

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Platform manajemen *event* Berbagi.link telah menjadi solusi digital bagi *merchant* dalam mengelola *event*, dengan menyediakan fitur-fitur komprehensif seperti pendaftaran *online*, pengelolaan peserta, dan pelaporan, namun belum memiliki fitur khusus untuk mempromosikan *event* secara efektif. Berdasarkan hasil wawancara dengan *product owner* Berbagi.link, tantangan utama yang dihadapi *merchant* adalah kesulitan menjangkau audiens yang lebih luas, karena masih mengandalkan metode pemasaran tradisional seperti promosi melalui jaringan pribadi atau media sosial konvensional, yang meskipun memberikan hasil, belum optimal dalam menarik partisipasi masyarakat yang lebih luas. Salah satu kebutuhan utama yang belum terpenuhi adalah sistem pemasaran yang lebih efektif dan terukur, di mana *merchant* membutuhkan solusi yang tidak hanya memudahkan pengelolaan *event*, tetapi juga membantu meningkatkan visibilitas *event* di tengah persaingan digital yang semakin ketat. Saat ini, banyak *merchant* merasa bahwa metode pemasaran yang tersedia di *platform* belum cukup untuk mencapai target audiens yang lebih besar, sehingga diperlukan inovasi dalam strategi pemasaran yang dapat memanfaatkan jaringan yang lebih luas dan teknologi terkini. Oleh karena itu, pengembangan fitur baru yang fokus pada pemasaran digital dan strategi promosi berbasis data menjadi solusi yang diperlukan untuk mengatasi tantangan ini.

Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, strategi berbasis afiliasi dipilih karena terbukti efektif dan relevan dengan tren pemasaran saat ini. Menurut penelitian oleh Haikal et al. (2020), strategi afiliasi berbasis media sosial dapat meningkatkan permintaan secara signifikan karena setiap afiliasi membawa audiens unik. Selain itu, Al-Mohammadi & Gazzaz (2020) menemukan bahwa pemanfaatan afiliasi di *platform* seperti TikTok memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan dan kinerja pemasaran. Hal ini diperkuat oleh Fitria et al. (2024) yang menyatakan bahwa TikTok, sebagai salah satu *platform* media sosial terbesar, telah membuktikan keefektifannya dalam promosi berbasis konten video dan afiliasi. Dengan demikian, strategi afiliasi yang mengintegrasikan

kekuatan media sosial ini sangat relevan bagi *merchant* di Berbagi.link untuk memaksimalkan potensi pemasaran *event*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *product owner* Berbagi.link, permintaan fitur afiliasi ini juga datang langsung dari pengguna *platform*, yang menginginkan sistem afiliasi yang lebih terstruktur dan transparan. *Merchant* menginginkan sistem yang memudahkan pengelolaan data afiliasi, pelacakan kontribusi afiliasi dalam promosi *event*, serta memberikan insentif yang jelas dan adil. Fitur ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan *merchant* terhadap *platform*, sekaligus memberikan afiliasi lebih banyak peluang untuk memanfaatkan jaringan mereka dalam meningkatkan partisipasi dan penjualan *event*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, merancang, dan mengimplementasikan modul afiliasi yang efektif pada *platform* Berbagi.link. Modul ini akan dirancang untuk memberikan transparansi dan akurasi dalam pelacakan kontribusi afiliasi, yang selama ini menjadi tantangan utama dalam implementasi sistem afiliasi. Dengan memanfaatkan pendekatan ini, diharapkan modul afiliasi tidak hanya dapat meningkatkan efektivitas pemasaran *event* tetapi juga menciptakan ekosistem yang saling menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat, termasuk *merchant*, afiliasi, dan *platform* Berbagi.link secara keseluruhan. Melalui penelitian ini, diharapkan solusi yang diusulkan dapat mengisi gap yang ada dalam sistem manajemen *event* saat ini dan membawa dampak positif bagi pengembangan Berbagi.link.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan untuk penelitian ini adalah:

- a. Fitur apa saja yang perlu dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan *customer* Berbagi.link terkait pemasaran *event* berbasis sistem afiliasi?
- b. Metode pengembangan apa yang paling sesuai untuk merancang dan mengimplementasikan modul afiliasi pada *platform* Berbagi.link?

- c. Metode pengujian apa yang dapat digunakan untuk memastikan keberhasilan modul afiliasi dalam meningkatkan jangkauan promosi dan kontribusi afiliasi?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengidentifikasi fitur-fitur yang perlu dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan *customer* Berbagi.link, khususnya dalam meningkatkan efektivitas pemasaran *event*.
- b. Menentukan metode pengembangan yang paling sesuai untuk merancang dan mengimplementasikan modul afiliasi pada *platform* Berbagi.link.
- c. Menentukan metode pengujian yang efektif untuk mengevaluasi keberhasilan modul afiliasi dalam meningkatkan jangkauan promosi dan kontribusi afiliasi terhadap *event* yang diadakan.

I.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada pengembangan dan implementasi modul afiliasi di *platform* manajemen *event* Berbagi.link, dengan perhatian utama pada aspek pemasaran dan promosi *event* melalui program afiliasi. *Scope* penelitian mencakup identifikasi kebutuhan fitur, perancangan sistem, pengembangan modul, serta pengujian modul afiliasi yang terintegrasi secara penuh dengan *platform*. Penelitian ini tidak mencakup pengembangan atau evaluasi fitur lain yang tidak relevan langsung dengan modul afiliasi, seperti pengelolaan konten *event* atau aspek teknis non-pemasaran lainnya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi *Scrum*, yang memastikan proses pengembangan dilakukan secara iteratif dan fleksibel, memungkinkan penyesuaian berkelanjutan berdasarkan umpan balik dari pengguna *platform*. Pengembangan modul dilakukan menggunakan *framework* Laravel 6.0, yang akan digunakan tidak hanya sebagai teknologi *backend* tetapi juga untuk *frontend* dengan memanfaatkan Blade sebagai *template engine*. Basis data MySQL 8.0 digunakan untuk pengelolaan data yang mendukung kebutuhan sistem. Infrastruktur pengembangan terbatas pada *platform* Berbagi.link tanpa melibatkan pengembangan sistem eksternal atau perangkat keras tambahan.

Proses pengujian dilakukan untuk menjamin kualitas dan fungsionalitas modul afiliasi yang dikembangkan. Pengujian ini mencakup evaluasi sistem untuk memastikan kompatibilitas dan stabilitas, penilaian kemudahan penggunaan oleh pengguna, serta verifikasi akhir melalui pengujian penerimaan pengguna (*User Acceptance Testing*).

Modul afiliasi dirancang untuk memberikan pelacakan kontribusi yang akurat dan transparan, menawarkan antarmuka berbasis web yang intuitif bagi *merchant* dan afiliasi, serta mendukung integrasi dengan media sosial untuk memperluas jangkauan promosi *event*. Keberhasilan modul akan diukur berdasarkan jangkauan promosi, tingkat partisipasi afiliasi, dan kontribusi terhadap pencapaian tujuan *event*. Penelitian ini tidak mencakup analisis dampak finansial langsung atau keuntungan ekonomi program afiliasi. Data yang digunakan terbatas pada periode penelitian yang relevan, tanpa mencakup data historis atau di luar konteks pengembangan modul.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini:

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini membantu perusahaan dalam mengembangkan modul afiliasi yang terintegrasi dan efektif pada *platform* Berbagi.link. Dengan modul ini, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan jangkauan promosi, partisipasi pengguna, serta akurasi pelacakan kontribusi afiliasi. Hal ini dapat mendukung pengambilan keputusan yang lebih strategis serta mengoptimalkan biaya pemasaran untuk mendukung pertumbuhan *platform*.
- b. Bagi mahasiswa, penelitian ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memahami secara mendalam proses perancangan, pengembangan, dan implementasi modul afiliasi pada *platform* digital. Selain itu, penelitian ini memberikan pengalaman praktis dalam mengaplikasikan teknologi informasi untuk mendukung strategi pemasaran berbasis digital.
- c. Bagi Universitas Telkom, penelitian ini dapat memperkuat reputasi Universitas Telkom dalam bidang penelitian teknologi informasi, khususnya pada pengembangan sistem pemasaran digital. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan ajar yang relevan bagi mahasiswa, serta membuka

peluang kolaborasi antara universitas dan industri dalam pengembangan teknologi pemasaran digital.

- d. Bagi peneliti lain yang bergerak dalam sistem informasi pendidikan tinggi, penelitian ini memberikan referensi yang berharga bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan model afiliasi digital atau sistem pemasaran berbasis teknologi informasi, khususnya dalam konteks manajemen *event*. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam memperluas wawasan dan inovasi di bidang yang relevan.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai konteks permasalahan, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula hasil-hasil penelitian terdahulu. Minimal terdapat lebih dari satu metodologi/metode/kerangka kerja yang disertakan pada bab ini untuk menyelesaikan permasalahan atau meminimalisir gap antara kondisi eksisting dengan target. Pada akhir bab, analisis pemilihan metodologi/metode/kerangka kerja harus dijelaskan untuk menentukan metodologi/metode/kerangka kerja yang akan digunakan di penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan strategi dan langkah-langkah (*plan of attack*) yang akan dilakukan di penelitian dalam rangka menjawab rumusan masalah yang disusun sebelumnya. Penyusunan metodologi penelitian harus dilakukan secara kritis apakah metode atau teknik yang dipilih memang tepat sesuai tujuan penelitian. Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi: tahap

merumuskan masalah penelitian, merumuskan hipotesis, mengembangkan model penelitian, mengidentifikasi dan melakukan operasionalisasi variabel penelitian, menyusun kuesioner penelitian, merancang pengumpulan dan pengolahan data, melakukan uji instrumen, merancang analisis pengolahan data.

Bab IV Analisis dan Perancangan

Pada bab ini, dilakukan analisis terhadap proses yang ada untuk memahami kondisi eksisting dan mengidentifikasi permasalahan yang perlu diselesaikan. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dilakukan perancangan solusi yang diusulkan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi sistem yang ada. Proses perancangan mencakup desain sistem atau model yang akan diterapkan, serta spesifikasi kebutuhan teknis yang diperlukan untuk mendukung implementasi solusi tersebut. Bab ini memberikan gambaran mengenai langkah-langkah yang diperlukan untuk menyusun solusi yang tepat guna mengatasi masalah yang teridentifikasi pada bab sebelumnya.

Bab V Hasil dan Evaluasi

Pada bab ini, disajikan hasil rancangan, temuan, analisis dan pengolahan data. Selain itu bab ini juga berisi tentang validasi atau verifikasi hasil dari penelitian, sehingga hasil tersebut apakah telah benar-benar menyelesaikan masalah atau menurunkan gap antara kondisi eksisting dan target yang akan dicapai. Analisis sensitivitas juga dapat digunakan di bab ini untuk lebih mengetahui hasil penelitian dapat diterapkan baik secara khusus di konteks penelitian maupun secara umum di konteks serupa (misal perusahaan di sektor serupa). Selain itu metode-metode evaluasi yang lain dapat diterapkan untuk memvalidasi hasil TA sesuai dengan kebutuhan.

Secara keseluruhan bab ini membahas secara mendetail mengenai hasil dari penelitian dan refleksinya terhadap tujuan penelitian. Untuk penelitian yang berfokus pada merancang sistem informasi/ aplikasi

maka penamaan bab ini mengikuti tahapan penerapan SDLC yang digunakan dalam penelitian.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta jawaban dari pertanyaan penelitian yang disajikan di pendahuluan. Saran penelitian dikemukakan pada bab ini untuk penelitian selanjutnya.