

BAB II.

TINJAUAN PUSTAKA

Pihak *marketing* pada perusahaan Astra Credit Companies memiliki target untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan kebutuhan perusahaan dalam waktu bersamaan. Oleh karena itu, pihak *marketing* dari Astra Credit Companies perlu melakukan evaluasi dari paket kredit kendaraan yang sudah ditawarkan sebelumnya. Penggunaan Inteligensi Bisnis dinilai sebagai alat yang tepat.

Penelitian serupa yang berhubungan dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut. Penelitian pertama dilakukan oleh Afik M dan Dewi A.N.W dengan judul “Business Intelligence Implementation to Analyze Perfect Store Data Using the OLAP Method” [4]. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah strategi penjualan yang dilakukan sudah diterapkan di semua area. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah OLAP, hasil dari OLAP tersebut berupa laporan audit yang akurat, relevan dan tepat waktu yang disajikan dalam bentuk bagan analisis yang akan digunakan oleh PT. Unilever sehingga mampu menentukan strategi pemasaran yang tepat.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Andreas Aldito Simamora yang berjudul “Pembangunan Inteligensi Bisnis Untuk Perencanaan Bidang Pertanian” [5]. Pada penelitian ini penulis bertujuan untuk membangun inteligensi bisnis pertanian untuk level supra desa (pemerintahan di atas desa) yang dapat digunakan untuk membantu pemilihan keputusan dalam perencanaan di bidang pertanian.

Pada tahun 2018 I. Hafidz dkk., melakukan penelitian yang berjudul “Rancang Bangun Dashboard dan Visualisasi Data Kickstarter dengan Pendekatan Business Intelligence” [6]. Pada penelitian tersebut disebutkan bahwa penulis memiliki tujuan merancang sistem untuk membantu *Kickstarter* melakukan evaluasi kinerja melalui pertanyaan bisnis dari beberapa elemen, yakni strategis, manajemen, serta operasional. Setelah itu dilakukan pendekatan bisnis menggunakan *Business Intelligence*, didapatkan empat *insight*, yakni deskriptif, diagnostik, prediktif, dan perspektif.

Penelitian serupa dengan penelitian penulis dilakukan oleh Alexander Andung Baskara pada tahun 2018. Penelitian tersebut memiliki judul “Pembangunan Inteligensi Bisnis untuk Subjek Penjualan Pada Perusahaan Penghasil Makanan dan Susu (Studi kasus PT. Mirota KSM)” [7]. Penelitian ini bertujuan untuk membangun inteligensi bisnis pada PT. Mirota KSM, serta membuat laporan untuk subjek penjualan pada PT. Mirota KSM menggunakan inteligensi bisnis.



Tabel 1.1. Tabel Perbandingan

No	Pembanding	[4]	[5]	[6]	[7]	Penelitian ini
1	Judul	Business Intelligence Implementation to Analyze Perfect Store Data Using the OLAP Method	Pembangunan Inteligensi Bisnis untuk Perencanaan Bidang Pertanian	Rancang Bangun Dashboard dan Visualisasi Data Kickstarter dengan Pendekatan Business Intelligence	Pembangunan Inteligensi Bisnis untuk Subjek Penjualan Pada Perusahaan Penghasil Makanan dan Susu (Studi kasus PT. Mirota KSM)	Pembangunan Inteligensi Bisnis untuk Subjek MPC Pada Astra Credit Companies
2	Objek	Pemasaran PT. Unilever	Pertanian Supra Desa	Kickstarter	PT. Mirota KSM	Marketing Planning Control (MPC) ACC
3	<i>Tools</i>	(tidak disebutkan jenis <i>tools</i>)	Commercial RDBMS, Microsoft Power BI dan SSIS	Microsoft Power BI	SQL Server 2017 dan Tableau	Informatica, Visual Studio, Microsoft Power BI
4	Visualisasi	-	Microsoft Power BI	Microsoft Power BI	Microsoft Power BI	Microsoft Power BI