

## INTISARI

Perkembangan teknologi mendorong organisasi untuk melakukan transformasi digital, yang menghasilkan volume data iklan digital yang besar dan beragam. Namun, tantangan utamanya adalah bagaimana data konversi iklan yang melimpah tersebut dapat dianalisis dan disajikan menjadi informasi yang mudah dipahami bagi pengambilan keputusan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data konversi iklan digital menggunakan metode *Business Intelligence* (BI) dengan pendekatan *Exploratory Data Analysis* (EDA), serta merancang *dashboard* interaktif menggunakan platform *Tableau*. Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka dan dokumentasi dengan memanfaatkan dataset publik dari Kaggle berjudul "*Sales Conversion Optimization*". Tahapan penelitian meliputi persiapan data, pemeriksaan, dan pemrosesan menggunakan EDA untuk mengidentifikasi pola dan *insight*. *dashboard* yang dirancang menyajikan metrik performa utama seperti *Click-Through Rate* (CTR), *Conversion Rate* (CR), *Approval rate*, *Cost per Mille* (CPM), dan *Cost per Click* (CPC). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan kerangka BI dan EDA mampu mengolah data mentah menjadi informasi yang terstruktur dan relevan. Pengujian fungsionalitas dengan *Black box Testing* menyatakan seluruh fitur berjalan sesuai rancangan. Sementara itu, pengujian *usability* menggunakan *System Usability Scale* (SUS) menghasilkan skor rata-rata 74,76 yang termasuk dalam kategori *acceptable* (layak) dengan predikat *good*. Kesimpulannya, *dashboard* ini efektif sebagai sistem pendukung keputusan untuk mengevaluasi strategi penargetan iklan digital secara lebih komprehensif dan berbasis data.

Kata Kunci: *Dashboard*, Iklan Digital, *Business Intelligence*, *Exploratory Data Analysis*, *Tableau*.

## **ABSTRACT**

*Technological developments have encouraged organizations to undergo digital transformation, resulting in large and diverse volumes of digital advertising data. However, the main challenge lies in how this abundant advertising conversion data can be analyzed and presented as easily understandable information for decision-making. This study aims to analyze digital advertising conversion data using Business Intelligence (BI) methods with an Exploratory Data Analysis (EDA) approach, as well as to design an interactive dashboard using the Tableau platform. The research method employed is literature study and documentation, utilizing a public dataset from Kaggle titled "Sales Conversion Optimization." The research stages include data preparation, checking, and processing using EDA to identify patterns and insights. The designed dashboard presents key performance metrics such as Click-Through Rate (CTR), Conversion Rate (CR), Approval rate, Cost per Mille (CPM), and Cost per Click (CPC). The results show that the implementation of the BI and EDA framework is capable of processing raw data into structured and relevant information. Functionality testing using Black box Testing indicates that all features operate according to the design. Meanwhile, usability testing using the System Usability Scale (SUS) yielded an average score of 74.76, which falls into the "acceptable" category with a "good" predicate. In conclusion, this dashboard is effective as a decision support system for evaluating digital advertising targeting strategies in a more comprehensive and data-driven manner.*

*Keywords: Dashboard, Digital Advertising, Business Intelligence, Exploratory Data Analysis, Tableau.*