

ABSTRAK

Broland merupakan bisnis yang bergerak di bidang penjualan *apparel motorcycle* seperti produk baju kaos, kemeja, tas dan berbagai jenis produk lainnya. Tidak adanya toko fisik untuk menjualkan produk dan melakukan penjualan dengan mengandalkan media sosial Instagram, Broland masih kesulitan dalam mencapai target yang diinginkan serta karena banyaknya pesaing memanfaatkan media sosial seperti Instagram dalam memikat konsumennya.

Media sosial dapat membangun pergerakan transaksi jual beli dengan konsumen secara *online*, hal ini dapat berpengaruh pada hematnya biaya bisnis dengan menciptakan informasi produk secara relevan dan inovatif. Dengan demikian pemanfaatan media sosial melalui pengukuran *engagement* Instagram Broland dapat membantu Broland untuk mengevaluasi strategi pemasaran digitalnya.

Pada perancangan *dashboard business intelligence* pengaruh *engagement rate* terhadap kegiatan pemasaran Broland ini menggunakan metode *Rapid Application Development*. Pada metode *Rapid Application Development* ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu *requirement planning*, *user design*, *construction*, *cut over*.

Hasil tugas akhir ini berupa, sistem berbasis *website Dashboard* yang dapat digunakan oleh pemilik, tim kreatif serta pegawai yang memiliki kepentingan pada kegiatan pemasaran Instagram Broland. *Website Dashboard* berisikan visualisasi data tentang pengukuran *Engagement Rate* terhadap media *social* Instagram Broland dengan para pesaing pada periode data tertentu.

Kata kunci — ***Engagement Rate, Website, Dashboard, Rapid Application Development.***