

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digitalisasi yang terus berkembang, pemasaran digital merupakan strategi utama bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing (Maria et al., 2024). Transformasi digital telah mengubah paradigma bisnis dari model konvensional menjadi model yang lebih adaptif, di mana inovasi strategi digital menjadi kunci dalam mempertahankan posisi di tengah kompetisi yang ketat (Rasyad et al., 2024). Berbagai model pemasaran seperti afiliasi (*affiliate marketing*), mulai banyak dimanfaatkan sebagai sarana pemberdayaan wirausahawan tanpa memerlukan infrastruktur fisik yang besar (Ramdani et al., 2025). Pemasaran dengan model afiliasi kini muncul sebagai instrumen strategis untuk ekspansi pasar, khususnya dalam mendukung ekosistem perdagangan digital di Indonesia (Kasnelly, 2025).

PT Bizhub Digital Indonesia merupakan perusahaan pemasaran digital yang fokus pada pemberdayaan wirausahawan melalui strategi digital marketing, funnel marketing, dan pemasaran berbasis komunitas. Strategi berbasis komunitas ini krusial untuk memperkuat loyalitas konsumen dan menciptakan diferensiasi produk melalui nilai sosiokultural (Suherlan & Marjuki, 2025). Sebagai bisnis yang masih berkembang, PT Bizhub Digital Indonesia belum memiliki sistem pemasaran afiliasi internal. Selama ini, perusahaan memanfaatkan platform afiliasi pihak ketiga untuk mendukung aktivitas promosi. Namun, penggunaan platform eksternal tersebut menimbulkan biaya operasional tambahan dan membatasi fleksibilitas perusahaan dalam mengatur strategi pemasaran serta pengelolaan mitra (Budi et al., 2025).

Ketiadaan sistem internal menyebabkan perusahaan belum memiliki pondasi yang kuat untuk mengimplementasikan mekanisme kontribusi mitra, pengelolaan komisi, serta penyajian laporan kinerja pemasaran secara terintegrasi dan transparan. Padahal, integrasi model afiliasi yang dikelola dengan baik terbukti

dapat meningkatkan jangkauan pasar secara signifikan dalam waktu singkat (Andrianata et al., 2025). Selain itu, belum tersedianya platform terpusat berdampak pada penyediaan dan distribusi materi promosi serta modul edukasi yang mendukung pengembangan kompetensi mitra secara berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan perancangan dan pengembangan sistem pemasaran afiliasi internal sebagai program baru di PT Bizhub Digital Indonesia. Sistem ini dirancang untuk menyediakan sarana pendukung bagi implementasi pemasaran afiliasi secara terstruktur melalui fitur pelacakan affiliator otomatis, pengelolaan komisi, pelaporan kinerja pemasaran, serta penyediaan materi promosi dan edukasi dalam satu platform terpadu, sehingga biaya ketergantungan pada pihak ketiga dapat diminimalkan dan kontrol operasional perusahaan menjadi lebih optimal.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan perancangan dan pengembangan sistem pemasaran afiliasi internal sebagai program baru di PT Bizhub Digital Indonesia. Sistem ini dirancang untuk menyediakan sarana pendukung bagi implementasi pemasaran afiliasi secara terstruktur melalui berbagai fitur dalam satu platform terpadu. Hal ini bertujuan agar biaya ketergantungan pada pihak ketiga dapat diminimalkan dan kontrol operasional perusahaan menjadi lebih optimal. Oleh karena itu dalam laporan ini akan dibahas mengenai **"PERANCANGAN DAN PEMBUATAN SISTEM WEBSITE E-COMMERCE DENGAN FITUR AFILIASI PADA PT BIZHUB DIGITAL INDONESIA"**. Dengan adanya sistem ini, diharapkan PT Bizhub Digital Indonesia dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital, memperluas keterlibatan mitra, serta mendukung pertumbuhan bisnis secara lebih terukur dan berkelanjutan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dirumuskan dalam laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang arsitektur basis data yang dapat menampung semua operasional platform e-commerce PT Bizhub Digital Indonesia secara efisien dan solid?
2. Bagaimana membangun logika pemrograman backend yang mampu mengotomatisasi perhitungan sistem afiliasi dan manajemen transaksi secara akurat dan efisien?
3. Bagaimana merancang arsitektur API (Application Programming Interface) yang terstandarisasi untuk menghubungkan backend dengan antarmuka pengguna (frontend)?
4. Bagaimana memastikan sistem yang dibangun memiliki tingkat keamanan yang baik untuk melindungi data sensitif konsumen dan mitra afiliasi?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus, maka ditetapkan beberapa batasan masalah dalam perancangan model sistem pada PT Bizhub Digital Indonesia, yaitu:

1. Ruang Lingkup Sistem

- Pembahasan difokuskan pada backend service (REST API) untuk platform e-commerce produk digital dengan fitur afiliasi.
- Sistem yang dirancang mencakup pengelolaan program afiliasi, meliputi data mitra afiliasi, manajemen tautan promosi, pelacakan aktivitas afiliasi, perhitungan komisi, serta penyajian laporan kinerja pemasaran.
- Pengembangan sistem difokuskan pada kebutuhan internal PT Bizhub Digital Indonesia dan tidak mencakup integrasi dengan platform pemasaran digital pihak ketiga secara menyeluruh.

2. Fitur yang Digunakan

- Sistem mencakup proses: autentikasi/otorisasi, manajemen user, produk, kategori/tag, cart, order, pembayaran, afiliasi, saldo komisi, dan withdrawal.

3. Teknologi dan Implementasi

- Sistem yang dirancang dikembangkan dalam bentuk aplikasi berbasis web yang difokuskan untuk mendukung operasional pengelolaan program afiliasi, tanpa mencakup pengembangan aplikasi pada platform mobile.
- Pengelolaan basis data dibatasi pada data mitra afiliasi, aktivitas promosi, transaksi, serta perhitungan komisi, dan tidak mencakup pengolahan data analitik tingkat lanjut atau sistem pendukung keputusan yang kompleks.

4. Keamanan dan Infrastruktur

- Keamanan dibahas pada lingkup kebutuhan sistem, seperti autentikasi berbasis token, validasi input, dan proteksi akses resource.
- Pembahasan mendalam terkait hardening server, audit keamanan tingkat lanjut, dan arsitektur DevOps tidak menjadi fokus utama.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penyusunan dan pelaksanaan proyek pada laporan ini adalah:

1. Merancang dan membangun backend sistem e-commerce produk digital yang terstruktur sebagai fondasi layanan transaksi pada platform PT Bizhub Digital Indonesia.
2. Mengimplementasikan autentikasi dan otorisasi pengguna yang aman (admin, customer, affiliator), termasuk mekanisme verifikasi email agar proses akses sistem lebih aman dan terkontrol.
3. Mengembangkan layanan backend untuk mendukung proses bisnis e-commerce seperti manajemen produk, cart, order, checkout, serta kontrol akses file produk setelah pembayaran berhasil.

4. Mengintegrasikan payment gateway dan membangun sistem afiliasi terintegrasi pada backend, meliputi tracking, perhitungan komisi per produk, serta fitur withdrawal agar sistem berjalan efektif dan transparan.

Dengan tercapainya tujuan penelitian ini, diharapkan sistem yang dirancang dapat memberikan manfaat bagi PT Bizhub Digital Indonesia dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan program afiliasi serta mendukung aktivitas pemasaran digital melalui pemanfaatan teknologi informasi yang terintegrasi dan terstruktur.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait, baik dalam konteks operasional perusahaan, mitra afiliasi, dunia akademik, maupun bagi peneliti itu sendiri. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat bagi PT Bizhub Digital Indonesia

- Meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan program afiliasi melalui sistem yang terintegrasi dan otomatis.
- Mempermudah pengelolaan data mitra afiliasi, transaksi, serta komisi melalui sistem yang user-friendly.
- Mengurangi ketergantungan pada platform pihak ketiga, sehingga perusahaan memiliki kontrol penuh atas proses afiliasi dan biaya operasional lebih efisien.
- Mengurangi risiko kesalahan dalam pencatatan dan pengelolaan data pasien, sehingga meningkatkan keakuratan informasi medis.
- Meningkatkan keamanan data perusahaan dan mitra melalui penerapan autentikasi pengguna dan pengelolaan hak akses yang tepat.

2. Manfaat bagi Mitra Afiliasi

- Memudahkan mitra dalam memantau performa promosi, penghasilan, dan aktivitas affiliate secara real-time.
- Memberikan akses informasi yang jelas dan transparan terkait aktivitas afiliasi.
- Meningkatkan kenyamanan mitra dalam mengikuti program afiliasi karena sistem lebih terstruktur dan mudah digunakan.

3. Manfaat bagi Customer

- Memberikan pengalaman transaksi yang lebih baik karena sistem dapat menangani proses transaksi secara terintegrasi.
- Menjamin akses produk sesuai dengan yang ditawarkan, sehingga meningkatkan kenyamanan customer.

4. Manfaat bagi Pengembangan Sistem Informasi Pemasaran Digital

- Menjadi referensi dalam pengembangan sistem informasi afiliasi berbasis web yang lebih efisien dan user-friendly.
- Memberikan wawasan mengenai perancangan sistem digital untuk mendukung strategi pemasaran berbasis komunitas.
- Dapat diterapkan atau dikembangkan lebih lanjut pada perusahaan lain yang memiliki kebutuhan serupa dalam pengelolaan program afiliasi.