

**PENERAPAN DATA ANALYTICS UNTUK EVALUASI DAN
OPTIMALISASI KAMPANYE PEMASARAN PADA
PERUSAHAAN DOKU**

PRAKTEK KERJA LAPANG



Oleh :

Anggi Trisna Sari

22082010078

Ela Enjelya Putri

22082010072

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul: PENERAPAN DATA ANALYTICS UNTUK EVALUASI DAN
OPTIMALISASI KAMPANYE PEMASARAN PADA
PERUSAHAAN DOKU

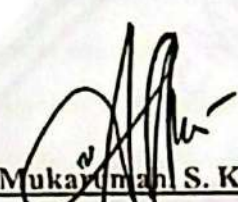
Oleh: Anggi Trisna Sari 22082010078

Ela Enjelya Putri 22082010072

Menyetujui,

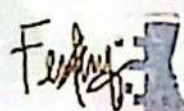
Dosen Pembimbing

Pembimbing Lapangan



Siti Mukarromah S. Kom., M. Kom.

NIP. 198107042021212011



PT. INDOBIT
DIGITAL RAYA

Fenny Hapsari

Mengetahui,

Dekan

Koordinator Program Studi

Fakultas Ilmu Komputer

Sistem Informasi

UPN "Veteran" Jawa Timur

UPN "Veteran" Jawa Timur



Prof. Dr. Ir. Novirina Hendrasarie, MT.

NIP/NPT. 196811261994032001



Agung Brastama Putra, S.Kom., M.Kom.

NIP/NPT. 198511242021211003

ABSTRAK

DOKU merupakan salah satu *payment gateway* terkemuka yang ada di Indonesia yang memiliki beberapa tantangan dalam meningkatkan transaksi merchant dan memahami perilaku pelanggan dalam bisnis. Kampanye promosi ini menjadi salah satu strategi utama yang diterapkan untuk mendukung tujuan bisnis tersebut. Namun, efektivitas dari berbagai kampanye promosi ini masih memerlukan analisis yang lebih mendalam untuk memastikan hasil yang optimal dalam meningkatkan jumlah transaksi dan keterlibatan pelanggan. Untuk menjawab tantangan tersebut, data transaksi yang telah tersedia dianalisis secara mendalam menggunakan Tableau, sebuah alat visualisasi data yang memungkinkan interpretasi hasil analisis secara lebih mudah. Proses analisis ini berfokus pada beberapa aspek utama, seperti mengidentifikasi kontribusi pelanggan VIP, dampak promosi musiman, efektivitas kampanye sederhana seperti *cashback* Rp 10.000, serta segmentasi pelanggan berdasarkan pola transaksi dan pengeluaran. Selain itu, kategori merchant dengan kontribusi terbesar terhadap total transaksi juga diidentifikasi untuk memahami pola bisnis yang lebih luas. Melalui Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini, diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan efektivitas kampanye promosi, seperti menyusun promosi yang lebih sesuai dengan preferensi pelanggan, menargetkan segmen pelanggan dengan potensi tinggi seperti pelanggan VIP, serta mengoptimalkan waktu pelaksanaan kampanye berdasarkan pola transaksi musiman.. Sehingga dapat memberikan wawasan yang mendalam bagi tim pemasaran DOKU untuk mengoptimalkan strategi promosi di masa depan dan mendukung pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan.

Kata Kunci: Analisis Kampanye Promosi, *Payment Gateway*, DOKU, Tableau, Segmentasi Pelanggan.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga laporan akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu bentuk pertanggungjawaban dalam menyelesaikan Praktek Kerja Lapang (PKL). Program ini telah memberikan pengalaman berharga dalam memahami dan mengaplikasikan analisis data untuk kebutuhan bisnis, mulai dari pengolahan data, pembuatan visualisasi, hingga pengambilan keputusan berbasis data.

Selama pelaksanaan program, penyusun tidak hanya memperoleh pengetahuan teknis, tetapi juga keterampilan kerja yang relevan dengan kebutuhan industri. Penyusun menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat tanpa henti sehingga dapat menyelesaikan program ini dengan baik.
2. Ibu Siti Mukaromah S.Kom., M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan saran selama proses penyusunan laporan ini.
3. Ibu Amalia Anjani Arifiyanti S.Kom., M.Kom selaku Dosen wali yang memberikan dukungan selama program berlangsung.
4. Mentor dan Student Success di PT Indobit Digital Raya atas kesempatan, ilmu, dan bimbingan yang diberikan selama program berlangsung.
5. Seluruh Dosen Sistem Informasi yang telah memberikan waktu dan ilmunya selama proses mengajar.
6. Teman dan rekan yang selalu memberikan dukungan selama masa studi ini berlangsung.

Surabaya, Januari 2025

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan.....	2
1.4 Manfaat	2
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	3
2.1 Sejarah Perusahaan	3
2.2 Visi dan Misi	4
2.3 Tujuan Organisasi.....	4
2.4 Layanan Utama.....	4
BAB III PELAKSANAAN PKL.....	5
3.1 Tinjauan Pustaka	5
3.1.1 Konsep Dasar Data <i>Analytics</i>	5
3.1.2 Pembersihan dan Pengolahan Data	6
3.1.3 Visualisasi Data menggunakan Tableau	6
3.1.4 Transformasi Data menjadi Insight.....	7
3.1.5 Evaluasi Kampanye Pemasaran	8
3.1.6 Segmentasi Pelanggan	9
3.1.7 <i>Payment Gateway</i> dan <i>Industri Fintech</i>	9
3.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan PKL	10
3.2.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan	10
3.2.2 Pelaksanaan.....	11
3.3 Data dan Sumber Data.....	12

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	14
4.1 Analisis Kebutuhan	14
4.2 Persiapan Data	17
4.3 Hasil Analisis.....	35
4.4 Pembahasan	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Metodologi	11
Gambar 4. 1 Import File	17
Gambar 4. 2 Output1	18
Gambar 4. 3 Output2	18
Gambar 4. 4 Output3	19
Gambar 4. 5 Output4	20
Gambar 4. 6 Output5	21
Gambar 4. 7 Output6	21
Gambar 4. 8 Output7	22
Gambar 4. 9 Output8	22
Gambar 4. 10 Output9	24
Gambar 4. 11 Output10	24
Gambar 4. 12 Ouput11	25
Gambar 4. 13 Output12	25
Gambar 4. 14 Output13	26
Gambar 4. 15 Output14	27
Gambar 4. 16 Output15	28
Gambar 4. 17 Output16	28
Gambar 4. 18 Output17	28
Gambar 4. 19 Output18	29
Gambar 4. 20 Output19	29
Gambar 4. 21 Output20	29
Gambar 4. 22 Output21	30
Gambar 4. 23 Output22	30
Gambar 4. 24 Output23	31
Gambar 4. 25 Output24	32
Gambar 4. 26 Output25	32
Gambar 4. 27 Output26	33
Gambar 4. 28 Output27	34
Gambar 4. 29 Output28	35

Gambar 4. 30 Top Champaign	36
Gambar 4. 31 Top Merchant	38
Gambar 4. 32 Total By Merchant.....	40
Gambar 4. 33 Customer Segmentation	42
Gambar 4. 34 Campaign Performance	44
Gambar 4. 35 Dashboard.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Ketentuan Jadwal	11
Tabel 4. 1 Analisis Kebutuhan	15
Tabel 4. 2 Kebutuhan Data.....	15