

PERAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN BERBASIS *SOCIAL MEDIA ANALYTICS* DALAM MENDUKUNG PENGAMBILAN KEPUTUSAN MANAJERIAL DI ERA DIGITAL

David Parningotan Gultom¹, Muhammad Asadel Borneo^{2*}, Muhammad Alfiqzhart³,
Nuril Huda⁴

^{1,2,3,4}Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

e-mail: 2310312310049@mhs.ulm.ac.id

Abstract: *This study aims to analyze the role of Management Information Systems (MIS) based on Social Media Analytics in supporting managerial decision-making in the digital era. The research method used is a literature review by examining relevant academic journals and books related to Management Information Systems, Social Media Analytics, and organizational decision-making. The findings indicate that MIS plays an important role in improving the quality of decision-making by providing accurate, relevant, and integrated information. Furthermore, the development of MIS integrated with Big Data and Artificial Intelligence enhances the system's ability to process data more quickly and complexly. Social Media Analytics is also identified as an important external data source that enriches information within MIS. The integration of MIS and Social Media Analytics conceptually improves managerial decision-making quality by providing broader perspectives from both internal and external organizational data. The study concludes that MIS based on Social Media Analytics is a strategic approach to supporting decision-making in the digital era.*

Keywords: *management information system; social media analytics; decision making; digital era*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) berbasis *social media analytics* dalam mendukung pengambilan keputusan manajerial di era digital. Metode yang digunakan adalah studi literatur (*literature review*) dengan mengkaji berbagai jurnal ilmiah dan buku yang relevan dengan Sistem Informasi Manajemen, *social media analytics*, dan pengambilan keputusan organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SIM memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan melalui penyediaan informasi yang akurat, relevan, dan terintegrasi. Selain itu, perkembangan SIM yang terintegrasi dengan teknologi *big data* dan *artificial intelligence* memperkuat kemampuan sistem dalam mengolah data secara lebih cepat dan kompleks. *Social media analytics* juga ditemukan memiliki kontribusi penting sebagai sumber data eksternal yang dapat memperkaya informasi dalam SIM. Integrasi antara SIM dan *social media analytics* secara konseptual mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan manajerial karena memberikan perspektif yang lebih luas dari data internal dan eksternal organisasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa SIM berbasis *social media analytics* merupakan pendekatan strategis dalam mendukung pengambilan keputusan di era digital.

Kata Kunci: sistem informasi manajemen; *social media analytics*; pengambilan keputusan; era digital

Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah menghasilkan data dalam jumlah yang sangat besar dan terus bertambah setiap saat. Data tersebut mencerminkan berbagai informasi mengenai perilaku pengguna, preferensi konsumen, opini publik, serta tren pasar yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks ini, *Social Media Analytics* (SMA) menjadi pendekatan yang penting karena mampu mengubah data media sosial menjadi informasi yang bernilai strategis bagi organisasi. Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi salah satu sumber informasi utama yang menggambarkan dinamika sosial dan ekonomi masyarakat secara *real-time*. Selain itu, (Chaffey et al., 2019) menegaskan bahwa analisis media sosial memungkinkan organisasi memperoleh wawasan yang lebih cepat dibandingkan sumber data tradisional sehingga dapat meningkatkan respons organisasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Di sisi lain, perkembangan Sistem Informasi Manajemen (SIM) modern menunjukkan adanya integrasi dengan berbagai teknologi analitik seperti *big data analytics* dan *artificial intelligence* yang semakin meningkatkan kemampuan organisasi dalam mengolah dan memanfaatkan data untuk mendukung pengambilan keputusan. Namun demikian, sebagian besar implementasi dan penelitian SIM masih berfokus pada pemanfaatan data internal organisasi. Hossain et al., (2024) menjelaskan bahwa SIM modern cenderung mengutamakan pengolahan data internal, sementara pemanfaatan data eksternal masih relatif terbatas. Kondisi ini menyebabkan potensi informasi yang berasal dari media sosial belum dimanfaatkan secara optimal dalam proses pengambilan keputusan organisasi.

Selain itu, O'Brien dan Marakas (2010) menjelaskan bahwa sistem informasi tradisional pada umumnya belum dirancang untuk mengelola data tidak terstruktur yang berasal dari media sosial secara efektif. Akibatnya, integrasi antara SIM dan *social media analytics* masih menghadapi berbagai tantangan baik dari sisi teknologi, pengelolaan data, maupun proses analisis informasi. Meskipun penelitian mengenai SIM dan *social media analytics* telah berkembang secara terpisah, kajian yang secara khusus membahas integrasi keduanya dalam mendukung pengambilan keputusan manajerial masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut untuk memahami bagaimana integrasi SIM dan *social media analytics* dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan di era digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Sistem Informasi Manajemen berbasis *social media analytics* dalam mendukung pengambilan keputusan manajerial di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian SIM modern serta menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya mengenai integrasi data internal dan eksternal dalam sistem informasi organisasi.

Tinjauan Pustaka

Sistem Informasi Manajemen dalam Organisasi

Sistem Informasi Manajemen (SIM) merupakan sistem terintegrasi yang digunakan organisasi untuk mengelola data menjadi informasi yang relevan bagi pengambilan keputusan. Dalam praktiknya, SIM tidak hanya berfungsi sebagai alat administratif, tetapi juga menjadi fondasi

dalam meningkatkan efisiensi operasional dan koordinasi antar bagian organisasi. Laudon dan Laudon (2014) menekankan bahwa SIM membantu organisasi dalam mengintegrasikan data lintas departemen sehingga proses pengambilan keputusan menjadi lebih terstruktur.

Dalam konteks implementasinya, SIM terbukti mampu meningkatkan kecepatan proses kerja serta mengurangi kesalahan dalam pengolahan data. Hal ini diperkuat oleh temuan Stair dan Reynolds (2021) yang menyatakan bahwa SIM berperan dalam meningkatkan efektivitas aliran informasi dalam organisasi modern. Di sisi lain, Karunia Akbar et al., (2026) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa penerapan SIM juga berdampak pada peningkatan akurasi data dan efisiensi operasional organisasi.

Namun demikian, efektivitas SIM tidak hanya ditentukan oleh teknologi, tetapi juga oleh faktor manusia dan kesiapan organisasi. Selain itu, Gelinas et al., 2019; Mcleod dan Schell (2008) menjelaskan bahwa keberhasilan SIM sangat dipengaruhi oleh integrasi antara sistem, prosedur, dan pengguna dalam organisasi. Oleh karena itu, SIM harus dipandang sebagai sistem sosio-teknis yang kompleks, bukan hanya perangkat teknologi semata.

Evolusi SIM: *Big Data* dan *Artificial Intelligence*

Perkembangan Sistem Informasi Manajemen menunjukkan transformasi signifikan seiring dengan integrasi *big data analytics* dan *artificial intelligence*. Hossain et al., (2024) menjelaskan bahwa *big data* dalam SIM memungkinkan organisasi untuk mengolah data dalam jumlah besar secara *real-time* sehingga meningkatkan kualitas pengambilan keputusan. Integrasi ini menjadikan SIM tidak lagi bersifat reaktif, tetapi juga prediktif dalam mendukung keputusan manajerial.

Selain *big data*, *artificial intelligence* juga mulai banyak diintegrasikan dalam SIM untuk meningkatkan otomatisasi dan efisiensi analisis data. Davenport et al., (2018) menyebutkan bahwa AI mampu mengubah cara organisasi dalam memproses informasi dari sekadar analisis deskriptif menjadi analisis preskriptif. Namun demikian, Fitriana dan Tugiantoro (2026) menegaskan bahwa penggunaan AI dalam SIM juga menimbulkan tantangan baru seperti isu etika, privasi data, dan transparansi algoritma.

Di sisi lain, Russel dan Norvig (2021) menambahkan bahwa AI dalam sistem informasi dapat meningkatkan kemampuan sistem dalam melakukan pembelajaran berbasis data. Kombinasi antara AI dan SIM menjadikan organisasi lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

***Social Media Analytics* dalam Sistem Informasi Manajemen**

Social Media Analytics (SMA) merupakan pendekatan analisis data yang berasal dari media sosial untuk memahami perilaku pengguna, opini publik, dan tren pasar. Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi sumber data penting yang mencerminkan dinamika sosial secara *real-time*. Dalam konteks ini, SMA memberikan nilai tambah dalam memperkaya informasi yang digunakan dalam pengambilan keputusan organisasi.

Dalam sistem informasi modern, SMA mulai diposisikan sebagai sumber data eksternal yang melengkapi data internal organisasi. Chaffey et al., (2019) menekankan bahwa analisis media

sosial memungkinkan organisasi memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam dan cepat. Namun, O'Brien dan Marakas (2010) menyebutkan bahwa sebagian besar sistem informasi tradisional masih belum mampu mengintegrasikan data tidak terstruktur seperti media sosial secara optimal.

Hossain et al., (2024) juga menunjukkan bahwa SIM modern cenderung masih berfokus pada data internal organisasi, sehingga integrasi dengan data eksternal seperti media sosial masih terbatas. Kondisi ini membuka peluang pengembangan SIM yang lebih adaptif dan responsif terhadap lingkungan digital.

Pengambilan Keputusan Manajerial

Pengambilan keputusan manajerial merupakan proses memilih alternatif terbaik berdasarkan informasi yang tersedia dalam organisasi. Simon (2013) menjelaskan bahwa kualitas keputusan sangat bergantung pada informasi yang dimiliki oleh pengambil keputusan, terutama dalam kondisi ketidakpastian. Dalam konteks ini, SIM berperan sebagai sistem yang menyediakan informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu.

Laudon dan Laudon (2014) menyatakan bahwa SIM memungkinkan manajer untuk mengakses informasi secara real-time sehingga mempercepat proses pengambilan keputusan. Stair dan Reynolds (2021) menambahkan bahwa sistem informasi yang baik dapat mengurangi risiko kesalahan dalam pengambilan keputusan melalui integrasi data yang lebih baik. Karunia Akbar et al., (2026) juga menunjukkan bahwa SIM berkontribusi dalam meningkatkan kualitas keputusan melalui percepatan alur informasi organisasi.

Namun demikian, keterbatasan integrasi data dari berbagai sumber masih menjadi tantangan utama dalam meningkatkan kualitas keputusan manajerial. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif dalam mengelola sumber informasi organisasi.

Metode

Perkembangan media sosial telah menghasilkan data dalam jumlah besar yang dapat dimanfaatkan organisasi untuk memahami perilaku konsumen, opini public, serta tren pasar secara *real-time*. Melalui *Social Media Analytics*, organisasi dapat mengolah data tersebut menjadi informasi yang bernilai strategis dalam mendukung pengambilan keputusan. (Kaplan & Haenlein, 2010) menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi sumber informasi penting yang mencerminkan dinamika sosial dan ekonomi Masyarakat, sedangkan (Chaffey et al., 2019) menegaskan bahwa analisis media sosial mampu memberikan wawasan yang lebih cepat dibandingkan sumber data tradisional. Meskipun berbagai penelitian telah menunjukkan peran penting SIM dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi, kajian yang mengintegrasikan SIM dengan *Social Media Analytics* masih relatif terbatas. (Hossain et al., 2024) menunjukkan bahwa SIM modern masih lebih banyak berfokus pada data internal organisasi, sementara (O'Brien & Marakas, 2010) menjelaskan bahwa sistem informasi tradisional umumnya belum dirancang untuk mengelola data tidak terstruktur dari media sosial secara optimal. Kondisi ini menunjukkan adanya *research gap* terkait integrasi SIM dan *Social Media Analytics* sebagai sumber data strategis dalam mendukung pengambilan keputusan manajerial.

Hasil dan Diskusi

Kompleksitas Peran Sistem Informasi Manajemen dalam Pengambilan Keputusan

Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam organisasi modern tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat pendukung administratif, tetapi telah berkembang menjadi elemen strategis dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks ini, SIM menjadi mekanisme utama yang menghubungkan data operasional dengan kebutuhan manajerial untuk menghasilkan keputusan yang lebih cepat, akurat, dan berbasis data. Laudon dan Laudon (2014) menekankan bahwa SIM berperan sebagai integrator informasi lintas fungsi yang memungkinkan manajer memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi organisasi.

Namun, dalam praktiknya, implementasi SIM sering menghadapi tantangan berupa fragmentasi data dan kurangnya integrasi antar sistem. Dalam penjelasan Stair dan Reynolds (2021) bahwa salah satu kelemahan utama dalam sistem informasi organisasi adalah ketidakterhubungan antar *database* yang menyebabkan informasi tidak sepenuhnya optimal untuk pengambilan keputusan. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun SIM secara teoritis mampu meningkatkan kualitas keputusan, dalam implementasinya masih terdapat gap antara potensi sistem dan realitas penggunaannya.

Lebih jauh, Karunia Akbar et al. menemukan bahwa SIM dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas keputusan melalui integrasi data internal organisasi, namun efektivitasnya sangat bergantung pada kesiapan infrastruktur dan pengguna sistem. Hal ini menunjukkan bahwa SIM tidak dapat berdiri sendiri sebagai solusi tunggal, tetapi membutuhkan ekosistem organisasi yang mendukung agar dapat berfungsi secara optimal.

Ketergantungan SIM terhadap Integrasi Data dan Tantangan Digitalisasi

Dalam era digital, SIM mengalami transformasi signifikan seiring meningkatnya volume dan kompleksitas data yang harus dikelola organisasi. *Big data* dan *artificial intelligence* menjadi komponen penting yang memperluas kemampuan SIM dalam mengolah informasi secara real-time dan prediktif. (Hossain et al., 2024) menjelaskan bahwa integrasi *big data* dalam SIM mampu meningkatkan akurasi pengambilan keputusan melalui analisis data dalam skala besar.

Meskipun demikian, transformasi ini tidak selalu berjalan mulus karena organisasi sering menghadapi kendala dalam integrasi sistem dan kualitas data. Banyak organisasi masih menggunakan sistem yang terpisah sehingga menghambat aliran informasi yang seharusnya berjalan secara *seamless* (Modgil et al., 2021). Dalam konteks ini, SIM sering kali kehilangan nilai strategisnya karena tidak mampu mengolah data secara holistik.

Selain itu, penggunaan *artificial intelligence* dalam SIM juga memperkenalkan kompleksitas baru. Fitriana dan Tugiantoro (2026) menegaskan bahwa AI dalam SIM dapat meningkatkan efisiensi analitik, namun juga memunculkan tantangan berupa transparansi algoritma, etika penggunaan data, dan potensi bias sistem. Dengan demikian, transformasi SIM berbasis AI tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga melibatkan dimensi etika dan tata kelola yang kompleks.

Social Media Analytics sebagai Sumber Data Eksternal yang Belum Optimal

Social Media Analytics (SMA) memberikan perspektif baru dalam pengembangan Sistem Informasi Manajemen karena menyediakan data eksternal yang sangat dinamis dan *real-time*

(Rusilowati et al., 2024). Data ini mencerminkan opini publik, perilaku konsumen, serta tren pasar yang tidak dapat diperoleh dari sistem internal organisasi. Kaplan dan Haenlein (2010) menyatakan bahwa media sosial merupakan sumber informasi penting yang mencerminkan dinamika sosial dan ekonomi secara langsung.

Namun, meskipun potensi SMA sangat besar, integrasinya ke dalam SIM masih relatif terbatas. O'Brien dan Marakas (2010) menyoroti bahwa sistem informasi tradisional belum dirancang untuk mengelola data tidak terstruktur seperti media sosial, sehingga banyak organisasi belum mampu memanfaatkan data tersebut secara optimal. Kondisi ini menciptakan kesenjangan antara ketersediaan data dan kemampuan sistem untuk mengolahnya.

Lebih lanjut, Hossain et al., (2024) juga menunjukkan bahwa sebagian besar sistem informasi masih berfokus pada data internal organisasi, sementara data eksternal seperti media sosial belum menjadi bagian utama dalam proses analisis keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat peluang besar untuk mengembangkan SIM yang lebih adaptif terhadap sumber data eksternal.

Integrasi SIM dan Social Media Analytics sebagai Pendekatan Baru dalam Pengambilan Keputusan

Integrasi antara sistem informasi manajemen dan *social media analytics* merupakan pendekatan yang semakin relevan dalam konteks pengambilan keputusan modern. Integrasi ini memungkinkan organisasi untuk menggabungkan data internal yang terstruktur dengan data eksternal yang tidak terstruktur, sehingga menghasilkan informasi yang lebih komprehensif dan kontekstual (Erica et al., 2024). Turban et al., (2018) menegaskan bahwa kemampuan mengelola berbagai jenis data merupakan kunci utama dalam sistem informasi modern.

Dalam praktiknya, integrasi ini memberikan keuntungan dalam hal kecepatan respons organisasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Informasi dari media sosial dapat memberikan sinyal awal mengenai perubahan perilaku konsumen atau tren pasar yang sedang berkembang. Hal ini memungkinkan manajer untuk mengambil keputusan secara lebih proaktif dibandingkan reaktif.

Dalam implementasi praktis, integrasi *Social Media Analytics* ke dalam Sistem Informasi Manajemen memungkinkan organisasi untuk mengumpulkan data tidak terstruktur dari berbagai platform seperti Twitter, Instagram, dan Facebook (Zhang et al., 2022). Data tersebut kemudian diproses melalui sistem analitik untuk menghasilkan insight yang dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa SIM tidak hanya bergantung pada data internal, tetapi juga memperluas cakupan informasi dari lingkungan eksternal organisasi yang bersifat dinamis dan *real-time*.

Lebih lanjut, integrasi ini memungkinkan organisasi untuk melakukan analisis sentimen terhadap pelanggan sehingga manajer dapat memahami persepsi publik terhadap produk atau layanan secara lebih cepat. Zhang et al., (2022) menunjukkan bahwa pemanfaatan *social media analytics* berbasis *big data* dapat membantu organisasi dalam mengidentifikasi pola perilaku konsumen dan tren pasar secara lebih efektif. Dengan demikian, keputusan yang diambil tidak hanya berbasis data historis, tetapi juga kondisi aktual di lapangan.

Namun, jika dibandingkan dengan literatur yang ada, integrasi SIM dan SMA masih belum banyak dikaji secara mendalam. Sebagian besar penelitian masih memisahkan pembahasan SIM dan *Social media analytics* sebagai dua domain yang berbeda. Hal ini menunjukkan adanya gap konseptual yang perlu dijawab melalui pendekatan integratif dalam penelitian sistem informasi modern.

Dinamika Pengambilan Keputusan Manajerial dalam Era Digital

Pengambilan keputusan manajerial dalam era digital tidak lagi bersifat linear, tetapi semakin kompleks dan dinamis akibat meningkatnya volume dan variasi data. Simon (2013) menjelaskan bahwa keputusan manajerial sangat bergantung pada kualitas informasi yang tersedia, terutama dalam kondisi ketidakpastian. Dalam konteks ini, SIM berperan sebagai alat utama dalam mengurangi ketidakpastian tersebut.

Laudon dan Laudon (2014) menambahkan bahwa pengambilan keputusan berbasis sistem informasi memungkinkan manajer untuk mengakses data secara *real-time*, sehingga meningkatkan kecepatan dan akurasi keputusan. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana memastikan bahwa data yang digunakan benar-benar relevan dan tidak menimbulkan *overload* informasi.

Dalam konteks ini, integrasi SMA menjadi sangat penting karena dapat memberikan perspektif tambahan dari luar organisasi. Data media sosial dapat membantu manajer memahami persepsi publik dan dinamika pasar secara lebih akurat, sehingga keputusan yang diambil tidak hanya berbasis data internal, tetapi juga mempertimbangkan faktor eksternal (Zhang et al., 2022).

Implikasi Strategis bagi Organisasi

Secara strategis, hasil kajian ini menunjukkan bahwa organisasi perlu mulai beralih dari sistem informasi yang bersifat internal ke sistem yang lebih terbuka dan terintegrasi dengan sumber data eksternal. Hal ini penting untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan di tengah lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan cepat berubah.

Selain itu, organisasi juga perlu meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola dan menginterpretasikan data digital. Stair dan Reynolds (2021) menekankan bahwa keberhasilan SIM tidak hanya ditentukan oleh teknologi, tetapi juga oleh kemampuan pengguna dalam memanfaatkan sistem secara optimal. Oleh karena itu, investasi dalam pelatihan dan pengembangan kompetensi menjadi hal yang sangat penting.

Sebagai contoh, dalam industri retail dan *e-commerce*, penggunaan *social media analytics* dalam Sistem Informasi Manajemen memungkinkan perusahaan untuk memantau tren produk yang sedang viral di media sosial. Informasi ini kemudian diintegrasikan ke dalam sistem manajemen untuk menentukan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Hal ini menunjukkan bahwa SIM memiliki peran strategis dalam mendukung adaptasi organisasi terhadap perubahan perilaku konsumen digital.

Zhang et al., (2022) juga menjelaskan bahwa analisis media sosial memungkinkan organisasi untuk melakukan benchmarking terhadap kompetitor berdasarkan data publik yang tersedia, sehingga organisasi dapat mengevaluasi posisinya di pasar secara lebih objektif. Dengan

demikian, integrasi SIM dan *social media analytics* tidak hanya bersifat operasional, tetapi juga strategis dalam mendukung daya saing organisasi.

Arah Pengembangan Sistem Informasi Manajemen ke Depan

Perkembangan SIM ke depan diperkirakan akan semakin mengarah pada integrasi yang lebih dalam dengan teknologi analitik dan sumber data eksternal. *Artificial intelligence*, *big data*, dan *social media analytics* akan menjadi komponen utama dalam sistem informasi modern yang lebih adaptif dan cerdas.

Namun, pengembangan ini juga harus mempertimbangkan aspek etika, keamanan data, dan tata kelola sistem yang baik. Fitriana dan Tugiantoro (2026) menekankan bahwa semakin kompleks sistem informasi, semakin besar pula tantangan dalam pengelolaannya. Oleh karena itu, pengembangan SIM tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga harus mempertimbangkan aspek manajerial dan etis secara seimbang.

Kesimpulan, Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan hasil sintesis literatur, dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi Manajemen (SIM) memiliki peran penting dalam mendukung pengambilan keputusan manajerial di organisasi. SIM berfungsi sebagai sistem yang mengintegrasikan data internal organisasi untuk menghasilkan informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu sehingga meningkatkan kualitas keputusan manajerial. Hal ini menunjukkan bahwa SIM menjadi elemen fundamental dalam proses pengambilan keputusan berbasis data di era digital.

Selain itu, perkembangan SIM yang terintegrasi dengan teknologi seperti *big data* dan *artificial intelligence* memperkuat kemampuannya dalam mengolah data secara lebih cepat dan kompleks. Namun, temuan juga menunjukkan bahwa integrasi ini belum sepenuhnya optimal karena masih terdapat tantangan dalam hal etika, infrastruktur, dan kesiapan organisasi.

Lebih lanjut, *Social media analytics* memiliki potensi sebagai sumber data eksternal yang dapat memperkaya informasi dalam SIM. Integrasi SIM dengan *social media analytics* terbukti secara konseptual mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan manajerial karena memberikan perspektif yang lebih luas dari data internal dan eksternal organisasi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan metode studi literatur sehingga tidak melibatkan data empiris langsung dari organisasi. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh masih bersifat konseptual dan belum dapat menggambarkan kondisi implementasi secara nyata di lapangan. Selain itu, literatur yang digunakan masih terbatas pada beberapa sumber yang relevan dengan Sistem informasi manajemen dan *social media analytics*, sehingga belum mencakup seluruh perkembangan terbaru dalam bidang sistem informasi modern secara menyeluruh. Hal ini dapat memengaruhi kelengkapan perspektif dalam analisis yang dilakukan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Lambung Mangkurat atas dukungan akademik dan fasilitas yang diberikan selama proses penelitian. Penulis juga menyampaikan

apresiasi kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, masukan, dan dukungan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Referensi

- Chaffey, D., Hemphill, T., & Edmundson-Bird, D. (2019). *Digital business and e-commerce management* (7th ed.). Pearson.
- Davenport, T. H., Ronanki, R., Wheaton, J., & Nguyen, A. (n.d.). *FEATURE ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR THE REAL WORLD 108 HARVARD BUSINESS REVIEW*.
- Erica, A., Gantari, L., Qurotulain, O., Nuche, A., & Sy, O. (2024). Optimizing Decision-Making: Data Analytics Applications in Management Information Systems. *APTISI Transactions on Management (ATM)*, 8(2), 115–122. <https://doi.org/10.33050/atm.v8i2.2202>
- Fitriana, Y., & Tugiantoro, T. (2026). Artificial Intelligence dalam Sistem Informasi Manajemen: Analisis Bibliometrik atas Efisiensi, Etika, dan Kebijakan Global. *Jurnal Minfo Polgan*, 15(1), 28–38. <https://doi.org/10.33395/jmp.v15i1.15936>
- Gelinas, U. J., Dull, R. B., & Wheeler, P. (2019). *Accounting Information Systems* (11th ed.). Cengage Learning.
- Hossain, Q., Yasmin, F., Biswas, T. R., & Asha, N. B. (2024). Integration of Big Data Analytics in Management Information Systems for Business Intelligence. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 9(09), 192–203. <https://doi.org/10.36348/sjbms.2024.v09i09.002>
- Karunia Akbar, I., Purnomo, C., & Nashar, J. (n.d.). Analisis Peran Sistem Informasi Manajemen dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional Perusahaan. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(5), 2026. Retrieved <http://cerdika.publikasiindonesia.id/index.php/cerdika/index>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Laudon, K. C. ., & Laudon, J. P. . (2014). *Management information systems : managing the digital firm*. Pearson Education.
- Leedy, P., & Ormrod, J. (2005). *Leedy, PD, & Ormrod, JE (2005)*. (International). NJ: Pearson.
- Maruta Pradana, R., Purnamasari, D., Esa, S., Puspitasari, M., Fauzia, Y., Kristanto, W. A., & Trihantoyo, S. (2026). *Kajian Teori dan Praktik Pendidikan*. 35(1), 87–99.
- Mcleod, R., & Schell, G. (2008). *Management Information Systems* (10 International). Salemba Empat.
- Modgil, S., Gupta, S., Sivarajah, U., & Bhushan, B. (2021). Big data-enabled large-scale group decision making for circular economy: An emerging market context. *Technological Forecasting and Social Change*, 166. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120607>
- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2010). *Management Information Systems* (B. Gordon, Ed.; 10th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- RM Stair, R., & Reynolds, G. (2021). *Principles of Information Systems-A Managerial Approach* (Vol. 14). Cengage Learning.
- Rusilowati, U., Narimawati, U., Wijayanti, Y. R., Rahardja, U., & Arif, O. (2024). Optimizing Human Resource Planning through Advanced Management Information Systems: A

- Technological Approach. *APTISI Transactions on Technopreneurship*, 6(1), 70–81.
<https://doi.org/10.34306/att.v6i1.390>
- Russel, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed., Vol. 1). Dialektika.
- Simon, H. A. (2013). *Administrative Behavior* (4th ed.).
- Turban, E, Wetherbe, J, & McLean, E (2000). Information technology for management: making connections for strategic advantage., dl.acm.org, <https://doi.org/10.5555/556824>
- Zhang, H., Zang, Z., Zhu, H., Uddin, M. I., & Amin, M. A. (2022). Big data-assisted social media analytics for business model for business decision making system competitive analysis. *Information Processing and Management*, 59(1).
<https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102762>