

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat ditengah iklim persaingan yang sangat ketat membutuhkan terobosan dalam hal pemasaran produk. Keadaan ekonomi sangat berpengaruh terhadap daya beli masyarakat. Konsumsi masyarakat yang masih rendah harus diperebutkan diantara banyak pesaing. Periklanan yang merupakan ujung tombak dari sistem pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam proses mendapatkan pelanggan.

Periklanan yang merupakan bagian dari salah satu teknik pemasaran sudah menjadi senjata bagi perusahaan-perusahaan besar untuk memperkenalkan produk barunya, mempertahankan citra merk bahkan untuk merebut pelanggan dari para pesaing. Mengingat semakin pentingnya iklan maka langsung tidak langsung membuat harga atau tarif iklan semakin tinggi. Harga yang tinggi ini hanya dapat dijangkau perusahaan besar dan memiliki anggaran promosi yang besar.

Dengan adanya internet, maka dunia periklanan tidak didominasi lagi oleh media-media yang sudah ada. Internet menjanjikan sarana iklan yang mudah, murah dan dapat menjangkau daerah yang luas bahkan berskala international. Salah satu cara melakukan pemasangan iklan lewat internet adalah dengan memasang banner di halaman situs yang dikunjungi para pengguna internet. Dengan harapan pada saat menjelajah situs-situs para pengakses situs tersebut

tertarik dengan penawaran dari para produsen atau penyedia jasa untuk membeli barangnya ataupun menggunakan jasa yang ditawarkan.

Memasang iklan di internet berarti iklan banner akan dapat dilihat di seluruh dunia apabila ada koneksi internet. Terkadang banner iklan yang terpasang di suatu situs internet sama sekali tidak ada produknya di tempat iklan banner dilihat pengguna internet. Ini terjadi jika produk atau jasa tersebut tidak bersifat internasional dan hanya memiliki pasar lokal atau regional.

Para pengusaha kecil dan menengah tentu saja tidak semua memiliki pasar internasional. Beberapa diantaranya mungkin hanya memiliki pasar lokal atau di beberapa daerah saja. Karena itu promosi yang diperlukan mungkin hanya di daerah-daerah tempat produk mereka dipasarkan. Untuk perusahaan jenis ini tentu tidak memerlukan memasang banner berskala besar atau internasional.

Untuk itulah diperlukan suatu cara untuk memaksimalkan pemanfaatan banner tersebut agar banner yang dipasang di internet lebih difokuskan pada daerah-daerah pemasaran produk atau jasa itu sendiri. Dari segi pengakses internet yang melihat banner tersebut tidak akan melihat produk atau jasa yang tidak dipasarkan di daerahnya.

Dengan harapan dapat memaksimalkan internet sebagai sarana iklan yang murah pada perusahaan kecil yang berorientasi daerah atau nasional maka akan mengembangkan Aplikasi Location Based Internet Banner Service yang memberikan layanan pemasangan banner berdasarkan lokasi sebagai sarana untuk melakukan promosi melalui internet sehingga dapat memperluas pasar dan menekan biaya promosi.

## 1.2 Perumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah di atas maka didapatkan beberapa masalah yang dihadapi yaitu :

1. Bagaimana membuat suatu aplikasi untuk memasang dan memanajemen Internet Banner.
2. Bagaimana cara melakukan pemetaan IP Address dari data lokasi ISP terhadap IP Address (Geo-Targeting IP Address).
3. Bagaimana mengupayakan Location Based Internet Banner menggunakan database pemetaan IP Address.
4. Bagaimana proses pemasangan banner dan pelaporan statistik kunjungan halaman yang memasang banner.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah yang digunakan, yaitu :

1. Ruang lingkup pemetaan IP Address adalah negara-negara kawasan Asia-Pasifik yang terdaftar di APNIC dan InterNIC.
2. Penerapan Location Based Internet Banner menggunakan teknik pemetaan lokasi server ISP dengan IP Address-nya (Geo-Targeting IP Address) yang menghasilkan IP2Location Database.
3. Proses pemetaan hanya dilakukan pada IP Address versi 4.
4. Sumber utama database adalah dari informasi WHOIS yang tersedia di InterNIC atau APNIC.
5. Tidak mencakup kegagalan penampilan banner yang secara sengaja dilakukan oleh pengakses atau pemasang banner.

6. Tidak mencakup kesalahan pemetaan lokasi jika pengakses banner menggunakan proxy server yang berada di luar wilayah geografis ISP-nya.

#### **1.4 Tujuan**

Tujuan dari pembuatan Tugas Akhir ini adalah :

1. Membuat aplikasi yang berfungsi sebagai sarana untuk memasang dan memajemen Internet Banner.
2. Menyediakan fungsi Location Based Internet Banner untuk memfasilitasi pemasang banner yang memiliki sasaran promosi pada daerah tertentu.
3. Memanfaatkan data lokasi server ISP dengan alamat IP yang diberikan kepada pelanggannya pada saat menggunakan fasilitas internet.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini dibagi menjadi beberapa Bab dan Sub-Bab. Adapun pembagian Bab ini sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini mengutamakan perumusan dan penjelasan masalah umum, sehingga dapat diperoleh gambaran umum mengenai seluruh penelitian yang dilakukan oleh penulis. Bab ini menyangkut beberapa masalah yang meliputi : Latar Belakang Masalah, Tujuan, Identifikasi Permasalahan Ruang Lingkup Permasalahan, dan dilanjutkan dengan Sistematika penulisan Tugas Akhir.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini memberikan uraian tentang teori yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir. Menjelaskan Sistem, teknologi dan sumber data yang digunakan serta beberapa teori yang berkaitan dengan sistem yang akan dirancang dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

**BAB III : METODE PENELITIAN / PERANCANGAN SISTEM**

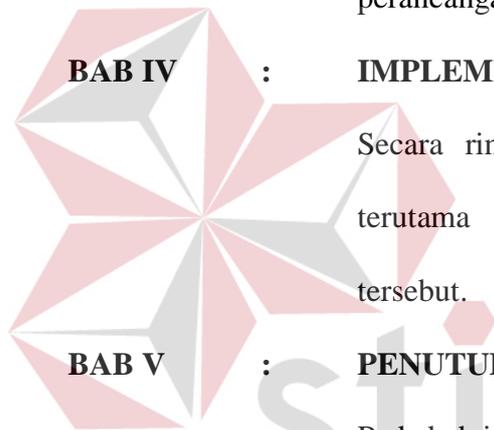
Berisi tentang analisa sistem yang lama jika ada dan perancangan sistem yang akan dibuat.

**BAB IV : IMPLEMENTASI DAN EVALUASI**

Secara rinci berisi tentang rancangan-rancangan sistem terutama database dan implementasi rancangan sistem tersebut.

**BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini merupakan bab yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari perancangan dan pembuatan proyek ini.



INSTITUT BISNIS  
& INFORMATIKA  
stikom  
SURABAYA