



ANALITIKA BIG DATA DALAM INTELIJEN BISNIS: MEMANFAATKAN DATA UNTUK KEUNGGULAN KOMPETITIF

Bulan Fitri Ananda¹, Achmad Fauzi², Idel Eprianto³, Mita Amelia⁴, Putri Ainurohimah⁵, Adam Maulana Sidiq⁶, Firmansyah Agung Pradana⁷

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

²Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

³Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

⁴Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

⁵Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

⁶Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

⁷Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

⁸Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

⁹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

E-mail: 202110325325@mhs.ubharajaya.ac.id

Article History:

Received: 03-05-2024

Revised :26-05-2024

Accepted:04-06-2024

Keywords:

Big Data, Intelijen
Bisnis, Keunggulan
Kompetitif

Abstract: Perkembangan teknologi informasi telah memudahkan perusahaan untuk mengakses informasi secara cepat dan real time, sehingga dapat memberikan umpan balik dan bereaksi lebih cepat untuk mencari solusi atas keluhan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan bantuan Big Data Analytics (BDA). Big data adalah kombinasi teknologi untuk menangani volume besar data yang berbeda dengan kecepatan dan waktu yang tepat untuk mendukung analisis dan respons. Tujuan dari penelitian ini adalah menggali lebih jauh potensi manfaat dan nilai bisnis dari big data analytics (BDA) yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam organisasi bisnis dengan berbasis pada kajian literatur. Hasil kajian literatur dari studi ini merupakan kerangka konseptual (kontribusi teoritis) yang akan dikembangkan untuk penelitian lebih lanjut...

PENDAHULUAN

Dunia usaha menjadi semakin kompetitif di era digital yang sangat maju ini. Era ini ditandai dengan pengaruh teknologi yang meluas seperti kecerdasan buatan, analisis data, dan Internet yang memungkinkan bisnis dapat meningkatkan efisiensi, dan berinovasi yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan produktivitas dan daya saing di pasar sehingga menghasilkan keunggulan kompetitif dan peningkatan kinerja bisnis (Fachrurazi et al., 2023). Dalam hal ini, perusahaan membutuhkan alat yang dapat mengubah data menjadi informasi yang lebih berharga, bukan hanya sekedar angka. Alat-alat ini harus dapat menerjemahkan berbagai elemen dan gejala utama dari kumpulan data yang ada. salah satu alat bantu tersebut adalah business intelligence. (Subroto & Endaryati, 2021). Business intelligence digunakan untuk meningkatkan kinerja melalui pemilihan strategi bisnis terbaik. Bisnis intelijen juga penting untuk mengubah data yang banyak menjadi bentuk yang berguna. Business intelligence adalah bagian dari kumpulan ide, metodologi, proses, arsitektur, dan teknologi yang dapat mengubah data yang tidak terstruktur menjadi informasi yang relevan dan praktis untuk kebutuhan bisnis (Nuryati et al., 2023).

Data memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan strategi terutama ketika memasuki era ledakan data/data besar (big data), dimana perusahaan-perusahaan dalam berbagai sektor diharuskan menangani sejumlah data besar (big data), hal ini dikarenakan data yang besar (big data) dapat menawarkan wawasan yang sangat berharga selain itu juga menawarkan keunggulan kompetitif jika sumber daya teknologi dan organisasi mendukung mereka (Morabito, 2015) dalam penelitian (Woeandari P.G, 2018). Big data menurut (Rahman, 2017) dalam penelitian (Muchis et al., 2021) adalah sebuah teknologi ter baru yang saat ini dianggap efektif untuk mengolah dan menganalisis data, baik yang terstruktur maupun tidak terstruktur, dengan menggunakan lima dimensi utama yaitu volume, variety, velocity, veracity, dan value yang digunakan sebagai keunggulan kompetitif untuk bersaing bagi perusahaan. Big data Analytics mencerminkan tantangan data yang luas, dan cepat sehingga menghasilkan data dengan cakupan dan kompleksitas yang belum pernah terjadi sebelumnya. Mengumpulkan informasi yang bermakna dan kompetitif keuntungan dari data dalam jumlah besar menjadi semakin penting bagi organisasi secara global. Mencoba mengekstraksi wawasan bermakna dari sumber data tersebut secara efisien dengan cepat dan mudah merupakan suatu tantangan. Jadi, analitik menjadi sangat penting untuk mewujudkan nilai penuh big data guna meningkatkan kinerja bisnis mereka dan meningkatkan pangsa pasar mereka (Zakir et al., 2012).

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini bermaksud untuk mengetahui dan mempelajari tentang analitika big data dalam intelijen bisnis sebagai upaya untuk mempertahankan keunggulan kompetitif sehingga dapat membantu organisasi untuk memahami tentang bisnis dan pasarnya.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana BI membantu perusahaan di era digital yang kompetitif?
2. Bagaimana BI meningkatkan kinerja perusahaan dan keunggulan kompetitif?
3. Bagaimana analitika big data dalam BI dapat mengoptimalkan dan menganalisis big data perusahaan?
4. Bagaimana analitika big data dalam BI membantu organisasi memahami pasar dan mempertahankan keunggulan kompetitif?

LANDASAN TEORI

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif pada dasarnya tumbuh dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan bagi pembelinya melebihi biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya (Hao, 2000). Keunggulan kompetitif melibatkan pembangunan dan pengembangan sumber daya strategis yang memiliki potensi untuk menciptakan keunggulan bersaing (Borseková et al., 2012). Keunggulan ini berperan sebagai aset untuk menetralkan aset dan kompetensi bersaing yang dimiliki oleh pesaing. Hal ini mengindikasikan pada pengembangan kekuatan internalnya sendiri, dan mempertimbangkan cara untuk mengatasi serta mengimbangi kelebihan yang dimiliki oleh pesaing (Mardikaningsih, 2023).

Keunggulan bersaing (competitive advantages) merupakan strategi formulasi perusahaan yang dirancang dalam mencapai peluang yang tidak dapat ditiru oleh pesaing untuk memaksimalkan laba dan menguntungkan. Keunggulan bersaing adalah kunci sukses bagi organisasi atau perusahaan yang berada pada lingkungan yang secara terus menerus mengalami perubahan cepat dalam lingkungan persaingan yang ketat dan dalam kurun waktu yang semakin singkat. Jadi keunggulan bersaing ini dapat dicapai dengan memanfaatkan sumber daya-sumber daya yang ada di perusahaan tersebut (Adiputra & Mandaa, 2017).

Big Data

Big data adalah data yang melebihi proses kapasitas dari sistem database yang ada. Data terau besar dan terau cepat atau tidak sesuai dengan struktur arsitektur database yang ada, sehingga untuk mendapatkan nilai dari data, maka harus memerlukan alternatif untuk memprosesnya. Big data adalah data berukuran besar yang volumenya akan terus bertambah dan terdiri dari berbagai jenis atau varietas data, terbentuk secara terus menerus dengan kecepatan tertentu dan harus diproses dengan kecepatan tertentu pula. Melalui teknologi informasi, triliun byte data diciptakan setiap hari dari berbagai sumber, seperti dari media sosial, video surveillance, dan smart grids (Woeandari P.G, 2018)

Big data dapat juga didefinisikan sebagai data yang sangat sulit untuk dikoleksi, disimpan dan dikelola maupun dianalisis dengan menggunakan sistem database yang biasa

karena volumenya akan terus berlipat. Dari segi teknologi, akan bermunculan pentingnya kemampuan untuk memproses big data. Big data diperkenalkan pertama kali oleh O'Reily Media pada tahun 2015. Sebagian besar definisi big data fokus pada ukuran data dalam penyimpanan. Atribut penting dari big data selain ukuran adalah Volume data, Variasi data dan Kecepatan, 3V big data merupakan definisi yang komprehensif dan mereka menggagakan mitos bahwa data besar hanya tentang volume data, selain itu masing-masing dari 3V memiliki konsekuensi tersendiri untuk analitik (Woeandari P.G, 2018). Big Data Analytics mengacu pada teknologi yang sebagian besar didasarkan pada penambahan data: penambahan teks, penambahan web, penambahan proses, analisis audio dan video, analisis statistik, analisis jaringan, analisis media sosial, dan analisis web (Eko Siswo, 2024).

analisis big data adalah tempat teknik analitik canggih beroperasi pada kumpulan data besar. Oleh karena itu, analitik big data benar-benar tentang dua hal — data besar dan analitik — ditambah bagaimana keduanya bekerja sama untuk menciptakan salah satu tren paling mendalam dalam intelijen bisnis (Russom, 2011).

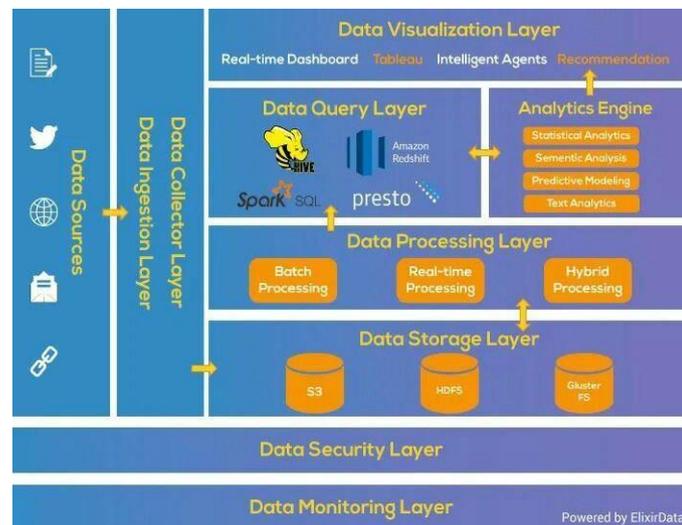
analisis data besar adalah proses panjang untuk mengeksplorasi data dalam jumlah besar untuk mempelajari pola tersembunyi, korelasi dan wawasan lain yang dapat membantu industri mempelajari tren bisnis mereka. Dibandingkan dengan metode tradisional, teknologi analitik data besar saat ini lebih efisien dan cepat, membantu organisasi untuk melakukan pekerjaan dengan cepat dan tepat sehubungan dengan bisnis mereka (Fanoon Rahem, 2016).

Bisnis intelijen

Business intelligence (BI) atau Intelligensi Bisnis (IB) adalah sekumpulan teknik dan alat untuk mentransformasi data mentah menjadi informasi yang berguna dan bermakna untuk tujuan analisis bisnis. teknologi ini dapat menangani data yang tak terstruktur dalam jumlah yang sangat besar untuk membantu mengidentifikasi, mengembangkan, dan membuat strategi bisnis yang baru. (Santoso, 2021)

Business intelligence (BI) digunakan sebagai salah satu solusi teknologi informasi untuk mentransformasikan data dari data yang masif ditetapkan menjadi intelijen melalui penjualan, pemasaran, layanan, dan operasi dukungan (Tong-On et al., 2021). Informasi dianggap sebagai aset paling berharga dalam perusahaan, sumber daya vital untuk pembuatannya dapat meningkatkan keputusan intelijen bisnis dengan memerikan basis data yang komprehensif dan semua dapat diakses di seluruh organisasi, dari tingkat strategis hingga operasional. Business intelligence adalah teknik, pendekatan, atau ide untuk memeriksa big data melalui proses ekstraksi dan transformasi untuk menemukan informasi dari data yang berharga untuk perbandingan bisnis atau pendukung keputusan strategis. Meningkatkan efektivitas keputusan bisnis berbasis data (Nuryati et al., 2023b).

intelligen Bisnis sangat penting karena dapat membantu organisasi meningkatkan komunikasi di dalam dan di luar, memecahkan masalah, menganalisis data, dan memastikan profitabilitas bisnis dengan wawasan berharga yang dibuat dari data interna. Selain itu, mendorong kinerja, ekstrapoasi informasi yang dapat digunakan dari kumpulan data kompleks dan sajikan kepada pemangku kepentingan dan anggota tim untuk diskusi dan perencanaan serta merumuskan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. (Prahendratno et a., 2023).



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

METODOOGI PENELITIAN

Secara umum semua penelitian bersifat ilmiah, oleh sebab itu peneliti sebelum melakukan suatu penelitian harus berbekal teori. Sebab teori dalam penelitian ini berfungsi untuk memperjelas masalah yang akan diteliti, maupun sebagai landasan dalam merumuskan suatu hipotesis serta sebagai referensi dalam menyusun/membuat instrumen penelitian (Yakin, 2012).

Metode yang digunakan pada penelitian ini adaah metode kuantitatif dengan pendekatan SR (Systematic iterature Riview) yang memiiki tujuan untuk mengumpulkan dan mengevaluasi penelitian yang relevan dengan topik yang spesifik. Metode ini dilakukan dengan langkah- langkah sestimetis untuk memastikan bahwa penelitian yang dikumpulkan adalah yang paling relevan dan berkualitas (Mafda Khoirotu Fatha et a., 2023). Metode ini digunakan untuk mendapatkan atau memperoleh data yang digunakan untuk tujuan tertentu (Putri & Hermawan, 2021). Pengumpulan data dilakukan dengan

cara mengumpulkan, mengidentifikasi, menyusun dan menganalisis berbagai data yang ditemukan (Cegiński, 2017).

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Judul	Author	Persamaan	Perbedaan
Penerapan Big Data dan Analytics untuk Meningkatkan	(Eko Siswo, 2024)	Membahas bigdata untuk keunggulan Kompetitif dan metode yang digunakan	Pembahasan big data yang disajikan
Keunggulan Kompetitif			
Peran Big Data pada Intelijen Bisnis Sebagai Sistem Pendukung Keputusan	(Mafda Khoirotul Fatha et al., 2023)	Menggunakan Big Data dalam Intelijen Bisnis	Metode penelitian yang digunakan
Intelijensi Pemasaran dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Kompetitif pada PT. Pegadaian Syariah UPS Mantos	(Raintung, 2019)	Membahas intelijen untuk keunggulan kompetitif	Metode penelitian yang digunakan
Penerapan Teknologi Big Data dalam Pengembangan Database Pendidikan	(Ferdiansyah et al., 2023)	Membahas Big Data pada Era Teknologi	Jurnal tersebut membahas tentang big data untuk pendidikan
Proses Pembangunan Smart City di Indonesia Menggunakan Metode Big Data Analytics Dalam Penerapan E-Commerce	(Mahrani et al., 2021)	Menganalisis big data	Jurnal tersebut membahas big data dalam penerapan E-commerce. Sedangkan jurnal ini, membahas big data sebagai keunggulan kompetitif

Evaluasi Penggunaan Teknologi Big Data Untuk Analisis Data Bisnis Dan Pengambilan Keputusan	(Sari, 2024)	Metode yang Digunakan dalam Penelitian	Jurnal tersebut membahas evaluasi teknologi big data Sedangkan jurnal ini, membahas analitika big data.
Utilizing Big Data Analytics and Business Intelligence for Improved Decision-Making at Leading Fortune Company	(Olaniyi et al., 2023)	Membahas tentang big data dan metode yang digunakan	Jurnal ini tidak membahas big data dalam pengambilan keputusan
Big Data Analytics in Supply Chain Management: A Systematic Literature Review and Research Directions	(Kumar et al., 2024)	Metode yang digunakan	Penggunaan big data dalam manajemen persediaan
Peran Big Data Terhadap Kemampuan Perusahaan Melakukan Analisis Rantai Pasok : Studi Reviu Literatur Terstruktur	(Hidayani et al., 2022)	Metode yang digunakan	Membahas peranan big data untuk melakukan analisis di suatu perusahaan
Meningkatkan Keuntungan Bisnis dengan Pemanfaatan Fungsi Bussines Inteligence	(Nuryati et al., 2023)	Memanfaatkan BI untuk meningkatkan keuntungan dan menggunakan metode yang sama	Tidak membahas fungsi BI secara mendalam

Penggunaan Teknologi Big Data Dalam Analisis Permodelan Perilaku Konsumen	(Pasaribu, 2021)	Meneliti penggunaan teknologi big data	Model studi kasus yang dibahas
Analisis Big Data Penggunaan Internet Pada Pengguna Layanan UBIQU	(Nugroho, 2017)	Metode penelitian dan pembahasan tentang big data	Studi kasus yang berfokus pada pelayanan vsat UBIQU
Development Of Big Data Analytics Model	(Rizal, 2019)	Pembahasan dalam jurnal yang menjelaskan tentang big data	Menjelaskan secara detail meliputi arsitektur sistem big data dan algoritma analisis big data

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Business Intelligence (BI) di Era Digital yang Kompetitif

Perkembangan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah merubah cara berkomunikasi, khususnya dalam penyebaran informasi. Mulanya metode komunikasi dan distribusi informasi hanya terbatas pada media tertulis (kertas, surat) dan media elektronik (radio, televisi, dan telepon) sehingga informasi yang beredar masih sangat terbatas, baik dari skaa informasi yang beredar maupun area yang mampu dijangkau, terlebih pada distribusi informasi lintas Negara (Kusumasari & Rafizan, 2018). Masyarakat di suatu Negara tidak dapat dengan mudah memperoleh dan mengakses informasi yang berkaitan dengan Negara ain, begitu pun sebaiknya. Berkembangnya internet di era teknologi yang maju memungkinkan peredaran informasi yang semakin banyak, cepat, dan halmpir tidak terbatas oleh ruang dan waktu (Dita Kusmara Sari, 2017). Intelijen bisnis memiliki pengaruh bagi perusahaan untuk mendapat keunggulan kompetitif. Di semua ini perusahaan, apakah itu bagian keuangan, SDM, Operasi, Pemasaran dan bagian akuntansi, memerlukan akses ke data terkini yang anda setiap saat. Baik itu keperluannya untuk integrasi data (ET), penyimpanan data (Data Warehouse), penyiapan atau analisis data (OAP) dan penyajian data (perencanaan, peaporan). Sousi pelaporan yang dihasilkan intelijen bisnis menghiangkan kebutuhaln untuk Pengumpulan data secara manua yang rawan kesalahan dari berbagai sumber. Seuruh data secara otomatis digabungkan ke dalam satu sistem dan dikorelasikan dalam kombinasi yang diinginkan. Dengan demikian, intelijen bisnis telah menjadi dasar yang sangat diperukan

untuk pengambilan keputusan di perusahaan. Hampir tidak ada perusahaan besar salad ini yang bekerja tanpa sistem intelijen bisnis . (Rudiawan, 2021)

Peningkatan Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Kompetitif melalui Business Intelligence

Tingkat persaingan antar sektor perusahaan semakin meningkat di dunia usaha. Dengan teknologi yang terus meningkat, setiap bisnis bertujuan untuk terus meningkatkan kualitas manajemen produksi dan pemasaran untuk mencapai keuntungan yang ditargetkan (Nuryati et al., 2023b) Semua sektor bisnis sekarang mengaami persaingan, yang berarti bahwa ada persaingan yang lebih ketat antara masing-masing perusahaan. Bisnis yang memberikan layanan berada dalam industri yang kompetitif di mana setiap bisnis harus mampu mengatasi berbagai tantangan dan mendukung bisnis ini dalam mengelola operasinya secara efektif dan efisien (Gandini 2024). Setiap bisnis dapat meningkatkan penjualan barang-barangnya dengan menerapkan taktik pemasaran yang efisien dan metode unik untuk memperluas pasar konsumen salad ini. Salah satu peran paling penting dalam bisnis adalah strategi pemasaran, yang menentukan volume penjualan dan posisi kompetitif perusahaan di pasar (Sasongko & Surianshal, 2022). Bisnis akan menghasilkan uang sebanyak mungkin jika ini terjadi. Sebaiknya, jika pemasaran produk tidak tepat atau tidak dilakukan, maka akan terjadi penurunan penjualan, yang akan berpengaruh pada pendapatan perusahaan (Suryajaya, 2020).

Intelijen bisnis dapat menawarkan informasi yang membantu bisnis dalam membuat penilaian yang membantu bisnis dalam membuat keputusan yang berkualitas. Korporasi memiliki secara eksternal. Jika analisis bisnis digunakan di lembaga komersial untuk meningkatkan kinerja dengan memilih strategi bisnis terbaik, maka analisis bisnis dapat meningkatkan kinerja di organisasi niraba sehingga pekerjaan dilakukan lebih efektif, menghasilkan pelayanan publik yang lebih baik dan pengelolaan anggaran yang efisien (Citra Beriani Utami, ukman Faruk, 2015).

Analitika Big Data dalam Business Intelligence untuk Mengelola dan Menganalisis Big Data Perusahaan

Big data adalah sebuah teknologi terbaru yang salad ini dianggap efektif untuk mengolah dan menganalisis data, baik yang terstruktur maupun tidak terstruktur, memiliki volume, variety, dan veocity sangat besar yang digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan (Rahman, 2017). Big data adalah perkembangan teknologi yang baru memungkinkan dan penting penyimpanan yang dan integrasi volume data yang sangat besar dari berbagai sumber (Pacehoder1). Big Data memiliki dukungan yang berupa: 1) Accurate, berupa data informasi yang dicari dengan cara mencari sumber itu sendiri. 2) Accessibe, merupakan daya database sebuah data, yang dimana sebuah data itu memerlukan penyimpanannya itu sendiri lalu dikumpulkan, ketika sudah dikumpulkan data itu bisa dikeoa. 3) Analisis, berupa informasi data yang akan dicari, dengan cara

mencari sebuah informasi data dengan cara menganalisa, dapat berupa analisis prediktif, analisis eksplorasi, analisis regresi, data mining dan analisis perspektif. 4) Application, pada halsi analisis yang telah dilakukan, sebuah data membutuhkan perangkat software dan halrdware untuk memberikan layanan analisis, metode ini dapat memudahkan perusahaan untuk melakukan sebuah layanan analisis terhadap instansi atau forum pemerintah sentral serta wilayah, industri pertambangan, penerbangan, maupun Kesehatan (Syira et a., 2023)

Teknologi big data tidak halnya dapat dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan besar, namun juga oleh usaha-usaha kecil dan menengah (UMKM) maupun organisasi pubik. Meskipun teknologi big data terbilang rumit dan mahal, namun perusahaan kecil dapat juga memanfaatkan big data asakan tahu persis apa tujuan bisnisnya, sehingga memudahkan proses identifikasi data yang dibutuhkan serta mendapatkan manfaat yang lebih besar dari investasi yang dikeluarkan (Abbasi et a., 2016). Para praktisi yang melakukan studi tentang big data anaytics menekankan perlunya memahami bagaimana, mengapa dan kapan apikasi big data analytics (BDA) dapat menjadi sumber yang sangat berharga bagi perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Saputra & Khalirunnisa, 2022)

Analitika Big Data dalam Business Intelligence untuk Memahalmi Pasar dan Mempertahalkan Keunggulan Kompetitif.

Analitika big data dalam BI memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari berbagai sumber, termasuk media sosial, data sensor, dan data transaksi. Dengan menganalisis data ini, perusahaan dapat memperoleh wawasan tentang preferensi pelanggan, perilaku pasar, dan tren industri (Pratama et a., 2023). Wawasan ini membantu perusahaan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, mempersonalisasi produk dan layanan, serta mengidentifikasi peluang baru. Dengan memahalmi pasar secara lebih baik, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, menciptakan produk dan layanan yang inovatif, dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Dzakiyyah et a., 2023).

KESIMPULAN

Analitika big data dalam intelijen bisnis memiliki peran penting di era digital yang sangat kompetitif saat ini. Big data dan analitika dapat digunakan untuk mengoptimalkan operasional perusahaan, memungkinkan identifikasi area-area yang dapat ditingkatkan dalam proses bisnis untuk mencapai efisiensi yang lebih besar. Dengan memanfaatkan analitika big data, BI dapat mengelola dan menganalisis data besar (big data) yang bersifat volume, variasi, dan kecepatan tinggi baik terstruktur maupun tidak terstruktur.

Analisis big data dalam BI memungkinkan perusahaan mengumpulkan dan menganalisis data dari berbagai sumber seperti media sosial, sensor data, dan data transaksi. Dengan

menganalisis data tersebut, perusahaan dapat memperoleh wawasan tentang preferensi pelanggan, perilaku pasar, dan tren industri. Wawasan ini sangat berharga bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, mempersonalisasi produk dan layanan, serta mengidentifikasi peluang baru. Dengan memahami pasar secara lebih baik, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, menciptakan produk dan layanan yang inovatif, serta mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat.

Secara keseluruhan, analitika big data dalam intelijen bisnis merupakan pendekatan yang penting bagi perusahaan untuk memanfaatkan data sebagai aset berharga guna meningkatkan kinerja bisnis, mengambil keputusan strategi, dan mempertahankan keunggulan kompetitif di era digital yang sangat dinamis dan kompetitif saat ini.

DAFTAR REFERENSI

- Abbasi, A., Sarker, S., & Chiang, R. H. . (2016). Big data research in information systems: Toward an inclusive research agenda. *Journa of the Association for Information Systems*, 17(2), 1–32. <https://doi.org/10.17705/1jais.00423>
- Adiputra, I. P. P., & Mandaa, K. (2017). Pengaruh Kompetensi dan Kapabiitas terhdap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja perusahaan. *E-Journa Manajemen Unud*, 6(11), 6090–6119.
- Borseková, K., Petriková, K., & Vaňová, A. (2012). The methodoogy of use and buiding competitive advantage on the regiona eve. *Journa of Security and Sustainabiity Issues*, 2(1), 41–50. [https://doi.org/10.9770/jssi/2012.2.1\(4\)](https://doi.org/10.9770/jssi/2012.2.1(4))
- Cegiński, P. (2017). the Concept of Competitive Advantages. *ogic, Sources and Durabiity. Journal of Positive Management*, 7(3), 57. <https://doi.org/10.12775/jpm.2016.016>
- Citra Beriani Utami, .Lukman Faruk, .Ofah Musyarrofah. (2015). Pengaruh Business Intelligence. 1(1).
- Dita Kusmara Sari, O. R. (2017). Studi Impementasi Sistem Big Data Untuk Mendukung Kebijakan Komunikasi dan Informatika.
- Dzakiyyah, B. H., Putri, K. D., Sasabia, N. Y., & ... (2023). Pemanfalatan Big Data untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Shopee. *Innovative: Journa Of ...*, 3, 10441–10455. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/artice/view/5534%0Ahttp://j-innovative.org/index.php/Innovative/artice/download/5534/4299>
- Eko Siswo Adi Sahputra, I. N. (2024). NPenerapan Big Data dan Anaytics untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif. 07(February), 4–6.
- Fachrurazi, Rukmana, A. Y., Supriyanto, Syamsubahri, & Iskandar. (2023). Revousi Bisnis di Era Digital: Strategi dan Dampak Transformasi Proses Teknologi terhdap Keunggulan Kompetitif dan Pertumbuhaln Organisasi. *Jurna Bisnis Dan*

- Manajemen West Science, 2(03), 297–305.
<https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.563>
- Fanoon Rahem, I. U. (2016). Big data analytics: Key technologies and challenges. Proceedings - 2016 International Conference on Robots and Intelligent System, ICRIS 2016, April, 141–145. <https://doi.org/10.1109/ICRIS.2016.30>
- Gandini, A., & Artike, R. (2024). Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi Tinjauan literatur: Business Intelligence dalam Peningkatan Kinerja Usaha INFO ARTIKE. 1(1), 25–34. <https://doi.org/10.62335/dee2936>
- Halo, M. (2000). Competitive advantage and firm performance. Competitiveness Review, 10(2), 15–32. <https://doi.org/10.1108/eb046396>
- Kumar, D., Singh, R. K., Mishra, R., & Vachos, I. (2024). Big data analytics in supply chain decarbonisation: a systematic literature review and future research directions. International Journal of Production Research, 62(4), 1489–1509. <https://doi.org/10.1080/00207543.2023.2179346>
- Kusumasari, D., & Rafizan, O. (2018). Studi Implementasi Sistem Big Data Untuk Mendukung Kebijakan Komunikasi Dan Informatika. Masyarakat Teematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 8(2), 81. <https://doi.org/10.17933/mti.v8i2.104>
- Mafda Khoirotu Fathal, Seftin Fitri Ana Wati, Bhalgas Satria Dewa, & Krisna Eko Prasetyo. (2023). Peran Big Data Pada Intelijen Bisnis Sebagai Sistem Pendukung Keputusan (Systematic literature Review). Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi, 3(1), 318–326. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v3i1.612>
- Mahrani, S., Pasi, I. D., Mutmainnah, A. K., Samosir, S. W. P., & Gunawan, I. (2021). Proses Pembangunan Smart City Di Indonesia Menggunakan Metode Big Data Analytics Dalam Penerapan E-Commerce. Media Jurnal Informatika, 13(2), 57. <https://doi.org/10.35194/mji.v13i2.1866>
- Mardikaningsih, R. (2023). Strategi Inovasi Dan Pemasaran Media Sosial Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Umkm Di Kota Surabaya. Jurnal Baruna Horizon, 6(2), 58–67. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v6i2.101>
- Muchis, M., Agustia, D., & Narsa, I. M. (2021). Pengaruh Teknologi Big Data Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia. EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan), 5(2) 139–158. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i2.4928>
- Nuryati, T., Maik, A. F., Ernawati, F. A., & (2023a). Increase Business Profits by Utilizing Business Intelligence Functions. Jurnal Ekonomi ..., 4(5), 901–910.
- Oaniyi, O. O., Abaaka, A. I., & Oabanji, S. O. (2023). Utilizing Big Data Analytics and

- Business Intelligence for Improved Decision-Making at Leading Fortune Company. *Journal of Scientific Research and Reports*, 29(9), 64–72. <https://doi.org/10.9734/jsrr/2023/v29i91785>
- Prahendratno, A., Mahendra, G. S., Zebua, R. S. Y., Tahir, R., Sepriano, Halndika, I. P. S., Rahalyu, P. W., Sudipa, I. G. I., & Efitra. (2023). *Business Intelligence: Pengantar Business Intelligence dalam Bisnis* (Issue June).
- Pratama, A. S., Satya Pratama, A., Sari, S. M., Hj, M. F., Badwi, M., & Anshori, I. (2023). Pengaruh Artificial Intelligence, Big Data Dan Otomatisasi Terhadap Kinerja SDM Di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(4), 108–123. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i4.2739>
- Putri, K. N., & Hermawan, D. (2021). Digital Marketing Strategy of Creative Consultant during COVID-19 Pandemic: a Qualitative Approach. *International Journal of Entrepreneurship, Business and Creative Economy*, 1(1), 39–56. <https://doi.org/10.31098/ijebce.v1i1.443>
- Rahman, N. (2017). Big Data Analytics for a Sustained Competitive Advantage.
- Raintung, M. C. (2019). Intelijensi Pemasaran Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Pada Pt. Pegadaian Syariah Ups Mantos. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 561–570.
- Rudiawan, H. (2021). Pemanfaatan Sistem Bisnis Intelijen (Bi) Dalam Pengambilan Keputusan Manajemen Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*, 23(3), 191.
- Russom, P. (2011). Big data analytics - TDWI Best Practices Report. TDWI Best Practices Report, Fourth Quarter, August, 38.
- Santoso, J. T. (2021). Pengantar Integensi Bisnis.
- Saputra, Y., & Khalirunnisa, K. (2022). Pengaruh Marketing Mix Yang Di Mediasi Oleh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembeian Pada Surya Naufa Farm. *MABIS: Jurnal Manajemen ...*, X. <https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/mabis/artice/view/6901>
- Sari, A. (2024). 25989-Article Text-84069-1-10-20240223. 7, 2962–2971.
- Sasongko, H., & Surianshal, R. (2022). Strategic management mode with ens of knowledge management and competitive Intelligence. *Journal of Economics and Business UBS*, 11(1), 37–42. <https://doi.org/10.52644/joeb.v11i1.79>
- Subroto, V. K., & Endaryati, E. (2021). Business Intelligence dan Kesuksesan Bisnis Di Era Digital. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 1(2), 41–47. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v1i2.45>
- Suryajaya, F. (2020). Penerapan Business Intelligence, Marketing Intelligence dan Supplier Relationship Management sebagai Upaya Mencapai Keunggulan Kompetitif pada Usaha Rite : Studi pada Toko Moina Salatiga. *Bisnis*, July, 1–23.

- Syira, S. D., Fauzi, A., Woestho, C., Viani, ., & ... (2023). Pemanfaatan Big Data dalam Peningkatan Efektivitas Strategi Komunikasi Marketing Terpadu pada Perusahaan E-Commerce. *Jurna Ekonomi ...*, August. <https://dinastirev.org/JEMSI/artice/view/1511%0Ahttps://dinastirev.org/JEMSI/artice/download/1511/939>
- Tong-On, P., Siripipatthalnaku, S., & Phalyaphrom, B. (2021). The impementation of business Inteligence using data anaytics and its effects towards performance in hote industry in Thaliand. *Internationa Journa of Behalviora Anaytics*, 1(2), 1–17.
- Wiiams, S. (2016). Business Inteligence Strategy and Big Data Anaytics: A Genera Management Perspective. In *Business Inteligence Strategy and Big Data Anaytics: A Genera Management Perspective*. <https://doi.org/10.1016/C2015-0-01169-8>
- Woeandari P.G, D. S. (2018). Potentia Benefits and Business Value of Big Data Anaytics. *Majaah Ilmiah Bijak*, 15(2), 106–114. <https://doi.org/10.31334/bijak.v15i2.199>
- Yakin, I. H. (2012). Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif. In *Jurna EQUIIBRIUM* (Vo. 5, Issue January).
- Yoshikuni, A. C., Dwivedi, R., Zhou, D., & Wamba, S. F. (2023). Big data and business anaytics enabed innovation and dynamic capabiities in organizations: Deveoping and vaidating scae. *Internationa Journa of Information Management Data Insights*, 3(2), 100206. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2023.100206>
- Zakir, J., Symour, T., & Berg, K. (2012). Issues in Information Systems. *Issues in Information Systems*, 13(2), 112–122.
- Ferdiansyah, V., Irwan, M., & Nasution, P. (2023). Penerapan Teknologi Big Data Dalam Pengembangan Database Pendidikan. *Jurna Riset Manajemen*, 1(3), 22–29.
- Hidayani, N., Tri Wahyuni, E., & Kardina Prima Amrania, G. (2022). Peran Big Data Terhaldap Kemampuan Perusahaan Melakukan Analisis Rantai Pasok : Studi Reviu iteratur Terstruktur. *JurnaIlmiahMEA(Manajemen,Ekonomi,DanAkuntansi*, 6(2), 1513–1530.
- Nugroho, G. A. (2017). Analisis Big Data Penggunaan Internet Pada Pengguna layanan Ubiq. *Jurna Teknologi Indonesia*.
- Nuryati, T., Maik, A. F., Ernawati, F. A., & ... (2023). Increase Bussines Profits by Utiizing Bussines Inteligence Functions. *Jurna Ekonomi ...*, 4(5), 901–910.
- Pasaribu, F. H. (2021). STUDI KASUS : PENGGUNAAN TEKNOLOGI BIG DATA DALAM. 1–13.
- Riza, S. (2019). Deveopment of Big Data Anaytics Mode. *ITEJ (Information Technoogy Engineering Journas)*, 4(1), 14–25. <https://doi.org/10.24235/itej.v4i1.47>