

SISTEM E-COMMERCE MASS MARKETING DENGAN METODE AFFILIASI BERBASIS WEBSITE

Sylviana Yuniar

sylvianayuniar96@gmail.com

Universitas IBN Khaldun Bogor

Abstrak

Sistem e-commerce saat ini adalah kebutuhan yang dilakukan secara online saat melakukan aktifitas belanja. CV. FROZA adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan yang bergerak di bidang penjualan dan pemasaran. CV. FROZA menjual produk fashion mulai dari aksesoris pria yang menyediakan produk – produk yang bermutu dengan kualitas baik. Permasalahan yang ada pada CV. FROZA ada pada bagian penjualan dan pemasaran, masalah yang spesifik antara lainnya proses pemasaran yang masih sangat tradisional yaitu dengan datang ke tempat dan memasarkan produknya, sistem penjualan saat ini yang digunakan adalah sistem kerja manual yang menggunakan media telepon atau klien datang untuk mengajukan pertanyaan langsung mengenai produk tersebut. Untuk mengatasi masalah-masalah tersebut di atas, lebih spesifiknya dengan mengembangkan sistem informasi pertukaran yang memanfaatkan inovasi web, yang disebut electronic commerce. Mengingat prosedur periklanan yang dilakukan oleh toko online sebagai metode untuk menarik keuntungan klien dalam barang yang dijual, dibuat situs untuk perdagangan internet yang berkembang dengan promosi yang menarik. Promosi yang dihadirkan diharapkan sebagai senjata ampuh untuk menarik pelanggan sebanyak mungkin. Salah satu bentuk dari mass marketing adalah menggunakan model afiliasi.

Kata Kunci: E-commerce, Affiliate, Mass Marketing, Promosi, Website, Komisi.

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, teknologi informasi berkembang dengan pesat, khususnya internet. Sistem informasi saat ini adalah kebutuhan manusia sehari-hari. Jenis kebutuhan yang dilakukan secara online saat melakukan aktifitas belanja. Orang-orang di Indonesia saat ini sedang mengubah perilakunya dalam pola belanja, orang-orang saat ini lebih suka melakukan online dibanding secara konvensional [1]. CV. FROZA adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan yang bergerak di bidang penjualan dan pemasaran. CV. FROZA menjual produk fashion mulai dari aksesoris pria yang menyediakan produk – produk yang bermutu dengan kualitas baik.

Permasalahan yang ada pada CV. FROZA ada pada bagian penjualan dan pemasaran, masalah yang spesifik antara lainnya; (a) proses pemasaran yang masih sangat tradisional yaitu dengan datang ke tempat dan memasarkan produknya, (b) sistem penjualan saat ini yang digunakan adalah sistem kerja manual yang menggunakan media telepon atau klien datang untuk mengajukan pertanyaan langsung tentang produk tersebut, (c) belum ada sistem yang bisa menampilkan data tentang barang yang dijual. Untuk mengatasi masalah-masalah tersebut di atas, lebih spesifiknya dengan mengembangkan kerangka kerja pertukaran

yang memanfaatkan inovasi web, yang disebut elektronik commerce (E-Commerce) [1].

E-Commerce sebagai jenis transaksi perdagangan melalui online. Dengan menggunakan bisnis online, para penjual dapat menawarkan barang-barangnya di bisnis online guna memberikan kenyamanan berbelanja, melaksanakan, dan transportasi secara nyata dan efektif. Menggunakan website e-commerce sebagai salah satu media penjualan maka akan memperluas daerah pemasaran produk dan memudahkan pembeli untuk memilih dan memesan produk tersebut sehingga dapat meningkatkan omset penjualan.

E-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan produk, dan informasi secara elektronik [2].

Mengingat prosedur periklanan yang dilakukan oleh toko online sebagai metode untuk menarik keuntungan klien dalam barang yang dijual, dibuat situs untuk pertukaran perdagangan internet yang berkembang dengan promosi yang menarik juga. Saat ini bisnis online bersaing dengan memberikan promosi dan batasan untuk menarik klien untuk melakukan

transaksi online mengingat entri sederhana di web. Memanfaatkan situs bisnis berbasis web sebagai media bisnis akan mengembangkan wilayah iklan barang dan memudahkan pembeli untuk memilih dan meminta barang-barang ini untuk meningkatkan omset penawaran.

Dalam sistem ini, dibedakan pada model promosi. Promosi yang dihadirkan diharapkan sebagai senjata ampuh untuk menarik pelanggan sebanyak mungkin. Salah satu bentuk dari massive marketing adalah menggunakan model afiliasi. Afiliasi atau bisa juga disebut Affiliate marketing merupakan metode periklanan dengan membayar jasa seseorang ketika mereka berhasil menjual produk atau jasa tersebut. Komisi penjualan dapat diperoleh dari pemberian produk atau jasa yang diiklankan dari akses sebuah alamat (refferal link), dan lain sebagainya [3].

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka diusulkan untuk membuat sistem pemasaran dan penjualan berbasis website dengan judul “SISTEM E-COMMERCE MASS MARKETING DENGAN METODE AFFILIASI BERBASIS WEBSITE”. Dengan menggunakan sistem ini, semua Member dapat menawarkan barang-barang mereka di sistem untuk memberikan akomodasi untuk berbelanja, melaksanakan, dan pengiriman dengan sukses dan produktif.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Afiliasi

Afiliasi (Affiliate) adalah aktivitas dalam menunjukan produk dan jasa memiliki produk dan jasa tersebut. Sistem afiliasi ini menggunakan sistem bagi hasil atau komisi sesuai dengan kesepakatan. Dimana salah satu pihak biasanya lebih besar dari pada yang lainnya, tetapi masing-masing pihak berdiri sendiri.

2.2 Black Box Testing

Black Box Testing adalah pengujian perangkat lunak dari segi spesifikasi fungsional tanpa menguji desain dan kode program untuk mengetahui apakah berfungsi, masukan dan keluaran dari perangkat lunak sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan [4].

2.3 Codeigniter

Codeigniter adalah sebuah struktur atau sistem dari bahasa pemrograman PHP atau tahapan untuk membuat sebuah aplikasi elektronik. Codeigniter adalah panggung opensource yang dibuat oleh Rick Ellis pada tahun 2006 dan telah memiliki beberapa pembaruan untuk varian saat ini [5].

2.4 E-Commerce

E-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi

elektronik dan pertukaran atau penjualan produk, dan informasi secara elektronik [2].

E-Commerce merupakan istilah pemasaran online, internet merupakan makna yang sama dengan e-commerce. Mungkin banyak yang mengikuti dan menggunakan berbagai macam platform online yang berkembang, baik hanya sekedar menjual barang bekas via webstore marketplace, mengambil foto dan mengupload foto produk di social media dan menawarkannya kepada teman, sampai dengan mengikuti berbagai macam bisnis afiliasi dengan hanya bermodalkan link untuk registrasi [6]

2.5 Website

Situs adalah halaman situs web, yang diringkas dalam suatu area atau subdomain, yang merupakan tempat yang lebih baik di Internet (WWW) di Web. Halaman situs web biasanya merupakan laporan yang ditulis dalam desain HTML (Hyper Text Markup Language), yang dapat terus diakses melalui HTTP, yang merupakan konvensi yang melewati data dari server Internet untuk ditampilkan kepada klien melalui browser internet. dan sebuah website atau halaman web juga dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan data tentang informasi teks, informasi diam atau film, informasi aktivitas, suara, video dan gabungan dari semuanya, baik statis maupun dinamis, yang membentuk suatu perkembangan. dari struktur terkait, yang masing-masing dihubungkan oleh organisasi halaman (hyperlink) [5].

3. METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode waterfall. Metode waterfall merupakan suatu proses pengembangan perangkat lunak berurutan, dimana kemajuan dipandang terus mengalir ke bawah (seperti air terjun) melewati fase-fase analisis, pemodelan, implementasi dan pengujian

3.1 Lokasi Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian di laboratorium Innosoft mengambil program studi S1 Teknik Informatika merupakan salah satu dari 4 (empat) program studi di bawah fakultas Teknik dan Sains, Universitas Ibn Khaldun Bogor yang beralamatkan di Jalan KH. Sholeh Iskandar KM.2, Kedung Badak, Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat 16162

3.2 Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap alur kegiatan proses kerja produksi melalui observasi dan wawancara kepada pihak FROZA secara langsung. Dalam pengumpulan data suatu penelitian diperlukan cara-cara atau teknik pengumpulan data tertentu, sehingga proses penelitian dapat berjalan dengan lancar.

3.3 Penelusuran Data Online

Pada tahapan ini penulis melakukan proses pencarian informasi dengan mempelajari setiap konsep yang berhubungan dengan sistem penjualan pada toko online dan implementasinya pada studi kasus lain, UML dan Waterfall. Selain itu tahapan ini juga dimanfaatkan untuk pemecahan masalah yang berhubungan dengan source code pada pembuatan sistem perhalaman ini.

3.4 Analisis

Tahap analisis ini menyangkut tentang kebutuhan fungsional, kebutuhan non-fungsional, kebutuhan pengguna dan kelayakan sistem baik secara teknik maupun secara teknologi. Pada tahap ini dilakukan perencanaan tentang sistem yang akan dibangun.

3.5 Implementasi

Tahap implementation adalah perencanaan sistem diimplementasikan ke situasi nyata dengan pemilihan perangkat keras dan penyusunan desain (coding). Untuk implementasi sistem yaitu dengan memasukan desain yang sudah dibuat ke dalam perangkat yang disediakan

3.6 Desain Sistem

Proses design digunakan untuk mengubah kebutuhan-kebutuhan di atas menjadi representasi ke dalam bentuk blueprint software sebelum coding dimulai. Tahap design menyangkut perancangan sistem dimana kita akan memberikan solusi dari masalah yang muncul pada tahap analisis. Perancangan sistem dimulai dengan perancangan Konteks Diagram, Data Flow Diagram (DFD), UML.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Implementasi

Pada bagian ini ditampilkan desain dari modul halaman per-halaman web yang telah dirancang dan dibuat dengan sedemikian rupa sesuai dengan kebutuhan instansi. Kebutuhan yang dimaksud antara lain.

4.2 Pengujian

Pada hasil rancangan dilakukan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui fungsi dari sistem yang telah dibuat, apakah sistem tersebut berfungsi sesuai dengan yang diharapkan ataupun tidak. Pengujian terhadap sistem yang telah dirancang adalah menggunakan pengujian Black Box. Pengujian Black Box merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengamati hasil eksekusi melalui data uji dan memeriksa fungsional dari sistem ini.

Dengan adanya pengujian ini diharapkan jika ada kesalahan maupun kekurangan di dalam sistem dapat segera diketahui sedini mungkin oleh peneliti. Berikut tabel pengujian.

Tabel 1. Pengujian

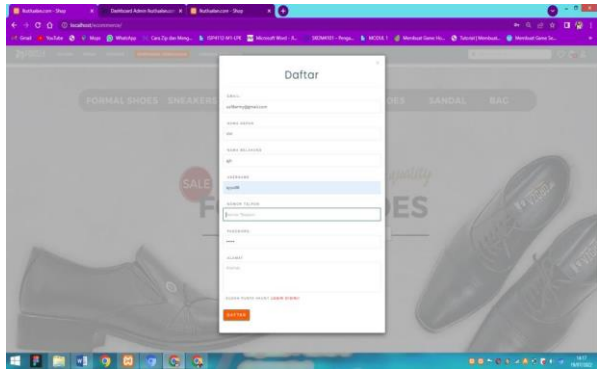
Fungsi	Skenario	Deskripsi	Hasil yang diharapkan	Hasil penguji
Login admin	Buka sistem e-commerce untuk admin	Untuk masuk ke tampilan dashboard admin	Tampilan dashboard admin	Valid
Daftar member	Buka sistem e-commerce pilih daftar akun dan masukan data diri Anda	Untuk membuat akun member	Tampilan login member	Valid
Login member	Buka sistem e-commerce pilih login jika sudah punya akun, masukan username dan password	Untuk masuk ke tampilan dashboard member	Tampilan dashboard member	Valid
Daftar affiliator	Buka sistem e-commerce pilih login akun affiliator dan masukan data diri Anda	Untuk membuat akun affiliator	Tampilan login affiliator	Valid
Login affiliator	Buka sistem e-commerce pilih register affiliate jika sudah punya akun, masukan username dan password	Untuk masuk ke tampilan dashboard affiliator	Tampilan dashboard affiliator	Valid
Dashboard member	Buka sistem, login terlebih dahulu untuk menampilkan dashboard member	Untuk masuk ke tampilan dashboard member	Tampilan dashboard member	Valid
Dashboard affiliator	Buka sistem, login terlebih dahulu untuk menampilkan dashboard affiliator	Untuk masuk ke tampilan dashboard affiliator	Tampilan dashboard affiliator	Valid
Menu riwayat komis affiliate	Buka sistem e-commerce, login terlebih dahulu untuk menampilkan menu riwayat komis	Untuk melihat riwayat komis affiliator yang telah cair atau belum	Tampilan riwayat komis affiliate	Valid

RapidMiner adalah perangkat lunak pengolah data menggunakan prinsip dan algoritma data mining. RapidMiner mengekstrak pola dari kumpulan data besar dengan menggabungkan metode statistik, kecerdasan buatan, dan database. Data yang telah lolos proses

preprocessing data selanjutnya diolah menggunakan aplikasi Rapidminer Studio.

1. Modul Pendaftaran Member

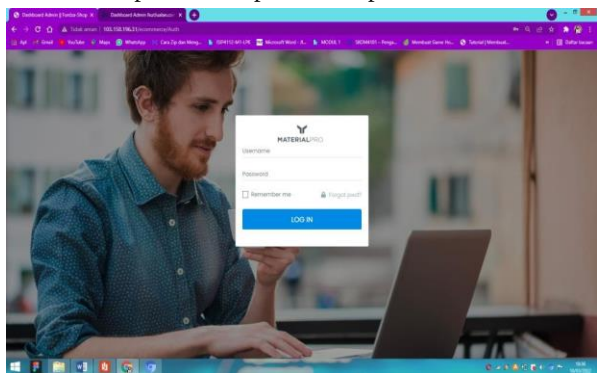
Tampilan pendaftaran Member ini merupakan halaman untuk melakukan pendaftaran bagi User yang belum mempunyai hak akses sistem. Untuk mendapatkan hak akses User harus mengisi semua form isian dan klik daftar. Tampilan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Tampilan Register Member

2. Modul Login Member

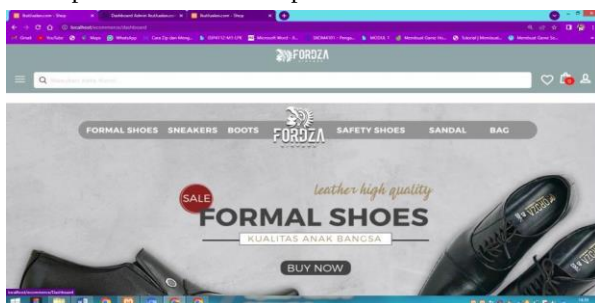
Halaman ini berisi tampilan halaman Login Member untuk customer yang ingin masuk ke halaman utama. Tampilan ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Tampilan Login Member

3. Modul Dashboard Member

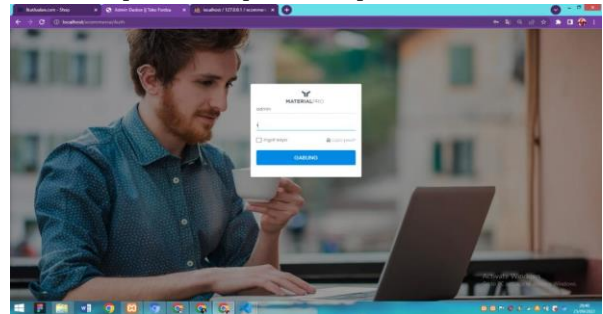
Halaman ini berisi tampilan utama untuk Member yang ingin memulai berbelanja di sistem ini. Tampilan ini bisa dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Tampilan Halaman Utama Member

4. Modul Login Admin

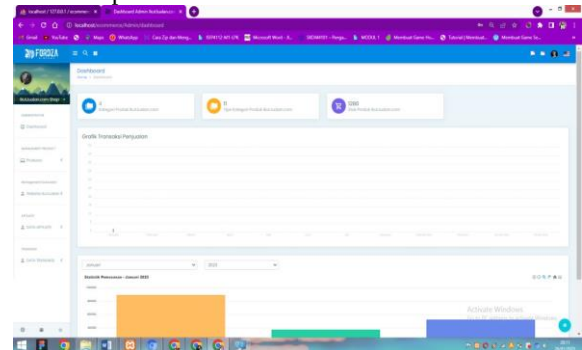
Halaman ini berisi tampilan halaman Login Admin untuk Admin yang ingin masuk ke halaman utama. Tampilan ini dapat dilihat pada Gambar 4.



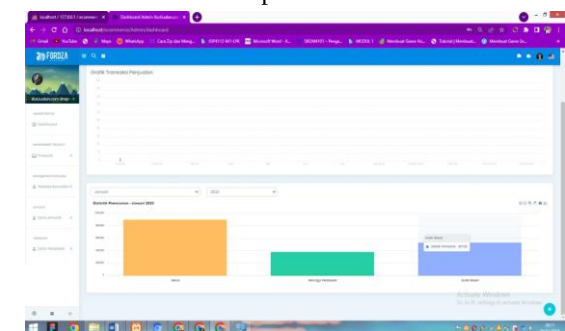
Gambar 4. Tampilan Login Admin

5. Modul Dashboard Admin

Halaman ini berisi tampilan utama untuk Admin yang ingin memulai mengelola sistem ini. Tampilan ini bisa dilihat pada Gambar 5 dan Gambar 6.



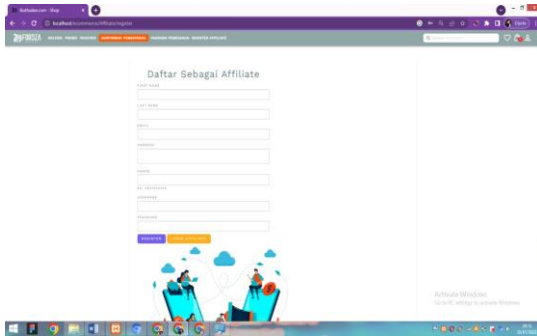
Gambar 5. Tampilan Utama Admin



Gambar 6. Tampilan Utama Admin 2

6. Modul Register Affiliator

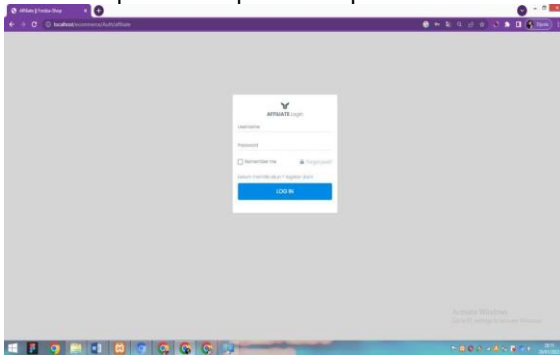
Tampilan register User Affiliate ini merupakan halaman untuk melakukan pendaftaran bagi User yang belum mempunyai hak akses sistem. Untuk mendapatkan hak akses User harus mengisi semua form isian dan klik daftar. Tampilan ini dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Tampilan Register Affiliator

7. Modul Login Affiliator

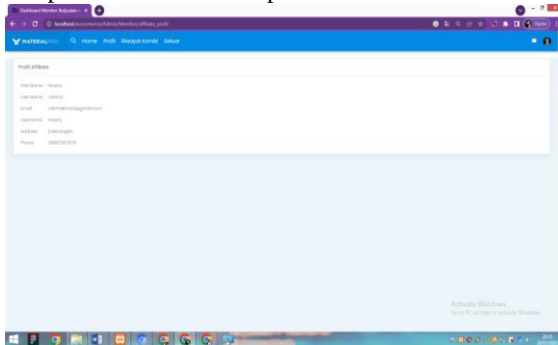
Halaman ini berisi tampilan halaman Login User Affiliate untuk aUser yang ingin masuk ke halaman utama. Tampilan ini dapat dilihat pada Gambar



Gambar 8. Tampilan Login Affiliator

8. Modul Dashboar Affiliator

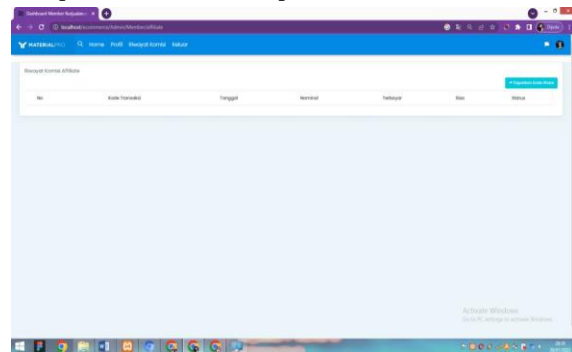
Halaman ini berisi tampilan utama untuk User yang ingin memulai melakukan pomosikan produk. Tampilan ini bisa dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Tampilan Utama Affiliator

9. Modul Riwayat Komisi Affiliator

Halaman ini berisi tampilan utama untuk User yang ingin memulai melakukan mencairkan komisi. Tampilan ini bisa dilihat pada Gambar 10



Gambar 10. Tampilan Riwayat Komisi

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan adalah telah dibangunnya sebuah sistem e-commerce dengan metode Affiliate. Tujuannya dibangunnya sistem ini membuat sistem informasi pemasaran dan penjualan dengan menggunakan internet sebagai media informasi yang dapat diakses siapa saja dan dimana saja selama ada koneksi, dan membantu memperluas area pemasaran meningkatkan bagian penjualan dan bagian pemasaran dengan sistem afiliasi yang terkomputerisasi.

Dalam sistem ini, dibedakan pada model promosi. Promosi yang dihadirkan diharapkan sebagai senjata ampuh untuk menarik pelanggan sebanyak mungkin. Salah satu bentuk dari massive marketing ini menggunakan model afiliasi. Sistem ini juga menawarkan platform bagi bisnis untuk terlibat dengan pelanggan dan mempromosikan produk dan layanan mereka.

6. DAFTAR PUSTAKA

- W. P. Loka, W. A. Sumadja, and Resmi, ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI E- COMMERCE PADA KHANZA OLSHOP vol. 21, no. 2. 2017. (2 Maret 2022).
- D. Rosadi and N. N. Subarya, Perancangan Sistem Penjualan Berbasis Web. 2018. (8 Maret 2022).
- R. D. Arifin and I. A. Kautsar, “Rancang Bangun Program Afiliasi Konten Digital Studi Kasus: Produk Digital Mahasiswa Dan Alumni Universitas Muhammadiyah Sidoarjo,” SCAN - J. Teknol. Inf. dan Komun., vol. 16, no. 3, pp. 9–16, 2021, doi: 10.33005/scan.v16i3.2872.
- H. M. Afifah, I., & Sopiany, “RANCANG BANGUN E-COMMERCE PENJUALAN BAJU PADA DISTROE PA’JOE PALEMBANG,” 經濟志林 , vol. 87, no. 1,2, pp. 149–200, 2017.

- Setiawan, Rony. Apa itu Framework?. Tersedia: <https://www.dicoding.com/blog/apa-itu-framework/> . 2021. (10 Mart 2022).
- Suryawinata, Mohammad. Buku ajar Pengembangan Aplikasi Berbasis Web Program Studi Infomatika Fakultas Teknik Univ Muhammadiyah Sidoarjo <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/download/978-602-5914-81-2/849> . 2019. (10 Maret 2022).
- Suyanto, M. Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=578101> . 2003. (5 Feb 2022).
- Utama, N. R., Setyaningsih, S., Chairunnas, A. Perancangan Sistem Penjualan Berbasis Web E-Commerce pada Toko Topi Desa Giriwarno. <https://docplayer.info/70340974-Aplikasi-penjualan-online-berbasis-web.html/> . 2017. (5 Feb 2022).
- Himawan., Saefullah, A., Santoso, S. Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif. <https://docplayer.info/70340974-Aplikasi-penjualan-online-berbasis-web.html>. 2017. (5 Feb 2022).
- Eliyani, Y. Analisis Transaksi Jual Beli secara Online dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi Kasus pada Produk Tiens Syariah di Makassar. https://digilibAdmin.unismuh.ac.id/upload/8622-Full_Text.pdf . 2019. (5 Feb 2022).
- Muchlisa, A. N. 2016. Rancang Bangun (Studi Kasus: Toko Cinderamata “Wisata” Makassar). <http://repository.uin-alauddin.ac.id/2716/> . (5 Feb 2022).
- Putra, F. P. Rancang Bangun Sistem E-Commerce Retail Material Bangunan Berbasis Web. <http://repository.uin-alauddin.ac.id/11811/1/Fajar%20Pratama%20Putra.pdf> . (5 Feb 2022).
- Manggala, A. A. 2016. Penerapan E-Commerce pada Penjualan di Toko Bintang Komputer Pulung Ponorogo <http://eprints.umpo.ac.id/2316/> . (5 Feb 2022).
- Winarti, I. S. 2020. Sistem Multi Level Marketing (MLM) pada PT Tiens Indonesia Perspektif Al-Zariah. https://repository.uinsaizu.ac.id/7912/1/COVER_ABSTRAK_DAFTAR%20ISI_BAB%20I_AB%20V_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf . (5 Feb 2022).
- Iyas. Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce pada Usaha Rumahan Griya Unik Wanita. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/5753/1/IYAS-FST.pdf> . 2011. (5 Feb 2022).
- Ruliansyah, M. D. Analisis Penerapan Sistem Syariah dan Penjualan Produk Multi Level Marketing Syariah dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota (Studi Kasus Toko Shad Network Cabang Aceh Besar). <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/15778/> . 2019. (5 Feb 2022).
- Laksono, M. F. Praktis Memahami Manajemen Pemasaran<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1187822> . 2019. (5 Feb 2022).