

Penerapan *Business Intelligence* Pada Aplikasi *Partner Relationship Management* Di PT Indosat Sales Area Kota Mojokerto

Oleh : Mohamad Ali Murtadho¹, Hendrik²

¹ Prodi Sistem Informasi Fak. Teknik Universitas Pesantren Tinggi Darul 'Ulum (unipdu) Jombang

² Magister Teknik Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Email : aliadho@gmail.com, javanehese@gmail.com

Abstrak

Business Intelligence (BI) merupakan sistem dan aplikasi yang berfungsi untuk mengubah data dalam suatu perusahaan atau organisasi (data operasional, data transaksional, atau data lainnya) ke dalam bentuk pengetahuan. Aplikasi *BI* melakukan analisis data di masa lampau, menganalisisnya dan kemudian menggunakan pengetahuan tersebut untuk mendukung keputusan dan perencanaan organisasi. Secara sekilas aplikasi *Partner relationship management (PRM)* merupakan aplikasi *business intelligence* karena *PRM* mampu melakukan ekstraksi data dan membantu kerja *cluster officer (CO)* serta dapat dipergunakan *sales area manager* dalam mengambil keputusan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan bagaimana penerapan *business intelligence* pada aplikasi *PRM PT Indosat Tbk. Sales Area Mojokerto*. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dan kepustakaan. Fitur-fitur Aplikasi *PRM* di antaranya adalah pendaftaran anggota *IOC*, daftar kunjungan *canvasser* ke outlet, info member, penjualan starter pack (perdana) yang *sell in* dan *sell out*, transaksi penjualan pulsa Indosat, dan perbandingan penjualan starter pack antar provider. Aplikasi *PRM* dapat mengetahui kunjungan *canvasser*, jumlah populasi outlet tiap bulan, pendaftaran *IOC* dan cara mengontrol penjualan produk indosat. Sebagai hasil analisis aplikasi, *PRM* merupakan aplikasi berbasis web yang berjalan di atas jaringan intranet. Penerapan *BI* pada aplikasi *PRM* terlihat pada pengukuran kinerja *canvasser*, penjualan produk di outlet dan distributor, perbandingan *starpeck* antar provider, monitoring wilayah penjualan produk, *dealer performance*. Kekurangan dari aplikasi *PRM* di PT. Indosat Tbk adalah informasi *BI* masih berupa data table dan belum berupa *dashbard*

Kata Kunci : *PRM, Business Intelligence, IOC*

Abstract

Business Intelligence (BI) is a system and application functions to convert data in a company or organization (operational data, transactional data, or other data) into the form of knowledge. *BI* applications perform data analysis in the past, analyze it and then use that knowledge to support decisions and planning organizations. At first glance the application *Partner relationship management (PRM)* is a *business intelligence* application for *PRM* is able to extract the data and to help the working *cluster officer (CO)* as well as *area sales manager* can be used in making business decisions. This study aims to describe how the application of *business intelligence* in applications *PRM PT Indosat Tbk. Area Sales Mojokerto*. This research includes field studies and literature. *PRM* Application features include *IOC* member registration, list of *canvasser's* visit to the outlet, info member, selling starter pack (prime) which *sell in* and *sell out*, the sale of Indosat pulses, and starter pack sales comparisons between providers. *PRM* application can know the *canvasser's* visit, a population of outlets each month, the *IOC* registration and how to control the sale of Indosat products. As a result of the analysis application, the *PRM* is a web-based application that runs on the intranet network. The application of *BI* on an application *PRM* looks at *canvasser* performance measurement, product sales at outlets and distributors, comparison *starpeck* between providers, monitoring the sale of products, *dealer performance*. The drawback of *PRM* application in PT. Indosat Tbk is a *BI* information in the form of a data table and still not be *dashbard*

keywords: *PRM, Business Intelligence, IOC*

PENDAHULUAN

PT. Indosat (Tbk) merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi terbesar di Indonesia yang memiliki misi untuk menjadi *Full Network Service Provider*, mengimplementasikan teknologi canggih untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap layanan telepon berbasis seluler, data dan internet. Dalam mendistribusikan produknya PT. Indosat bekerjasama dengan para rekanan/partner yaitu distributor dan outlet sebagai penyalur sehingga produk tersebut sampai ke konsumen.

Dalam mengefektifkan proses promosi dan pemasaran PT Indosat membentuk komunitas outlet yang diberi nama *Indosat Outlet Community (IOC)*. Setiap *outlet* yang masuk dalam anggota *IOC* mendapatkan keuntungan seperti material produk (matpro) setiap program baru Indosat, memperoleh point atau reward dari indosat, rewardnya bisa berupa hadiah liburan atau barang sedangkan pointnya berupa pulsa.

Untuk mengatur dan mengelola serta memonitoring partner (rekanan, distributor, outlet) PT. Indosat mempunyai aplikasi yang disebut *Partner Relationship Management (PRM)*. *PRM* merupakan aplikasi manajemen saluran kolaboratif yang memberi kontrol penuh atas setiap unsur mitra yang berfokus penjualan dan proses pemasaran, termasuk kampanye pemasaran, manajemen kepemimpinan, peramalan order penjualan dan komisi pasangan royalti. Fitur-fitur Aplikasi PRM diantaranya adalah pendaftaran anggota *IOC*, daftar kunjungan *canvasser* ke *outlet*, info member, penjualan *starter pack* (perdana) yang *sell in* dan *sell out*, pendaftaran penjaga *outlet*, transaksi penjualan pulsa Indosat, dan perbandingan penjualan *starter pack* antar *provider*.

Business Intelligence (BI) merupakan sistem dan aplikasi yang berfungsi untuk mengubah data dalam suatu perusahaan atau organisasi (data operasional, data transaksional, atau data lainnya) ke dalam bentuk pengetahuan. Aplikasi ini melakukan analisis data di masa lampau, menganalisisnya dan kemudian menggunakan pengetahuan tersebut untuk mendukung keputusan dan perencanaan organisasi. Bila dilihat secara sekilas maka PRM merupakan aplikasi business intelligence karena PRM mampu melakukan ekstraksi data dan membantu kerja *cluster officer (CO)* serta dapat di pergunakan sales area manager dalam mengambil sebuah keputusan bisnis. Dengan penelitian ini kami tertarik untuk dapat memaparkan bagaimana penerapan business intelligence pada aplikasi partner relationship manajemen PT. Indosat Sales Area Mojokerto

METODA

Metoda merupakan kerangka kerja untuk melakukan suatu tindakan, atau suatu kerangka berpikir untuk menyusun suatu gagasan yang terarah dan terkait dengan maksud dan tujuan (hasibuan: 2007). Penelitian ini menggunakan metoda survai, yaitu menyelidiki suatu gejala, fakta secara faktual dengan menganalisa aplikasi Partner Relationship Management (PRM) PT. Indosat Sales Area Mojokerto. Pengambilan data menggunakan teknik wawancara untuk memperoleh informasi terkait aplikasi PRM, wawancara dilakukan ke bagian *Channel Management (CM)*, *Cluster Officer (CO)*, dan *Canvasser*. Data survai tersebut diambil dari laporan kerja praktek mahasiswa prodi sistem informasi fakultas teknik Universitas pesantrn tinggi darul ulum (unipdu) Jombang di PT. Indosat Sales Area Mojokerto yang dilaksanakan pada Januari Tahun 2012.

Untuk mendapatkan landasan berfikir (kerangka teori) yang berkaitan dengan penelitian kami melakukan penelitian pustaka (library Reserch) dengan menelusuri literatur, buku dan referensi pendukung. Dalam menganalisa aplikasi partner relationship Management (PRM) dilakukan komparasi dengan teori-teori customer relationship management (CRM), Business Intelligence (BI) dan teori aplikasi PRM kemudian di tarik korelasi antar PRM, CRM dan BI.

PEMBAHASAN

a. Business Intelligence

Secara umum Business Intelligence (BI) merupakan sebuah proses untuk melakukan ekstraksi data-data operasional perusahaan dan mengumpulkannya dalam sebuah data warehouse. Selanjutnya data di data warehouse diproses menggunakan berbagai analisis statistik dalam proses data mining, sehingga didapat berbagai kecenderungan atau pattern dari data. Hasil penyederhanaan dan peringkasan ini disajikan kepada end user yang biasanya merupakan pengambil keputusan bisnis. Dengan demikian manajemen dapat mengambil keputusan berdasarkan fakta-fakta aktual, dan tidak hanya mengandalkan intuisi dan pengalaman kuantitatif saja

Definisi BI lainnya adalah yang sebagaimana diungkapkan oleh DJ Power dalam bukunya *A Brief History of Decision Support Systems: 2002*, mengatakan

“*Business Intelligence* menjelaskan tentang suatu konsep dan metode bagaimana untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan bisnis berdasarkan sistem yang berbasis data. BI seringkali dipersamakan sebagaimana *briefing books, report and query tools*, dan sistem informasi eksekutif. BI merupakan sistem pendukung pengambilan keputusan yang berbasis data-data”

Business Intelligence (BI) merupakan sistem dan aplikasi yang berfungsi untuk mengubah data-data dalam suatu perusahaan atau organisasi (data operasional, data transaksional, atau data lainnya) ke dalam bentuk pengetahuan. Aplikasi ini melakukan analisis data-data di masa lampau, menganalisisnya dan kemudian menggunakan pengetahuan tersebut untuk mendukung keputusan dan perencanaan organisasi

Elemen-Elemen dalam Pengembangan Business Intelligence

1. Data Warehouse

Data warehouse merupakan tempat penyimpanan untuk ringkasan dari data historis yang diambil dari basis data-basis data yang tersebar di suatu organisasi. *Data Warehouse* mengumpulkan semua data perusahaan dalam satu tempat agar dapat diperoleh pandangan yang lebih baik dari suatu proses bisnis/kerja dan meningkatkan kinerja organisasi. mendukung proses pembuatan keputusan manajemen.

Tujuan utama dari pembuatan *data warehouse* adalah untuk menyatukan data yang beragam ke dalam sebuah tempat penyimpanan dimana pengguna dapat dengan mudah menjalankan *query* (pencarian data), menghasilkan laporan, dan melakukan analisis. Salah satu keuntungan yang diperoleh dari keberadaan *data warehouse* adalah dapat meningkatkan efektifitas pembuatan keputusan. Adapun karakteristik dari data warehouse adalah a). *Subject Oriented* atau berorientasi pada subyek. b). *Time-variant*, c). *Non Volatile* d). *Integrated*,

Ke-empat karakteristik di atas saling terkait dan kesemuanya harus diimplementasikan agar suatu *data warehouse* bisa efektif memiliki data untuk mendukung pengambilan keputusan. Implementasi ke-empat karakteristik ini membutuhkan struktur data dari *data warehouse* yang berbeda dengan database sistem operasional biasa.

Sedangkan fungsi utama dari *data warehouse* meliputi a). Pengambilan dan pengumpulan data (termasuk data dari luar organisasi yang dibutuhkan). b). Mempersiapkan data (*transforming*), seperti membersihkan dan mengintegrasikan data; c). Penyimpanan data (*loading*); d). Penyediaan data untuk analisis (*query & reporting*).

2. Data Mining

Data mining adalah ekstraksi informasi atau pola yang penting atau menarik dari data yang ada di database yang besar. Dalam jurnal ilmiah, data mining juga

dikenal dengan nama Knowledge Discovery in Databases (KDD). Dengan diperolehnya informasi-informasi yang berguna dari data-data yang ada, hubungan antara item dalam transaksi, maupun informasi informasi yang potensial, selanjutnya dapat diekstrak dan dianalisa dan diteliti lebih lanjut dari berbagai sudut pandang. Informasi yang ditemukan ini selanjutnya dapat diaplikasikan untuk aplikasi manajemen, melakukan query processing, pengambilan keputusan dan lain sebagainya

3. OLAP (Online Analytical Processing)

OLAP merupakan kunci dari BI, yang digunakan untuk menganalisis data dan informasi yang pada akhirnya akan menjadi dasar basis *Decision Support System* (DSS) dan *Expert Information System* (EIS). Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan melalui OLAP antara lain seperti : melakukan *query*, meminta laporan yang *ad hoc*, mendukung analisis statistik, analisis interaktif, serta membangun aplikasi multimedia.

OLAP merupakan proses komputer yang memungkinkan pengguna dapat dengan mudah dan selektif memilih dan melihat data dari sudut pandang yang berbeda-beda. Data pada OLAP disimpan dalam basis data multidimensi. Jika pada basis data relasional terdiri dari dua dimensi, maka pada basis data multidimensi terdiri dari banyak dimensi yang dapat dipisahkan oleh OLAP menjadi beberapa sub atribut.

OLAP dapat digunakan untuk *data mining* atau menemukan hubungan antara suatu item yang belum ditemukan. Pada basis data OLAP tidak perlu memiliki ukuran besar seperti *data warehouse*, karena tidak semua transaksi membutuhkan analisis tren. Dengan menggunakan *open database connectivity* (ODBC), data dapat diimpor dari basis data relasional menjadi suatu basis data multidimensi untuk OLAP

b. Penerapan Partner Relationship Management Di PT. Indosat Tbk.

Partner Relationship Management (PRM), yaitu suatu istilah dalam bisnis yang digunakan untuk menjelaskan mengenai strategi dan metodologi untuk meningkatkan hubungan dan komunikasi antara perusahaan dengan mitra bisnis/partner perusahaannya. PRM (*Partner Relationship Management*) bertujuan mendapatkan dan memelihara para mitra untuk meningkatkan penjualan dan distribusi produk.

Partner Relationship Management (PRM) merupakan aplikasi perangkat lunak berbasis web solusi untuk memperbaiki proses untuk mencapai pelanggan melalui penjualan langsung dan distribusi. Aplikasi PRM mengotomatisasi siklus hidup manajemen pendistribusian dan mengkoordinasikan pertukaran informasi antara penjualan, pemasaran dan organisasi layanan.

Selain tentang relationship, PRM mencakup tentang memahami kebutuhan mitra bisnis seseorang dan memuaskan kebutuhan tersebut untuk yang terbaik dari kemampuan seseorang sambil membangun kepercayaan antara dua pihak. Oleh karena itu, PRM jauh lebih kompleks tidak sekedar mengumpulkan data.

Partner Relationship Management (PRM) di Indosat bermanfaat

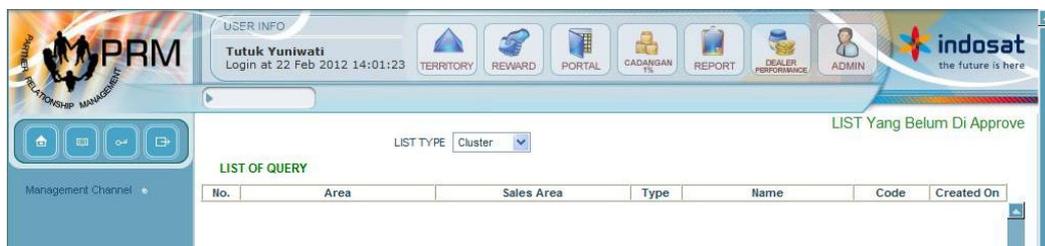
- a) Memperluas pendapatan dan peluang pasar baru dengan membangun saluran mitra dinamis.
- b) Memberikan *visibilitas real-time* ke dalam hari-hari aktivitas pemasaran dan penjualan untuk pelacakan yang lebih baik dan lebih pendek siklus penjualan.
- c) Meningkatkan hubungan antar Indosat dan rekanannya dengan memberdayakan rekanannya untuk berkembang di channel anda.
- d) Kontrol arus informasi dan komunikasi melalui setiap fase dari penjualan rekanan dan proses pemasaran.
- e) Menyatukan kegiatan Indosat dan rekannya dan manajemen order dalam satu aplikasi.

1. Proses bisnis dalam PRM PT. Indosat Tbk. Sales Area Mojokerto

PT. Indosat Tbk. Sales Area Mojokerto dipimpin oleh kepala SAM, yang membawa beberapa divisi yaitu Marcom (marketing and communication), Customer service, Technical dan Channel Management (CM). Marcom bertugas untuk mempromosikan program, event even yang di sponsori oleh Indosat termasuk menanganimasalah teknis seperti desain banner, brosur, pamphlet dan bentuk fisik promosi lainnya, Menyeleksi proposal permohonan sponsor oleh suatu even, seleksi dan pembinaan Duta Indosat, mendata pengguna Indosat dalam suatu komunitas. *Technical* bertugas untuk menangani semua keperluan teknis dalam jaringan, instalasi listrik, BTS, Tower dan keperluan teknis lainnya. *Channel management* memiliki tugas untuk menjalin hubungan antar cluster, distributor, sampai outlet, di dalam CM terdapat tim Canvasser yang bertugas melakukan kunjungan dan mendata outlet untuk menjadikan anggota *Indosat Outlet Community (IOC)*. Canvasser melakukan pendataan di outlet menggunakan form spreadsheet yang kemudian diserahkan ke bagian cluster officer dan di inputkan ke sistem Partner relationship management.

2. Aplikasi Partner Relationship Management PT. Indosat Tbk. Sales Area Mojokerto

Aplikasi PRM Di PT. Indosat di PT Indosat Tbk. Berbasis Web yang diakses melalui jaringan intranet dengan menggunakan browser dan mengetikkan alamat aplikasi PRM tersebut. Setelah muncul halaman awal PRM, maka user memasukkan username dan password untuk dapat masuk ke dalam sistem PRM. Jika username dan password benar, maka akan ditampilkan halaman control management PRM seperti gambar 1,



Gambar 1 : halaman control management PRM PT. Indosat

Di dalam manajemen control PRM terdapat menu-menu sebagai berikut

- Menu Territory yaitu Menu yang berisi data outlet, reg canvasser, dan sebagai fronliner dan juga untuk mengatur journey canvasser
- Menu reward yang berisi Penghargaan untuk ioc, cluster FMC (penjaga toko), outlet
- Menu Point berisi tentang info IOC dan Point yang dimiliki
- Report yang berisi Data outlet populasi kota, kunjungan canvasser

Untuk memasukkan anggota outlet baru, maka dilakukan melalui menu territory. Data yang dimasukkan adalah Regional, Area, Sales area, Cluster, Sub Cluster, Dealer, Sub Dealer, Category, Sub Category, Sub Category, New Registration IOC, ICC Yang Mendaftarkan, NPWP, Outlet Name, Alamat Lengkap, Lokasi, Business Volume Outlet, Ukuran Outlet, Alamat Pemilik dan Biodata lengkap, Posisi Outlet, dan segala hal terkait outlet, pemiliknya dan keluarganya.

Gambar 2: input Data Outlet yang akan menjadi IOC

Selain menginputkan data Data Outlet yang akan menjadi IOC, PRM di PT. Indosat Tbk. Mempunyai fungsi melihat Permanent Journey Plan (PJP) / route plan. kalau seorang canvasser sudah memiliki jadwal kunjungan tetap (Permanent Journey Plan atau Route Plan) dan melakukan PJP yang sudah disusun dapat memudahkan tidak hanya outlet tapi juga canvassernya.

Selain memasukkan data PJP, Clusster Officer dapat melihat kinerja dari canvasser, marketing dan distribusinya, seperti terlihat pada gambar 3

Canvasser	Outlet	Group Result	Item Result	Result Value	Journe
34/MUHAMMAD FAISAL	MAJAPAHIT PULSA	KARTU INDOSAT (DSA)	SP VISIBILITY	4	05-01
34/MUHAMMAD FAISAL	MAJAPAHIT PULSA	VOUCHER (RP)	VOU SELL IN	0	05-03
34/MUHAMMAD FAISAL	MAJAPAHIT PULSA	MATERIAL PROMO	MATERIAL PROMO ?	Y	05-03
34/MUHAMMAD FAISAL	MAJAPAHIT PULSA	KETERANGAN	OUTLET TUTUP ?	N	05-03
34/MUHAMMAD FAISAL	MAJAPAHIT PULSA	LAC&CI	LAC	34fe	05-03
34/MUHAMMAD FAISAL	MAJAPAHIT PULSA	LAC&CI	CI	cbtf	05-03

Gambar 3: kinerja dan kunjungan canvasser

PRM PT. Indosat Tbk, mempunyai kemampuan untuk melihat laporan canvasser yang terdiri dari Regional, Area, Sales area, Cluster, Sub cluster, Dealer, Distributor *stater pack* (kartu perdana). *Canvasser*, *Outlet*, *Group resul* (pengelompokan nama produk dan keterangan pendukung yang terdiri dari Mentari, Im3, Kartu indosat (Karin), Voucher, Material promo (spanduk, poster, painting dan lainnya), Keterangan outlet, LAC & CI (keterangan kode BTS)), Keterangan produk yang terdiri dari (SP sell in, SP stock, SP visibility, Voucher sell in, Material promo, Outle tutup, LAC & CI), Result (jumlah penataan dari item result), Journey (tanggal kunjungan canvasser), Schedule (jadwal kunjungan canvasser).

Pada Menu PRM PT. Indosat, Tbk terdapat menu Dealer Performance yaitu untuk mengetahui performance atau pencapaian distributor atau dealer terhadap target yang di berikan Indosat. Tujuannya untuk dapat info secara periodik pencapaian distributor terhadap target indosat. LIST yang belum di approve akan di approval oleh PIC Channel Management sales area.

No.	Area	Sales Area	Type	Name	Code	Created On
1	SOUTHERN SUMATERA	JAMBI	IOC	NOVARNA	JBIO04814	19-03-2012
2	BOTABEK	KARAWANG	OUTLET	IGBAL		19-03-2012
3	BOTABEK	KARAWANG	OUTLET	SOHDIN		19-03-2012
4	KALIMANTAN	PONTIANAK	IOC	ZARNAL ABDIN	PTKO03328	19-03-2012
5	SOUTHERN SUMATERA	JAMBI	IOC	KURNAWAN	JBIO04813	19-03-2012
6	CENTRAL JAVA	YOGYAKARTA	IOC	ROSITA MARTIAWATY HIDAYAT	YGY013287	19-03-2012
7	CENTRAL JAVA	KUDUS	OUTLET	SLAMET		19-03-2012
8	BOTABEK	KARAWANG	OUTLET	NENGSIH SRI RAHAYU		19-03-2012
9	KALIMANTAN	PONTIANAK	IOC	RISTANA PANCA W	PTKO03327	19-03-2012
10	SOUTHERN SUMATERA	PALEMBANG	IOC	DEDI	PLBO01522	19-03-2012
11	CENTRAL JAVA	KUDUS	OUTLET	ADI		19-03-2012
12	BOTABEK	KARAWANG	OUTLET	IS		19-03-2012
13	CENTRAL JAVA	KUDUS	OUTLET	HERI		19-03-2012
14	JAKARTA	JAKARTA SELATAN	IOC	anto	JSEO11011	19-03-2012
15	BOTABEK	KARAWANG	OUTLET	KARNA		19-03-2012
16	SOUTHERN SUMATERA	JAMBI	IOC	YULLUS NIU PATTANG	JBIO04812	19-03-2012
17	CENTRAL JAVA	KUDUS	OUTLET	ULFA		19-03-2012
18	KALIMANTAN	PONTIANAK	IOC	EFENDI AMIR	PTKO03326	19-03-2012
19	SOUTHERN SUMATERA	JAMBI	IOC	KHATARNA APRYANI	JBIO04811	19-03-2012
20	CENTRAL JAVA	KUDUS	OUTLET	SYAHRONI		19-03-2012

Gambar 4: Dealer Performance Aplikasi PRM

c. Penerapan Busnise Integence Pada Partner Relationship Management

Seperti dijelaskan sebelumnya bahwa Secara umum Business Intelligence (BI) merupakan sebuah proses untuk melakukan ekstraksi data-data operasional perusahaan dan mengumpulkannya dalam sebuah data warehouse. Selanjutnya data di data warehouse diproses menggunakan berbagai analisis statistik dalam proses data mining, sehingga didapat berbagai kecenderungan atau pattern dari data. Hasil penyederhanaan dan peringkasan ini disajikan kepada end user yang biasanya merupakan pengambil keputusan bisnis. Dengan demikian manajemen dapat mengambil keputusan berdasarkan fakta-fakta actual.

Begitu juga dengan Partner Relationship Management (PRM), setelah mengumpulkan dan memasukkan data mitra, distributor dan outlet, PRM mempunyai fitur seperti pendaftaran IOC, laporan kunjungan canvasser ke outlet, info member, penjualan starter pack (perdana) yang *sell in* dan *sell out*, transaksi penjualan pulsa Indosat, dan perbandingan penjualan starter pack antar provider. material produk (matpro), point atau reward, jumlah populasi outlet tiap bulan, memonitor wilayah penjualan produk Indosat, mengelompokkan outlet-outlet menjadi suatu community, mengetahui jumlah penjualan produk Indosat secara terstruktur. Dengan demikian PRM merupakan aplikasi management yang sangat penting di PT. Indosat (Tbk) , karena dengan adanya aplikasi tersebut dapat membantu kerja clusster officer (co) sedangkan hasil dari data tersebut dapat di pergunakan sales area manager dalam mengambil sebuah keputusan bisnis.

Penerapan BI pada aplikasi PRM terlihat pada pengukuran kinerja canvasser, penjualan produk di outlet dan distributor, perbandingan starpeck antar provider, monitoring wilayah penjualan produk, dealer performance. Kekurangan dari aplikasi PRM di PT. Indosat Tbk adalah informasi BI masih berupa data table dan belum berupa dasbard yang dapat berfungsi memberikan metrik (ukuran-ukuran) yang menentukan performa perusahaan. Dengan dasbaord BI mampu memberikan informasi kondisi internal dan memberikan sinyal-sinyal untuk mendukung pengambilan keputusan yang tepat dengan lebih cepat. Pada prakteknya, BI akan berfungsi sebagai analis, penghitung scorecard, sekaligus memberikan rekomendasi pada user terhadap tindakan yang sebaiknya diambil. Dengan menjalankan fungsi dashboard, user BI akan mengenali

potensi ketidakberesan pada perusahaan sekaligus dengan penyebabnya sebelum hal tersebut berkembang menjadi masalah yang besar. BI akan berfungsi memberikan advance alarm, memberikan informasi trend dan melakukan benchmark.

KESIMPULAN

1. Business Intelligence (BI) merupakan sistem dan aplikasi yang berfungsi untuk mengubah data dalam suatu perusahaan atau organisasi (data operasional, data transaksional, atau data lainnya) ke dalam bentuk pengetahuan
2. Partner Relationship Management (PRM), yaitu suatu istilah dalam bisnis yang digunakan untuk menjelaskan mengenai strategi dan metodologi untuk meningkatkan hubungan dan komunikasi antara perusahaan dengan mitra bisnis/partner perusahaannya. PRM (*Partner Relationship Management*) bertujuan mendapatkan dan memelihara para mitra untuk meningkatkan penjualan dan distribusi produk
3. Partner relationship management (PRM) merupakan aplikasi business intelligence karena PRM mampu melakukan ekstraksi data dan membantu kerja cluster officer (CO) serta dapat dipergunakan sales area manager dalam mengambil keputusan bisnis
4. Penerapan BI pada aplikasi PRM terlihat pada pengukuran kinerja canvasser, penjualan produk di outlet dan distributor, perbandingan starpeck antar provider, monitoring wilayah penjualan produk, dealer performance. Kekurangan dari aplikasi PRM di PT. Indosat Tbk adalah informasi BI masih berupa data table dan belum berupa dasbard

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kami sampaikan kepada kedua orang tercinta, saudara, keluarga besar Fakultas Teknik Unipdu Jombang, Keluarga Besar Magister Teknik Informatika Fak. Teknologi Industri UII Yogyakarta dan PT. Indosat. Serta terima kasih kepada para dosen, guru, para penulis dan pembimbing penelitian kami dan para sahabat pencari ilmu, semoga karya kecil ini dapat bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ihsan, Dkk. 2012. Laporan Kerja Praktek Di PT. Indosat Tbk. Sales Area Mojokerto: Analisis Aplikasi Partnership Relationship Management. Unipdu: Jombang
- Stephen M. Dent, 2006. White paper Partnership Relationship Management: Implementing a Plan for Success, Partnership Continuum inc. www.partneringintelligence.com [1 Juni 2012)
- Greenberg, Paul. 2002. CRM at the speed of Light: Capturing and Keeping Customers in Internet Real Time. 2nd Edition. California : McGraw-Hill Book Co.
- Turban, Efraim; Sharda, Ramesh; Delen, Dursun. 2010. *Decision Support and Business Intelligence Systems*. 9th edition. Prentice Hall.
- O'Brien, James A., 2002, "Customer Relationship Management", *Management Information Systems: Managing Information Technology in the E-Business Enterprise* (5th ed.), McGraw- Hill Higher Education, pp.128-131
- O'brien, James A, 2003, *Intoduction to Information System Essentials for The E – Bussiness Enterprise*. McGraw – Hill