

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

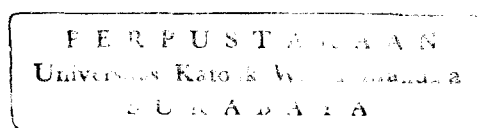
BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

7.1 Simpulan

Beberapa kesimpulan dapat ditarik dari hasil estimasi dan pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Bahwa karakteristik-karakteristik lingkungan secara signifikan berpengaruh langsung terhadap karakteristik-karakteristik perusahaan, tetapi tidak secara signifikan mempengaruhi kecenderungan perusahaan-perusahaan untuk masuk ke dalam aliansi-aliansi strategis.
2. Bahwa karakteristik-karakteristik industri secara signifikan mempengaruhi kecenderungan perusahaan-perusahaan untuk masuk ke dalam aliansi-aliansi strategis, tetapi tidak secara signifikan mempengaruhi karakteristik-karakteristik perusahaan.
3. Bahwa karakteristik-karakteristik perusahaan secara signifikan mempengaruhi kecenderungan perusahaan-perusahaan untuk masuk ke dalam aliansi-aliansi strategis.
4. Bahwa karakteristik-karakteristik lingkungan yang dimediasi oleh karakteristik-karakteristik industri menjadi faktor penting yang secara tidak langsung mempengaruhi kecenderungan perusahaan-perusahaan untuk masuk ke dalam aliansi-aliansi strategis.
5. Bahwa karakteristik-karakteristik perusahaan muncul sebagai faktor paling dominan yang mempengaruhi kecenderungan perusahaan-perusahaan untuk masuk ke dalam aliansi-aliansi strategis.



3. Faktor eksternal di luar perusahaan yang perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan adalah eksistensi faktor lingkungan (*environment*). Karakteristik lingkungan perusahaan terbukti merupakan satu-satunya faktor yang mempengaruhi preferensi /kecenderungan internal perusahaan untuk melakukan bentuk aliansi strategis. Tingkat stabilitas faktor lingkungan memberikan efek yang searah dengan kecenderungan perusahaan untuk masuk ke dalam bentuk aliansi strategis. Ketidakpastian lingkungan dapat menjadi pemicu bagi perusahaan untuk mengambil sikap menunggu (*wait and see*) dan tidak melakukan ekspansi usaha melalui kerjasama aliansi strategis di Indonesia.
4. Manajemen perlu memperhatikan bahwa karakteristik industri merupakan faktor eksternal yang berpengaruh secara langsung pada kolektivitas kecenderungan setiap pemain di dalamnya untuk masuk ke dalam aliansi strategis tanpa memperhatikan karakteristik individualitas perusahaan.

7.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini membuka peluang untuk penelitian selanjutnya, dengan memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Tingkat keeratan hubungan yang terjadi di antara variable-variabel penelitian tidak menjamin bahwa keberadaan kerjasama ini merupakan jaminan sukses aliansi strategis dimasa mendatang. Menurut Hynes&Niki (1998), masih diperlukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan hubungan antara karakteristik yang mendasari terjadinya aliansi strategis (*antecedents*), motivasi (*motivation*), pemilihan partner (*partner selection*), faktor yang mempengaruhi sukses aliansi (*factor influencing success*) serta

7.2 Saran

Dari hasil keseluruhan penelitian, beberapa hal yang dapat diperhatikan baik oleh perusahaan maupun bagi penelitian selanjutnya adalah:

7.2.1 Bagi Perusahaan yang Ingin Beraliansi

Berdasarkan kesimpulan, maka terdapat beberapa hal mendasar berkaitan dengan kecenderungan perusahaan untuk masuk ke dalam aliansi strategis, yang sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan di Indonesia yang ingin beraliansi sebagai berikut:

1. Manajemen perusahaan perlu mengadakan pengenalan/identifikasi awal terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan eksternal di luar perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap karakteristik internal perusahaan dalam menentukan preferensi untuk masuk dalam aliansi strategis adalah karakteristik lingkungan.
2. Memberikan fokus perhatian terhadap karakteristik internal perusahaan, karena faktor internal ini merupakan faktor terpenting yang mendasari kecenderungan perusahaan-perusahaan untuk masuk ke dalam aliansi strategis. Perusahaan diharapkan menyadari pentingnya sikap/perilaku *top management*, penerimaan dan keterbukaan budaya perusahaan terhadap langkah aliansi strategis. Sikap yang terbuka terhadap langkah aliansi strategis akan menjadi pemicu eksistensi terjalannya bentuk kerjasama ini. Selain itu, kecenderungan perusahaan untuk tetap mempertimbangkan bentuk kerjasama ini juga dipicu oleh pengalaman keterlibatan perusahaan dalam bentuk kerjasama aliansi strategis di masa lalu.

hasil yang diharapkan dari aliansi strategis (*objectives and desired outcomes of strategic alliances*) secara lebih komprehensif.

2. Mengingat bahwa tingkat kompleksitas (*complexity*), *knowledge tacitness*, dan *ambiguity* setiap industri berbeda, maka penelitian selanjutnya dapat diarahkan untuk lebih berfokus terhadap satu industri saja. Menurut Hynes (1998), dari penelitian terhadap aliansi strategis pada industri yang berbeda (lebih spesifik) memungkinkan diketahuinya hubungan antara berbagai hal yang mendasari kecenderungan/ latar belakang perusahaan dan motivasi setiap perusahaan dalam satu industri.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Anderson, J.C.& D.W Gerbing.1998. "*Structural Equation Modeling in Practise: A Review and Recommended Two-Step Approach*", *Psychological Bulletin*, 193(3),pp.411-423
- Bagozzi, Richard P. dan Todd F.Heatherton.1994." A General Approach to Representing Multifaceted Personality Construct:Application to State Self Esteem".
- Breckler, SJ.1984."Empirical Validation of Affect, Behaviour and Cognition as Distict Components of Attitude", *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(8):1191-205
- Cooper, Donald R. dan C.William Emory.1996.*Metode Penelitian Bisnis*.Jilid 1.Edisi 5.Jakarta:Erlangga
- Cravens, David W., Shannon H.Shipp, Karen S Cravens.1993. "Analysis of Co-operative Interorganizational Relationships, Strategic Alliance Formation, and Strategic Alliance Effectiveness", *Journal of Strategic Marketing*, 1, p:55-70.
- Dicson&Albaum.1997." A Methode for Developing Tailormade Semantic Differential for specific Marketing Content Areas", *Journal of Marketing Research*, 14 (February) p.87-91
- Ferdinand, Agusty.2002.*Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*.Edisi2.Semarang:Fakultas Ekonomi Undip.
- Glaister & Buckly.1996."Strategic Motives for International Alliance Formation". *Journal of Management Studies*.33(3):301-332
- Gomes dan Casseres.1997.Alliance Strategies of Small Firms,*Small Business Economics*,9,33-34.
- Hair, J.F, Jr., R.E. Anderson, R L.Tatham, W.C.Black.1988. *Multivariate Data Analysis*, 5th edition. New Jersey:Prentice-Hall inc.
- Harald, et al.2002. "*Mobilizing Knowledge in Interorganizational Alliance*". Oxford University Press.
- Hitt, M.A, R.D Ireland, R.E Hoskisson. 2001. *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*. 4th edition. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing

- Howart, Cathy.S.1994. "The Role of Strategic Alliances in the Development of technology". *Technovation*, 14 (4), p:243-257
- Hynes&Niki .1998. "*Strategic Alliance formation:Developing A Framework for Research*".Lincoln University.
- Joreskog, K.G., and D.Sorbom (1988), *LISREL VII:Analysis of Linear Structure Relationship by the Method of Maximum Likelihood*. Mooresville, (1), Scientific Software.
- Kogut, B.1988."Joint Ventures: Theoretical and Empirical Perspectives", *Strategic Management Journal*.Vol.9:319-332.
- Levitas E., M.A. Hitt, M.T. Dacin.1997."Competitive Intelligence and Tacit Knowledge Development in Strategic Alliances,".*Competitive Intelligence Review*, 8 (2), p:20-27
- Maholtra,N.K.1999. *Marketing Research: An Applied Orientation, International edition*.New Jersey:Prentice-Hall,inc.
- Manjr and Felix .2002."*Measuring Strategic Alliances Succes: A Conceptual Framework*". Monash University Press.
- Porter, Michael E.and Mark B.Fuller.1986."Coalitions and Global Strategy."In *Competition in Global Industries*. Ed. Michael E.Porter. Boston, MA: Harvard Business School Press,315-43
- Pritchard, M.P, M.E. Havitz, D.R.Howard.1999. "Analyzing the Commitment-Loyalty Link in Service Contexts". *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.27.No.3
- Rollinson&Broadfield.2002.*Organizational Behaviour and Analysis: An integrated Approach*, 2nd edition, New Jersey:Prentice-Hall,inc.
- Simatupang, L.R., F.N.Kerleinger.2000. *Asas-asas Penelitian Behavioural* Yogyakarta: Gajah Mada University Press. p.990
- Slowinski, Gene, Gerard Seelig, and Frank Hull.1996."Managing Technology Based Strategic Alliances between Large and Small firms,".*SAM Advance Management Journal*, 61 (2), P:42-47
- Solimun, M.S. 2002. "*Structural Equation Modeling, Lisrel dan Amos*". Materi Diklat angkatan II Program Pascasarjana Universitas Brawijaya - tak diterbitkan.

- Varadarajan&Cunningham.1995. "Strategic Alliances: A Synthesis of Conceptual Foundation", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol:23 No.4, p:282-296
- Vyas, M. Niren , William L Shelburn, C.R.Dennis.1995."An Analysis of Strategic Alliances: Forms, Function and Framework,"*Journal of Business and Industrial Marketing*, 10, (3), p:47-60
- Williamson, Oliver E.1979."Transaction Cost Economics: Governance of Contractual Relation". *Journal of Law and Economics*, 22 (1), p:233-261.
- Wright, et al.1996. *Strategic Management Concept and Cases*. International edition, New Jersey:Prentice-Hall,inc.