



BAB 1
PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN



1.1. Latar Belakang

Menghadapi persaingan di era globalisasi yang semakin kompetitif, krisis ekonomi yang melanda dunia sejak tahun 1997, dan pemberlakuan *Free Trade Area* (FTA) negara-negara ASEAN mulai 1 Januari 2010, membuat banyak perusahaan manufaktur di Indonesia memanfaatkan sistem teknologi informasi (STI) untuk menekan biaya produksi (efisiensi), meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, serta meningkatkan daya saing perusahaan. Hal ini terbukti dari besarnya investasi STI yang dilakukan perusahaan manufaktur di Indonesia. Berdasarkan riset *International Data Corporation* (IDC) yang dikutip dari berita DetikINET (Mei, 2010), pada tahun 2009 belanja STI sektor manufaktur di Indonesia telah mencapai 646,5 juta dolar Amerika Serikat (US\$) dan meningkat menjadi 742,78 juta US\$ pada tahun 2010. Menurut berita Antara (September, 2008) IDC memprediksi peningkatan sebesar 9% atau 890 US\$ pada tahun 2012.

Hasil riset IDC tersebut telah membuktikan meningkatnya kesadaran akan penerapan STI oleh manufaktur di Indonesia. Namun demikian, indikasi tersebut tidak menjamin bahwa pemanfaatan STI perusahaan manufaktur Indonesia sudah maksimal. Isu yang berkembang menyatakan masih banyaknya kekecewaan penggunaan STI di perusahaan Indonesia karena dengan investasi yang besar tetap tidak memberikan keuntungan ekonomis yang memadai. Hal tersebut disebabkan sebagian besar perusahaan di Indonesia menggunakan STI hanya berorientasi pada peningkatan efisiensi dan produktivitas, dan hanya sebagian kecil yang sudah mengarah pada peningkatan efektifitas manajemen dalam pengambilan

keputusan (Amir, 2007). Untuk itu perusahaan disarankan memformulasikan strategi penerapan STI yang diselaraskan dengan strategi bisnis perusahaan untuk memberi dampak peningkatan daya saing dan kinerja perusahaan (Setiyadi, 2010). Keselarasan strategi STI dan bisnis belum menjadi perhatian utama para manajer perusahaan. Dengan demikian keselarasan strategik merupakan isu menarik dalam bisnis untuk diteliti di Indonesia (Iman dan Jogiyanto, 2006).

Pemanfaatan STI oleh perusahaan untuk memperoleh daya saing guna mencapai kinerja bisnis perusahaan sudah dilakukan secara luas sejak beberapa dekade. Hasil studi empiris yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan atas penerapan STI terhadap kinerja perusahaan dilakukan oleh Harris dan Katz (1991), Alpar dan Kim (1990), Rai, *et al.* (1997), Newman dan Kozar (1994), dan Mukhopadhyay, *et al.* (1995). Namun Rivard, *et al.* (2006) dalam studinya menemukan penggunaan STI gagal meningkatkan daya saing perusahaan dan gagal menempatkan perusahaan pada posisi strategik dalam pasar (*market*). Studi-studi lain yang menemukan pengaruh negatif penerapan STI terhadap kinerja perusahaan dilakukan oleh Berndt, *et al.* (1992), Brynjolfsson dan Hitt (2000), Davern dan Kauffman (2000), serta Zhang dan Lado (2001). Hasil studi-studi empiris tersebut telah menunjukkan bahwa penerapan STI tidak selalu berhasil meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan.

Untuk meminimalisasi kegagalan atau menjamin keberhasilan penerapan STI dalam meningkatkan daya saing perusahaan maka STI harus merubah perannya dari peran efisiensi dan efektifitas menjadi peran strategik (Jogiyanto, 2005). Dengan peranan strategik, penerapan STI dapat membantu perusahaan merubah struktur industri dengan menciptakan *barrier to entry* dan aliansi jaringan dengan *supplier* dan *customer* (Porter dan Millar, 1985) dan menerapkan

strategi *cost leadership*, *differentiation*, dan *market focus* (Porter, 1992). Namun, kenyataan menunjukkan bahwa untuk memperoleh dampak penerapan STI, tidak cukup hanya dengan merubah peran STI menjadi strategik. Hal ini diperlihatkan studi yang dilakukan oleh Byrd, *et al.* (2006), Henderson dan Venkatraman (1999), dan Clemons dan Row (1991) yang menunjukkan bahwa strategi STI tidak bisa diterapkan berdiri sendiri, tetapi harus diselaraskan dengan strategi bisnis untuk memaksimalkan dampak strategik penerapan STI terhadap kinerja bisnis perusahaan.

Strategi STI didefinisikan Lederer dan Sethi (1988) sebagai suatu proses pengidentifikasian aplikasi potensial yang perlu diimplementasikan untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan Doherty, *et al.* (1999) dalam studinya mendefinisikan strategi STI sebagai proses mengidentifikasi *portfolio* implementasi aplikasi berbasis komputer, termasuk upaya menyelaraskannya dengan strategi perusahaan dan menciptakan keunggulan dari pesaing-pesaingnya. Berdasarkan kedua definisi tersebut, terlihat jelas bahwa strategi STI merupakan proses penerapan STI yang mendukung dan menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan secara keseluruhan. Tujuan inti dari pengembangan strategi STI adalah untuk meyakinkan bahwa investasi STI memberikan nilai atau benefit yang optimal bagi perusahaan (Lederer dan Sethi, 1988). Strategi STI dianggap sebagai penggunaan kekuatan-kekuatan STI sebagai senjata kompetitif untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan. Strategi STI juga memungkinkan fungsi-fungsi STI memberikan kontribusi optimal untuk meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis perusahaan. Hal tersebut dapat dicapai melalui penyelarasan strategi STI dengan strategi bisnis agar STI dapat berperan dalam meningkatkan keseluruhan keuntungan, produktivitas, dan memiliki ketangguhan perusahaan dalam

menghadapi persaingan (Teo dan King, 1997). Penelitian-penelitian yang membuktikan bahwa strategi STI yang diimplementasikan selaras dengan strategi bisnis menjadikan investasi STI menjadi optimal dan berdampak signifikan terhadap kemajuan bisnis perusahaan dilakukan antara lain oleh Parsons (1984), Chan, *et al.* (1997), Henderson dan Venkatraman (1999), Hirschheim dan Sabherwal (2001), Kearns dan Sabherwal (2006), dan Nevo dan Wade (2010). Dengan demikian, untuk meningkatkan kinerja bisnis perusahaan, maka strategi STI tidak dapat diterapkan berdiri sendiri, tetapi harus diselaraskan dengan strategi bisnis. Keselarasan strategi STI dan strategi bisnis ini disebut sebagai keselarasan strategik.

Keselarasan strategik didefinisikan Premkumar dan King (1992) sebagai kesesuaian (*matching*) antara strategi STI dengan strategi bisnis. Keselarasan strategik terjadi apabila visi, misi, strategi, dan tujuan STI mendukung dan didukung visi, misi, strategi dan tujuan bisnis perusahaan (Lederer dan Mendelow, 1989; Reich dan Beinbasat, 2000; Hirschheim dan Sabherwal, 2001). Pentingnya keselarasan strategik bagi pencapaian kinerja perusahaan sudah lama disadari para manajer STI dan bisnis. Pada ajang 11th *Annual Critical Issues of Information System Management Study* yang digelar *Computer Science Corporation* pada tahun 1998, 72% dari 594 manajer STI yang hadir menyatakan keselarasan strategik sebagai perhatian utama mereka (Plowman, 1998). Kenyataan ini diperkuat hasil survei yang dilakukan Luftman dan Kempaiah (2008) yang menunjukkan bahwa keselarasan strategik STI dan bisnis menjadi isu utama para *Top Management* selama 25 tahun terakhir (sejak tahun 1980). Studi-studi empiris yang membuktikan bahwa keselarasan strategik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis perusahaan dilakukan oleh Chan, *et al.* (1997),

Henderson dan Venkatraman (1999), Hirschheim dan Sabherwal (2001), Kearns dan Sabherwal (2006), Ellitan (2007), dan Nevo dan Wade (2010). Studi-studi ini telah membuktikan bahwa perusahaan membutuhkan keselarasan strategik untuk dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan guna memenangkan persaingan yang semakin ketat.

Sayangnya, untuk mewujudkan keselarasan strategik, muncul berbagai hambatan, yaitu pertama, terdapat perbedaan orientasi yang mendasar antara pelaku bisnis dengan pelaku STI. Kedua, peningkatan kemampuan sistem dan pemrosesan data yang dirasakan perusahaan tidak sebanding dengan besarnya biaya investasi STI. Ketiga, terjadinya penolakan para staf akan STI karena keengganan untuk beralih menggunakan sistem baru (Gerstein dan Reisman, 1982). Keempat, ketidakpahaman manajemen senior akan manfaat dan potensi STI sehingga cenderung mengabaikan penggunaan STI, dan terakhir, komunikasi yang buruk antara bagian STI dan bagian bisnis perusahaan (Benjamin, *et al.*, 1984). Hambatan-hambatan tersebut berpotensi menimbulkan ketidakselarasan strategik yang mengakibatkan munculnya anggapan manajer bisnis ataupun *stake holder* bahwa STI hanyalah beban bukan sebagai pemampu (*enabler*) terciptanya strategi bisnis baru perusahaan. Luftman dan Brier (1999) dalam studinya menyatakan bahwa ketidakselarasan strategik dapat menyebabkan investasi STI menjadi sia-sia dan menimbulkan berbagai permasalahan lain yaitu, pertama, meningkatnya biaya investasi STI akibat investasi yang berlebihan. Kedua, penggunaan STI tidak optimal karena kurangnya sumber daya manusia yang mampu mengoperasikan STI yang terlanjur diimplementasikan. Ketiga, seiring perkembangan teknologi yang begitu pesat, STI yang diimplementasikan menjadi *out of date* sehingga membutuhkan biaya investasi baru untuk pembaharuan STI,

dan terakhir, STI yang tidak terintegrasi dengan sub sistem-sub sistem bisnis mengakibatkan STI tidak dapat mendukung penerapan strategi bisnis perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka perusahaan perlu meminimalisasikan hambatan-hambatan yang ada untuk dapat mencapai keselarasan strategik yang dibutuhkan. Mengacu pada hambatan-hambatan yang telah disebutkan tersebut, maka langkah yang dapat dilakukan untuk mencapai keselarasan strategik adalah meningkatkan komunikasi, koordinasi dan diskusi antara manajer STI dan manajer bisnis agar dapat meningkatkan pemahaman manajer STI akan strategi bisnis dan pemahaman manajer bisnis akan strategi STI. Luftman (1997) menyatakan bahwa frekuensi hubungan personal antara manajer STI dengan bisnis merupakan faktor utama yang memengaruhi keberhasilan keselarasan strategik. Rockart, *et al.* (1996) bahkan menyatakan bahwa komunikasi antara manajer STI dan manajer bisnis menjamin keberhasilan keselarasan strategi STI dan bisnis. Frekuensi komunikasi antara manajer STI dan manajer bisnis meningkatkan efektifitas implementasi aplikasi STI (Boynton, *et al.*, 1994) dan meningkatkan keterlibatan mereka untuk berbagi ide dan pengetahuan (Littlejohn, 1996). Studi empiris yang dilakukan oleh Clark, *et al.* (1987) dan Lind dan Zmud (1991) menunjukkan bahwa kontak dan komunikasi langsung antara manajer STI dan manajer bisnis meningkatkan kesepahaman diantara keduanya sehingga berpengaruh pada keberhasilan keselarasan strategik.

Untuk meningkatkan komunikasi, kerjasama dan berbagi pengetahuan dan kesepahaman antara manajer bisnis maupun manajer STI, maka keterlibatan para manajer dalam perencanaan strategik sangat dibutuhkan perusahaan untuk mencapai kesuksesan keselarasan strategik perusahaan (Earl dan Feeny, 2000; Chan, *et al.*, 1997, Almada dan Warsono, 2007). Yang dimaksud dengan

keterlibatan para manajer dalam perencanaan strategik yaitu keterlibatan manajer STI dalam perencanaan bisnis dan keterlibatan manajer bisnis dalam perencanaan STI baik keterlibatan secara moral (*involvement*) maupun secara fisik (*participation*). Keterlibatan manajer STI dalam perencanaan bisnis akan meningkatkan pemahaman tujuan bisnis sehingga dapat menghubungkan strategi STI dengan strategi bisnis perusahaan (Jones, *et al.*, 1995), sedangkan keterlibatan manajer bisnis dalam perencanaan STI dapat meningkatkan pemahaman manajer bisnis tentang STI beserta permasalahan yang dihadapi dalam setiap aktivitas rantai nilai perusahaan (Jarvenpaa dan Ives, 1991). Studi empiris yang dilakukan oleh Lederer dan Mendelow (1988), Javerpaa dan Ives (1991), Kearns dan Lederer (2001), Reich dan Benbasat (2000), Johnson dan Lederer (2005), serta Kearns dan Sabherwal (2006), membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara keterlibatan manajer STI dan bisnis terhadap keselarasan strategik. Keterlibatan strategik manajer STI dan manajer bisnis akan meningkatkan pemahaman kedua belah pihak tentang strategi STI dan strategi bisnis sehingga penerapan kedua strategi bisa sesuai (*fit*) melalui pemanfaatan STI secara optimal dalam merealisasi strategi bisnis yang telah ditetapkan.

Keterlibatan manajer STI dan manajer bisnis dapat meningkatkan komunikasi dan koordinasi diantara mereka sebelum mengambil keputusan strategik. Pengambilan keputusan strategik dapat terjadi setiap saat sesuai dengan perubahan lingkungan bisnis yang terjadi. Oleh karena itu, para manajer bisnis dituntut untuk dapat mengambil keputusan dengan cepat dan tepat. Jadi para manajer membutuhkan informasi yang akurat, relevan dan tepat waktu dalam setiap aktivitas rantai nilai untuk mendukung pengambilan keputusan strategik yang cepat dan tepat. Hal ini sesuai pernyataan Hodge (2003: 277) bahwa

keputusan strategik yang dibuat para manajer tanpa informasi yang tepat dan relevan bisa menjadi bencana bagi perusahaan. Untuk itu, para manajer bisnis secara intensif atau terus menerus harus di-*update* dengan informasi rantai nilai yang terbaru dan akurat sesuai perkembangan yang terjadi pada lingkungan bisnis. Intensitas informasi rantai nilai berdampak pula pada peningkatan pemahaman manajer bisnis akan potensi sistem teknologi informasi dalam memroses data untuk menghasilkan informasi yang akurat, relevan dan tepat waktu (Kearns dan Lederer, 2001). Dengan demikian intensitas informasi dapat membantu manajer STI dan manajer bisnis dalam mengembangkan strategi-strategi untuk menciptakan peluang bisnis baru dan mengurangi ancaman-ancaman lingkungan bisnis (Earl dan Feeny, 2000; Patten, 2004).

Studi Kearns dan Lederer (2001) menunjukkan bahwa intensitas informasi meningkatkan kesadaran manajer bisnis untuk melibatkan diri dalam perencanaan STI dengan tujuan agar informasi yang dihasilkan proses STI dapat mendukung pengambilan keputusan strategik. Sedangkan bagi manajer STI, intensitas informasi berguna untuk mengevaluasi sejauh mana STI telah berhasil mendukung pengambilan keputusan strategik para manajer bisnis. Manajer STI melakukan evaluasi penerapan STI yang sedang berjalan, merencanakan sumber daya dan investasi pembaharuan STI agar dapat berkontribusi optimal dalam peningkatan kinerja perusahaan. Dengan demikian, intensitas informasi yang tinggi akan meningkatkan kesadaran manajer STI dan manajer bisnis untuk terlibat dalam perencanaan strategik. Keterlibatan manajer STI dan bisnis berdampak pada peningkatan keselarasan strategik perusahaan dan pemanfaatan STI secara optimal untuk mencapai kinerja perusahaan di masa yang akan datang.

Meskipun berbagai literatur telah meyakinkan adanya pengaruh penyelarasan strategik terhadap kinerja perusahaan (Chan, *et al.*, 1997; Henderson dan Venkatraman, 1999; Luftman dan Brier, 1999; Hirschheim dan Sabherwal, 2001; Kearn dan Sabherwal, 2006; Ellitan, 2007; serta Nevo dan Wade, 2010), namun korelasi positif antara keselarasan strategik terhadap kinerja perusahaan masih cenderung beragam. Sabherwal dan Chan (2001) menyatakan “Empirical research on the performance implications of this alignment has been sparse dan fragmented”, sedang Brynjolfsson dan Hitt (1998) menyatakan:

While the average returns to IT investment are solidly positive, there are huge variations across organizations, some have spent vast sums on IT with little benefit, while others have spent similar amounts with tremendous success

Survei Luftman dan Kempaiah (2008) memperlihatkan bahwa keselarasan strategik menjadi isu utama para *Top Management* selama 25 tahun terakhir, namun beberapa eksekutif tersebut mulai merasa frustrasi karena belum memperoleh dampak keunggulan strategik yang lebih besar sebagai hasil penerapan STI (Weill dan Ross, 2005). Studi empiris Brynjolfsson dan Hitt (2000) dan Devaraj dan Kohli (2003) bahkan memberikan hasil hubungan yang negatif antara keselarasan strategik dengan kinerja perusahaan. Di samping itu, studi empiris mengenai pengaruh keselarasan strategik terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Indonesia masih terbatas (Ellitan, 2002) dan merupakan isu fundamental dalam bisnis yang relatif baru dan menarik untuk diteliti (Iman dan Jogiyanto, 2005). Oleh karenanya, studi akan pengaruh keselarasan strategik terhadap kinerja bisnis perusahaan manufaktur masih penting untuk terus dilakukan. Para manajer perlu mengetahui kapan perusahaan telah mencapai

keselarasan strategik sebagaimana yang dibutuhkan (Bruce, 1998) dan bagaimana mengevaluasi kinerja STI dalam organisasi (Delone dan McLean, 1992). Selain itu studi ini juga dibutuhkan untuk mengetahui apakah keterlibatan manajer bisnis dan manajer STI berpengaruh terhadap keselarasan strategik perusahaan, dan apakah keterlibatan manajer bisnis dan manajer STI dipengaruhi oleh tingginya intensitas informasi rantai nilai perusahaan.

Dari uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disampaikan bahwa posisi penelitian ini dibandingkan dengan beberapa penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut ini.

1. Penelitian ini bertujuan menguji kembali atau mengkonfirmasi teori dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan secara parsial, yaitu penelitian tentang pengaruh intensitas informasi aktivitas rantai nilai terhadap keterlibatan manajer sistem teknologi informasi dalam perencanaan bisnis, dan keterlibatan manajer bisnis dalam perencanaan sistem teknologi informasi; pengaruh keterlibatan manajer sistem teknologi informasi dan manajer bisnis terhadap tingkat keselarasan strategik; serta pengaruh tingkat keselarasan strategik terhadap kinerja bisnis perusahaan yang diuji kembali secara empirik pada perusahaan manufaktur besar yang bersertifikat *International Standard Organization* (ISO) 9000, ISO 9001:2000 dan ISO 9001:2008 di Jawa Timur. Dalam pembahasan selanjutnya dalam buku ini disebut perusahaan manufaktur bersertifikat ISO di Jawa Timur.
2. Penelitian ini menawarkan bukti empiris baru atas bentuk dan kekuatan dari keselarasan strategik dan kinerja bisnis perusahaan manufaktur besar yang bersertifikat ISO di Jawa Timur. Komponen intensitas informasi dalam aktivitas rantai nilai berpengaruh terhadap keterlibatan manajer sistem

teknologi informasi dalam perencanaan bisnis dan keterlibatan manajer bisnis dalam perencanaan sistem teknologi informasi. Selanjutnya studi ini menilai pengaruh keterlibatan manajer sistem teknologi informasi dalam perencanaan bisnis dan keterlibatan manajer bisnis dalam perencanaan sistem teknologi informasi terhadap keselarasan strategik perusahaan.

Dipilihnya sektor manufaktur dengan pertimbangan bahwa sektor industri manufaktur di Jawa Timur merupakan sektor potensial, karena kontribusi sektor ini terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) menduduki urutan kedua setelah sektor perdagangan restoran dan rumah makan (Berita Statistik BPS Jawa Timur, 2011: 1). Sejak tahun 2001 sampai tahun 2009, persentase distribusi sektor industri manufaktur berada di atas 25%, sedangkan sektor lapangan usaha lainnya masih berada di bawah 20%. Sektor industri manufaktur juga memiliki arti penting dalam mensukseskan program pemerintah dalam menekan angka pengangguran. Tingkat pengangguran terbuka di Jawa Timur telah mencapai 4,81% atau 20,25 juta orang dan sektor industri manufaktur merupakan penampung ketiga setelah sektor pertanian dan perdagangan, yaitu sebesar 2,52 juta orang (Berita Statistik BPS Jawa Timur, 2011). Namun Kamar Dagang Indonesia (KADIN) mengingatkan perlunya perhatian pemerintah terhadap industri manufaktur karena pasca ASEAN China FTA (ACFTA) banyak industri yang produktivitasnya terpukul. Hal ini diperkuat laporan *The Global Competitiveness Index 2011-2012* yang dikeluarkan World Economic Forum (Nopember, 2011) bahwa peringkat Indonesia pada tahun 2011 turun ke-46 dibandingkan tahun 2010 yang berada di urutan 44. Untuk itu dibutuhkan upaya-upaya pengembangan sektor industri manufaktur secara optimal agar dapat

berpengaruh besar pada perekonomian dan daya saing Indonesia pada umumnya maupun Jawa Timur pada khususnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, studi ini dilakukan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh intensitas informasi terhadap keterlibatan manajer sistem teknologi informasi dan manajer bisnis, pengaruh keterlibatan manajer sistem teknologi informasi dan manajer bisnis terhadap keselarasan strategik, serta menguji dan memperoleh bukti empiris tentang pengaruh keselarasan strategik terhadap kinerja bisnis perusahaan. Untuk itu judul studi ini dirumuskan sebagai berikut: “Analisis intensitas informasi, keterlibatan manajer sistem teknologi informasi dan manajer bisnis serta pengaruhnya terhadap keselarasan strategik dan kinerja bisnis perusahaan” dengan studi pada perusahaan manufaktur besar yang bersertifikat ISO di Jawa Timur.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang, maka rumusan masalah yang disusun dalam studi ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah intensitas informasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat keterlibatan manajer sistem teknologi informasi?
2. Apakah intensitas informasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat keterlibatan manajer bisnis?
3. Apakah tingkat keterlibatan manajer sistem teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat keselarasan strategik?
4. Apakah tingkat keterlibatan manajer bisnis berpengaruh signifikan terhadap tingkat keselarasan strategik?

5. Apakah tingkat keselarasan strategik berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan studi dirumuskan sebagai berikut ini.

1. Menguji dan menganalisis pengaruh intensitas informasi terhadap tingkat keterlibatan manajer sistem teknologi informasi.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh intensitas informasi terhadap tingkat keterlibatan manajer bisnis.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh tingkat keterlibatan manajer sistem teknologi informasi terhadap tingkat keselarasan strategik.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh tingkat keterlibatan manajer bisnis terhadap tingkat keselarasan strategik.
5. Menguji dan menganalisis pengaruh tingkat keselarasan strategik terhadap kinerja bisnis perusahaan.

1.4 Motivasi Penelitian

Studi ini dilandasi motivasi bahwa pemanfaatan STI merupakan isu penting pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang telah dibuktikan dengan investasi STI yang sangat besar. Selain itu pemanfaatan STI telah menjadi isu strategis bagi perusahaan manufaktur Indonesia khususnya Jawa Timur untuk tetap eksis dan memenangkan persaingan dalam menghadapi era perdagangan bebas dengan diberlakukannya FTA antara lain ASEAN FTA (AFTA), ASEAN China FTA (ACFTA), dan FTA lainnya. ACFTA membawa negatif yaitu

membanjirnya produk China yang murah ke Indonesia. Sedangkan dampak positifnya adalah terbukanya peluang yang lebih luas untuk memperbesar perdagangan ke negara-negara China dan negara ASEAN (Kompas, 2010). Untuk itu perusahaan manufaktur dapat meningkatkan STI yang diselaraskan dengan strategi bisnis perusahaan agar mampu bersaing di era perdagangan bebas.

Penyelarasan strategik merupakan salah satu topik penting dalam STI dan merupakan isu relatif baru dan menarik untuk diteliti terutama pada perusahaan manufaktur. Perusahaan perlu mengetahui pentingnya penyelarasan strategik dalam meningkatkan kinerja perusahaan agar investasi STI yang telah dilakukan perusahaan manufaktur tidak sia-sia. Untuk itu pembuktian empiris masih dibutuhkan untuk menilai hubungan penyelarasan strategi STI dan strategi bisnis dengan kinerja perusahaan (Sabherwal dan Chan, 2001). Selain itu penelitian yang sama pada lingkungan dan waktu yang berbeda masih diperlukan guna menemukan perubahan dinamika dan mengevaluasi pola-pola umum yang mungkin terjadi (Camponovo dan Pigneur, 2004).

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang baik harus mempunyai manfaat berupa manfaat teori, manfaat praktek dan manfaat kebijakan (Jogiyanto, 2008: 38). Manfaat studi ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat teori, yaitu memberi sumbangsih ilmu pengetahuan dengan cara memberikan bukti empiris yang menunjukkan adanya pengaruh keselarasan strategik terhadap kinerja bisnis perusahaan manufaktur besar di Jawa Timur yang dipengaruhi intensitas informasi, keterlibatan manajer STI dan keterlibatan manajer bisnis.

2. Manfaat teori berikutnya adalah menyediakan literatur yang dapat menjadi acuan dan motivasi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan intensitas informasi, keterlibatan manajer sistem teknologi informasi dan manajer bisnis dalam perencanaan strategik, keselarasan strategik dan kinerja bisnis perusahaan.
3. Manfaat praktek, yaitu memberikan kontribusi kepada para manajer STI dan manajer bisnis perusahaan manufaktur besar di Jawa Timur untuk memahami pengaruh keselarasan strategik terhadap kinerja bisnis perusahaan dengan cara menilai pengaruh keterlibatan mereka dalam perencanaan strategik terhadap keselarasan strategik yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan manufaktur.
4. Manfaat kebijakan, yaitu meningkatkan pemahaman pengambil kebijakan industri manufaktur di Jawa Timur terhadap pentingnya keselarasan strategik dalam meningkatkan kinerja perusahaan sehingga dapat mengeluarkan kebijakan pengembangan infrastruktur STI dan mendorong penerapan STI pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur untuk memenangkan persaingan.