



## Implementasi *Business Intelligence* Dalam Menganalisis Kinerja Bisnis *Virtual Hotel Operator (VHO)*

Merri Dea Prastika<sup>1</sup>, Jawoto Nusantoro<sup>2</sup>, Ana Septiani<sup>3\*</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Muhammadiyah Metro, Lampung, Indonesia

E-mail: [merridea190303@gmail.com](mailto:merridea190303@gmail.com) <sup>1)</sup>  
[jawoto46@gmail.com](mailto:jawoto46@gmail.com) <sup>2)</sup>  
[anaseptiani137@gmail.com](mailto:anaseptiani137@gmail.com) <sup>3\*)</sup>

### ARTICLE INFO

Article history:  
Received 04 Februari  
2025  
Received in Revised 05  
Juni 2025  
Accepted 30 September  
2025

Keyword's :  
*Business Intelligence*,  
*Virtual Hotel*  
*Operator*, *Interactive*  
*Dashboard*.

### ABSTRACT

*This study aims to present information about RedDoorz's business performance in the form of an interactive visualization dashboard that can be used as a supporting indicator for strategic decision making. This study used a descriptive exploratory approach with a Business Intelligence Roadmap development model. Data collection instruments include secondary data and literature studies, with analysis stages including business understanding, data understanding, SQL analysis, data visualization, data visualization dashboard, and user acceptance testing. The tools used in this study were Google Colab, PostgreSQL and Tableau to process, analyze and visualize data in the form of interactive dashboards. The results of the study indicate that the implementation of Business Intelligence at RedDoorz plays an important role in improving operational efficiency, supporting business planning, and strengthening competitiveness through data-based decision making and informative visualization.*

Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan informasi mengenai performa bisnis RedDoorz dalam bentuk dashboard visualisasi interaktif yang dapat digunakan sebagai indikator pendukung pengambilan keputusan strategis. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif eksploratif dengan model pengembangan *Business Intelligence Roadmap*. Instrumen pengumpulan data meliputi data sekunder dan studi pustaka, dengan tahapan analisis mencakup *business understanding*, *data understanding*, analisis SQL, visualisasi data, *dashboard* visualisasi data, serta uji penerimaan pengguna. Alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini adalah Google Colab, PostgreSQL dan Tableau untuk mengolah, menganalisis serta memvisualisasikan data dalam bentuk *dashboard* interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *Business Intelligence* pada RedDoorz berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional, mendukung perencanaan bisnis, serta memperkuat daya saing melalui pengambilan keputusan berbasis data dan visualisasi yang informatif.

Expensive : Jurnal Akuntansi dan Keuangan

Website : <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/expensive>



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

\* Corresponding author. Telp.: +6281-0000-0000; fax: +0-000-000-0000.

E-mail address: [anaseptiani137@gmail.com](mailto:anaseptiani137@gmail.com)

Peer review under responsibility of Expensive: Journal of Accounting and Finance. 2829-4807.

## PENDAHULUAN

Di era revolusi industri 4.0, internet telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Saat ini, internet tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, melainkan juga menjadi fondasi utama dalam penyimpanan, pengolahan serta distribusi data dalam skala besar. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet dan aktivitas digital, volume data yang dihasilkan setiap harinya terus bertambah secara eksponensial. Fenomena ini dikenal sebagai *Big Data*, yang awalnya didefinisikan oleh Gartner (2001) dengan tiga karakteristik utama, yaitu *Volume*, *Velocity*, dan *Variety*.

Pesatnya pertumbuhan *Big Data* tidak hanya mencerminkan meningkatnya aktivitas digital, tetapi juga menjadi faktor utama dalam disrupsi bisnis. Perusahaan yang tidak mampu mengelola dan memanfaatkan data dengan baik berisiko kehilangan daya saing di era digital. Untuk menghadapi tantangan ini, perusahaan perlu mengadopsi pendekatan berbasis data dalam mengambil keputusan. Data kini tidak lagi sekadar menjadi produk sampingan dari aktivitas digital, melainkan aset berharga yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing. Oleh karena itu, banyak perusahaan mulai menerapkan teknologi *Business Intelligence* (BI) guna mendukung keputusan manajemen berbasis data historis dan terkini.

*Business Intelligence* pertama kali diperkenalkan oleh Howard Dresner pada tahun 1989 sebagai seperangkat konsep dan metode yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan dengan mengandalkan data dan fakta yang ada (Subroto & Endaryati, 2021). Seiring dengan perkembangannya, BI kini menjadi fondasi utama dalam hampir setiap aspek pengambilan keputusan bisnis dan pengembangan strategi bisnis (Poerbo & Susilowati, 2020). Dengan kemampuannya dalam menghimpun, mengelola, serta menganalisis data dari berbagai sumber, baik internal maupun eksternal, BI membantu perusahaan mendapatkan *insight* yang dapat diandalkan dalam pengambilan keputusan bisnis mereka (Akbar et al., 2017). Selain itu, BI juga memungkinkan perusahaan untuk menyediakan informasi yang dipersonalisasi sesuai dengan kebutuhan masing-masing pengguna, sehingga proses pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat (Achmad et al., 2020).

Selain industri bisnis secara umum, sektor perhotelan juga mengalami transformasi signifikan akibat perkembangan teknologi digital. Salah satu inovasi yang muncul dari perkembangan teknologi digital dalam industri perhotelan adalah konsep bisnis *sharing profit economy*, yang memungkinkan individu atau perusahaan untuk mendistribusikan aset yang belum dimanfaatkan secara optimal demi keuntungan ekonomi maupun manfaat sosial (Edwin et al., 2019;

Ivanova, 2015; Psarros et al., 2014). Dalam satu dekade terakhir, penerapan model ekonomi berbagi dalam bisnis akomodasi penginapan terus melonjak naik, ditandai dengan kemunculan berbagai *Virtual Hotel Operator* (VHO), seperti OYO Rooms, RedDoorz, Airy, Zen Rooms, Simply Homy, dan Turu Management (Edwin et al., 2019).

*Virtual Hotel Operator* (VHO) merupakan model bisnis di industri perhotelan yang beroperasi tanpa memiliki properti fisik sendiri. Sebagai jaringan operator hotel, VHO bekerja sama dengan pemilik hotel, rumah kos, atau properti lainnya untuk menyewakan kamar yang telah direbranding sesuai standar layanan mereka (Wibawa & Suprpto, 2024). Salah satu perusahaan VHO yang mengalami pertumbuhan signifikan di Indonesia adalah RedDoorz. Jaringan perhotelan berbasis teknologi ini menawarkan akomodasi berkualitas dengan harga terjangkau di berbagai kota di Indonesia dan Asia Tenggara. Sejak didirikan pada tahun 2015, RedDoorz telah berkembang pesat, dan kini telah hadir di lebih dari 257 kota dan kabupaten di Indonesia serta mengelola lebih dari 1.500 properti yang tersebar di Indonesia, Singapura, Vietnam, Filipina dan negara-negara Asia Tenggara lainnya (RedDoorz, 2024).

Dalam menghadapi persaingan industri yang semakin ketat, RedDoorz perlu mengoptimalkan strategi bisnisnya agar tetap kompetitif di tengah dinamika industri perhotelan berbasis teknologi. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk lebih cermat dalam memanfaatkan data yang dimiliki sebagai dasar pengambilan keputusan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peningkatan volume data yang dihasilkan RedDoorz sebagai salah satu *Virtual Hotel Operator* (VHO) terbesar di Asia Tenggara, khususnya dari data pemesanan, aktivitas pelanggan dan properti di mana pemanfaatan teknologi analitik menjadi semakin krusial dalam mencerminkan perilaku pelanggan, tren pemesanan dan performa properti. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah *Business Intelligence* (BI), yang memungkinkan perusahaan dalam mengolah dan menganalisis data secara lebih efektif guna menghasilkan wawasan bisnis yang akurat serta mendukung pengambilan keputusan strategis.

Penelitian ini berfokus pada penerapan *Business Intelligence* dalam menganalisis kinerja bisnis RedDoorz di lima kota utama yaitu Jakarta, Bandung, Malang, Surabaya, dan Yogyakarta dengan memanfaatkan alat bantu seperti *Python*, *SQL* dan *Tableau* untuk mengolah, menganalisis serta memvisualisasikan data dalam bentuk *dashboard* interaktif

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif eksploratif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu fenomena atau hubungan antar fenomena yang



- a. *Discovery* (Penemuan Properti oleh Pengguna): Proses diawali ketika pengguna mencari properti melalui *platform* dan sistem akan merekomendasikan properti yang sesuai dengan data dan preferensi pengguna
- b. *Booking* (Pemesanan dan Pembayaran): Pengguna memasukkan data pemesanan, sistem memvalidasi reservasi dan ketersediaan, lalu pengguna melakukan pembayaran dan menerima konfirmasi melalui email.
- c. *Pre-Stay* (Sebelum Menginap): Pengguna diberikan opsi untuk mengajukan permintaan khusus, seperti permintaan kamar tertentu atau fasilitas tambahan.
- d. *During Stay* (Selama Menginap): Pengguna melakukan check-in, menikmati fasilitas, hingga menutup masa inap dengan melakukan check-out.
- e. *Post-Stay* (Setelah Menginap): Pengguna diberikan kesempatan untuk memberikan review dan rating yang digunakan sebagai bahan evaluasi bagi hotel maupun RedDoorz.

### **Data Understanding**

Pada tahap ini dilakukan pemahaman terhadap data (*data understanding*), yang menjadi dasar dalam pengolahan dan analisis data lebih lanjut.

### **Data Cleaning**

Pada tahapan ini, dilakukan proses *data cleaning* untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam pemodelan bersih, valid, dan konsisten. Adapun tahapan data cleaning yang dilakukan adalah dengan memeriksa keberadaan missing value, mengidentifikasi data duplikat, memastikan tidak ada nilai negatif dalam kolom numerik, memeriksa konsistensi data dengan memastikan setiap kolom memiliki tipe data yang seragam terakhir mendeteksi anomali atau outlier. Berikut ringkasan hasil pengecekan kualitas data dapat dilihat pada gambar 2.

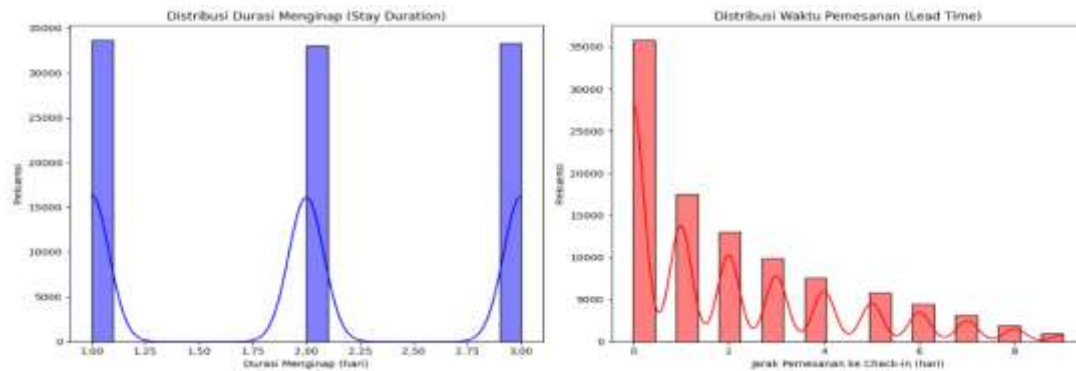
	Sheet Name	Missing Values	Duplicate Rows	Negative Values	Data Consistency	Outliers Found
0	Property Grade - For Reference	0	0	0.0	Yes	0
1	Bookings Table	0	0	0.0	Yes	0
2	User Table	0	0	0.0	Yes	0
3	Property Table	0	0	0.0	Yes	0

**Gambar 2. Ringkasan Hasil Pengecekan Kualitas Data**

### **Exploratory Data Analysis**

Eksplorasi data dilakukan sebagai landasan dalam proses analisis yang mendukung tahap pemodelan, dimulai dari pembuatan fitur-fitur baru (*feature engineering*) hingga visualisasi data menggunakan *tools Python* untuk menggali *insight* awal dari dataset. Berikut merupakan hasil eksplorasi data awal yang dilakukan:

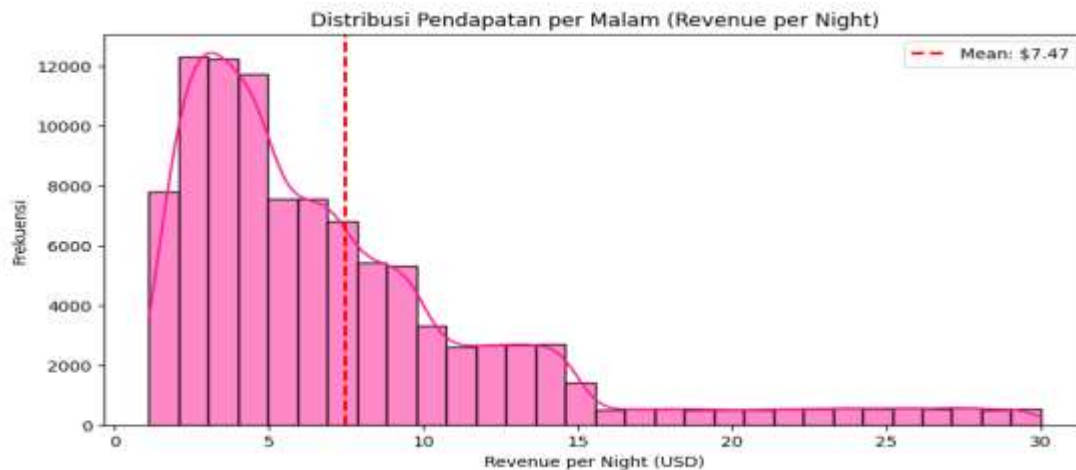
- a. Analisis Perilaku Pelanggan Berdasarkan Perilaku Pemesanan



**Gambar 3. Distribusi *Stay Duration* dan *Lead Time***

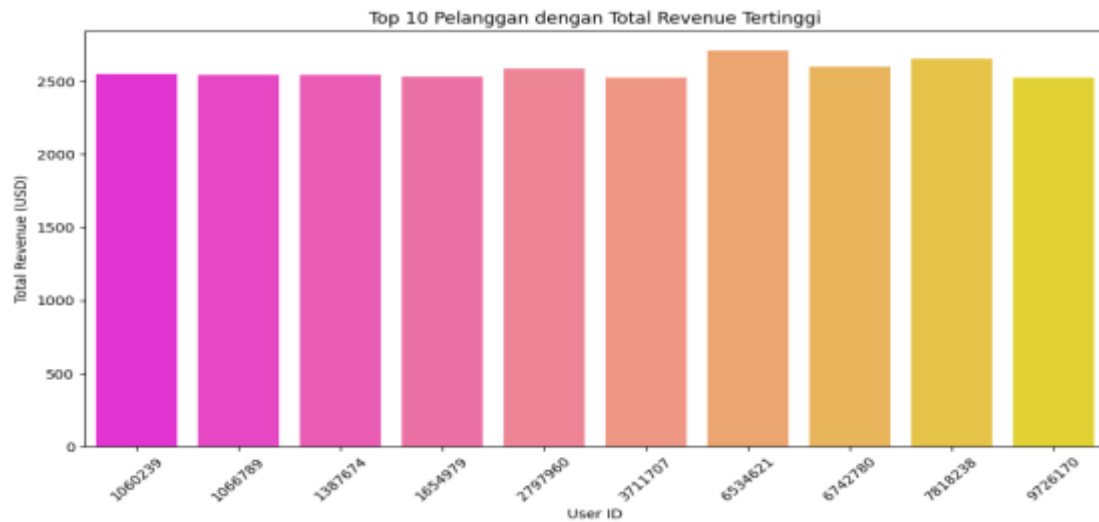
Grafik distribusi durasi menginap menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan melakukan pemesanan untuk menginap selama 1 hingga 3 hari. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas pelanggan menggunakan layanan RedDoorz untuk keperluan masa inap jangka pendek. Sementara itu distribusi waktu pemesanan menunjukkan pola penurunan yang cukup tajam dengan banyak pelanggan melakukan pemesanan mendekati hari check-in. Frekuensi tertinggi bahkan terjadi pada hari yang sama pada tanggal menginap, yang mencerminkan kecenderungan pelanggan melakukan pemesanan secara spontan atau last minute booking.

b. Analisis Pendapatan



**Gambar 4. Distribusi *Revenue per Night***

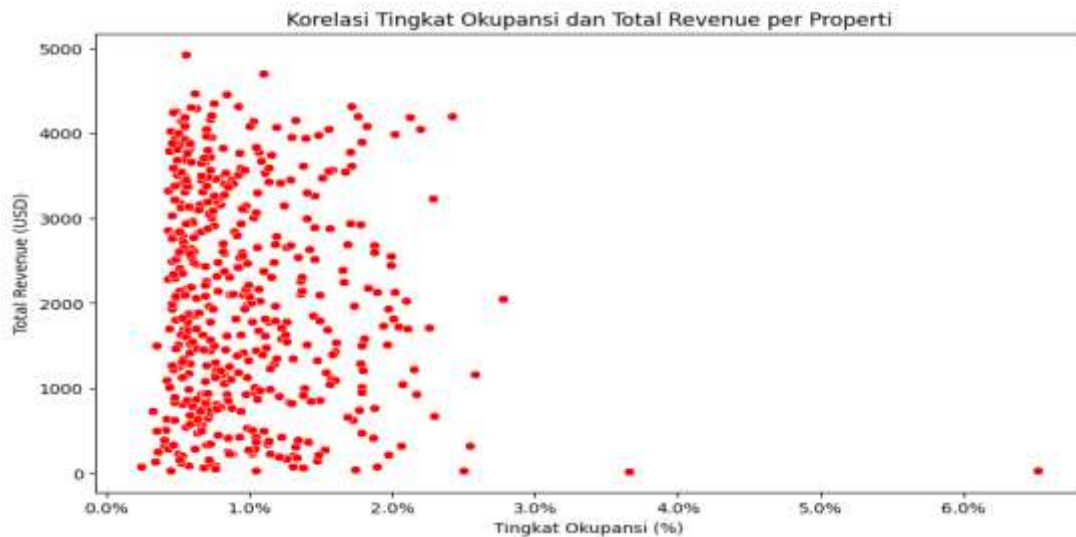
Grafik distribusi pendapatan per malam menunjukkan sebagian besar berada pada kisaran US\$3 ( $\pm$ Rp47.000) hingga US\$7 ( $\pm$ Rp110.000), dengan rata-rata US\$7,47 ( $\pm$ Rp118.400), dan distribusi yang cenderung condong ke kanan ini mengindikasikan sebagian besar pendapatan per malam relatif rendah dengan sedikit properti mencatatkan pendapatan jauh lebih tinggi.



**Gambar 5. Top 10 Pelanggan dengan Total Revenue Tertinggi**

Grafik menunjukkan 10 pelanggan teratas yang masing-masing menghasilkan lebih dari US\$2.500 ( $\pm$ Rp40 juta), dengan User ID 6534621 sebagai penyumbang tertinggi sekitar US\$2.750–US\$2.800 (Rp43–44 juta) dan diikuti User ID 7818238 sekitar US\$2.650–US\$2.700 (Rp41,5–42 juta), serta menunjukkan perbedaan pendapatan yang tipis antar pelanggan yang menandakan semuanya tergolong big spender atau pelanggan dengan transaksi tertinggi.

c. Analisis Kinerja Properti



**Gambar 6. Korelasi Tingkat Okupansi dan Total Revenue per Properti**

Grafik menunjukkan bahwa sebagian besar properti memiliki tingkat okupansi di bawah 2% dengan sebaran pendapatan yang cukup bervariasi, mulai dari dibawah US\$1.000 ( $\pm$ Rp15,8 juta) hingga diatas US\$4.000 ( $\pm$ Rp63,2 juta). Scatter plot memperlihatkan tidak adanya korelasi signifikan antara okupansi dan pendapatan, dimana properti dengan okupansi rendah bisa

menghasilkan pendapatan tinggi karena tarif per malam yang tinggi, sementara okupansi tinggi belum tentu berdampak besar jika tarifnya rendah.

## SQL Analysis

Sebagai tahap lanjutan dari eksplorasi data awal, analisis berbasis SQL dengan menggunakan *tools PostgreSQL* diterapkan guna memperdalam pemahaman terhadap dinamika operasional RedDoorz.

### Analisis Kinerja Properti di Setiap Kota

**Tabel 1. Kinerja Properti di Setiap Kota**

city	month	total_room_nights	total_revenue	adr
Bandung	2024-01-01	1513	7553.43	4.99
Jakarta	2024-01-01	1426	7049.20	4.94
Malang	2024-01-01	1275	6017.29	4.72
Surabaya	2024-01-01	1426	6736.65	4.72
Yogyakarta	2024-01-01	1552	7481.21	4.82
Bandung	2024-02-01	1440	7077.76	4.92
Jakarta	2024-02-01	1432	6826.67	4.77
Malang	2024-02-01	1372	6698.02	4.88
Surabaya	2024-02-01	1320	6515.56	4.94
Yogyakarta	2024-02-01	1467	7484.83	5.10

Dari tabel 1 terlihat bahwa kota Yogyakarta konsisten memiliki total\_room\_nights tertinggi di bulan Januari (1.552) dan Februari (1.467), mencerminkan tingginya permintaan terhadap properti, sementara Bandung mencatat total\_revenue tertinggi pada bulan Januari sebesar US\$7.553,43 ( $\pm$ Rp199 juta), meskipun pada bulan Februari mengalami sedikit penurunan, dan ADR menunjukkan kestabilan di semua kota dengan sedikit peningkatan di Yogyakarta yang mengindikasikan potensi kenaikan harga seiring tingginya permintaan.

### Identifikasi 10 Properti dengan Pertumbuhan Tertinggi

**Tabel 2. 10 Properti dengan Pertumbuhan Tertinggi**

property_code	city	total_rns_2024	total_rns_2023	growth_percentage
YOG0342	Yogyakarta	217	127	70.87
JAK0311	Jakarta	164	109	50.46
BAN0251	Bandung	197	132	49.24
SUR0174	Surabaya	199	134	48.51
YOG0297	Yogyakarta	129	89	44.94
BAN0306	Bandung	166	115	44.35
JAK0160	Jakarta	151	105	43.81
JAK0197	Jakarta	159	112	41.96
YOG0219	Yogyakarta	156	111	40.54
JAK0183	Jakarta	195	139	40.29

Dari tabel terlihat properti dengan pertumbuhan tertinggi adalah YOG0342 di Yogyakarta dengan kenaikan 70,87% dari 127 RNs (2023) menjadi 217 RNs (2024), menandakan peningkatan signifikan dalam permintaan yang bisa jadi sinyal efektivitas manajemen atau lokasi strategis,

diikuti JAK0311 di Jakarta (50,46%) dan BAN0251 di Bandung (49,24%), dengan Jakarta mendominasi daftar melalui empat properti yang menunjukkan potensi besar dalam pengembangan dan optimalisasi.

### Analisis Segmentasi Pelanggan Berdasarkan Perilaku Pembelian

**Tabel 3. Segmentasi Pelanggan Berdasarkan Perilaku Pembelian**

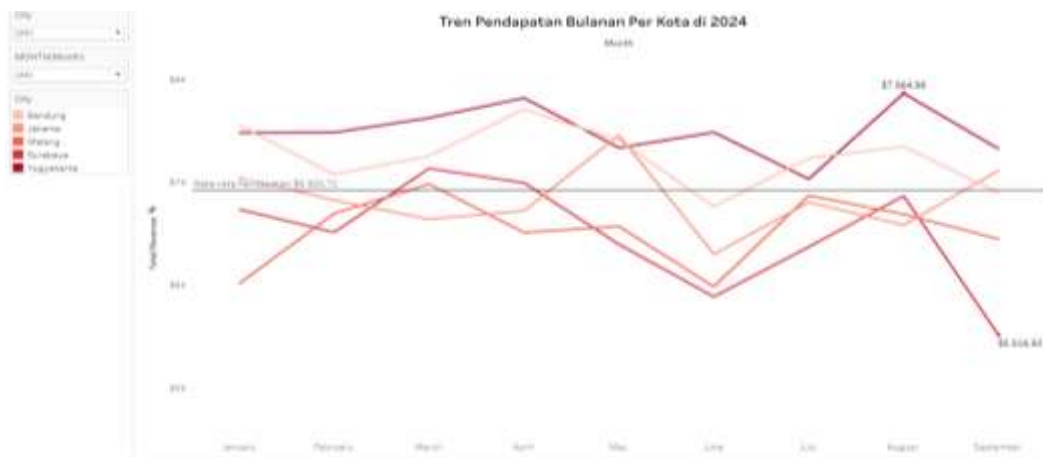
user_id	total_bookings	total_rns	total_revenue	adr	customer_segment
1003743	15	57	296.29	5.20	Regular Traveler
1005054	19	100	408.93	4.09	Frequent Traveler
1060239	30	105	524.04	4.99	Frequent Traveler
1064937	23	101	482.17	4.77	Frequent Traveler
1066789	32	119	684.47	5.75	Frequent Traveler
1078782	12	58	239.14	4.12	Low-Spender Occasional
1094459	13	54	237.39	4.40	Low-Spender Occasional
1110729	15	69	284.03	4.12	Regular Traveler
1118888	16	48	302.92	6.31	Low-Spender Occasional
1128596	10	43	188.81	4.39	Low-Spender Occasional

Data dari tabel terlihat segmentasi pelanggan menunjukkan bahwa *Frequent Traveler* mendominasi dengan jumlah booking dan RNs tinggi, seperti pada user\_id 1066789 dengan 32 pemesanan, 119 malam, dan pendapatan US\$684.47 ( $\pm$ Rp10 juta), diikuti *Regular Traveler* seperti user\_id 1003743 dan 1110729 dengan 15 pemesanan dan pendapatan sekitar US\$280–US\$296 ( $\pm$ Rp4,4–Rp4,6 juta), sementara segmen *Low-Spender Occasional* memiliki pemesanan dan transaksi lebih sedikit namun tetap penting dalam jangka panjang, seperti user\_id 1078782 dengan 12 pemesanan, 58 malam, dan pendapatan US\$239.14 ( $\pm$ Rp3,7 juta).

### Visualisasi Data

Hasil pengolahan data merupakan visualisasi data analisis kinerja bisnis RedDoorz sepanjang tahun 2024 seperti dijelaskan pada Gambar 7 sampai Gambar 11.

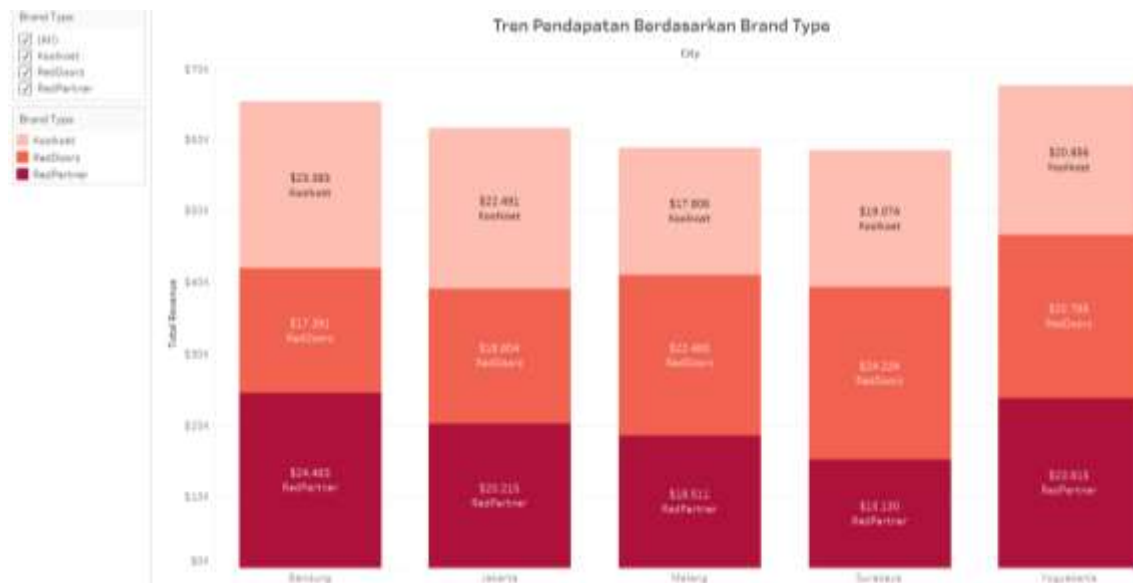
#### a. Visualisasi Tren Pendapatan Bulanan per Kota



**Gambar 7. Tren Pendapatan Bulanan per Kota**

Visualisasi diatas menampilkan tren pendapatan bulanan dari bulan Januari hingga September tahun 2024 untuk lima kota di Indonesia yaitu Bandung, Jakarta, Malang, Surabaya, dan Yogyakarta. Dimana Yogyakarta mencatat pendapatan tertinggi pada bulan Agustus yaitu sebesar US\$7.864,98 ( $\pm$ Rp124 juta) dan Surabaya mencatatkan pendapatan terendah pada bulan September, yaitu sebesar US\$5.516,92 ( $\pm$ Rp87 juta), jauh dibawah rata-rata.

b. Visualisasi Tren Pendapatan Berdasarkan Brand Type



**Gambar 8. Tren Pendapatan Berdasarkan Brand Type**

Visualisasi diatas menampilkan tren pendapatan berdasarkan brand type dimana Yogyakarta mencatat pendapatan tertinggi dengan kontribusi merata dari ketiga brand, disusul Bandung yang didominasi oleh brand RedPartner, Jakarta oleh brand Koolkost, serta Malang dan Surabaya oleh brand RedDoorz.

c. Visualisasi Top 10 Properti dengan Room Nights Tertinggi di 2024



**Gambar 9. Visualisasi Top 10 Properti dengan Room Nights Tertinggi di 2024**

Visualisasi diatas menunjukkan 10 properti teratas berdasarkan Room Nights (RNs) tertinggi tahun 2024, dengan YOG0342 di Yogyakarta mencatatkan 217 RNs, disusul SUR0174 (199 RNs) dan BAN0251 (197 RNs), serta dominasi kota Jakarta dengan daftar empat properti. Brand RedDoorz mendominasi performa tertinggi, sementara Koolkost dan RedPartner muncul dengan RNs lebih rendah.

d. Visualisasi Total Revenue dan Total Bookings Berdasarkan Customer Segment



**Gambar 10. Total Revenue dan Total Bookings Berdasarkan Customer Segment**

Visualisasi diatas menunjukkan performa tiga segmen pelanggan berdasarkan total pemesanan dan pendapatan tahun 2024. Segmen Frequent Traveler mencatat performa tertinggi dengan 6.470 bookings dan revenue \$130.156 (±Rp2,05 miliar), diikuti Regular Traveler dengan 4.659 bookings dan \$92.814 (±Rp1,46 miliar), serta Low-Spender Occasional dengan 4.574 bookings dan \$90.840 (±Rp1,43 miliar).

e. Visualisasi Perbandingan Jumlah Pelanggan Berdasarkan Gender dan Tujuan Travel

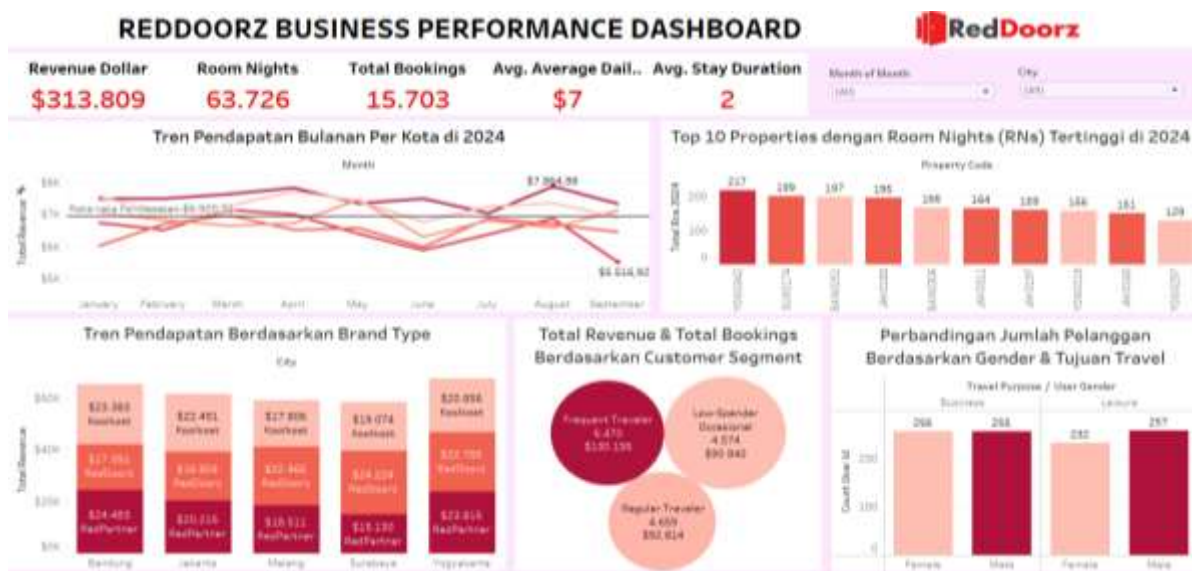


**Gambar 11. Perbandingan Jumlah Pelanggan Berdasarkan Gender dan Tujuan Travel**

Visualisasi diatas menunjukkan distribusi pelanggan berdasarkan jenis kelamin dan tujuan perjalanan. Pada perjalanan bisnis, jumlah pelanggan perempuan (256) dan laki-laki (255) hampir seimbang. Sedangkan pada perjalanan rekreasi, laki-laki sedikit dominan (257) dibanding perempuan (232).

### Dashboard Visualisasi Data

Pada tahap ini dashboard visualisasi data dikembangkan untuk menyajikan hasil temuan secara interaktif dan mudah dipahami oleh berbagai pihak. Visualisasi ini dibuat menggunakan menggunakan *tools Tableau Public* untuk mengintegrasikan berbagai hasil analisis SQL yang telah dilakukan sebelumnya ke dalam satu tampilan dashboard. Berikut tampilan dari dashboard yang telah di kembangkan:



**Gambar 12. RedDoorz Business Performance Dashboard**

Gambar 12. merupakan bentuk dashboard secara keseluruhan yang memvisualisasikan kinerja bisnis RedDoorz sepanjang tahun 2024 yang menampilkan lima visualisasi dan berbagai metrik utama yang mencerminkan kinerja bisnis RedDoorz secara menyeluruh sepanjang tahun 2024, mulai dari pendapatan sebesar US\$313.809 (±Rp4,9 miliar), jumlah *Room Nights* (RNs) sebanyak 63.726 berasal dari 15.703 pemesanan, dengan durasi rata-rata menginap selama 2 malam dan rata-rata harga harian (ADR) sebesar US\$7 (±Rp110.000), yang seluruhnya membantu memberikan gambaran umum mengenai performa operasional perusahaan.

### Uji Penerimaan Pengguna

Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan black box testing. Hasil uji black box testing dijelaskan pada tabel 4 berikut.

**Tabel 4. Hasil Uji *Black Box***

No	Skenario Uji	Hasil yang diharapkan	Status (Passed/Failed)
1.	Value to Business	Mampu membuat ide dan analisa yang insightful	PASSED
		Mampu membuat analisa yang dapat memberikan benefit dan pengaruh yang positif secara langsung kepada bisnis perusahaan	PASSED
		Mampu membuat analisa yang dapat diterapkan dan diimplementasikan di masa mendatang oleh perusahaan	PASSED
2.	Data Understanding and Preparation	Mampu mempersiapkan dan memanipulasi data yang telah diberikan	PASSED
		Mampu membuat fitur baru dan melakukan transformasi data sesuai dengan kasus yang dimiliki	PASSED
		Mampu menerapkan EDA, kolerasi dan memvisualisasikannya	PASSED
3.	Data Analytics	Tools yang digunakan sesuai dengan rekomendasi	PASSED
		Mampu menganalisis menggunakan query untuk menghasilkan tabel yang sesuai dengan studi kasus	PASSED
		Analisis SQL mampu menghasilkan insight bagi perusahaan	PASSED
4.	Visualization	Mampu membuat berbagai macam visualisasi/chart	PASSED
		Mampu membuat visualisasi yang sesuai dan menjawab tujuan analisis	PASSED
		Mampu menempatkan filter/legend di tempat yang sesuai	PASSED
		Dashboard yang dihasilkan mampu mendukung pengambilan keputusan dan menarik secara visual	PASSED

Sumber: Peneliti (2025)

## KESIMPULAN DAN SARAN

*Dashboard Business Intelligence* berbasis Tableau Public berhasil dikembangkan sebagai alat bantu visualisasi data yang mendukung pengambilan keputusan strategis pada bisnis RedDoorz. *Dashboard* ini mampu menyajikan informasi penting seperti pendapatan bulanan, performa properti, segmentasi pelanggan, dan kontribusi masing-masing *brand* secara visual dan interaktif. Penggunaan alat bantu seperti *Python*, *SQL*, dan *Tableau* menunjukkan penerapan *Business Intelligence* yang efektif, didukung oleh hasil pengujian *black box* yang menunjukkan bahwa sistem berjalan dengan baik. *Dashboard* ini juga telah memenuhi dua aspek utama dalam *Technology Acceptance Model (TAM)*, yaitu kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna, sehingga dapat digunakan baik oleh pengguna teknis maupun non-teknis.

Dalam rangka pengembangan produk selanjutnya, disarankan untuk menambahkan fitur interaktif lanjutan seperti *dynamic tooltip*, *parameter control*, dan *drill down* guna memperkaya eksplorasi data oleh pengguna. Selain itu, penggunaan *Tableau Server* atau *Tableau Online* direkomendasikan agar *dashboard* dapat terhubung langsung ke *database* dan mendukung pembaruan data secara otomatis (*real-time*). Studi mendatang juga diharapkan dapat memperluas

cakupan penerapan dashboard BI ke sektor bisnis lainnya serta menambahkan fitur analisis prediktif menggunakan metode *forecasting* atau *machine learning*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, M., Andre, & Susilawati, D. (2020). Penerapan Business Intelligence Data Superstore Dengan Menggunakan. *Algor*, 2(1), 48–56.
- Akbar, R., Soniawan, A., Dinur, R., Zikri, A., Adrian, J., Azim, R., & Zikri, A. (2017). Implementasi Business Intelligence untuk Menganalisis Data Persalinan Anak di Klinik Ani Padang dengan Menggunakan Aplikasi Tableau Public. *Jurnal Online Informatika*, 2(1), 20. <https://doi.org/10.15575/join.v2i1.70>
- Edwin, G., Gabriel, O., & Agung, H. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap Di Empat Virtual Hotel Operator Di Surabaya. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 145–153.
- Fauziah, F., Wanjat, K., & Rosita. (2017). Studi Eksploratif Wisatawan Remaja Di Taman Hutan Raya Ir.H. Djuanda Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(1).
- Ivanova, M. G. (2015). Sharing economy: Bulgarian tourism industry perspective. *Proceedings of International Conference "Tourism in the Age of Transformation"*, 5–7.
- Kusmayadi, E. S., & Sugiarto, E. (2000). Metodologi penelitian dalam bidang kepariwisataan. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Moss, L. T., & Atre, S. (2003). *Business intelligence roadmap: the complete project lifecycle for decision-support applications*. Addison-Wesley Professional.
- Poerbo, H., & Susilowati, M. (2020). Pemanfaatan Business Intelligence di Perguruan Tinggi. *Kurawal-Jurnal Teknologi, Informasi Dan Industri*, 3(1), 40–57.
- Psarros, M., Rinne, A., Jordan, P., & Pastrats, P. (2014). Sharing economy and the tourism and hospitality sector in Greece. *Hellenic Chamber of Hotels*.
- RedDoorz. (2024). *RedDoorz Official Website*. [https://join.reddoorz.com/?utm\\_source=](https://join.reddoorz.com/?utm_source=)
- Segafi Kurniawan, M. (2023). *Implementasi Business Intelligence Optimalisasi Produk Guna Peningkatan Profitabilitas Melalui Pemanfaatan Sinergitas Departemen Produk Perusahaan The Look Periode 2019-2022* (p. 3). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan.
- Subroto, V. K., & Endaryati, E. (2021). Business Intelligence dan Kesuksesan Bisnis di Era Digital. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 1(2), 41–47.
- Wibawa, A. A. A. C., & Suprpto, B. (2024). Eksplorasi Brand Image Virtual Hotel Operator di Mata Mitra: Studi Kualitatif Reddoorz Indonesia. *Syntax Idea*, 6(1), 167–182. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i1.2884>