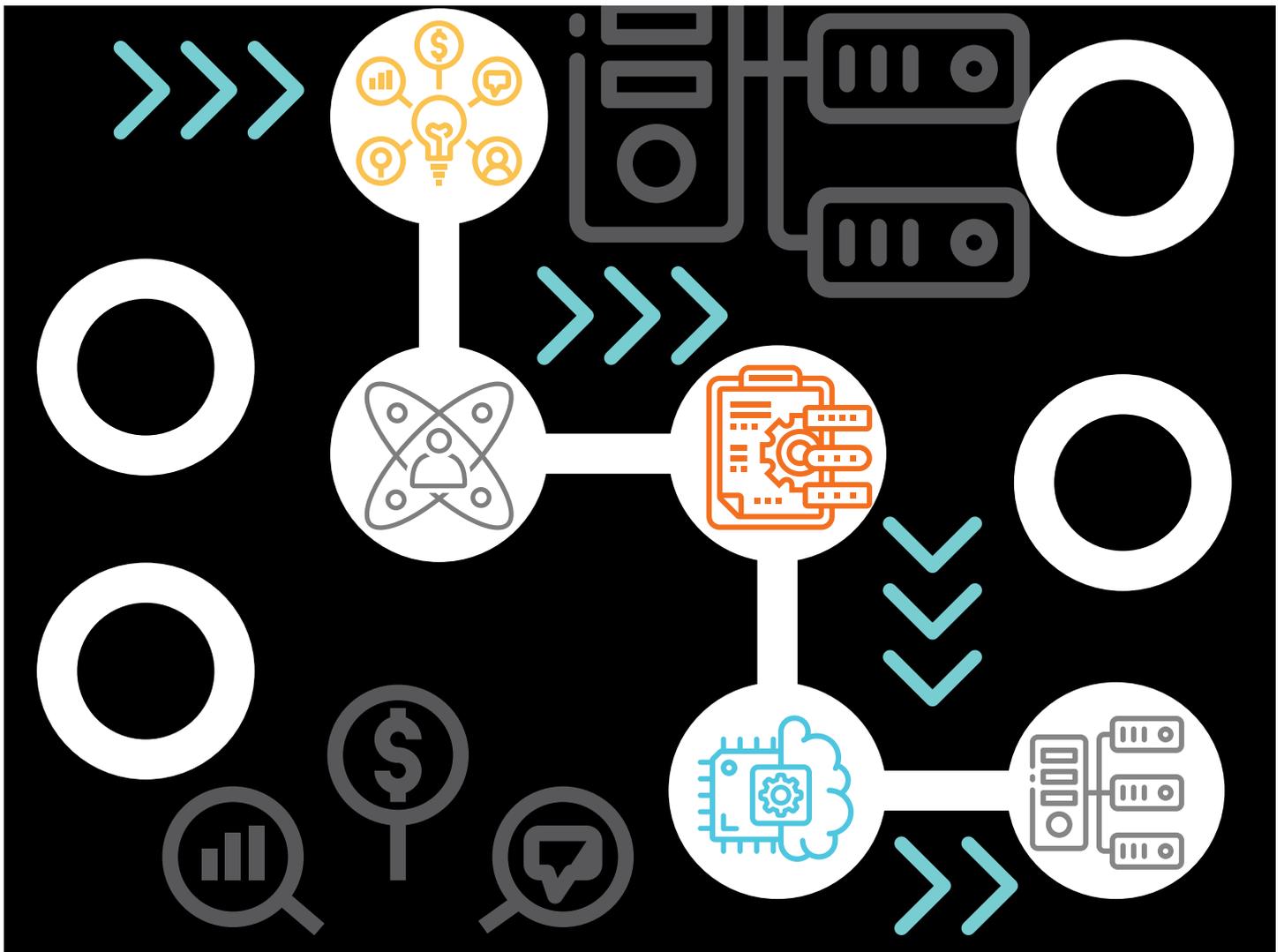


Proses untuk menyimpan, mengatur, mengakses, dan bertindak berdasarkan kumpulan data yang sangat besar dapat menjadi sangat rumit, tetapi proses tersebut sangat penting untuk memandu keputusan yang mendorong pertumbuhan bisnis.

Di masa-masa yang tidak terduga, strategi data sangatlah penting



Dalam waktu lebih dari 18 bulan setelah merebaknya pandemi virus corona 2020, sudah jelas bahwa kemampuan untuk membuat keputusan yang cepat berdasarkan data berkualitas tinggi menjadi sangat penting untuk kesuksesan bisnis. Dalam lanskap yang semakin kompetitif dan terus berubah, perusahaan harus cukup tangkas untuk mengatasi tantangan yang terus-menerus terjadi, mulai dari pemangkasan biaya dan masalah rantai pasokan hingga pengembangan produk dan pergeseran pasar. Para pemimpin dan ahli teknologi berpendapat bahwa hal yang sangat penting agar dapat bertahan setelah pandemi adalah mengembangkan strategi data jangka panjang. Hal tersebut akan memberikan landasan yang kuat dan visi yang jelas yang mendukung kemampuan organisasi untuk mengelola, mengakses, menganalisis, dan bertindak berdasarkan datanya dalam skala besar untuk memandu keputusan bisnis strategis.

“Ini adalah proses berkelanjutan untuk mengirimkan data tepercaya kepada orang yang tepat dengan cara yang bebas kendala,” kata Jonathan Lutz, Direktur Teknologi (*Director of Technology*) di Aquiline Capital Partners, perusahaan ekuitas swasta di New York. Ia menjelaskan bahwa strategi data yang tepat sangat penting, terutama ketika sebuah organisasi mulai menskalakan upayanya. “Ada titik infleksi ketika proses manual tidak lagi dapat dipertahankan atau dilanjutkan,” katanya.

Poin penting

- 1 Sebuah survei baru terhadap pemimpin bisnis menunjukkan bahwa organisasi dari berbagai ukuran dan industri tahu bahwa mereka perlu menerapkan pendekatan yang didorong data untuk berkembang dalam ekonomi digital yang kompetitif yang muncul setelah pandemi virus corona 2020.
- 2 Teknologi seperti komputasi *cloud*, analitik, dan kecerdasan buatan mendorong upaya untuk mendapatkan nilai yang lebih besar dari data, dengan pengambilan keputusan yang lebih cerdas sebagai manfaat yang paling banyak diharapkan.
- 3 Meskipun telah mengakui pentingnya kekuatan data untuk mentransformasikan bisnis, sebagian besar organisasi tertinggal dalam menerapkan strategi data – rencana komprehensif untuk mengelola, mengakses, menganalisis, dan bertindak berdasarkan data.

Sebuah survei global terhadap 357 eksekutif bisnis, yang dilakukan oleh MIT Technology Review Insights dan Amazon Web Services, menunjukkan bahwa organisasi dari berbagai ukuran dan industri memahami betapa pentingnya menerapkan pendekatan yang didorong data. Yang terpenting, mereka telah mengetahui bahwa strategi data yang kondusif dan sukses tidak dapat diwujudkan tanpa perencanaan.

Tentang laporan ini

Berdasarkan kombinasi penelitian survei dan wawancara eksekutif yang mendalam, laporan ini menelusuri bagaimana organisasi saat ini menggunakan data untuk mendorong nilai bisnis. Laporan ini disponsori oleh Amazon Web Services, dan pandangan yang diungkapkan di dalamnya adalah pandangan dari MIT Technology Review Insights, yang secara editorial independen.

- Pada bulan Juni dan Juli 2021, MIT Technology Review Insights menyurvei 357 pemimpin bisnis senior dan akademisi – 54% di antaranya adalah eksekutif atau direktur tingkat C.
- Eksekutif yang mengikuti survei ini berasal dari Asia Pasifik (29%), Eropa (30%), dan Amerika Utara (36%).
- Para responden bekerja di lebih dari belasan industri; IT dan telekomunikasi, dengan porsi sebesar 23%, merupakan kelompok respons terbesar, yang diikuti oleh jasa keuangan, sebesar 10%; farmasi/pemeliharaan kesehatan dan pendidikan, masing-masing sekitar 9%; dan jasa profesional, sebesar 8%.
- Para responden ditanyai tentang kematangan strategi data perusahaan mereka, prioritas mereka, dan nilai bisnis yang mereka harapkan dari data.

Nilai data adalah prioritas utama

Jangka waktu satu setengah tahun terakhir telah memberikan efek disruptif terhadap bisnis di seluruh industri, sebagian besar karena pandemi. *Lockdown* awal pada bulan Maret 2020 membuat banyak perusahaan harus beradaptasi untuk menyiapkan tenaga kerja jarak jauh sembari juga mengikuti perubahan drastis dalam perilaku konsumen dan permintaan pasar.

Kabar baiknya adalah, bahkan selama krisis yang luas biasa ini, sejumlah besar organisasi terus tumbuh. Faktanya, hampir setengah responden survei ini (45%) menyebut karakter perusahaan mereka sebagai “berkembang”, dan mengatakan bahwa mereka telah berhasil mendorong pertumbuhan bisnis selama 18 bulan terakhir (lihat Gambar 1).

Namun, tidak mengherankan bahwa setelah periode yang penuh tantangan tersebut, banyak organisasi lain hanya dapat sekadar bertahan atau mencoba bertahan: sisa 55% perusahaan yang disurvei mampu mempertahankan upaya bisnis mereka, yaitu menjalankan bisnis mereka pada tingkat normal, atau minimal tidak gulung tikar.

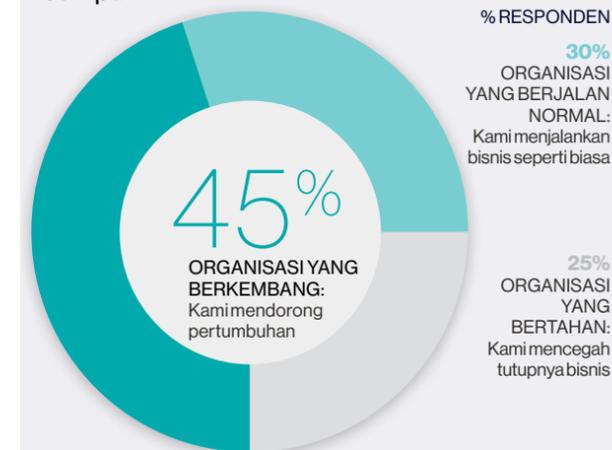
Namun, apakah organisasi berkembang, berjalan normal, atau hanya bertahan, tidak diragukan lagi bahwa kekuatan data adalah prioritas utama bagi semua bisnis yang ingin sukses. Di dunia digital saat ini, perusahaan mengumpulkan atau memiliki akses ke sejumlah besar data. Berkat teknologi seperti komputasi *cloud*, analitik, dan kecerdasan buatan (AI), mereka juga dapat menyimpan, memproses, menganalisis, dan memanfaatkan kumpulan data ini untuk digunakan, dengan cara yang bermakna, demi meningkatkan hasil bisnis.



Lockdown awal di tengah pandemi virus corona 2020 membuat banyak perusahaan harus beradaptasi untuk menyiapkan tenaga kerja jarak jauh.

Gambar 1 Berkembang dan bertahan

Hampir setengah dari semua organisasi berhasil berkembang selama 18 bulan yang penuh gejolak, sementara 55% lainnya dapat mempertahankan bisnisnya atau mencegahnya dari pailit.



Sumber: Survei MIT Technology Review Insights terhadap 357 pemimpin bisnis dan pembuat keputusan, Juli 2021

Gambar 2 Nilai yang diharapkan dari data

Sebagian besar responden ingin menggunakan data untuk membuat keputusan yang lebih baik; mereka juga berharap untuk lebih mengenal pelanggan mereka dan memberikan produk yang lebih berkualitas.



Sumber: Survei MIT Technology Review Insights terhadap 357 pemimpin bisnis dan pembuat keputusan, Juli 2021

Hasilnya, ada banyak kemungkinan untuk mendapatkan nilai bisnis dari set data yang besar. Menurut survei ini, nilai paling umum yang diharapkan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan adalah pengambilan keputusan yang lebih cerdas (79%) (lihat Gambar 2). Mereka juga ingin lebih memahami pelanggan dan tren industri (61%), memberikan layanan dan produk yang lebih baik (42%), serta menerapkan operasi internal yang lebih efisien (33%).

Perusahaan juga mendapat pelajaran berharga tentang pentingnya data saat mereka kesulitan untuk tetap kompetitif selama pandemi. Sekitar empat dari 10 responden survei, misalnya, melaporkan bahwa mereka perlu melihat lebih banyak sumber data, termasuk informasi demografis, geospasial, dan pesaing. Lebih dari sepertiganya (37%) sedang mengevaluasi *machine learning* dan analitik – teknologi yang sangat penting untuk mengekstrak wawasan berharga dari data mereka. Sebanyak 34% lainnya membutuhkan bantuan untuk bertindak berdasarkan sejumlah besar data yang mereka kumpulkan dan proses.

Bagi Thermo Fisher Scientific, perusahaan bioteknologi AS dengan lebih dari 80.000 karyawan di 50 negara, agar dapat berkembang dalam lanskap ilmu hayati yang kompetitif saat ini, mereka harus membantu pelanggan mempercepat penelitian, memecahkan tantangan analitis yang kompleks, meningkatkan diagnostik pasien, dan menambah produktivitas laboratorium. Melalui platform yang dapat diskalakan dan aman yang memungkinkan peneliti dan ilmuwan berkolaborasi, melakukan penelitian, serta meningkatkan perawatan medis, “kami membantu pelanggan kami menjadikan dunia lebih sehat, lebih bersih, dan lebih aman,” kata Mikael Graindorge, Manajer Senior Analitik dan Wawasan Komersial (*Senior Manager of Commercial Analytics and Insight*) di Thermo Fisher. Ia menjelaskan bahwa perusahaannya ingin memberikan

“Anda dapat melihat jarak antara perusahaan yang bergerak cepat dan mendorong perubahan dalam perjalanan menuju strategi data yang sukses dibandingkan dengan perusahaan yang tertinggal.”

Ishit Vachhrajani, Ahli Strategi Korporasi (*Enterprise Strategist*), Amazon Web Services



layanan dan produk terbaik serta cara terbaik bagi pelanggan untuk menyelesaikan penelitian ilmiah mereka secara efisien. “Namun untuk melakukannya, kami membutuhkan lebih banyak data, yang berarti lebih banyak kompleksitas, sehingga kami perlu memperluas investasi ilmu data kami untuk terus berinovasi bagi pelanggan.”

Strategi data adalah landasan yang penting

Pada masa kini, pendekatan yang didorong data dapat diterapkan oleh setiap organisasi, kata Ishit Vachhrajani, Ahli Strategi Korporasi (*Enterprise Strategist*) di penyedia cloud Amazon Web Services. Namun prosesnya tidak dapat terjadi dalam waktu singkat: memiliki strategi data yang efektif, katanya, sangat penting untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dan mendorong pertumbuhan.

“Strategi data adalah kebutuhan pokok di dunia saat ini,” kata Vachhrajani. “Anda dapat melihat jarak antara perusahaan yang bergerak cepat dan mendorong perubahan dalam perjalanan menuju strategi data yang sukses dibandingkan dengan perusahaan yang tertinggal.”



Meskipun demikian, Vachhrajani mengakui bahwa walaupun perusahaan-perusahaan menyadari bahwa mereka membutuhkan strategi data dan telah memulai upaya berkelanjutan untuk menciptakan landasan yang didorong data secara tepat, sebagian besar di antaranya belum dapat menunjukkan upaya strategi data yang matang. Mereka mungkin berhasil mewujudkan kekuatan data untuk beberapa lini bisnis dan produk, tetapi sebagian perubahan yang lebih besar akan sulit dilakukan, terutama upaya budaya seperti mendapatkan dukungan dari kepemimpinan dan berinvestasi dalam memodernisasikan infrastruktur teknologi. “Dibutuhkan komitmen besar dari kepemimpinan untuk mendorong perubahan tersebut,” kata Vachhrajani.

Gambaran umum yang kompleks tersebut mencerminkan hasil survei ini. Hanya 29% responden yang mengatakan bahwa mereka memiliki strategi data yang matang – proses yang mapan untuk mengumpulkan dan mengakses data serta menggunakan data, analitik, dan *machine learning* untuk membuat keputusan yang lebih cerdas dan meningkatkan proses internal (lihat Gambar 3). Hampir sepertiga responden (31%) mengatakan bahwa mereka memiliki strategi data, tetapi kesenjangan dalam pelaksanaannya mencegah mereka mendapatkan nilai maksimal dari data.

Tantangan strategi data dalam skala besar

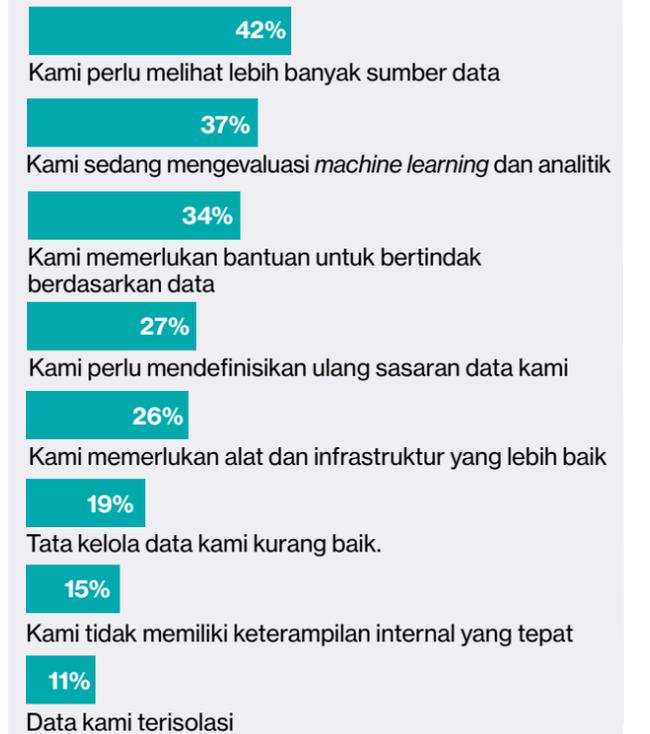
Perjalanan untuk menjadi organisasi yang didorong data sering kali panjang dan berliku. Sebagian besar responden survei melaporkan bahwa mereka menghadapi berbagai kendala selama satu setengah tahun terakhir dalam hal penerapan strategi data yang sukses dalam skala besar. Mereka juga mempelajari beberapa wawasan tentang hal yang diperlukan untuk mendapatkan hasil maksimal dari data mereka.

43%

dari organisasi yang “berkembang” mengatakan bahwa mereka sudah memiliki strategi data yang matang – proses untuk mengelola, mengakses, menganalisis, dan bertindak berdasarkan data.

Gambar 4
Wawasan data

Dalam satu setengah tahun terakhir, organisasi telah banyak belajar tentang data mereka. Sebagian besar responden membutuhkan keragaman sumber data yang lebih luas.



Sumber: Survei MIT Technology Review Insights terhadap 357 pemimpin bisnis dan pembuat keputusan, Juli 2021

“Kami menghabiskan banyak waktu selama 18 bulan terakhir untuk merombak dan mengganti sistem lama atau menerapkan sistem di tempat yang belum memilikinya.”

Jonathan Lutz, Direktur Teknologi (*Director of Technology*), Aquiline Capital Partners



Tantangan yang paling umum adalah mencari tahu cara mengembangkan perspektif bisnis yang lebih holistik. Untuk 42% responden, lebih banyak sumber data, termasuk informasi demografis, pesaing, dan geospasial, diperlukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik dan lebih luas tentang semua aspek organisasi mereka (lihat Gambar 4).

Bertindak berdasarkan set data besar juga merupakan tantangan yang berkembang. Lebih dari sepertiga (34%) responden mengatakan bahwa mereka telah mengumpulkan dan memproses banyak data, tetapi membutuhkan bantuan untuk bertindak berdasarkan data tersebut guna mendapatkan wawasan yang bermanfaat. Selain itu, lebih dari seperempat responden mengatakan bahwa mereka membutuhkan alat dan infrastruktur yang lebih baik untuk penyimpanan data dan analitik.

Menurut Vachhrajani, sebagian besar tantangan ini berasal dari kendala budaya dalam suatu organisasi. “Kami banyak berbicara tentang teknologi, tetapi satu masalah yang kami dengar dari para pemimpin adalah adanya hambatan akibat pengambilan keputusan berdasarkan HIPPO yang terlalu terpusat,” katanya, sambil menggunakan akronim untuk “Highest-Paid-Person’s Opinion”. Silo organisasi, jelasnya, sering dirancang untuk melindungi data, bukan memudahkan akses data. Struktur tata kelola yang kuno juga dapat menjauhkan tim yang memahami dan memproses data dari pekerja garis depan yang membuat keputusan setiap hari dan berinteraksi dengan pelanggan.

Namun secara umum, perusahaan yang tangkas dan sudah memodernisasikan tumpukan teknologi mereka sebelum pandemi akan berada pada posisi yang jauh lebih baik untuk merespons hal yang tidak terduga di sebuah masa ketika organisasi dituntut untuk beradaptasi dengan cepat.

Misalnya, responden survei yang mengidentifikasi perusahaan mereka sebagai “berkembang” lebih cenderung berada jauh di depan pada jalur modernisasi: 43% di antaranya mengatakan bahwa mereka sudah

memiliki strategi data modern. Thermo Fisher sedang dalam proses untuk menggunakan *machine learning* dan AI guna menafsirkan data dengan cepat dan membantu memprediksi kebutuhan pelanggan. “Selama lima tahun terakhir, sejak kami meninggalkan metode analitik tradisional, kami telah tumbuh sebesar 500% dan berhasil mewujudkan percepatan besar-besaran dalam hal kemampuan ilmu data kami,” kata Graindorge dari Thermo Fisher. “Kami melakukannya dengan menyediakan infrastruktur yang dapat diskalakan dan fleksibel, yang menawarkan prediksi yang lebih baik bagi bisnis kami dan pelanggan terkait kebutuhan ilmiah mereka.”

Gambar 5 Daftar tugas data

Meningkatkan investasi teknologi adalah tujuan utama bagi hampir setengah jumlah responden.

% RESPONDEN

34% Merekrut atau melatih karyawan dalam keterampilan yang dibutuhkan

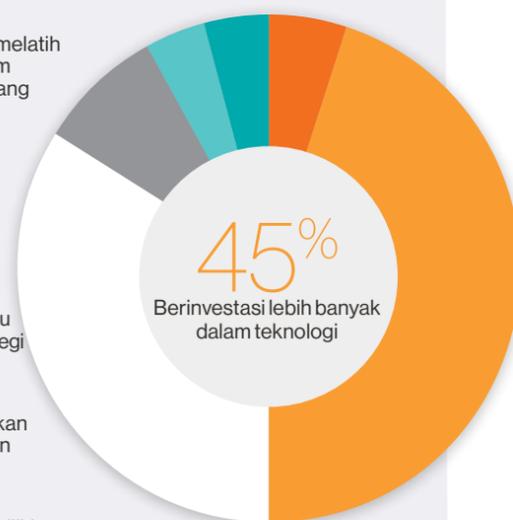
8% Mencari tahu dari mana harus memulai

4% Menggunakan jasa vendor untuk membantu memimpin strategi data

4% Mengalihkan manajemen dan analitik data

5% Kami tidak memiliki rencana

Sumber: Survei MIT Technology Review Insights terhadap 357 pemimpin bisnis dan pembuat keputusan, Juli 2021



Di sisi lain, menurut survei ini, sebagian besar organisasi yang “berjalan normal” dan “bertahan” tetap tertinggal jauh dalam hal sasaran strategi data: mereka lebih cenderung memiliki strategi data dengan kesenjangan dalam pelaksanaan yang mencegah mereka mendapatkan nilai maksimal dari data mereka, berada pada tahap awal penerapan strategi data, atau belum memiliki strategi data sama sekali.

Pandemi, kata Vachhrajani, telah menyingkap kesenjangan tersebut dan menunjukkan pendekatan yang didorong data sebagai tantangan paling utama. “Banyak perusahaan masih memiliki banyak ketertinggalan teknis, dengan basis data dan teknologi lama yang gagal mereka modernkan,” jelasnya.

Prioritas strategi data

Saat organisasi merencanakan tahun depan, sebagian besar di antaranya menyadari bahwa menerapkan strategi data yang kuat, yang didukung oleh *cloud*, analitik, dan teknologi berbasis AI yang tepat adalah kuncinya. Sejauh ini, prioritas terbesar bagi responden survei adalah meningkatkan investasi teknologi, termasuk dalam *machine learning* dan AI. Faktanya, 45% dari seluruh responden mengatakan bahwa berinvestasi dalam teknologi adalah prioritas nomor satu mereka (lihat Gambar 5).

Untuk responden dalam kelompok “berkembang”, angka tersebut melonjak lebih tinggi lagi: lebih dari setengahnya (57%) mengatakan bahwa investasi teknologi adalah prioritas utama seiring mereka terus memantapkan strategi data mereka.

Itu berlaku untuk Aquiline, yang telah menjadikan investasi dan penerapan teknologi sebagai upaya inti. “Kami menghabiskan banyak waktu selama 18 bulan terakhir untuk merombak dan mengganti sistem lama atau menerapkan sistem di tempat yang belum memilikinya,” kata Lutz. “Kemudian kami berupaya memastikan data dari sistem tersebut berkualitas tinggi dan disertifikasi.” Perusahaan bekerja dengan tekun untuk menjadikan *output* data sebagai “sumber utama

data tepercaya, yang tersedia bagi orang-orang yang membutuhkannya,” jelasnya.

Prioritas utama lainnya bagi perusahaan di setiap tahap perjalanan strategi data adalah merekrut dan melatih karyawan dalam keterampilan yang berfokus pada data yang diperlukan. Seperti tiga responden yang “berkembang” memiliki prioritas utama untuk menemukan dan mempertahankan bakat yang tepat.

Beberapa perusahaan siap melatih karyawan yang memiliki *soft skill* yang tepat: “Kami mencari orang-orang yang memiliki keingintahuan yang dapat belajar secara mandiri untuk memecahkan masalah dan sangat memahami kebutuhan bisnis,” kata Graindorge. “Namun, pelatihan juga penting. Anda membutuhkan orang-orang yang dapat beradaptasi dengan lingkungan mereka, yang dapat dilatih dan diberi alat yang tepat, lalu disediakan ruang untuk berlatih, gagal, dan sukses.”

Secara keseluruhan, perusahaan yang telah berkembang selama setahun terakhir memiliki kepemimpinan yang mendukung investasi signifikan pada sumber daya manusia dan teknologi untuk membangun strategi data yang berhasil, kata Vachhrajani. “Mereka berinvestasi dalam membangun keterampilan di perusahaan secara keseluruhan, tidak hanya dalam teknologi atau fungsi data, dan mereka juga berinvestasi dalam mengadopsi teknologi seperti *cloud* dalam skala besar di perusahaan secara keseluruhan.”

Organisasi sukses yang mengutamakan teknologi juga menyadari bahwa setiap produk dan aplikasi akan segera dilengkapi dengan *machine learning*. Vachhrajani menjelaskan, sehingga mereka tidak hanya berinvestasi dalam *machine learning* dan AI, tetapi juga menambah keterampilan dan merekrut karyawan yang dapat membantu melakukan *deployment* teknologi dalam skala besar. “Yang terpenting adalah berupaya mengidentifikasi bagaimana *machine learning* dapat membantu mereka memecahkan masalah dengan lebih baik di setiap area bisnis mereka,” katanya.



“Orang-orang lupa bahwa input data sering kali berantakan dan membutuhkan waktu untuk dibersihkan dan ditata.”

Mikael Graindorge, Manajer Senior, Analitik dan Wawasan Komersial (*Senior Manager, Commercial Analytics and Insight*), Thermo Fisher

Langkah-langkah menuju kesuksesan strategi data

Secara umum, penerapan strategi data yang sukses memerlukan upaya semua pihak, kata Lutz, yang menambahkan bahwa sokongan yang kuat dari kepemimpinan dan dukungan di organisasi secara keseluruhan adalah hal yang paling utama. Kemudian, tantangan yang mendasar seperti mendefinisikan set data serta membangun dan memelihara proses data akan terjadi secara berkelanjutan.

Graindorge menyebutkan bahwa lebih mudah untuk memilih vendor yang membantu mengumpulkan data daripada mencari tahu bagaimana Anda akan menganalisis dan mengumpulkan wawasan dari data tersebut. “Orang-orang lupa bahwa input data sering kali berantakan dan membutuhkan waktu untuk dibersihkan dan ditata,” katanya. “Hal tersebut akhirnya akan menyingkap sebuah kesenjangan, sehingga organisasi perlu meluangkan waktu dan memahami konsekuensi dari keputusan mereka.”

Secara umum, pembuatan strategi untuk mengambil keputusan yang lebih baik dan mendapatkan lebih banyak nilai dari data memiliki aspek terpenting, yaitu memulai prosesnya. “Kabar baiknya adalah Anda sepenuhnya dapat memulai perubahan ini besok,” kata Vachhrajani. “Tidak ada kata terlambat untuk berganti jalur ke arah yang benar, menciptakan landasan, dan benar-benar mulai mendorong perubahan.”

Jika kita tidak memulai proses ini, konsekuensinya akan signifikan. Tanpa strategi data yang kuat, organisasi tidak akan memiliki ketangkasan, sehingga kehilangan kemampuan untuk merespons kejadian yang tidak terduga, seperti pandemi. “Ada begitu banyak hal yang tidak diketahui, begitu banyak peluang yang bisa hilang,” kata Vachhrajani. “Strategi data yang mapan akan memungkinkan setiap orang di perusahaan menggunakan data secara efektif, tidak hanya untuk keputusan besar yang sangat penting, tetapi juga keputusan sehari-hari di garis depan.”

“In unpredictable times, a data strategy is key” adalah laporan pengarahan eksekutif oleh MIT Technology Review Insights. Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua peserta serta sponsor, Amazon Web Services. MIT Technology Review Insights telah mengumpulkan dan melaporkan semua temuan yang terkandung dalam laporan ini secara independen, terlepas dari partisipasi atau sponsor. Jason Sparapani, Sonia Rubeck, dan Laurel Ruma adalah editor laporan ini, serta Nicola Crepaldi adalah penerbitnya.

Tentang MIT Technology Review Insights

MIT Technology Review Insights adalah divisi penerbitan khusus dari MIT Technology Review, majalah tertua di dunia dalam bidang teknologi, yang didukung oleh lembaga teknologi terkemuka di dunia – divisi ini mengadakan acara langsung dan penelitian tentang tantangan teknologi dan bisnis terkemuka di masa kini. Insights melakukan penelitian dan analisis kualitatif dan kuantitatif di AS dan luar negeri serta menerbitkan berbagai konten, termasuk artikel, laporan, infografik, video, dan *podcast*. Melalui MIT Technology Review Global Insights Panel yang berkembang, Insights memiliki akses paling eksklusif ke para eksekutif tingkat senior, inovator, dan pengusaha di seluruh dunia untuk survei dan wawancara mendalam.

Dari sponsor

Kehadiran *cloud* memicu generasi yang berinovasi kembali, dan sekarang gelombang inovasi kembali berikutnya akan didorong oleh data. Pemimpin harus dapat mengandalkan data untuk membuat keputusan yang matang, memperkirakan hal yang akan terjadi, dan mengambil tindakan yang bermakna. Jadi, membangun strategi data sangat penting bagi organisasi yang ingin tetap relevan sekarang dan di masa depan.

AWS menyediakan layanan paling komprehensif dan hemat biaya untuk data, analitik, dan *machine learning*. Dengan AWS, organisasi dapat memodernisasikan infrastruktur data mereka bersama penyedia *cloud* yang paling dapat diskalakan, tepercaya, dan aman, menyatukan silo data mereka dengan akses data yang aman dan terkelola dengan baik di seluruh danau data dan penyimpanan data yang dibuat khusus, serta membangun pengalaman baru dan merombak proses lama dengan AI dan *machine learning*. AWS telah membantu banyak pelanggan memodernisasikan strategi data mereka dengan puluhan ribu danau data di AWS, lebih dari 450.000 basis data yang dimigrasikan dari *on-premise* ke AWS, dan lebih dari seratus ribu pelanggan yang menggunakan AWS untuk AI dan *machine learning*.

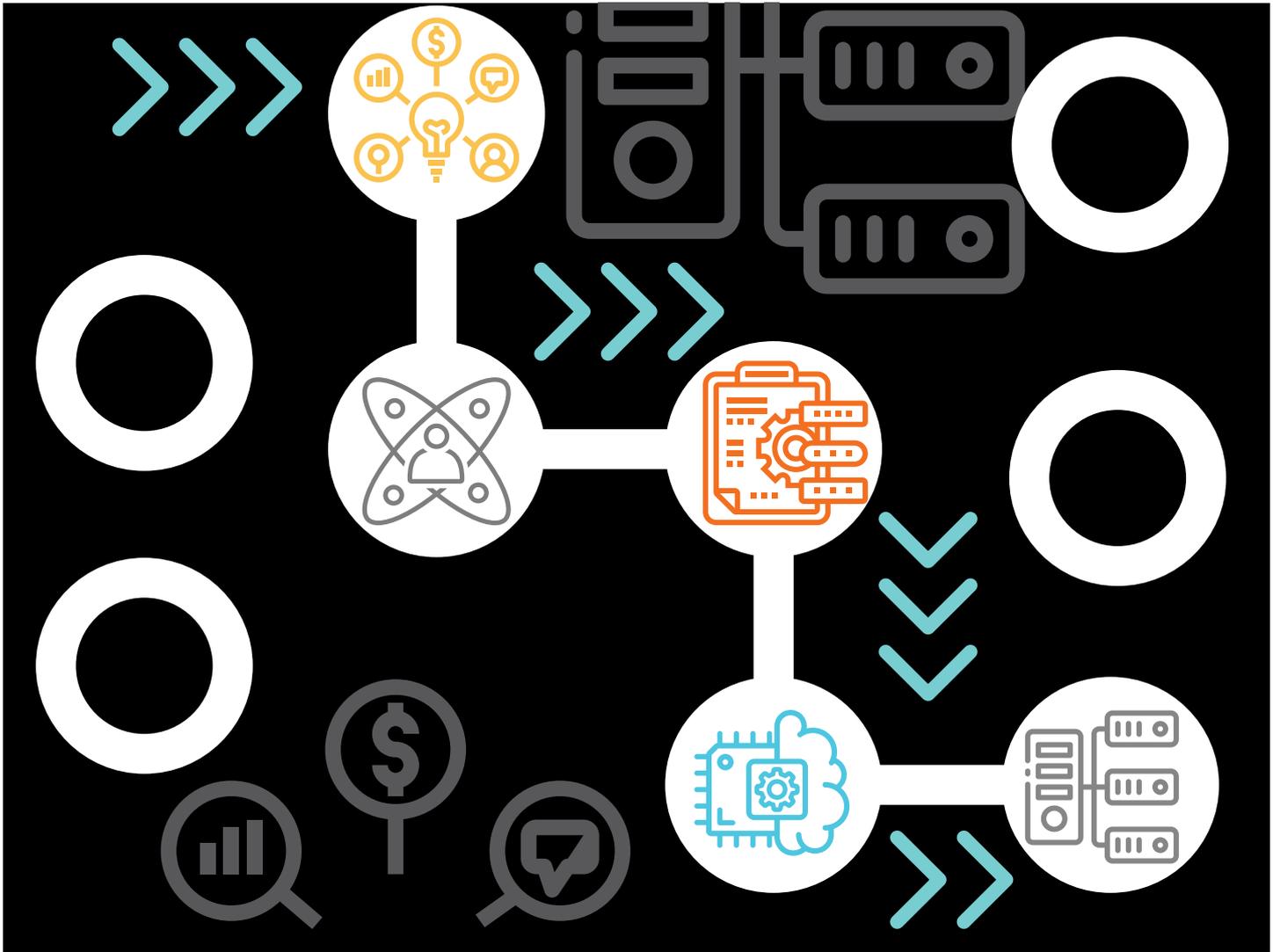


Ilustrasi

Desain sampul dari The Noun Project, ilustrasi spot dari The Noun Project.

Meskipun segala upaya telah dilakukan untuk memverifikasi keakuratan informasi ini, MIT Technology Review Insights tidak dapat memegang tanggung jawab atau kewajiban apa pun atas kepercayaan pihak mana pun terhadap laporan ini atau informasi, pendapat, atau kesimpulan apa pun yang diuraikan dalam laporan ini.

© Hak Cipta MIT Technology Review Insights, 2021. Semua hak cipta dilindungi undang-undang.



MIT Technology Review Insights

 www.technologyreview.com

 @techreview @mit_insights

 insights@technologyreview.com