

How Advanced Is The Strategy Paradigm? The Role Of Particularism And Universalism In Shaping Research Outcomes

Brian K. Body, Sydney Finkelstein, dan Steve Gove (2005)

Artikel ini berisi mengenai kemajuan penelitian sebagai wadah mencapai strategi. Baik manajemen maupun strategi penelitian sebagai karakter tingkat perkembangan. Kuhn (1996) sebagai model gambaran perkembangan, yang menempatkan hubungan antara proses penelitian dan hasil, menuju tingkat kedewasaan sebuah bidang strategi. Dalam penulisan ini terdapat dua penelitian. Penelitian pertama adalah sebuah lintas perbandingan disiplin dari norma produktifitas fakultas di universitas. Penelitian kedua menyatakan bahwa strategi memiliki sifat muda dan dewasa: saat norma pakaian kerja riset rendah dibanding bidang lain, bidang penelitian bergerak lebih jauh dengan dasar jasa dibanding faktor non jasa.

Strategi merupakan satu dari *subspecialities* yang termuda dalam pendewasaan bidang manajemen (Pfeffer, 1993). Oleh karena itu, selain model contoh (Kuhn, 1996) diperkirakan (a) fakultas strategi memiliki tingkat yang lebih rendah dari masukan riset dibanding lainnya dalam bidang keahlian yang lebih, dan (b) hasil riset bidang strategi lebih bergerak dengan menggunakan faktor khusus dibandingkan faktor umum. Oleh karena itu disimpulkan: Norma produktifitas penelitian akan lebih rendah bagi fakultas manajemen dibanding bagi disiplin lainnya. Faktor khusus akan terhubung positif pada hasil penelitian. Faktor umum akan memiliki dampak positif yang kurang pada hasil penelitian dibandingkan dengan faktor khusus.

Banyaknya hasil dari pengarang akan mendatangkan lebih banyak surat pujian per artikel dibandingkan hasil yang kurang dari pengarang. Fakultas strategi rata-rata kurang produktif dibandingkan bidang disiplin lainnya. Hal ini dikemukakan dalam kritikan Pfeffer dalam proses pendewasaan ilmu manajemen sebagai salah satu bidang studi, namun gambaran struktur model yang dianalisa oleh Brian K. Body, Sydney Finkelstein, dan Steve Gove berbeda. Hasil penelitian untuk fakultas strategi baik berupa penerbitan maupun surat pujian dibentuk oleh banyak faktor khusus dan umum. Jadi, walaupun sarjana strategi masih memperdebatkan mengenai teori dan metode, alat yang pantas untuk mengukur diversifikasi, atau apakah teori yang menjadi kerangka terbaik untuk mengevaluasi dewan pengurus perusahaan, sebagai contoh faktor utama dalam penerbitan dan surat pujian yang diberikan dari artikel ini konsisten dengan disiplin ilmu yang ada.

Organizational Actions in Response to Threats and Opportunities

Prithviraj Chattopadhyay & William H. Glick & George P. Hubber (2001)

Adaptasi organisasi terhadap perubahan lingkungan kuat dipengaruhi oleh interpretasi eksekutif dalam membuat perubahan lingkungannya. Hal ini disebabkan oleh efektivitas organisasi yang dipengaruhi tingkat kecocokan antara organisasi dengan lingkungannya. Perubahan lingkungan seringkali ambigu, interpretasi terhadap perubahan lingkungan memainkan peranan penting dalam menentukan tindakan masa depan dan kelangsungan efektivitas organisasi.

Paper ini berupaya menjelaskan dan secara empiris menguji hubungan antara persepsi eksekutif terhadap ancaman dan peluang beserta tindakan organisasi yang menyertainya. Argumen umum menganggap bahwa persepsi eksekutif atas adanya ancaman dan peluang secara konsisten mendominasi tindakan organisasi. Argumen ini terlalu menyederhanakan persoalan multidimensi, sehingga dianggap tidak valid untuk dapat digunakan dalam mengenali substansi *prospect theory* (Kahneman & Tversky, 1979) dan hipotesis kekakuan ancaman (*threat rigidity*) Staw et al (1981). Meski sudah ada peneliti yang berupaya menggabungkan kedua teori tersebut di atas dengan konsep multidimensi untuk menguji efek ancaman dan peluang pada aksi organisasi, Penulis beranggapan bahwa belum ada satupun pengujian empirik dari model tersebut. Oleh karena itu Paper ini berupaya memperkaya integrasi *prospect theory* dan *threat rigidity*.

Dimensi aksi organisasi dibedakan pada sasarannya, lingkungan eksternal atau internal organisasi. Aksi yang ditujukan bagi lingkungan eksternal dimaksudkan untuk memodifikasi lingkungan, seringkali membutuhkan manajer untuk beroperasi dalam domain di luar kendalinya, dan sumber daya tanpa adanya jaminan *return*. Sebaliknya, aksi yang ditujukan ke dalam sedikit risikonya dan lebih mudah diimplementasikan.

Paper ini mengajukan serangkaian hipotesis: bahwa organisasi cenderung menetapkan aksi yang mengarah ke internal ketika menghadapi ancaman yang mengurangi kendali, namun lebih mengarah ke luar ketika merespons peluang yang meningkatkan kendali. Responden terkumpul 117 dari top eksekutif, data yang dihimpun dianalisis untuk mendapatkan informasi tentang type strategik guna memoderasi hubungan antara ancaman yang mengurangi kendali. Dari sini dapat ditarik kesimpulan bahwa organisasi yang menitik-beratkan strategi pengembangan produk atas *domain defense* lebih tertarik kepada pengembangan segmen pasar baru dan meningkatkan pangsa pasar.

Interpretasi event lingkungan yang dianggap sebagai ancaman dan peluang secara langsung, tidak diukur. Namun lebih mendasarkan pada interpretasi event lingkungan yang dideskripsikan oleh pembuat keputusan yang mempengaruhi aksi organisasi. Ditambahkan, Penulis juga tidak dapat menguji apakah ancaman dan peluang dengan berbagai *magnitude* memiliki pengaruh yang berbeda terhadap organisasi, sementara variabel ancaman dan peluang yang digunakan dalam riset ini berupa data kategori.

Competencies And Imitability In The Pharmaceutical Industry: An Analysis Of Their Relationship With Firm Performance

De Carlos & Donna Marie (2003)

Artikel ini menjawab dua pertanyaan mendasar. Pertama, apakah kemampuan dalam teknologi meningkatkan prestasi perusahaan? Kedua, apakah pesaing peniru pengetahuan (*knowledge*) yang dimiliki perusahaan mencemari prestasi dan nama baik yang selama ini telah dibangun perusahaan? Hubungan antara kompetensi teknologi, kemampuan meniru, dan prestasi perusahaan mendasari penelitian ini. Ukuran dari kompetensi teknologi dan kemampuan meniru dibuat. Variabel-variabel disertai ukuran dari kompetensi pemasaran dan pengaturan diuji dan dilihat dampaknya terhadap prestasi perusahaan farmasi.

Artikel ini dibuka dengan kutipan dari Prahalad dan Hamel (1990) dimana mereka menyarankan bahwa untuk membangun kompetensi baru bukanlah tugas yang mudah. Memerlukan waktu untuk mendapatkan keahlian, namun juga perlu waktu untuk membuat perubahan. Terdapat resiko yang melekat dalam persaingan dan pentingnya pelajaran baru.

Model Teori dan Hipotesa

Kompetensi Teknologi dengan Prestasi Perusahaan

Akan terjadi hubungan positif antara kompetensi teknologi dan prestasi perusahaan.

Kemampuan Meniru dengan Prestasi Perusahaan

Kemampuan meniru dari pengetahuan perusahaan memiliki hubungan yang bertentangan dengan prestasi perusahaan.

Kemampuan Pemasaran dengan Prestasi Perusahaan

Kemampuan pemasaran memiliki hubungan yang positif dengan prestasi perusahaan.

Kemampuan Pengaturan dengan Prestasi Perusahaan

Kemampuan perusahaan memiliki hubungan yang positif dengan prestasi perusahaan.

Berdasarkan model teori dan hipotesa ditemukan bukti ada hubungan negatif antara pesaing peniru dari pengetahuan yang dimiliki perusahaan dengan prestasi perusahaan. Pada akhirnya, disarankan untuk menjaga prestasi perusahaan sebaiknya dipengaruhi oleh kompetensi lain, antara lain pemasaran (*marketing*) dan pengaturan (*regulatory*).

The Preparedness Of The Indonesian Garment Exporters In The Post-MFA Scenario

Shihab, Muchsin & Jain, Sudhir K (2004)

Kesimpulan dari analisa berdasarkan survey yang dilakukan oleh Muchsin Shihab dan Sudhir K. Jain adalah bahwa industri garment atau pakaian terus berkembang selama beberapa dekade terakhir dan memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi beberapa negara, baik negara maju maupun negara yang sedang berkembang. Seiring dengan majunya industri garment, telah banyak pula regulasi yang tercipta dari beberapa persetujuan bilateral seperti dari Multi Fiber Arrangement (MFA), sebuah persetujuan yang dibuat oleh negara importir. Pada akhir tahun 2005, MFA *regime* berintegrasi dengan WTO *regime* menciptakan peluang persaingan yang tinggi bagi negara-negara exportir garment dan menghadapkan mereka pada negara-negara yang memiliki daya saing tinggi. MFA menduduki tantangan yang lebih besar pada negara eksportir garmen yang sedang berkembang, karena negara importir garmen, yaitu negara maju memberi tekanan pada isu-isu yang berkaitan dengan lingkungan dan kebutuhan sosial, kebutuhan teknologi, dan lainnya bagi negara-negara eksportir.

Industri garmen Indonesia, merupakan salah satu sektor industri domestik terbesar yang telah memberikan kontribusi pada perkembangan ekonomi dan generasi karyawan pada negara. Penelitian dilakukan berdasarkan hasil dari daftar pertanyaan (questionnaire). Contoh-contoh yang ada merupakan hasil seleksi dari petunjuk eksportir-eksportir besar di Indonesia. Angka terakhir dari tanggapan yang digunakan mencapai 115 eksportir garmen Indonesia. Dengan menggunakan *varimax* rotation, tujuh faktor muncul dari survei di Indonesia. Faktor persaingan dan strategi yang diambil oleh eksportir juga telah dianalisa.

Pada akhirnya persepsi eksportir garmen Indonesia keseluruhan mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki persaingan yang kurang dibandingkan dengan negara-negara pesaing lainnya. Industri garmen di Indonesia perlu bekerja lebih efisien untuk meraih harga yang bagus dan bersaing. Industri garmen di Indonesia perlu untuk lebih serius dalam mengkatrol isu-isu tersebut daam rangka mempertahankan kesuksesan di masa depan. Diperlukan pemikiran ulang terhadap strategi-strategi, bekerja dengan visi dan komitmen dengan begitu dapat melangkah, meningkatkan *image* negara secara umum. Kunci suksesnya terdapat dalam faktor-faktor sama seperti isu-isu yang berpengaruh dalam *social compliance*, *time value (quick response)*, *value addition*, *connectivity (networking)*, *automation*, *HR management (productivity)* yang saling berkolaborasi secara efisien dan efektif.

Acquiring Knowledge By Foreign Partners From International Joint Ventures In A Transition Economy: Learning-By-Doing And Learning Myopia

Tsang, Erick W.K. (2002)

Paper ini mengusulkan dan menguji sebuah model mengenai bagaimana perusahaan memperoleh ilmu pengetahuan dari pengalaman usaha gabungan internasional. Berdasarkan 73 respon survei dari perusahaan Singapore dan 89 dari perusahaan Hongkong dengan tanggung jawab terhadap pengadaan usaha gabungan di China, hasilnya menunjukkan baik usaha pengawasan maupun manajemen merupakan *channel* yang penting untuk menampung ilmu pengetahuan. Channel ilmu pengetahuan yang sudah lebih dulu ada merupakan hal yang penting bagi perusahaan dengan pengalaman operasional yang sesuai di China dan sebagai usaha gabungan tertua.

Penemuan ini menunjukkan bahwa perusahaan terus meningkatkan kemampuannya, terus menambah ilmu pengetahuannya dengan belajar dari pengalaman. Selebihnya, strategi penting bagi usaha, belajar dari usaha gabungan tertua merupakan penggerak kekuatan. Hal ini menyatakan bahwa sesungguhnya perusahaan belajar mengatur kunci dalam usaha gabungan mereka. Sejak sebuah usaha yang menyediakan roman berhasil mempelajari pengalaman mengenai kemungkinan diperlukan ataukah tidak diperlukan, hal tersebut menjadi sebuah eksploitasi pentingnya strategi, hal ini memberi kesan adanya intellectual.

Menampung Ilmu Pengetahuan

Mengawasi usaha memiliki hubungan positif terhadap perolehan ilmu pengetahuan.

Melibatkan manajemen memiliki hubungan positif terhadap perolehan ilmu pengetahuan.

Penempatan Sumber Daya

Belajar memiliki hubungan positif terhadap pengawasan usaha.

Belajar memiliki hubungan positif terhadap keterlibatan manajemen.

Strategi memiliki hubungan positif terhadap usaha pengawasan.

Strategi memiliki hubungan positif terhadap keterlibatan manajemen.

Pengaruh

Keterlibatan manajemen memiliki pengaruh dalam perolehan ilmu pengetahuan yang lebih bagi usaha gabungan muda dibandingkan usaha gabungan tua.

Mempelajari maksud memiliki pengaruh terhadap dua channel perolehan ilmu pengetahuan bagi usaha gabungan yang muda dibandingkan usaha gabungan yang tua.

Mengawasi usaha memiliki pengaruh dalam memperoleh ilmu pengetahuan sebagai usaha gabungan di atasnya (*parent*) pengalaman dibandingkan *parent* yang kurang pengalaman.

Mempelajari maksud memiliki pengaruh terhadap dua channel perolehan ilmu pengetahuan bagi *parent* yang kurang pengalaman dibandingkan *parent* yang berpengalaman.

Celebrity Firms: The Social Construction Of Market Popularity

Rindova, V.P. & Pollock T.G. & Hayward, M.L.A. (2006)

Konsep selebriti dari individu menuju level perusahaan mengungkapkan bahwa tingginya level perhatian publik dan emosi positif menanggapi bahwa kepopuleran meningkatkan peluang ekonomi yang ada pada sebuah perusahaan. Sebuah teori menjelaskan bagaimana media memberi gagasan pada perusahaan selebriti dengan cara menciptakan realita drama dalam melaporkan perubahan perusahaan dan kegiatan perusahaan. Manfaat dari cerita drama dalam laporan media mengenai perluasan perusahaan akan memberi kemungkinan perusahaan akan meraih kepopuleran. Perusahaan memberi tambahan dalam proses ini dengan menyesuaikan kegiatan-kegiatan dan proaktif dalam mengatur kesan tentang dirinya.

Cerita drama yang terhebat melalui media melukiskan kondisi perubahan dan ketidakpastian sebagai konflik, sifat level perusahaan yang berubah pada kegiatan yang dipilih oleh perusahaan sebagai sebuah tindakan yang bertentangan, dan perkembangan karakter perusahaan dalam hal budaya, identitas, dan kepemimpinan, peningkatan kepopuleran perusahaan. Yang paling hebat lagi mengenai sebuah perusahaan yang memberikan perlawanan mengenai ketidaksesuaian dengan perilaku yang diperoleh dari dukungan pemegang saham, serta kemungkinan bahwa perusahaan akan digunakan sebagai protagonis dalam cerita drama di media, dan menjadi perusahaan yang populer. Ada juga perusahaan distribusi yang memberikan beragam informasi mengenai aktifitas, kepemimpinan, budaya, dan identitasnya pada media. Mediapun akan menciptakan cerita drama mengenai perusahaan tersebut dan menjadikan perusahaan tersebut populer.

Perusahaan yang meraih kepopuleran melalui penyesuaian tingkah laku yang lebih, seperti menopang kepopulerannya lebih lama dibandingkan yang kurang menyesuaikan tingkah laku. Perubahan dalam kegiatan dan norma industri yang mengurangi salah satu dari tingkat penyesuaian dalam sebuah kegiatan perusahaan populer atau evaluasi positif dari penyesuaian tingkah laku akan mengurangi kepopuleran perusahaan. Namun secara keseluruhan usaha proaktif dari perusahaan untuk mendramatisir kegiatan mereka dan menanamkan sumber daya dalam aktifitas mereka secara glamor tidak semata-mata untuk menarik perhatian media namun juga untuk memberi pengaruh isi dari cerita drama yang menghasilkan kepopuleran.

The Corporate Social Performance – Financial Performance Link

Waddock, S.A. & Graves, S.B. (1997)

Manajer strategis secara konsisten dihadapkan dengan keputusan mengenai bagaimana untuk mengalokasikan sumber daya perusahaan dalam sebuah lingkungan yang penuh tekanan. Ilmu pengetahuan menunjukkan bahwa tekanan lebih banyak datang dari perusahaan yang terhubung langsung dengan social issues dibandingkan perusahaan tradisional. Dengan menggunakan sumber dari data pada *Corporate Social Performance* (CSP), paper ini melaporkan hasil dari penelitian bahwasanya terdapat hubungan antara *financial* dan *social performance*.

CSP merupakan sebuah gagasan multidimensi, dengan perilaku melintasi variasi masukan (contoh: investasi dalam peralatan kontrol polusi atau strategi lingkungan lainnya), perilaku internal atau proses-proses (contoh: perlakuan dari perempuan dan golongan kecil, produksi produk alami, hubungan dengan pelanggan), dan hasil keluaran (contoh: hubungan komunitas dan program filantropis). Financial performance perusahaan (profitability) diukur dengan menggunakan tiga variabel akuntansi: return on assets, return on equity, and return on sales, menyediakan jarak dari ukuran untuk menaksir financial performance perusahaan dengan investasi komunitas.

CSP ditemukan memiliki hubungan positif dengan *financial performance*, mendukung teori bahwa kemerosotan sumber penghasilan yang ada terhubung positif dengan CSP. Perusahaan dengan kemerosotan potensi sumber daya memungkinkan dengan *financial performance* yang kuat memiliki kebebasan untuk berinvestasi pada CSP yang positif. Oleh karena itu, perusahaan mempertimbangkan dengan baik untuk mengeluarkan sumber daya untuk tindakan yang sebelumnya dilakukan dengan baik jadi dilakukan lebih baik, sehingga pengalokasian sumber daya dapat meningkatkan CSP secara keseluruhan. CSP juga ditemukan memiliki hubungan positif dengan *future financial performance*, mendukung teori bahwa *good management* terhubung positif dengan CSP.

Pengujian hipotesa menunjukkan bahwa financial performance yang baik dihasilkan dalam perbaikan CSP dan sebaliknya diperlukan perbaikan CSP menuju financial performance yang lebih baik, ceteris paribus. Melalui paper ini disarankan supaya manager dan sarjana lebih meluaskan pemahaman mereka mengenai istilah corporate social performance yang mencakup aktifitas-aktifitas perusahaan dengan tanggungjawabnya terhadap pemegang saham. Meskipun demikian, jika prestasi yang kuat terus berkelanjutan, manajer strategi harus memusatkan perhatiannya pada seluruh pemegang saham.

Political Hazards, Experience, And Sequential Entry Strategies: The International Expansion Of Japanese Firm, 1980-1998

Delois, Andrew; & Henisz, W.J. (2003)

Artikel ini berisi mengenai penelitian Andrew Delios dan Witold J. Henisz dalam hal proses ekspansi internasional dengan penyampaian menggunakan model dari negara-negara di dunia dengan menggabungkan perspektif terhadap dampak dari ketidakpastian dalam lingkungan kebijakan sebuah negara pada strategi ekspansi sebuah perusahaan. Ditampilkan tipe-tipe spesifik dari pengalaman yang masuk akal yang berkaitan terhadap risiko politik, kurs perusahaan dari FDI (Foreign Direct Investment) pada kebijakan ketidakpastian. Maksud dari teori perspektif bahwa lingkungan kebijakan meningkatkan ketidakpastian (uncertainty) dalam pasar luar negeri dan lingkungan budaya. Kebijakan ketidakpastian harus dipertimbangkan dalam teori dan prakteknya dengan menggunakan model.

Artikel ini berisi argumen, maksud, dan dukungan terhadap riset besar dan pentingnya perubahan politik dan proses politik terhadap strategi ekspansi internasional dengan menggunakan dengan menggunakan contoh 3857 ekspansi internasional dari 665 perusahaan perindustrian Jepang, dibangun konsep dari uncertainty dan experiential untuk menunjukkan bahwa perusahaan yang mengumpulkan tipe yang relevan dari pengalaman negara-negara di dunia kurang sensitif terhadap dampak yang menghalangi dari lingkungan kebijakan ketidakpastian dalam berinvestasi. Maksud pertama dari penelitian ini untuk memberi masukan bagi riset pada strategi internasional harus menekankan pemahaman institusi politik yang mendesak atau memungkinkan pemain politik. Maksud kedua memberi masukan bagi riset pada model dari negara-negara di dunia seharusnya memberikan bobot yang sama dalam lingkungan kebijakan sebagai sebuah sumber ketidakpastian dalam sebuah perusahaan, seperti yang ada pada kebudayaan, sosial, pemasaran.

Risiko Politik, Pengalaman dan Ekspansi Lintas Negara

Sebuah saham perusahaan menurut pengalaman dalam politik negara-negara memiliki efek negatif terhadap risiko politik negara yang berpengaruh terhadap kurs dari FDI pada negara tersebut. Sebuah saham perusahaan menurut pengalaman dari negara-negara dalam blok budaya yang sama memiliki efek negatif terhadap level sebuah negara dari risiko politik pada kurs dari FDI pada negara tersebut. Sebuah saham perusahaan menurut pengalaman dari operasi perusahaan perkebunan luar negeri memiliki efek negatif terhadap level sebuah negara dari risiko politik pada kurs dari FDI pada negara tersebut.