



DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiiiv
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Latar Belakang Konseptual.....	1
1.1.2 Latar Belakang Kontekstual Industri Telekomunikasi	6
1.1.3 Latar Belakang Kontekstual <i>Big Data Analytics</i> pada Perusahaan Telekomunikasi di Indonesia	10
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Lingkup Penelitian.....	13
1.7 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 <i>Big Data</i>	15
2.1.2 <i>Big Data Analytics</i>	18
2.1.3 <i>Big Data Analytics</i> dan Kinerja Perusahaan	19
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	29



2.3. Kerangka Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Desain Penelitian	40
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.3 Instrumen Penelitian	46
3.4 Metode Analisis Data.....	491
3.5 Profil Perusahaan	50
3.5.1 Telkom Korporasi / <i>CEO's Office</i>	50
3.5.2 Telkom Direktorat Digital & <i>Next business</i>	535
3.5.3 Telkomsel.....	56
3.5.4 Metranet	58
3.5.5 MDMedia.....	59
3.5.6 BagiData	60
3.5.7 Indosat.....	61
3.5.8 XL Axiata	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Deskripsi Data.....	63
4.1.1 Konteks	63
4.1.1.1 Perubahan Perilaku Konsumen	63
4.1.1.2 Jenis Data yang Diolah.....	64
4.1.1.3 Pendekatan Pengumpulan Data	64
4.1.1.4 Teknologi.....	66
4.1.1.5 <i>Cloud</i>	66
4.1.2 Penciptaan Nilai	67
4.1.2.1 Bagaimana Personel <i>Big Data</i> Menciptakan Nilai	67
4.1.2.2 Pengaruh <i>Big Data Analytics</i> dalam Pengambilan Keputusan....	67
4.1.2.3 Budaya Berbasis Data	70
4.1.2.4 Faktor Pendorong Budaya Berbasis Data.....	71
4.1.2.5 Tantangan Budaya Berbasis Data.....	73
4.1.2.6 <i>Big Data</i> dan <i>Enabler</i> Bisnis.....	75
4.1.3 Organisasi	77



4.1.3.1	Strategi Formal dan Tata Kelola	77
4.1.3.2	Pemilik dan Pengolah Data	81
4.1.3.3	Struktur Organisasi.....	83
4.1.3.4	Peran <i>Business Analyst</i>	86
4.1.4	Proses	88
4.1.4.1	Siklus Hidup	88
4.1.4.2	<i>Empower Big Data Analytics Team</i>	89
4.1.5	Personel.....	91
4.1.5.1	Pencarian Personel	91
4.1.5.2	<i>Positioning</i> Personel Internal dan Eksternal	91
4.1.5.3	Tujuan jika <i>Resign</i>	92
4.1.5.4	Ketersediaan <i>Talent</i> di <i>Market</i>	92
4.1.6	Hambatan	93
4.1.6.1	Regulasi	93
4.1.6.2	Etika.....	95
4.1.7	Nilai	99
4.1.7.1	Area Penciptaan Nilai <i>Big Data Analytics</i>	99
4.1.7.2	Evaluasi Nilai <i>Big Data Analytics</i>	99
4.1.7.3	Tantangan Implementasi <i>Big Data Analytics</i> : Kualitas Data	102
4.1.7.4	Tantangan Implementasi <i>Big Data Analytics</i> : <i>Variety</i> Data.....	104
4.1.7.5	Tantangan Lain Implementasi <i>Big Data Analytics</i>	1058
4.1.7.6	Pengaruh Kondisi Eksternal	106
4.2	Pembahasan	106
4.2.1	Konteks	107
4.2.1.1	Perubahan Perilaku Konsumen	107
4.2.1.2	Jenis Data yang Diolah.....	107
4.2.1.3	Pendekatan Pengumpulan Data	107
4.2.1.4	Teknologi.....	1071
4.2.1.5	<i>Cloud</i>	1081
4.2.2	Penciptaan Nilai	1081
4.2.2.1	Bagaimana Personel <i>Big Data</i> Menciptakan Nilai	1081



4.2.2.2	Pengaruh <i>Big Data Analytics</i> dalam Pengambilan Keputusan..	108
4.2.2.3	Budaya Berbasis Data	1092
4.2.2.4	Faktor Pendorong Budaya Berbasis Data.....	1093
4.2.2.5	Tantangan Budaya Berbasis Data.....	1103
4.2.2.6	<i>Big Data</i> dan <i>Enabler</i> Bisnis.....	111
4.2.3	Organisasi	1115
4.2.3.1	Strategi Formal dan Tata Kelola	1115
4.2.3.2	Pemilik dan Pengolah Data	1125
4.2.3.3	Struktur Organisasi.....	1126
4.2.3.4	Peran <i>Business Analyst</i>	1137
4.2.4	Proses	114
4.2.4.1	Siklus Hidup	114
4.2.4.2	<i>Empower Big Data Analytics Team</i>	114
4.2.5	Personel.....	115
4.2.5.1	Pencarian Personel	115
4.2.5.2	<i>Positioning</i> Personel Internal dan Eksternal	115
4.2.5.3	Tujuan jika <i>Resign</i>	116
4.2.5.4	Ketersediaan <i>Talent</i> di <i>Market</i>	116
4.2.6	Hambatan.....	1160
4.2.6.1	Regulasi	116
4.2.6.2	Etika.....	1160
4.2.7	Nilai	1170
4.2.7.1	Area Penciptaan Nilai <i>Big Data Analytics</i>	1170
4.2.7.2	Evaluasi Nilai <i>Big Data Analytics</i>	1181
4.2.7.3	Tantangan Implementasi <i>Big Data Analytics</i> : Kualitas Data..	1192
4.2.7.4	Tantangan Implementasi <i>Big Data Analytics</i> : <i>Variety</i> Data....	1192
4.2.7.5	Tantangan Lain Implementasi <i>Big Data Analytics</i>	1193
4.2.7.6	Pengaruh Kondisi Eksternal	1193
BAB V	SIMPULAN	1204
5.1	Simpulan.....	120
5.1.1	Konteks	121



5.1.2	Penciptaan Nilai	1215
5.1.3	Organisasi	1226
5.1.4	Proses	1237
5.1.5	Personel.....	1248
5.1.6	Hambatan	124
5.1.7	Nilai	124
5.2	Implikasi	1315
5.3	Keterbatasan.....	1337
5.4	Saran	1337
	DAFTAR PUSTAKA	1359

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis Operator Jaringan Kabel Indonesia, 2016	10
Tabel 2.1 Sumber Daya, Pendukung, dan Halangan pada Kemampuan Organisasi	24
Tabel 2.2 Konfigurasi Sumber Daya Analitis <i>Big Data</i> yang Berpengaruh terhadap Tingginya Kinerja Perusahaan	25
Tabel 2.3 Resume Kajian Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Sumber Bias dan Solusi yang Dilakukan	44
Tabel 3.2 Definisi dan Instrumen Pengukuran	49
Tabel 5.1 Strategi Implementasi <i>Big Data Analytics</i> Aspek Konteks dan Penciptaan Nilai	130
Tabel 5.2 Strategi Implementasi <i>Big Data Analytics</i> Aspek Organisasi, Proses, Personel, dan Hambatan	131
Tabel 5.3 Strategi Implementasi <i>Big Data Analytics</i> Aspek Nilai	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sepuluh Tugas Dasar Proses Pelaksanaan Strategi	2
Gambar 1.2 Lima Kekuatan Digital	4
Gambar 1.3 Perkembangan Indikator TIK di Indonesia	8
Gambar 1.4 Perkembangan Jumlah Pengguna Data Selular	9
Gambar 1.5 Perkembangan Jumlah Penggunaan Data Seluler (Tera Byte) ...	10
Gambar 2.1 5V <i>Big Data</i>	18
Gambar 2.2 Tahapan Analitis	19
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian	40
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Telkom	56
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Direktorat Digital & <i>Next Business</i>	57
Gambar 3.3 Logo PeduliLindungi	57