



PENGUKURAN KINERJA BISNIS MELALUI BUSINESS INTELLIGENCE (BI)

Alfa Nadiah Siregar¹, Muhammad Irwan Padli Nasution²

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

¹Email: alfanadia12@gmail.com, ²Email: irwannst@uinsu.ac.id

Abstrat

This research aims to measure business performance and help company stakeholders by providing information through Business Intelligence. The method used is library research and uses books, and journals, both written and online as reference material. Based on the results of this research, it can be concluded that the influence of Business Intelligence (BI) on measuring business performance can help the company being run. With the presence of business intelligence, every company can increase competition in its business companies, analyzing data will become very easy to improve the competitiveness of the companies it runs.

Keywords: *Business Intelligence, Company, Business*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kinerja bisnis dan membantu para pemangku kepentingan perusahaan dengan menyediakan informasi melalui Business Intelligence. Metode yang digunakan adalah dengan penelitian kepustakaan (library) dan metode ini menggunakan buku, jurnal baik tulisan maupun online sebagai bahan referensinya. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan kalau pengaruh Business Intelligence (BI) pada pengukuran kinerja bisnis dapat sangat membantu perusahaan yang sedang dijalankan. Dengan hadirnya business intelligence, setiap perusahaan pasti bisa meningkatkan persaingan pada perusahaan bisnisnya, menganalisis data akan menjadi sangat mudah untuk meningkatkan daya saing pada perusahaan yang dijalankan.

Kata kunci: Bisnis Intelijen, Perusahaan, Bisnis

Latar Belakang

DJ Power pada bukunya tahun 2002 "*A Brief History of Decision Support Systems*" menyatakan kalau *Business Intelligence* (BI) menjelaskan bagaimana metode dan konsep peningkatan kualitas pengambilan keputusan usaha melalui fitur berbasis data. Hal ini sering dibandingkan dengan kertas putih, laporan dan kuesioner, dan manajemen dengan sistem informasi. *Business Intelligence* (BI) adalah fitur pendukung untuk keputusan data. *Business Intelligence* merupakan seperangkat teknik aplikasi untuk menganalisis, menyimpan, mengumpulkan dan menyediakan akses ke data sehingga karyawan perusahaan dapat mengambil keputusan. Sementara itu, Nadia Branon berpendapat, *Business Intelligence* biasanya digunakan untuk menganalisis, menyimpan, mengumpulkan dan menyediakan data dalam aplikasi dan teknologi untuk membantu perusahaan mengambil keputusan yang akurat dan lebih baik. (Rina Indriyani, 2013)

Business Intelligence (BI) adalah tahapan ekstraksi data operasional pada



perusahaan dan pengumpulan informasi operasional bisnis dalam gudang data (*data warehouse*), yang kemudian diolah melalui proses data mining dengan analisis statistik untuk mengekstrak tren atau pola yang berbeda dari data. (Choirul, 2006). Ilmuwan IBM Hans Peter Luhn pertama kali menggunakan istilah *Business Intelligence* pada tahun 1958 dan kemudian mendefinisikan *Business Intelligence* sebagai “kemampuan sistem untuk mengidentifikasi informasi yang disajikan agar menjadi dasar tindakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.” Dengan berkembangnya sistem pendukung keputusan pada tahun 1960an-1980an, *Business Intelligence* mulai mendapat perhatian lalu menjadi bagian integral dari sistem. Dalam artikel yang diterbitkan oleh Gartner (1989), Howard Dresner menggunakan istilah *business intelligence* untuk menggambarkan serangkaian metode dan konsep yang digunakan untuk meningkatkan pengambilan keputusan melalui sistem berdasarkan kenyataan dan fakta sebenarnya.

Firdaus Aulia dalam artikel pada Maret 2012, Osfir Corporation menafsirkan e-commerce sebagai semua kegiatan (usaha/kepentingan/urusan) yang dilakukan dari layanan online untuk mendapatkan profit/keuntungan. Dalam persaingan usaha/bisnis yang sulit, menganalisis data merupakan cara yang sangat diperlukan untuk mempertahankan bisnis yang dijalankan. Menganalisis data dengan cermat diperlukan untuk proses pengambilan keputusan. Menganalisis data sudah menjadi kebutuhan penting untuk mengurangi persaingan di dunia bisnis. Penggunaan perkiraan untuk mengambil keputusan sudah tidak cocok lagi digunakan ditengah persaingan usaha yang semakin sengit. Volume penjualan yang kadang turun dan kadang naik, bukan lagi disebabkan oleh mahal atau murahnya harga jual, atau buruk dan baiknya kualitas pada produk. Perusahaan membutuhkan alat yang gunanya untuk mengolah data menjadi informasi berharga dan tidak hanya fokus pada angka. Alat-alat ini harus bisa menjelaskan berbagai persoalan dan masalah penting berdasarkan data yang sudah ada. Salah satunya yaitu *business intelligence* (BI). Banyak hal yang bisa dilakukan dengan BI, terutama untuk hal memberikan informasi yang berguna bagi dunia usaha, dan BI hanyalah alat untuk menganalisis data. Artinya sistem ini tidak bisa maksimal pengerjaannya apabila tidak disokong dengan data pendukung lainnya.

Tujuan

Tujuan dari Pembahasan ini adalah untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan bisnis melalui sistem berbasis data dan membantu para pemangku kepentingan perusahaan dengan menyediakan informasi.

Metode

Artikel ini menggunakan penelitian kepustakaan (*library*) dan metode ini menggunakan buku, jurnal baik tulisan maupun online. Menurut Sugiyono, dalam buku penelitiannya menjelaskan bahwa penelitian kepustakaan adalah suatu metode pengumpulan informasi penelitian dari berbagai data kepustakaan dengan cara menganalisis hasil penelitian, referensi, dari sumber-sumber pendukung artikel lainnya.

Hasil

Penelitian terdahulu sudah dilakukan tentang *e-commerce*, *e-Business*, dan *Business Intelligence* serta aplikasi yang mendukungnya. Penerapan *business intelligence* dalam *e-commerce* memerlukan beberapa studi literatur untuk menerapkan metode penelitian terapan. Tujuannya adalah untuk mengetahui



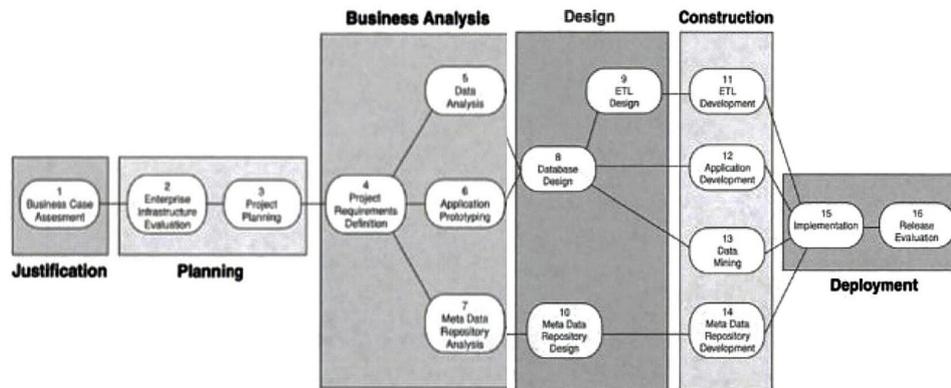
cara apa saja yang sudah pernah digunakan agar tidak terjadi pengulangan, dengan melanjutkan penelitian yang telah dilakukan juga dapat mengetahui keterampilan seseorang yang pernah melakukan penelitian serupa dalam bisnis online. Beberapa tinjauan literatur terkait antara lain:

- 1) Herman, Yakub, Jurusan Teknik Informasi STIMIK Dharma Putra Tangerang, Kajian perkembangan praktik e-business (2010) menemukan kalau perkembangan teknologi informasi menyebabkan perubahan struktur pada bisnis dan praktik manajemen organisasi pesaing. Area e-Business yang luas, mencakup pelayanan konsumen, transaksi elektronik dan juga kerjasama dengan mitra bisnis. Sekarang ini *e-Business* memberi efek yang positif bagi dunia usaha, terutama bagi pemasok/supplier, pembeli/konsumen dan jastip. Sementara itu, keberadaan *e-Business* menuntut pemasar untuk meningkatkan inovasi, kreatifitas mereka.
- 2) Mery Meliyanti Lasakar, Mahasiswa Universitas Surabaya, tentang “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Siklus Pembelian dan Penjualan Dalam Pengembangan Bisnis Belanja Online Pada "Holly Shop" Surabaya” (2013). Belanja online Holly Shop mempunyai 2 hambatan yaitu:
 - a) Hambatan sistem informasi antara lain keterbatasan persediaan, keterbatasan kemampuan dalam menampung pelanggan, rasa frustrasi pelanggan dengan lead time produk pre-order yang lama, Kesulitan dalam menagih kredit dari pelanggan, produk cacat, kekurangan staf, keluhan pelanggan.
 - b) Kendala non-sistemik lainnya adalah terlambatnya pengiriman, konsumen yang tidak bertanggung jawab dan sinyal yang buruk. Dengan demikian, bisa disimpulkan kalau semakin berkembangnya teknologi khususnya Internet, peluang untuk membuka toko online akan semakin besar. Dalam berbisnis online bagian yang sulit adalah untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan dan jika hal tersebut tercapai kita sebagai penjual bisa memberikan layanan yang baik dan diskon/bonus yang maksimal dan kita harus bisa membuat struktur organisasi dalam bisnis online kita agar bisnis kita bisa bertahan lama. jadi kita juga harus pandai dalam melakukan manajemen dalam melakukan bisnis online.
- 3) Kajian dari Bambang Supradono tentang “Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Pelanggan Pada Layanan E-Commerce”, Universitas Muhammadiyah Semarang dan Ayu Noviani Hanum, Universitas Muhammadiyah Semarang (2011). menyatakan kalau Media sosial seperti Google, Twitter, Facebook dan media online lainnya semakin trending sehingga mempengaruhi perubahan perilaku pada masyarakat dalam berinteraksi dan berkomunikasi. Kelebihan sosial media adalah menyediakan komunikasi jarak jauh dan dua arah antara konsumen dengan pelaku bisnis dan konsumen dengan konsumen. Komunikasi ini mendorong konsumen untuk ikut berkolaborasi, berinteraksi dan berpartisipasi karena pelanggan bukan lagi sasaran pemasaran, tetapi subyek pemasaran.
- 4) Abdurrahman Adi Sukma, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma, 2012 Kajian Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites. Dikatakannya, dalam dunia internet marketing, seorang internet marketer tidak bisa meremehkan fungsi situs jejaring sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran. karena aktivitas pemasaran melalui situs jejaring sosial memungkinkan e-marketer mengimplementasikan strategi pemasaran interaktif sehingga pelanggan bisa interaktif dan proaktif dalam aktivitas pemasarannya. Tingkat pembelian melalui situs jejaring sosial ditentukan oleh kepercayaan, kualitas layanan dan risiko yang dirasakan. Ketiga hal ini perlu dikerjakan agar mengembangkan usaha, meningkatkan penjualan dan menjaga usaha agar tetap bertahan. Hal ini bisa dicapai melalui



profesionalisme, kehandalan, peningkatan kualitas pada produk dan kemudahan. Selain memilih supplier yang mempercepat pengiriman, proses transaksi pembayaran juga akan membantu Anda memilih supplier yang menawarkan harga termurah, menjaga komunikasi dengan pelanggan, serta memudahkan pelanggan dalam mencari barang dan jasa yang dibutuhkan. Mengetahui apa yang diharapkan dan diinginkan pelanggan serta memberikan pelayanan yang baik dari awal sampai akhir proses bisnis merupakan banyak cara untuk meningkatkan kualitas layanan untuk pelanggan.

- 5) Politeknik Informatika Negeri Sriwijaya tahun 2011 menyatakan bahwa Penggunaan Internet dalam dunia bisnis dikatakan telah bergeser dari perannya sebagai alat komunikasi elektronik menjadi alat untuk melaksanakan strategi bisnis seperti penjualan, pemasaran, dan layanan pelanggan. Perdagangan internet dapat melintasi banyak hambatan dan batas internasional tanpa aturan standar. Penggunaan teknologi Internet bisa sangat bermanfaat dalam dunia usaha yang sangat bersaing satu sama lain. Caranya bisa dengan mengadopsi teknologi untuk meningkatkan penjualan produk dan daya saing suatu perusahaan dengan memanfaatkan e-commerce untuk menjual produk/jasa bisa dengan bentuk digital ataupun fisik. Layanan e-commerce memungkinkan pembeli dan penjual menyelesaikan pesanan mereka dan melakukan pembelian dari berbagai lokasi berbeda.
- 6) Penelitian Eka Miranda tentang Pengembangan Business Intelligence Bagi Perkembangan Bisnis Perusahaan, Universitas Bina Nusantara Fakultas Ilmu Komputer Bagian Vol 02 No 02 Oktober 2008 menyatakan bahwa business intelligence dapat digunakan untuk mengambil keputusan yang dapat bertindak berdasarkan *business intelligence* (BI). Jika informasi/pengetahuan itu tidak dipergunakan dengan benar ataupun tepat, pasti akan sangat sulit untuk melakukan analisis *business intelligence* (BI). Membuat strategi untuk meningkatkan tahapan bisnis agar efektif tanpa menurunkan biaya operasional untuk tahapan bisnis yang sedang dijalankan atau dilaksanakan oleh perusahaan.
- 7) Kajian System Business Intelligents oleh Dwi Iswanto: "Bentuk Optimalisasi Pengambilan Keputusan Pada Level Manajemen" Teknik Informatika STIMIK AMIKOM Yogyakarta (2011). *Business Intelligence* didefinisikan sebagai alat, tahapan, dan teknik yang mengubah data menjadi informasi dan wawasan yang dapat dijelaskan melalui pelaksanaan rencana bisnis yang baik. BI dapat meningkatkan kualitas kompetensi dunia usaha. Untuk mengembangkan keterampilan yang diperlukan agar tetap kompetitif dalam bisnis baru, wirausahawan harus terus mencari cara baru untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi infrastruktur perusahaan mereka, mulai dari back office hingga front office, administrasi dan pemasaran. Pengelolaan, penciptaan dan pengelolaan dana. Gunakan business intelligence untuk mempelajari lebih lanjut tentang bisnis perusahaan. business intelligence juga digunakan untuk memahami dan meningkatkan operasi, mendanai biaya dengan lebih efektif, dan menentukan probabilitas bisnis yang akan muncul.



Gambar 1. Beberapa tahapan kegunaan pengembangan *Business Intelligence*

untuk proses bisnis perusahaan yaitu:

- 1) Analisis perilaku konsumen, pola pembelian, dan tren pada penjualan
- 2) Pengukuran, pemantauan, dan evaluasi kinerja keuangan dan penjualan
- 3) Menganggarkan, meramalkan, dan merencanakan keuangan
- 4) Memahami cara kerja segmen pasar
- 5) Mengoptimalkan proses dan efisiensi operasional
- 6) Meningkatkan efisiensi pasokan dan juga pengiriman
- 7) Analisis manajemen hubungan dengan pelanggan
- 8) Analisis risiko
- 9) Analisis Nilai Strategis
- 10) Dan Analisis Media Sosial

Menerapkan business intelligence dalam proses bisnis perusahaan bukan hanya tentang berinvestasi dan membiarkan BI bekerja. Namun perusahaan harus bertindak cepat dalam kegiatan bisnisnya untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan informasi terkait strategi bisnis dan tujuan perusahaan. Menyelaraskan strategi business intelligence dengan strategi bisnis perusahaan dapat memberikan banyak manfaat. Menetapkan tujuan bisnis perusahaan, melibatkan banyak pertimbangan, termasuk menentukan kebutuhan setiap departemen / divisi, kapan memulai setiap fase, dan mengukur setiap departemen untuk keberhasilan tujuan yang ingin dicapai. Dan terakhir yaitu dengan mengukur tingkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Ketika strategi bisnis diselaraskan dengan strategi *business intelligence* untuk loyalitas pelanggan, perusahaan bisa dengan mudah menilai kemajuan menuju tujuan bisnis. Manfaat menyelaraskan strategi *business intelligence* dengan strategi bisnis perusahaan yaitu untuk memandu departemen TI dalam mengelola dan menyelaraskan investasi BI.

Kesimpulan

1. Dengan hadirnya business intelligence, setiap perusahaan pasti bisa meningkatkan persaingan pada perusahaan bisnisnya.
2. Menganalisis data sudah menjadi kebutuhan yang paling primer dan esensial untuk meningkatkan daya saing bagi perusahaan



3. *Business Intelligence* adalah aplikasi bisnis elektronik yang fungsinya untuk mengubah data perusahaan menjadi berbentuk informasi yang amat dibutuhkan bagi perusahaan.

Daftar Pustaka

- Mery Meliyanti Lasakar “*Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Untuk Siklus Pembelian Dan Penjualan Dalam Pengembangan Bisnis Online Shop Pada Holly Shop*” Vol 2 No 2 (2013)
- Bambang Supradono dan Ayu Noviani Hanum (2011) “*Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Pelanggan Pada Layanan E-Commerce*” Universitas Muhammadiyah Semarang
- Abdurrahman Adi Sukma (2012) “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social ICIT ISSN: 2356 - 5195 25 Vol.1 No.1 – Agustus 2015 Networking Websites*” Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma
- Dewi Irmawati (2011) “*Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis*” Staf Pengajar Jurusan Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya
- Eka Miranda “*Pengembangan Business Intelligence Bagi Perkembangan Bisnis Perusahaan*” Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Nusantara Volume 02 Nomor 02 Oktober 2008
- Rina Indriyani (2013) *Decision Support System “Business Intelligence”* Fakultas Ekonomi Akuntansi- S1 Universitas Islam “45” Bekasi