

BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era *digital* saat ini memunculkan banyak peluang-peluang usaha yang makin terbuka lebar. Jika dibandingkan dengan bisnis secara *offline* yang biasanya membutuhkan tempat untuk berjualan, peluang bisnis *online* tentu relatif terjangkau. Modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar, sehingga siapapun dapat memulai membangun usahanya secara mudah.

Kunci pokok dalam menjalankan sebuah bisnis adalah menciptakan sistem. Sistem inilah yang sendirinya akan menjadikan sebuah bisnis memiliki siklus bisnis yang tepat, sehingga menjadi sebuah bangunan bisnis yang kokoh. Sistem bisnis dapat juga disebut sebagai kelompok komponen atau elemen yang disatukan menjadi satu kesatuan untuk mencapai suatu tujuan bisnis, yaitu mendapatkan keuntungan (Tom Mc, 2016).

Tantangan dalam bisnis, salah satunya adalah persaingan dengan kompetitor. Hal ini disebabkan karena banyaknya bisnis online yang merambat dan menjanjikan membuat banyak orang menjalankan bisnis tersebut. Salah satu cara untuk mengatasinya adalah dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Untuk menentukan strategi pemasaran tersebut, dibutuhkan analisa yang tepat dan efektif sebagai acuan dalam pengambilan keputusan oleh organisasi maupun perusahaan.

Berkembangnya persaingan bisnis yang pesat membuat perusahaan atau organisasi untuk dapat mengambil keputusan secara cepat dan tepat, sehingga dibutuhkan tools yang bisa membantu perusahaan atau organisasi untuk menganalisa dan mengelola data menjadi informasi yang berkualitas. Hal ini dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang tepat. Kebutuhan akan informasi menjadi kebutuhan pokok dalam kelangsungan perusahaan atau organisasi. *Business Intelligence* (BI) menjadi salah satu solusi akan kebutuhan perusahaan atau organisasi diatas, terutama dalam menganalisis dan menyediakan akses ke data guna membantu mengambil keputusan secara lebih baik. Business intelligence mampu mengubah data menjadi informasi berkualitas yang menjadi pendukung pengambilan keputusan perusahaan dan proses bisnis (Nelson, 2007).

Secara ringkas BI dapat diartikan sebagai pengetahuan yang didapatkan dari hasil analisis data yang diperoleh dari kegiatan suatu organisasi atau perusahaan. *Business*

Intelligence Solution merupakan istilah yang umumnya digunakan untuk jenis aplikasi ataupun teknologi yang digunakan untuk membantu kegiatan BI, seperti mengumpulkan data, menyediakan akses, serta menganalisa data dan informasi mengenai kinerja perusahaan atau organisasi (Kusnawi, 2011).

Berbagai kelebihan dalam penerapan BI, yaitu untuk mengumpulkan, menyimpan, menganalisis, dan menyediakan akses ke data guna membantu pengguna mengambil keputusan secara akurat dengan melakukan berbagai aktivitas diantaranya, sistem pendukung keputusan, *query*, *reporting*, *online analytical processing* (OLAP), analisa statistik, *forecasting* dan *data mining* untuk analisa data penjualan serta konsumen untuk melakukan proses strategi pemasaran (Kusnawi, 2011).

PPOB (*Payment Point Online Banking*) adalah sebuah sistem pembayaran secara *online* dengan memanfaatkan fasilitas perbankan. Dalam hal ini, pembayaran yang dimaksud bisa bermacam – macam, mulai dari PLN, BPJS, telepon, pulsa, internet, paket data, asuransi, tiket pesawat dan kereta api, kartu kredit, *multifinance*, hingga *voucher game* serta transportasi *online*. Selain memanfaatkan fasilitas perbankan, PPOB juga bekerjasama dengan lembaga *switching* sebagai pengatur lalu lintas data serta outlet atau loket untuk melayani pelanggan. PPOB dapat menjadi bisnis yang menguntungkan, di satu sisi, PPOB memberi kemudahan kepada *public* untuk memenuhi kebutuhan aneka pembayaran (Tim SBF, 2018).

Apotikkuota merupakan salah satu aplikasi PPOB berbasis *website* dan *android*. Aplikasi *Apotikkuota* melayani beberapa transaksi, antara lain: pembelian pulsa, paket telpon dan sms, paket data internet, pembayaran listrik baik pra-bayar (*Token PLN*) maupun pasca bayar, serta pembelian produk *e-money* seperti *Gopay* dan *OVO*. *Apotikkuota* mulai berdiri sejak 1 Oktober 2016 dan berbasis di Jakarta. Aplikasi *Apotikkuota* berbasis *android* diluncurkan pertama kalinya di pada tanggal 5 November 2017.

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 pada aplikasi *Apotikkuota*.

Dengan proses analisis terhadap data transaksi penjualan ini, pihak manajemen dapat mendapatkan informasi yang digunakan untuk keperluan manajemen dalam melakukan sejumlah kebijakan diantaranya adalah menentukan strategi promosi, meningkatkan pengguna, menentukan jumlah produk yang harus disediakan, melihat tren penjualan dari sisi produk dan pengguna, serta tingkat profitabilitas suatu produk. Selain itu, dengan proses analisis terhadap data transaksi penjualan bisa didapatkan keterkaitan antara produk dan konsumen yang pada akhirnya digunakan untuk menentukan strategi pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana merancang dan membangun model *Business Intelligence* untuk mendukung strategi pemasaran pada bisnis PPOB (*Payment Point Online Bank*).

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini mengambil studi kasus pada Aplikasi PPOB (*Payment Point Online Bank*) Apotikkuota.
2. Data yang digunakan adalah data yang berkaitan dengan transaksi penjualan pada Aplikasi Apotikkuota dari tahun 2016 hingga maret 2019.
3. Untuk menghasilkan analisis yang baik mengenai kinerja penjualan maka digunakan metode OLAP (*Online Analytical Processing*).
4. Penelitian ini diimplementasikan kedalam *dashboard reporting* menggunakan *tools BI*, yaitu *Microsoft PowerBI*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengkaji penerapan BI dengan membuat *dashboard reporting* dan *Online Analytical Processing* (OLAP) untuk membantu pihak manajemen atau *stakeholder* dalam pengambilan keputusan.
2. Membantu manajemen dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan strategi pemasaran, sehingga dapat menyajikan informasi berkaitan dengan

strategi bauran pemasaran, antara lain; strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi distribusi

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian tentang penerapan solusi BI dalam strategi pemasaran pada manajemen Aplikasi *Apotikkuota*, antara lain:

1. Pihak manajemen atau *stakeholder* dapat melihat informasi yang lebih akurat, sehingga dapat mengambil keputusan berdasarkan data yang dimiliki oleh aplikasi *Apotikkuota*.
2. Pihak manajemen atau *stakeholder* dapat mengambil keputusan dalam menerapkan strategi bauran pemasaran.
3. Pihak manajemen atau *stakeholder* dapat mengetahui permasalahan yang berkaitan dengan tingkat profitabilitas produk.
4. Pihak manajemen atau *stakeholder* dapat mengetahui peluang bisnis berdasarkan tren apa saja yang terjadi pada transaksi penjualan aplikasi *Apotikkuota*.
5. Dapat menganalisa transaksi penjualan untuk melihat keterkaitan antara produk dan pelanggan sebagai konsumen.
6. Memberikan pemahaman baru bagi penulis dalam penerapan BI, sehingga kedepannya dapat mengimplementasikannya baik bagi diri penulis maupun bagi organisasi/perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan gambaran secara umum pada setiap bab terkait penulisan penelitian. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Tinjauan pustaka berisi pembahasan dan uraian tentang penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait penelitian *Business Intelligence*.

Landasan teori memuat tentang teori-teori dasar yang terkait dengan penelitian yang dilakukan dan menjadi dasar dalam penelitian ini

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian berisi penjelasan tentang metode penelitian seperti: objek dan subjek penelitian, ruang lingkung penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisa dan pengolahan data, serta prosedur penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN DAN EVALUASI

Hasil dan pembahasan berisi tentang hasil dari implementasi sistem dan hasil penelitian berupa analisis data dalam penerapan BI (*Business Intelligence*). Selanjutnya hasil tersebut dibahas apakah sudah menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan diambil berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya. Selanjutnya, kekurangan yang ada pada sistem dimasukkan ke dalam saran untuk pengembangan penelitian di masa yang akan datang.

