

PERTEMUAN 10

ALIANSI STRATEGI



ALIANSI STRATEGI

Globalisasi ekonomi meningkatkan jalinan kerjasama antara pelaku ekonomi di berbagai kawasan. Syarat aliansi: bergesernya fokus perhatian dari **ROI (Return on Investment) menjadi ROS (Return on Sale)**. Tujuan aliansi stratejik adalah memungkinkan suatu perusahaan atau grup untuk mencapai tujuan tertentu yang tidak dapat dicapai dengan usaha sendiri.

FAKTOR PENDORONG EKSTERNAL

1. Proses globalisasi menjadi kekuatan utama di balik pertumbuhan aktivitas nilai tambah lintas batas negara, yang juga meningkatkan saling ketergantungan ekonomi.
2. Meningkatnya internasionalisasi dan persaingan menimbulkan kebutuhan untuk bekerja sama secara regional.
3. Perkembangan teknologi yang cepat, siklus umur produk yang lebih pendek, dan kenaikan biaya litbang mendorong perusahaan-perusahaan untuk mewujudkan riset bersama dan berbagi sumber daya yang langka.

4. Munculnya banyak pesaing baru dalam bisnis tradisional memaksa perusahaan yang ada untuk membina hubungan dan memperluas jaringan yang erat.
5. Pergeseran dari produk menuju kompetensi memaksa perusahaan untuk keluar dan mencari pengetahuan yang saling melengkapi dan kompetensi yang baru.

FAKTOR PENDORONG INTERNAL

1. Adanya kebutuhan untuk bekerja sama untuk mencapai fleksibilitas, kompetensi inti, dan insentif yang berasal dari otonomi, pada waktu yang sama memanfaatkan sumber daya yang saling melengkapi bagi pembelajaran dan efisiensi.
2. Motif dan tujuan dibentuknya aliansi stratejik meliputi: Teknologi (know-how); Aset finansial; Persaingan; Akses pada segmen pasar; Akses terhadap input, output, dan pengalaman manajemen; Sumber daya dan kapabilitas yang saling melengkapi.

Kelebihan dan Kelemahan Aliansi

Kelebihan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> • Akses terhadap aset pelengkap • Kecepatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya kontrol • Membantu pesaing potensial • Kelangsungan jangka panjang dipertanyakan • Sukar untuk mengintegrasikan pembelajaran

PETA GLOBAL ALIANSI STRATEGI

Aliansi stratejik dalam skala global dikategorikan menjadi :

1. Aliansi patungan (alliance joint venture), dengan ciri mitra kerja (partner) tetap sebagai badan usaha yang terpisah
2. Aliansi khusus fungsional (functional-specific alliance), dengan ciri tidak terjadi pemisahan badan hukum dan aliansi terbatas pada satu atau beberapa fungsi khusus tertentu

FASE FORMASI

Kedua perusahaan penerbangan mempunyai motivasi yang sama, yaitu: perluasan jaringan di seluruh dunia, perbaikan dalam pendapatan bisnis, dan mencapai suatu tingkat biaya kompetitif.

FASE OPERASI

Variabel yang perlu diperhatikan: (1) Kontribusi mitra bisnis, (2) Pengendalian, (3) Wilayah yang rawan konflik dan hubungan dengan kontribusi mitra kerja dan pengendalian, (4) Peranan komunikasi dalam aliansi.

FASE EVALUASI

Kedua perusahaan sangat optimis dan memandang positif aliansi ini. Kedua perusahaan itu juga menyatakan bahwa mereka memiliki komitmen jangka panjang.

SOAL LATIHAN/TUGAS

1. Jelaskan mengenai definisi aliansi strategik?
2. Mengapa aliansi strategik penting dalam manajemen strategik dalam perusahaan maupun organisasi?
3. Jelaskan aliansi strategik grup perusahaan di Indonesia?

DAFTAR PUSTAKA

Kuncoro, Mudrajad. 2008. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Erlangga

