

Abstrak

**ANALISIS PENERAPAN MODEL BUSINESS INTELLIGENCE PADA APLIKASI
PPOB (PAYMENT POINT ONLINE BANKING) DALAM MENINGKATKAN
STRATEGI PEMASARAN
(STUDI KASUS: APLIKASI APOTIKKUOTA)**

Perkembangan bisnis era digital saat ini membuat *stakeholder* aplikasi *Apotikkuota* menyadari besarnya tantangan dalam dunia bisnis. Saat ini data merupakan sesuatu hal yang berharga, sadar akan hal tersebut membuat *stakeholder* aplikasi *Apotikkuota* berfokus pada penanganan data yang baik. Data tersebut merupakan beberapa data diantaranya; data transaksi penjualan, data pelanggan, serta data lainnya yang akan berguna dalam pengambilan keputusan dalam penerapan strategi pemasaran. Selama ini penanganan pemasaran hanya pada intuisi *stakeholder* tanpa melihat manfaat dari proses analisis data yang ada. *Business Intelligence* (BI) menjadi salah satu solusi akan kebutuhan perusahaan atau organisasi, terutama dalam menganalisis dan menyediakan akses ke data guna membantu mengambil keputusan secara lebih baik. Dalam penelitian ini, peneliti akan merancang dan membangun model BI untuk mendukung strategi pemasaran pada bisnis PPOB (*Payment Point Online Bank*). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan BI dengan membuat *dashboard reporting* dan *Online Analytical Processing* (OLAP) untuk membantu pihak *stakeholder* dalam pengambilan keputusan. Hasil penelitian ini, yaitu menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholder* dalam proses pengambilan keputusan untuk meningkatkan strategi pemasaran pada aplikasi *Apotikkuota*. Dalam proses pengambilan keputusan, penerapan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang didalamnya terdapat komponen 4P yaitu: *Price* (Harga), *Product* (Produk), *Place* (Distribusi), serta *Promotion* (Promosi) menjadi acuannya.

Kata Kunci

business intelligence, strategi marketing, pengambilan keputusan, aplikasi ppob, dashboard

Abstract

ANALYSIS OF BUSINESS INTELLIGENCE APPLICATION IN PPOB APPLICATIONS (BANK ONLINE PAYMENT POINT) TO IMPROVE MARKETING STRATEGIES (STUDI KASUS: APOTIKKUOTA APPLICATION)

The current business development of the digital era has made Apotikkuota application stakeholders aware of the magnitude of the challenges in the business world. At present the data is something of value, aware that it makes the Apotikkuota application stakeholders focus on good data handling. The data is some data including; sales transaction data, customer data, and other data that will be useful in making decisions in implementing marketing strategies. So far, the handling of marketing is only on the intuition of stakeholders regardless of the benefits of the existing data analysis process. Business Intelligence (BI) is one solution to the needs of companies or organizations, especially in analyzing and providing access to data to help make better decisions. In this study, researchers will design and build a BI model to support marketing strategies in the PPOB (Payment Point Online Bank) business. This study aims to examine the application of BI by creating dashboards reporting and Online Analytical Processing (OLAP) to help stakeholders in decision making. The results of this study, namely presenting information needed by stakeholders in the decision making process to improve marketing strategies in the Apotikkuota application. In the decision making process, the application of the marketing mix strategy in which there is a 4P component, namely: Price, Product, Place, and Promotion is the reference.

Keywords

business intelligence, marketing strategies, ppob application, dashboard