

PENERAPAN METODE *AFFILIATE MARKETING* PADA SISTEM TRAVEL HAJI DAN UMRAH (*ISLAMIC VIBES*)



Disusun Oleh:

N a m a : Kurnia Edo Susandro
NIM : 18523067

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**PENERAPAN METODE *AFFILIATE MARKETING* PADA
SISTEM TRAVEL HAJI DAN UMRAH (*ISLAMIC VIBES*)**

TUGAS AKHIR



N a m a : Kurnia Edo Susandro
NIM : 18523067

الجمهورية الإسلامية اندونيسية
Yogyakarta, 13 Oktober 2023

Pembimbing,

(Hari Setiaji, S.Kom., M.Eng.)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**PENERAPAN METODE *AFFILIATE MARKETING* PADA
SISTEM TRAVEL HAJI DAN UMRAH (*ISLAMIC VIBES*)**

TUGAS AKHIR

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika – Program Sarjana di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 13 Oktober 2023

Tim Penguji

Hari Setiaji, S.Kom., M.Eng.

Anggota 1

Dr. Ahmad Luthfi, S.Kom., M.Kom.

Anggota 2

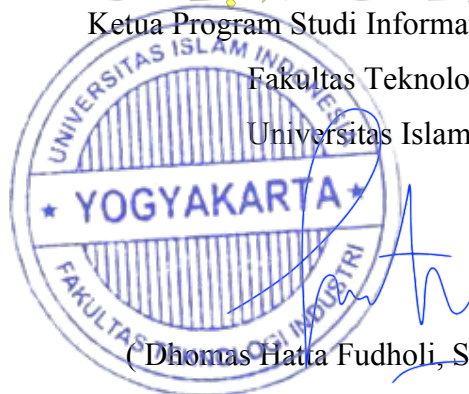
Andhika Giri Persada, S.Kom., M.Eng.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



(Dhomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kurnia Edo Susandro

NIM : 18523067

Tugas akhir dengan judul:

**PENERAPAN METODE *AFFILIATE MARKETING* PADA
SISTEM TRAVEL HAJI DAN UMRAH (*ISLAMIC VIBES*)**

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung risiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 13 Oktober 2023



(Kurnia Edo Susandro)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala. Tuhan semesta alam, Tuhan yang maha Esa, Tuhan yang maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji saya ucapkan kepadaMu, Karena atas Rahmat dan izinMu, saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat beserta salam tidak lupa saya curahkan kepada Nabi kita yakni Muhammad Shallallahu 'Alaihi wa Sallam dengan mengucapkan Allahumma Sholli Ala Sayyidina Muhammad wa ala alihi washobihi ajma'in. Tidak lupa rasa terimakasih juga saya berikan sebesar-besarnya kepada kedua orang tua yang sudah berjuang sehingga saya sebagai anak layak mendapatkan Pendidikan yang terbaik di Universitas Islam Indonesia dan bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

HALAMAN MOTO

"Tidak pernah ada kata terlambat untuk menjadi orang yang kamu inginkan. Waktu itu relatif. Tidak pernah ada batas waktu apalagi kata terlambat untuk mengubah diri menjadi pribadi yang lebih baik, sesuai dengan apa impianmu terhadap diri sendiri. Tidak ada orang yang terlalu tua untuk belajar dan tidak ada orang yang terlambat untuk berubah. Jika kamu tahu bahwa kamu harus berubah dan menjadi lebih baik, maka lakukanlah meski dunia memandangmu tidak bisa. Anggapan hanya akan menghasilkan alasan sementara sebuah aksi memberikan bukti."

(George Eliot)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala Rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Skripsi ini berjudul "Penerapan Metode *Affiliate Marketing* Pada Sistem *Travel* Haji dan Umrah" adalah salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana Informatika di Universitas Islam Indonesia.

Penulisan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah memberikan kesehatan, kewarasan, rahmat, dan juga hidayah-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan Skripsi ini.
2. Kedua orang tua yang sudah berjuang keras tanpa lelah sehingga saya bisa mendapatkan pendidikan yang layak dan kehidupan yang baik.
3. Seluruh Saudara dan teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan serta motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini.
4. Bapak Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Informatika.
5. Bapak Dhomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D., selaku Ketua Prodi Informatika.
6. Bapak Hari Setiaji, S.Kom., M.Eng., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini.
7. Ibu Sri Kusumadewi, S.SI., M.T., selaku selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Bapak Ibu Dosen yang tidak dapat penulis sebutkan seluruhnya. Terimakasih telah memberikan ilmu selama penulis berkuliah.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu saya sangat mengharapkan masukan dan saran dari pembaca untuk menyempurnakan skripsi saya, yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan agen *Travel* Haji dan Umrah.

Yogyakarta, 13 Oktober 2023

(Kurnia Edo Susandro)

SARI

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dengan peran penting internet dalam menyediakan akses informasi dan konektivitas global. Dampaknya pun dirasakan dalam industri travel, terutama dalam *travel* Haji dan Umrah, di mana teknologi telah digunakan untuk mempermudah proses perjalanan. Tulisan ini bertujuan untuk menggambarkan manfaat positif teknologi, khususnya *Affiliate Marketing*, dalam meningkatkan strategi pemasaran agen perjalanan Haji dan Umrah. Penulis juga ingin memperkenalkan konsep *Islamic Vibes*, yang menekankan kolaborasi antara agen *Travel* dan affiliator untuk meningkatkan jumlah jama'ah yang berangkat. Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah *waterfall* sebagai panduan pengembangan konsep tersebut. Hasil dari tulisan ini menunjukkan bahwa teknologi dan *Affiliate Marketing* diharapkan dapat mengubah cara agen *Travel* Haji dan Umrah memasarkan layanan mereka. Kemajuan teknologi, terutama melalui *Affiliate Marketing*, memiliki potensi besar untuk mengubah cara agen *travel* Haji dan Umrah mempromosikan layanan mereka. Dengan begitu, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi baik agen maupun affiliator dengan menciptakan kerja sama saling menguntungkan serta memperkuat industri perjalanan di era digital.

Kata kunci: *Islamic Vibes*, *Travel* Haji dan Umrah, *Affiliate Marketing*, *Website*.

GLOSARIUM

<i>Affiliasi</i>	Individu atau entitas yang terlibat dalam program affiliator dan bermitra dengan perusahaan lain untuk mempromosikan produk atau layanan mereka.
<i>Affiliate Marketing</i>	Model pemasaran di mana individu atau entitas (affiliator) mempromosikan produk atau layanan perusahaan lain dan menerima komisi atas penjualan atau tindakan yang dihasilkan dari upaya mereka.
<i>Blackbox Testing</i>	Metode pengujian perangkat lunak di mana pengujian dilakukan tanpa pengetahuan internal tentang struktur atau kode sumber perangkat lunak yang diuji.
<i>Internet</i>	Jaringan global yang menghubungkan berbagai komputer dan perangkat, memungkinkan akses ke informasi, layanan, dan komunikasi online.
<i>Islamic Vibes</i>	Platform atau layanan yang menyediakan solusi manajemen dalam industri travel Haji dan Umrah.
<i>Laravel</i>	Kerangka kerja (framework) pengembangan perangkat lunak PHP yang digunakan untuk membangun aplikasi web dengan lebih efisien.
<i>Marketing</i>	Kegiatan atau upaya untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan atau kesadaran konsumen.
<i>Teknologi</i>	Penggunaan ilmu pengetahuan dan teknik untuk menciptakan atau meningkatkan alat, perangkat, atau sistem yang membantu dalam berbagai aspek kehidupan.
<i>Waterfall</i>	Metodologi pengembangan perangkat lunak yang mengikuti tahapan linier dari awal hingga akhir, dengan setiap tahapan bergantung pada selesai tahapan sebelumnya.
<i>Website</i>	Halaman atau rangkaian halaman yang dapat diakses secara online, berisi informasi, konten, atau layanan yang dapat dilihat atau digunakan oleh pengguna internet.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
SARI	viii
GLOSARIUM	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan	5
1.5 Manfaat	5
1.6 Metodologi	6
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Teknik Marketing Pada <i>Travel</i> Haji dan Umrah	7
2.2 Strategi Pemasaran	11
2.2.1 Pengertian Strategi	11
2.2.2 Pengertian Pemasaran	12
2.2.3 Pengertian Strategi Pemasaran	13
2.3 Konsep Dasar <i>Affiliate Marketing</i>	14
2.3.1 Pengertian <i>Affiliate</i>	14
2.3.2 Pengertian <i>Marketing</i>	14
2.3.3 Pengertian <i>Affiliate Marketing</i>	15
2.3.4 Cara Kerja <i>Affiliate Marketing</i>	15
2.3.5 Manfaat <i>Affiliate Marketing</i>	16
2.3.6 Model Pembayaran Pada <i>Affiliate Marketing</i>	17
2.4 <i>Islamic Vibes</i>	18
2.5 <i>Affiliate Marketing</i> Pada <i>Islamic Vibes</i>	20
2.6 Kolaborasi antara <i>Islamic Vibes</i> dan PT. Neekoi	20
2.7 Metode <i>Waterfall</i>	21
2.8 <i>Blackbox Testing</i>	23
BAB III METODOLOGI	24
3.1 <i>Requirements</i> (Kebutuhan)	24
3.1.1 Kebutuhan Alur Bisnis	25
3.1.2 <i>User Requirements</i> (Kebutuhan Pengguna)	26
3.2 <i>Design</i> (Desain)	28
3.2.1 Alur Bisnis Sistem	28
3.2.2 <i>Use Case</i>	30
3.2.3 <i>Activity Diagram</i>	32
3.2.4 Desain Basis Data	39

3.2.5	<i>Prototype</i>	41
3.3	<i>Implementation</i> (Implementasi)	42
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1	<i>Prototype Website Islamic Vibes</i>	43
4.1.1	<i>Prototype</i> Halaman Utama	43
4.1.2	<i>Prototype</i> Halaman <i>Admin</i>	44
4.1.3	<i>Prototype</i> Halaman Jama'ah	46
4.2	Implementasi <i>Website Islamic Vibes</i>	47
4.2.1	Implementasi Halaman Utama	47
4.2.2	Implementasi Halaman <i>Admin</i>	50
4.2.3	Implementasi Halaman Jama'ah	54
4.3	Pembahasan Proses Bisnis <i>Affiliate Marketing</i> pada Sistem	58
4.4	Pengujian Sistem.....	66
4.4.1	Pengujian Fitur Pada <i>Admin</i>	66
4.4.2	Pengujian Fitur Pada Jama'ah	69
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1	Kesimpulan	72
5.2	Saran.....	72
	DAFTAR PUSTAKA	73
	LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tim <i>Islamic Vibes</i>	19
Tabel 3.1 <i>Travel</i> Haji dan Umrah yang menerapkan <i>Affiliate Marketing</i>	25
Tabel 3.2 Kebutuhan Pengguna	27
Tabel 3.3 Kebutuhan Strategi <i>Affiliate Marketing</i>	27
Tabel 4.1 Pengujian Fitur Pada <i>Admin</i>	67
Tabel 4.2 Pengujian Fitur Pada Jama'ah	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Tahapan Metode <i>Waterfall</i>	24
Gambar 3.2 <i>Use Case Admin</i>	31
Gambar 3.3 <i>Use Case Jama'ah</i>	32
Gambar 3.4 <i>Activity Diagram Admin</i> pada manajemen paket	33
Gambar 3.5 <i>Activity Diagram Admin</i> pada manajemen pesanan.....	34
Gambar 3.6 <i>Activity Diagram Admin</i> pada manajemen <i>rewards</i>	35
Gambar 3.7 <i>Activity Diagram Admin</i> pada manajemen pembayaran <i>rewards</i>	36
Gambar 3.8 <i>Activity Diagram Jama'ah</i> pada pemesanan paket.....	37
Gambar 3.9 <i>Activity Diagram Jama'ah</i> pada pembayaran paket.....	38
Gambar 3.10 <i>Activity Diagram Jama'ah</i> pada <i>withdraw rewards</i>	39
Gambar 3.11 Alur Bisnis <i>Affiliate Marketing</i> Pada <i>Islamic Vibes</i>	29
Gambar 4.1 <i>Prototype</i> Halaman Utama.....	43
Gambar 4.2 <i>Prototype</i> Halaman <i>Login</i>	44
Gambar 4.3 <i>Prototype</i> Halaman <i>Register</i>	44
Gambar 4.4 <i>Prototype</i> Halaman Manajemen Paket <i>Admin</i>	45
Gambar 4.5 <i>Prototype</i> Halaman Manajemen Pesanan <i>Admin</i>	45
Gambar 4.6 <i>Prototype</i> Halaman Manajemen <i>Rewards Admin</i>	46
Gambar 4.7 <i>Prototype</i> Halaman Pemesanan Paket Jama'ah	46
Gambar 4.8 <i>Prototype</i> Halaman Pembayaran Paket Jama'ah	47
Gambar 4.9 <i>Prototype</i> Halaman <i>Withdraw Rewards</i> Jama'ah	47
Gambar 4.10 Implementasi Halaman Utama.....	48
Gambar 4.11 Implementasi Halaman <i>Login</i>	49
Gambar 4.12 Implementasi Halaman <i>Register</i>	49
Gambar 4.13 Implementasi Halaman <i>Index</i> Manajemen Paket <i>Admin</i>	50
Gambar 4.14 Halaman Tambah Paket Pada <i>Admin</i>	51
Gambar 4.15 Halaman <i>Index</i> Manajemen Pesanan pada <i>Admin</i>	51
Gambar 4.16 Halaman Detail Pesanan pada <i>Admin</i>	52
Gambar 4.17 Implementasi Halaman Manajemen <i>Rewards Admin</i>	53
Gambar 4.18 Implementasi Halaman Tambah <i>Rewards Admin</i>	53
Gambar 4.19 Implementasi Halaman Manajemen Pembayaran <i>Rewards Admin</i>	54
Gambar 4.20 Halaman Detail Paket Jama'ah	55
Gambar 4.21 Halaman <i>Form</i> Pemesanan Jama'ah	56

Gambar 4.22 Halaman Pembayaran Paket Jama'ah	56
Gambar 4.23 Halaman Profil Jama'ah	57
Gambar 4.24 Form <i>Withdraw Rewards</i> Jama'ah	58
Gambar 4.25 Proses Pendaftaran Affiliator	58
Gambar 4.26 kode <i>controller</i> untuk melakukan pendaftar jama'ah	59
Gambar 4.27 tampilan proses pemilihan paket yang tersedia	60
Gambar 4.28 Kode untuk menampilkan paket yang tersedia	60
Gambar 4.29 tampilan pengisian data jama'ah	61
Gambar 4.30 Kode untuk menyimpan pemesanan paket jama'ah	63
Gambar 4.31 Tampilan pemesanan	63
Gambar 4.32 kode pesanan disetujui	65
Gambar 4.33 tampilan profil affiliator	65
Gambar 4.34 Tampilan histori transaksi	66
Gambar 4.35 Hasil Pengujian Manajemen Paket pada Admin	67
Gambar 4.36 Hasil Pengujian Manajemen <i>Rewards</i> pada Admin	68
Gambar 4.37 Hasil Pengujian Manajemen pesanan pada Admin	68
Gambar 4.38 Hasil Pengujian Manajemen pembayaran <i>rewards</i> pada Admin	69
Gambar 4.39 Hasil pengujian pemesanan paket jama'ah	70
Gambar 4.40 Hasil Pengujian fitur pembayaran paket jama'ah	70
Gambar 4.41 Hasil pengujian fitur <i>withdraw rewards</i>	71

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah mengalami kemajuan yang luar biasa dan dampaknya dirasakan secara signifikan dalam segala aspek kehidupan. Transformasi ini telah merubah cara masyarakat menjalankan berbagai pekerjaan dan menghadirkan kemudahan yang tak terbayangkan sebelumnya. Perkembangan teknologi telah menjadi sarana utama untuk menyampaikan, memberi, dan mengakses berbagai informasi (Setiyawan, 2018). Di tengah era digital ini, teknologi telah memainkan peran sentral dalam memberikan kemudahan akses terhadap berbagai macam informasi. Segala hal yang kita butuhkan mulai dari pengetahuan hingga produk dan layanan dapat dengan mudah ditemukan dan diakses melalui internet. Dari berita terbaru hingga tutorial praktis, internet telah menjadi sumber tak tergantikan yang mempercepat proses pengetahuan dan interaksi (Izmi & Irwan, 2023). Kehadiran internet juga telah memberikan ruang baru bagi kolaborasi dan konektivitas. Para profesional dan individu kini dapat berinteraksi, berbagi ide, dan bekerja bersama tanpa batasan geografis. Kolaborasi yang dilakukan tidak hanya berlaku di tingkat lokal, tetapi juga membuka peluang global yang sebelumnya sulit dicapai. Platform-platform kolaboratif, media sosial, dan alat komunikasi online telah menghubungkan berbagai individu di seluruh dunia (Indrawan et al., 2020). Perkembangan teknologi yang semakin maju dapat dimanfaatkan berbagai bidang untuk berlomba dalam melakukan kegiatan dengan cepat, efisien, dan efektif. Internet dapat menjadi peran yang vital dalam pembangunan ekonomi dunia di berbagai bidang untuk mendapatkan informasi secara cepat salah satunya dengan menggunakan website. Dengan website, segala informasi terkait dengan apa yang kita butuhkan dapat dengan mudah kita peroleh karena website dapat di terapkan di berbagai bidang (Airlangga et al., 2020).

Kemajuan teknologi telah merambah ke dalam industri *Travel* khususnya pada bidang Haji dan Umrah. Dalam berbagai aspeknya, teknologi telah diintegrasikan untuk mendukung perkembangan dan peningkatan di sektor *Travel*. Fasilitas-fasilitas yang disediakan telah diadaptasi dengan teknologi, membawa perubahan signifikan pada cara perjalanan dikelola dan dinikmati. Melalui pemanfaatan teknologi dalam domain perjalanan, pengelolaan data menjadi lebih terstruktur dan berdampak positif terhadap perkembangan industri ini (Ardiyanto, 2020). Era digital telah memberikan sumbangan besar bagi transformasi di

industri perjalanan. Dengan implementasi teknologi yang tepat, proses pemesanan tiket, reservasi akomodasi, dan perencanaan rute perjalanan dapat dilakukan dengan efisien dan mudah. Kemampuan untuk membandingkan berbagai pilihan dengan cepat memungkinkan masyarakat untuk membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan preferensi dan anggaran mereka (Arif et al., 2020). Dengan menggunakan teknologi pada industri *Travel* di bidang Haji dan Umrah, manajemen data akan lebih teratur dan bermanfaat bagi perkembangan *Travel* (Kohar et al., 2020).

Dalam mengadakan perjalanan ibadah Haji dan Umrah, agen *Travel* perlu merancang strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan jumlah jamaah. Setiap agen *Travel* harus memiliki tujuan yang terukur dan dapat dicapai, terutama jika ingin berhasil dalam persaingan industri. Kunci sukses terletak pada kemampuan untuk mengoptimalkan potensi pemasaran yang ada dan mengambil peluang yang muncul, dengan menerapkan pendekatan yang cerdas guna memperkuat posisi dan reputasi agen perjalanan di pasar yang penuh persaingan (Nazaruddin et al., 2020). Terdapat berbagai macam strategi pemasaran yang diterapkan pada *travel* Haji dan Umroh yaitu *Digital Marketing*, Kemitraan dengan komunitas Islami, *Event* dan Promosi khusus, Menggunakan Ustadz sebagai tenaga pemasaran, dan *Affiliate Marketing* (Fauza Husna, 2023).

Strategi pemasaran yang akan diterapkan pada pengembangan laporan ini adalah *Affiliate Marketing*. *Affiliate Marketing* dipilih oleh peneliti atas dasar bahwa *Affiliate Marketing* lebih mudah diterapkan pada sistem yang akan digunakan dan tidak perlu melakukan banyak kolaborasi dengan berbagai macam pihak untuk menerapkannya. Salah satu faktor yang perlu ditimbang dalam pemilihan *Affiliate Marketing* untuk strategi pemasaran adalah model pembayaran berbasis kinerja memungkinkan agen *travel* Haji dan Umrah untuk membayar bonus atau *rewards* hanya ketika terjadi konversi atau tindakan yang diinginkan, seperti pemesanan. Diharapkan dengan faktor tersebut, pihak *travel* tidak perlu mengeluarkan banyak biaya dalam pemasaran produk.

Affiliate Marketing merupakan salah satu pendekatan yang digunakan dalam memperkenalkan dan mengiklankan situs web, produk, serta layanan kepada publik. Prinsip dasar di balik *Affiliate Marketing* melibatkan pemberian bonus atau *rewards* kepada pihak yang berperan sebagai affilior yaitu affilior yang telah mempromosikan penawaran kepada konsumen. Ketika konsumen mengambil tindakan seperti melakukan pembelian atau transaksi, berdasarkan tawaran yang diajukan oleh affilior, *rewards* diberikan sebagai bentuk penghargaan atas upaya pemasaran mereka (Warsiwati et al., 2021). Faktor utama di

balik *Affiliate Marketing* adalah memanfaatkan para affliator dan pemberian *rewards*. Affliator merupakan pihak yang melakukan penawaran atau promosi kepada konsumen. *Rewards* merupakan bentuk penghargaan bagi para affliator setelah melakukan promosi terhadap produk. (Fadli et al., 2021).

Terdapat beberapa model pembayaran yang diterapkan pada Metode *Affiliate Marketing*. model pembayaran tersebut adalah *Pay Per Sale* (PPS), *Pay Per Click* (PPC), dan *Cost Per Action* (CPA). *Pay Per Sale* (PPS) merupakan model pembayaran di mana affliator mendapatkan *rewards* hanya jika tindakan penjualan yang spesifik terjadi melalui penawaran yang affliator promosikan. *Pay Per Click* (PPC) merupakan model pembayaran di mana affliator mendapatkan *rewards* berdasarkan setiap kali pengunjung mengklik tautan atau banner yang dipasang di situs web. *Cost Per Action* (CPA) merupakan model pembayaran di mana affliator memperoleh *rewards* setiap kali tindakan khusus terjadi.

Affiliate Marketing memiliki beberapa manfaat utama. Pertama, menguntungkan para affliator dengan memberikan kesempatan untuk mendapatkan penghasilan melalui upaya pemasaran mereka. Keuntungan ini dapat berupa bonus atau *rewards* per penjualan, *rewards* per klik, atau bentuk *rewards* lainnya yang sesuai dengan tujuan pemasaran. Kedua, bagi perusahaan atau bisnis yang memanfaatkannya, *affiliate marketing* adalah salah satu cara efektif untuk memperluas basis pelanggan dan meningkatkan penjualan tanpa harus mengeluarkan biaya pemasaran besar-besaran (Karina et al., 2023). Selain itu, metode ini juga memungkinkan perusahaan untuk mengukur efektivitas pemasaran dengan lebih akurat. Melalui pelacakan kode unik atau tautan khusus yang digunakan oleh affliator, perusahaan dapat memantau secara rinci bagaimana konsumen berinteraksi dan merespons tawaran yang disampaikan oleh affliator tertentu. Ini memberikan wawasan berharga dalam mengidentifikasi apa yang berhasil dan bagaimana cara mengoptimalkan strategi pemasaran berdasarkan data yang diperoleh (Pratama, 2023). Dalam era digital yang terus berkembang, *Affiliate Marketing* dapat menjadi alat yang efektif dalam alat pemasaran yang tersedia bagi perusahaan. Dengan memanfaatkan jaringan yang ada di dunia maya, metode ini dapat menjadi pilihan yang menarik untuk mempromosikan produk dan layanan dengan cara yang lebih canggih dan efisien.

Islamic Vibes hadir sebagai solusi bagi agen *Travel* Haji dan Umrah yang tengah mencari cara baru dalam mengadopsi strategi pemasaran berbentuk *Affiliate Marketing*. Dalam lingkungan online *Islamic Vibes*, ketika affliator berhasil mendorong keberangkatan jama'ah, mereka secara otomatis berhak menerima *rewards* dari kesuksesan tersebut. Di

dalam kerangka bisnis *Affiliate Marketing*, tercipta kerja sama antara dua belah pihak yang terlibat, dan keduanya saling mendapat manfaat baik dalam bentuk keuntungan maupun *rewards*. Konsep yang diusung oleh *Islamic Vibes* berfokus pada kolaborasi yang dilakukan dengan pihak *afilior* dengan pihak *travel*. Dalam praktiknya, *afilior* berperan dalam mengajak dan memotivasi calon jama'ah untuk bergabung dengan perjalanan ibadah Haji dan Umrah yang dihadirkan oleh *Travel* Haji dan Umrah. Kemudian, setiap kali *afilior* berhasil membawa jama'ah untuk berangkat, mereka akan mendapatkan *rewards* yang telah ditentukan oleh *travel*. Manfaat yang diperoleh dari kerja sama ini dapat berupa keuntungan moneter serta imbalan dalam bentuk lainnya. Tidak hanya memperkuat kerja sama antara kedua pihak, tetapi juga mendorong motivasi *afilior* untuk semakin aktif dalam mempromosikan layanan Haji dan Umrah yang ditawarkan. Dalam hal ini, agen *Travel* mengaplikasikan pendekatan yang adil dan transparan dalam memberikan *rewards*. Selain memberikan *rewards* atas keberhasilan membawa jama'ah, imbalan juga diberikan kepada *afilior* berdasarkan jumlah jama'ah yang berhasil diundang sesuai dengan aturan dan regulasi yang telah ditetapkan oleh *travel* tersebut. Dengan demikian, *Islamic Vibes* membuka peluang bagi para *afilior* untuk berkolaborasi dalam mempromosikan layanan perjalanan Haji dan Umrah secara lebih aktif dan terarah untuk menciptakan lingkungan yang saling menguntungkan dan berkesinambungan antara agen *Travel* dan para *afilior* yang pada akhirnya dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada tulisan ini adalah dalam penyelenggaraan ibadah Haji dan Umrah, *Travel* Haji dan Umrah perlu mempunyai strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah jama'ah dengan menerapkan metode *Affiliate Marketing* pada sebuah *Travel* Haji dan Umrah pada *Website Islamic Vibes* sehingga dapat bermanfaat bagi calon jamaah dan pemilik *Travel* Haji dan Umrah untuk bersaing pada arus pasar.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memperjelas arah pengerjaan, maka batasan masalah pada tulisan ini adalah sebagai berikut:

- a. Penerapan *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes* hanya menggunakan metode *Pay per Sale* (PPS).
- b. *Rewards* akan diberikan kepada *afilior* jika telah memenuhi target undangan.

- c. Pengembangan ini akan berfokus pada analisis efektivitas penerapan metode *Affiliate Marketing* dalam meningkatkan pemasaran dari Travel Haji dan Umrah.

1.4 Tujuan

Penerapan metode ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan strategi pada pemilik *Travel* Haji dan Umrah agar dapat berkembang dengan memiliki daya tarik bagi calon jama'ah yang ingin melaksanakan Haji dan Umrah.

1.5 Manfaat

- a. Manfaat bagi Jama'ah dan Affiliator:
 - 1. Mendapatkan penghasilan tambahan ketika berhasil mengundang jama'ah dalam perjalanan Haji dan Umrah.
 - 2. Dengan adanya sistem *Travel* Haji dan Umrah, para jama'ah cukup mendaftar dan melakukan pengisian data diri serta melakukan pembelian paket melalui *website* dari *Travel* Haji dan Umrah.
- b. Manfaat Bagi *Travel* Haji dan Umrah:
 - 1. Melalui metode *Affiliate Marketing*, pemilik *travel* Haji dan Umrah dapat meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar dengan bantuan affiliator yang membantu mempromosikan produk dan layanan dari *Travel* Haji dan Umrah.
 - 2. Penerapan metode *Affiliate Marketing* pada *Travel* Haji dan Umrah dapat lebih efisien dalam hal biaya, karena pemilik *travel* hanya membayar komisi saat terjadi penjualan yang sukses melalui referral affiliator.
- c. Manfaat bagi *Start-Up Islamic Vibes*:
 - 1. Memberikan solusi terhadap permasalahan yang didapatkan oleh *Travel* Haji dan Umrah terkait dengan strategi pemasaran yang dilakukan.
 - 2. Memberikan gambaran penerapan metode *Affiliate Marketing* dengan metode *Pay per Sale* (PPS) pada *Travel* Haji dan Umrah.
 - 3. Memberikan ide pemasaran bagi para *Travel* Haji dan Umrah untuk dapat berkembang seiring meningkatnya persaingan antar *Travel*.

1.6 Metodologi

Metodologi yang digunakan dalam tulisan ini merupakan metode *Waterfall*.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini terbagi menjadi 5 bab. Penjelasan dari sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini berisi pembahasan tentang latar belakang masalah yang dihadapi sehingga dilakukannya pengembangan ini. Selain itu bagian ini juga memuat rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan pengembangan yang dilakukan, serta teori pendukung yang menunjang dalam melakukan pengembangan ini.

BAB III METODOLOGI

Bagian ini berisi tentang tahapan, metode, dan langkah-langkah yang dilakukan dalam proses untuk mendapatkan hasil pengembangan yang diinginkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan tentang hasil yang didapatkan dari pengolahan data dan pengujian.

BAB V KESIMPULAN

Bagian ini berisi seluruh rangkuman dari hasil pengembangan yang dilakukan sehingga didapatkan kesimpulan. Bagian ini juga berisi saran untuk pengembangan selanjutnya agar lebih baik

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teknik Marketing Pada *Travel* Haji dan Umrah

Terdapat berbagai macam teknik marketing pada *Travel* Haji dan Umrah, berikut merupakan teknik marketing pada *Travel* Haji dan Umrah yang telah penulis kumpulkan dari beberapa *Travel* Haji dan Umrah:

a. *Digital Marketing*

Teknik Marketing dengan menerapkan *Digital Marketing* dilakukan oleh *Travel* Haji dan Umrah PT Fauzi Mulia Bersama. Penulis mendapatkan tulisan ini dari skripsi berjudul “EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN DIGITAL PRODUK UMRAH PADA PT FAUZI MULIA BERSAMA CENKARENG” yang ditulis oleh Chaerunisa (2023). Berdasarkan tulisan tersebut, Berikut merupakan langkah yang dilakukan dalam penerapan Teknik *Digital Marketing* pada *Travel* Haji dan Umrah PT Fauzi Mulia Bersama:

1. Identifikasi target *audience*

PT Fauzi Mulia Bersama Cengkareng menentukan target *audience* yang tepat untuk produk umrah yang ditawarkan. Hal ini dapat dilakukan dengan menganalisis data demografis, perilaku, dan preferensi konsumen.

2. Penentuan tujuan pemasaran

Setelah menentukan target *audience*, PT Fauzi Mulia Bersama Cengkareng harus menentukan tujuan pemasaran yang ingin dicapai. Tujuan pemasaran dapat berupa peningkatan penjualan, meningkatkan kesadaran merek, atau meningkatkan *engagement* di media sosial.

3. Penentuan platform media sosial

PT Fauzi Mulia Bersama Cengkareng harus menentukan platform media sosial yang tepat untuk digunakan dalam pemasaran digital produk umrah. Beberapa platform media sosial yang dapat digunakan antara lain *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *YouTube*.

4. Pembuatan konten

Setelah menentukan platform media sosial yang tepat, PT Fauzi Mulia Bersama Cengkareng harus membuat konten yang menarik dan relevan untuk target *audience*. Konten dapat berupa gambar, video, atau teks yang menarik perhatian target *audience*.

5. Implementasi

Setelah konten dibuat, PT Fauzi Mulia Bersama Cengkareng dapat meluncurkan pemasaran digital produk umrah di media sosial. Implementasi dapat berupa iklan berbayar atau posting organik.

6. Analisis hasil

Setelah implementasi dilaksanakan, PT Fauzi Mulia Bersama Cengkareng harus menganalisis hasil implementasi untuk mengetahui efektivitasnya. Hal ini dapat dilakukan dengan melihat matriks seperti jumlah tayangan, *like*, komentar, dan *share*.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa proses digital marketing pada judul "EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN DIGITAL PRODUK UMRAH PADA PT FAUZI MULIA BERSAMA CENKARENG" meliputi identifikasi target *audience*, penentuan tujuan pemasaran, penentuan platform media sosial, pembuatan konten, implementasi, dan analisis hasil. Dengan melakukan proses digital marketing yang tepat, PT Fauzi Mulia Bersama Cengkareng dapat meningkatkan efektivitas pemasaran digital produk umrah yang ditawarkan (Chaerunisa, 2023).

b. Kemitraan dengan Komunitas Islami

Teknik Marketing dengan menerapkan Kemitraan dengan Komunitas Islami dilakukan oleh *Travel* Haji dan Umrah PT Arminareka Perdana Bandar Lampung. Penulis mendapatkan tulisan ini dari skripsi berjudul "ANALISIS PEMASARAN BISNIS TRAVEL HAJI DAN UMRAH MELALUI KEMITRAAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Agen Perwakilan PT. Arminareka Perdana Bandar Lampung)" yang ditulis oleh Marisah (2022). Berdasarkan tulisan tersebut, Berikut merupakan langkah yang dilakukan dalam penerapan Teknik Kemitraan dengan Komunitas Islami pada *Travel* Haji dan Umrah PT Arminareka Perdana Bandar Lampung:

1. Identifikasi komunitas Islami

PT. Arminareka Perdana Bandar Lampung mengidentifikasi komunitas Islami yang tepat untuk menjalin kemitraan dalam meningkatkan jumlah jamaah *travel* Haji dan Umrah. Komunitas Islami yang tepat dapat berupa organisasi keagamaan, lembaga pendidikan Islam, atau kelompok masyarakat yang memiliki minat dalam *travel* Haji dan Umrah.

2. Penentuan tujuan kemitraan

Setelah mengidentifikasi komunitas Islami yang tepat, PT. Arminareka Perdana Bandar Lampung harus menentukan tujuan kemitraan yang ingin dicapai. Tujuan kemitraan dapat

berupa peningkatan jumlah jamaah, meningkatkan kesadaran produk, atau meningkatkan kepercayaan konsumen.

3. Penentuan bentuk kemitraan

PT. Arminareka Perdana Bandar Lampung harus menentukan bentuk kemitraan yang tepat dengan komunitas Islami. Bentuk kemitraan dapat berupa *sponsorship*, kerjasama pemasaran, atau kerjasama pengembangan produk.

4. Pelaksanaan kemitraan

Setelah bentuk kemitraan ditentukan, PT. Arminareka Perdana Bandar Lampung dapat melaksanakan kemitraan dengan komunitas Islami. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan acara bersama, mengadakan promosi bersama, atau memberikan diskon khusus kepada anggota komunitas Islami.

5. Analisis hasil

Setelah kemitraan dilaksanakan, PT. Arminareka Perdana Bandar Lampung harus menganalisis hasil kemitraan untuk mengetahui efektivitasnya. Hal ini dapat dilakukan dengan melihat data yang terkumpul seperti jumlah jamaah yang terdaftar dan peningkatan penjualan.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa proses kemitraan dengan komunitas Islami pada judul "ANALISIS PEMASARAN BISNIS TRAVEL HAJI DAN UMRAH MELALUI KEMITRAAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Agen Perwakilan PT. Arminareka Perdana Bandar Lampung)" meliputi identifikasi komunitas Islami, penentuan tujuan kemitraan, penentuan bentuk kemitraan, pelaksanaan kemitraan, dan analisis hasil. Dengan melakukan proses kemitraan yang tepat, PT. Arminareka Perdana Bandar Lampung dapat meningkatkan jumlah jamaah travel haji dan umrah pada pasar travel haji dan umrah (Marisah, 2022).

c. *Event* dan Promosi Khusus

Teknik Marketing dengan menerapkan Event dan Promosi Khusus dilakukan oleh *Travel* Haji dan Umrah PT *Smart* Umrah Lampung. Penulis mendapatkan tulisan ini dari skripsi berjudul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMRAH PADA TRAVEL SMARTS UMRAH LAMPUNG" yang ditulis oleh (Syamsiyah, 2023). Berdasarkan tulisan tersebut, Berikut merupakan langkah yang dilakukan dalam penerapan Teknik *Event* dan Promosi Khusus pada *Travel* Haji dan Umrah PT *Smart* Umrah Lampung:

1. Penentuan jenis event dan promosi khusus

Travel Smarts Umrah Lampung harus menentukan jenis event dan promosi khusus yang tepat untuk menarik perhatian target jamaah. Jenis event dan promosi khusus dapat berupa diskon khusus, undian berhadiah, atau acara khusus seperti seminar atau talkshow.

2. Pelaksanaan event dan promosi khusus

Setelah jenis event dan promosi khusus ditentukan, *Travel Smarts Umrah Lampung* dapat melaksanakan event dan promosi khusus untuk menarik perhatian target jama'ah. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan acara khusus, memberikan diskon khusus, atau mengadakan undian berhadiah.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa proses teknik marketing dengan metode Event dan Promosi Khusus pada judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMRAH PADA *TRAVEL SMARTS UMRAH LAMPUNG*" meliputi penentuan jenis event dan promosi khusus dan pelaksanaan event dan promosi khusus. Dengan melakukan proses teknik marketing yang tepat, *Travel Smarts Umrah Lampung* dapat meningkatkan efektivitas pemasaran produk umrah yang ditawarkan (Syamsiyah, 2023).

d. Menggunakan ustadz sebagai tenaga pemasaran

Teknik Marketing dengan menerapkan ustadz sebagai tenaga pemasaran dilakukan oleh *Travel Haji dan Umrah PT Makkah Multazam Safir dan Al Madinah*. Penulis mendapatkan tulisan ini dari skripsi berjudul "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PELAYANAN DALAM UPAYA PENINGKATAN KUALITAS DAYA SAING BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH PROSPEKTIF EKONOMI SYARI'AH (Studi Pada PT. Makkah Multazam Safir dan Al Madinah)" yang ditulis oleh Nazaruddin (2020). Berdasarkan tulisan tersebut, Berikut merupakan langkah yang dilakukan dalam penerapan Teknik *Event* dan Promosi Khusus pada *Travel Haji dan Umrah PT Makkah Multazam Safir dan Al Madinah*:

1. Pelatihan ustadz sebagai tenaga pemasaran

PT. Makkah Multazam Safir dan Al Madinah harus melatih ustadz sebagai tenaga pemasaran yang dapat dipercaya dan memiliki kredibilitas. Ustadz dapat digunakan untuk memberikan informasi tentang produk haji dan umrah kepada target jama'ah.

2. Pelaksanaan pemasaran dengan metode ustadz

Setelah ustadz dilatih, PT. Makkah Multazam Safir dan Al Madinah dapat melaksanakan pemasaran dengan metode ustadz. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan seminar atau talkshow yang diisi oleh ustadz, atau dengan mengirimkan ustadz ke masjid-masjid untuk memberikan informasi tentang produk haji dan umrah.

3. Analisis hasil

Setelah pemasaran dengan metode ustadz dilaksanakan, PT. Makkah Multazam Safir dan Al Madinah harus menganalisis hasil pemasaran untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan dengan melakukan analisa jumlah penjualan, jumlah peserta acara, dan peningkatan pemasaran produk.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa proses teknik marketing dengan metode ustadz sebagai tenaga pemasaran pada judul "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PELAYANAN DALAM UPAYA PENINGKATAN KUALITAS DAYA SAING BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH PROSPEKTIF EKONOMI SYARI'AH (Studi Pada PT. Makkah Multazam Safir dan Al Madinah)" meliputi pelatihan ustadz sebagai tenaga pemasaran, pelaksanaan pemasaran dengan metode ustadz, dan analisis hasil. Dengan melakukan proses teknik marketing yang tepat, PT. Makkah Multazam Safir dan Al Madinah dapat meningkatkan efektivitas pemasaran produk haji dan umrah yang ditawarkan (Nazaruddin et al., 2020).

e. *Affiliate Marketing*

Teknik Marketing dengan menerapkan *Affiliate Marketing* dilakukan oleh *Travel* Haji dan Umrah PT Neekoi. PT neekoi menerapkan *Affiliate Marketing* pada proses bisnisnya dengan cara memberikan bonus pada setiap jama'ah yang mendaftarkan jama'ah lain untuk melakukan pemesanan paket. Perbedaan bonus diberikan berdasarkan paket yang dipilih. Bonus pada paket Umroh adalah sebesar 1,5 Juta/Jama'ah, Sedangkan paket Haji adalah sebesar 7 Juta/Jama'ah.

2.2 Strategi Pemasaran

2.2.1 Pengertian Strategi

Strategi merupakan serangkaian rencana yang merinci bagaimana suatu perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi melibatkan berbagai rancangan yang menggambarkan langkah-langkah yang akan diambil, sumber daya yang akan digunakan, serta pendekatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dalam pengembangan strategi, berbagai elemen diidentifikasi dan dianalisis untuk membantu perusahaan bergerak menuju pencapaian tujuan dengan cara yang efektif dan efisien. Kegiatan ini melibatkan pemikiran yang cermat tentang bagaimana mengalokasikan sumber daya, memanfaatkan peluang, dan mengatasi tantangan yang mungkin muncul. Oleh karena itu, strategi bukan hanya tentang merencanakan tindakan, tetapi juga tentang membuat

keputusan yang cerdas untuk mencapai kesuksesan dalam lingkungan yang pasang surut. Dalam dunia bisnis dan organisasi, strategi menjadi panduan yang penting untuk mengarahkan langkah-langkah dan keputusan di semua tingkatan, dari manajemen hingga pelaksanaan operasional. Keselarasan antara strategi dan tujuan menjadi kunci utama dalam memastikan bahwa sebuah lembaga dapat berfungsi secara efektif dan menghasilkan dampak yang diharapkan (Sholikhah, 2021).

Menurut Talibo (2018) Strategi merujuk pada serangkaian langkah rencana jangka panjang yang dirancang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh individu, lembaga, atau perusahaan. Strategi ini menjadi pedoman dalam mengarahkan berbagai tindakan dan keputusan dalam rangka mewujudkan hasil yang diinginkan. Dengan keberadaan strategi yang terdefinisi dengan baik, entitas tersebut diharapkan dapat mengatasi berbagai tantangan dan kesulitan yang mungkin timbul seiring dengan perjalanannya. Penerapan strategi memberikan kerangka kerja yang terstruktur, memungkinkan identifikasi prioritas, alokasi sumber daya yang tepat, serta penentuan langkah-langkah konkret yang perlu diambil untuk mencapai kesuksesan. Dalam konteks bisnis dan organisasi, strategi tidak hanya bertujuan untuk merespons masalah yang ada, tetapi juga untuk memanfaatkan peluang yang muncul di lingkungan yang terus berubah. Dengan demikian, strategi tidak hanya menjadi solusi untuk menghadapi masalah, tetapi juga menjadi panduan dalam mengoptimalkan kinerja dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

2.2.2 Pengertian Pemasaran

Dalam dunia bisnis, para perusahaan tentu mengenal istilah pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu hal yang wajib dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memasarkan produk dan mendapatkan hasil yang diinginkan. Kegiatan pemasaran menjadi elemen yang esensial bagi setiap perusahaan guna mengenalkan produknya serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Upaya pemasaran memiliki peran utama dalam meraih hasil yang diharapkan melalui strategi yang efektif. Setiap perusahaan diwajibkan untuk menjalankan kegiatan pemasaran sebagai bagian integral dari operasionalnya. Pemasaran adalah proses strategis yang bertujuan untuk menghubungkan produk dengan target pasar yang sesuai, mengkomunikasikan nilai produk, dan mendorong tindakan pembelian dari konsumen. Melalui strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat menggambarkan keunikan produk, membangun brand awareness, serta membangun hubungan positif dengan konsumen. Dalam lingkup pemasaran, perusahaan dapat menggunakan berbagai pendekatan seperti iklan,

promosi, kampanye sosial media, dan lainnya untuk mencapai sasaran penjualan dan pertumbuhan. Dengan demikian, pemasaran bukan hanya tentang memasarkan produk, tetapi juga tentang menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun hubungan jangka panjang dengan mereka (Restina, 2022).

Menurut Fajriah dan Nazar (2020) Pemasaran merupakan rangkaian aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, mengidentifikasi, dan mengelola distribusi produk. Kegiatan pemasaran ini melibatkan berbagai proses yang bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada target pasar, mengkomunikasikan manfaatnya, serta mengarahkan konsumen menuju pembelian. Dalam konteks ini, pemasaran bukan hanya tentang menciptakan kesadaran akan produk, tetapi juga tentang menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun hubungan yang berkelanjutan. Upaya pemasaran mencakup perencanaan strategis, identifikasi peluang pasar, penentuan harga yang tepat, serta pengembangan kampanye yang efektif. Dengan demikian, pemasaran adalah elemen integral dalam menjalankan bisnis yang sukses, membantu perusahaan untuk mencapai tujuan penjualan dan pertumbuhan yang diinginkan.

2.2.3 Pengertian Strategi Pemasaran

Setelah mendapatkan pengertian dari dua poin diatas, dapat disimpulkan bahwa Strategi pemasaran adalah serangkaian rencana yang dirancang untuk merencanakan, mengidentifikasi, serta mengelola distribusi produk dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan oleh suatu perusahaan. Melalui strategi pemasaran, perusahaan mengarahkan berbagai tindakan dan keputusan dalam upaya memperkenalkan produk kepada target pasar, mengkomunikasikan nilai produk, dan mendorong tindakan pembelian dari konsumen. Ini menjadi elemen penting dalam meraih hasil yang diharapkan melalui pendekatan yang efektif dan efisien. Strategi pemasaran melibatkan pemikiran yang cermat dalam mengalokasikan sumber daya, memanfaatkan peluang, serta mengatasi tantangan yang mungkin muncul dalam lingkungan yang berubah-ubah. Dalam kerangka pemasaran, perusahaan tidak hanya menciptakan kesadaran akan produk, tetapi juga menciptakan nilai bagi konsumen dan menjalin hubungan berkelanjutan. Selain itu, penerapan strategi pemasaran memberikan pedoman yang terstruktur, memungkinkan untuk mengidentifikasi prioritas dan alokasi sumber daya yang sesuai, serta menetapkan langkah konkret yang diperlukan untuk meraih kesuksesan. Dalam hal ini, strategi pemasaran bukan hanya tentang merespons masalah dan tantangan, tetapi juga tentang memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan yang terus

berubah. Keselarasan antara strategi pemasaran dan tujuan yang ditetapkan menjadi kunci dalam memastikan bahwa perusahaan dapat beroperasi secara efektif dan menghasilkan dampak yang diharapkan dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

2.3 Konsep Dasar *Affiliate Marketing*

2.3.1 Pengertian *Affiliate*

Kata *Affiliate* atau affiliator berasal dari bahasa Inggris yang berarti bergabung, ikatan, atau yang biasa diterjemahkan sebagai suatu ikatan kerja atau bisnis. *Affiliate* adalah istilah yang merujuk pada kemitraan atau kerja sama antara dua belah pihak di mana satu pihak yang disebut Affiliator mempromosikan produk, layanan, atau merek dari pihak lain yang disebut *Merchant* atau *Advertiser*. Affiliator akan berusaha untuk mengarahkan konsumen potensial ke pihak *Merchant* melalui berbagai cara seperti iklan, tautan di situs web, media sosial, atau saluran komunikasi lainnya (Fauza Husna, 2023). *Affiliate* dalam konteks kerjasama atau mitra, merujuk pada individu atau entitas yang menjalin hubungan kerjasama dengan pihak lain untuk mencapai tujuan bersama. Dalam kaitannya dengan bisnis dan internet, istilah ini juga dapat mengacu pada affiliator atau mitra yang mempromosikan produk, layanan, atau merek dari pihak lain dengan tujuan mendapatkan komisi atau penghargaan atas tindakan yang dihasilkan dari upaya pemasaran mereka (Fadli et al., 2021). Program *Affiliate* dapat ditemukan dalam berbagai industri dan sektor, dari *e-commerce* hingga dunia blog, dan menjadi salah satu metode yang efektif untuk memperluas jangkauan dan penjualan dengan memanfaatkan jaringan affiliator yang luas (Rahman, 2022).

2.3.2 Pengertian *Marketing*

Kata *Marketing* yang berarti aktivitas pemasaran merupakan salah satu proses dalam ranah ekonomi yang berperan penting dalam menghasilkan nilai ekonomi. Dalam dunia bisnis, *Marketing* membantu membentuk dan mengembangkan nilai tambah yang dihasilkan dari produk atau layanan yang ditawarkan. Upaya *Marketing* tidak hanya menciptakan produk yang diinginkan oleh konsumen, tetapi juga menciptakan kesadaran, membangun citra merek, serta membantu dalam mengarahkan penawaran produk menuju kelompok target yang tepat. Melalui strategi *Marketing* yang tepat, perusahaan dapat mengkomunikasikan manfaat produk kepada konsumen dan memotivasi mereka untuk melakukan pembelian. *Marketing* juga melibatkan analisis pasar, penentuan harga yang tepat, serta pelaksanaan promosi dan distribusi yang efektif guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dengan demikian, *Marketing* berperan sentral dalam menciptakan nilai ekonomi yang menguntungkan baik bagi perusahaan maupun konsumen (Warsiwati et al., 2021).

2.3.3 Pengertian *Affiliate Marketing*

Affiliate Marketing adalah model bisnis di mana seorang affiliator atau mitra mempromosikan produk atau layanan dari pihak lain, yang biasanya disebut *merchant* atau *advertiser*, dan mendapatkan komisi atau imbalan atas setiap tindakan yang dihasilkan dari upaya pemasaran mereka. Model ini menciptakan kemitraan saling menguntungkan antara affiliator dan *merchant*, di mana affiliator bertindak sebagai penghubung antara produk atau layanan dengan calon konsumen yang dituju. Konsep dasar *Affiliate Marketing* adalah memanfaatkan jaringan affiliator untuk meningkatkan visibilitas produk, mencapai lebih banyak konsumen potensial, dan mendorong penjualan atau tindakan lain yang diinginkan oleh *merchant* (Karina et al., 2023).

Affiliate Marketing telah menjadi salah satu strategi pemasaran yang paling populer dan efektif di era digital saat ini. Dalam model bisnis ini, affiliator berperan sebagai perpanjangan tangan dari pemasaran *merchant*, membantu mereka mencapai konsumen yang lebih luas dengan cara yang lebih terfokus. Keuntungan utama dari *Affiliate Marketing* adalah bahwa *merchant* hanya membayar komisi kepada affiliator ketika tindakan yang diinginkan, seperti pembelian produk atau pendaftaran. Dengan langkah tersebut dapat menghindarkan *merchant* dari risiko biaya iklan yang besar tanpa jaminan hasil yang pasti (Windi & Tampenawas, 2023).

2.3.4 Cara Kerja *Affiliate Marketing*

Menurut Misra (2021), Terdapat berbagai macam cara kerja dari *Affiliate Marketing*, yaitu:

a. Pendaftaran Affiliator

Merchant yang ingin memulai program *Affiliate Marketing* akan membuka program tersebut untuk pendaftaran affiliator. Para affiliator yang tertarik dan konsumen dapat mendaftar untuk menjadi bagian dari program *Affiliate Marketing* yang disediakan oleh *Merchant*.

b. Pemilihan Produk atau Layanan

Setelah pendaftaran affiliator, para affiliator akan memilih produk atau layanan yang ingin dipromosikan. Biasanya, affiliator memilih produk yang relevan dengan target pasar dari *Merchant*.

c. Promosi

Affiliator akan menggunakan berbagai metode pemasaran untuk mempromosikan produk atau layanan tersebut meliputi pembuatan konten di situs web atau blog, penggunaan media sosial, kampanye email, iklan online, dan lebih banyak lagi.

d. Tautan Affiliator

Setiap affiliator akan diberikan tautan unik yang mengandung kode khusus yang mengidentifikasi mereka sebagai sumber Affiliator.

e. Pelacakan Tindakan

Ketika calon konsumen mengklik tautan affiliator dan melakukan tindakan yang diinginkan, seperti pembelian produk, pendaftaran, atau tindakan lain, sistem pelacakan akan merekam tindakan tersebut dan menghubungkannya dengan affiliator yang merujuk.

f. Perhitungan Komisi

Berdasarkan tindakan yang dilakukan oleh calon konsumen, komisi atau imbalan akan dihitung sesuai dengan ketentuan program. Dapat berupa persentase dari penjualan, jumlah tetap per tindakan, atau model lainnya.

g. Pembayaran Affiliator

Setelah mencapai batas tertentu, affiliator akan menerima pembayaran dari *Merchant* sesuai dengan komisi yang dihasilkan. Pembayaran bisa dilakukan secara bulanan, mingguan, atau sesuai dengan program yang telah ditentukan oleh *Merchant*.

2.3.5 Manfaat *Affiliate Marketing*

Menurut Afandi (2022), Terdapat berbagai macam manfaat yang dari *Affiliate Marketing* pada strategi pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, yaitu:

a. Peningkatan Penjualan

Affiliate Marketing memungkinkan *Merchant* untuk mencapai lebih banyak konsumen potensial melalui upaya pemasaran affiliator. Ini dapat berdampak positif pada peningkatan penjualan produk atau layanan.

b. Efektivitas Biaya

Merchant hanya membayar komisi kepada afiliator berdasarkan tindakan yang dihasilkan. Ini berarti *Merchant* tidak perlu mengeluarkan biaya iklan tetap tanpa hasil yang pasti.

c. Skala lebih Besar

Dengan menggunakan jaringan afiliator, *Merchant* dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka dengan cepat dan efisien, tanpa perlu mengembangkan strategi pemasaran yang rumit.

d. Diversifikasi Promosi

Melalui afiliator, *Merchant* dapat memanfaatkan berbagai kanal pemasaran yang berbeda, termasuk situs web afiliator, blog, media sosial, dan lainnya.

e. Keuntungan Kemitraan

Model bisnis *Affiliate Marketing* menciptakan kemitraan *win-win* antara afiliator dan *Merchant*. Afiliator mendapatkan penghasilan tambahan, sementara *Merchant* mendapatkan promosi tambahan tanpa biaya tetap.

f. Peluang Pasif

Setelah tautan promosi dibuat, afiliator dapat terus menerima komisi dari penjualan atau tindakan lain dari konsumen yang dihasilkan dari tautan tersebut, bahkan jika para afiliator tidak aktif secara terus-menerus.

2.3.6 Model Pembayaran Pada *Affiliate Marketing*

Ada berbagai macam model pembayaran yang sering digunakan pada *Affiliate Marketing*, yaitu :

a. *Pay per Sale* (PPS)

Pay Per Sale (PPS) adalah salah satu model pembayaran dalam *Affiliate Marketing* di mana afiliator mendapatkan komisi hanya jika tindakan penjualan yang spesifik terjadi melalui tautan afiliator yang mereka promosikan. Dalam model *Pay per Sale*, afiliator akan mendapatkan imbalan ketika konsumen yang direferensikan oleh afiliator melakukan pembelian atau tindakan pembelian lainnya yang telah ditentukan oleh *Merchant* (Kotimah, 2023).

b. *Pay per Click* (PPC)

Pay Per Click (PPC) adalah salah satu model dalam *Affiliate Marketing* di mana afiliator atau Afiliator mendapatkan komisi berdasarkan setiap kali pengunjung mengklik tautan atau banner yang dipasang di situs web afiliator. Dalam model ini, komisi tidak

tergantung pada tindakan penjualan atau konversi lainnya. Sebagai gantinya, affiliator diberi imbalan atas setiap klik yang berhasil mengarahkan pengunjung ke situs atau halaman tujuan milik *Merchant* (Hanim, 2022).

c. *Cost per Action (CPA)*

Cost Per Action (CPA) adalah strategi *Affiliate Marketing* di mana affiliator memperoleh imbalan setiap kali tindakan khusus terjadi. Ini bisa melibatkan mengarahkan pengunjung untuk melakukan tindakan tertentu, seperti mengisi formulir email, dan langkah selanjutnya mungkin melibatkan interaksi lebih lanjut antara perusahaan dan pelanggan yang melakukan tindakan tersebut (Rafiqih, 2022).

2.4 *Islamic Vibes*

Islamic Vibes merupakan inovasi dalam bentuk start-up yang memiliki fokus khusus pada industri *Travel* Haji dan Umrah. Saat ini, terdapat tantangan umum dalam industri tersebut terkait manajemen data yang belum sepenuhnya teroptimasi. Banyak perusahaan *Travel* Haji dan Umrah masih menghadapi kesulitan dalam mengelola data dengan efisien dan efektif. *Islamic Vibes* hadir sebagai solusi yang sangat relevan. Platform *Islamic Vibes* bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang ada dengan menyediakan sistem manajemen data yang canggih dan terintegrasi. Dengan pendekatan yang cermat, sistem ini diharapkan dapat mengelola berbagai aspek penting dalam industri *Travel* Haji dan Umrah, mulai dari pendaftaran jamaah, informasi pribadi, data keuangan, hingga penjadwalan perjalanan. Keunggulan yang diusung oleh *Islamic Vibes* tak hanya sebatas pada efisiensi, tetapi juga pada fleksibilitas. Dalam dunia bisnis yang semakin berkembang, setiap perusahaan *Travel* memiliki karakteristik dan model bisnis yang berbeda-beda. Oleh karena itu, perancangan *Islamic Vibes* diharapkan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dari masing-masing *Travel*. Langkah ini memberikan kesempatan kepada setiap perusahaan *travel* untuk mengintegrasikan sistem dari Perusahaan *Travel* tersebut dengan cara yang paling sesuai dengan model bisnis mereka.

Sebagai platform yang berfokus pada transformasi digital, *Islamic Vibes* menawarkan lebih dari sekedar manajemen data. Fitur-fitur yang disediakan dalam sistem ini diharapkan dapat membantu perusahaan *Travel* dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi dan memaksimalkan pengalaman jamaah. Dari manajemen ketersediaan paket perjalanan hingga pengaturan logistik, semua aspek penting dalam operasional perusahaan *travel* diharapkan dapat dikelola dengan lebih efektif dan akurat. Keuntungan yang ditawarkan oleh *Islamic Vibes* tak hanya dirasakan oleh perusahaan *Travel*, tetapi juga oleh para jamaah.

Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, jamaah memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap layanan yang diberikan oleh travel Haji dan Umrah. Dengan adanya sistem yang terintegrasi, jamaah dapat dengan mudah mengakses informasi terkait perjalanan mereka, mengatur pendaftaran, dan bahkan berinteraksi dengan perusahaan *Travel* melalui platform *Islamic Vibes*. Tak dapat dipungkiri bahwa tren transformasi digital telah mewarnai hampir setiap sektor bisnis, termasuk *Travel* Haji dan Umrah. Dalam hal ini, *Islamic Vibes* berperan sebagai perantara yang membantu perusahaan travel menjawab tantangan dan peluang dari era digital. Dengan menggunakan sistem ini, travel Haji dan Umrah dapat menjaga daya saing mereka dalam pasar yang semakin kompetitif.

Islamic Vibes adalah jawaban atas tantangan yang dihadapi oleh industri Travel Haji dan Umrah dalam mengelola data secara efisien dan bertransformasi ke dalam era digital. Dengan menghadirkan solusi yang terintegrasi dan dapat disesuaikan, *Islamic Vibes* diharapkan dapat membantu perusahaan travel meningkatkan kinerja operasional perusahaan *Travel* Haji dan Umrah, memberikan layanan yang lebih baik kepada jamaah, dan menjaga posisi *Islamic Vibes* pada persaingan di industri yang kompetitif.

Islamic Vibes memiliki sebuah tim dalam pengembangannya. Tim pada *Islamic Vibes* terdiri dari 3 posisi yaitu *Hustler*, *Hipster*, dan *Hacker*. *Hustler* adalah posisi yang berfokus pada bisnis dan penjualan dan dituntut untuk memiliki keterampilan kepemimpinan dan keahlian dalam menjual produk atau layanan. *Hipster* adalah posisi yang berfokus pada desain dan kreativitas. Posisi ini cenderung berfokus pada pengembangan produk, desain antarmuka pengguna, dan pengalaman pengguna. *Hacker* adalah posisi yang dituntut untuk memiliki kemampuan dalam penguasaan IT atau teknologi. Posisi ini bertanggungjawab terhadap program atau *platform* yang diciptakan dan dan kebutuhan operasional lain yang berhubungan dengan IT. Untuk pengisi setiap posisi pada tim *Islamic Vibes* terdapat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Tim *Islamic Vibes*

No	Nama	Posisi
1	Falih Basman Mubarak	<i>Hustler</i>
2	Fachry Wiryawan Priyanto	<i>Hipster</i>
3	Kurnia Edo Susandro	<i>Hacker</i>

Tabel 2.1 merupakan Tim dari *Islamic Vibes* sesuai sengan posisi yang dikerjakan. Setiap orang pada tim telah diberikan tugas sesuai posisi yang diberikan. Falih Basman Mubarak (*Hustler*) berfokus pada pengembangan bisnis dengan melakukan berbagai

komunikasi terhadap *travel* Haji dan Umrah khususnya pada PT. Neekoi. Fachry Wiryawan Priyanto (*Hipster*) berfokus pada pengembangan antarmuka dari produk yang dikerjakan. Kurnia Edo Susandro (*Hacker*) berfokus pada pengembangan *website* sesuai dengan kebutuhan yang telah diperlukan bagi produk yang dikembangkan.

2.5 Affiliate Marketing Pada Islamic Vibes

Affiliate marketing pada *Start-Up Islamic Vibes* mengadopsi metode utama, yaitu *Pay per Sale* (PPS), untuk memberikan bonus kepada para affiliator. Dalam metode *Pay Per Sale* (PPS), para affiliator memiliki peluang untuk meraih bonus apabila mereka berhasil mengajak satu atau lebih jama'ah untuk mendaftar pada paket yang telah disediakan oleh *Travel*. Bonus yang diberikan kepada affiliator akan berbeda-beda tergantung pada jenis paket yang berhasil affiliasi bantu pemasarannya. Terdapat paket khusus Haji dan paket khusus Umrah, masing-masing dengan bonus yang sesuai dengan jenis paket yang diambil.

Selain itu, terdapat metode *Pay Per Click* (PPC) yang merupakan model *Affiliate Marketing* yang akan diterapkan oleh *Islamic Vibes* di masa depan. Dalam metode ini, para affiliator akan menerima bonus ketika calon konsumen yang diklik melalui tautan affiliator berhasil melakukan pendaftaran melalui situs web dari *Travel*. Bonus yang diberikan kepada affiliator akan tergantung pada kebijakan yang diterapkan oleh setiap perusahaan *Travel* Haji dan Umrah yang bermitra dengan *Islamic Vibes*.

Setiap *Travel* Haji dan Umrah yang bekerja sama dengan *Islamic Vibes* memiliki fleksibilitas dalam mengelola bonus yang diberikan kepada para affiliator mereka. Hal ini memungkinkan para *Travel* Haji dan Umrah untuk menyesuaikan bonus dengan kebijakan *Travel* dan tujuan pemasaran yang ingin dicapai. Dalam hal ini, *Islamic Vibes* bertindak sebagai platform yang memberikan dukungan dan sarana bagi perusahaan *Travel* Haji dan Umrah dalam mengelola dan memonitor bonus yang diberikan kepada affiliator dari para *Travel*.

2.6 Kolaborasi antara Islamic Vibes dan PT. Neekoi

PT Neekoi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang Haji dan Umrah. PT Neekoi menggunakan *Affiliate Marketing* untuk strategi pemasaran yang diterapkan. *Islamic Vibes* sebagai *start-up* yang bergerak di bidang yang sama dengan PT Neekoi melakukan berbagai komunikasi dan kolaborasi dengan PT Neekoi untuk mendapatkan ide dan kebutuhan yang diperlukan dalam pengembangan sistem yang dilakukan oleh *Islamic*

Vibes. Untuk kebutuhan dasar, PT Neekoi memerlukan sistem yang dapat melakukan manajemen data terkait dengan data jama'ah dan data paket yang ditawarkan oleh PT Neekoi. Untuk kebutuhan pemasaran, PT Neekoi memberikan penjelasan bahwa strategi *Affiliate Marketing* yang dilakukan adalah dengan memberikan rewards bagi jama'ah yang bertindak sebagai affiliator sesuai paket yang diambil. Jika affiliator melakukan pembelian terhadap paket umroh, maka rewards yang diberikan kepada affiliator adalah rewards khusus umroh yang ditentukan sesuai ketentuan perusahaan.. Jika affiliator melakukan pembelian terhadap paket haji, maka rewards yang diberikan kepada affiliator adalah rewards khusus haji yang ditentukan sesuai ketentuan perusahaan. Masing-masing kategori memerlukan syarat khusus dimana harus mengundang beberapa jama'ah agar dapat melakukan penarikan rewards. Terkait dengan transaksi rewards, PT Neekoi ingin memiliki sistem yang dapat menyimpan catatan transaksi terhadap rewards yang telah diberikan oleh PT Neekoi agar pihak affiliator memiliki kepercayaan dengan mereka melalui catatan transaksi rewards yang dilakukan.

PT Neekoi juga memberikan ide berupa kenaikan peringkat terhadap affiliator sehingga para affiliator dapat berlomba-lomba untuk menaikkan peringkat mereka. Dengan kenaikan peringkat tersebut, PT Neekoi akan memberikan rewards bagi affiliator sesuai peringkat yang dicapai. PT Neekoi memberikan syarat bahwa peringkat dibedakan sesuai dengan paket yang diambil apakah itu paket dengan kategori haji atau umrah dan setiap paket yang telah diverifikasi PT Neekoi akan mendapatkan 5 poin entah itu kategori paket haji atau umrah. Untuk kenaikan peringkat, dapat disimpulkan bahwa affiliator perlu mengumpulkan poin untuk mendapatkan kenaikan peringkat. Dengan melakukan kolaborasi tersebut, *Islamic Vibes* yang akan melakukan penerapan *Affiliate Marketing* terhadap sistem yang akan dikembangkan mendapatkan kebutuhan yang diperlukan dalam pengembangannya.

2.7 Metode *Waterfall*

Menurut Kurniawan (2020) Model *Waterfall* adalah pengembangan perangkat lunak yang sistematis dan sekuensial yang dimulai pada tingkat dan kemajuan sistem sampai pada analisis, desain, kode, test, dan pemeliharaan. Dalam proses tersebut setiap kegiatan utama harus diselesaikan secara menyeluruh dan tuntas sebelum melangkah ketahap berikutnya. Metode atau model *Waterfall* pertama kali dikenalkan oleh *Herbert D. Benington* dalam acara *Symposium on Advanced Programming Method for Digital Computers* yang diadakan pada tanggal 29 Juni 1956 (Suharya, 2022). Dalam pengembangannya, metode *waterfall*

mempunyai tahapan yang berurutan (Mahendra, 2023). Untuk penjelasannya adalah sebagai berikut:

a. *Requirements* (Kebutuhan)

Tahap *Requirements* (Kebutuhan) merupakan tahap perancangan spesifikasi kebutuhan pada sistem. Pada tahap ini sangat membantu *developer* sistem dalam menentukan perancangan dan persyaratan dari sistem.

b. *Design* (Desain)

Tahap berikutnya adalah tahap *Design* (Desain). Tahap Desain dilakukan sebelum proses pengkodean dimulai. Fokus utama tahap ini adalah memberikan gambaran rinci mengenai langkah-langkah yang harus dilakukan dan bagaimana visualisasi keseluruhan dari sistem yang diinginkan. Dalam tahap ini, tujuannya adalah untuk mengklarifikasi kebutuhan sistem yang akan digunakan, serta untuk merumuskan struktur keseluruhan dari sistem yang akan dibangun.

c. *Implementation* (Implementasi)

Tahap selanjutnya adalah *Implementation* (Implementasi) dimana tahap ini merupakan bagian eksekusi penulisan kode. Pada tahap ini, sistem yang akan dikembangkan akan dipecah menjadi komponen-komponen kecil (fitur) yang akan disusun kembali pada tahap berikutnya. Dalam tahap ini, juga akan dilakukan uji coba mendalam terhadap setiap komponen (fitur) yang telah diciptakan untuk memastikan apakah komponen atau fitur tersebut sudah berfungsi sesuai yang diinginkan atau belum.

d. *Integration and Testing* (Integrasi dan Pengujian)

Tahap berikutnya merupakan *Integration and Testing* (Integrasi dan Pengujian). *Integration* (Integrasi) merupakan tahap penggabungan komponen atau fitur yang telah dikembangkan pada tahap *Implementation* (Implementasi). Setelah komponen atau fitur telah digabungkan menjadi sebuah sistem, dilakukan pengujian terhadap sistem yang telah dibuat. Pengujian dilakukan untuk menguji setiap komponen atau fitur pada sistem untuk mengecek setiap kesalahan pada sistem.

e. *Operation and Maintenance* (Peluncuran dan Pemeliharaan)

Tahap terakhir merupakan *Operation and Maintenance* (Peluncuran dan Pemeliharaan). Tahap *Operation* (Peluncuran) merupakan tahap dimana sistem secara resmi diperkenalkan kepada pengguna. Setelah sistem resmi diperkenalkan, penting untuk melakukan *Maintenance* (Pemeliharaan) secara berkala memantau kinerja sistem. *Maintenance* (Pemeliharaan) harus dilakukan secara rutin guna memastikan sistem tetap beroperasi secara

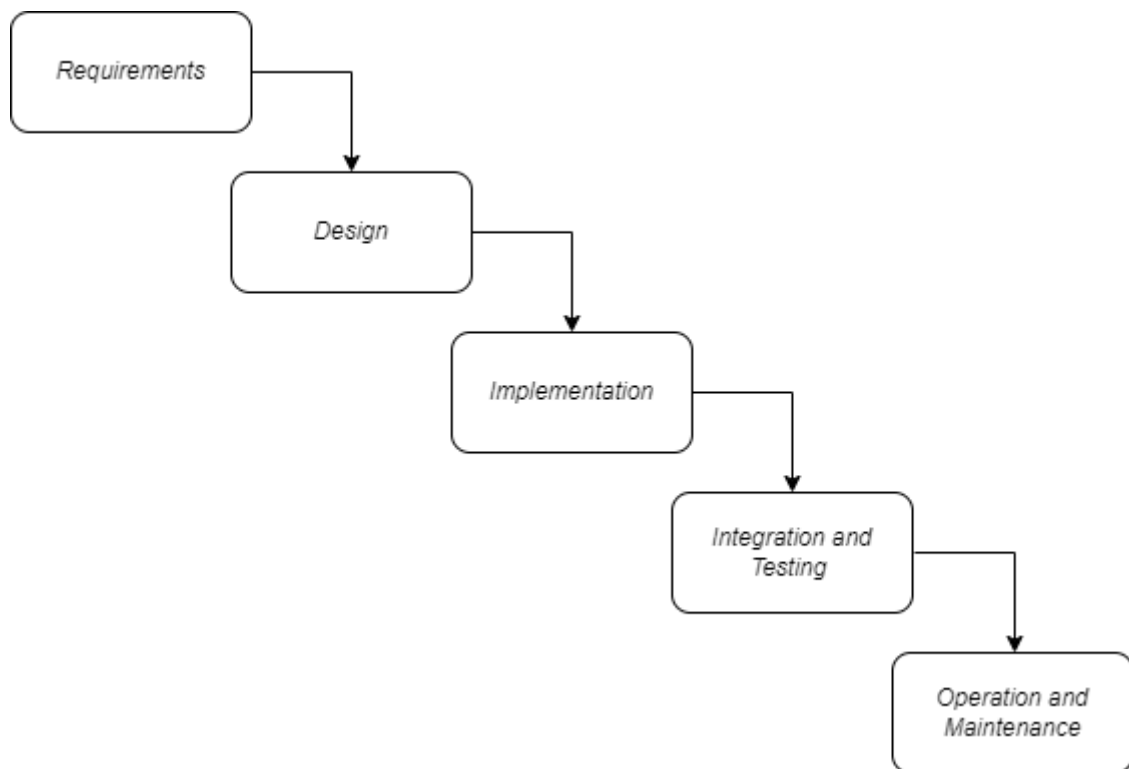
optimal. Respons terhadap masukan dari pengguna sangatlah penting, dan apabila diperlukan, perbaikan secara berkala diperlukan untuk meningkatkan fungsionalitas sistem.

2.8 Blackbox Testing

Blackbox testing adalah metode pengujian sistem di mana pengujian dilakukan tanpa memiliki detail informasi dari bagian-bagian internal atau implementasi sistem yang sedang diuji (Permatasari, 2020). Metode ini fokus pada pengujian fungsionalitas dan interaksi luar dari sistem tersebut. Dalam pengujian *Blackbox*, pengujian dilakukan berdasarkan input yang diberikan dan keluaran yang dihasilkan oleh sistem tanpa memeriksa kode atau struktur internal yang mendasarinya (Asrin, 2023). *Blackbox testing* memungkinkan pengujian untuk melakukan penilaian terhadap tingkat kesesuaian sistem dengan kebutuhan yang telah ditetapkan tanpa perlu melakukan keterlibatan dalam analisis aspek teknis implementasinya. Dengan demikian, *Blackbox testing* merupakan metode untuk memverifikasi kinerja sistem dari sudut pandang pengguna tanpa memerlukan pemahaman mendalam mengenai internalisasi teknis yang mendasarinya (Pasaribu et al., 2022).

BAB III METODOLOGI

Metodologi yang digunakan dalam pengembangan ini adalah metode *Waterfall*. Alasan penulis menggunakan metode *Waterfall* adalah dengan menggunakan metode tersebut, tahap pembangunan sistem jadi lebih terstruktur karena metode *Waterfall* memiliki tahap-tahap dimana tahap tersebut harus dilakukan secara berurutan. Urutan tahapan metode *Waterfall* terdapat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Tahapan Metode *Waterfall*

3.1 *Requirements* (Kebutuhan)

Pada tahap *Requirements* (Kebutuhan), dilakukan proses perancangan kebutuhan sistem dengan mengadakan analisis terhadap sejumlah *Travel* Haji dan Umrah yang telah menerapkan *Affiliate Marketing* dalam strategi pemasarannya. Tujuan dari analisa ini adalah untuk memahami secara mendalam tentang bagaimana model *Affiliate Marketing* diimplementasikan dalam industri *Travel* Haji dan Umrah. Dengan mengumpulkan informasi dari berbagai *Travel* Haji dan Umrah, perancangan kebutuhan sistem dapat lebih akurat dan sesuai dengan tuntutan yang ada pada industri *Travel* Haji dan Umrah. Informasi yang diperoleh dari analisa ini akan membantu dalam mengidentifikasi aspek-aspek kunci yang harus diperhatikan dalam pengembangan solusi *Affiliate Marketing* yang tepat untuk

mengatasi kebutuhan yang ada di industri *Travel* Haji dan Umrah. Selain itu, pemahaman yang mendalam tentang penerapan *Affiliate Marketing* di industri *Travel* Haji dan Umrah akan menjadi dasar yang kuat untuk merancang strategi yang efektif dan menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat. Analisis terhadap beberapa *Travel* Haji dan Umrah terdapat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 *Travel* Haji dan Umrah yang menerapkan *Affiliate Marketing*

No	Nama <i>Travel</i>	Metode <i>Affiliate</i>	Rincian Bonus	Manajemen Data
1	Neekoi Travel	<i>Pay per Sale (PPS)</i>	1,5 Juta/Jama'ah (Umroh) 7 Juta/Jama'ah (Haji)	Masih Manual
2	Alhijaz Indowisata	<i>Pay per Sale (PPS)</i>	500 ribu/Jama'ah (Umroh) 1 Juta/Jama'ah (Haji)	Masih Manual
3	Bonita Umrah	<i>Pay per Sale (PPS)</i>	1 Juta/Jama'ah (Hanya Umroh)	Masih Manual

Tabel 3.1 merupakan beberapa *Travel* Haji dan Umrah yang telah menerapkan *Affiliate Marketing* dalam strategi pemasarannya. Dalam tabel ini, terdapat informasi tentang berbagai *Travel* yang telah memanfaatkan model bisnis *Affiliate Marketing* untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan paket. Setiap *Travel* Haji dan Umrah memiliki kebijakan yang berbeda dalam memberikan insentif kepada para affiliator yang berhasil membawa konsumen. Setiap kolom dalam tabel ini mencakup detail tentang nama perusahaan, jenis metode *Affiliate*, serta jenis bonus atau imbalan yang diberikan kepada para affiliator berdasarkan kontribusi mereka. Informasi ini memberikan gambaran tentang variasi pendekatan yang digunakan oleh berbagai *Travel* dalam menjalankan program *Affiliate Marketing* mereka. Melalui analisis tabel ini, dapat dilihat bagaimana setiap *Travel* berusaha untuk menarik dan memotivasi affiliator dengan insentif yang beragam, termasuk bonus yang bervariasi sesuai dengan jenis dan jumlah jamaah yang berhasil diarahkan oleh affiliator. Hal ini mencerminkan fleksibilitas dan adaptabilitas yang ada dalam implementasi model *Affiliate Marketing*, sesuai dengan tujuan dan kebijakan masing-masing *Travel* Haji dan Umrah.

3.1.1 Kebutuhan Alur Bisnis

Penulis tertarik untuk memperbaharui *website* dari PT Neekoi, salah satu penyedia layanan tersebut yang memiliki hubungan dengan penulis. Penulis mengetahui bahwa PT Neekoi masih melakukan manajemen jama'ah dan manajemen paket secara manual, serta

memberikan rewards kepada affliator secara manual. Penulis merasa bahwa ini adalah peluang besar bagi PT Neekoi untuk meningkatkan efisiensi dan mendapatkan lebih banyak jama'ah melalui sistem. Penulis memutuskan untuk menghubungi PT Neekoi melalui *whatsapp* untuk menyampaikan ide. Dalam isi *whatsapp* tersebut, penulis menjelaskan potensi besar dalam mengembangkan *website* PT Neekoi agar dapat melakukan manajemen paket, manajemen jama'ah, dan pemberian rewards secara otomatis. Penulis juga mengusulkan bahwa paket perjalanan dapat dipesan oleh jama'ah secara online melalui *website* mereka, yang akan memberikan kemudahan bagi calon jama'ah. PT Neekoi menerima *whatsapp* dari penulis dan merasa tertarik dengan ide tersebut. PT Neekoi dan penulis membahas detail teknis implementasi *website* yang akan memungkinkan manajemen paket dan jama'ah secara otomatis. PT Neekoi juga membahas cara membangun sistem pemberian rewards yang dapat diotomatisasi berdasarkan kinerja affliator, seperti jumlah jama'ah yang berhasil diundang. Selain itu, PT Neekoi juga merencanakan untuk mengintegrasikan sistem target undangan. Jama'ah yang menggunakan layanan mereka akan memiliki target undangan tertentu yang perlu mereka capai agar berhak mendapatkan rewards tambahan. Misalnya, jika seorang jama'ah berhasil mengundang lima orang teman atau keluarga untuk menggunakan layanan Haji atau Umroh melalui PT Neekoi, mereka akan memenuhi syarat untuk mendapatkan rewards tambahan. Setelah berdiskusi secara mendalam, PT Neekoi dan penulis sepakat untuk bekerja sama sehingga mendapatkan alur bisnis yang akan digunakan dalam pengembangan *website*.

3.1.2 User Requirements (Kebutuhan Pengguna)

User requirements (kebutuhan pengguna) yang diperlukan setelah melakukan diskusi dengan PT Neekoi mencakup 2 kebutuhan, yaitu kebutuhan dasar dan kebutuhan strategi *affiliate marketing*. Pada kebutuhan dasar berfokus pada kebutuhan yang diperlukan pengguna yaitu *Admin* dan Jama'ah. *Admin* adalah bagian yang bertanggung jawab atas manajemen keseluruhan *website*, termasuk manajemen *Affiliate Marketing* pada *website*. *Admin* memerlukan fitur yang diperlukan untuk melakukan manajemen keseluruhan *website*, termasuk manajemen *Affiliate Marketing* pada *website* dengan mudah dan efisien. Kebutuhan Jama'ah pada *website* Islamic Vibes mencakup sejumlah fitur penting yang dirancang untuk meningkatkan intensitas penggunaan *website*. Jama'ah memerlukan akses mudah dan efisien ke berbagai fitur yang disediakan pada *website*. Kebutuhan *Pengguna* berdasarkan Analisa yang telah dilakukan terdapat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Kebutuhan Pengguna

No	Pengguna	Kebutuhan Fitur
1	Admin	<ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Paket • Manajemen Pesanan • Manajemen Rewards • Manajemen Pembayaran Rewards
2	Jama'ah	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan Pemesanan Paket • Melakukan Pembayaran Paket • Melakukan Withdraw Rewards

Tabel 3.2 Merupakan kebutuhan pengguna pada *website* untuk menerapkan *Affiliate Marketing* pada *website Islamic Vibes*. Kebutuhan fitur untuk *Admin* mencakup sistem manajemen paket yang efisien. Mengelola pesanan dengan baik, sistem manajemen rewards yang mudah dan fasilitas manajemen pembayaran *rewards* yang terpercaya. Sementara itu, Kebutuhan fitur untuk *Jama'ah* meliputi kemampuan untuk melakukan pemesanan paket dengan mudah, melakukan pembayaran paket dengan cepat dan aman dan diperlukan fitur yang memungkinkan *Jama'ah* melakukan *withdraw rewards* dengan lancar. Untuk kebutuhan strategi *affiliate marketing* terdapat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Kebutuhan Strategi *Affiliate Marketing*

No	Kebutuhan
1	Rewards diberikan kepada affiliator sesuai dengan paket yang diambil oleh jama'ah yang mereka undang
2	Rewards khusus umrah atau haji sesuai dengan jenis paket yang dibeli oleh affiliator
3	Kategori memerlukan syarat khusus untuk penarikan rewards, yaitu undangan jama'ah sesuai target yang diberikan
4	Transaksi rewards dicatat untuk membangun kepercayaan dengan affiliator
5	Affiliator dapat meningkatkan peringkat mereka dengan mengumpulkan poin
6	Setiap paket yang diverifikasi mendapatkan 5 poin, baik untuk kategori haji maupun umrah
7	Kategori haji dan kategori umrah memiliki peringkat yang berbeda
8	Setiap kenaikan level mendapatkan rewards tergantung kategori

Tabel 3.3 merupakan poin yang diperlukan untuk menerapkan strategi *affiliate marketing* pada *website Islamic Vibes* berdasarkan hasil kolaborasi dengan PT Neekoi.

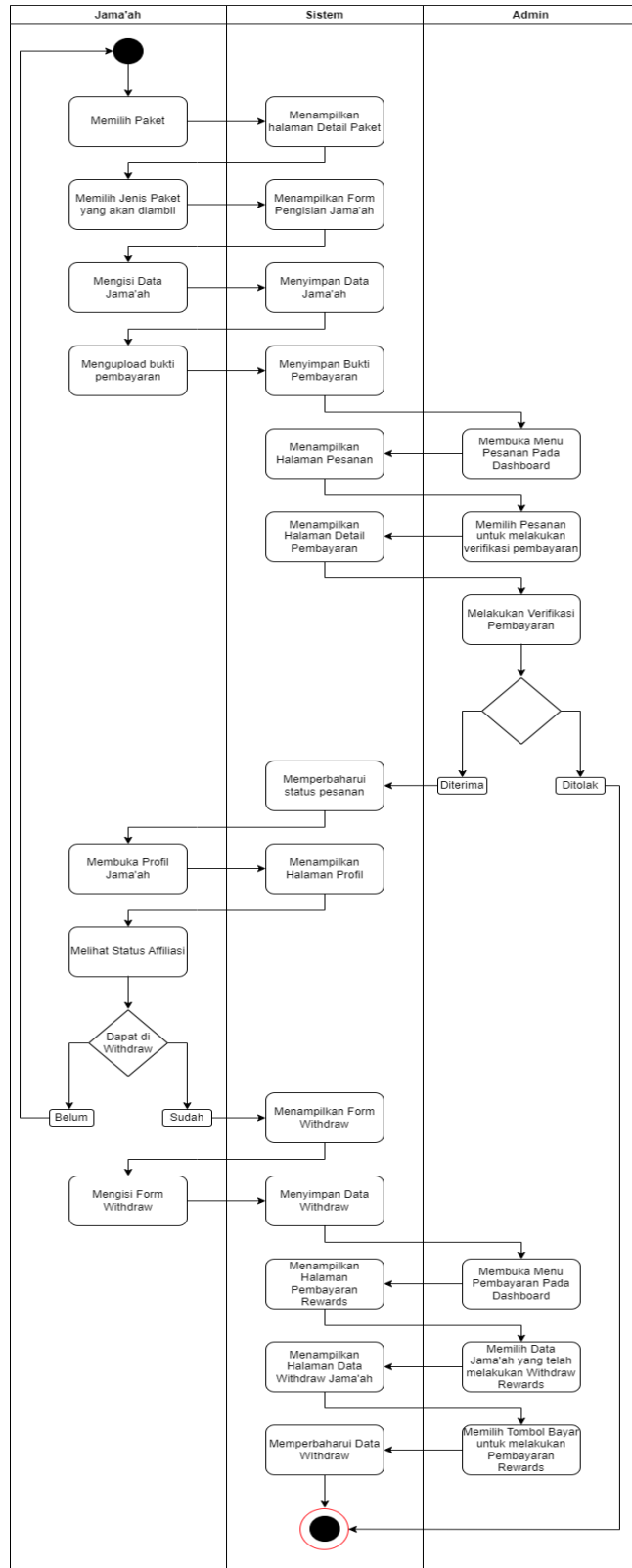
Dalam proses *Affiliate Marketing* yang diperlukan PT Neekoi, affiliator akan menerima rewards yang disesuaikan dengan jenis paket yang diambil oleh jama'ah yang mereka undang, baik itu paket umrah atau haji. Rewards tersebut akan bersifat khusus sesuai dengan kategori paket yang dibeli oleh affiliator. Untuk dapat menarik rewards, affiliator harus memenuhi syarat khusus, yakni mencapai target undangan jama'ah yang telah ditentukan. Semua transaksi rewards dicatat secara terperinci untuk memperkuat kepercayaan antara PT Neekoi dan affiliator. Affiliator memiliki kesempatan untuk meningkatkan peringkat mereka dengan mengumpulkan poin. Setiap paket yang berhasil diverifikasi akan memberikan 5 poin, berlaku untuk kategori haji maupun umrah. Kategori haji dan umrah memiliki peringkat yang berbeda, dan setiap kenaikan level membawa potensi rewards yang bervariasi sesuai dengan kategori paket yang diambil oleh affiliator.

3.2 Design (Desain)

Pada tahap ini, dilakukan penyusunan desain terhadap komponen-komponen yang dibutuhkan untuk memberikan pandangan tentang langkah-langkah yang perlu diambil dan bagaimana gambaran keseluruhan dari sistem yang diharapkan akan terwujud. Tahap ini mencakup perancangan elemen-elemen seperti Alur Bisnis Sistem, *Use Case* sistem, *Activity Diagram* sistem, serta pengembangan *Prototype* sistem.

3.2.1 Alur Bisnis Sistem

Alur bisnis sistem adalah langkah-langkah atau proses yang terjadi dalam operasi suatu bisnis atau organisasi. proses ini mencakup tahapan pengumpulan informasi, analisis, pengambilan keputusan, implementasi, pengendalian, evaluasi, pelaporan, dan pengembangan. Alur Bisnis yang dibuat merupakan hasil kolaborasi yang telah dilakukan dengan PT Neekoi. Alur bisnis dasar *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes* terdapat pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2 Alur Bisnis *Affiliate Marketing* Pada *Islamic Vibes*

Gambar 3.2 merupakan tahapan alur bisnis yang menggambarkan proses bagaimana langkah-langkah yang dilakukan oleh affiliator untuk mendapatkan rewards dari *travel*. Pertama, jamaah mendaftarkan akun pada sistem sebagai affiliator. Kemudian, affiliator memilih paket yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Setelah itu, affiliator memilih jenis paket, seperti *single*, *double*, *triple*, atau *quad*, dan mulai mengisi data jama'ah yang diajak. Setelah data jama'ah lengkap, affiliator memproses pemesanan paket dan melakukan pembayaran. Affiliator harus mengunggah bukti pembayaran untuk validasi. Jika pembayaran berhasil divalidasi, paket akan disetujui dan jumlah jama'ah yang diajak akan dihitung. Affiliator akan menerima bonus berdasarkan jumlah jama'ah yang diajak dan bonus akan ditampilkan pada halaman profil. Affiliator dapat melakukan *withdraw* jika jumlah jama'ah yang diajak telah memenuhi ketentuan sistem.

3.2.2 *Use Case*

Pada proses desain *Use Case* Sistem, langkah-langkah interaksi antara berbagai komponen dalam sistem dianalisis secara terperinci. *Use Case* menyajikan rangkaian skenario yang menggambarkan bagaimana pengguna, baik itu calon jamaah maupun affiliator, berinteraksi dengan sistem. Tujuannya adalah untuk memahami berbagai aksi yang mungkin terjadi dalam penggunaan sistem.

a. *Use Case* untuk *Admin*

Use Case untuk *Admin* dalam perannya untuk melakukan manajemen *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes* terdapat pada Gambar 3.3.

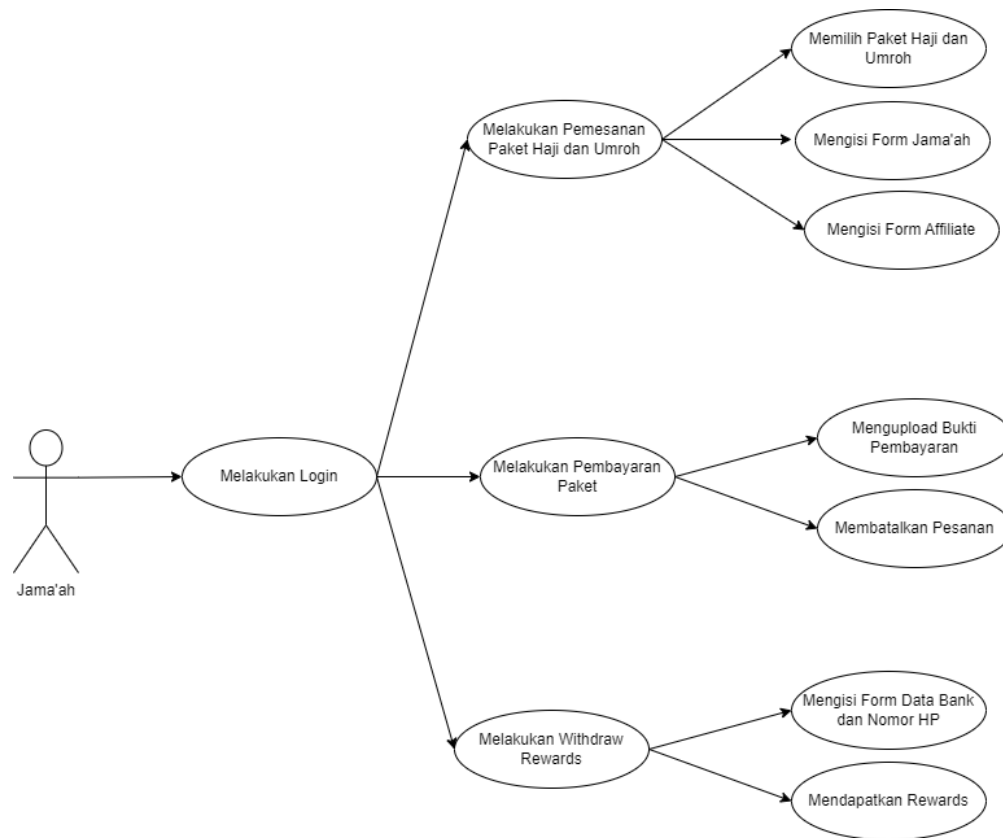


Gambar 3.3 *Use Case Admin*

Gambar 3.3 Merupakan *Use Case* untuk *Admin* dalam perannya untuk melakukan manajemen *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes*. *Use Case* dibuat berdasarkan kebutuhan pengguna yang telah di analisis sebelumnya. *Use Case* ini mencakup serangkaian tindakan dan interaksi yang perlu dilakukan oleh *Admin* untuk menjalankan perannya pada website.

b. *Use Case* untuk Jama'ah

Use Case untuk Jama'ah dalam perannya untuk melakukan manajemen *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes* terdapat pada Gambar 3.4.



Gambar 3.4 *Use Case* Jama'ah

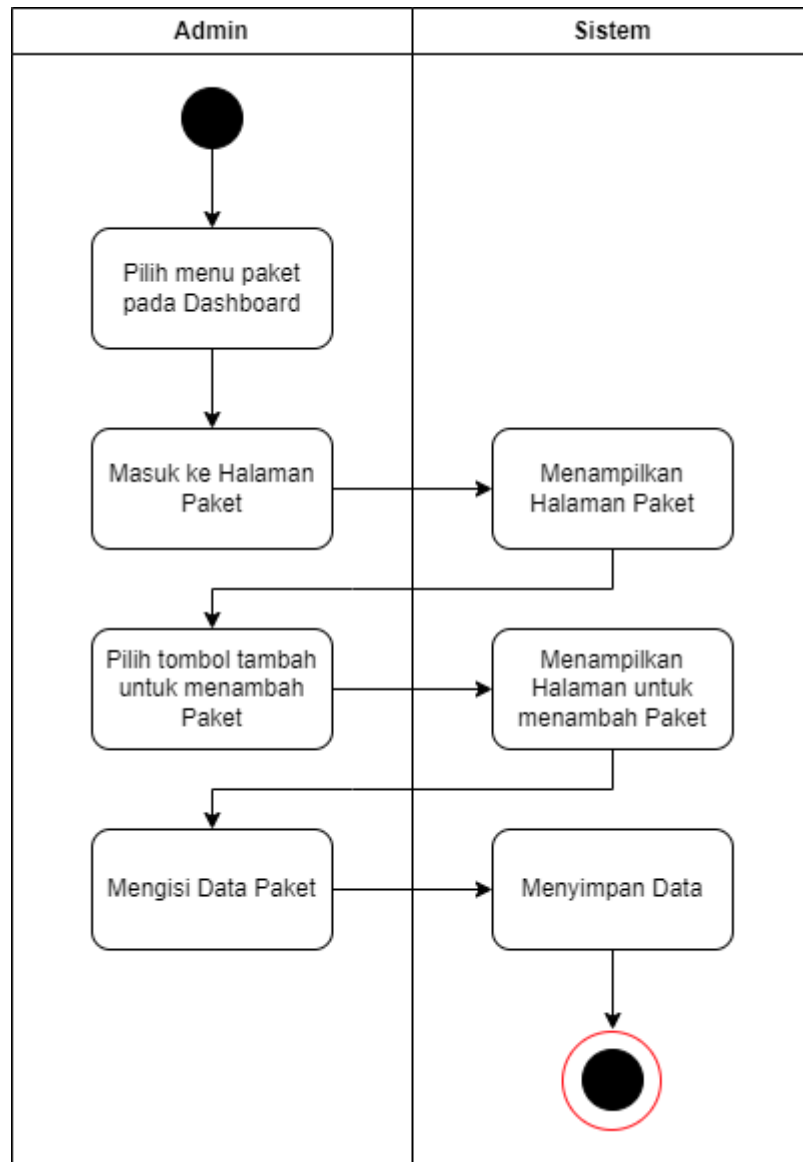
Gambar 3.4 Merupakan *Use Case* untuk Jama'ah dalam perannya untuk melakukan manajemen *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes*. *Use Case* dibuat berdasarkan kebutuhan pengguna yang telah di analisis sebelumnya. *Use Case* ini mencakup serangkaian tindakan dan interaksi yang perlu dilakukan oleh Jama'ah untuk menjalankan perannya pada website.

3.2.3 *Activity Diagram*

Activity Diagram sistem memberikan visualisasi grafis tentang alur kerja atau aliran aktivitas dalam sistem secara keseluruhan. Diagram ini membantu mengidentifikasi proses-proses utama serta urutan langkah-langkah yang harus diambil dalam setiap aktivitas. *Activity Diagram* juga membantu dalam mengenali bagian-bagian dari sistem yang perlu ditingkatkan atau dioptimalkan.

a. *Activity Diagram Admin* pada manajemen paket

Activity Diagram Admin pada manajemen paket untuk melakukan manajemen *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes* terdapat pada Gambar 3.5.

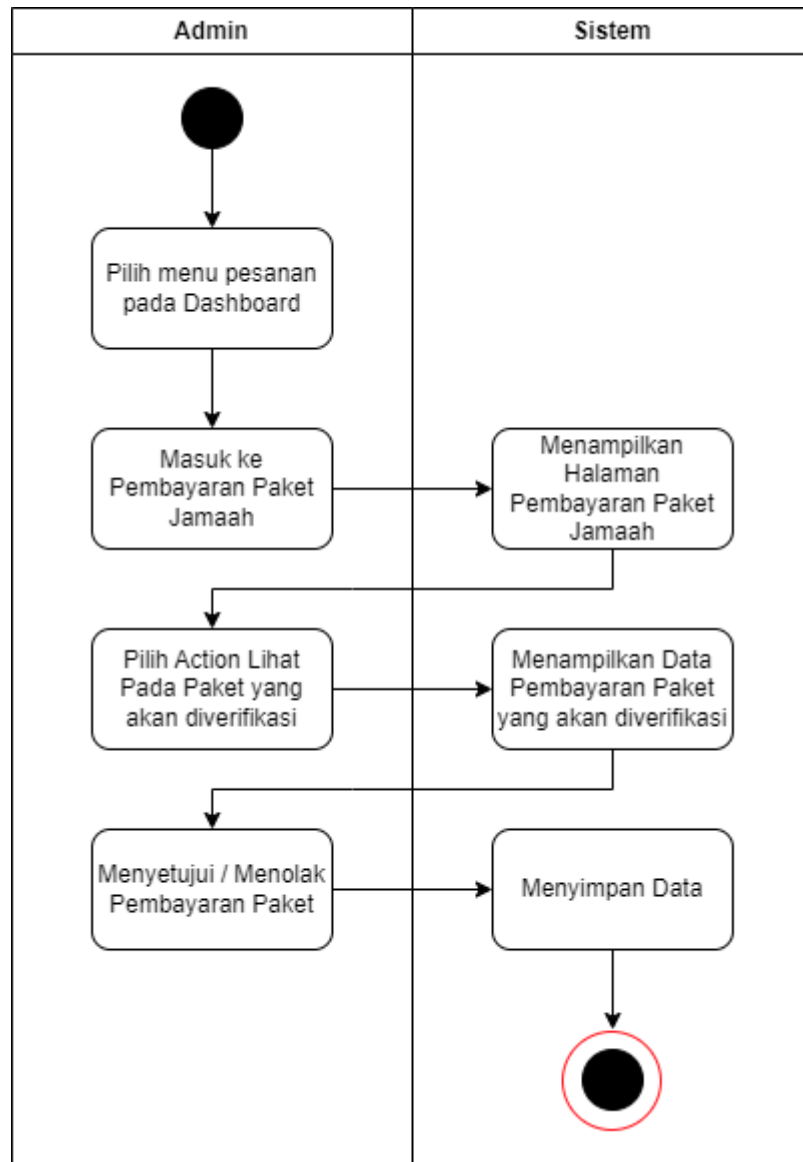


Gambar 3.5 *Activity Diagram Admin* pada manajemen paket

Gambar 3.5 merupakan *Activity Diagram Admin* pada manajemen paket untuk melakukan penerapan *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes*. *Activity Diagram* ini dibuat berdasarkan *Use Case Admin* yang telah di buat sebelumnya. *Activity Diagram* ini mencakup serangkaian tindakan dan interaksi yang perlu dilakukan oleh *Admin* untuk melakukan manajemen paket pada *website*.

b. *Activity Diagram Admin* pada manajemen pesanan

Activity Diagram Admin pada manajemen pesanan untuk melakukan manajemen *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes* terdapat pada Gambar 3.6.

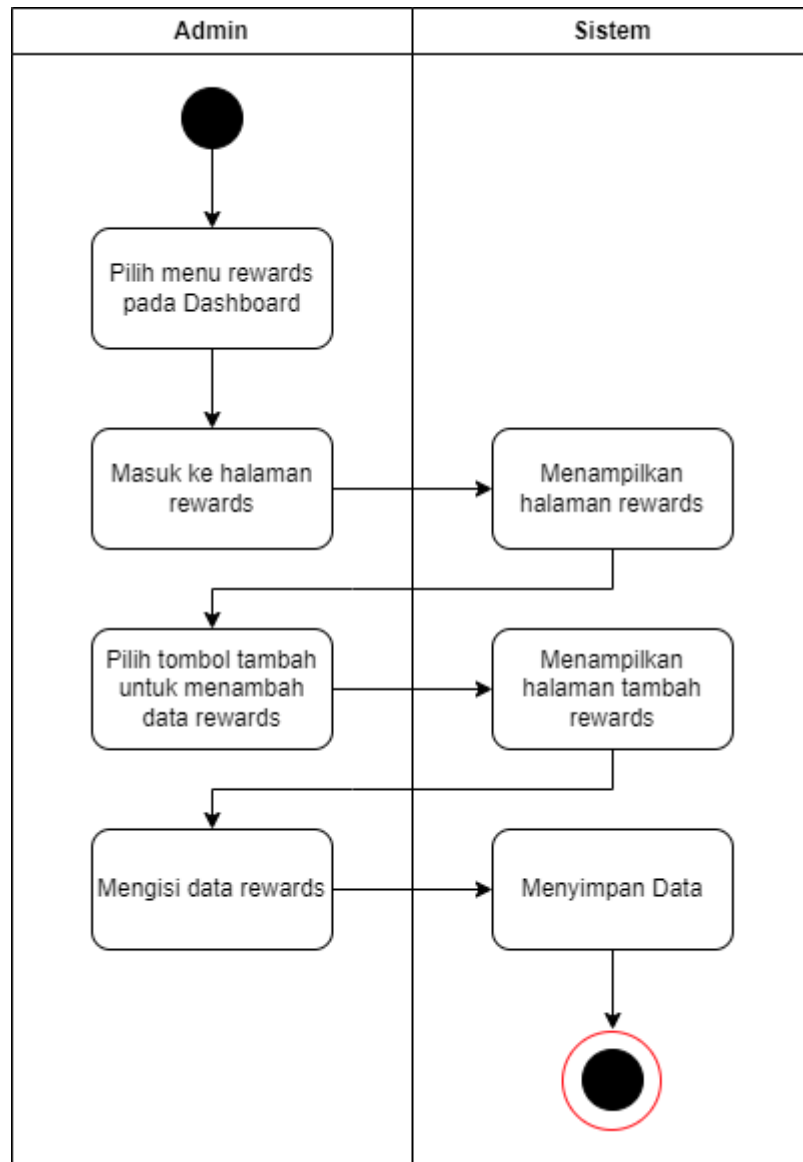


Gambar 3.6 *Activity Diagram Admin* pada manajemen pesanan

Gambar 3.6 merupakan *Activity Diagram Admin* pada manajemen pesanan untuk melakukan penerapan *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes*. *Activity Diagram* dibuat berdasarkan *Use Case Admin* yang telah di buat sebelumnya. *Activity Diagram* ini mencakup serangkaian tindakan dan interaksi yang perlu dilakukan oleh *Admin* untuk melakukan manajemen pesanan pada *website*.

c. *Activity Diagram Admin* pada manajemen *rewards*

Activity Diagram Admin pada manajemen *rewards* untuk melakukan manajemen *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes* terdapat pada Gambar 3.7.

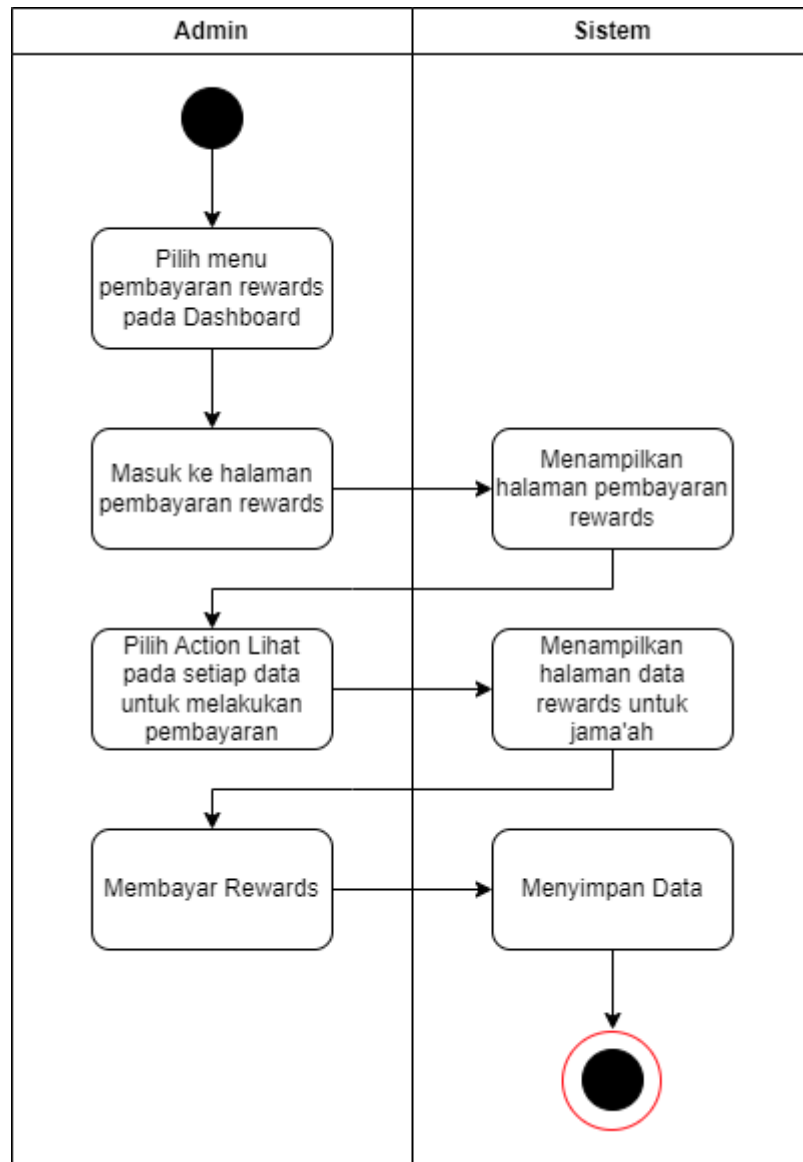


Gambar 3.7 *Activity Diagram Admin* pada manajemen rewards

Gambar 3.7 merupakan *Activity Diagram Admin* pada manajemen rewards untuk melakukan penerapan *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes*. *Activity Diagram* dibuat berdasarkan *Use Case Admin* yang telah di buat sebelumnya. *Activity Diagram* ini mencakup serangkaian tindakan dan interaksi yang perlu dilakukan oleh *Admin* untuk melakukan manajemen rewards pada website.

d. *Activity Diagram Admin* pada manajemen pembayaran rewards

Activity Diagram Admin pada manajemen rewards untuk melakukan manajemen *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes* terdapat pada Gambar 3.8.

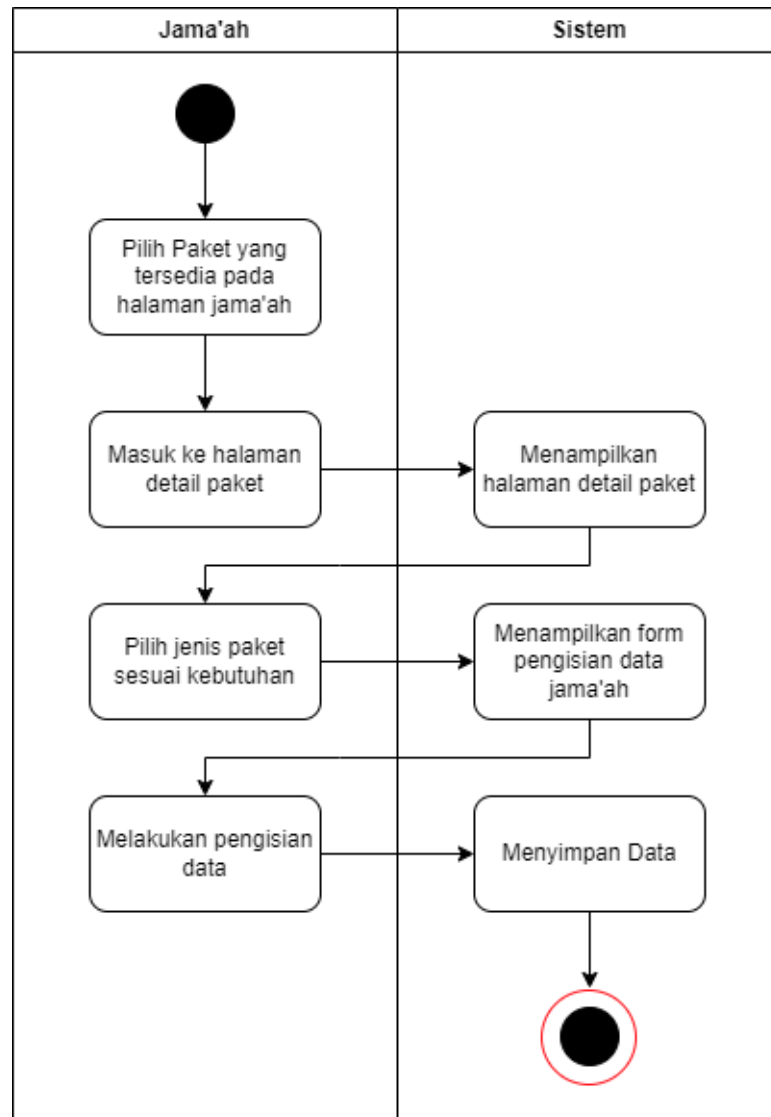


Gambar 3.8 *Activity Diagram Admin* pada manajemen pembayaran *rewards*

Gambar 3.8 merupakan *Activity Diagram Admin* pada manajemen pembayaran *rewards* untuk melakukan penerapan *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes*. *Activity Diagram* dibuat berdasarkan *Use Case Admin* yang telah di buat sebelumnya. *Activity Diagram* ini mencakup serangkaian tindakan dan interaksi yang perlu dilakukan oleh *Admin* untuk melakukan pembayaran *rewards* pada jama'ah.

e. *Activity Diagram* Jama'ah pada pemesanan paket

Activity Diagram Jama'ah pemesanan paket untuk penerapan *Affiliate Marketing* *Website Islamic Vibes* terdapat pada Gambar 3.9.

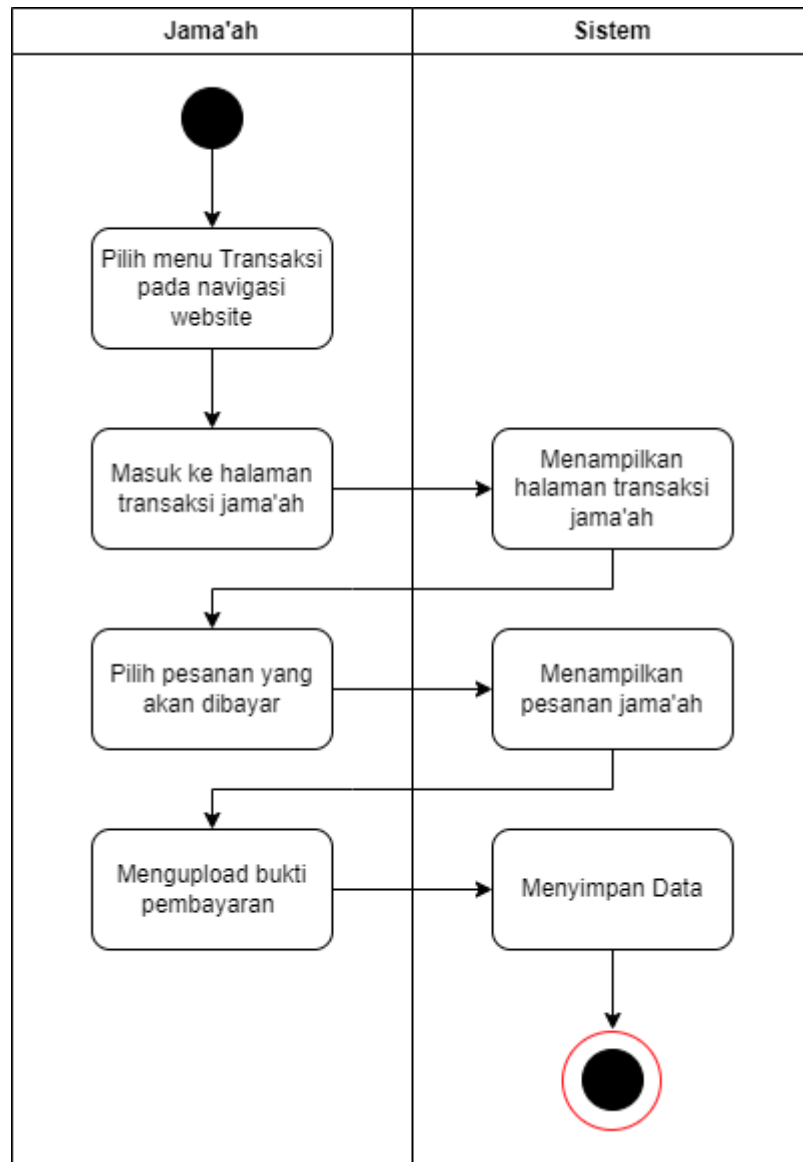


Gambar 3.9 *Activity Diagram* Jama'ah pada pemesanan paket

Gambar 3.9 merupakan *Activity Diagram* Jama'ah pada pemesanan paket untuk melakukan penerapan *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes*. *Activity Diagram* dibuat berdasarkan *Use Case* Jama'ah yang telah di buat sebelumnya. *Activity Diagram* ini mencakup serangkaian tindakan dan interaksi yang perlu dilakukan oleh Jama'ah untuk melakukan pemesanan paket.

f. *Activity Diagram* Jama'ah pada pembayaran paket

Activity Diagram Jama'ah pembayaran paket untuk penerapan *Affiliate Marketing* *Website Islamic Vibes* terdapat pada Gambar 3.10.

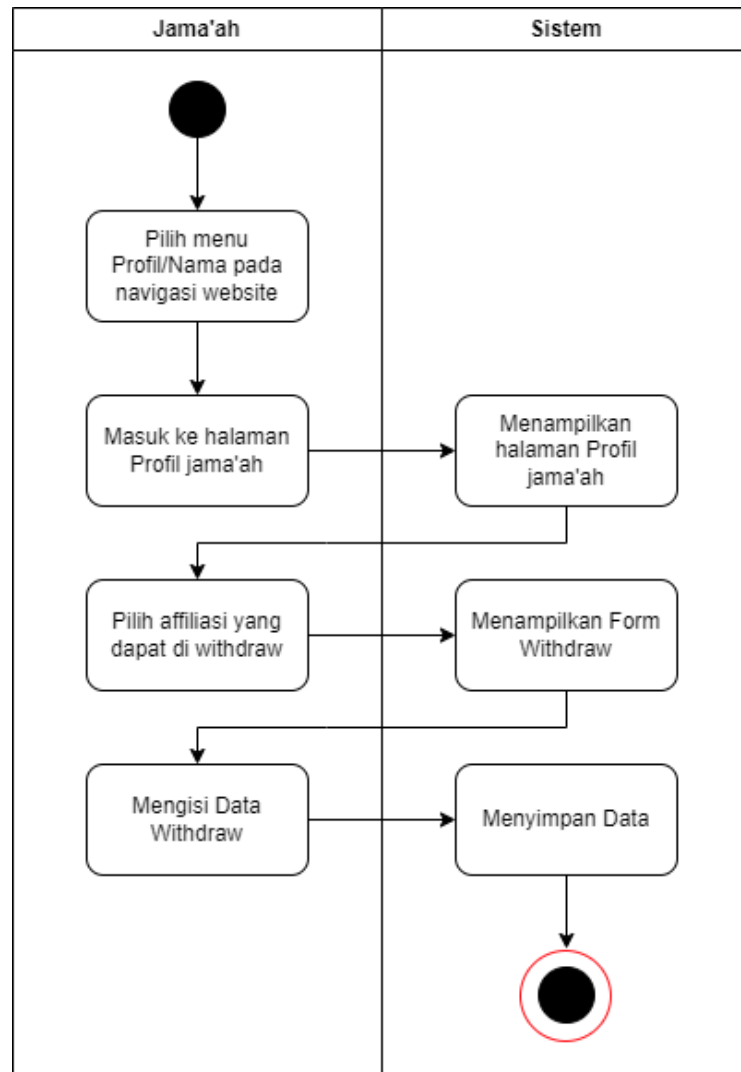


Gambar 3.10 *Activity Diagram* Jama'ah pada pembayaran paket

Gambar 3.10 merupakan *Activity Diagram* Jama'ah pada pembayaran paket untuk melakukan penerapan *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes*. *Activity Diagram* dibuat berdasarkan *Use Case* Jama'ah yang telah di buat sebelumnya. *Activity Diagram* ini mencakup serangkaian tindakan dan interaksi yang perlu dilakukan oleh Jama'ah untuk melakukan pembayaran paket.

g. *Activity Diagram* Jama'ah pada *withdraw rewards*

Activity Diagram Jama'ah *withdraw rewards* untuk penerapan *Affiliate Marketing* *Website Islamic Vibes* terdapat pada Gambar 3.11.

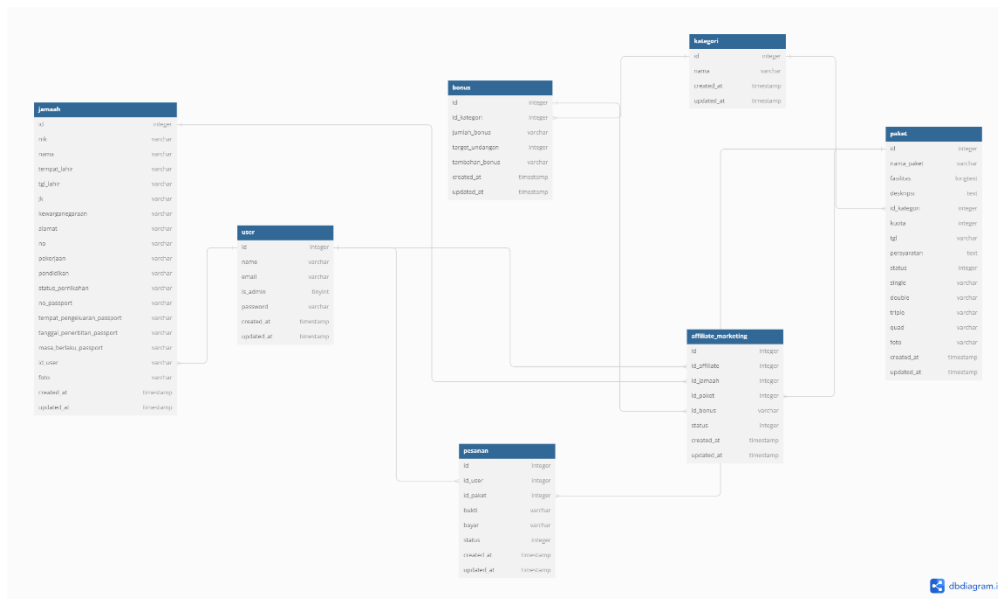


Gambar 3.11 *Activity Diagram* Jama'ah pada *withdraw rewards*

Gambar 3.11 merupakan *Activity Diagram* Jama'ah pada *withdraw rewards* untuk melakukan penerapan *Affiliate Marketing* pada *Website Islamic Vibes*. *Activity Diagram* ini dibuat berdasarkan *Use Case* Jama'ah yang telah di buat sebelumnya. *Activity Diagram* ini mencakup serangkaian tindakan dan interaksi yang perlu dilakukan oleh Jama'ah untuk melakukan *withdraw rewards*.

3.2.4 Desain Basis Data

Desain Basis data pada sistem *Travel* Haji dan Umrah dibuat berdasarkan *Activity Diagram* yang telah disusun sebelumnya. Untuk Desain Basis Data dapat dilihat pada Gambar 3.12.



Gambar 3.12 Desain Basis Data

Gambar 3.12 Merupakan Desain Basis Data yang telah dibuat. Berikut merupakan penjelasan dari desain basis data yang telah tersebut:

a. Tabel *User*

Tabel *User* merupakan tabel yang digunakan untuk menyimpan data *user* pada sistem. Tabel user berisi id, name, email, password, dan is_admin. Kolom is_admin digunakan untuk menentukan apakah user yang masuk adalah admin atau jama'ah.

b. Tabel *Jamaah*

Tabel *Jama'ah* merupakan tabel yang digunakan untuk menyimpan data *jama'ah* pada sistem. Tabel *jama'ah* terdiri dari id, nik, nama, tempat_lahir, tgl_lahir, jk, kewarganegaraan, alamat, no, pekerjaan, pendidikan, status_pernikahan, no_passport, tempat_pengeluaran_passport, tanggal_penerbitan_passport, masa_berlaku_passport, id_user, dan foto. Tabel *Jama'ah* memiliki relasi dengan tabel *User*. Kolom id_user merupakan *foreign_key* yang digunakan untuk menghubungkan tabel *jama'ah* dengan tabel *User*.

c. Tabel *Kategori*

Tabel *Kategori* merupakan tabel yang digunakan untuk menyimpan data kategori. Tabel *Kategori* berisi id dan nama. Tabel ini digunakan untuk memilih kategori paket dan kategori dari bonus.

d. Tabel *Paket*

Tabel *Paket* merupakan tabel yang digunakan untuk menyimpan data paket dari *Travel* Haji dan Umrah. Tabel *Paket* berisi id, nama_paket, fasilitas, deskripsi, id_kategori, kuota, tgl, persyaratan, status, harga_single, harga_double, harga_triple, harga_quad, dan foto. Tabel

Paket memiliki relasi dengan tabel Kategori. *Id_kategori* merupakan *foreign_key* yang digunakan untuk menghubungkan tabel paket dengan tabel Kategori.

e. Tabel Bonus

Tabel Bonus merupakan tabel yang digunakan untuk menyimpan data bonus dari *affiliate marketing*. Tabel Bonus berisi *id*, *id_kategori*, *jumlah_bonus*, *target_undangan*, dan *tambahan_bonus*. Tabel ini memiliki relasi dengan tabel Kategori. *Id_kategori* merupakan *foreign_key* yang digunakan untuk menghubungkan tabel bonus dengan tabel Kategori.

f. Tabel Pesanan

Tabel Pesanan merupakan tabel yang digunakan untuk menyimpan data pesanan yang dilakukan oleh jama'ah. Tabel Pesanan berisi *id*, *id_user*, *id_paket*, *bukti*, *bayar*, dan *status*. Tabel ini memiliki relasi dengan tabel *User* dan tabel Paket. *Id_user* merupakan *foreign_key* yang digunakan untuk menghubungkan tabel pesanan dengan tabel *User*. *Id_paket* merupakan *foreign_key* yang digunakan untuk menghubungkan tabel pesanan dengan tabel Paket.

g. Tabel *Affiliate Marketing*

Tabel *Affiliate Marketing* merupakan tabel yang digunakan untuk menyimpan data dari *Affiliate Marketing* pada sistem. Tabel *Affiliate Marketing* berisi *id*, *id_affiliate*, *id_jamaah*, *id_paket*, *id_bonus*, dan *status*. Tabel ini memiliki relasi dengan tabel *User*, tabel Jama'ah, tabel Paket, dan tabel Bonus. *Id_affiliate* merupakan *foreign_key* yang digunakan untuk menghubungkan tabel *Affiliate Marketing* dengan tabel *User*. *Id_jamaah* merupakan *foreign_key* yang digunakan untuk menghubungkan tabel *Affiliate Marketing* dengan tabel Jamaah. *Id_paket* merupakan *foreign_key* yang digunakan untuk menghubungkan tabel *Affiliate Marketing* dengan tabel Paket. *Id_bonus* merupakan *foreign_key* yang digunakan untuk menghubungkan tabel *Affiliate Marketing* dengan tabel Bonus.

3.2.5 *Prototype*

Salah satu aspek penting dalam tahap desain adalah pengembangan *Prototype* sistem. *Prototype* adalah rancangan awal dari antarmuka atau tampilan sistem yang dapat memberikan gambaran nyata tentang bagaimana pengguna akan berinteraksi dengan sistem. Dengan adanya *Prototype*, *Developer* dapat lebih mudah memahami sejauh mana desain dan fungsi sistem telah dikerjakan. langkah ini memungkinkan untuk mengidentifikasi perbaikan yang mungkin diperlukan sebelum tahap implementasi.

3.3 *Implementation (Implementasi)*

Pada tahap implementasi, perancangan yang telah disusun akan diubah menjadi bentuk nyata dari sistem yang direncanakan. Pada tahap ini, fokus utama adalah mengambil desain yang telah dirinci dan mengembangkan sistem yang sesuai dengan desain yang telah dibuat. Pada sistem *Islamic Vibes*, implementasi sistem dilakukan dengan menggunakan *Framework Laravel* yang dibangun dengan bahasa pemrograman *PHP*, serta didukung oleh basis data *MySQL* untuk menyimpan dan mengelola informasi yang dibutuhkan.

Framework Laravel menjadi pilihan *Developer* dalam pengembangan sistem karena menyediakan kerangka yang terstruktur dalam pengembangan sistem. Dengan menggunakan *Laravel*, developer dapat memanfaatkan berbagai fitur dan komponen siap pakai untuk mempercepat proses pengembangan sistem. Basis data *MySQL* digunakan untuk menyimpan semua informasi terkait data dari *Travel Haji dan Umrah*, affiliator, bonus, serta data-data lain yang diperlukan dalam sistem.

Selama tahap implementasi, setiap komponen sistem seperti antarmuka pengguna, sistem manajemen data, serta fitur-fitur khusus *Islamic Vibes* dikembangkan sesuai dengan desain yang telah disusun sebelumnya. Setiap elemen diintegrasikan sesuai dengan desain yang telah dibuat untuk memastikan bahwa sistem berjalan dengan lancar dan sesuai dengan ekspektasi. Pengujian komponen juga dilakukan selama proses implementasi untuk mengidentifikasi dan memperbaiki setiap bug atau masalah yang mungkin muncul.

BAB IV

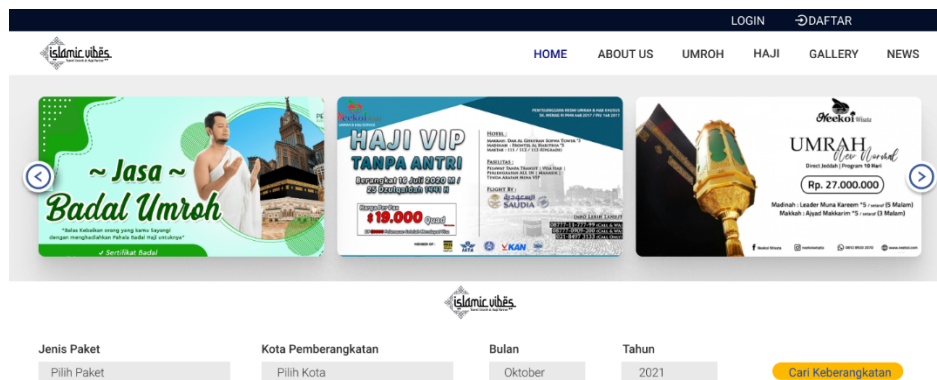
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 *Prototype Website Islamic Vibes*

4.1.1 *Prototype Halaman Utama*

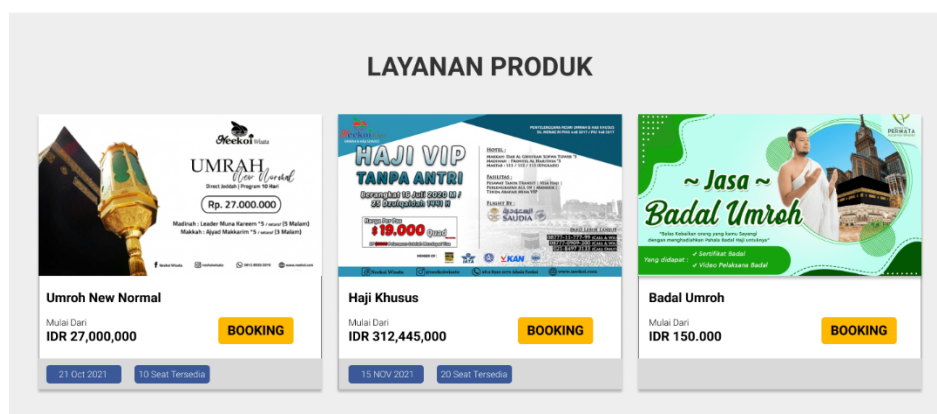
a. *Prototype Halaman Utama*

Prototype Halaman Utama pada Website Islamic Vibes dapat dilihat pada Gambar 4.1.



JADWAL KEBERANGKATAN

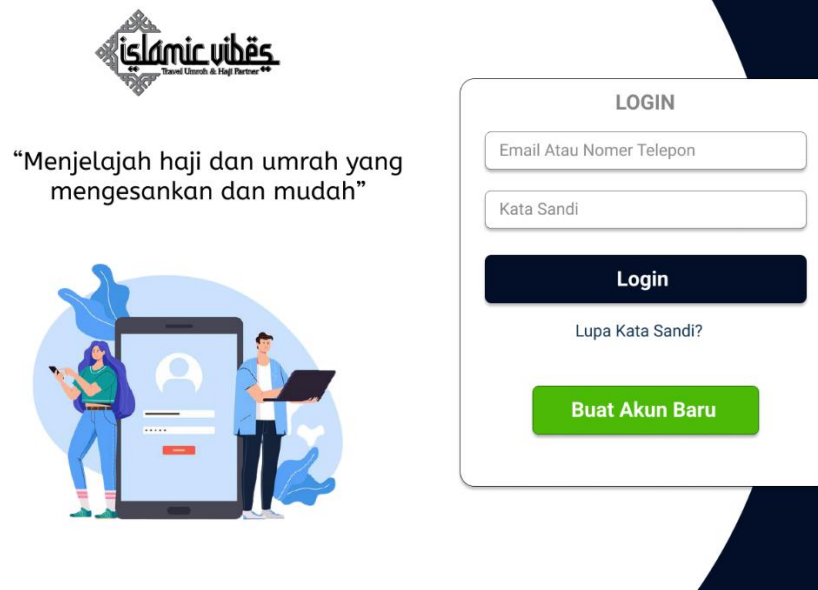
Jenis Paket	Tanggal	Double	Triple	Quad	Status	Sisa Seat	Detail
Umroh New Normal	21 Oct 2021	IDR 27.000.000	IDR	IDR	OPEN	10	Lihat Paket
Umroh Akhir Bulan	31 Oct 2021	IDR 35.000.000	IDR 32.000.000	IDR 30.000.000	OPEN	15	Lihat Paket
Haji Khusus	15 Nov 2021	IDR 312.455.000	IDR 298.252.500	IDR 284.050.000	OPEN	20	Lihat Paket
Haji Furoda	22 Nov 2021	IDR 312.455.000	IDR 298.252.500	IDR 284.050.000	OPEN	25	Lihat Paket



Gambar 4.1 *Prototype Halaman Utama*

b. *Prototype Halaman Login*

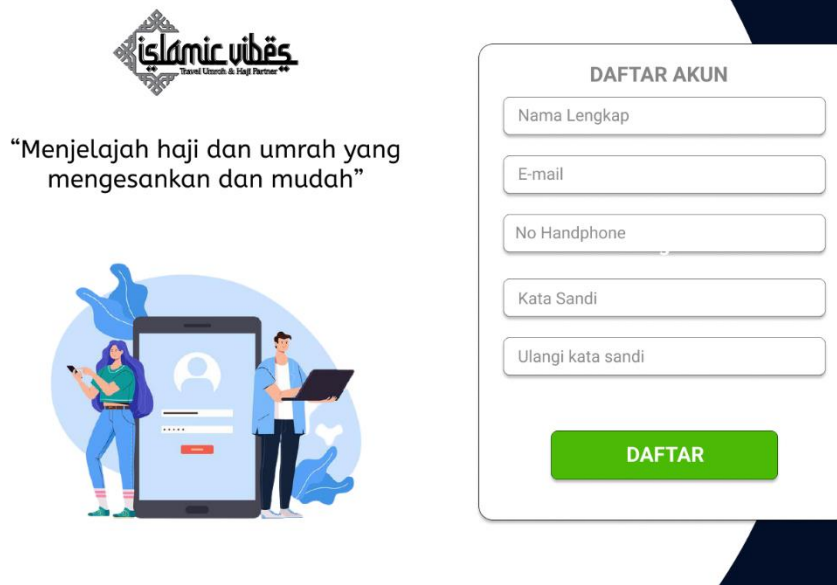
Prototype Halaman Login pada Website Islamic Vibes dapat dilihat pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2 *Prototype Halaman Login*

c. *Prototype Halaman Register*

Prototype Halaman Register pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada



Gambar 4.3 *Prototype Halaman Register*

4.1.2 *Prototype Halaman Admin*

a. *Prototype Halaman Manajemen Paket pada Admin*

Prototype Halaman Manajemen Paket Admin pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.4.

Gambar 4.4 *Prototype* Halaman Manajemen Paket Admin

b. *Prototype* Halaman Manajemen Pesanan pada Admin

Prototype Halaman Manajemen Pesanan Admin pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.5.

Gambar 4.5 *Prototype* Halaman Manajemen Pesanan Admin

c. *Prototype* Halaman Manajemen Rewards pada Admin

Prototype Halaman Manajemen Rewards Admin pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.6.

Gambar 4.6 *Prototype* Halaman Manajemen Rewards Admin

4.1.3 *Prototype* Halaman Jama'ah

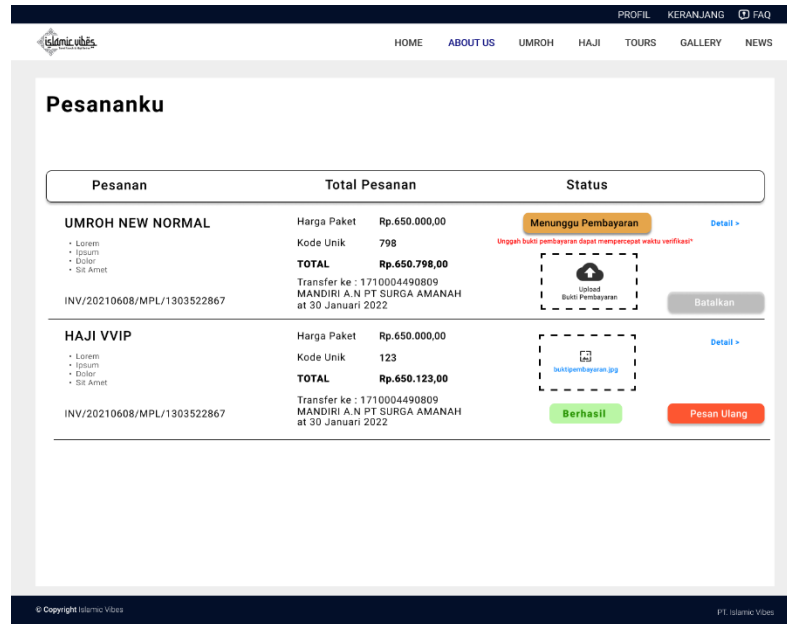
a. *Prototype* Halaman Pemesanan Paket pada Jama'ah

Prototype Halaman Pemesanan Paket Jama'ah pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.7.

Gambar 4.7 *Prototype* Halaman Pemesanan Paket Jama'ah

b. *Prototype* Halaman Pembayaran Paket pada Jama'ah

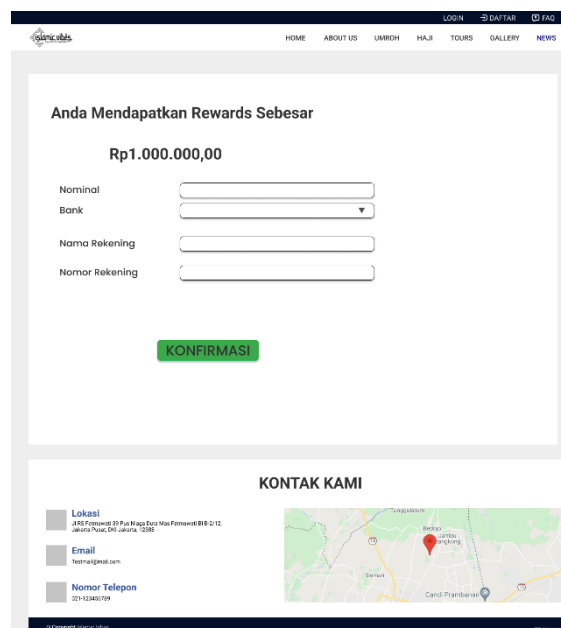
Prototype Halaman Pembayaran Paket Jama'ah pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.8.



Gambar 4.8 *Prototype* Halaman Pembayaran Paket Jama'ah

c. *Prototype* Halaman *Withdraw Rewards* pada Jama'ah

Prototype Halaman *Withdraw Rewards* Jama'ah pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.9.



Gambar 4.9 *Prototype* Halaman *Withdraw Rewards* Jama'ah

4.2 Implementasi *Website Islamic Vibes*

4.2.1 Implementasi Halaman Utama

a. Implementasi Halaman Utama

Implementasi Halaman Utama pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.10.

contact@islamic-vibes.com +62 123456789 EDOGAWA TRANSAKSI KELUAR

Home About Us Umroh Haji

JADWAL KEBERANGKATAN

Nama Paket	Tanggal	Double	Triple	Quad	Status	Sisa	Detail
Umroh New Normal	20 Nov 2022	IDR 10.000.000	IDR 20.000.000	IDR 30.000.000	Aktif	100	Lihat Paket
Umrah Darusallam	13 Sep 2023	IDR 42.400.000	IDR 39.400.000	IDR 37.900.000	Aktif	4	Lihat Paket
Umroh Super Hemat 13 Hr 1445H	05 Oct 2023	IDR 35.499.000	IDR 32.499.000	IDR 30.999.000	Aktif	36	Lihat Paket
Haji Furoda Reguler 2024	17 Sep 2024	IDR 68.967.000	IDR 68.967.000	IDR 68.967.000	Aktif	12	Lihat Paket
Paket Haji Deluxe	20 Dec 2023	IDR 383.150.000	IDR 383.150.000	IDR 383.150.000	Aktif	8	Lihat Paket

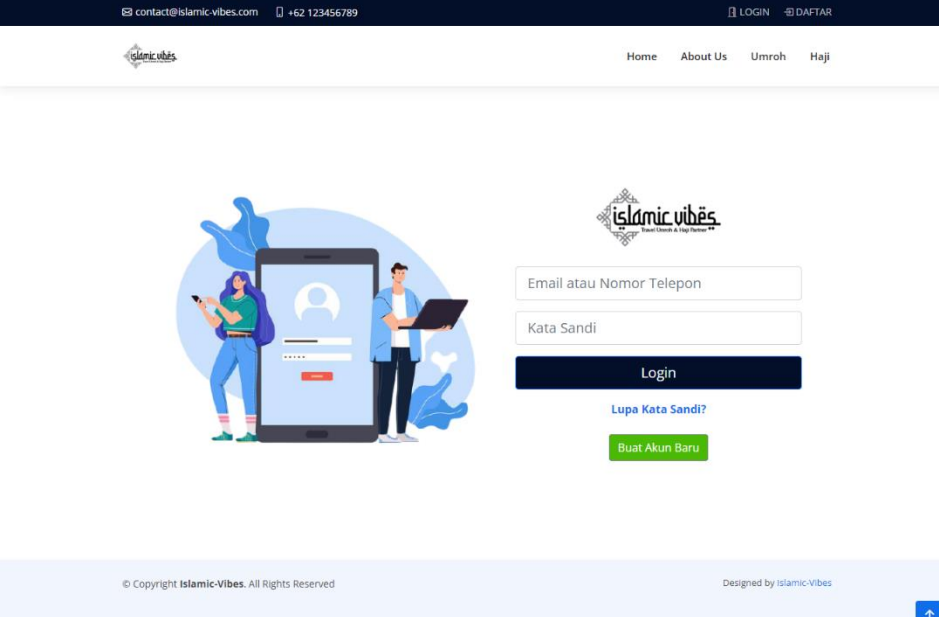
LAYANAN PRODUK

© Copyright Islamic-Vibes. All Rights Reserved. Designed by Islamic-Vibes

Gambar 4.10 Implementasi Halaman Utama

b. Implementasi Halaman *Login*

Implementasi Halaman *Login* pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.11.



contact@islamic-vibes.com +62 123456789 LOGIN DAFTAR

islamic vibes Home About Us Umroh Haji

islamic vibes

Email atau Nomor Telepon

Kata Sandi

Login

[Lupa Kata Sandi?](#)

[Buat Akun Baru](#)

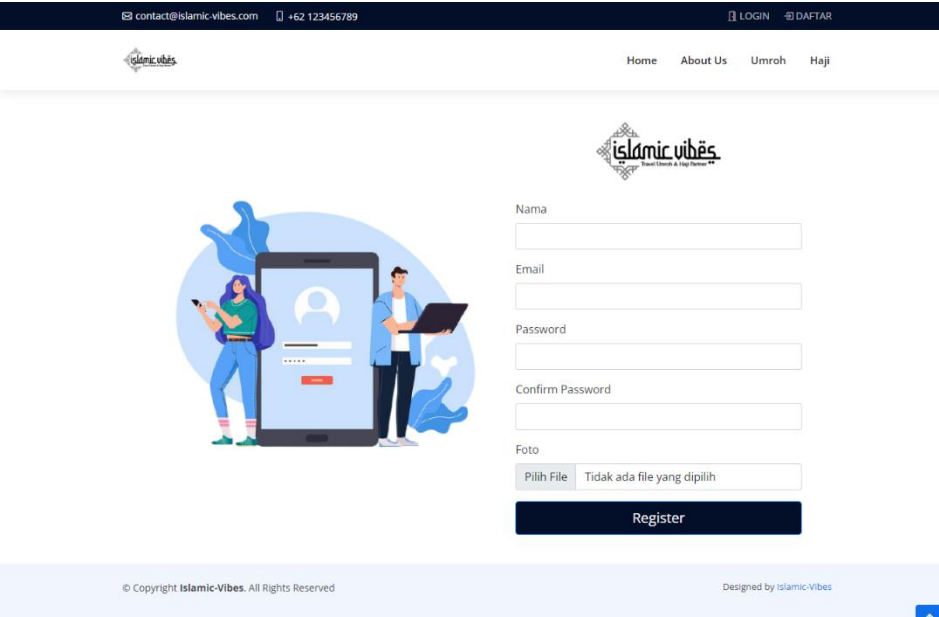
© Copyright Islamic-Vibes. All Rights Reserved Designed by islamic-vibes

Gambar 4.11 Implementasi Halaman *Login*

Gambar 4.11 Merupakan Hasil Implementasi Halaman *Login* pada *Website Islamic Vibes*. Implementasi Halaman *Login* dikembangkan berdasarkan *Prototype* Halaman *Login* yang telah dibuat. Halaman *Login* dapat digunakan untuk *Admin* dan *Jama'ah* untuk melakukan aktivitas *Login*.

c. Implementasi Halaman *Register*

Implementasi Halaman *Register* pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.12.



contact@islamic-vibes.com +62 123456789 LOGIN DAFTAR

islamic vibes Home About Us Umroh Haji

islamic vibes

Nama

Email

Password

Confirm Password

Foto

Pilih File Tidak ada file yang dipilih

Register

© Copyright Islamic-Vibes. All Rights Reserved Designed by islamic-vibes

Gambar 4.12 Implementasi Halaman *Register*

Gambar 4.12 Merupakan Hasil Implementasi Halaman *Registrasi* pada *Website Islamic Vibes*. Implementasi Halaman *Registrasi* dikembangkan berdasarkan *Prototype* Halaman *Registrasi* yang telah dibuat. Halaman *Registrasi* digunakan untuk Jama'ah mendaftar pada *Website*.

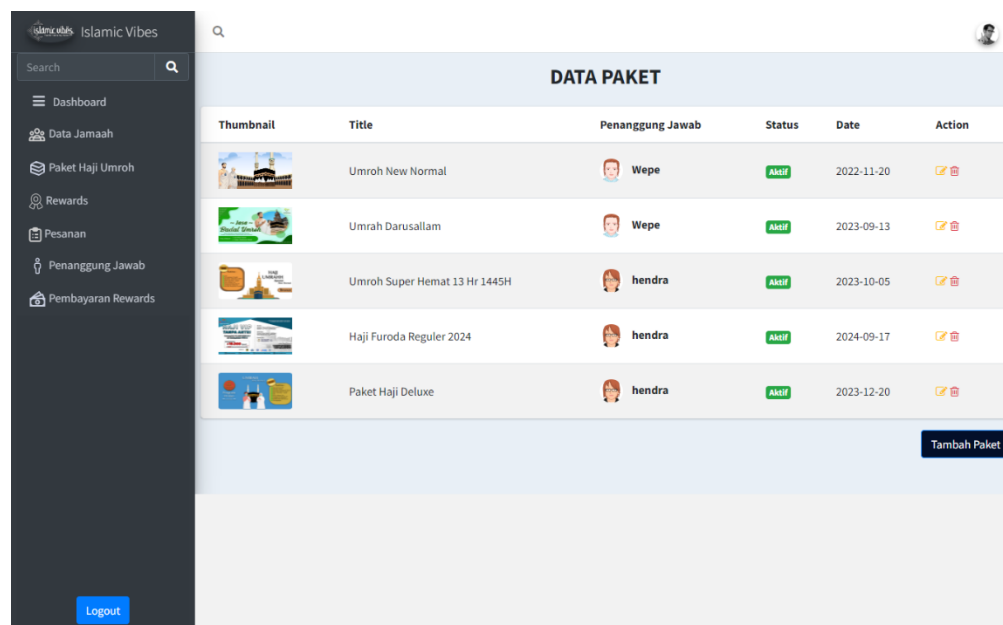
4.2.2 Implementasi Halaman *Admin*
















a. Implementasi Halaman Manajemen Paket pada *Admin*

Implementasi Halaman Manajemen Paket *Admin* pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat sebagai berikut:

1. Halaman *Index* Manajemen Paket Pada *Admin*

Implementasi Halaman *Index* Manajemen Paket *Admin* pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.13.



Thumbnail	Title	Penanggung Jawab	Status	Date	Action
	Umroh New Normal	Wepe	AMIF	2022-11-20	 
	Umrah Darussalam	Wepe	AMIF	2023-09-13	 
	Umroh Super Hemat 13 Hr 1445H	hendra	AMIF	2023-10-05	 
	Haji Furoda Reguler 2024	hendra	AMIF	2024-09-17	 
	Paket Haji Deluxe	hendra	AMIF	2023-12-20	 

Gambar 4.13 Implementasi Halaman *Index* Manajemen Paket *Admin*

Gambar 4.13 merupakan Implementasi Halaman *Index* Manajemen Paket *Admin* pada *Website Islamic Vibes*. Halaman ini digunakan oleh *Admin* untuk melakukan manajemen paket Haji dan Umrah. Pada Halaman ini, *Admin* dapat melakukan tindakan seperti menambahkan, mengubah, atau bahkan menghapus paket Haji dan Umrah sesuai dengan kebutuhan.

2. Halaman Tambah Paket Pada *Admin*

Implementasi Halaman Tambah Paket *Admin* pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.14.

The screenshot shows the 'Tambah Paket' form with the following fields and controls:

- Nama Paket:** Text input field.
- Fasilitas:** Text input field with a **TAMBAH FASILITAS** button below it.
- Penanggung Jawab:** Dropdown menu.
- Deskripsi:** Text area.
- Paket:** Dropdown menu.
- Kuota Jamaah:** Text input field.
- Tanggal Keberangkatan:** Date picker (hh/bb/tttt).
- Persyaratan:** Text area with a **TAMBAH PERSYARATAN** button below it.
- Status Paket:** Dropdown menu.
- Harga:** Four radio buttons: Double, Triple, Quad, Custom.
- Upload Gambar:** File upload area with a **Pilih File** button and the text 'Tidak ada file yang dipilih'. A **SIMPAN** button is at the bottom.

Gambar 4.14 Halaman Tambah Paket Pada *Admin*

Gambar 4.14 merupakan Implementasi Halaman Tambah Paket *Admin* pada *Website Islamic Vibes*. Halaman ini digunakan oleh *Admin* untuk melakukan penambahan Paket Haji dan Umrah. *Admin* dapat mengelola paket Haji dan Umrah sesuai kategori apakah paket tersebut merupakan paket Haji atau untuk paket Umroh pada *Field Paket*.

b. Implementasi Halaman Manajemen Pesanan pada *Admin*

Implementasi Halaman Manajemen Pesanan *Admin* pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat sebagai berikut:

1. Halaman *Index* Manajemen Pesanan pada *Admin*

Implementasi Halaman Manajemen Pesanan *Admin* pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.15.

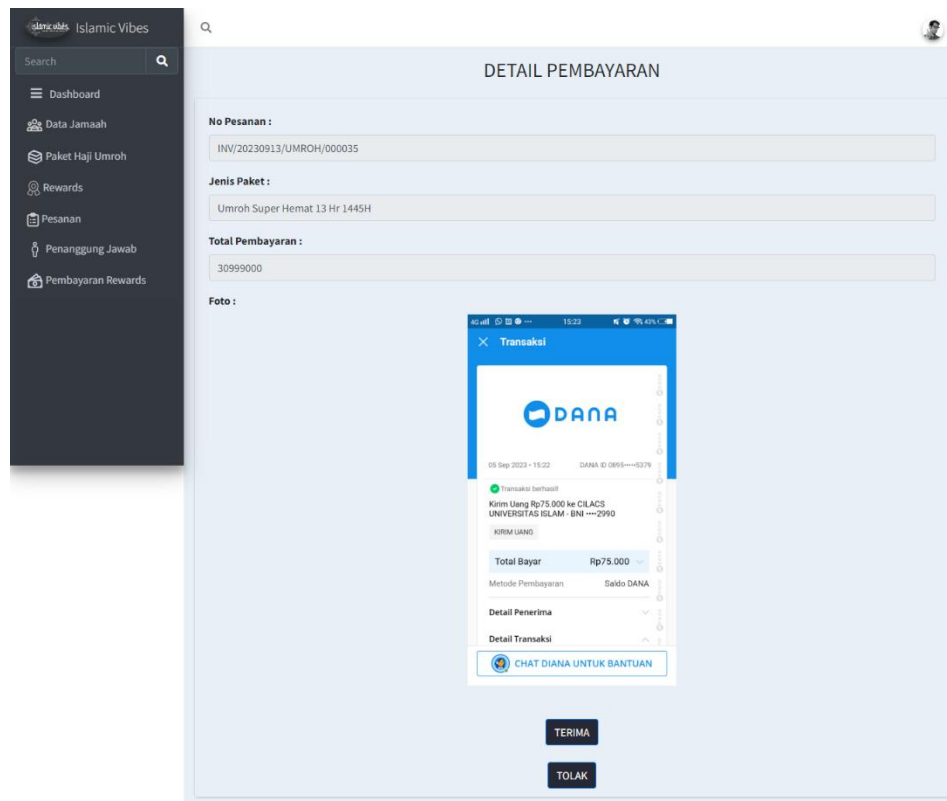
NO	NOMOR PESANAN	NAMA PAKET	PEMESAN	STATUS	ACTION
1	INV/20230913/UMROH/000001	Umrah Darusallam	Ghozali	Telah Membayar	
2	INV/20230913/UMROH/000035	Umroh Super Hemat 13 Hr 1445H	Ghozali	Silahkan Verifikasi Pembayaran	Lihat Bukti
3	INV/20230913/HAJI/000036	Paket Haji Deluxe	edogawa	Telah Membayar	

Gambar 4.15 Halaman *Index* Manajemen Pesanan pada *Admin*

Gambar 4.15 merupakan Implementasi Halaman *Index* Manajemen Pesanan *Admin* pada *Website Islamic Vibes*. Halaman ini digunakan oleh *Admin* untuk melakukan manajemen Pesanan paket Haji dan Umrah dari Jama'ah. Pada Halaman ini, *Admin* dapat melakukan verifikasi pembayaran dengan menekan “Lihat Data” pada kolom *Action*.

2. Halaman Detail Pesanan pada *Admin*

Implementasi Halaman Detail Pesanan *Admin* pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.16.



Gambar 4.16 Halaman Detail Pesanan pada *Admin*

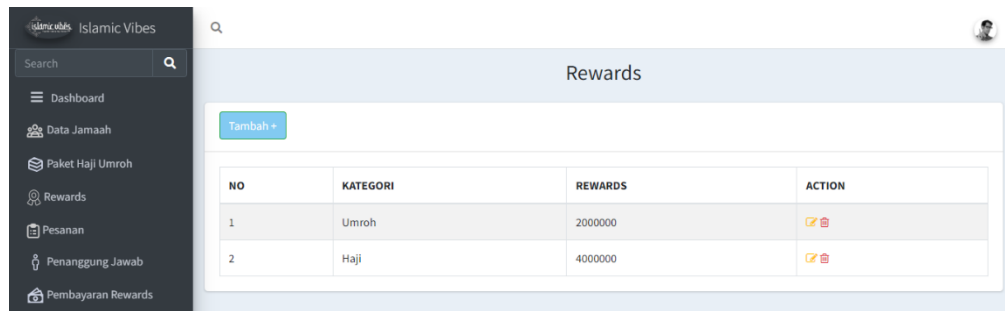
Gambar 4.16 merupakan Implementasi Halaman Detail Pesanan *Admin* pada *Website Islamic Vibes*. Halaman ini digunakan oleh *Admin* untuk melakukan verifikasi pembayaran terhadap pesanan jama'ah. Pembayaran dapat diterima jika bukti pembayaran telah sesuai dengan persyaratan pembayaran dan telah masuk ke rekening *Travel*.





c. Implementasi Halaman Manajemen *Rewards* pada *Admin*

Implementasi Halaman Manajemen *Rewards Admin* pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat sebagai berikut:

1. Implementasi Halaman *Index* Manajemen *Rewards* pada *Admin*

Implementasi Halaman Manajemen *Rewards Admin* pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.17.



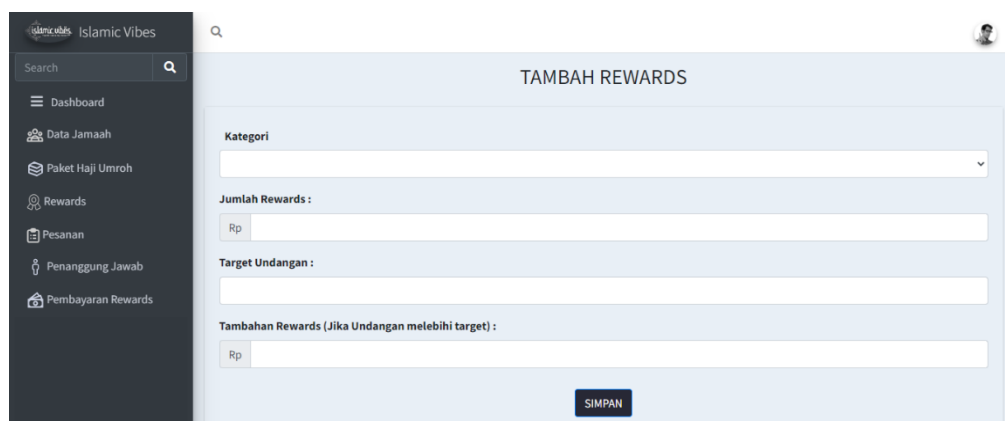
NO	KATEGORI	REWARDS	ACTION
1	Umroh	2000000	 
2	Haji	4000000	 

Gambar 4.17 Implementasi Halaman Manajemen *Rewards Admin*

Gambar 4.17 merupakan Implementasi Halaman *Index* Manajemen *Rewards Admin* pada *Website Islamic Vibes*. Halaman ini digunakan oleh *Admin* untuk melakukan manajemen *Rewards* Haji dan Umrah.

2. Implementasi Halaman Tambah *Rewards* pada Admin

Implementasi Halaman Tambah *Rewards Admin* pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.18.

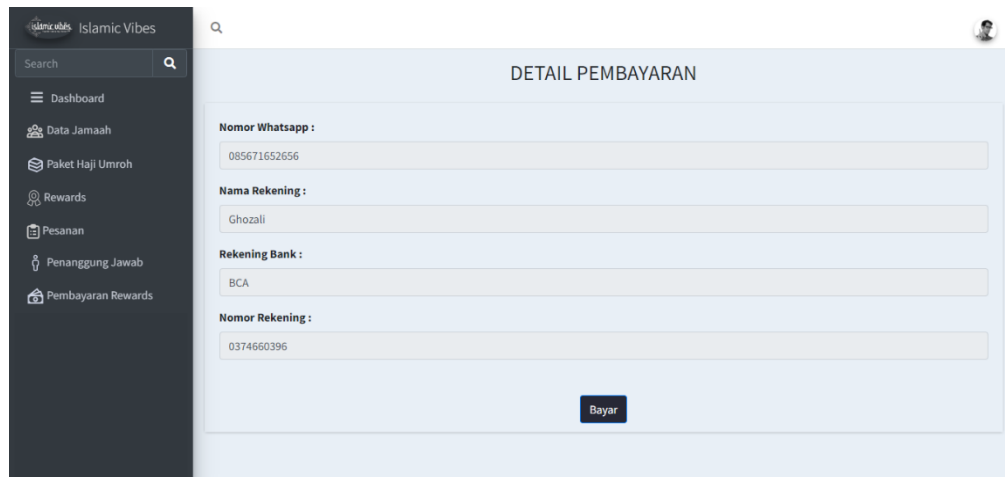


Gambar 4.18 Implementasi Halaman Tambah *Rewards Admin*

Gambar 4.18 merupakan Implementasi Halaman Tambah *Rewards Admin* pada *Website Islamic Vibes*. Admin dapat mengelola paket Haji dan Umrah sesuai kategori apakah paket tersebut merupakan paket Haji atau untuk paket Umroh pada *Field* kategori. *Field* Target Undangan digunakan untuk membuka *Rewards* bagi jama'ah agar dapat diambil. Jika *Rewards* berdasarkan kategori telah dibuat, maka tidak perlu membuat data *Rewards* lagi.

d. Implementasi Halaman Manajemen Pembayaran *Rewards* pada Admin

Implementasi Halaman Manajemen Pembayaran *Rewards Admin* pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.19.



Gambar 4.19 Implementasi Halaman Manajemen Pembayaran *Rewards Admin*

Gambar 4.19 merupakan Implementasi Halaman Detail Pesanan Admin pada *Website Islamic Vibes*. Halaman ini digunakan oleh Admin untuk melakukan verifikasi pembayaran terhadap *rewards* jama'ah. Admin dapat menekan tombol Bayar jika telah mengirim *rewards* kepada jama'ah. Info mengenai pengiriman bukti pembayaran dilakukan dengan menghubungi Nomor *Whatsapp* jama'ah yang tertera pada halaman detail.

4.2.3 Implementasi Halaman Jama'ah

a. Implementasi Halaman Pemesanan Paket pada Jama'ah

Implementasi Halaman Pemesanan Paket Jama'ah pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat sebagai berikut:

1. Halaman Detail Paket Jama'ah

Implementasi Halaman Detail Paket Jama'ah pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.20.

contact@islamic-vibes.com +62 123456789 EDOGAWA TRANSAKSI KELUAR

islamicvibes Home About Us Umroh Haji

Umroh Super Hemat 13 Hr 1445H

Fasilitas :

- Visa
- Perjalanan Tempel
- Rencana Itinerary (P Hari)
- Rencana Sesi (P Hari)
- PCD, Makanan - Sesi
- Hotel (Makan Sesi)
- Transportasi Bus Full AC
- Transportasi & Maskapai
- Asuransi Perjalanan Covid19

HAJJ UMRAHH
Spesial
New Normal
Bronze

Fasilitas :

- Tiket Pesawat PP dari Surabaya (Economy Class)
- Akomodasi hotel berbintang sesuai program
- Makan 3x sehari (Fullboard Hotel - Menu Far East)
- Transportasi Bus Exclusive
- Ziarah & City Tour sesuai program Shafira
- Visa Umrah
- Airport Handling
- Asuransi Perjalanan
- Snack & Refreshment selama ziarah
- Perlengkapan Umrah
- Tour Leader Shafira

Persyaratan :

- Paspor Asli yang masih berlaku minimal 7 Bulan sebelum tanggal keberangkatan dan nama di paspor minimal dua kata
- KTP & KK Softcopy
- No BPJS / KIS / Askes
- Sertifikat Vaksin Covid Dosis 3
- Pasfoto 3x4 Softcopy

Deskripsi

Hotel Makkah Ramada by Wyndham Dar Al Fayzeen Makkah Hotel Madinah Deyar Al Eman Jenis Paket Paket Super Hemat Maskapai Batik Air

Double	Triple	Quad	Single
IDR 35.499.000	IDR 32.499.000	IDR 30.999.000	IDR 45.499.000
PESAN	PESAN	PESAN	PESAN

© Copyright Islamic-Vibes. All Rights Reserved Designed by Islamic-Vibes

Gambar 4.20 Halaman Detail Paket Jama'ah

Gambar 4.20 merupakan Implementasi Halaman Detail Paket Jama'ah pada *Website Islamic Vibes*. Halaman ini berisi tentang informasi dari paket yang dipilih oleh Jama'ah. Terdapat jenis paket yang harus dipilih oleh Jama'ah. Jika Jama'ah memilih paket *Double*, maka akan muncul 2 *form* pemesanan paket. Jika Jama'ah memilih paket *Triple*, maka akan muncul 3 *form* pemesanan paket. Jika Jama'ah memilih paket *Quad*, maka akan muncul 4 *form* pemesanan paket. Jika Jama'ah memilih paket *Single*, maka akan muncul 1 *form* pemesanan paket.

2. Halaman *Form* Pemesanan Jama'ah

Implementasi Halaman *Form* Pemesanan Jama'ah pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.21.

Gambar 4.21 Halaman *Form* Pemesanan Jama'ah

Gambar 4.21 merupakan Implementasi Halaman *Form* Pemesanan Paket Jama'ah pada *Website Islamic Vibes*. Halaman diatas merupakan *form* Ketika Jama'ah ingin mengambil paket dengan jenis *Triple*. Dengan memilih jenis paket tersebut, maka Jama'ah harus mengisi 3 data Jama'ah.

b. Halaman Pembayaran Paket pada Jama'ah

Halaman Pembayaran Paket Jama'ah pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.22.

Gambar 4.22 Halaman Pembayaran Paket Jama'ah

Gambar 4.22 merupakan Implementasi Halaman Pembayaran Pemesanan Paket Jama'ah pada *Website Islamic Vibes*. Jama'ah dapat melakukan *upload* bukti pembayaran

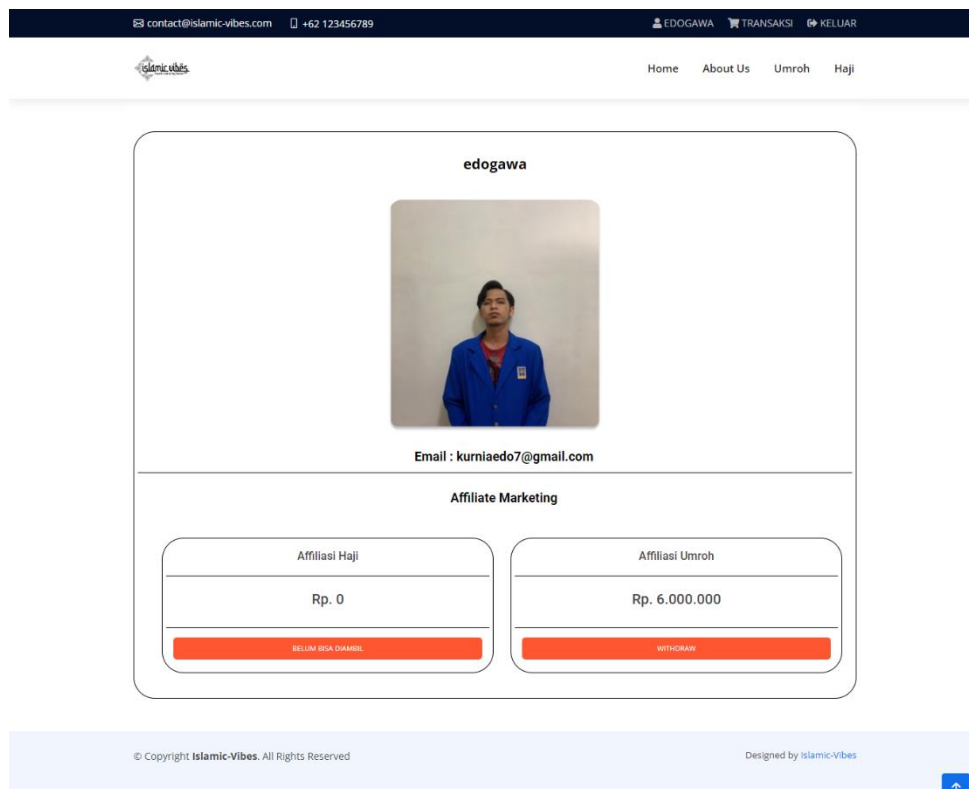
dengan menekan tombol *Upload* Gambar. Setelah melakukan upload bukti pembayaran, selanjutnya Jama'ah menekan tombol *Unggah* untuk memproses pembayaran paket.

c. Implementasi Halaman *Withdraw Rewards* pada Jama'ah

Implementasi Halaman *Withdraw Rewards* Jama'ah pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat sebagai berikut:

1. Halaman Profil Jama'ah

Implementasi Halaman Profil Jama'ah pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.23.



Gambar 4.23 Halaman Profil Jama'ah

Gambar 4.23 merupakan Implementasi Halaman Profil Jama'ah pada *Website Islamic Vibes*. Halaman ini memuat menu *Withdraw Rewards* dari Jama'ah. Jama'ah dapat melakukan withdraw jika persyaratan afiliasi telah terpenuhi dengan menekan tombol *withdraw*.

2. Form *Withdraw Rewards* Jama'ah

Implementasi Form *Withdraw Rewards* Jama'ah pada *Website Islamic Vibes* dapat dilihat pada Gambar 4.24.

Gambar 4.24 Form *Withdraw Rewards* Jama'ah

4.3 Pembahasan Proses Bisnis *Affiliate Marketing* pada Sistem

Berikut merupakan pembahasan mengenai proses bisnis *affiliate marketing* pada sistem. Pertama, jamaah mendaftarkan akun pada sistem sebagai affiliator. Untuk tampilan daftar jama'ah dapat dilihat pada Gambar 4.25.

Gambar 4.25 Proses Pendaftaran Affiliator

Gambar 4.25 merupakan tampilan jama'ah sebagai affiliator untuk melakukan pendaftaran akun pada sistem. Affiliator harus mengisi data yang diperlukan untuk melakukan *login* pada sistem. Untuk kode penyimpanan data tampilan diatas dapat dilihat pada Gambar 4.26.


```

protected function create(array $data)
{
    // Inisialisasi data pengguna
    $userData = [
        'name' => $data['name'],
        'email' => $data['email'],
        'password' => Hash::make($data['password']),
    ];

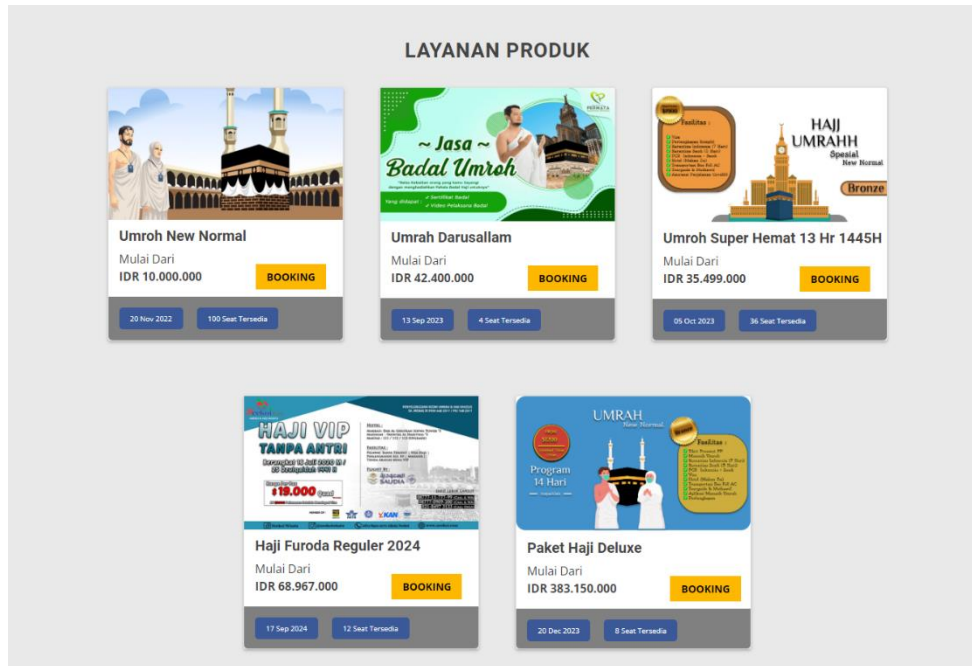
    // Cek apakah ada file foto yang diunggah
    if ($data['foto']) {
        $destinationPath = 'fotouser/';
        $profileImage = date('YmdHis') . "." . $data['foto']-
>getClientOriginalExtension();
        $data['foto']->move($destinationPath, $profileImage);
        $userData['foto'] = $profileImage;
    }

    // Buat pengguna dengan data yang telah disiapkan
    return User::create($userData);
}

```

Gambar 4.26 kode *controller* untuk melakukan pendaftar jama'ah

Gambar 4.26 merupakan kode *controller* yang digunakan untuk menyimpan data pendaftaran jama'ah sebagai affiliator. Pertama, data pengguna diinisialisasi dengan informasi dasar yang diterima dari *array data*, termasuk nama, *email*, dan password. Selanjutnya, dilakukan pengecekan apakah ada *file* foto yang diunggah. Jika ada, *file* foto tersebut dipindahkan ke direktori 'fotouser/' dengan menambahkan *timestamp* pada nama *file* untuk mencegah duplikasi. Terakhir, data affiliator disimpan menggunakan metode *create()* pada model *User* dengan menggunakan data diisi pada tampilan. Kode ini tersimpan pada *file RegisterController*. Setelah melakukan pendaftaran, affiliator akan diarahkan pada halaman utama yang menampilkan paket yang tersedia. Kemudian, affiliator memilih paket yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Untuk tampilan pemilihan paket terdapat pada Gambar 4.27.



Gambar 4.27 tampilan proses pemilihan paket yang tersedia

Gambar 4.27 merupakan tampilan dari paket yang tersedia pada sistem. Pada tahap ini, tersedia paket dengan kategori haji dan umrah. Affiliator dapat memilih paket sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Kode yang digunakan untuk menampilkan paket yang tersedia terdapat pada Gambar 4.28.

```
@foreach($paket as $p)
  @if($p->sisakuota > 1)
    <div class="card">
      <div class="image-section">
        
      </div>
      <div class="description">
        <h4><b>{{ $p->nama_paket }}</b></h4>
      </div>
      <div class="button-group">
        <h7>Mulai Dari</h7>
        <p><b>IDR {{ number_format($p->double, 0, ',', '.') }}</b> <a href="/{{ $p->id }}/detail" class="booking"><b>BOOKING</b></a></p>
      </div>
      <div class="text-group">
        <p> </p>
        <h7>{{ date('d M Y', strtotime($p->tgl)) }}</h7>
        <h7>{{ $p->sisakuota }} Seat Tersedia</h7>
      </div>
    </div>
  @endif
@endforeach
```

Gambar 4.28 Kode untuk menampilkan paket yang tersedia

Gambar 4.28 merupakan kode yang digunakan untuk menampilkan paket yang tersedia. $\$paket$ as $\$p$ digunakan untuk mengambil setiap elemen dari array atau koleksi data yang disimpan dalam data paket pada sistem. Variabel $\$p->foto$ digunakan untuk mengambil data foto dari paket, variabel $\$p->nama_paket$ digunakan untuk menampilkan nama dari paket, variabel $IDR \{\{ number_format(\$p->double, 0, ',', '.') \}\}$ digunakan untuk menampilkan harga paket jenis *double* dengan format rupiah, variabel $\{\{ date('d M Y', strtotime(\$p->tgl)) \}\}$ digunakan untuk menampilkan tanggal keberangkatan dengan format lokal, dan variabel $\$p->sis_kuota$ digunakan untuk menampilkan jumlah *seat* yang masih tersedia dari paket. Kode ini tersimpan pada *file HomeController*. Setelah memilih paket yang dibutuhkan, sistem akan mengarahkan pada halaman detail paket. Affiliator dapat memilih jenis paket, seperti *single*, *double*, *triple*, atau *quad*, dan mulai mengisi data jama'ah yang diajak. Untuk tampilan pengisian data jama'ah dapat dilihat pada Gambar 4.29.

Gambar 4.29 tampilan pengisian data jama'ah

Gambar 4.29 merupakan tampilan yang digunakan oleh affiliator untuk melakukan pengisian terhadap jama'ah yang diajak untuk melakukan pesanan paket. Affiliator harus mengisi data jama'ah secara lengkap sesuai dengan data asli dari jama'ah. Untuk kode yang digunakan untuk menyimpan data tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.30.

```
public function createbooking(Request $request, $id)
{
    $paket = Paket::find($id); //mengambil data paket yang dipilih
    $idUser = Auth::user()->id; //mengambil ide user yang sedang masuk
    $kategoripaket = Paket::where('id', $id)->value('id_kategori');
    $kategori = Kategori::where('id', $kategoripaket)->value('nama');
    $kategoribonus = KategoriBonus::where('nama', $kategori)->value('id');
    $bonusid = Bonus::where('id_kategori_bonus', $kategoribonus)->value('id');
    $bonusjumlah = Bonus::where('id_kategori_bonus', $kategoribonus)->value('jumlah_bonus');

    $input = $request->all();
}
```

```

$jamaahData = [];

foreach ($request->input('nama') as $key => $namaJamaah) {
    $jamaah = new Jamaah([
        'nama' => $namaJamaah,
        'tempat_lahir' => $request->input('tempat_lahir')[$key],
        'tgl_lahir' => $request->input('tgl_lahir')[$key],
        'nik' => $request->input('nik')[$key],
        'jk' => $request->input('jk')[$key],
        'kewarganegaraan' => 'Indonesia',
        'pendidikan' => $request->input('pendidikan')[$key],
        'no_passport' => $request->input('no_passport')[$key],
        'tempat_pengeluaran_passport' => $request->
        >input('tempat_pengeluaran_passport')[$key],
        'tanggal_penerbitan_passport' => $request->
        >input('tanggal_penerbitan_passport')[$key],
        'masa_berlaku_passport' => $request->input('masa_berlaku_passport')[$key],
        'status_pernikahan' => $request->input('status_pernikahan')[$key],
        'pekerjaan' => $request->input('pekerjaan')[$key],
        'alamat' => $request->input('alamat')[$key],
        'no' => $request->input('no')[$key],
        'id_paket' => $paket->id,
        'id_user' => $iduser,
    ]);

    $jamaah->save();

    // Mengambil ID Jamaah yang baru saja dimasukkan
    $idJamaah = $jamaah->id;

    $affiliateMarketingData[] = [
        'id_affiliate' => $iduser,
        'id_jamaah' => $idJamaah, // Menggunakan ID Jamaah yang baru saja
        dimasukkan
        'id_paket' => $paket->id,
        'jenis_paket' => $kategori, // Gantilah ini dengan jenis paket yang
        sesuai
        'id_bonus' => $bonusid, // Gantilah ini dengan ID bonus yang sesuai
        'status' => 0, // Sesuaikan status sesuai kebutuhan Anda
        'jumlah_bonus' => $bonusjumlah, // Gantilah ini dengan jumlah bonus
        yang sesuai
    ];

    $historyAffiliate[] = [
        'id_user' => $iduser,
        'nominal' => $bonusjumlah,
        'status' => 0,
    ];
}

AffiliateMarketing::insert($affiliateMarketingData);

HistoryTransaksi::insert($historyAffiliate);

$jumlah_pemesanan = count($affiliateMarketingData);

if ($jumlah_pemesanan == 3) {
    $bayar = $paket->triple;
} elseif ($jumlah_pemesanan == 2) {

```

```

    $bayar = $paket->double;
} elseif ($jumlah_pemesanan == 4) {
    $bayar = $paket->quad;
} elseif ($jumlah_pemesanan == 1) {
    $bayar = $paket->custom;
}

$pesanan = new Pesanan();
// Mendapatkan tanggal dari created_at
$tanggalPesanan = now()->format('Ymd');

// Mendapatkan jenis paket
$jenisPaket = ($paket->id_kategori == 1) ? 'HAJI' : 'UMROH';

// Mendapatkan nomor pesanan acak (dalam contoh ini, 6 digit)
$nomorPesanan = str_pad(DB::table('pesanan')->max('id') + 1, 6, '0',
STR_PAD_LEFT);

// Menggabungkan semua komponen menjadi no_pesanan
$noPesanan = "INV/{$tanggalPesanan}/{$jenisPaket}/{$nomorPesanan}";

// Set nilai no_pesanan
$pesanan->no_pesanan = $noPesanan;

// Kemudian menyimpan pesanan
$pesanan->id_user = $idUser;
$pesanan->id_paket = $id;
$pesanan->bayar = $bayar;
$pesanan->status = 0;
$pesanan->save();



return redirect('home')->with('success', 'Data Berhasil di Input');
}

```

Gambar 4.30 Kode untuk menyimpan pemesanan paket jama'ah

Setelah data jama'ah lengkap, affiliator memproses pemesanan paket dan melakukan pembayaran. Affiliator harus mengunggah bukti pembayaran untuk validasi. Jika pembayaran berhasil divalidasi, paket akan disetujui dan jumlah jama'ah yang diajak akan dihitung. Tampilan transaksi pemesanan dapat dilihat pada Gambar 4.31.

PESANANKU

Pesanan	Total Pesanan	Status
 <p>Paket Haji Deluxe INV/20230913/HAJI/00036</p>	<p>Harga Paket Rp. 383,150,000.00 At 13 September 2023 Bank Mandiri a.n Hamba Allah 1710008907</p>	<p>Unggah</p> <p>Unggah bukti pembayaran dapat mempercepat waktu verifikasi*</p>
 <p>Umroh Super Hemat 13 Hr 1445H INV/20230915/UMROH/00037</p>	<p>Harga Paket Rp. 32,499,000.00 At 15 September 2023 Bank Mandiri a.n Hamba Allah 1710008907</p>	<p>Unggah Pembayaran</p> <p>Unggah bukti pembayaran dapat mempercepat waktu verifikasi*</p> <p>Upload Gambar</p> <p>Unggah Batal</p>

Gambar 4.31 Tampilan pemesanan

Gambar 4.31 merupakan tampilan transaksi pemesanan yang dilakukan oleh affiiator. Pada tahap ini, affiliator harus memberikan bukti transaksi berupa foto yang menampilkan bahwa pembayaran telah sesuai dengan paket yang dipesan. Setelah melakukan upload bukti pembayaran, selanjutnya affiliator menunggu sistem memverifikasi bukti pembayaran. Untuk kode verifikasi pesanan dapat dilihat pada Gambar 4.32.

```

public function setujuipembayaran(Request $request, $id)
{
    // Update data pesanan
    $pesanan = Pesanan::find($id);

    $input = $request->all();

    if ($image = $request->file('bukti')) {
        $destinationPath = 'bukti/';
        $profileImage = date('YmdHis') . "." . $image->getClientOriginalExtension();
        $image->move($destinationPath, $profileImage);
        $input['bukti'] = $profileImage;
    }

    $pesanan->update([
        'status' => 2, // Mengupdate status menjadi 2 (disetujui)
    ]);

    $affiliateMarketings = AffiliateMarketing::where([
        'id_affiliate' => $pesanan->id_user,
        'id_paket' => $pesanan->id_paket,
    ]->get());

    $histori = HistoryTransaksi::where([
        'id_user' => $pesanan->id_user,
    ]->get());

    foreach ($affiliateMarketings as $affiliateMarketing) {
        $affiliateMarketing->update([
            'status' => 2, // Mengupdate status affiliate marketing menjadi 2 (diterima)
        ]);
    }

    foreach ($histori as $histori) {
        $histori->update([
            'status' => 1, // Mengupdate status histori menjadi 1 (uang masuk)
        ]);
    }

    // Menentukan id_kategori berdasarkan kategori paket pada pesanan
    $id_kategori = $pesanan->paket->id_kategori; // Anda harus memiliki relasi antara pesanan dan paket

    // Cari atau buat data PoinAffiliator sesuai id_user dan id_kategori
    $poinAffiliator = PoinAffiliator::firstOrCreate(['id_user' => $pesanan->id_user, 'id_kategori' => $id_kategori]);

    // Update atau buat target_poin sesuai kebutuhan
    $poinAffiliator->poin += 5;
}

```

```
// Simpan perubahan pada data PoinAffiliator
$poinAffiliator->save();

return redirect('/admin/pembayaran')->with('succes','Data Berhasil di
Ganti');
}
```

Gambar 4.32 kode pesanan disetujui

Gambar 4.32 merupakan kode yang digunakan ketika verifikasi pesanan disetujui oleh sistem. Pada kode tersebut, sistem mengambil pesanan yang dilakukan oleh affiliator untuk disetujui oleh *Admin*. Setelah bukti pembayaran telah terpenuhi, maka pesanan dapat disetujui oleh *Admin*. Ketika pesanan disetujui, maka data jama'ah yang diajak akan masuk pada *\$affiliateMarketings* sesuai jumlah yang diajak oleh affiliator. Bonus yang diberikan kepada affiliator akan disimpan pada histori transaksi dengan nominal sesuai kategori paket yang dipesan dengan status uang masuk. Poin diberikan kepada affiliator berjumlah 5 poin untuk kenaikan peringkat. Kode diatas disimpan pada *file AdminController*. Setelah pesanan disetujui, affiliator akan menerima bonus berdasarkan jumlah jama'ah yang diajak dan bonus akan ditampilkan serta poin sesuai kategori paket yang dipesan pada halaman profil. Tampilan tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.33.

The screenshot displays the affiliate profile interface with the following sections:

- HISTORY TRANSAKSI**: A red button at the top.
- Pencapaian**: A section with two cards:
 - Pencapaian Haji**: "anda perlu mengumpulkan sebanyak 195 poin untuk mencapai level Diamond" with a red button labeled "5 POIN".
 - Pencapaian Umroh**: "anda perlu mengumpulkan sebanyak 100 poin untuk mencapai level Bronze" with a red button labeled "POIN".
- Affiliate Marketing**: A section with two cards:
 - Affiliasi Haji**: "Rp. 32.000.000" with a red button labeled "BELUM BISA DIAMBIL".
 - Affiliasi Umroh**: "Rp. 0" with a red button labeled "BELUM BISA DIAMBIL".

Gambar 4.33 tampilan profil affiliator

Gambar 4.33 merupakan tampilan pada profil affiliator yang terdapat di sistem. Halaman ini menampilkan tombol histori transaksi untuk menampilkan transaksi *rewards* yang telah dilakukan oleh affiliator. Pada menu pencapaian, ditampilkan pencapaian peringkat atau *level* pada setiap kategori sesuai dengan kebutuhan. Terdapat jumlah poin

yang didapat oleh affiliator selama pemesanan paket sesuai kategori. Affiliator harus mengumpulkan poin sebanyak ketentuan yang ditampilkan untuk menaikkan peringkat dan mendapat *rewards*. Pada menu *Affiliate marketing*, ditampilkan jumlah rewards yang diberikan oleh sistem. Affiliator dapat melakukan withdraw jika jumlah jama'ah yang diajak telah memenuhi ketentuan sistem. Untuk tampilan histori transaksi dapat dilihat pada

HISTORY TRANSAKSI

No	Tanggal	Nominal	Keterangan
1	09 Nov 2023	IDR 8.000.000	Uang Masuk
2	09 Nov 2023	IDR 8.000.000	Uang Masuk
3	09 Nov 2023	IDR 8.000.000	Uang Masuk
4	09 Nov 2023	IDR 8.000.000	Uang Masuk
5	13 Nov 2023	IDR 33.000.000	Uang Keluar

Gambar 4.34 Tampilan histori transaksi

Gambar 4.34 merupakan tampilan histori transaksi *rewards* dari affiliator. Pada tampilan tersebut terdapat 2 keterangan transaksi yaitu uang masuk dan uang keluar. Uang Masuk merupakan *rewards* yang diberikan oleh sistem ketika proses pesanan paket telah disetujui. Nominal *rewards* pada uang masuk diberikan per jama'ah yang berhasil diajak. Uang keluar merupakan transaksi dari affiliator ketika berhasil melakukan *withdraw rewards*.

4.4 Pengujian Sistem

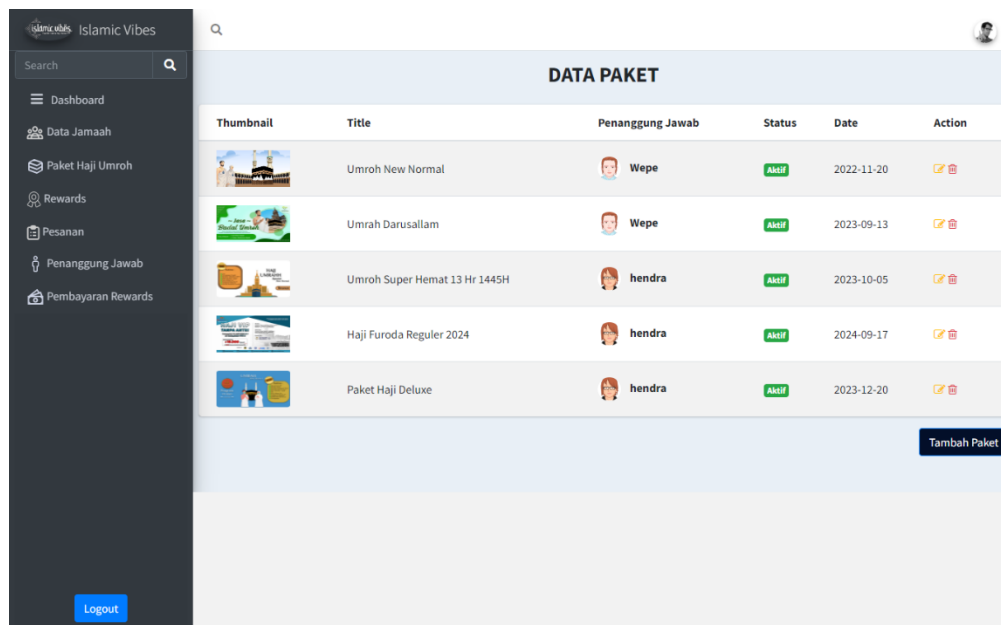
4.4.1 Pengujian Fitur Pada Admin

Pengujian Fitur pada Admin dilakukan dengan menggunakan *Black Box Testing*. Hasil pengujian fitur pada Admin dengan menggunakan *Black Box Testing* dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Pengujian Fitur Pada *Admin*

No	Pengujian Fitur	Hasil yang diperlukan	Hasil pada Sistem
1	Admin Melakukan Manajemen Paket	Paket dapat ditambah, diubah, dan dihapus	Sesuai dengan yang dibutuhkan
2	Admin Melakukan Manajemen <i>Rewards</i>	<i>Rewards</i> dapat ditambah, diubah, dan dihapus	Sesuai dengan yang dibutuhkan
3	Admin Melakukan Manajemen Pesanan	Pesanan dapat disetujui dan ditolak	Sesuai dengan yang dibutuhkan
4	Admin Melakukan Manajemen Pembayaran <i>Rewards</i>	Dapat memunculkan data jama'ah yang diperlukan untuk <i>withdraw</i>	Sesuai dengan yang dibutuhkan

Hasil Pengujian Fitur *Admin* melakukan manajemen paket pada Tabel 4.1 nomor 1 terdapat pada Gambar 4.35.



Thumbnail	Title	Penanggung Jawab	Status	Date	Action
	Umroh New Normal	Wepe	Aktif	2022-11-20	
	Umrah Darussalam	Wepe	Aktif	2023-09-13	
	Umroh Super Hemat 13 Hr 1445H	hendra	Aktif	2023-10-05	
	Haji Furoda Reguler 2024	hendra	Aktif	2024-09-17	
	Paket Haji Deluxe	hendra	Aktif	2023-12-20	

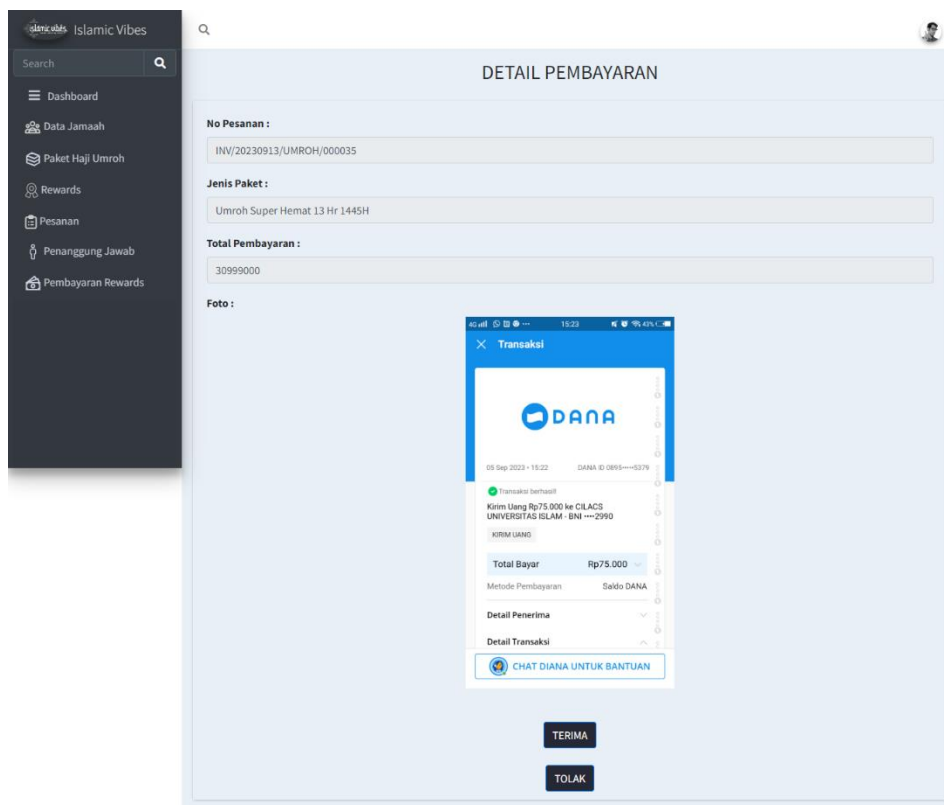
Gambar 4.35 Hasil Pengujian Manajemen Paket pada Admin

Gambar 4.35 Merupakan Hasil Pengujian Manajemen Paket pada *Admin*. Pada halaman tersebut Paket telah berhasil ditambahkan oleh *admin*. Pengujian untuk mengubah dan menghapus data paket juga berhasil dilakukan. Untuk Hasil Pengujian Fitur *Admin* melakukan manajemen *rewards* pada Tabel 4.1 nomor 2 terdapat pada Gambar 4.36.

NO	KATEGORI	REWARDS	ACTION
1	Umroh	2000000	
2	Haji	4000000	

Gambar 4.36 Hasil Pengujian Manajemen *Rewards* pada *Admin*

Gambar 4.36 Merupakan Hasil Pengujian Manajemen *Rewards* pada *Admin*. Pada halaman tersebut *rewards* telah berhasil ditambahkan oleh *admin*. Pengujian untuk mengubah dan menghapus data *Rrewards* juga berhasil dilakukan. Untuk Hasil Pengujian Fitur *Admin* melakukan manajemen pesanan pada Tabel 4.1 nomor 3 terdapat pada Gambar 4.37.



Gambar 4.37 Hasil Pengujian Manajemen pesanan pada *Admin*

Gambar 4.37 Merupakan Hasil Pengujian Manajemen pesanan pada *Admin*. Pada halaman ini, *admin* berhasil melakukan validasi pembayaran sesuai dengan yang dibutuhkan sehingga dapat memproses pesanan paket jama'ah. Untuk Hasil Pengujian Fitur *Admin* melakukan manajemen pembayaran *rewards* pada Tabel 4.1 nomor 4 terdapat pada Gambar 4.38.

Gambar 4.38 Hasil Pengujian Manajemen pembayaran *rewards* pada *Admin*

Gambar 4.38 Merupakan Hasil Pengujian Manajemen pembayaran *rewards* pada *Admin*. Pada halaman ini, sistem berhasil memunculkan data jama'ah yang diperlukan untuk *withdraw*.

4.4.2 Pengujian Fitur Pada Jama'ah

Pengujian Fitur pada Jama'ah dilakukan dengan menggunakan *Black Box Testing*. Hasil pengujian fitur pada Jama'ah dengan menggunakan *Black Box Testing* dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Pengujian Fitur Pada Jama'ah

No	Pengujian Fitur	Hasil yang diperlukan	Hasil pada Sistem
1	Jama'ah Melakukan Pemesanan Paket	Jama'ah dapat melakukan pemesanan paket sesuai dengan kebutuhan jama'ah	Sesuai dengan yang dibutuhkan
2	Jama'ah Melakukan Pembayaran Paket	Jama'ah dapat melakukan pembayaran dan jama'ah dapat membatalkan paket	Sesuai dengan yang dibutuhkan
3	Jama'ah Melakukan <i>Withdraw Rewards</i>	Jama'ah dapat melakukan pengisian data yang digunakan untuk melakukan <i>withdraw rewards</i>	Sesuai dengan yang dibutuhkan

Hasil Pengujian Fitur jama'ah dalam melakukan pemesanan paket pada Tabel 4.2 nomor 1 terdapat pada Gambar 4.39.

contact@islamic-vibes.com +62 123456789 EDOGAWA TRANSAKSI KELUAR

Home About Us Umroh Haji

Umroh Super Hemat 13 Hr 1445H

HAJI UMRAH Special Near Normal Bronze

Fasilitas :

- Tiket Pesawat PP dari Surabaya (Economy Class)
- Akomodasi hotel berbintang sesuai program
- Makan 3x sehari (Fullboard Hotel - Menu Far East)
- Transportasi Bus Exclusive
- Ziarah & City Tour sesuai program Shafira
- Visa Umrah
- Airport Handling
- Asuransi Perjalanan
- Snack & Refreshment selama ziarah
- Perlengkapan Umrah
- Tour Leader Shafira

Persyaratan :

- Paspor Asli yang masih berlaku minimal 7 Bulan sebelum tanggal keberangkatan dan nama di paspor minimal dua kata
- KTP & KK Softcopy
- No BPJS / KIS / Askes
- Sertifikat Vaksin Covid Dosis 3
- Pasfoto 3x4 Softcopy

Deskripsi

Hotel Makkah Ramada by Wyndham Dar Al Fayzeen Makkah Hotel Madinah Deyer Al Eman Jenis Paket Paket Super Hemat Maskapai Batik Air

Double	Triple	Quad	Single
IDR 35.499.000	IDR 32.499.000	IDR 30.999.000	IDR 45.499.000
PESAN	PESAN	PESAN	PESAN

© Copyright Islamic-Vibes. All Rights Reserved Designed by Islamic-Vibes

Gambar 4.39 Hasil pengujian pemesanan paket jama'ah

Gambar 4.39 merupakan Hasil pengujian pemesanan paket pada jama'ah. Pada halaman ini, Jama'ah berhasil melakukan pemesanan paket sesuai dengan kebutuhan jama'ah. Untuk Hasil Pengujian Fitur jama'ah dalam melakukan pembayaran paket pada Tabel 4.2 nomor 2 terdapat pada Gambar 4.40.

contact@islamic-vibes.com +62 123456789 EDOGAWA TRANSAKSI KELUAR

Home About Us Umroh Haji

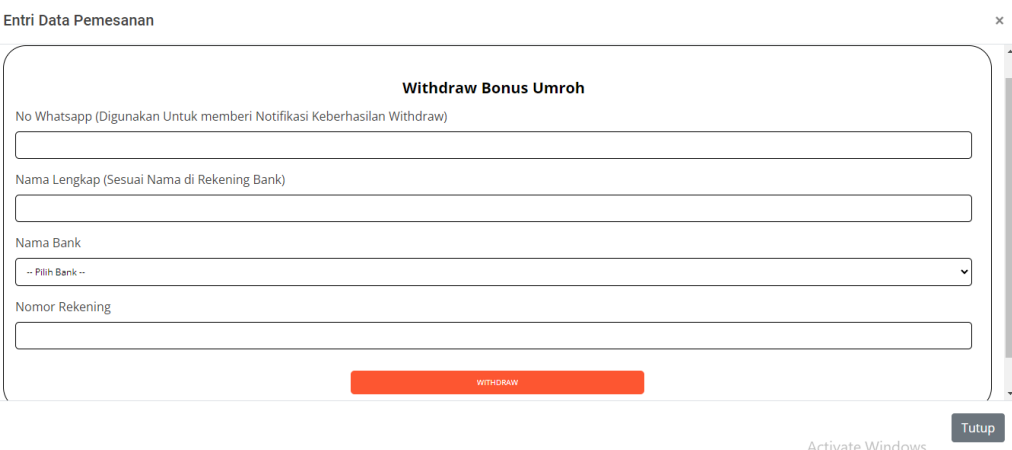
PESANANKU

Pesanan	Total Pesanan	Status
<p>Paket Haji Deluxe INV/20230913/HAJI/000036</p>	<p>Harga Paket Rp. 383.150.000,00 At 13 September 2023 Bank Mandiri a.n Hamba Allah 1710008907</p>	<p>SELESAH</p> <p>Unggah bukti pembayaran dapat mempercepat waktu verifikasi*</p>
<p>Umroh Super Hemat 13 Hr 1445H INV/20230915/UMROH/000037</p>	<p>Harga Paket Rp. 32.499.000,00 At 15 September 2023 Bank Mandiri a.n Hamba Allah 1710008907</p>	<p>MELAKUKAN PEMBAYARAN</p> <p>Unggah bukti pembayaran dapat mempercepat waktu verifikasi*</p> <p>Upload Gambar</p> <p>UNESH BATALKANI</p>

© Copyright Islamic-Vibes. All Rights Reserved Designed by Islamic-Vibes

Gambar 4.40 Hasil Pengujian fitur pembayaran paket jama'ah

Gambar 4.40 merupakan Hasil pengujian pembayaran paket pada jama'ah. Pada halaman ini, Jama'ah berhasil melakukan pembayaran dengan mengunggah bukti pembayaran dan jama'ah juga berhasil membatalkan paket. Untuk Hasil Pengujian Fitur jama'ah dalam melakukan *withdraw rewards* pada Tabel 4.2 nomor 3 terdapat pada Gambar 4.41.



The image shows a web application window titled "Entri Data Pemesanan". Inside the window, there is a form titled "Withdraw Bonus Umroh". The form contains the following fields and elements:

- A label: "No Whatsapp (Digunakan Untuk memberi Notifikasi Keberhasilan Withdraw)" followed by a text input field.
- A label: "Nama Lengkap (Sesuai Nama di Rekening Bank)" followed by a text input field.
- A label: "Nama Bank" followed by a dropdown menu with the text "-- Pilih Bank --".
- A label: "Nomor Rekening" followed by a text input field.
- A red button labeled "WITHDRAW" centered at the bottom of the form.
- A "Tutup" (Close) button in the bottom right corner of the window.
- Windows system text: "Activate Windows" and "Tutup" are visible at the bottom of the window.

Gambar 4.41 Hasil pengujian fitur *withdraw rewards*

Gambar 4.41 merupakan Hasil pengujian fitur *withdraw rewards* pada jama'ah. Pada halaman ini, Jama'ah dapat melakukan pengisian data yang digunakan untuk melakukan *withdraw rewards*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pengembangan sistem *Islamic Vibes* dengan menerapkan *Affiliate Marketing* sebagai proses bisnis telah sampai pada tahap pengujian. Pengujian dengan metode *blackbox* telah dilakukan dengan hasil yang diberikan yaitu setiap fitur pada sistem dapat digunakan dan berjalan sesuai dengan kebutuhan. Diharapkan pada pengembangan selanjutnya, sistem *Islamic Vibes* dapat diimplementasikan pada *pihak* travel Haji dan Umrah agar dapat menarik para jama'ah untuk melakukan pelaksanaan Haji dan Umrah dengan *Affiliate Marketing* sebagai strategi pemasaran yang diterapkan.

5.2 Saran

Berdasarkan pengalaman dalam menjalankan proses perancangan sistem *Islamic Vibes*, penulis memiliki saran antara lain:

- a. Tidak ada tabel migrasi pada file sistem sehingga jika ingin menggunakan sistem harus melakukan import database yang telah dibuat. Saran dari penulis adalah pembuatan migrasi sesuai table yang ada pada database.
- b. Penempatan tata letak tampilan masih kurang rapi. Diharapkan kedepannya tata letak tampilan dapat lebih bagus dan lebih modern.
- c. Tidak ada sistem referral yang menggunakan kode seperti link referral. Diharapkan kedepannya dapat menggunakan link referral untuk dapat mengundang jama'ah dengan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Amsari, S., Hayati, I., Devi, S., & Lubis, F. R. (2022). Affiliate marketing business model education in promoting keloria products. *Community Empowerment*, 7(11), 2009–2014. <https://doi.org/10.31603/ce.8268>
- Airlangga, P., Harianto, & Abdullah, R. (2020). PEMBUATAN DAN PELATIHAN PENGOPERASIAN WEBSITE DESA AGROWISATA GONDANGMANIS. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BIDANG INFORMATIKA* , 01(01), 9–12.
- Ardiyanto, M. (2020). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI HAJI DAN UMRAH PADA OTTO PARIWISATA ARDANA TOUR. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*, 04(01).
- Arif, M., Zufria, I., & Ikhwan, A. (2020). PENERAPAN METODE MULTILEVEL FEEDBACK QUEUE PADA SISTEM INFORMASI PEMESANAN PAKET HAJI DAN UMRAH DI PT.AUBAINE KABUHAYAN . *JISTech (Journal of Islamic Science and Technology)*, 05(02), 51–62.
- Asrin, F. (2023). Pengujian Fungsionalitas Sistem Inventaris Barang Pada Sekolah Menengah Kejuruan Citra Borneo Menggunakan Black Box Testing. *Jurnal Ilmiah ILKOMINFO - Ilmu Komputer & Informatika*, 6(2), 131–143. <https://doi.org/10.47324/ilkominfo.v6i2.202>
- Chaerunisa, D. (2023). *EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN DIGITAL PRODUK UMRAH PADA PT FAUZI MULIA BERSAMA CENGKARENG*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73079/1/DEA%20CHAERUNISA-FDK.pdf>
- Fadli, M., Putra, R., & Eka, P. (2021). PENERAPAN METODE PEMASARAN AFFILIATE PADA DIGITAL MARKETING SISTEM INFORMASI PENERIMAAN MAHASISWA BARU. *Jurnal Informatika Dan Teknologi Informasi*, 04(01), 52–57.
- Fajriah, R., & Nazar, S. (2020). ANALISA BUSINESS PROCESS REENGINEERING DALAM PENGEMBANGAN SISTEM DISTRIBUSI PRODUK LENZA MATA BERBASIS MOBILE APPLICATION. *CESS (Journal of Computer Engineering, System and Science)*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.24114/cess.v5i1.14353>

- Fauza Husna. (2023). PERAN AFFILIATOR DALAM MENARIK MINAT BELANJA KONSUMEN. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 299–306. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.135>
- Hanim, R. (2022). TINJAUAN SHIRKAH TERHADAP SISTEM PAY PER CLICK (PPC) PADA GOOGLE ADSENSE DAN FACEBOOK. *MALIAH: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 12(02).
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK. *MEDIUM*, 8(1), 1–17. [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Izmi, N., & Irwan, M. (2023). PEMANFAATAN DATABASE PADA PERPUSTAKAAN DIGITAL DI PERGURUAN TINGGI. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 01(04), 1462–1469.
- Karina, N. D., Darmansyah, & Awalludin, D. (2023). PENGARUH AFFILIATE MARKETING DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PADA BELANJA ONLINE TERHADAP PERILAKU KONSUMEN. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Dan Adopsi Teknologi (INOTEK)*, 3(1), 80–89. <https://doi.org/10.35969/inotek.v3i1.304>
- Kohar, A., Nur, M., & Aser, R. (2020). PERANCANGAN SISTEM PENGOLAHAN DATA JAMAAH HAJI DAN UMRAH PADA PT. DREAM TOURS AND TRAVEL. *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi*, 03(03).
- Kotimah, S. (2023). *TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM KOMISI DALAM PROGRAM TIKTOK AFFILIATE*.
- Kurniawan, H., Apriliah, W., Kurniawan, I., & Firmansyah, D. (2020). PENERAPAN METODE WATERFALL DALAM PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENGGAJIAN PADA SMK BINA KARYA KARAWANG. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 14(4), 13–23. <https://doi.org/10.35969/interkom.v14i4.58>
- Mahendra, D. (2023). *METODE WATERFALL*. BSI TODAY. <https://bsi.today/metode-waterfall/>
- Marisah, S. (2022). *ANALISIS PEMASARAN BISNIS TRAVEL HAJI DAN UMRAH MELALUI KEMITRAAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Agen Perwakilan PT. Arminareka Perdana Bandar Lampung)*. <http://repository.radenintan.ac.id/18167/1/SKRIPSI%20%202.pdf>

- Misra, I., Zakiah, Z., & Sukmana, E. T. (2021). MEKANISME BAGI HASIL PADA SISTEM AFFILIATE MARKETING TAQYCHAN SAFFRON. *AL IQTISHADIAH JURNAL EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH*, 7(2), 94. <https://doi.org/10.31602/iqt.v7i2.5629>
- Nazaruddin, N., Hidayat, R., & Andreas, R. (2020). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PELAYANAN DALAM UPAYA PENINGKATAN KUALITAS DAYA SAING BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH PROSPEKTIF EKONOMI SYARI'AH (Studi Pada PT. Makkah Multazam Safir dan Al Madinah). *Nizham Journal of Islamic Studies*, 8(01), 1. <https://doi.org/10.32332/nizham.v8i01.2090>
- Pasaribu, J. K., Hilabi, S. S., & Nurapriani, F. (2022). Implementasi Sistem Rekrutmen Karyawan PT. Buana Sejahtera Sentosa Menggunakan Metode Pengujian Black Box. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 5(2), 173–179. <https://doi.org/10.31539/intecom.s.v5i2.5031>
- Permatasari, D. I. (2020). Pengujian Aplikasi menggunakan metode Load Testing dengan Apache JMeter pada Sistem Informasi Pertanian. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JUSTIN)*, 8(1), 135. <https://doi.org/10.26418/justin.v8i1.34452>
- Pratama, Y. (2023). *PRINSIP DASAR MANAJEMEN PEMASARAN (ANALISIS DAN STRATEGI DI ERA DIGITAL) PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Rafiqih, A. (2022). *SISTEM AFFILIATE DALAM MARKETPLACE SHOPEE MENURUT HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF DI INDONESIA*.
- Rahman, F. (2022). PRAKTIK AFFILIATE MARKETING PADA PLATFORM E-COMMERCE DALAM TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 6(1), 24–37. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>
- Restina, R. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENJUAL PRODUK BOLT! (STUDI KASUS PADA PT INTERNUX). *JUNI : JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, EKONOMI BISNIS, KEWIRAUSAHAAN*, 09(02).
- Setiyawan, D. (2018). DAMPAK PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI TERHADAP BUDAYA. *SIMBOLIKA*, 04(01), 67–72.
- Sholikhah, V. (2021). MANAJEMEN STRATEGI EKONOMI AGRIBISNIS DALAM KONTEKS ILMU EKONOMI MIKRO. *LAN TABUR : Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 113–129. <https://doi.org/10.53515/lantabur.2021.2.2.113-129>
- Suharya, Y. (2022). APLIKASI PENCATATAN KEHADIRAN KARYAWAN DI PD.HIKMAH FARM. *Jurnal Informatika*, 09(01), 31–35.

- Syamsiyah, N. (2023). STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMRAH PADA TRAVEL SMARTS UMRAH LAMPUNG. *Multazam : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.32332/multazam.v3i1.5399>
- Talibo, I. (2018). FUNGSI MANAJEMEN DALAM PERENCANAAN PEMBELAJARAN. *Jurnal Ilmiah Iqra'*, 7(1). <https://doi.org/10.30984/jii.v7i1.606>
- Warsiwati, W., Sudartono, T., & Zahra, I. (2021). MENUMBUHKAN MINAT USAHA MELALUI AFILIAE MARKETING BAGI GENERASI Z DALAM PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT. *Proshiding Sembhada*, 02(01).
- Windi, R., & Tampenawas, J. (2023). PENGARUH INFLUENCER MARKETING, CONTENT MARKETING DAN EFEKTIVITAS TIKTOK AFFILIAE TERHADAP BRAND AWARENESS SKINCARE HANASUI (STUDY KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS SAM RATULANGI ANGKATAN 2023). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(03), 772–784.

LAMPIRAN