

SISTEM INFORMASI BISNIS
Fondasi Digital untuk Keunggulan Kompetitif

Dr. Setio Utama, S.Sos., M.AB
Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos., MM
Humaidi, S.AB., M.AB
Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B CLMA
Nurul Hasanah, S.Pd, MM, CPSM

Sanksi Pelanggaran Pasal 72
Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002
Tentang Hak Cipta

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana paling lama 7 (tahun) dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

SISTEM INFORMASI BISNIS
Fondasi Digital untuk Keunggulan Kompetitif

Dr. Setio Utama, S.Sos., M.AB
Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos., MM
Humaidi, S.AB., M.AB
Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B CLMA
Nurul Hasanah, S.Pd, MM, CPSM



YAYASAN PUTRA ADI DHARMA

SISTEM INFORMASI BISNIS

Fondasi Digital untuk Keunggulan Kompetitif

Penulis :

Dr. Setio Utama, S.Sos., M.AB
Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos., MM
Humaidi, S.AB., M.AB
Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B CLMA
Nurul Hasanah, S.Pd, MM, CPSM

ISBN : 978-634-7366-65-8

IKAPI : No.498/JBA/2024

Editor :

Annida Muthi'ah

Penyunting :

Yayasan Putra Adi Dharma

Desain sampul dan Tata letak

Yayasan Putra Adi Dharma

Penerbit :

Yayasan Putra Adi Dharma

Redaksi :

Wahana Pondok Ungu Blok B9 no 1, Bekasi
Office Marketing Jl. Gedongkuning, Banguntapan Bantul, Yogyakarta
Office Yogyakarta : 087777899993
Marketing : 088221740145
Instagram : @ypad_penerbit
Website : <https://ypad.store>
Email : teampenerbit@ypad.store

Cetakan Pertama September 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit.

Kata Pengantar

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya materi mengenai pengelolaan sistem informasi dan keamanan data ini. Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa dampak signifikan bagi dunia bisnis, pendidikan, dan organisasi secara umum. Sistem informasi tidak hanya menjadi fondasi operasional, tetapi juga menjadi aset strategis yang memerlukan perlindungan dari berbagai ancaman digital.

Materi ini disusun untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai konsep sistem informasi, pengelolaan data, basis data, strategi keamanan, hingga budaya keamanan dalam organisasi. Diharapkan pembaca dapat memahami pentingnya teknologi, strategi, dan praktik manajemen informasi yang tepat untuk meningkatkan efisiensi operasional, pengambilan keputusan berbasis data, dan perlindungan aset digital.

Kami menyadari bahwa penyusunan materi ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik, saran, dan masukan yang membangun sangat kami harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga materi ini bermanfaat bagi mahasiswa, praktisi, dan siapa pun yang ingin memahami strategi pengelolaan sistem informasi dan keamanan data secara efektif.

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi	vii
BAB 1 Transformasi Terintegrasi: Sinergi Sistem Informasi, Struktur Organisasi, dan Strategi Bisnis	1
A. Konsep transformasi digital dalam organisasi	2
B. Integrasi sistem informasi dengan struktur organisasi	3
C. Peran Sistem Informasi Dalam Mendukung Strategi Bisnis	5
D. Studi Kasus Sinergi Teknologi Dan Manajemen.....	6
BAB 2 Keterkaitan Sistem Informasi, Organisasi, dan Strategi Bisnis.....	8
A. Hubungan Antara Sistem Informasi dan Proses Organisasi.....	10
B. Sistem Informasi Sebagai Alat Pencapaian Tujuan Strategis	12
C. Analisis Alignment Antara TI Dan Strategi Bisnis	14
D. Model-Model Keterpaduan SI dan Organisasi	15
BAB 3 Peran Sistem Informasi dalam Global Bisnis	17
A. Sistem Informasi Sebagai Penggerak Ekspansi Global	18
B. Teknologi Informasi Dalam Manajemen Rantai Pasok Global	20
C. Adaptasi Budaya Dan Regulasi Dalam Sistem Global	21
D. Contoh Penerapan SI Dalam Perusahaan Multinasional.....	23
BAB 4 Perusahaan Teknologi Global dan Dampaknya terhadap Bisnis Modern.....	25
A. Profil Perusahaan Teknologi Global (Google, Amazon, Alibaba, Dll.)	26
B. Dampak Inovasi Teknologi Terhadap Model Bisnis Tradisional...	29

C. Disrupsi Digital Dan Perubahan Lanskap Industry	30
D. Strategi Adaptasi Bisnis Terhadap Dominasi Teknologi	32
BAB 5 Sistem Informasi Bisnis: Struktur Teknologi dan Implikasinya terhadap Organisasi	35
A. Komponen Utama Sistem Informasi Bisnis	37
B. Arsitektur Teknologi Informasi Dalam Organisasi.....	39
C. Pengaruh Struktur SI Terhadap Efisiensi Dan Efektivitas	41
D. Integrasi Sistem Dan Proses Bisnis	45
BAB 6 E-Business dan Sistem Informasi: Sinergi Teknologi untuk Daya Saing Bisnis	48
A. Konsep dan karakteristik e-business	51
B. Peran Sistem Informasi Dalam Mendukung E-Business	53
C. Strategi Digital Untuk Keunggulan Kompetitif	55
D. Studi Kasus Transfoirmasi Bisnis Menjadi E-Business.....	57
BAB 7 E-Commerce dan Evolusi Transaksi Digital dalam Bisnis Modern.....	60
A. Sejarah Dan Perkembangan E- Commerce	62
B. Platform Dan Model Transaksi Digital	64
C. Perubahan Perilaku Konsumen Dalam Era Digital.....	66
D. Teknologi Pendukung E-Commerce (Payment Gateway, Logistics, AI)	69
BAB 8 Strategi CRM: Mengoptimalkan Interaksi dan Nilai Pelanggan	72
A. Konsep Customer Relationship Management (CRM)	74
B. Teknologi Pendukung CRM (Database, Analytics, Automation)	76
C. Strategi Retensi Dan Loyalitas Pelanggan.....	78

D. Pengukuran Nilai Pelanggan Dan ROI CRM.....	80
BAB 9 Mengelola Knowledge dalam Organisasi: Strategi, Teknologi, dan Budaya	83
A. Konsep Knowledge Management (KM).....	84
B. Teknologi Pendukung KM (Portal, Intranet, AI).....	85
C. Strategi Pengelolaan Pengetahuan Eksplisit Dan Tacit.....	88
D. Budaya Organisasi Yang Mendukung Pembelajaran.....	92
BAB 10 InfrastrukturTeknologi Informasi dan Inovasi Digital Terkini.....	94
A. Komponen Infrastruktur TI (Hardware, Software, Jaringan).....	98
B. Tren Inovasi Digital (Cloud Computing, Iot, AI).....	100
C. Peran Infrastruktur Dalam Mendukung Strategi Bisnis	103
D. Evaluasi Dan Pengembangan Infrastruktur TI	105
BAB 11 Transformasi Pengelolaan Data melalui Pendekatan Basis Data.....	109
A. Evolusi Pengelolaan Data Dari Manual Ke Digital	110
B. Konsep Basis Data Dan Sistem Manajemen Basis Data (DBMS)	111
C. Peran Basis Data Dalam Efisiensi Operasional	114
D. Integrasi Data Dalam Sistem Informasi	114
BAB 12 Pemanfaatan Basis Data untuk Optimalisasi Bisnis dan Pengambilan Keputusan.....	116
A. Analisis Data Untuk Mendukung Keputusan Strategis.....	118
B. Business Intelligence Dan Data Analytics.....	120
C. Dashboard Dan Visualisasi Data.....	121
D. Studi Kasus Pemanfaatan Data Dalam Pengambilan Keputusan	122

BAB 13 Strategi Pengelolaan Sumber Data yang Efektif..... 124

- A. Identifikasi Dan Klasifikasi Sumber Data 126
- B. Teknik Pengumpulan, Penyimpanan, Dan Pemrosesan Data 127
- C. Data Governance Dan Kualitas Data..... 130
- D. Kebijakan Pengelolaan Data Dalam Organisasi 132

BAB 14 Melindungi Sistem Informasi..... 135

- A. Ancaman Terhadap Sistem Informasi (Cyber Attack, Malware, Phishing)..... 136
- B. Strategi Keamanan Informasi (Firewall, Enkripsi, Autentikasi) 137
- C. Manajemen Risiko Dan Kepatuhan Regulasi (ISO, GDPR)..... 138
- D. Edukasi Dan Budaya Keamanan Dalam Organisasi 139

DAFTAR PUSTAKA 141

BAB 1

Transformasi Terintegrasi: Sinergi Sistem Informasi, Struktur Organisasi, dan Strategi Bisnis

Transformasi terintegrasi merupakan suatu pendekatan holistik yang menekankan pentingnya keterpaduan antara sistem informasi, struktur organisasi, dan strategi bisnis dalam mendukung keberlanjutan serta daya saing perusahaan. Sistem informasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung operasional, tetapi juga menjadi enabler utama dalam pengambilan keputusan strategis, integrasi proses, serta penciptaan nilai tambah. Agar sistem informasi dapat memberikan dampak optimal, perlu adanya penyesuaian dengan struktur organisasi yang fleksibel, adaptif, dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Di sisi lain, strategi bisnis harus disusun dengan mempertimbangkan potensi teknologi informasi serta kemampuan organisasi dalam mengelola perubahan. Sinergi ketiga aspek ini menciptakan ekosistem manajemen yang solid, di mana aliran informasi yang akurat dan cepat mendukung struktur organisasi yang dinamis, sehingga strategi bisnis dapat diimplementasikan secara efektif. Dengan demikian, transformasi terintegrasi bukan hanya sekadar modernisasi teknologi, tetapi juga penyelarasan visi, proses, dan sumber daya organisasi menuju keunggulan kompetitif jangka panjang.

Transformasi terintegrasi menuntut adanya kesadaran kolektif dari seluruh elemen organisasi, mulai dari manajemen puncak hingga karyawan operasional, untuk bergerak ke arah tujuan yang sama. Perubahan yang dilakukan tidak boleh bersifat parsial, melainkan harus menyentuh aspek teknologi, struktur, dan budaya kerja secara bersamaan. Sistem informasi yang canggih akan kehilangan efektivitasnya jika tidak didukung oleh struktur organisasi yang

mampu mengakomodasi alur komunikasi dan koordinasi yang efisien. Begitu pula, strategi bisnis yang ambisius akan sulit diwujudkan apabila tidak diselaraskan dengan kemampuan organisasi dalam memanfaatkan teknologi informasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun kerangka kerja transformasi yang terencana dengan baik, mencakup perencanaan teknologi, restrukturisasi organisasi, serta formulasi strategi bisnis yang relevan dengan tantangan global.

Lebih jauh, transformasi terintegrasi juga menuntut adanya budaya inovasi yang kuat. Organisasi harus mendorong keterbukaan terhadap ide-ide baru, fleksibilitas dalam menghadapi dinamika pasar, serta keberanian untuk melakukan eksperimen dalam menerapkan teknologi digital. Hal ini akan memperkuat sinergi antara sistem informasi, struktur organisasi, dan strategi bisnis, sehingga perusahaan mampu beradaptasi lebih cepat dibandingkan kompetitor. Pada akhirnya, transformasi terintegrasi bukan hanya menghasilkan efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan nilai strategis yang berkelanjutan, memperkuat daya saing global, serta membuka peluang pertumbuhan baru di era digital.

A. Konsep transformasi digital dalam organisasi

Transformasi digital dalam organisasi merupakan proses perubahan fundamental yang memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, serta nilai yang diberikan kepada seluruh pemangku kepentingan. Konsep ini tidak sekadar berkaitan dengan adopsi teknologi baru, melainkan juga mencakup perubahan paradigma dalam cara organisasi beroperasi, berinteraksi, dan menciptakan nilai. Transformasi digital menuntut organisasi

untuk mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam setiap aspek bisnis, mulai dari proses operasional, model bisnis, strategi pemasaran, hingga manajemen sumber daya manusia.

Dalam konteks organisasi, transformasi digital menekankan pentingnya fleksibilitas dan kemampuan adaptif terhadap dinamika lingkungan eksternal yang ditandai oleh perkembangan teknologi yang cepat, perubahan perilaku konsumen, serta intensitas persaingan global. Penerapan teknologi seperti big data, cloud computing, artificial intelligence, dan Internet of Things (IoT) tidak hanya mendorong efisiensi, tetapi juga membuka peluang inovasi baru yang dapat mengubah pola bisnis tradisional menjadi lebih modern dan berbasis data.

Selain aspek teknologi, transformasi digital juga melibatkan restrukturisasi organisasi serta pengembangan budaya kerja yang mendukung kolaborasi, transparansi, dan pembelajaran berkelanjutan. Hal ini berarti bahwa keberhasilan transformasi digital sangat ditentukan oleh kesiapan sumber daya manusia dalam menerima perubahan, menguasai keterampilan digital, dan mengadopsi pola pikir inovatif. Dengan demikian, konsep transformasi digital dalam organisasi dapat dipahami sebagai upaya menyeluruh untuk menyelaraskan teknologi, strategi, struktur, dan budaya organisasi dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif di era digital.

B. Integrasi sistem informasi dengan struktur organisasi

Integrasi sistem informasi dengan struktur organisasi merupakan kunci utama dalam menciptakan efisiensi, efektivitas, serta keunggulan kompetitif. Sistem informasi tidak hanya berperan

sebagai sarana penyedia data dan informasi, tetapi juga sebagai fondasi yang mendukung proses pengambilan keputusan, koordinasi, dan pengendalian di seluruh tingkatan organisasi. Agar manfaat sistem informasi dapat dioptimalkan, diperlukan penyesuaian dengan struktur organisasi yang mengatur alur komunikasi, pembagian tugas, serta hubungan antarunit kerja.

Struktur organisasi yang kaku dan hierarkis sering kali menjadi hambatan bagi aliran informasi yang cepat dan transparan. Oleh karena itu, organisasi modern cenderung mengadopsi struktur yang lebih datar (flat organization), fleksibel, dan kolaboratif agar integrasi dengan sistem informasi dapat berjalan optimal. Dengan adanya integrasi ini, arus informasi dapat bergerak secara real-time, memperkuat koordinasi lintas departemen, serta mengurangi duplikasi pekerjaan yang tidak efisien.

Lebih jauh, integrasi sistem informasi dengan struktur organisasi juga mendorong terwujudnya budaya kerja berbasis data (data-driven culture). Keputusan strategis maupun operasional tidak lagi hanya bertumpu pada intuisi, tetapi didukung oleh informasi yang akurat, cepat, dan relevan. Hal ini memperkuat kapabilitas organisasi dalam merespons perubahan lingkungan eksternal sekaligus meningkatkan daya adaptasi terhadap tantangan global. Dengan demikian, integrasi sistem informasi dengan struktur organisasi bukan sekadar persoalan teknis, tetapi merupakan upaya strategis dalam menyatukan teknologi dan desain organisasi guna menciptakan kinerja yang berkelanjutan.

C. Peran Sistem Informasi Dalam Mendukung Strategi Bisnis

Sistem informasi memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung strategi bisnis organisasi di era digital yang penuh dinamika. Keberadaan sistem informasi tidak lagi dipandang sebatas alat operasional, melainkan sebagai komponen strategis yang mampu menciptakan nilai tambah serta memperkuat daya saing perusahaan. Melalui pemanfaatan sistem informasi, organisasi dapat mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data secara cepat dan akurat untuk mendukung pengambilan keputusan yang berbasis fakta (*evidence-based decision making*). Hal ini memungkinkan perusahaan untuk merumuskan strategi yang lebih tepat sasaran, adaptif, dan selaras dengan kebutuhan pasar.

Selain itu, sistem informasi juga berperan dalam mendukung efisiensi proses bisnis dengan mengintegrasikan berbagai fungsi organisasi, seperti produksi, pemasaran, keuangan, maupun sumber daya manusia. Integrasi ini menghasilkan alur kerja yang lebih efektif, mengurangi biaya operasional, serta mempercepat respon terhadap perubahan lingkungan eksternal. Dalam konteks inovasi, sistem informasi menjadi landasan dalam mengembangkan model bisnis baru, misalnya melalui pemanfaatan *e-commerce*, *digital marketing*, *customer relationship management (CRM)*, hingga *business intelligence* yang memberikan wawasan mendalam tentang perilaku konsumen.

Lebih jauh, peran sistem informasi dalam strategi bisnis juga mencakup peningkatan keunggulan kompetitif jangka panjang. Organisasi yang mampu mengoptimalkan teknologi informasi tidak hanya sekadar mengikuti arus perubahan, tetapi juga dapat menjadi

pionir dalam menciptakan standar baru di industrinya. Dengan demikian, sistem informasi berfungsi sebagai katalisator yang menyatukan visi strategis, inovasi teknologi, serta keunggulan operasional untuk memastikan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan global yang semakin ketat.

D. Studi Kasus Sinergi Teknologi Dan Manajemen

Studi kasus mengenai sinergi teknologi dan manajemen memberikan gambaran nyata bagaimana organisasi mampu memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mendukung strategi bisnis sekaligus memperkuat struktur organisasi. Salah satu contoh yang sering dijadikan acuan adalah transformasi digital pada sektor perbankan. Melalui implementasi teknologi *mobile banking* dan *internet banking*, perbankan tidak hanya meningkatkan efisiensi layanan, tetapi juga merombak model bisnisnya agar lebih berorientasi pada kebutuhan nasabah digital. Integrasi teknologi ini menuntut adanya penyesuaian pada struktur organisasi, terutama dalam hal pengelolaan data, keamanan informasi, serta pengembangan divisi khusus yang berfokus pada inovasi digital. Hasilnya, bank mampu memberikan layanan yang lebih cepat, aman, dan personal, sekaligus memperluas pangsa pasar di era digital.

Contoh lain dapat dilihat pada industri ritel modern. Perusahaan besar seperti Amazon atau Tokopedia berhasil mengintegrasikan sistem informasi dengan manajemen rantai pasok dan strategi pemasaran berbasis digital. Pemanfaatan *big data analytics* memungkinkan mereka untuk memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam, mengoptimalkan logistik, serta merancang promosi yang tepat sasaran. Keberhasilan ini tidak hanya ditopang oleh teknologi, tetapi juga oleh manajemen yang adaptif dalam mengatur

struktur organisasi, membangun budaya kerja berbasis data, dan mengembangkan keterampilan digital bagi karyawan.

Dari studi kasus tersebut dapat disimpulkan bahwa sinergi antara teknologi dan manajemen menjadi faktor penentu keberhasilan transformasi terintegrasi. Teknologi memberikan infrastruktur dan alat yang dibutuhkan, sementara manajemen memastikan adanya perencanaan strategis, koordinasi, dan kesiapan sumber daya manusia dalam menghadapi perubahan. Dengan kata lain, keberhasilan transformasi digital tidak hanya terletak pada kecanggihan teknologi, tetapi juga pada sejauh mana manajemen mampu mengorkestrasi perubahan menuju arah yang selaras dengan visi dan strategi bisnis organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akil, M. A. (2015). Penerapan sistem informasi e-business di Indonesia. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 16(2).
- Al-Hawari, F. (2017). Analysis and design of an accounting information system. *International Research Journal of Electronics and Computer Engineering*, 3(2), 16.
- Al-Mamary, Y. H., Shamsuddin, A., & Aziati, N. (2014). The role of different types of information systems in business organizations: A review. *International Journal of Research*, 1(7), 1279–1285.
- Alter, S. (2019). *Information systems: A management perspective*. Pearson.
- Bastian, F., & Sofian, S. (2022). Analisis dan perancangan sistem informasi akuntansi pada siklus persediaan barang CV. Dua Jaya Pabean. *Journal of Information System, Graphics, Hospitality and Technology*, 4(2), 46–61.
- Beynon-Davies, P. (2018). *Business information systems*. Palgrave.
- Bigelow, T. J. (2023). *Business integration*. TechTarget.
- Billah, M. M. (2010). *Islamic e-commerce terapan, with cases & without cases (Edition 4.0)*. Prospect Press.
- Chamid, A. A. (2015). Implementasi metode AHP dan PROMETHEE untuk pemilihan supplier. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 5(2).

- Kasemin, K. (2015). Agresi perkembangan teknologi informasi. Prenada Media Group.
- Kurniadi, D. (2016). Metode forward chaining untuk penentuan kelayakan bisnis usaha mikro. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 6(1).
- Larasati, D., & Hwihanus, H. (2023). Inisiatif pengembangan dan pengaruh sistem informasi manajemen terhadap bisnis online Shopee. *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(1), 78–89.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2017). Sistem informasi manajemen. Salemba Empat.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2018). Management information systems: Managing the digital firm (15th ed.). Pearson.
- Manuhutu, M. A. (2019). Perancangan sistem informasi konsultasi akademik berbasis website. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 9(2).
- Mustafid, M. (2015). Sistem informasi untuk supply chain berkelanjutan berbasis pengetahuan. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 5(2).
- Nasrullah, A., Bimantoro, A., & Amrozi, Y. (2020). Trend penelitian sistem informasi bisnis di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 9(2).
- Nugroho, M. A., Mirani, E., & Arianisari, S. (2024). Peran sistem informasi dalam transformasi bisnis digital. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3), 795–801.

- Pratama, B., Nuryati, T., & Achsanti, N. (2020). Analysis and design of accounting information system with REA approach to the sales cycle. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 9(2).
- Provost, F., & Fawcett, T. (2013). *Data science for business*. O'Reilly.
- Rainer, J. P., Prince, B., & Watson, R. T. (2013). *Management information systems* (10th ed.). Wiley.
- Rante Rerung, R. (2018). Analisis dan perancangan sistem pendukung UMKM berbasis teknologi informasi. *Jurnal Pekommas*, 3(1).
- Rao, M. (2015). *7 success principles: How functional integration can digitally transform your business*. YourStory.
- Ricciardi, F., Zardini, A., & Rossignoli, C. (2018). *Organizational view. Business Information Systems*. Palgrave.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2014). *Accounting information systems* (13th ed.). Pearson.
- Sari, T. Y., Firdaus, R., & Wijoyo, A. (2024). Pengembangan sistem informasi manajemen dalam penjualan pada industri e-commerce. *Merkurius: Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknik Informatika*, 2(4), 92–101.
- Septa, F. (2019). Analisis kualitas layanan e-government dengan pendekatan E-GovQual modifikasi. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 9(2).
- Suriani, & Firdaus, R. (2024). Penerapan dan fungsi sistem informasi pada perusahaan untuk mencapai persaingan

keunggulan strategis antar perusahaan. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(4).

Suryadarma, S. (2019). *Sistem informasi manajemen*. Uwais Inspirasi Indonesia.

Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). *Information technology for management: Transforming organizations in the digital economy* (11th ed.). Wiley.

PROFIL PENULIS



Dr. Setio Utomo, S.Sos. M.AB

Lahir di Banjarmasin, Kalimantan Selatan pada tanggal 13 April 1976. Pendidikan terakhir Program Doktor (S3) di Program Doktor Ilmu Sosial (DIS) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dan lulus pada tahun 2021. Saat ini

pekerjaan utama yaitu menjadi **Dosen pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat**. Mata Kuliah yang di ampu yakni Sistem Informasi Bisnis, E-Bisnis, Kewirausahaan Manajemen Operasi, Azas – Azas Manajemen, dan Lembaga Jasa Keuangan.

Hp. +6285248072324



M. Hasanur Arifin, S.Sos, M.M

Lahir di Banjarmasin, Kalimantan Selatan pada tanggal 14 April 1976. Pendidikan terakhir Magister Strata 2 (S2) di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis ULM dan lulus pada tahun 2010. Saat ini pekerjaan

utama yaitu menjadi **Dosen pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat**. Mata Kuliah yang di ampu yakni E-Bisnis, Manajemen Ritel, Pengantar Administrasi Bisnis, Sistem Informasi Bisnis, Azas – Azas Manajemen, Pengantar Perpajakan, Lembaga Jasa Keuangan Bank.

Hp. +6285249307113



HUMAIDI, S.A.B., M.A.B

Lahir di Amuntai, Kabupaten Hulu Sungai Utara pada tanggal 21 April 1993. Pendidikan terakhir Magister Strata 2 (S2) di Program Studi Magister Ilmu Administrasi Bisnis FISIP ULM dan lulus pada tahun 2018.

Saat ini pekerjaan utama yaitu menjadi **Dosen pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat**. Mata Kuliah yang di ampu yakni Teori Pengantar Sosiologi Industri, Administrasi Perkantoran, Dasar-Dasar Organisasi, Komunikasi Bisnis, Sistem Informasi Bisnis, Permodelan Bisnis, Manajemen Risiko, Analisis Kelayakan Bisnis, dan Teori Pengambilan Keputusan. Saat ini penulis menjadi ***Editor In Chief*** Jurnal Pengabdian Eksplorasi Humaniora (EKSHUM) dan ***Editor In Chief Journal of Business Transformation and Strategy*** yang di dukung dengan sertifikat BNSP seperti ***Certificate Competence Reviewer of Scientific Paper*** dan ***Certificate***

Competence Managing Scientific Publications.

Selain itu juga ada beberapa pendidikan informal yakni *Certified Strategic Entrepreneurial Mindset* (Certificate Number: CSEM-029092021) dengan gelar **CSEM** dan *Certified Leadership Management Associate* (Certificate Number :CLMA-144102021) dengan gelar **CLMA** pada tahun 2021 Penyelenggara **IEEEEL INSTITUTE**. Buku yang pernah di tulis adalah Etika Dalam Manajemen Memimpin Dengan Integritas (2024) dan Tanggung Jawab, Manajemen Risiko Keuangan: Pendekatan Teori (2024) dan Praktik dan Manajemen Bisnis di Era Digital (2025)

Hp. +6285332246798

Email : humaidi.bisnis@ulm.ac.id

Media sosial (humaidi_bisnis)

HARIS FADILLAH, S.SOS., M.A.B, CLMA®



Lahir di Desa Sungai Pandan Hulu Kecamatan Sungai Pandan Kabupaten Hulu Sungai Utara pada tanggal 09 Juni 1994. Menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata 1 (S1) di Program Studi Ilmu Administrasi Negara STIA Amuntai dan lulus pada tahun 2016, kemudian Pendidikan Magister Strata 2 (S2) di Program Studi Magister Ilmu Administrasi Bisnis FISIP ULM dan lulus pada tahun 2022. Saat ini pekerjaan utama yaitu menjadi **Ketua Prodi Administrasi Bisnis dan Dosen pada Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah tinggi Ilmu Administrasi Amuntai**. Mata Kuliah yang di ampu yakni Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis, Kreativitas & Inovasi, Perilaku Organisasi, Sistem Informasi & Manajemen Bisnis, Kewirausahaan, *Operation Research* dan Bisnis UKM. Saat ini penulis menjadi **Editorial Board Jurnal** Pengabdian Eksplorasi Humaniora (EKSHUM) dan **Editorial Board** [*Journal of Business Transformation and Strategy*](#). Selain itu juga pendidikan informal yakni *Certified Leadership Management*

Associate (Certificate Number: CLMA-5504072024)
dengan gelar **CLMA®** pada tahun 2024 Penyelenggara
IEEEEL INSTITUTE.

Hp. +62 823 5335 2626

Email : harisfadillah912@gmail.com

Media sosial (harisfadillah14)



Nurul Hasanah, S.Pd, MM, CPSM

Lahir di Desa Tangga Ulin Hulu Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara pada tanggal 26 Oktober 1987. Menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata 1 (S1) di Program Studi Pendidikan Matematika STKIP PGRI Banjarmasin dan lulus pada tahun 2010, kemudian

Pendidikan Magister Strata 2 (S2) di Program Studi Magister Manajemen STIE Pancasetia Banjarmasin dan lulus pada tahun 2013. Saat ini pekerjaan utama yaitu menjadi **Wakil Ketua III Bidang Kemahasiswaan, Alumni, Kerjasama dan Informasi dan Dosen pada Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai**. Mata Kuliah yang di ampu yakni Statistik Bisnis, Pengantar Manajemen Pemasaran, Proposal Usaha Bisnis dan Kepemimpinan. Selain itu juga pendidikan informal yakni *Certified Professional In Strategic Marketing* Number: CLMA-5509072024) dengan gelar **CPSM** pada tahun 2024 Penyelenggara **IEEE INSTITUTE**.

Hp. +62 823 52111055

Email : nurularief2024@gmail.com

Media sosial (nurul_arief1987)

SISTEM INFORMASI BISNIS

Pondasi Digital untuk Keunggulan Kompetitif



Dr. Setio Utomo, S.Sos., M.AB
Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos., MM
Humaidi, S.AB., M.AB
Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B CLMA
Nurul Hasanah, S.Pd, MM, CPSM