

## Implementasi *Dashboard Multi-Role* pada Sistem Afiliasi dan Marketplace Berbasis Web PT. BIZHUB DIGITAL INDONESIA

Bayu Setiawan<sup>1\*</sup>, Rajawali Shaktika Anugrah Prasetya<sup>2</sup>, Andra Husnul Azmi<sup>3</sup>, Hazna At Thooriqoh<sup>4</sup>

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia<sup>1,2,3,4</sup>

\*Email Korespondensi: [22081010027@student.upnjatim.ac.id](mailto:22081010027@student.upnjatim.ac.id)

### Sejarah Artikel:

Diterima 14-06-2026  
Disetujui 18-06-2026  
Diterbitkan 20-07-2026

### ABSTRACT

Digital marketing encourages companies to adopt systems capable of managing transactions, affiliate partners, commissions, and performance reports within a single integrated platform. Previously, PT Bizhub Digital Indonesia relied on third-party platforms to operate its affiliate marketing activities. This condition limited the company's flexibility in managing workflows, monitoring affiliate performance, and independently handling commission disbursements. This study aims to implement a multi-role dashboard within a web-based affiliate and marketplace system. The system was designed to accommodate three primary user roles: Admin, Member/Affiliator, and Customer. The research methodology consisted of requirements analysis, system design using use case diagrams, activity diagrams, and sequence diagrams, web-based interface implementation, and functional testing through the black-box testing method. The implementation results demonstrate that the multi-role dashboard effectively separates system functionalities according to user access privileges. Administrators are able to manage products, categories, transactions, affiliate data, ratings, and commission withdrawals. Members/Affiliators can generate affiliate links, monitor referral transactions, track commission balances, and submit withdrawal requests. Customers can browse product catalogs, complete purchases, view order histories, manage profiles, and provide product ratings. The testing results indicate that all major system features functioned according to the predefined test scenarios. Therefore, the implemented multi-role dashboard supports the management of affiliate and marketplace systems in a more structured, transparent, and operationally efficient manner, while meeting the specific business requirements of the company.

**Keywords:** Dashboard; Multi-role; Affiliate System; Marketplace; E-commerce.

### ABSTRAK

Pemasaran digital mendorong perusahaan untuk memiliki sistem yang mampu mengelola transaksi, mitra afiliasi, komisi, dan laporan kinerja dalam satu platform. PT Bizhub Digital Indonesia sebelumnya masih bergantung pada platform pihak ketiga untuk menjalankan aktivitas afiliasi. Kondisi tersebut membatasi fleksibilitas perusahaan dalam mengatur alur kerja, memantau performa mitra, dan mengelola pencairan komisi secara mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan dashboard multi-role pada sistem afiliasi dan marketplace berbasis web. Sistem dirancang untuk tiga peran utama, yaitu Admin, Member/Affiliator, dan Customer. Metode yang digunakan meliputi analisis kebutuhan, perancangan sistem menggunakan use case diagram, activity diagram, dan sequence diagram, implementasi antarmuka berbasis web, serta pengujian fungsional dengan metode black-box

testing. Hasil implementasi menunjukkan bahwa dashboard multi-role dapat memisahkan fungsi sistem berdasarkan hak akses pengguna. Admin dapat mengelola produk, kategori, transaksi, data affiliator, rating, dan pencairan saldo. Member/Affiliator dapat membuat tautan afiliasi, memantau transaksi referal, melihat saldo komisi, dan mengajukan penarikan dana. Customer dapat mengakses katalog, melakukan pembelian, melihat riwayat pesanan, mengelola profil, dan memberikan rating. Pengujian menunjukkan bahwa fitur utama berjalan sesuai skenario yang dirancang. Dengan demikian, dashboard multi-role dapat mendukung pengelolaan sistem afiliasi dan marketplace secara lebih terstruktur, transparan, dan sesuai kebutuhan operasional perusahaan.

**Katakunci:** *dashboard; multi-role; sistem afiliasi; marketplace; e-commerce.*

**Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:**

Setiawan, B., Prasetya, R. S. A. ., Azmi, A. H. ., & At Thooriqoh, H. . (2026). Implementasi Dashboard Multi-Role pada Sistem Afiliasi dan Marketplace Berbasis Web PT. BIZHUB DIGITAL INDONESIA. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(4), 6239-6254. <https://doi.org/10.63822/jx1t2766>

## PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara perusahaan menjalankan aktivitas perdagangan, pemasaran, dan pengelolaan hubungan dengan pelanggan. E-commerce menjadi salah satu bentuk utama dari perubahan tersebut karena mampu mempertemukan penjual dan pembeli dalam ekosistem digital yang lebih luas (Meilinda et al., 2023). Dalam ekosistem tersebut, affiliate marketing berkembang sebagai strategi pemasaran berbasis kinerja, di mana mitra promosi memperoleh komisi dari aktivitas referal atau penjualan tertentu. Model ini relevan bagi pelaku usaha karena dapat memperluas jangkauan promosi melalui jaringan mitra dan komunitas digital (Nugraha et al., 2024).

Peningkatan aktivitas transaksi dan promosi pada platform e-commerce menuntut sistem pengelolaan data yang terintegrasi (Kasnelly et al., 2025). Perusahaan perlu memantau produk, transaksi, mitra afiliasi, tautan referal, komisi, status pembayaran, dan laporan performa secara berkelanjutan. Integrasi data dan penyajian informasi yang mendekati real-time menjadi penting karena dapat membantu perusahaan memperoleh gambaran operasional yang lebih utuh dalam pengambilan keputusan (Lande et al., 2024). Dashboard menjadi salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menyajikan informasi operasional secara ringkas dan mudah dipantau (Ike et al., 2024). Pada konteks e-marketplace, dashboard dapat membantu pengguna melihat indikator penting, aktivitas transaksi, serta informasi bisnis dalam bentuk yang lebih terstruktur (Attar et al., 2022).

Namun, dashboard pada sistem marketplace yang terintegrasi dengan afiliasi tidak cukup hanya menampilkan ringkasan data umum. Sistem perlu membedakan kebutuhan informasi dan hak akses setiap pengguna agar fitur yang tersedia sesuai dengan peran masing-masing. Pemisahan akses berdasarkan peran menjadi penting dalam sistem yang memiliki lebih dari satu jenis pengguna (Ajiga et al., 2024). Pendekatan Role-Based Access Control (RBAC) dapat digunakan untuk membatasi akses fitur dan data berdasarkan kewenangan pengguna sehingga risiko penyalahgunaan akses dapat dikurangi (Sahyudi & Susanto, 2025). Pada marketplace, perhatian terhadap keamanan data juga menjadi faktor penting karena pengguna mempercayakan informasi pribadi dan aktivitas transaksi kepada sistem (Dewantara et al., 2024). PT Bizhub Digital Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang pemasaran digital, funnel marketing, dan pemasaran berbasis komunitas. Dalam proses pengembangan sistem internal, salah satu kebutuhan utama perusahaan adalah tersedianya platform berbasis web yang dapat berfungsi sebagai marketplace sekaligus sistem afiliasi. Sistem tersebut perlu menyediakan ruang kerja berbeda untuk tiga peran utama, yaitu Admin, Member/Affiliator, dan Customer.

Admin membutuhkan dashboard untuk mengelola operasional sistem, seperti produk, kategori, order, affiliator, rating, dan pencairan saldo. Member/Affiliator membutuhkan dashboard untuk membuat tautan afiliasi, memantau performa promosi, melihat order referal, memeriksa saldo komisi, dan mengajukan penarikan dana. Sementara itu, Customer membutuhkan antarmuka yang lebih sederhana untuk melihat katalog, melakukan pembelian, mengelola profil, memantau pesanan, dan memberikan penilaian produk. Rancangan antarmuka marketplace perlu dibuat sederhana dan berorientasi pada pengalaman pengguna karena fitur yang terlalu kompleks berpotensi mengurangi kenyamanan penggunaan (Arifin et al., 2022). Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini membahas implementasi dashboard multi-role pada sistem afiliasi dan marketplace berbasis web. Fokus penelitian diarahkan pada pemetaan kebutuhan pengguna, perancangan hak akses, implementasi dashboard untuk Admin, Member/Affiliator, dan Customer, serta pengujian fungsional untuk memastikan fitur utama berjalan sesuai kebutuhan sistem.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Research and Development (R&D) karena berfokus pada pengembangan produk berupa dashboard multi-role pada sistem afiliasi dan marketplace berbasis web. Proses pengembangan dilakukan secara bertahap melalui analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi dashboard, dan pengujian fungsional. Pendekatan bertahap dipilih agar sistem dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna dan dievaluasi berdasarkan fungsi yang telah dikembangkan (Lampung et al., 2020). Pengembangan sistem informasi berbasis web umumnya memerlukan proses iteratif agar kebutuhan pengguna, rancangan fitur, dan hasil pengujian dapat saling divalidasi selama pengembangan (Herawati & Putri, 2025).

### Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan dilakukan dengan mengidentifikasi proses utama dalam sistem afiliasi dan marketplace (Prasetyo et al., 2022). Tahap ini berfokus pada pemetaan aktivitas pengguna, kebutuhan informasi, dan batasan akses setiap role. Hasil analisis menunjukkan bahwa sistem perlu mendukung tiga role pengguna, yaitu Admin, Member/Affiliator, dan Customer. Setiap role memiliki ruang kerja berbeda sehingga sistem perlu menyediakan pembatasan akses dan modul fitur yang sesuai (Sugianto & Aulia, 2017). Pemisahan akses dan visualisasi data berbasis web juga relevan untuk meningkatkan keteraturan pengelolaan data serta menjaga akses pengguna sesuai kewenangannya (Shiddiq, 2025).

Kebutuhan Admin meliputi pengelolaan produk, kategori, order, affiliator, saldo, rating, dan profil. Kebutuhan Member/Affiliator meliputi pengelolaan tautan afiliasi, pemantauan order afiliasi, pemantauan saldo komisi, pengajuan withdrawal, pengelolaan profil, dan pemantauan status langganan. Kebutuhan Customer meliputi akses katalog produk, checkout, riwayat order, rating produk, pengelolaan profil, dan status langganan. Hasil pemetaan kebutuhan pengguna ditunjukkan pada Tabel 1. Tabel tersebut digunakan sebagai dasar untuk menentukan ruang lingkup fitur pada setiap dashboard.

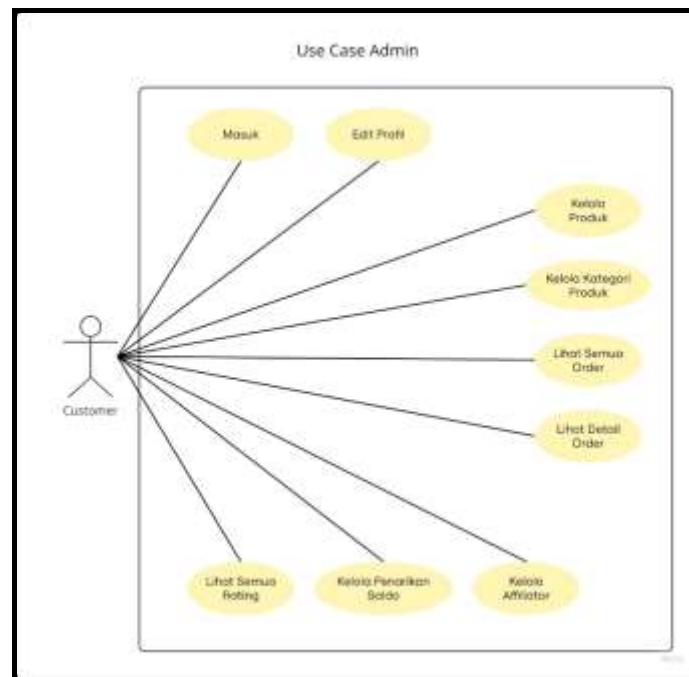
**Tabel 1. Kebutuhan Pengguna Sistem**

Role Pengguna	Kebutuhan	Kelompok Fitur
Admin	Mengelola operasional marketplace dan program afiliasi	Produk, order, affiliator, saldo, rating, profil
Member/Affiliator	Memantau promosi, komisi, dan pencairan saldo	Dashboard performa, link afiliasi, order referal, saldo, withdrawal
Customer	Melakukan pembelian dan mengelola akun pelanggan	Katalog, checkout, riwayat order, rating, profil, langganan

## Perancangan Sistem

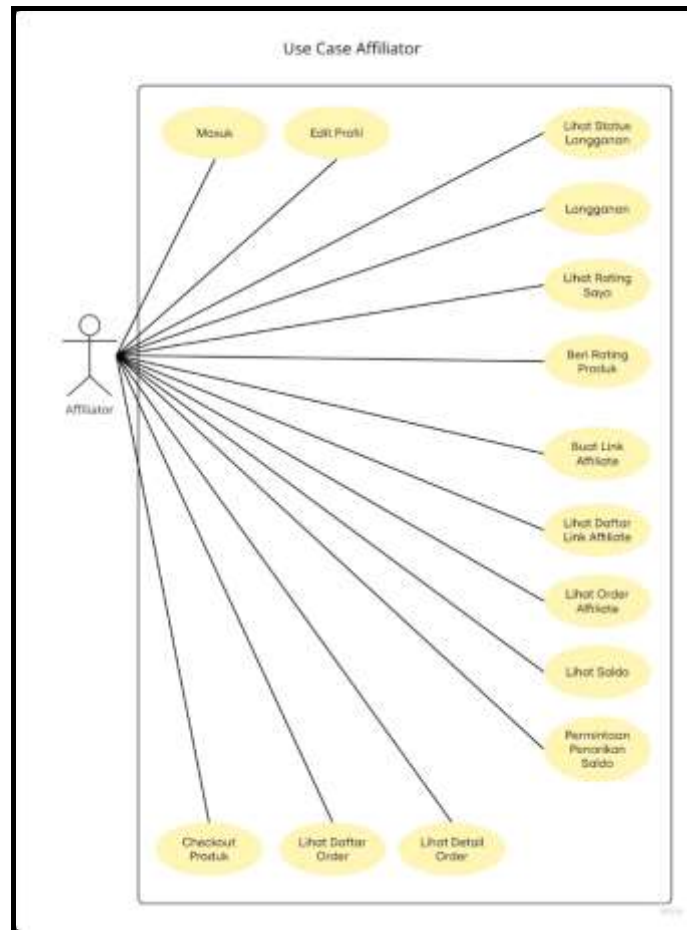
Perancangan sistem dilakukan menggunakan use case diagram, activity diagram, dan sequence diagram. Use case diagram digunakan untuk memetakan aktor dan fungsi yang dapat diakses oleh setiap role. Activity diagram digunakan untuk menggambarkan alur proses utama, seperti pembelian produk, administrasi anggota, manajemen produk, dan validasi saldo. Sequence diagram digunakan untuk menggambarkan urutan interaksi antara pengguna dan sistem pada proses login, pengelolaan produk, dan validasi pencairan saldo.

Pemodelan ini digunakan agar rancangan sistem dapat dibaca secara sistematis sebelum masuk ke tahap implementasi. Penggunaan diagram dalam tahap perancangan membantu memperjelas batas tanggung jawab setiap role sebelum sistem diimplementasikan. Perancangan ini juga menjadi dasar untuk memastikan bahwa fitur yang dikembangkan tidak saling tumpang tindih dan tetap mengikuti kebutuhan pengguna. Gambar 1 menunjukkan bahwa Admin memiliki hak akses paling luas dalam sistem. Admin dapat mengelola produk, kategori, order, affiliator, saldo, rating, dan profil. Peran ini menjadi pusat pengendalian operasional marketplace serta proses validasi pada program afiliasi.



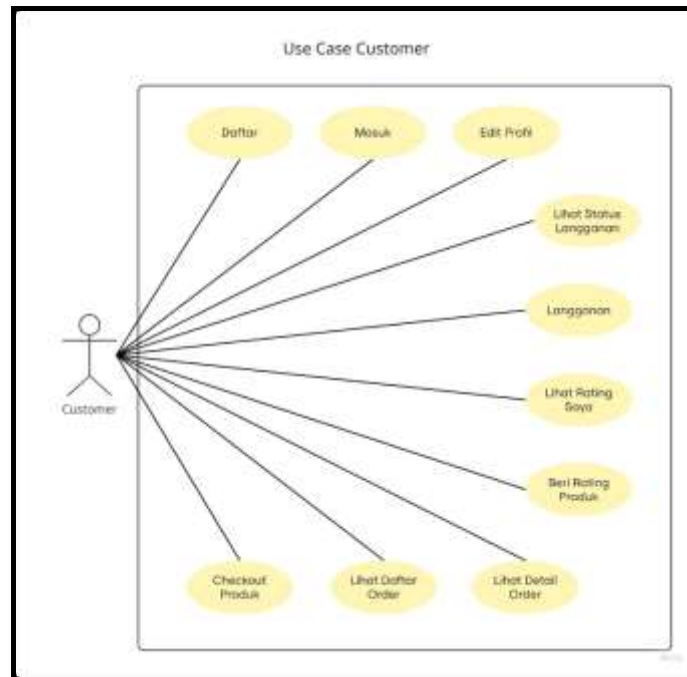
**Gambar 1.** Use Case Diagram Admin

Gambar 2 memperlihatkan fungsi yang tersedia untuk Member/Affiliator. Peran ini difokuskan pada aktivitas promosi, mulai dari pembuatan tautan afiliasi, pemantauan order referral, pengecekan komisi, hingga pengajuan penarikan saldo.



**Gambar 2.** Use Case Diagram Affiliator

Gambar 3 menunjukkan fungsi yang dapat diakses oleh Customer. Fitur yang disediakan berfokus pada aktivitas pembelian, pengelolaan akun, pemantauan order, status langganan, dan pemberian rating terhadap produk.



Gambar 3. Use Case Diagram Customer

### Implementasi Dashboard

Implementasi dashboard dilakukan dalam bentuk aplikasi berbasis web. Penyusunan antarmuka memperhatikan konsistensi tampilan, kejelasan navigasi, dan pemisahan fitur berdasarkan kebutuhan pengguna. Pada sistem multi-role, kebutuhan setiap pengguna perlu dipetakan sebelum antarmuka diterapkan agar fitur yang disediakan tidak keluar dari konteks kerja masing-masing role. Prinsip user-centric design menekankan bahwa sistem digital perlu dirancang berdasarkan kebutuhan dan perilaku pengguna agar mudah diadopsi serta mendukung aktivitas organisasi (Barua & Rahman, 2023). Dashboard Admin menyajikan ringkasan kondisi bisnis, seperti saldo perusahaan, jumlah afiliator, grafik pendapatan, dan riwayat pesanan terbaru.

Selain itu, Admin memiliki akses ke modul pengelolaan produk, kategori, order, afiliator, saldo, rating, dan profil. Dashboard Member/Afiliator menyajikan informasi performa personal, seperti saldo komisi, jumlah tautan promosi, riwayat komisi, dan grafik aktivitas tautan. Member/Afiliator juga dapat membuat tautan afiliasi, melihat daftar tautan, memantau order dari referal, melihat seluruh order pribadi, mengelola rating produk, melihat saldo, mengajukan withdrawal, mengatur profil, dan memantau status langganan. Dashboard Customer difokuskan pada aktivitas pembelian dan pengelolaan akun. Customer dapat mengakses katalog produk, melihat detail produk, melakukan checkout, melihat order, memberikan rating, mengatur profil, dan memantau status langganan.

**Tabel 2. Tujuan Implementasi Dashboard**

Dashboard	Tujuan Implementasi
Admin	Memantau dan mengelola operasional sistem, termasuk produk, transaksi, afiliator, rating, dan validasi pencairan saldo
Member/Afiliator	Memantau aktivitas promosi, order referal, komisi, saldo, dan pengajuan withdrawal
Customer	Mendukung proses pembelian, pengelolaan akun, riwayat pesanan, dan pemberian rating produk

### Rancangan Pengujian

Pengujian sistem dilakukan menggunakan metode black-box testing. Metode ini berfokus pada validasi fungsi dari sisi pengguna tanpa meninjau struktur internal kode program. Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa setiap fitur dapat merespons masukan pengguna sesuai hasil yang diharapkan. Skenario pengujian mencakup registrasi, login, validasi form, pengelolaan produk, checkout, pembuatan tautan afiliasi, pemantauan order, pengelolaan saldo, withdrawal, dan pengelolaan data berdasarkan role pengguna. Penggunaan black-box testing pada pengembangan sistem informasi berbasis web relevan untuk memastikan fitur berjalan sesuai kebutuhan sebelum sistem digunakan lebih luas (Herawati & Putri, 2025).

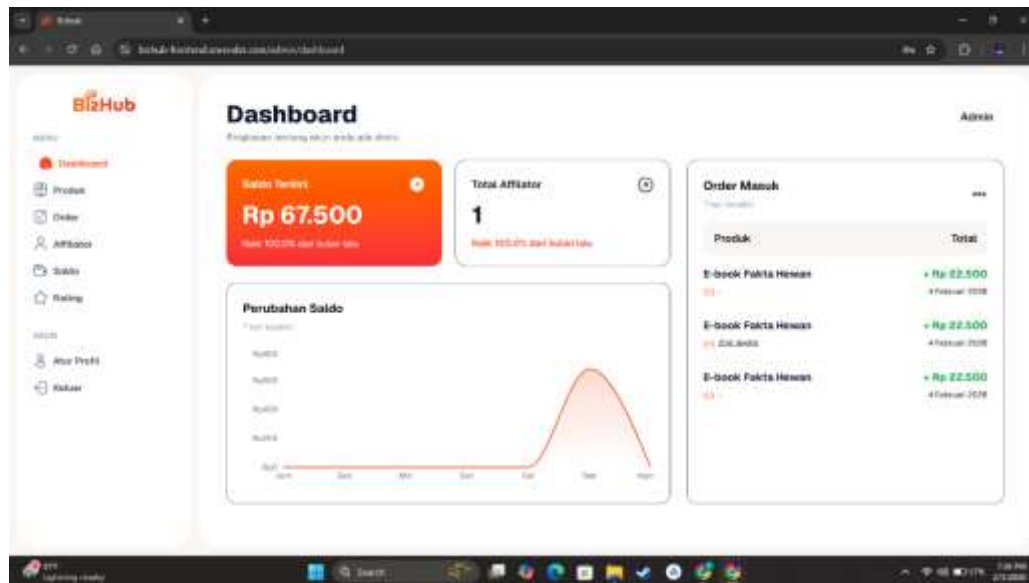
### HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil implementasi dashboard multi-role pada sistem afiliasi dan marketplace berbasis web. Pembahasan difokuskan pada pemisahan fungsi dashboard untuk Admin, Member/Afiliator, dan Customer, serta bagaimana pembagian tersebut mendukung alur operasional sistem.

#### Implementasi Dashboard Admin

Dashboard Admin dirancang sebagai pusat kendali operasional sistem. Pada halaman utama, Admin dapat melihat ringkasan saldo, jumlah afiliator, grafik pendapatan harian, dan daftar pesanan terbaru. Informasi ini membantu Admin memantau kondisi sistem secara cepat sebelum masuk ke modul pengelolaan yang lebih rinci. Pada modul produk, Admin dapat menambah dan mengubah data produk, termasuk nama produk, deskripsi, harga, gambar, kategori, diskon, dan komisi afiliasi. Modul kategori digunakan untuk mengelompokkan produk agar katalog lebih tertata. Modul order digunakan untuk memantau seluruh transaksi yang dilakukan oleh Customer maupun Member, termasuk status pembayaran dan detail pesanan.

Admin juga memiliki akses ke modul afiliator untuk melihat daftar mitra, status akun, data komisi, dan waktu bergabung. Pada modul saldo, Admin dapat memantau pendapatan, komisi tertunda, komisi yang telah dibayarkan, serta memproses permintaan pencairan dana dari Member/Afiliator. Modul rating digunakan untuk meninjau ulasan pelanggan terhadap produk yang tersedia di marketplace.



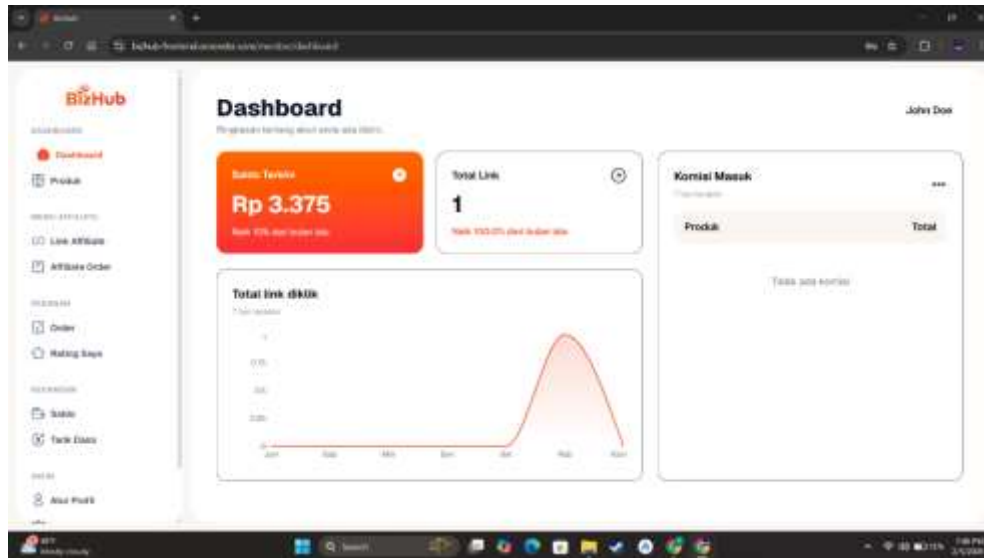
Gambar 4. Implementasi Dashboard Admin

Gambar 4 menampilkan dashboard Admin yang berisi ringkasan informasi operasional, seperti saldo, jumlah affiliator, grafik pendapatan, dan daftar order terbaru. Tampilan ini dirancang agar Admin dapat memantau kondisi sistem sebelum mengakses modul pengelolaan yang lebih rinci.

### Implementasi Dashboard Member/Affiliator

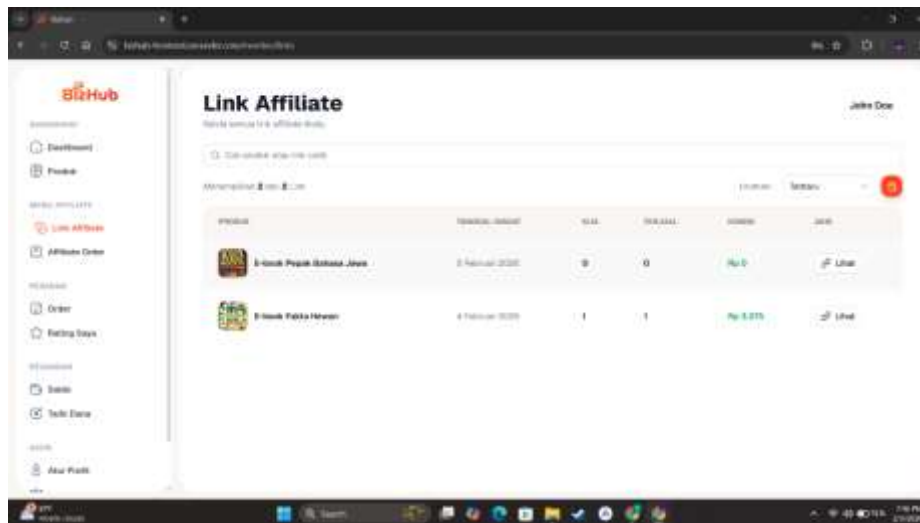
Dashboard Member/Affiliator difokuskan pada pemantauan performa promosi dan pengelolaan komisi. Pada halaman utama, Member dapat melihat saldo komisi terkini, jumlah tautan promosi, riwayat komisi, dan grafik performa tautan. Informasi tersebut membantu Member mengevaluasi aktivitas promosi yang telah dilakukan. Fitur pembuatan tautan afiliasi memungkinkan Member memilih produk yang akan dipromosikan dan menghasilkan tautan unik. Tautan tersebut digunakan untuk mencatat transaksi yang berasal dari referal Member.

Pada halaman daftar tautan, Member dapat melihat nama produk, tanggal pembuatan tautan, jumlah klik, jumlah produk terjual, dan total komisi. Member juga dapat memantau order afiliasi yang berisi transaksi dari tautan promosi miliknya. Selain itu, tersedia fitur saldo dan withdrawal yang memungkinkan Member melihat mutasi komisi, mengajukan penarikan dana, dan memantau status pencairan. Untuk mendukung validitas pencairan, Member perlu melengkapi data profil dan informasi rekening.



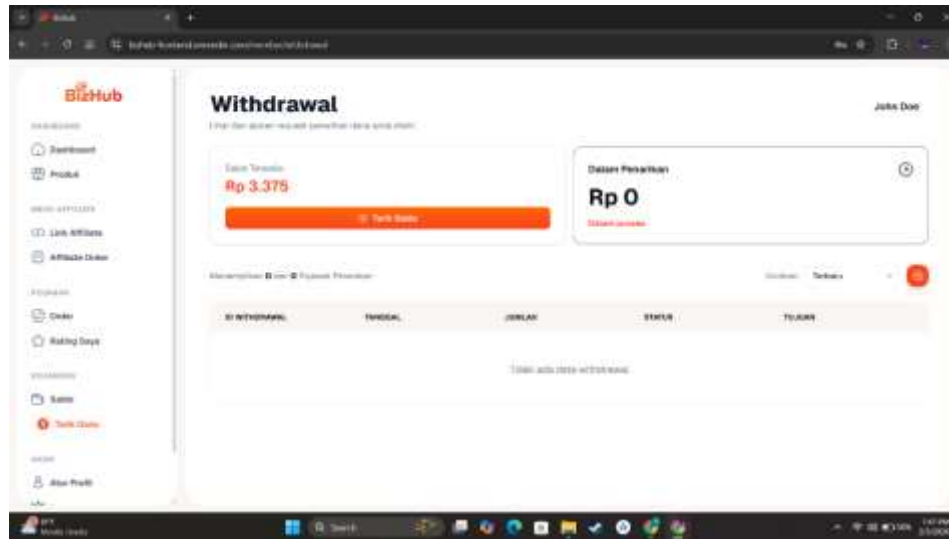
Gambar 5. Implementasi Dashboard Member/Affiliator

Gambar 5 menampilkan dashboard Member/Affiliator yang menyajikan saldo komisi, jumlah tautan promosi, dan ringkasan performa. Informasi tersebut membantu Member memantau aktivitas afiliasi tanpa perlu mengakses modul Admin.



Gambar 6. Implementasi Daftar Link Afiliasi

Gambar 6 menunjukkan halaman daftar link afiliasi. Halaman ini menampilkan produk yang dipromosikan, tanggal pembuatan tautan, jumlah klik, jumlah penjualan, dan nilai komisi. Fitur ini penting untuk mendukung transparansi performa promosi bagi Member/Affiliator.

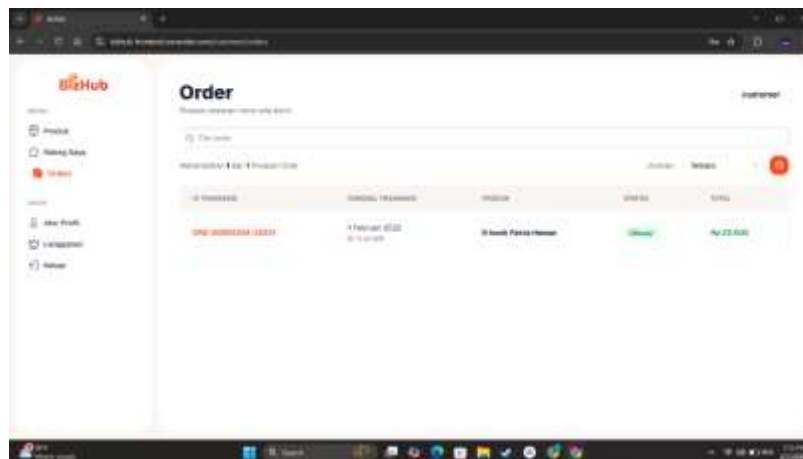


Gambar 7. Implementasi Halaman Pencairan

Gambar 7 menampilkan halaman withdrawal yang digunakan oleh Member/Affiliator untuk mengajukan pencairan saldo komisi. Halaman ini juga menyediakan informasi status pencairan agar pengguna dapat memantau proses validasi yang dilakukan oleh Admin.

### Implementasi Dashboard Customer

Dashboard Customer mendukung aktivitas pembelian dan pengelolaan akun. Customer dapat melihat katalog produk, menggunakan pencarian dan filter, membuka detail produk, melakukan checkout, serta melihat invoice setelah pembayaran. Customer juga dapat mengakses riwayat order, memberikan rating produk, mengatur profil, dan melihat status langganan. Fitur Customer dipisahkan dari fitur Member/Affiliator dan Admin agar alur pembelian tidak bercampur dengan aktivitas pengelolaan komisi maupun manajemen sistem. Pemisahan ini membuat antarmuka lebih sederhana dan sesuai dengan kebutuhan pengguna akhir.



Gambar 8. Implementasi Halaman Order Customer

Gambar 8 menampilkan halaman order Customer yang digunakan untuk melihat riwayat transaksi

pembelian. Informasi yang ditampilkan meliputi ID transaksi, tanggal transaksi, produk, status pembayaran, dan total pembayaran.

### Pengujian Sistem

Pengujian sistem dilakukan menggunakan metode black-box testing untuk memastikan bahwa fitur utama berjalan sesuai skenario yang dirancang. Pengujian difokuskan pada interaksi pengguna terhadap sistem, mulai dari proses autentikasi, transaksi, pengelolaan afiliasi, hingga validasi saldo. Hasil pengujian ditunjukkan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Pengujian BlackBox**

No	Fitur	Skenario Pengujian	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian	Keterangan
1	Registrasi Pengguna	Pengguna memasukkan data identitas lengkap beserta kata sandi yang sesuai, kemudian menekan tombol daftar	Sistem memproses pendaftaran, menyimpan data akun baru, dan mengarahkan pengguna ke halaman verifikasi OTP	Sistem memproses pendaftaran, menyimpan data akun baru, dan mengarahkan pengguna ke halaman verifikasi OTP	Berhasil
2	Validasi Pendaftaran	Pengguna mengosongkan kolom formulir registrasi yang wajib, kemudian menekan tombol daftar	Sistem menolak instruksi dan memunculkan pesan peringatan terkait kolom mana saja yang wajib dilengkapi	Sistem menolak instruksi dan memunculkan pesan peringatan terkait kolom mana saja yang wajib dilengkapi	Berhasil
3	Lupa Password	Pengguna memasukkan email valid yang terdaftar pada halaman Lupa Password dan meminta tautan ulang	Sistem mengirimkan kode OTP ke email pengguna dan mengarahkannya ke halaman Reset Password	Sistem mengirimkan kode OTP ke email pengguna dan mengarahkannya ke halaman Reset Password	Berhasil
4	Reset Password	Pengguna memasukkan kode verifikasi OTP yang benar beserta kombinasi kata sandi baru yang identik	Sistem memverifikasi OTP, mengubah kata sandi lama, dan membawa pengguna kembali ke halaman login	Sistem memverifikasi OTP, mengubah kata sandi lama, dan membawa pengguna kembali ke halaman login	Berhasil
5	Autentikasi	Pengguna	Sistem memberikan hak	Sistem	Berhasil

	Pengguna	memasukkan informasi akun yang terdaftar	akses dan menampilkan halaman dasbor utama yang bersesuaian dengan tipe akun	memberikan hak akses dan menampilkan halaman dasbor utama yang bersesuaian dengan tipe akun	
6	Autentikasi Gagal	Pengguna memasukkan email atau kata sandi yang salah pada halaman masuk (login)	Sistem menolak upaya masuk dan menampilkan pesan peringatan mengenai kredensial yang tidak sah	Sistem menolak upaya masuk dan menampilkan pesan peringatan mengenai kredensial yang tidak sah	Berhasil
7	Pembelian Produk	Pengguna (Customer) memilih item dari halaman katalog, menambahkan ke keranjang, dan menekan tombol checkout	Sistem mencatat transaksi pemesanan dan menampilkannya di dalam riwayat pesanan pengguna	Sistem mencatat transaksi pemesanan dan menampilkannya di dalam riwayat pesanan pengguna	Berhasil
8	Tautan Afiliasi	Pengguna (Affiliator) menekan aksi pembuatan tautan afiliasi pada panel produk yang tergabung di katalog	Sistem menghasilkan sebuah tautan unik khusus untuk pelacakan komisi anggota tersebut	Sistem menghasilkan sebuah tautan unik khusus untuk pelacakan komisi anggota tersebut	Berhasil
9	Penarikan Saldo	Anggota mematuhi batas transaksi minimum dan mengajukan permohonan penarikan uang dari dompet akun	Sistem menerima pengajuan dan mendaftarkannya ke panel kendali administrasi dengan status tertunda	Sistem menerima pengajuan dan mendaftarkannya ke panel kendali administrasi dengan status tertunda	Berhasil
10	Memvalidasi Penarikan	Administrator meninjau dan menyetujui permohonan penarikan dana bulanan yang dikirimkan oleh anggota	Sistem mengubah status menjadi disetujui serta mendebit akumulasi saldo yang tersedia di akun anggota	Sistem mengubah status menjadi disetujui serta mendebit akumulasi saldo yang tersedia di akun anggota	Berhasil
11	Manajemen Produk	Administrator menambah data	Sistem menyimpan informasi produk ke	Sistem menyimpan	Berhasil

		pelengkap (gambar, harga, persentase komisi) ke sistem publikasi produk	basis data dan segera menampilkannya di halaman muka antarmuka katalog	informasi produk ke basis data dan segera menampilkannya di halaman muka antarmuka	
12	Validasi Langganan	Administrator mengkonfirmasi bukti biaya keanggotaan dan menyetujui status berlangganan pelanggan	Sistem memperbarui level langganan akun pelanggan secara instan menjadi affiliator dengan fitur komisi	Sistem memperbarui level langganan akun pelanggan secara instan menjadi affiliator dengan fitur komisi	Berhasil

Hasil pengujian pada Tabel 3 menunjukkan bahwa fungsi utama dari ketiga role berjalan sesuai hasil yang diharapkan. Pengujian autentikasi membuktikan bahwa sistem dapat mengarahkan pengguna ke dashboard berdasarkan hak akses masing-masing. Pengujian fitur afiliasi menunjukkan bahwa tautan unik, pengajuan saldo, dan validasi penarikan dapat berjalan sesuai alur. Sementara itu, pengujian fitur marketplace menunjukkan bahwa proses pembelian dan manajemen produk telah terhubung dengan modul katalog dan order.

### Pembahasan

Implementasi dashboard multi-role memberikan struktur yang lebih jelas pada sistem afiliasi dan marketplace. Setiap role memiliki ruang kerja sendiri, sehingga pengguna hanya berinteraksi dengan fitur yang relevan. Pemisahan ini menjadi penting karena sistem afiliasi memiliki proses yang lebih kompleks dibandingkan e-commerce biasa, terutama pada pengelolaan tautan referal, perhitungan komisi, validasi saldo, dan pencairan dana. Tanpa pemisahan role, fitur operasional Admin, aktivitas promosi Member/Affiliator, dan aktivitas transaksi Customer berpotensi bercampur dalam satu antarmuka yang sulit dipahami.

Dashboard Admin mendukung kebutuhan kontrol dan validasi operasional melalui modul produk, order, affiliator, saldo, dan rating. Dashboard Member/Affiliator mendukung transparansi performa promosi karena pengguna dapat melihat tautan yang dibuat, order yang berasal dari referal, serta saldo komisi yang dapat diajukan untuk pencairan. Dashboard Customer tetap difokuskan pada transaksi dan pengelolaan akun, sehingga alur pembelian tidak terbebani oleh fitur administratif maupun fitur komisi yang tidak diperlukan oleh pelanggan.

Dari sisi rancangan antarmuka, pembagian dashboard membantu menjaga konsistensi pengalaman pengguna. Setiap dashboard memiliki fokus informasi yang berbeda, tetapi tetap berada dalam satu sistem yang sama. Hal ini membuat sistem dapat mengakomodasi aktivitas marketplace dan afiliasi tanpa memaksa semua pengguna berhadapan dengan fitur yang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Pembagian fungsi tersebut menunjukkan bahwa dashboard multi-role tidak hanya berperan sebagai tampilan data, tetapi juga sebagai mekanisme pengarah alur kerja. Admin diarahkan pada proses pengendalian sistem, Member/Affiliator diarahkan pada aktivitas promosi dan komisi, sedangkan Customer diarahkan pada proses transaksi dan pengelolaan akun.

## KESIMPULAN

Implementasi dashboard multi-role pada sistem afiliasi dan marketplace berbasis web PT Bizhub Digital Indonesia berhasil memisahkan fungsi sistem berdasarkan kebutuhan Admin, Member/Affiliator, dan Customer. Admin memperoleh akses untuk mengelola operasional sistem, Member/Affiliator memperoleh akses untuk mengelola aktivitas promosi dan komisi, sedangkan Customer memperoleh akses untuk melakukan transaksi dan mengelola akun. Pemisahan dashboard berdasarkan role membuat sistem lebih terstruktur dan membantu pengguna berfokus pada fitur yang sesuai dengan kebutuhannya.

Pengujian black-box menunjukkan bahwa fitur utama berjalan sesuai skenario yang dirancang, mulai dari autentikasi, pembelian produk, pembuatan tautan afiliasi, pengajuan saldo, validasi penarikan, hingga manajemen produk. Berdasarkan hasil tersebut, dashboard multi-role dapat digunakan sebagai pendekatan dalam pengembangan marketplace yang terintegrasi dengan program afiliasi internal. Meski demikian, hasil penelitian ini masih terbatas pada pengujian fungsional sehingga evaluasi pengalaman pengguna dan aspek keamanan perlu dilakukan pada tahap pengembangan berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajiga, D., Okeleke, P. A., Folorunsho, S. O., & Ezeigweneme, C. (2024). Designing Cybersecurity Measures for Enterprise Software Applications to Protect Data Integrity. *Computer Science & IT Research Journal*, 5(8), 1920–1941. <https://doi.org/10.51594/csitrj.v5i8.1451>
- Arifin, A.-M. B., P, B. P. P., & Nirwana, A. (2022). Redesain Website Marketplace Yulibu com Untuk Meningkatkan User Experience Pengguna Dengan Metode Lean UX. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 3(1), 91–108. <https://doi.org/10.33479/sb.v3i1.191>
- Attar, Z. Al, Kusumasari, T. F., & Fauzi, R. (2022). Pengembangan Sistem Dashboard untuk Mengevaluasi Platform E-Marketplace dengan Metode Scrum pada Startup GRAVIS. *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 8(3), 536. <https://doi.org/10.26418/jp.v8i3.58782>
- Barua, T., & Rahman, M. A. (2023). A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW OF USER-CENTRIC DESIGN IN DIGITAL BUSINESS SYSTEMS ENHANCING ACCESSIBILITY, ADOPTION, AND ORGANIZATIONAL IMPACT. *American Journal of Scholarly Research and Innovation*, 2(2), 193–216. <https://doi.org/10.63125/36w7fn47>
- Dewantara, R. Y., Bintang, R. A. K. N., & Gatra, R. (2024). Analisis Keamanan Data Pelanggan dalam Menghadapi Tantangan Penggunaan Marketplace. *JISKA (Jurnal Informatika Sunan Kalijaga)*, 9(2), 94–104. <https://doi.org/10.14421/jiska.2024.9.2.94-104>
- Herawati, A. K., & Putri, D. I. (2025). Pendekatan Agile Software Development dalam Sistem Informasi Berbasis Web untuk Optimalisasi Manajemen Data Iklan. *Jurnal Informatika Terpadu*, 11(2), 123–133. <https://doi.org/10.54914/jit.v11i2.2572>
- Ike, C. C., Ige, A. B., Oladosu, S. A., Adepoju, P. A., & Afolabi, A. I. (2024). Advancing real-time decision-making frameworks using interactive dashboards for crisis and emergency management. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(12), 3915–3950. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v6i12.1762>

- Kasnelly, S., Luthfi, A., & Karomah, S. (2025). Strategi Affiliate Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Digital Di Era E-Commerce. *Al-Mizan.*, 8(2), 97–105. <https://doi.org/10.54459/almizan.v8i2.969>
- Lampung, U., Hijriani, A., Aprilliana, E., Lampung, U., Pribadi, Rd. I. A., Lampung, U., Sakethi, D., & Lampung, U. (2020). Business Intelligence Dashboard (BID) Pada Usaha Mikro Bidang Retail Studi Kasus CV Duta Square Bandar Lampung. *Matrix Jurnal Manajemen Teknologi Dan Informatika*, 10(1), 11–18. <https://doi.org/10.31940/matrix.v10i1.1616>
- Lande, O. B. S., Johnson, E., Adeleke, G. S., Amajuoyi, C. P., & Simpson, B. D. (2024). Enhancing business intelligence in e-commerce: Utilizing advanced data integration for real-time insights. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(6), 1936–1953. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v6i6.1207>
- Meilinda, V., Anjani, S. A., & Ridwan, Muh. (2023). A Platform Based Business Revolution Activates Indonesia's Digital Economy. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 2(2), 155–174. <https://doi.org/10.33050/sabda.v2i2.279>
- Nugraha, A., Pratiwi, M., Ardenis, D. M., Amany, N., Ahmad, S. S., & Sukmawati, A. (2024). Affiliate Marketer a Decent Work for Generation Z in Indonesia? *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 8(1), 45–55. <https://doi.org/10.20473/tijab.v8.i1.2024.51251>
- Prasetyo, A., Rahmawati, L., & Ramadhan, M. I. (2022). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Mazidah Collection. *Jurnal Janitra Informatika Dan Sistem Informasi*, 2(1), 43–52. <https://doi.org/10.25008/janitra.v2i1.146>
- Sahyudi, M., & Susanto, E. R. (2025). Analisis Implementasi Sistem Keamanan Basis Data Berbasis Role-Based Access Control (RBAC) pada Aplikasi Enterprise Resource Planning. *SATESI Jurnal Sains Teknologi Dan Sistem Informasi*, 5(1), 105–116. <https://doi.org/10.54259/satesi.v5i1.3997>
- Shiddiq, J. N. (2025). Implementasi Sistem Informasi Web untuk Visualisasi dan Keamanan Data Susut Energi. *Merkurius Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika*, 3(6), 349–357. <https://doi.org/10.61132/mercurius.v3i6.1261>
- Sugianto, C. A., & Aulia, I. (2017). Pengembangan Sistem Informasi Kerjasama Berbasis Web Studi Kasus: Pada SEAMOLEC. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 137–145. <https://doi.org/10.29207/resti.v1i2.31>