

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era teknologi yang semakin modern ini, data penjualan menjadi aset berharga bagi perusahaan dalam mengambil keputusan bisnis (Kinanti & Padli, 2023). Perusahaan yang mampu mengelola dan menganalisis data dengan baik, akan memperoleh wawasan yang mendalam mengenai perilaku konsumen, tren pasar dan efektivitas strategi pemasaran (Zein & Padli, 2023). Sebaliknya, perusahaan yang tidak mampu data dengan baik, maka berisiko kehilangan peluang peningkatan penjualan akibat pengambilan keputusan yang salah (Ummah, 2024).

PT Monde Mahkota Biskuit merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi makanan ringan, khususnya biskuit, dengan kantor pusat di Jakarta Pusat.

Beberapa produk unggulannya antara lain Monde Serena Egg Rolls, Monde Boromon, Nissin Wafers, hingga Ovaltine Chocolate Malt Cookies (PortalKerja, 2024). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 29 Juni 2025 dengan Nofrita selaku Sales Manager PT Monde Mahkota Biskuit, diperoleh informasi terkait operasional perusahaan masih bergantung pada tim Sales yang bertugas mencatat dan melaporkan data penjualan dari berbagai outlet, khususnya di wilayah Riau secara manual menggunakan spreadsheet. Data yang dikumpulkan mencakup informasi seperti tanggal transaksi, zona, nama sales, nama toko, alamat, jenis outlet, produk yang terjual, serta nilai penjualan dalam satuan kotor dan bersih.

Hal ini menyebabkan informasi yang dikumpulkan hanya disimpan tanpa dianalisis lebih lanjut, sehingga perusahaan belum mendapatkan wawasan atau insight yang berguna dari data yang ada, dan kesulitan dalam memahami tren penjualan secara mendalam. Data yang tidak tersaji dengan baik juga menghambat kemampuan perusahaan dalam memahami kondisi pasar secara menyeluruh (PT. Algoritma Data Indonesia, 2022)

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan penerapan Business Intelligence (BI) sebagai solusi dalam mengelola dan menganalisis data penjualan secara efektif. BI dapat membantu perusahaan mengubah data mentah menjadi informasi yang bernilai melalui visualisasi dan analitik yang mendalam (Nugroho

et al., 2021). Visualisasi data memungkinkan perusahaan lebih mudah memahami tren, pola, dan anomali dalam data yang kompleks (PT. Algoritma Data Indonesia, 2022).

Salah satu fitur penting yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan dashboard BI yaitu kemampuan melakukan prediksi penjualan di masa mendatang. Model prediksi ini dapat diterapkan menggunakan fitur peramalan pada Tableau, dengan pendekatan statistik otomatis seperti *exponential smoothing* untuk mengidentifikasi pola trend dan musiman dalam data penjualan.

Dashboard BI adalah sebuah dashboard yang menampilkan berbagai jenis informasi dalam berbentuk grafik yang mampu memberikan visualisasi data dan gambaran model prediksi atas bisnis yang berjalan, yang menghasilkan report sebagai informasi dalam proses pengambilan keputusan perusahaan, serta analisis data secara sistematis (Edgar & Sefina, 2021).

Dengan demikian perusahaan dapat memantau kinerja penjualan, mengidentifikasi tren pasar dan pola data penjualan, serta mengoptimalkan strategi penjualan guna mendukung pengambilan keputusan strategis berbasis data (Pratiksha et al., 2024).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Proses analisis data penjualan masih dilakukan secara manual menggunakan spreadsheet sehingga kurang efisien dan berisiko terjadi kesalahan.
- 2) Informasi penjualan yang tersedia hanya bersifat arsip dan tidak diolah lebih lanjut sehingga perusahaan kesulitan memperoleh insight untuk mendukung pengambilan keputusan.
- 3) Analisis tren penjualan belum dilengkapi dengan fitur *forecasting* dan visualisasi KPI, sehingga perusahaan kesulitan memproyeksikan kinerja penjualan dan memantau perkembangan penjualan secara menyeluruh.

1.3 Batasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas, batasan masalah yang diterapkan adalah sebagai berikut:

- 1) Data histori yang digunakan berasal dari data transaksional penjualan PT Monde Mahkota Biskuit selama 3 tahun terakhir, yaitu tahun 2022 – 2024.
- 2) Visualisasi dashboard *Business Intelligence* hanya akan meliputi data penjualan dan menampilkan indikator KPI (*Key Performance Indicator*), serta nilai prediktif penjualan yang dihasilkan melalui fitur forecasting pada Tableau.
- 3) Data histori penjualan yang sudah terjadi dikelola dalam bentuk file Microsoft Excel (.xls/.xlsx) yang diperoleh dari laporan sales internal perusahaan.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Tujuan dari pembuatan proyek akhir ini adalah mengembangkan dashboard *Business Intelligence* yang menyajikan analisis dan visualisasi data penjualan PT Monde Mahkota Biskuit, menampilkan KPI sebagai alat bantu pengambilan keputusan, serta menyediakan fitur *forecasting* Tableau untuk memberikan gambaran prediktif tren penjualan di masa mendatang.

1.4.2 Manfaat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Membantu PT Monde Mahkota Biskuit dalam proses pengambilan keputusan strategis berbasis data penjualan.
- 2) Mempermudah perusahaan dalam memetakan informasi melalui visualisasi grafik dan KPI, serta memberikan gambaran prediktif tren penjualan di masa mendatang dengan fitur forecasting Tableau.
- 3) Menyediakan dashboard *Business Intelligence* yang menampilkan informasi penjualan secara historis dalam bentuk visualisasi yang mudah dipahami sehingga mempercepat proses analisis data.