

## ABSTRACT

Good decision sourced from good data analysis. Regardless the size of the company, in order to survive in a competitive business environment, the company should generate accurate decision to solve the problem. As the company grows, the data produced increases gradually and so does the demand of decision support systems to solve the problem even faster and more accurate. Therefore, the implementation of business intelligence is strongly recommended even in the early stage of business cycle.

This research is conducted to determine the effect of implementing business intelligence as a tool for generating accurate decision in Startup Company particularly in marketing division. Their recurring problems are inability to know how many loss customer they have monthly and *churn rate* which primarily determines their growth. The data collection technique used in this research is interview and documentation while the data analysis technique used is describing the data collected sequentially. The research object is IWAK, a startup company focusing in agribusiness sector which is located in Innovative Academy Hub, Bulaksumur H6, Yogyakarta.

The research shown that by implementing business intelligence, the company, particularly marketing division, nowadays know how many leaving customers they have monthly so that they could make corrective actions that they have never done before, such as creating attractive marketing events, intensive customer care, and rewards. The CEO is also helped by the implementation of the tool by knowing the business' *churn rate* which determines the growth of the company. Therefore, the implementation of business intelligence in marketing division improves the quality of decision efficiently and effectively.

Keyword: Business Intelligence, Decision Support Systems, Management Information Systems, Accounting Information Systems, Data Analysis, Data Analytics, Startup company, SMEs, Small and Medium Enterprise

## INTISARI

Keputusan yang baik bersumber dari analisis data yang baik. Terlepas dari ukuran perusahaan, agar dapat bertahan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, perusahaan harus menghasilkan keputusan yang akurat untuk menyelesaikan masalah. Seiring dengan bertumbuhnya perusahaan, data yang dihasilkan meningkat secara bertahap dan demikian juga permintaan sistem pendukung keputusan untuk menyelesaikan masalah lebih cepat dan lebih akurat. Oleh karena itu, penerapan business intelligence sangat disarankan bahkan pada tahap awal siklus bisnis.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penerapan business intelligence sebagai alat untuk menghasilkan keputusan yang akurat di Perusahaan Startup khususnya di divisi pemasaran. Masalah berulang mereka adalah ketidakmampuan untuk mengetahui berapa banyak pelanggan hilang yang mereka punya tiap bulannya dan *churn rate* yang cukup penting dalam menentukan pertumbuhan bisnis mereka. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah mendeskripsikan data yang dikumpulkan secara berurutan. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah IWAK, perusahaan startup yang bergerak di bidang agribisnis yang berlokasi di Innovative Academy Hub, Bulaksumur H6, Yogyakarta.

Penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan business intelligence, perusahaan, khususnya divisi pemasaran, saat ini mengetahui berapa banyak pelanggan yang meninggalkan mereka setiap bulan sehingga mereka dapat melakukan tindakan korektif yang belum pernah mereka lakukan sebelumnya, seperti membuat kegiatan pemasaran yang menarik, layanan pelanggan yang intensif, dan penghargaan untuk pelanggan. CEO juga terbantu oleh penerapan alat ini dengan mengetahui tingkat *churn rate* yang menentukan pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu, penerapan business intelligence di divisi pemasaran meningkatkan kualitas keputusan yang ditarik secara efisien dan efektif.

Kata kunci: Business Intelligence, Sistem Penarikan Keputusan, Sistem Informasi Manajemen, Sistem Informasi Akuntansi, Analisis Data, Data Analytics, perusahaan startup, usaha mikro kecil dan menengah, UMKM.