

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam era digitalisasi yang terus berkembang, pemasaran digital menjadi strategi utama bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Berbagai model pemasaran seperti afiliasi (*affiliate marketing*), mulai banyak dimanfaatkan sebagai sarana pemberdayaan wirausahawan tanpa memerlukan infrastruktur fisik yang besar [1], [2]. PT Bizhub Digital Indonesia merupakan perusahaan pemasaran digital yang fokus pada pemberdayaan wirausahawan melalui strategi *digital marketing*, *funnel marketing*, dan pemasaran berbasis komunitas.

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 [3]. Aktivitas pemasaran yang dijalankan pun masih bersifat terpisah dan kurang terstruktur, sehingga keterlibatan mitra dan komunitas sebagai bagian dari strategi pemasaran menjadi kurang optimal.

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. 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 informasi 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 [1], [2].

Oleh karena itu dalam laporan ini akan dibahas mengenai **"PENGEMBANGAN ANTARMUKA PENGGUNA (UI/UX) DAN SISTEM AFILIASI PADA PLATFORM *E-COMMERCE* 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 dan mengimplementasikan antarmuka pengguna (UI/UX) yang terintegrasi secara terstruktur ke dalam platform *e-commerce* untuk mendukung sistem afiliasi pada PT Bizhub Digital Indonesia?
2. Bagaimana mengembangkan desain antarmuka yang *user-friendly* dalam memvisualisasikan dan mengelola pelacakan *affiliator*, perhitungan komisi, dan laporan kinerja pemasaran secara transparan?
3. Bagaimana menguji dan memastikan bahwa desain antarmuka (UI/UX) serta fungsionalitasnya telah sesuai dengan kebutuhan operasional PT Bizhub Digital Indonesia untuk seluruh peran pengguna (Admin, *Affiliator*, *Customer*)?

Dengan menjawab permasalahan-permasalahan tersebut, diharapkan sistem informasi pemasaran afiliasi yang dirancang mampu menjadi solusi dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital, memperluas keterlibatan mitra, serta mendukung pertumbuhan bisnis PT Bizhub Digital Indonesia.

### **1.3 Batasan Masalah**

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

#### **1. Ruang Lingkup Sistem**

- a. Sistem yang dirancang mencakup pengelolaan program afiliasi, meliputi data mitra afiliasi, manajemen tautan promosi, pelacakan aktivitas afiliasi, perhitungan komisi, serta penyajian laporan kinerja pemasaran.
- b. Pengembangan sistem difokuskan pada kebutuhan internal PT Bizhub Digital Indonesia dan tidak mencakup integrasi dengan platform pemasaran digital pihak ketiga secara menyeluruh.

#### **2. Fitur Antarmuka**

- a. Pengembangan antarmuka sistem difokuskan pada kemudahan penggunaan (*user-friendly*) bagi administrator dan mitra afiliasi dalam mengelola data serta memantau performa secara *real-time*.
- b. Desain antarmuka disesuaikan dengan kebutuhan pengguna utama (admin, *affiliator*, *customer*) dan tidak mencakup fitur akses khusus bagi pihak eksternal lainnya.

#### **3. Teknologi yang Digunakan**

- a. Sistem yang dirancang dikembangkan dalam bentuk aplikasi berbasis *web* yang difokuskan untuk mendukung operasional pengelolaan program afiliasi, tanpa mencakup pengembangan aplikasi pada platform *mobile*.

- b. 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 Akses Data**

- a. Sistem hanya mengatur hak akses bagi administrator, mitra afiliasi serta *customer* sesuai dengan peran masing-masing pengguna.
- b. Aspek keamanan dibahas dalam lingkup dasar, seperti autentikasi pengguna dan pengelolaan hak akses, tanpa membahas penerapan standar keamanan tingkat lanjut.

Dengan adanya batasan-batasan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat lebih terfokus dalam merancang sistem informasi afiliasi yang sesuai dengan kebutuhan operasional PT Bizhub Digital Indonesia serta dapat diimplementasikan secara efektif.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang model sistem informasi afiliasi internal yang terstruktur dan terintegrasi untuk mendukung pengelolaan program pemasaran afiliasi di PT Bizhub Digital Indonesia, sekaligus mengurangi ketergantungan pada platform pihak ketiga.
2. Mengembangkan antarmuka sistem yang *user-friendly* guna memudahkan administrator dan mitra afiliasi dalam mengelola data serta memantau kinerja pemasaran secara transparan.
3. Menghasilkan sistem yang dapat membantu proses pelacakan aktivitas referral dan perhitungan komisi secara lebih akurat dan efisien.
4. Menyediakan solusi sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan operasional perusahaan, sehingga dapat mendukung pengembangan strategi pemasaran digital berbasis afiliasi secara efektif dan berkelanjutan

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**

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

### **2. Manfaat bagi Mitra Afiliasi**

1. Memudahkan mitra dalam memantau performa promosi, penghasilan, dan aktivitas *affiliate* secara *real-time*.
2. Memberikan akses informasi yang jelas dan transparan terkait aktivitas afiliasi.

3. Meningkatkan kenyamanan mitra dalam mengikuti program afiliasi karena sistem lebih terstruktur dan mudah digunakan.

### **3. Manfaat bagi Pengembangan Sistem Informasi Pemasaran Digital**

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

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan sistem yang dirancang dapat memberikan kontribusi nyata bagi PT Bizhub Digital Indonesia dalam meningkatkan efektivitas operasional program afiliasi dan mendukung pertumbuhan pemasaran digital melalui pemanfaatan teknologi informasi yang terintegrasi dan terstruktur.