



Meningkatkan Keuntungan Bisnis dengan Pemanfaatan Fungsi Business Inteligence

Tutty Nuryati¹, Astrid Fitria Malik², Farah Aulia Ernawati³, Latiefah Juliachya⁴, Muhammad Rifa Nawawi⁵, Ria Restyananda⁶, Sania Murtafia Dara Jati⁷, Yuyun Indah Cahyani⁸

¹ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, tutty.nuryati@dsn.ubharajaya.ac.id

² Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, 2022103250_87@mhs.ubharajaya.ac.id

³ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, 202210325093@mhs.ubharajaya.ac.id

⁴ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, 202210325074@mhs.ubharajaya.ac.id

⁵ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, 202210325115@mhs.ubharajaya.ac.id

⁶ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, 202210325108@mhs.ubharajaya.ac.id

⁷ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, 202210325069@mhs.ubharajaya.ac.id

⁸ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, 202210325105@mhs.ubharajaya.ac.id

Korespondensi Penulis: Astrid Fitria Malik

Abstract: *Business intelligence has a process of collecting data that can facilitate the process of making decisions that aim to find out the business strategies used in the business world. Business strategy is a process of how the business goes well, and every company can achieve big profit targets. This scientific article uses a qualitative method, where the results of the research discuss how to increase business profits by utilizing the Business Intelligence function. Profit is an advantage for the company that has been taken into account in every business that is carried out. The business strategy that can be used is a marketing strategy to determine the intended target and attract customers to be interested in buying, each company can increase sales in this way. Increasing profits in the business world by analyzing consumers with current trends in trade using attractive promotions, expanding target consumers in sales, and evaluating the business being run.*

Keywords: *Intelligence Business, Intelligence Business Functions, Business Profits.*

Abstrak: Business intelligence memiliki proses pengumpulan data yang dapat mempermudah proses pengambilan keputusan yang bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis yang digunakan dalam dunia bisnis. Strategi bisnis adalah proses bagaimana bisnis berjalan dengan baik, dan setiap perusahaan dapat mencapai target laba yang besar. Artikel ilmiah ini menggunakan metode kualitatif, dimana hasil penelitiannya membahas tentang cara meningkatkan keuntungan bisnis dengan memanfaatkan fungsi Business Intelligence. Laba merupakan keuntungan bagi perusahaan yang telah diperhitungkan dalam setiap usaha yang

dijalankan. Strategi bisnis yang dapat digunakan adalah strategi pemasaran untuk menentukan target yang dituju dan menarik pelanggan agar tertarik membeli, setiap perusahaan dapat meningkatkan penjualan dengan cara ini. Meningkatkan keuntungan dalam dunia bisnis dengan menganalisis konsumen dengan tren perdagangan terkini menggunakan promosi yang menarik, memperluas target konsumen dalam penjualan, dan mengevaluasi bisnis yang dijalankan.

Kata Kunci: Bisnis Intelijen, Fungsi Bisnis Intelijen, Keuntungan Bisnis.

PENDAHULUAN

Dunia usaha menjadi semakin kompetitif di era digital yang sangat maju ini. Perusahaan harus dapat dengan cepat dan akurat membuat keputusan bisnis berdasarkan data yang benar agar dapat bersaing. Karena itu, pemanfaatan teknologi Business Intelligence (BI) menjadi semakin signifikan. Business Intelligence berkaitan dengan keuntungan pada setiap perusahaan. Business intelligence dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan meningkatkan efisiensi pelaksanaan kerja, yang pada akhirnya akan menghasilkan peningkatan layanan masyarakat dan pengelolaan anggaran yang baik. Business intelligence digunakan untuk meningkatkan kinerja melalui pemilihan strategi bisnis terbaik.

Bisnis intelijen juga penting untuk mengubah data yang banyak menjadi bentuk yang berguna. Meskipun demikian, ada situasi ketika repons naluriah identik dengan asumsi awal. Sektor intelijen sangat penting dalam hal ini. Ketersediaan bisnis intelijen, setiap orang yang membutuhkan informasi untuk menyelesaikan pekerjaan mereka, terlepas dari posisi mereka di organisasi, dapat mendapatkannya sekarang.

Pemrosesan data yang didedikasikan untuk informasi bisnis disebut "intelijen bisnis." 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. Volume besar informasi dapat ditangani oleh intelijen bisnis untuk membantu menemukan dan menangkap kemungkinan bisnis baru (SYAH 2015).

Stevens mendefinisikan intelijen bisnis (BI) sebagai kerangka kerja berbasis data untuk mendukung keputusan. Business intelligence adalah kumpulan perangkat lunak dan perangkat keras yang mengumpulkan, menyimpan, menganalisis, dan membuat data dapat diakses untuk membantu eksekutif bisnis membuat pilihan (Pratama 2018).

Nadia Branon menegaskan bahwa business intelligence adalah istilah yang sering diterapkan pada perangkat lunak dan perangkat keras yang mengumpulkan, menyimpan, menganalisis, dan membuat data dapat diakses sehingga bisnis dapat membuat keputusan yang lebih tepat (Pratama 2018). Secara umum, business intelligence (BI) adalah proses memperoleh data operasional dari suatu perusahaan, mengumpulkannya di data warehouse, dan mengolahnya melalui data mining untuk mengidentifikasi tren atau pola yang berbeda dalam data tersebut (Pratama 2018).

Perusahaan akan lebih mudah mengumpulkan dan mengolah data informasi bisnis dengan menggunakan Sistem BI. Karyawan dapat melakukan hal yang sama, membuat keputusan yang lebih baik, dan mencapai tujuan yang diinginkan lebih cepat dengan BI. Manfaat dari sistem BI adalah membantu bisnis meningkatkan risiko nilai tambah, memutuskan biaya, dan meningkatkan hubungan pelanggan dan pemasok. Tanpa sistem BI, banyak data perusahaan menjadi tidak logis dan pada akhirnya menghambat proses bisnis organisasi.

Berdasarkan uraian pendahuluan di atas, diperlukan untuk membingkai masalah yang akan digunakan sebagai titik diskusi sebagai berikut untuk memastikan pemahaman tentang masalah yang akan diselidiki.

1. Mengapa sebuah bisnis memerlukan *Bussiness Intelligence* (BI)?
2. Bagaimana Strategi Intelijen Bisnis dalam dunia usaha?
3. Bagaimana cara meningkatkan keuntungan bisnis dalam *Bussiness Intelligence* (BI)?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara meningkatkan keuntungan bisnis dengan pemanfaatan Bussiness Intelligence. Secara umum, tujuan penelitian ini adalah:

1. Pemanfaatan Bussiness Intelligence untuk mendapatkan keuntungan pada perusahaan.
2. Menjelaskan tentang fungsi Bussiness Intelligence yang sangat penting bagi sebuah perusahaan.
3. Menganalisis tentang keuntungan bisnis.
4. Menjabarkan tentang strategi intelijen bisnis dalam dunia usaha.
5. Mengidentifikasi cara meningkatkan keuntungan bisnis dalam Bussiness Intelligence (BI).

METODE

Untuk mengumpulkan berbagai pemikiran yang ditunjukkan dalam variabel yang dianalisis, strategi studi literatur artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data atau teori dari literatur yang ditemukan dalam artikel jurnal yang terhubung dengan yang satu ini di Google Scholar.

Tabel 1: Penelitian Terdahulu

NO	Author, Tahun	Hasil Riset	Persamaan dengan Riset ini	Perbedaan dengan Riset ini
1	(Maesaroh et al. 2022)	Keberhasilan implementasi manajemen intelijen bisnis di sektor ini memiliki efek pada pelaku bisnis baik secara positif maupun negatif, menurut temuan penelitian. Ini berusaha untuk memajukan taktik kreatif dan memperoleh respons cepat di pasar yang bergerak cepat. Ini bertujuan untuk mengubah cara bisnis berjalan dan tumbuh dengan berfokus pada interkoneksi, teknologi digital, analitik prediktif, dan pembelajaran mesin.	Memiliki tujuan pembahasan tentang keuntungan yang dapat meningkatkan usaha dalam Bussiness Intelligence.	Tidak membahas strategi dan konsep dalam bisnis, namun menjelaskan bahwa peran Bussiness Intelligence bagi perusahaan industry dalam meningkatkan manajemen rantai pasokan, manajemen inventaris, pemasaran, serta pengoptimalan sebuah bisnis.
2	(Rudiawan 2021)	Hasil dari penelitian ini dengan memanfaatkan Bisnis Intelijen dapat memudahkan data atau informasi penting bisnis perusahaan.	Faktor Bussiness Intelligence ini hanya memanfaatkan berbagai data untuk menjadi strategi bagaimana mempermudah mengetahui informasi	Tidak ada membahas keuntungan bisnis pada perusahaan.
3	(Haryanto and Rufai 2018)	Temuan penelitian ini akan membantu meningkatkan dan memanfaatkan intelijen bisnis dan teknologi pemasaran hubungan pelanggan dengan lebih baik.	Faktor untuk memajukan target pemasaran dan cara menambah keuntungan bisnis dari hasil target pemasaran oleh pelanggan.	Bisnis ini menggunakan teknologi informasi, yaitu sistem jual beli online, untuk memajukan tujuan pemasaran.
4	(Marlina 2018)	Bisa Dari Penelitian ini terdapat penjelasan kinerja pada perusahaan yang mengacu tentang	Membahas strategi bisnis dalam perusahaan untuk mendapatkan profit yang maksimum.	Dari Membahas secara detail tentang kinerja perusahaan termasuk faktor internal dan faktor

		memperoleh laba, tujuan perusahaan, strategi bisnis memiliki cara untuk mendapatkan profit yang maksimum.		eksternal.
5	(Pratama 2018)	Dari penelitian ini terdapat faktor – faktor Bussiness Intelligence ke dalam proses bisnis, dapat memberikan kinerja untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dan peningkatan level persaingan bisnis setiap perusahaan.	Memiliki cara meningkatkan keuntungan bisnis dalam setiap perusahaan.	Tingkatkan kaliber keputusan perusahaan yang dibuat menggunakan sistem berbasis data.
6	(Sembiring and Manurung 2018)	Laba adalah output yang didistribusikan bisnis untuk menjadi salah satu bisnis dengan tujuan laba. Karena meningkatnya persaingan dalam bisnis, pemasaran harus diperluas untuk menghasilkan keuntungan.	Menjelaskan keuntungan dalam dunia bisnis.	Tidak ada cara untuk mengoptimalkan hubungan antara pelanggan, tidak banyak menjelaskan tentang intelegen bisnis.
7	(Rezkiani, Indrajit, and Fauzy 2017)	Temuan penelitian ini membantu meningkatkan kualitas produksi, manajemen pemasaran, dan taktik pemasaran untuk keuntungan finansial.	Penggunaan taktik pemasaran untuk meningkatkan pendapatan bisnis.	Korporasi tidak menjelaskan secara rinci tentang manfaat dan persaingan bisnis di sektor terkait.
8	(Rawis, Panelewen, and Mirah 2016)	Menurut penelitian ini, business intelligence dapat meningkatkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).	Sama-sama membahas tentang keuntungan usaha dan menjelaskan lebih detail tentang keuntungan usaha.	Untuk mendapatkan informasi yang jelas dan menyeluruh tentang sampel menggunakan pedoman kuesioner dan wawancara mendalam dengan pemilik bisnis, hanya penjelasan yang harus dikumpulkan, bukan data menggunakan metode survei.
9	(Utami, Faruk, and Musyarrofah 2015)	Dari penelitian ini Bussiness Intelligence dapat membantu pelaku bisnis untuk mengatur strategi pemasaran dan penjualan terbaru.	Faktor Bussiness Intelligence yang bisa dimanfaatkan untuk mendapatkan strategi pemasaran dan penjualan terbaru.	Tidak ada penjelasan tentang apa itu keuntungan bisnis.
10	(SYAH 2015)	Mengenai hasil penelitian Bussiness Intelligence yang dapat membangun kemajuan dalam berbisnis serta mendapatkan peluang baru dengan menerapkan strategi yang efektif untuk meningkatkan keuntungan pasar.	Memiliki pembahasan yang sama yaitu membahas mengenai strategi dalam bisnis.	Membahas tentang bagaimana memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran dalam dunia bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Business Intelligence (BI)

Analisis pertama kali menggunakan frasa "intelijen bisnis" (BI) di pertengahan 1990-an. Ungkapan "intelijen bisnis" (BI) mengacu pada ide dan teknik yang menyediakan, menyediakan, dan memproses data untuk membantu pengambilan keputusan. Istilah "BI" masih diperdebatkan di beberapa daerah, meskipun faktanya telah memasuki kalangan komersial dan sering digunakan di banyak tempat. Business intelligence (BI), yang pertama kali diciptakan pada tahun 1996, adalah alat untuk analisis data, pelaporan, dan pengambilan informasi yang memungkinkan pengguna bisnis untuk menangani sejumlah besar data dan mengubah data tersebut menjadi informasi yang dapat digunakan untuk tujuan tertentu (Rudiawan 2021).

Business intelligence (BI) adalah integrasi dan analisis sumber daya informasi organisasi dari dunia bisnis untuk mendukung pengambilan keputusan. Karena informasi dianggap sebagai aset paling berharga dalam perusahaan, sumber daya vital untuk pembuatannya dapat meningkatkan keputusan intelijen bisnis dengan memerlukan basis data yang komprehensif dan selalu 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.

Sudah umum untuk menyamakan sistem informasi manajemen, laporan, dan ensiklopedia dengan intelijen bisnis. Lima penggunaan informasi untuk tujuan bisnis disorot oleh gagasan intelijen bisnis (BI) (lihat Moss, L.T. (2003). Seluruh siklus hidup proyek untuk aplikasi pendukung keputusan: peta jalan kecerdasan bisnis. Addison Wesley, Boston. Berikut ini adalah lima penggunaan yang dimaksud :

1. Pengumpulan data (sumber data)

Business intelligence (BI) dapat mengakses berbagai sumber data dan informasi yang tersebar di beberapa sumber, yang masing-masing memiliki format penyimpanan yang unik.

2. Analisis Data

Business intelligence (BI) memiliki kemampuan menganalisis data yang telah dikumpulkan dan dikumpulkan sebagai hasil dari operasi perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai informasi oleh bisnis untuk meningkatkan operasi di masa depan.

3. Kesadaran Situasi

Business intelligence (BI) dapat menawarkan metode untuk membantu organisasi mengidentifikasi dan mendistribusikan informasi yang mereka butuhkan pada saat krisis atau keadaan mendesak lainnya.

4. Analisis Risiko

Business intelligence (BI) dapat menghitung risiko yang dihadapi perusahaan dari berbagai peluang yang muncul sebagai hasil dari keputusan yang telah diambil perusahaan.

5. Input Data (sumber data)

Business intelligence (BI) dapat mengakses berbagai sumber data dan informasi yang tersebar di beberapa sumber, yang masing-masing memiliki format penyimpanan yang unik.

6. Analisis Data,

Business intelligence (BI) memiliki kapasitas untuk menganalisis data yang dikumpulkan dari operasi perusahaan dan diterima oleh perusahaan, memungkinkan pemanfaatan data tersebut sebagai informasi yang kemudian dapat digunakan bisnis untuk meningkatkan operasi mereka.

7. Sensitivitas Situasional

Ketika bisnis dihadapkan dengan keadaan darurat atau situasi kritis, intelijen bisnis (BI) dapat menawarkan mekanisme untuk menemukan dan mengirimkan informasi yang mereka butuhkan.

8. Analisis Risiko

Business intelligence (BI) dapat menghitung risiko yang dihadapi organisasi dari berbagai peluang yang muncul sebagai hasil dari keputusan yang telah diambil organisasi.

9. Bantuan Keputusan

Berdasarkan berbagai perhitungan dan pemrosesan data, baik internal maupun eksternal, intelijen bisnis (BI) 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 nirlaba sehingga pekerjaan dilakukan lebih efektif, menghasilkan pelayanan publik yang lebih baik dan pengelolaan anggaran yang efisien (Utami, Faruk, and Musyarrofah 2015).

Ide Business Intelligence (BI) (Miranda 2008) menekankan lima cara berbeda untuk memanfaatkan data untuk kebutuhan bisnis tertentu, masing-masing sebagai berikut:

1. Pengumpulan informasi. Tentang kemampuan sistem, Anda dapat mengakses berbagai sumber informasi dalam berbagai format.
2. Evaluasi data. Berkaitan dengan kapasitas sistem untuk memfasilitasi generasi pengetahuan melalui operasi validasi data dan data, menurut perusahaan.
3. Sensitivitas situasional. Mengacu pada kemampuan mencari dan mendistribusikan sistem informasi dan data yang relevan dengan tuntutan atau pengaturan bisnis pada waktu tertentu, misalnya ketika perusahaan dihadapkan pada krisis dan peristiwa kritis.
4. Penilaian risiko. Menghitung rasio yang dihadapi perusahaan dalam kaitannya dengan tren atau peluang tertentu dapat terjadi dalam hal kapasitas sistem dalam keadaan tertentu.
5. Dukungan untuk penilaian. Administrasi secara aktif didukung oleh operasi sistem dalam penyediaan keputusan berkualitas tinggi yang didasarkan pada beberapa perhitungan dan pemrosesan data pribadi atau eksternal.

Pentingnya Business Intelligence sebagai berikut :

1. Promosikan pengambilan keputusan yang tergesa-gesa.

Sementara individu paling menginginkan keputusan cepat, pengambilan keputusan berbasis data gagal untuk sepenuhnya menggambarkan signifikansinya. Bahkan penilaian bisnis saat ini harus dibuat pada kecepatan yang sama dengan atau sedikit lebih cepat dari tingkat produksi data. Kemajuan teknologi telah memungkinkan data saat ini diproduksi dengan sangat cepat dan dalam jumlah besar.

2. Mengubah data yang banyak menjadi bentuk yang berguna.

Meskipun demikian, ada situasi ketika respon naluriah identic dengan asumsi awal. Sektor intelijen sangat penting dalam hal ini. Karena ketersediaan intelijen bisnis, setiap orang yang membutuhkan informasi untuk menyelesaikan pekerjaan mereka, terlepas dari posisi mereka dalam organisasi, dapat mendapatkannya sekarang.

3. Sementara itu, jumlah data yang dapat dikumpulkan perusahaan sangat besar – bahkan mungkin berlebihan.

Terutama mengingat data besar, dimana jumlah informasi dikumpulkan tampaknya meningkat setiap hari. Business Intelligence adalah solusi yang menggunakan platform dan solusi yang mengutamakan visualisasi. Selain itu, jika BI diimplementasikan dengan benar, data dan informasi akan disediakan dengan cara yang dapat digunakan oleh pengguna untuk digunakan.

4. Karena proses pelaporan yang dulu melelahkan dan memakan waktu sekarang dapat dilakukan secara berkelanjutan.

Berikan kegunaan dan keuntungan khusus untuk industri. Data semacam ini dapat digunakan oleh tim penjualan atau pemasaran untuk menjangkau klien saat ini dan baru serta untuk mengkoordinasikan operasi gudang. AI dapat meningkatkan kemampuan analitis perusahaan melampaui apa yang dapat dilakukan industri intelijen ketika keduanya digunakan bersama.

Strategi Intelijen Bisnis dalam dunia usaha

Perkembangan teknologi informasi telah menciptakan cara baru bagi perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif melalui efisiensi operasional atau posisi strategis. Efisiensi operasional dapat dicapai dengan mengurangi biaya operasional melalui teknologi yang lebih baik, orang yang lebih baik, proses yang lebih baik, investasi yang lebih baik, dan manajemen yang lebih baik. Posisi strategis dicapai dengan menawarkan nilai pelanggan yang tidak dapat ditemukan pesaing. Umumnya, posisi nilai jatuh ke dalam empat kategori strategis utama :

1. Efisiensi biaya pencarian dan transaksi : memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan lebih tepat serta skala ekonomi yang lebih besar.
2. Kunci : Ubah pelanggan dan mitra.
3. Baru : Memanfaatkan teknologi inovatif untuk menciptakan nilai baru dalam hubungan pelanggan, rantai nilai khusus, dan pasar baru.
4. Yang saling melengkapi : Menggabungkan barang dan jasa untuk menciptakan nilai lebih daripada menawarkannya secara terpisah.

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. Semua sektor bisnis sekarang mengalami 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 lain dalam mengelola operasinya secara efektif dan efisien. Setiap bisnis dapat meningkatkan penjualan barang-barangnya dengan menerapkan taktik pemasaran yang efisien dan metode unik untuk memperluas pasar konsumen saat ini. Salah satu peran paling penting dalam bisnis adalah strategi pemasaran, yang menentukan volume penjualan dan posisi kompetitif perusahaan di pasar (dalam Hartono et al, 2012). Bisnis akan menghasilkan uang sebanyak mungkin jika ini terjadi. Sebaliknya, jika pemasaran produk tidak tepat atau tidak dilakukan, maka akan terjadi penurunan penjualan, yang akan berpengaruh pada pendapatan perusahaan (dalam Munadi, 2008).

Meningkatkan keuntungan bisnis dalam *Bussiness Intelligence* (BI)

1. Ingatlah konsumen

Berkonsentrasi pada kontrak antara kontraktor dan klien mereka — pemilik — dan mampu menawarkan nilai sangat penting, yang berarti bahwa naik turunnya manfaat bisnis akan dipengaruhi secara tidak langsung oleh keberlanjutan operasi bisnis.

2. Perhatikan sumber daya manusia organisasi.

Seorang motivator untuk memberikan hasil terbaik adalah fokus pada sumber daya manusia, yang mencakup tidak hanya meningkatkan kompetensi mereka melalui pelatihan dan persiapan tetapi juga kesejahteraan mereka. "Perwakilan yang bahagia yang merasa diinginkan adalah sumber daya, Namun pekerja yang sedih yang disimpan dalam kegelapan adalah kewajiban," adalah salah satu ide yang perlu dipahami.

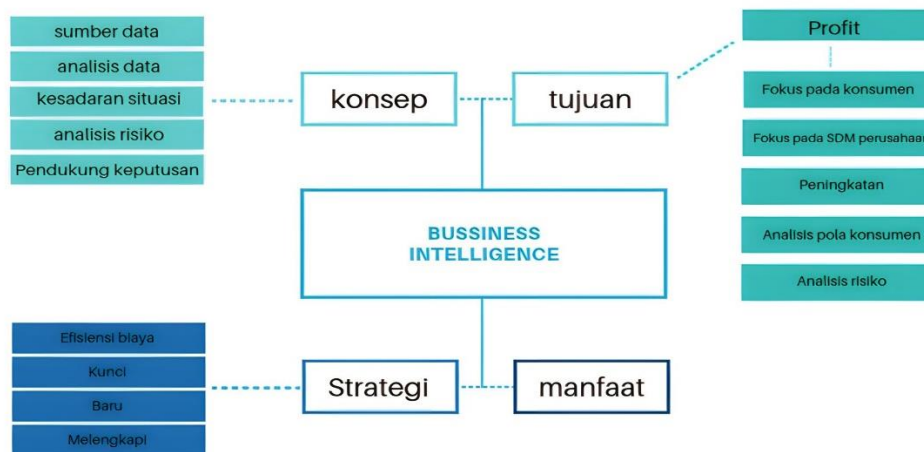
3. Pengembangan konstan.

Selalu membangun di masa lalu, perbaikan terus-menerus. Indikator kinerja membantu pemangku kepentingan internal dan eksternal perusahaan memahami mengapa setiap langkah perbaikan diambil (Marlina 2018).

- 4. Menganalisis perilaku dan pola konsumen tren perdagangan.
- 5. Ukur, Lacak, dan perkiraan penjualan dan kinerja keuangan.
- 6. Ketahui bagaimana kinerja departemen pemasaran.
- 7. Analisis manajemen hubungan pelanggan.
- 8. Analisis risiko dan analisis nilai strategis.
- 9. Analisis media sosial menerapkan intelijen bisnis tentang proses bisnis perusahaan hanya berinvestasi dan intelijen bisnis berjalan dengan sendirinya.

Conceptual Framework

Kerangka konseptual didasarkan pada definisi memasak, penelitian utama sebelumnya, penyelidikan penelitian sebelumnya, dan topik pengaruh peran antar faktor. Akibatnya, kerangka konseptual berikut dapat dibuat :



Gambar 1. Conceptual Framework

KESIMPULAN

Pemrosesan data yang didedikasikan untuk informasi bisnis disebut "intelijen bisnis." Tidak ada metode untuk mendapatkan informasi yang sulit, yang mengurangi jumlah waktu yang dibutuhkan untuk mencari dan memperoleh informasi yang diperlukan. Business intelligence merupakan komponen yang terdiri dari berbagai ide, pendekatan, prosedur, desain arsitektur, dan kemajuan teknologi yang dapat digunakan untuk mengubah data yang tidak terstruktur menjadi informasi yang relevan dan praktis untuk penggunaan komersial. Kecepatan di mana keputusan bisnis sekarang harus dibuat harus sama dengan atau hampir sama dengan output data. Kemajuan teknologi telah memungkinkan data saat ini diproduksi dengan sangat cepat dan dalam jumlah besar. Karena fakta bahwa intelijen bisnis ada dan dapat menghasilkan data yang dibutuhkan untuk melakukan tugasnya, terlepas dari posisi dalam organisasi. Business intelligence adalah solusi yang menggunakan platform dan solusi yang mengutamakan visualisasi. AI dapat meningkatkan kemampuan analitis perusahaan melampaui apa yang dapat dilakukan intelijen bisnis ketika keduanya digunakan bersama.

Bussiness Intelligence (BI) menurut Para Ahli Menurut Negash, intelijen bisnis adalah keuntungan bagi bisnis karena mengumpulkan data real-time dalam jumlah besar dari sistem yang berbeda dan menyaringnya menjadi pandangan bisnis yang terfokus. BI didefinisikan sebagai istilah kolektif untuk konsep dan metode yang mendukung pengambilan keputusan

melalui analisis, penyediaan, dan pemrosesan data. Business Intelligence (BI) dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan yang didukung oleh integrasi dan analisis sumber daya informasi organisasi dari dunia bisnis. Keuntungan adalah tujuan ekspansi bisnis, termasuk penjualan perusahaan. Selama ini, para pemimpin perusahaan menganggap itu hanya penjualan mempengaruhi keuntungan perusahaan (Sembiring and Manurung 2018). Menurut Tampubolon, tujuan perusahaan adalah profit yang memungkinkan perusahaan mengembangkan bisnisnya. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba merupakan ukuran kualitas manajemen dan operasi perusahaan.

Strategi bisnis dalam tingkat persaingan antar sector perusahaan semakin meningkat di dunia usaha. Setiap bisnis bertujuan untuk terus meningkatkan kualitas manajemen produksi dan pemasaran untuk mencapai keuntungan. Semua sector perusahaan sedang mengalami persaingan, dan nada persaingan yang lebih ketat antara masing-masing perusahaan. Bisnis memberikan layanan dalam industry yang kompetitif di setiap bisnis harus mampu mengatasi berbagai tantangan dan mendukung bisnis lainnya dalam mengelola operasinya secara efektif dan efisien. Setiap bisnis juga meningkatkan penjualan barang-barang dengan menerapkan taktik pemasaran, yang menentukan volume penjualan dan posisi kompetitif perusahaan di dalam pasar. Dalam bisnis untuk meningkatkan penjualan barang-barangnya dengan menetapkan teknik pemasaran yang efisien untuk memperluas konsumen saat ini, jika dalam pemasaran produk yang tidak tepat akan terjadi penurunan pada pendapatan pada perusahaan.

Keuntungan, menurut Tampubolon, diperoleh dari penjualan dikurangi semua biaya operasional. Sumarsono mengklaim bahwa perbedaan antara total pendapatan, atau jumlah pendapatan ditambah semua biaya, dan laba adalah apa yang membuat bisnis sukses. Keuntungan menempati tempat mendasar dan signifikan dalam gambaran keuangan dan dapat digunakan dalam berbagai cara tergantung pada situasinya. Efisiensi operasional dapat dicapai melalui penurunan biaya operasional melalui peningkatan manajemen, teknologi, personel, prosedur, dan investasi. Perusahaan sekarang memiliki jalan tambahan untuk meningkatkan efektivitas operasional atau memanfaatkan posisi strategis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Dengan memberi pelanggan nilai yang tidak dapat ditandingi oleh perusahaan pesaing, penentuan posisi strategi tercapai. Dalam sebuah bisnis akan mendapatkan keuntungan / profit pada setiap perusahaan. Cara meningkatkan bisnis dalam dunia usaha dimulai dari konsumen, lalu memperhatikan sumber daya manusia dan perlu adanya pembangunan konstan, perlu menganalisis risiko, dan analisis proses bisnis dengan menggunakan media sosial.

REFERENSI

- Haryanto, and Ahmad Rufai. 2018. "Model Manajemen Hubungan Pelanggan Dan Sistem Bisnis Intelijen Untuk Katalog Secara Online." *Seminar Nasional Rekayasa Teknologi Informasi*, no. November: 27–37.
- Maesaroh, Siti, Riza Rianti Lubis, Lathifa Nur Husna, Risma Widyaningsih, and Rindi Susilawati. 2022. "Efektivitas Implementasi Manajemen Business Intelligence Pada Industri 4.0." *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal* 3 (2): 1–8. <https://doi.org/10.34306/abdi.v3i2.764>.
- Marlina, Lina. 2018. "Bab II Landasan Teori." *Journal of Chemical Information and Modeling*, no. Risdiansyah 2017: 7–19. https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/215072/File-10_Bab-II-Landasan-Teori.pdf.
- Miranda, Eka. 2008. "Pengembangan Business Intelligence Bagi Perkembangan Bisnis Perusahaan." *CommIT (Communication and Information Technology) Journal* 2 (2): 111. <https://doi.org/10.21512/commit.v2i2.501>.

- Pratama, Aditya. 2018. "Penerapan Business Intelligence Dalam Pemasaran." *Universitas 17 Agustus 1946 Surabaya*.
- Rawis, Jemmy E.O, Vicky V.J. Panelewen, and Arie Dharmaputra Mirah. 2016. "Umkm Di Kota Manado (Studi Kasus Usaha Katering Miracle Ranotana Weru)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 4 (2): 106–19. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/12527>.
- Rezkiani, Richardus Eko Indrajit, and Muh Fauzy. 2017. "Implementasi Konsep Bussiness Intelligence Dalam Strategi Pemasaran Public Training Pada PT.ZIGOT MEDIATAMA." *Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jakarta*, no. November: 1–9.
- Rudiawan, Hendri. 2021. "Pemanfaatan Sistem Bisnis Intelijen (Bi) Dalam Pengambilan Keputusan Manajemen Perusahaan." *Jurnal Ekonomi* 23 (3): 1–11.
- Sembiring, Muhammad Ardiansyah, and Nuriadi Manurung. 2018. "Analisis Pencapaian Keuntungan Perusahaan Menggunakan Metode Rought Set." *Jurnal Mantik Penusa* 22 (1): 1–21.
- SYAH, IMAN RIDWAN. 2015. "BUSSINESS INTELEGENCE Created By:" *Bussiness Intelegence*, 1–10.
- Utami, Citra Berliani, Lukman Faruk, and Ofah Musyarrofah. 2015. "Pengaruh Business Intelligence Terhadap Dunia Bisnis." *ICIT Journal* 1 (1): 16–25. <https://doi.org/10.33050/icit.v1i1.6>.