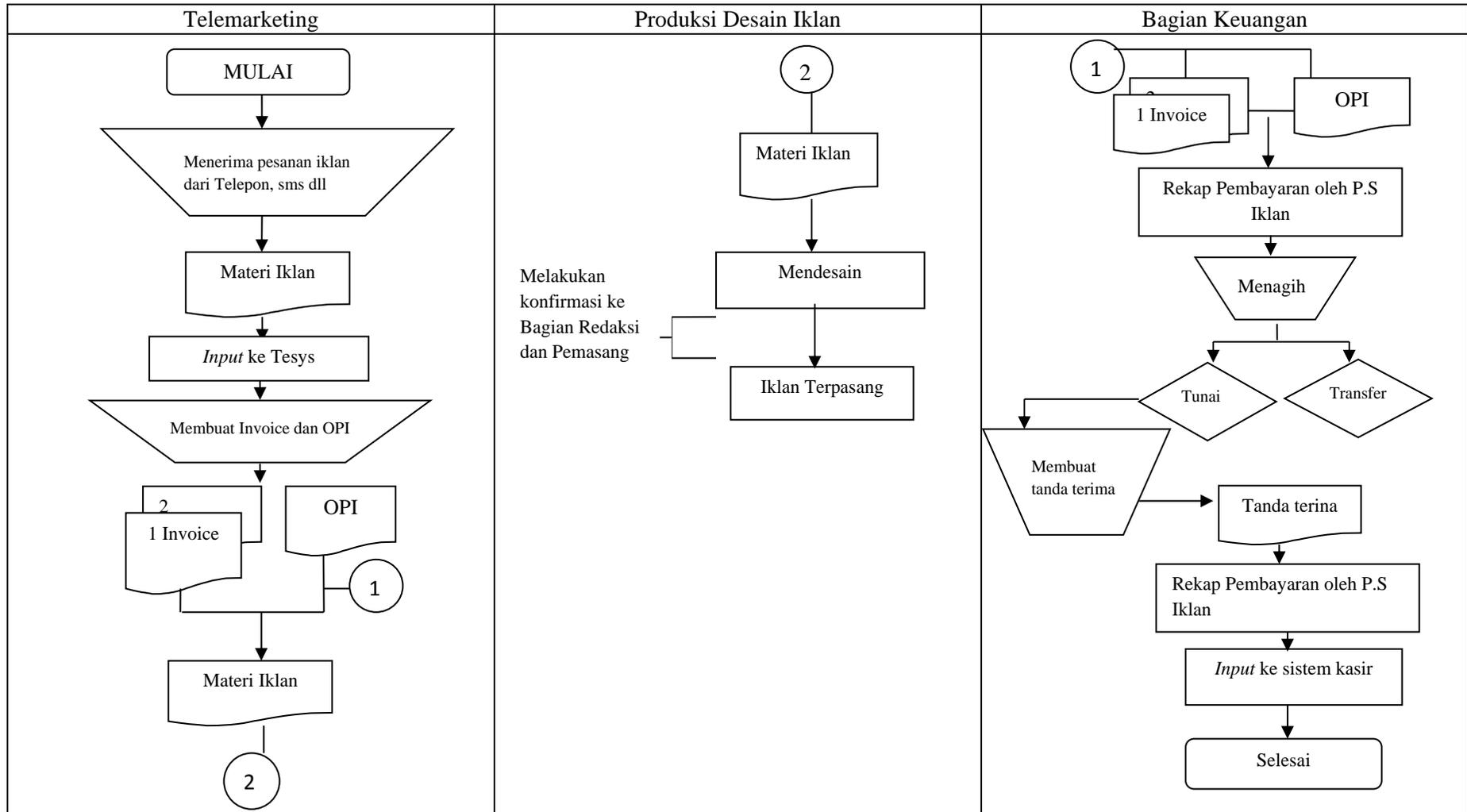
Surat kabar atau koran yang dihasilkan oleh Tribun Jogja termasuk dalam proses akuntansi di perusahaan. Surat kabar merupakan bukti penayangan iklan yang jenisnya cetak.

E. Bagan Alir dalam Pemasangan Iklan pada Tribun Jogja
(Terlampir)

PROSEDUR PEMASANGAN IKLAN MELALUI FRONT OFFICE



PROSEDUR PEMASANGAN IKLAN MELALUI TELEMARKETING



PROSEDUR PEMASANGAN IKLAN MELALUI ACCOUNT EXECUCITIVE

