

VISUALISASI DATA PT. CAPELLA DINAMIK NUSANTARA MENGGUNAKAN POWER BIRegina Zulaikha tizar¹¹Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam IndragiriEmail : reginatizar23@gmail.com**ABSTRAK**

Tahun demi tahun, pasar sepeda motor Indonesia terus berkembang, menawarkan pembeli berbagai merek untuk dipilih, termasuk Honda, Yamaha, Suzuki, dan masih banyak lagi. Merek Honda dilaporkan memiliki pangsa pasar dan pertumbuhan penjualan terbesar selama sepuluh tahun terakhir, menurut data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI). Strategi penetapan harga dimana Honda menunjukkan kepemimpinan pasar dan keunggulan produk dengan menawarkan kepastian mengenai produknya dengan menetapkan harga yang relatif tinggi jika dibandingkan dengan pesaing. Persaingan di sektor ini semakin ketat karena banyaknya merek baru yang masuk ke pasar. Di zaman sekarang ini, visualisasi data menghasilkan banyak keluaran atau outcome, namun untuk memahami proses yang terlibat, kita juga perlu sadar untuk menafsirkan fakta dengan tepat dan menciptakan representasi yang efektif. Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan metodologi yang digunakan. Metode pengumpulan data yang memanfaatkan tinjauan atau studi literatur. Jika kedua faktor tersebut saling berhubungan, maka visualisasi data akan sangat membantu dalam analisis data kependudukan karena akan mempermudah analisis data jika disajikan dalam bentuk grafik atau tabel dari data yang diperiksa. agar orang lain dapat membaca dan memahami analisis yang telah dilakukan.

Kata Kunci : Visualisasi Data, PT. Capella Dinamik Nusantara, Power BI**ABSTRACT**

Year after year, the Indonesian motorcycle market continues to grow, offering buyers a variety of brands to choose from, including Honda, Yamaha, Suzuki, and many more. The Honda brand reportedly has the largest market share and sales growth over the last ten years, according to data from the Indonesian Motorcycle Industry Association (AISI). Pricing strategy where Honda shows market leadership and product superiority by offering certainty about its products by setting relatively high prices when compared to competitors. Competition in this sector is increasingly fierce due to the large number of new brands entering the market. In this day and age, data visualization produces many outputs or outcomes, but to understand the processes involved, we also need to be aware of interpreting the facts correctly and creating effective representations. Descriptive research with a qualitative approach is the methodology used. Data collection methods that utilize literature reviews or studies. If these two factors are interconnected, then data visualization will be very helpful in analyzing population data because it will make data analysis easier if it is presented in the form of graphs or tables of the data being examined. so that other people can read and understand the analysis that has been carried out.

Keywords : Data Visualization, PT. Capella Dinamik Nusantara, Power BI

1. PENDAHULUAN

Strategi untuk mencapai tujuan saat melakukan penjualan Persaingan dalam bisnis menjadi semakin intens. Penentu utamanya adalah kemampuan konsumen dalam memilih produk secara akurat yang tidak hanya didorong oleh harga, hemat biaya, namun juga kemampuannya dalam menunjang aktivitas sehari-hari. Dalam dunia bisnis terjadi persaingan antar semua perusahaan, termasuk perusahaan yang menjual sepeda motor, baik barang maupun jasa. Karena umurnya yang panjang dan harganya yang terjangkau, sepeda motor telah menjadi moda transportasi pilihan banyak orang. Oleh karena itu, tidak heran jika masyarakat memilih sepeda motor sebagai pilihan untuk membantu dalam melakukan berbagai aktivitas karena dianggap praktis dan irit [1]. Pasar sepeda motor nasional juga semakin berkembang. (PENGARUH BEBAN KERJA DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT HONDA DAYA ANUGRAH MANDIRI CABANG SUKABUMI, n.d.)

Honda adalah perusahaan besar yang memproduksi mobil-mobil canggih yang terkenal di masyarakat. Di Indonesia khususnya, produk-produk Honda sangat dinantikan masyarakat karena kualitasnya yang tinggi [2]. Berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), Honda mempertahankan posisi teratas pasar pada 2016 dengan pangsa pasar 72,28 persen dan terjual 2.362.047 unit. Dengan kontribusi 810.317 unit atau pangsa 24,08 persen, Yamaha berada di posisi kedua. Berikutnya ada Kawasaki yang menempati posisi ketiga dengan 59.635 unit (1,82 persen). Menyusul Suzuki di peringkat keempat dan kelima dengan penjualan 34.915 unit, sedangkan TVS terjual 1.127 unit.

Salah satu usaha di bidang transportasi adalah PT. Capella Dinamik Nusantara yang khusus menjual sepeda motor merk Honda. Masyarakat Kota Tembilahan sudah tidak asing lagi dengan PT. Capella Dinamik Nusantara saat ini. Mengingat beragamnya sepeda motor yang tersedia, tentu saja bisnis ini mempromosikan dan mempopulerkan merek dagang yang berkaitan dengan sepeda motor, yang penting bagi kemampuan bisnis untuk menjual produknya dan membedakannya dari produk pesaing. Produk sepeda perlu memiliki kualitas yang sesuai dengan selera konsumen dari segi kualitas, harga, dan suku cadang serta memiliki desain yang menarik agar dapat memperoleh pangsa pasar. Sepeda motor yang tersedia memiliki kekuatan untuk menarik minat pembeli potensial dan memenangkan hati mereka sebagai pelanggan setia [3]. (Safitri & Tinus Waruwu, 2017)

Menganalisis data dalam jumlah besar akan sangat menantang. Untuk mengidentifikasi tren data penjualan dan meramalkan penjualan sepeda motor, diperlukan analisis. Nantinya akan berguna untuk pendistribusian sepeda motor ke berbagai daerah. Teknik penambangan data memungkinkan untuk mengekstrak informasi dari kumpulan data yang sangat besar. Power BI merupakan salah satu alat data mining yang dapat diterapkan. (Al Ghivary et al., 2023)

Sektor industri merupakan salah satu sektor di Indonesia yang berkembang pesat. transportasi, khususnya sektor sepeda motor, yang mengalami pertumbuhan yang tidak menentu namun meyakinkan selama sepuluh tahun terakhir. Anggota AISI memproduksi sepeda motor dengan merek berikut: Penjualan sepeda motor Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, Bajaj, dan TVS, seperti terlihat pada tabel berikut.

Tabel 1
Penjualan sepeda motor tahun 2007 – 2016

Tahun	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Jumlah	4.688.263	6.215.865	5.851.963	7.368.616	8.028.267	7.137.663	7.743.879	7.867.195	6.480.155	5.931.285
Honda	2.141.025	2.874.576	2.701.279	3.416.047	4.275.212	44.092.693	4.696.999	5.051.100	4.453.888	4.380.888
Market share %	45,67 %	46,25 %	46,16 %	46,36 %	53,25 %	57,36 %	60,65 %	64,20 %	68,72 %	73,85 %

Sumber : AISI

Sejak tahun 1960an, sepeda motor merk Honda sudah tersedia di Indonesia. Dengan segala keunggulannya, mereka terus memimpin pasar dengan pangsa pasar yang terus meningkat sekaligus memenuhi permintaan transportasi masyarakat yang tangguh, hemat, dan ekonomis. Menanggapi kendala tersebut, perusahaan-perusahaan yang turut berkontribusi dalam kesuksesan sepeda motor Honda di Indonesia semakin memperkuat diri.

2. METODE PENELITIAN

Pada dasarnya semua penelitian mempunyai strategi atau metode untuk mendekati subjeknya karena pendekatan yang dipilih akan memberikan pedoman yang tepat untuk setiap penelitian selanjutnya yang direncanakan. Berikut metodologi penelitiannya menurut colid narbuko (2012:44), penelitian deskriptif adalah penelitian yang menampilkan, menganalisis, dan menafsirkan data dalam upaya menggambarkan solusi permasalahan yang ada saat ini. Metode penelitian kualitatif digunakan sebagai pendekatan penelitian karena masalah yang diteliti, yang menyoroti pentingnya visualisasi data dalam menjelaskan peristiwa yang diteliti secara dekat. Metode deskriptif dan teknis digunakan dalam proses pengumpulan data, termasuk penelitian kepustakaan atau tinjauan pustaka.

Ketika penjelasan tingkat dipertimbangkan, metodologi penelitian penulis menggabungkan metodologi deskriptif dan asosiatif. Sujarweni Wiratna (2015:74) “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai masing-masing variabel, baik jika salah satu atau lebih variabel tersebut independen dan tidak berhubungan atau dibandingkan dengan faktor lain. Variabel-variabel ini mempunyai kemampuan untuk mendefinisikan populasi atau bidang tertentu secara tepat dan metodis. Alternatifnya, penelitian dilakukan untuk menawarkan ringkasan atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan ini mempekerjakan 14.004 orang (per Desember 2008) dan memiliki tiga pabrik (pabrik): Sunter, Pegangsaan Dua Kelapa Gading, dan Kawasan Industri MM2100 Cikarang Barat. Total kapasitas terpasangnya mencapai 3 juta unit sepeda motor setiap tahunnya. Selain itu, perusahaan ini memiliki fasilitas pelatihan yang berfungsi sebagai pusat pendidikan dan pelatihan untuk mendukung operasi produksi, perakitan, dan distribusi sepeda motor Honda yang berbasis di Sunter. Jenis produk yang dihasilkan dan didistribusikan PT Capella Honda melalui 29 buah main dealer dan dealer meliputi berbagai jenis dan tipe, yaitu:

- Tipe CUB atau bebek -- yaitu Honda Fit S, Honda Fit X, Honda Revo, Honda Blade, Honda Supra X 125, Honda Supra X 125 DD, Honda Supra X 125 PGM-FI dan Honda City Sport 1;
- Tipe sport -- yaitu Honda Mega Pro dan Honda Tiger 2000;
- Tipe skuter matic -- yaitu Honda Vario dan Honda Beat.(Azwanti, 2018)

Tabel 2
Realisasi Penjualan Motor Pada PT, Capella Dinamik Nusantara Tahun 2019

No	Bulan	Target Penjualan Motor			
		Target	% Target	Realisasi	% Realisasi
1.	Januari	250	100	495	98.75
2.	Februari	250	100	423	105.75
3.	Maret	250	100	411	102.75
4.	April	250	100	409	102.25
5.	Mei	250	100	398	99.50
6.	Juni	250	100	394	98.50
7.	Juli	250	100	350	87.50
8.	Agustus	250	100	325	81.25
9.	September	250	100	395	98.75
10.	Oktober	250	100	346	86.50
11.	November	250	100	315	78.75
12.	Desember	250	100	285	71.25

Sumber : Bagian Penjualan PT, Capella Dinamik Nusantara (2019)

Berdasarkan data yang diperoleh, PT Capella Dinamik Nusantara menetapkan target penjualan bulanan sebanyak 400 unit sepeda motor. Target penjualan ini menjadi tujuan perusahaan, dan setiap karyawan diberi target beban 25–30 sepeda motor per bulan yang perlu dijual. berdasarkan informasi penjualan tahun 2019, tersedia pada bulan Januari hingga Juni. Meskipun ada tiga bulan dimana target tidak tercapai—Januari, Mei, dan Juni—penjualan tetap dianggap sangat kuat dan baik, yang menunjukkan bahwa penjualan pada semester tersebut telah melampaui ekspektasi. Awal tahun 2019 dipandang sangat baik. (128850-ID-Pengaruh-Kompensasi-Dan-Lingkungan-Kerja (1), n.d.)

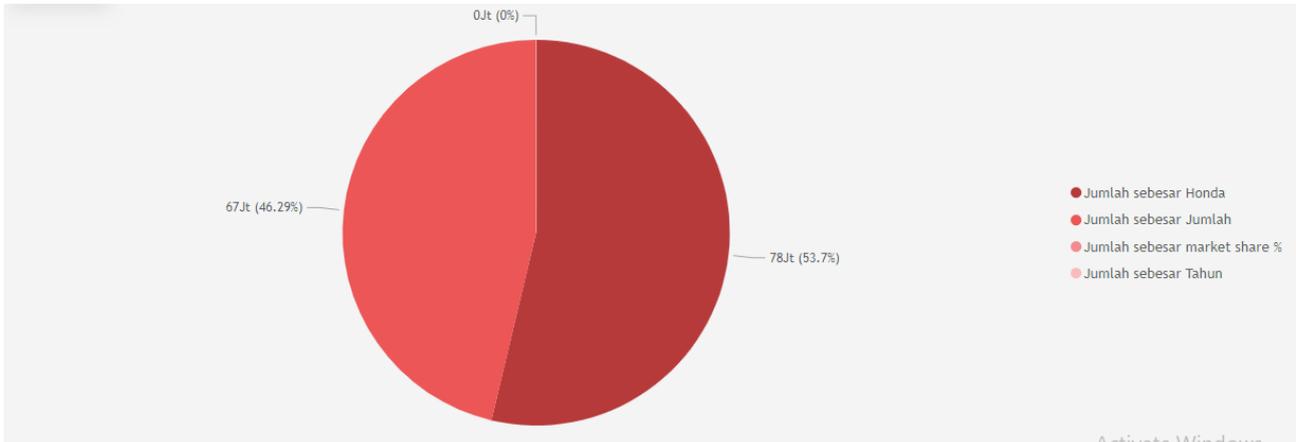
Sementara itu, penjualan semester II 2019 mengalami peningkatan yang signifikan pada bulan September, namun jika kita mengambil rata-rata realisasi penjualan enam bulan sebelumnya, maka akan mengalami tren penurunan. Pada Juli, realisasi penjualan sepeda motor mencapai 350 unit atau setara 87,50%. Bulan Agustus kembali mengalami penurunan penjualan realisasi. Untuk menjamin kualitas sepeda motor Honda, PT Astra Honda Motor menggunakan beberapa referensi standar seperti JIS (Japan Industrial Standard), SII (Standar Industri Indonesia), SNI (Standar Nasional Indonesia), HES (Honda Engineering Standard), ISO 9001, ISO 14001, ISO 17025 dan OHSAS 18001.

Tabel 3
Laporan Penjualan Motor Tahun 2023

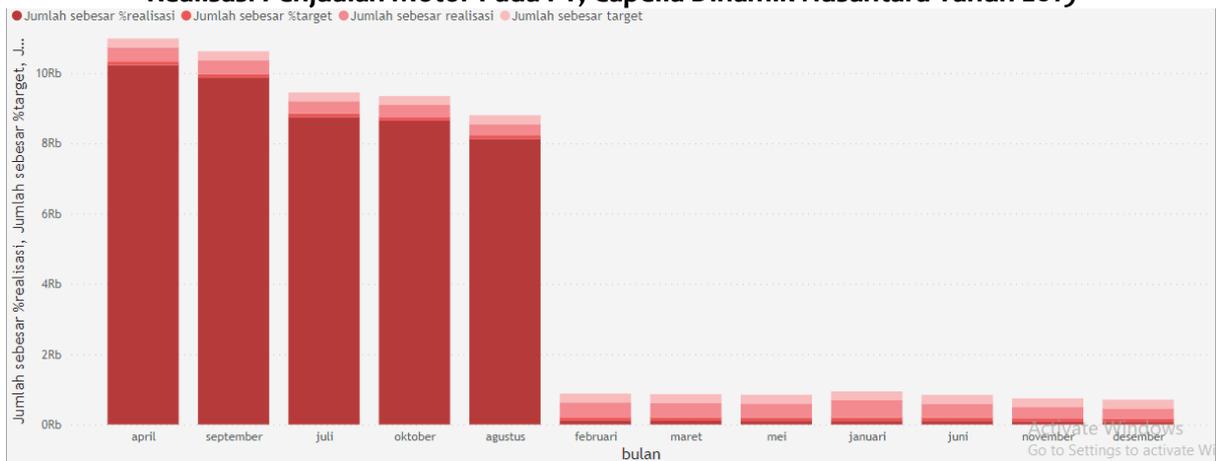
No	Kode Kendaraan	Jenis Kendaraan	Nama Kendaraan	Jumlah Penjualan	Harga Satuan	Potongan Harga	Harga Penjualan Bersih	Jenis Pinjaman	Tanggal Penjualan	Bonus	Ket	
1.	HND-GE	Honda	Genio	335 eks	Rp. 13.000.000	Rp. 650.000	Rp. 12.350.000	L	23-Jan-23	Helm&Jaket	Lunas	
2.	HND-BE	Honda	Beat	310 eks	Rp. 19.000.000	Rp. 950.000	Rp. 18.050.000	L	12-Mei-23	Helm&Jaket	Lunas	
3.	HND-GE	Honda	Genio	125 eks	Rp. 13.000.000	Rp.650.000	Rp. 12.350.000	K	30-Aug-23	Helm	Kredit	
4.	HND-SCO	Honda	Scoopy	225 eks	Rp. 21.000.000	Rp. 1.050.000	Rp. 19.950.000	L	25-Feb-23	Jaket	Lunas	
5.	HND-VA125	Honda	Vario-125	264 eks	Rp. 16.000.000	Rp. 800.000	Rp. 15.200.000	K	22-Okt-23	Jaket	Kredit	
6.	HND-PCX	Honda	Pcx	322 eks	Rp. 14.000.000	Rp. 700.000	Rp. 13.300.000	K	05-Jun-23	Helm&Jaket	Kredit	
7.	HND-VA125	Honda	Vario-150	176 eks	Rp. 21.000.000	Rp. 1.050.000	Rp. 19.950.000	L	15-Mar-23	Helm	Lunas	
8.	HND-ADV150	Honda	Adv-150	268 eks	Rp. 17.000.000	Rp. 850.000	Rp. 16.150.000	K	20-Jul-23	Jaket	Kredit	
9.	HND-ADV150	Honda	Adv-150	328 eks	Rp. 17.000.000	Rp. 850.000	Rp. 16.150.000	L	28-Feb-23	Helm&Jaket	Lunas	
10.	HND-GTR150	Honda	Gtr-150	186 eks	Rp. 16.000.000	Rp. 800.000	Rp. 15.200.000	L	21-Sep-23	Helm	Lunas	
Jumlah Harga Penjualan Bersih							Rp					
Harga penjualan bersih tertinggi							Rp					
Harga penjualan bersih terendah							Rp					
Rata – rata harga penjualan bersih							Rp					

Rp.
15.865.000

Gragik Tabel 1
Penjualan sepeda motor tahun 2007 – 2016



Grafik Tabel 2
Realisasi Penjualan Motor Pada PT, Capella Dinamik Nusantara Tahun 2019



Grafik Tabel 3
Laporan Penjualan Motor Tahun 2023



4. KESIMPULAN

Visualisasi data sangat lah menujung untuk sebuah analisa data kependudukan karena pada dasarnya analisa data akan sangat sulit di pahami jika tidak memiliki sebuah visualisasi data yang baik dan tepat , untuk membuat keputusan dan langkah yang tepat analisa menggunakan sebuah visualisasi akan sesangat membantu dan juga sangat efektif sehingga keputusan yang di ambil tidak akan melenceng jauh dari data yang terjadi di lapangan, selain itu visualisasi data juga mempunya banyak sekali manfaat seperti:

1. Dapat memahami data yang sudah di dapatkan
2. Mendapatkan analisa yang lebih baik
3. Dapat mengidentifikasi pola yang rumit
4. Untuk melihat trend terbaru yang ada di kalangan masyarakat.

5. DAFTAR PUSTAKA

128850-ID-pengaruh-kompensasi-dan-lingkungan-kerja (1). (n.d.).

Al Ghivary, R., Wulandari, N., Srikandi, N., & Nazilatul F, A. M. (2023). PERAN VISUALISASI DATA UNTUK MENUNJANG ANALISA DATA KEPENDUDUKAN DI INDONESIA (Vol. 1, Issue 1).

Azwanti, N. (2018). ANALISA ALGORITMA C4.5 UNTUK MEMPREDIKSI PENJUALAN MOTOR PADA PT. CAPELLA DINAMIK NUSANTARA CABANG MUKA KUNING. In *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer* (Vol. 13, Issue 1).

PENGARUH BEBAN KERJA DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT HONDA DAYA ANUGRAH MANDIRI CABANG SUKABUMI. (n.d.).

Safitri, K., & Tinus Waruwu, F. (2017). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN KARYAWAN BERPRESTASI DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIEARARCHY PROCESS (Studi Kasus : PT.Capella Dinamik Nusantara Takengon) (Vol. 1, Issue 1).