

IMPLEMENTASI *BUSINESS INTELLIGENCE* UNTUK MEMBANTU KEPUTUSAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE BI *ROADMAP* PADA PT DWITAMA SEMBADA SAMARINDA

Nama Mahasiswa : Muhammad Adhe Rahmadani
NIM : 10211053
Dosen Pembimbing Utama : Nursanti Novi Arisa, S.Pd., M.Kom.
Dosen Pembimbing Pendamping : Dwi Arief Prambudi, S.Kom., M.Kom.

ABSTRAK

PT Dwitama Sembada adalah perusahaan swasta yang bergerak di bidang penjualan obat-obatan tanaman dan pupuk. Sebagai bagian dari industri yang kompetitif, perusahaan ini menghadapi tantangan dalam mengelola data penjualan untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif. Masalah yang dihadapi adalah keputusan pemasaran sering kali masih didasarkan pada intuisi tanpa dukungan data yang memadai, yang menyebabkan daya jual produk tidak optimal dan berujung pada penurunan pendapatan. Untuk mengatasi hal ini, penelitian ini mengusulkan implementasi *Business Intelligence* (BI) menggunakan Power BI sebagai solusi untuk mengubah data penjualan menjadi informasi yang lebih berguna. Melalui BI, perusahaan dapat melakukan visualisasi data, menganalisis tren pasar, dan memahami performa penjualan secara mendalam. Penelitian ini menggunakan pendekatan BI roadmap untuk merancang penerapan BI secara sistematis di PT Dwitama Sembada. *Output* yang dihasilkan pada penelitian ini sendiri yaitu visualisasi *dashboard* (penjualan produk perbulan dan pertahun, pelanggan perbulan dan pertahun, serta indikator penjualan), rekomendasi keputusan dari hasil analisis visualisasi *dashboard*, dan hasil pengujian yang dilakukan dengan menggunakan metode SUS (*System Usability Scale*). Adapun hasil pengujian mendapatkan skor 84 dengan Grade Scale A dan *Adjective Rating EXCELLENT*.

Kata kunci: *Business Intelligence*, Keputusan Strategi Pemasaran, Visualisasi.