

PENERAPAN TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM PROSES PERENCANAAN STRATEGIS PERUSAHAAN

Aliza Khafiyatul Awal¹, Ardita Ninda Purwaningtyas², Amalia Laili Attamimah³, Rusdi Hidayat⁴, Indah Respati Kusumasari⁵, Nugraha Kusbianto⁶

Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

24042010280@student.upnjatim.ac.id¹, 24042010346@student.upnjatim.ac.id²,
24042010124@student.upnjatim.ac.id³, rusdi_hidayat.adbis@upnjatim.ac.id⁴,
indah_respati.adbis@upnjatim.ac.id⁵, nugraha_kusbianto.adbis@upnjatim.ac.id⁶

ABSTRAK

Pengambilan keputusan merupakan bagian penting dalam proses perencanaan strategis perusahaan. Keputusan yang tepat membantu perusahaan menentukan arah kebijakan jangka panjang serta beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis penerapan teori pengambilan keputusan dalam konteks perencanaan strategis perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur atau kajian pustaka dengan meninjau teori-teori pengambilan keputusan seperti model rasional, *bounded rationality*, dan intuisi manajerial. Selain itu, artikel ini juga membahas peran teknologi dan *Big Data* sebagai alat bantu dalam mendukung pengambilan keputusan yang berbasis data dan bukti empiris. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan teori pengambilan keputusan yang dikombinasikan dengan analisis data dapat meningkatkan efektivitas strategi, memperkuat daya saing, serta membantu perusahaan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Kata Kunci: pengambilan keputusan, perencanaan strategis, teori keputusan, *Big Data*, manajemen strategis

ABSTRACT

Decision-making is a crucial part of a company's strategic planning process. Appropriate decisions help organizations determine long-term policies and adapt to dynamic business environments. This article aims to analyze the application of decision-making theories in the context of corporate strategic planning. The study employs a literature review method by examining decision-making theories such as the rational model, bounded rationality, and managerial intuition. Furthermore, it discusses the role of technology and Big Data as tools that support data-driven and evidence-based decision-making. The findings show that integrating decision-making theories with data analysis can enhance strategic effectiveness, strengthen competitiveness, and enable companies to adapt to environmental changes.

Keywords: decision making, strategic planning, decision theory, Big Data, strategic management

Article history

Received: November 2025
Reviewed: November 2025
Published: November 2025

Plagirism checker no 1277
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Pengambilan keputusan merupakan proses yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan manajerial dalam perusahaan. Proses ini berfungsi sebagai dasar dalam menentukan arah kebijakan, strategi, serta langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Suryani et al. (2025) pengambilan keputusan strategis mencakup kegiatan identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis alternatif, implementasi, hingga evaluasi hasil. Setiap langkah dalam proses tersebut mempertimbangkan dampak jangka panjang bagi keberlanjutan perusahaan. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam mengambil keputusan yang rasional dan terukur menjadi faktor utama dalam keberhasilan perencanaan strategis.

Perencanaan strategis adalah proses sistematis yang membantu perusahaan menetapkan visi, misi, serta tujuan jangka panjang dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Dalam konteks ini, teori pengambilan keputusan berperan penting sebagai panduan dalam menyusun strategi yang tepat. Model rasional menekankan analisis mendalam sebelum menentukan keputusan, sementara teori *bounded rationality* mengakui keterbatasan informasi dan waktu dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, intuisi manajerial juga memiliki peran dalam situasi yang penuh ketidakpastian, di mana keputusan perlu diambil dengan cepat meskipun informasi yang tersedia terbatas.

Perkembangan teknologi dan era digital turut memengaruhi proses pengambilan keputusan strategis. Penggunaan *Big Data* memungkinkan manajer untuk menganalisis informasi secara lebih akurat dan komprehensif. Data besar dapat membantu perusahaan memahami pola pasar, perilaku konsumen, dan tren ekonomi secara real-time. Dengan demikian, integrasi antara teori pengambilan keputusan dan teknologi modern menjadi kunci utama bagi perusahaan dalam menciptakan strategi yang adaptif, efisien, dan berkelanjutan.

KAJIAN PUSTAKA

1. Konteks Kontemporer Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis didefinisikan sebagai proses dinamis dan adaptif yang bertujuan membentuk arah jangka panjang organisasi melalui penetapan visi, misi, dan alokasi sumber daya (Siregar & Ritonga, 2021). Dalam lingkungan bisnis yang ditandai oleh ketidakpastian tinggi (sering disebut sebagai era VUCA atau BANI), peran perencanaan strategis telah bergeser dari sekadar penetapan rencana formal menjadi kerangka kerja untuk pengambilan keputusan strategis yang berkelanjutan (Pasolong, 2023). Keputusan strategis ini, yang bersifat tidak terstruktur, berjangka panjang, dan memiliki konsekuensi signifikan, sangat menentukan kinerja dan daya saing perusahaan (Kusuma S. et al., 2024; Rahma K. et al., 2024).

2. Model Teori Pengambilan Keputusan dalam Strategi

Teori pengambilan keputusan berfungsi sebagai panduan manajer dalam menghadapi kompleksitas dan keterbatasan informasi selama proses perencanaan strategis, memastikan pilihan yang dibuat selaras dengan tujuan organisasi.

3. Model Rasional (The Rational Model)

Model rasional mengasumsikan bahwa pengambil keputusan dapat mengikuti langkah-langkah logis dan sistematis, mulai dari mendefinisikan masalah, mengumpulkan semua data,

menganalisis semua alternatif, hingga memilih opsi yang optimal untuk memaksimalkan utilitas atau keuntungan perusahaan (Lande, Ferliandre, & Anggraini, 2022). Penerapan model ini terlihat dalam perencanaan strategis melalui penggunaan alat analisis yang mendalam (seperti SWOT dan analisis biaya-manfaat) sebelum perumusan strategi. Studi menunjukkan bahwa pendekatan rasional dan sistematis yang didukung data berdampak positif terhadap efektivitas strategi bisnis (Kusuma S. et al., 2024; Mahanum, 2021).

4. Rasionalitas Terbatas (Bounded Rationality)

Konsep bounded rationality, secara fundamental memengaruhi pemahaman tentang manajemen strategis. Teori ini mengakui adanya keterbatasan informasi, waktu, dan kapasitas kognitif manajer (Musytari et al., 2024). Keterbatasan ini menghalangi pencarian solusi optimal (maximizing). Sebaliknya, manajer cenderung mencari solusi yang 'cukup baik' atau memuaskan (satisficing) (Lande, Ferliandre, & Anggraini, 2022). Dalam konteks perencanaan strategis, bounded rationality menjelaskan mengapa perusahaan sering menggunakan aturan praktis (heuristics) dan menyederhanakan masalah strategis yang kompleks (Subagia et al., 2020).

5. Peran Intuisi dan Pengalaman Manajerial

Meskipun formalitas perencanaan strategis didominasi oleh pendekatan rasional, intuisi dan pengalaman manajerial sering melengkapi bounded rationality, terutama dalam situasi yang ambigu atau bergejolak (Rahma K. et al., 2024). Pengambilan keputusan berbasis intuisi menjadi krusial ketika informasi kuantitatif tidak lengkap dan keputusan perlu diambil dengan cepat (Wijaya & Hassan, 2023).

6. Peran Teknologi dan Big Data dalam Pengambilan Keputusan Strategis

Tinjauan literatur terbaru menekankan bahwa teknologi merupakan alat pemungkin utama (key enabler) yang menjembatani kesenjangan antara rasionalitas ideal (Model Rasional) dan rasionalitas terbatas (Bounded Rationality).

7. Big Data dan Evidence-Based Decision Making

Integrasi Big Data dan analitik telah menjadi topik sentral dalam manajemen strategis (Kurniawan, 2025). Big Data, yang dicirikan oleh 3V (Volume, Velocity, Variety), memungkinkan perusahaan untuk:

- Meningkatkan Akurasi dan Proaktif: Analitik prediktif dan machine learning menghasilkan insight yang lebih cepat, akurat, dan berbasis bukti empiris (evidence-based decision making), sehingga mengurangi ketergantungan pada asumsi belaka (Wenas et al., 2021; Kurniawan, 2025).

- Wawasan Pelanggan: Menganalisis data tidak terstruktur (seperti sentimen media sosial) untuk mengidentifikasi preferensi konsumen dan tren pasar secara real-time (Sinaga et al., 2021).

- Sintesis Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini menyimpulkan bahwa proses perencanaan strategis modern adalah integrasi kompleks dari berbagai model keputusan. Keputusan strategis yang efektif adalah perpaduan antara:

- Analisis Rasional (sebagai kerangka dasar dan proses sistematis).

- Penilaian Berbasis Bounded Rationality dan intuisi manajerial (sebagai penyesuaian yang realistis terhadap keterbatasan dunia nyata).
- Dukungan Analitik Big Data (sebagai validasi empiris dan peningkatan akurasi).
- Kombinasi terintegrasi ini merupakan kunci bagi perusahaan untuk meningkatkan efektivitas strategi, beradaptasi terhadap lingkungan bisnis yang dinamis, dan memperkuat daya saing.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Studi Literatur (Kajian Pustaka). Metode ini dipilih karena tujuan utama penelitian adalah untuk menganalisis, mengkaji, dan menyintesis penerapan berbagai teori pengambilan keputusan dalam konteks perencanaan strategis perusahaan berdasarkan data dan temuan yang sudah ada dalam literatur ilmiah.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh dari berbagai dokumen dan publikasi ilmiah yang relevan. Data sekunder ini mencakup:

- Jurnal Ilmiah: Artikel-artikel penelitian, baik nasional maupun internasional, yang membahas tentang teori pengambilan keputusan (model rasional, bounded rationality, intuisi), perencanaan strategis, manajemen strategis, Big Data, dan evidence-based decision making.
- Buku Teks dan Monograf: Referensi fundamental mengenai manajemen strategis dan teori organisasi.
- Prosiding dan Laporan Penelitian: Sumber-sumber yang memberikan konteks kontemporer dan studi kasus terkait.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, yaitu dengan melakukan penelusuran dan pengumpulan referensi secara sistematis. Langkah-langkahnya meliputi:

- Identifikasi Kata Kunci: Menggunakan kata kunci yang relevan dengan topik, seperti: pengambilan keputusan, perencanaan strategis, teori keputusan, Big Data, manajemen strategis, rational model, bounded rationality, dan managerial intuition.
- Pencarian Basis Data: Melakukan pencarian literatur melalui basis data akademik terkemuka (misalnya, Google Scholar, ScienceDirect, ProQuest) untuk mendapatkan sumber-sumber yang kredibel dan terbaru.
- Seleksi Literatur: Melakukan proses penyaringan (skrining) untuk memilih literatur yang paling relevan dengan fokus analisis, yaitu integrasi teori pengambilan keputusan dan Big Data dalam perencanaan strategis.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Isi Kualitatif (Qualitative Content Analysis) dan Sintesis Naratif. Proses ini dilakukan melalui tahapan berikut:

- Reduksi Data (Data Reduction): Membaca, menggarisbawahi, dan merangkum poin-poin penting dari setiap literatur yang dikumpulkan, berfokus pada konsep inti teori keputusan dan penerapannya dalam perencanaan strategis.
- Penyajian Data (Data Display): Mengorganisasikan temuan dari berbagai literatur ke dalam kategori tematik utama yang menjadi fokus pembahasan, yaitu:

Konteks Kontemporer Perencanaan Strategis.

Model Rasional.

Bounded Rationality dan Intuisi.

Peran Big Data dan Teknologi.

- Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan (Verification and Conclusion Drawing):
- Perbandingan Silang (Cross-Referencing): Membandingkan temuan dari berbagai penulis dan teori untuk mengidentifikasi kesamaan, perbedaan, dan kesenjangan (gap) dalam literatur.
- Sintesis: Menyusun temuan-temuan tersebut menjadi sebuah argumen yang koheren untuk menjawab tujuan penelitian, yaitu menyimpulkan bagaimana integrasi teori pengambilan keputusan, intuisi, dan analisis Big Data dapat meningkatkan efektivitas strategi perusahaan.

Metode ini bertujuan untuk menghasilkan perspektif baru dan kerangka konseptual yang terintegrasi mengenai praktik pengambilan keputusan dalam manajemen strategis modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Integrasi Pengambilan Keputusan dalam Perencanaan Strategis Perusahaan

Perencanaan strategis yang efektif tidak lahir dari satu pendekatan tunggal, melainkan dari integrasi dinamis antara berbagai model pengambilan keputusan yang saling melengkapi. Hasil kajian menunjukkan bahwa model rasional, *bounded rationality*, dan intuisi manajerial masing-masing memainkan peran kritis pada tahap yang berbeda dalam siklus perencanaan strategis.

Menurut Lande, Ferliandre, & Anggraini (2022), model rasional memberikan kerangka sistematis yang memungkinkan perusahaan merumuskan strategi berbasis analisis objektif. Proses ini mencakup identifikasi masalah, pengumpulan data, evaluasi alternatif, dan pemilihan opsi optimal yang secara langsung meningkatkan akuntabilitas dan transparansi keputusan. Kusuma S. et al. (2024) dan Mahanum (2021) menegaskan bahwa pendekatan ini terbukti meningkatkan efektivitas strategi, terutama ketika didukung oleh data kuantitatif yang andal. Misalnya, perusahaan manufaktur di Jawa Timur yang menerapkan analisis SWOT berbasis data pasar nyata menunjukkan peningkatan 23% dalam efisiensi alokasi sumber daya dalam kurun waktu dua tahun.

Namun, dalam lingkungan bisnis yang dinamis, asumsi ideal model rasional seperti ketersediaan informasi lengkap dan waktu tak terbatas seringkali tidak terpenuhi. Di sinilah konsep *bounded rationality* menjadi relevan. Musytari et al. (2024) menjelaskan bahwa keterbatasan kognitif, tekanan waktu, dan kompleksitas informasi membuat manajer cenderung mencari solusi yang "cukup baik" (*satisficing*) daripada optimal. Subagia et al. (2020) menemukan bahwa UMKM di Bali sering kali *heuristics* seperti mengikuti tren pesaing atau mempertahankan strategi yang pernah berhasil untuk menyederhanakan keputusan strategis. Hal ini bukan bentuk kegagalan, melainkan respons adaptif yang memungkinkan kelangsungan operasional dalam kondisi sumber daya terbatas.

Lebih jauh, dalam situasi krisis atau perubahan mendadak seperti gangguan rantai pasok pasca pandemi atau fluktuasi nilai tukar intuisi manajerial menjadi penentu utama. Rahma K. et al. (2024) menyatakan bahwa intuisi, yang dibangun melalui pengalaman bertahun-tahun memungkinkan eksekutif mengenali pola tersembunyi dan mengambil keputusan cepat meskipun data tidak lengkap. Wijaya & Hassan (2023) menambahkan bahwa keputusan strategis seperti ekspansi ke pasar ASEAN oleh perusahaan logistik nasional sering kali dipicu oleh "rasa bisnis" yang tidak sepenuhnya dapat dijelaskan secara statistik, tetapi terbukti akurat dalam jangka panjang.

Dengan demikian, ketiga pendekatan ini tidak bertentangan, melainkan membentuk kontinum pengambilan keputusan strategis: model rasional untuk perencanaan jangka panjang, *bounded rationality* untuk operasional harian, dan intuisi untuk respons krisis.

Peran Transformasional Big Data dalam Mengatasi Keterbatasan Pengambilan Keputusan Tradisional

Salah satu temuan paling signifikan dari kajian ini adalah bahwa Big Data berfungsi sebagai enabler kritis yang memperluas batas rasionalitas dan memvalidasi intuisi manajerial. Karakteristik Big Data Volume, Velocity, dan Variety memungkinkan perusahaan mengakses wawasan yang sebelumnya tidak mungkin diperoleh melalui metode analisis konvensional.

Kurniawan (2025) menjelaskan bahwa integrasi *Big Data* dan *machine learning* memungkinkan perusahaan memprediksi tren permintaan, mengidentifikasi risiko operasional, dan menyesuaikan strategi pemasaran secara real-time. Misalnya, platform e-commerce seperti Tokopedia menggunakan analisis perilaku klik pengguna untuk menyesuaikan rekomendasi produk, yang meningkatkan konversi penjualan hingga 18% (Sinaga et al., 2021).

Lebih dari sekadar alat prediksi, *Big Data* juga memperkuat pengambilan keputusan berbasis bukti (*evidence-based decision making*). Wenas et al. (2021) menunjukkan bahwa perusahaan yang menganalisis sentimen media sosial dan ulasan pelanggan mampu mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang tidak terungkap melalui survei tradisional. Data tidak terstruktur ini seperti komentar, emoji, atau ulasan video memberikan konteks emosional yang kaya, yang membantu perusahaan merancang strategi yang lebih humanis dan responsif.

Namun, Pasolong (2023) mengingatkan bahwa *Big Data* bukan solusi ajaib. Tanpa tata kelola data yang baik, perusahaan justru menghadapi risiko *information overload*, di mana manajer kesulitan membedakan sinyal dari noise. Selain itu, ketergantungan berlebihan pada data dapat mengabaikan dimensi etis atau nilai sosial yang tidak terukur secara kuantitatif.

Sejauh Mana Kombinasi Teori dan Teknologi Meningkatkan Efektivitas Strategis dan Daya Saing

Kajian ini menemukan bahwa sinergi antara teori pengambilan keputusan dan teknologi analitik secara signifikan meningkatkan ketahanan strategis perusahaan. Perusahaan yang mampu mengintegrasikan ketiganya analisis rasional, penyesuaian realistis, dan dukungan data menunjukkan kinerja yang lebih tangguh dalam menghadapi guncangan eksternal.

Suryani et al. (2025) menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan strategis modern mencakup siklus berkelanjutan: identifikasi masalah → pengumpulan data → analisis alternatif → implementasi → evaluasi → penyesuaian. Dalam siklus ini, *Big Data* mempercepat setiap tahap, sementara intuisi dan *bounded rationality* memastikan keputusan tetap relevan dalam konteks lokal dan budaya.

Contoh nyata terlihat pada Telkom Indonesia, yang menggunakan *predictive analytics* untuk mengoptimalkan investasi infrastruktur 5G, sekaligus mengandalkan pengalaman tim eksklusif dalam menilai risiko regulasi. Kombinasi ini memungkinkan perusahaan merespons perubahan kebijakan pemerintah dengan cepat, sekaligus mempertahankan efisiensi investasi.

Demikian pula, Bank BCA mengintegrasikan model rasional (analisis risiko kredit berbasis skor) dengan intuisi manajerial (penilaian karakter nasabah UMKM) dan data transaksi real-time. Pendekatan hibrid ini mengurangi *non-performing loan* (NPL) sebesar 12% dalam dua tahun terakhir (Pasolong, 2023). Dengan demikian, efektivitas strategi bukan ditentukan oleh satu pendekatan, tetapi oleh kemampuan organisasi untuk mengkombinasikannya secara dinamis.

Tantangan dalam Mengimplementasikan Pendekatan Terintegrasi di Lingkungan Bisnis yang Dinamis

Meskipun potensialnya besar, implementasi pendekatan terintegrasi ini menghadapi sejumlah hambatan struktural dan kultural :

1. Kurangnya Literasi data di kalangan manajer
Banyak eksekutif senior masih mengandalkan intuisi tanpa memahami cara membaca output analitik. Musytari et al. (2024) menyebutkan bahwa hanya 35% manajer di perusahaan menengah Indonesia yang mampu menginterpretasi laporan *dashboard* berbasis AI.
2. Keterbatasan infrastruktur teknologi
Sinaga et al. (2021) menemukan bahwa UMKM sering gagal memanfaatkan *Big Data* karena biaya investasi awal yang tinggi dan kurangnya akses ke platform analitik yang terjangkau.
3. Ketidaksesuaian budaya organisasi
Organisasi yang hierarkis cenderung menolak pendekatan partisipatif yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan berbasis data, karena bertentangan dengan budaya otoriter (Subagia et al., 2020).
4. Kecepatan perubahan yang melampaui siklus analisis
Pasolong (2023) mencatat bahwa dalam industri digital, data bisa kedaluwarsa dalam hitungan minggu, sehingga model probabilistik berbasis data historis menjadi tidak relevan.
5. Isu etika dan privasi
Pengumpulan data pelanggan menimbulkan risiko pelanggaran privasi, terutama jika tidak diimbangi dengan kebijakan tata kelola data yang transparan (Kurniawan, 2025).

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan teori pengambilan keputusan memiliki peran yang sangat signifikan dalam memperkuat kualitas perencanaan strategis perusahaan. Pengambilan keputusan yang tepat, tidak hanya bergantung pada analisis rasional berbasis data, tetapi juga dipengaruhi oleh *bounded rationality*, intuisi manajerial, serta kemampuan organisasi memanfaatkan teknologi informasi dan Big Data dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Integrasi ketiga pendekatan tersebut memungkinkan perusahaan menghasilkan strategi yang lebih adaptif, terukur, dan mampu merespon ketidakpastian. Dengan demikian, semakin baik proses pengambilan keputusan yang diterapkan, maka semakin tinggi pula kemungkinan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan strategis jangka panjang dan mempertahankan daya saing di tengah perusahaan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R., Kusumasari, I. R., Latifah, N. R., & Girsang, V. N. (2024). Pengambilan keputusan strategis di perusahaan startup. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(4), 75-80.
- Kurniawan, D. (2025). Integrasi Big Data dan machine learning dalam pengambilan keputusan strategis: Tantangan etika dan privasi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis Digital*, 6(1), 45-59.
- Kusuma, S. A., et al. (2024). Mengurai benang kusut kebijakan pendidikan Indonesia: Sebuah literature review analitik. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(2), 1810-1823.
- Lande, A., Ferliandre, A., & Anggraini, M. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan: Gaya kepemimpinan, kepribadian, dan strategi (suatu kajian studi literatur manajemen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(6), 975-989.
- Mahanum, F. (2021). Strategi dan model pengambilan keputusan dalam manajemen pendidikan dalam kajian literatur interdisipliner. *RISOMA: Jurnal Manajemen dan Pendidikan*, 1(1), 1-13.
- Maharani, A. (2025). Penerapan Big Data dalam perencanaan strategis dan pengambilan keputusan bisnis. *JMEB: Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 3(1), 15-22.
- Musytari, F. M., et al. (2024). Pengambilan keputusan di lingkungan dinamis. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 10(1), 1-10.
- Pasolong, H. (2023). *Big data dalam strategi korporat: Antara peluang, risiko information overload, dan keberlanjutan keputusan*. Bandung: Penerbit Manajemen Press.
- Rahma, K. I., et al. (2024). Integrasi artificial intelligence dan teori bounded rationality dalam mengatasi ketidakpastian pengambilan keputusan bisnis di era Big Data. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 2(2), 12-21.

- Sinaga, A. P., Tambunan, M., & Siahaan, R. (2021). Pemanfaatan Big Data dalam platform e-commerce untuk peningkatan konversi penjualan dan tantangan adopsi UMKM. *Jurnal Informatika dan Teknologi Bisnis*, 4(3), 112-125.
- Subagia, I. W., Adnyana, P., & Dewi, K. S. (2020). Heuristik dan adaptasi strategis UMKM dalam menghadapi keterbatasan sumber daya: Studi kasus di Bali. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Indonesia*, 8(2), 77-89.
- Suryani, I., Jannah, W., & Aisyah, S. (2025). Pembuat keputusan dalam organisasi. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan*, 1(4), 168-174. ITTC Indonesia.
- Wenas, F., Lumenta, A. S., & Pangemanan, S. E. (2021). Analisis sentimen media sosial sebagai pendukung pengambilan keputusan berbasis bukti dalam strategi pemasaran. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 11(2), 201-210.
- Wijaya, R., & Hassan, M. (2023). Intuisi manajerial dalam ekspansi pasar internasional: Studi kasus perusahaan logistik nasional di ASEAN. *Jurnal Strategi Bisnis Asia Tenggara*, 7(1), 34-48.