

II. LANDASAN TEORI

A. Investasi dalam Teknologi Informasi dan Kinerja Perusahaan

Perdagangan bebas akan menyebabkan meningkatnya persaingan antar perusahaan. Hal ini disebabkan lingkungan usaha menghadapi suatu ketidakpastian yang tinggi. Dalam menghadapi lingkungan usaha seperti ini perusahaan diharuskan untuk senantiasa mencari cara dan metode baru agar tetap bertahan dan selalu unggul dalam persaingan (Bandi, 2006).

Teknologi informasi akan membawa perusahaan pada kondisi yang menguntungkan yaitu kemudahan memasuki pasar, diferensiasi produk, dan *cost efficiency* (Kettinger *et al*, 1994). Dengan kemudahan tersebut maka perusahaan akan mampu meningkatkan kinerjanya. Jadi penggunaan teknologi informasi secara strategik akan mampu membawa perusahaan meningkatkan profitabilitas yang merupakan salah satu indikator *performance* (Bandi, 2006)

Mahmood dan Mann (1993) menyatakan bahwa investasi yang mantap dalam teknologi informasi harus dipertimbangkan untuk meningkatkan *economics performance* dan strategi organisasi. Dengan investasi dalam TI yang tepat maka perusahaan akan memiliki suatu keunggulan kompetitif sehingga akan mampu bersaing dalam perusahaan dan keberhasilan dalam persaingan akan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam bentuk output perusahaan,

efisiensi, efektivitas, kekuatan perusahaan, dan nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai saham perusahaan (Bandi, 2006).

Mahmood dan Mann (1993) menyatakan bahwa Investasi yang mantap dalam teknologi informasi harus dipertimbangkan untuk meningkatkan *performance* ekonomi dan strategi organisasi. Hal serupa juga diungkapkan oleh Sircar *et al* (2000), dalam penelitian yang dilakukannya ditemukan hubungan yang signifikan antara keputusan investasi dalam TI dengan *firm performance*. Model penelitian dan pengukuran yang berhasil dikembangkan sebagai berikut ini:

Gambar 1

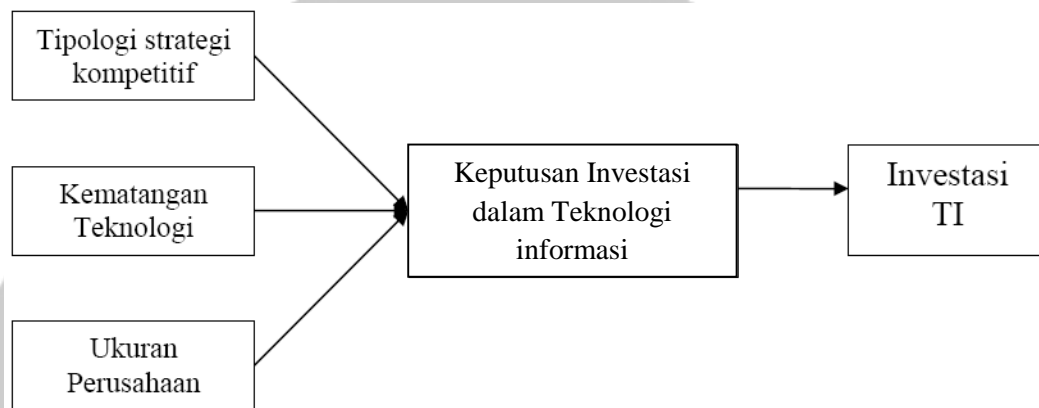


B. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi dalam Teknologi Informasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Karimi *et al* (1996), menunjukkan bahwa ada tiga faktor yang menentukan strategi perusahaan dalam investasi teknologi terhadap globalisasi. Tiga faktor tersebut adalah tipologi strategi kompetitif, kematangan teknologi informasi, dan ukuran perusahaan.

Model yang digunakan Karimi et al (1996) adalah sebagai berikut ini:

Gambar 2



1. Tipologi Strategi Kompetitif

Kesuksesan suatu perusahaan harus memiliki strategi yang cocok dengan lingkungan operasinya atau perusahaan harus mampu memanfaatkan lingkungannya untuk mendapatkan keunggulan melalui pemilihan strateginya. Beberapa perusahaan mengalami kegagalan pada saat strategi yang diambilnya tidak cocok lagi dengan lingkungan operasinya (Bandi, 2006).

Model strategi akan memberikan kerangka yang bermanfaat bagi manajemen untuk mengidentifikasi karakteristik sistem informasi yang sesuai dengan berbagai jenis strategi yang berbeda-beda. Model tipologi ini banyak didokumentasikan dalam berbagai studi empiris untuk menentukan hubungan antara strategi perusahaan secara keseluruhan (*corporate strategy*) dengan strategi

unit bisnis yang lain (*business unit strategy*) sebagai respon dari lingkungan (Karimi *et al*, 1996).

Tipologi Strategi Kompetitif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tipologi strategi kompetitif yang dikemukakan oleh Miles dan Snow. Menurut Miles dan Snow (1978) tipologi strategi kompetitif ada empat meliputi: *prospector*, *defender*, *analyzer*, dan *reactor*. Tipologi memandang perusahaan sebagai suatu sistem yang lengkap dan terintegrasi dalam interaksinya dengan lingkungan. Miles dan Snow (1978) mendefinisikan masing – masing tipologi strategi organisasi sebagai berikut:

1. *Prospectur*

Perusahaan yang masuk dalam kategori ini meliputi perusahaan yang secara intensif menggunakan teknologi informasi dalam berbagai aktivitas operasionalnya, sehingga memiliki kecenderungan untuk menerapkan desain strategi kompetitif yang agresif dengan tujuan agar tetap menjadi pioner dalam produk dan segmen pasar tertentu.

2. *Defender*

Karakteristik perusahaan yang masuk dalam kategori ini cenderung memiliki sifat kurang dinamis. Perusahaan beroperasi dalam lingkungan yang relatif stabil serta dapat diprediksi arah perubahannya di masa depan. Dengan demikian perusahaan lebih menaruh perhatian pada upaya

mempertahankan porsi pangsa pasar tertentu dari keseluruhan pasar dengan menciptakan produk dan jasa tertentu maupun jumlah customer yang stabil.

3. *Analyzer*

Perusahaan yang masuk dalam kategori ini cenderung menerapkan strategi keseimbangan antara aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan peluang perluasan pangsa pasar baru produk dan jasa dengan tetap menjaga hubungan dengan customer dan supplier yang lama. Fokus utama perusahaan dalam kategori ini adalah di satu sisi meminimalisasi resiko karena pemanfaatan teknologi yang telah usang, sementara di sisi lain perusahaan berusaha meraih peluang untuk mendapatkan laba dengan jalan meniru inovasi produk dan jasa yang telah sukses (*benchmarking*).

4. *Reactor*

Tipe perusahaan seperti ini tidak memiliki strategi untuk senantiasa menyesuaikan teknologi informasinya dengan perubahan lingkungan yang terjadi. Perusahaan tidak dapat memastikan strategi mana yang paling jitu yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan, dibutuhkan pemahaman dan pengenalan strategi tersebut.

Miles dan Snow memberikan alternatif-alternatif strategi bersaing tersebut dengan tujuan agar perusahaan dapat menerapkan strategi tersebut pada waktu dan situasi yang tepat dengan terlebih dahulu memahami posisi perusahaan dalam persaingan.

Tipologi strategi kompetitif berpengaruh secara signifikan terhadap respon strategi perusahaan. Jika ditinjau dari investasi teknologi informasi, tipologi strategi kompetitif tersebut merespon perusahaan untuk melakukan langkah-langkah strategik, sehingga tipologi strategi kompetitif perusahaan berhubungan dengan perannya dalam menjadikan teknologi informasi sebagai bagian dari respon strategik menghadapi persaingan global. Langkah-langkah yang dilakukan diantara dapat berupa sejumlah keputusan investasi terkait dengan penggunaan teknologi informasi. Selain itu dalam usaha menjadikan penggunaan teknologi informasi untuk mencapai keunggulan kompetitif, perusahaan harus mampu melakukan analisa terhadap lingkungan industrinya (Bandi, 2006).

2. Kematangan Teknologi Informasi

Kematangan teknologi informasi dicerminkan dalam evolusi fungsi sistem informasi perusahaan dalam aspek perencanaan, organisasi, pengendalian, dan integrasinya. Tingkat kematangan teknologi informasi dicerminkan dalam formalisasi perencanaan, pengendalian, organisasi, dan integrasi aktivitas-aktivitas teknologi informasi (Bandi, 2006).

Fase kematangan teknologi terjadi jika teknologi benar-benar diperlukan oleh perusahaan dan efisiensi sudah benar-benar tercapai. Teknologi baru yang menawarkan peluang kepada perusahaan akan diadopsi baik yang mengarah ke aplikasi baru maupun yang mengarah pada restrukturisasi aplikasi lama. Dengan demikian perusahaan akan selalu dihadapkan tantangan untuk senantiasa mengadopsi teknologi baru.

Dalam penelitian Karimi *et al* (1996) menyatakan bahwa kematangan teknologi informasi ditunjukkan dengan pengaruh yang signifikan terhadap respon strategik perusahaan dalam menghadapi globalisasi. Respon strategik perusahaan terkait dengan informasi teknologi dilakukan dalam bentuk keputusan investasi atas teknologi informasi. Kematangan teknologi informasi perusahaan berhubungan dengan perannya dalam menjadikan teknologi informasi sebagai bagian dari respon strategik perusahaan menghadapi perdagangan bebas.

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan faktor operasional terpenting yang mempengaruhi perilaku perusahaan dalam merespon lingkungan barunya. Perusahaan besar akan lebih inovatif karena kemampuannya untuk menanggung resiko yang lebih besar. Perusahaan besar diharapkan memiliki sumber daya dan

infrastruktur untuk melakukan respon terhadap lingkungannya (Darmawati dan Indriantoro, 1999).

Karimi *et al.* (1996) dalam penelitiannya juga menemukan adanya hubungan antara ukuran perusahaan dengan keinginan melakukan investasi dalam teknologi informasi sebagai respon strategik perusahaan terhadap globalisasi (Bandi, 2006).

Dozier *et al.* (2006) juga menyatakan dalam penelitiannya bahwa investasi teknologi informasi memberikan dampak produktivitas kepada ukuran perusahaan.

Dengan demikian, secara keseluruhan model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut ini:

Gambar 3

