

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL SAINS DAN ENTREPRENEURSHIP 2014

**'Entrepreneurship melalui Sains dan Pembelajaran Sains dalam
Mengoptimalkan Sumber Daya Manusia'**



**Dilaksanakan pada tanggal 21 Juni 2014
di Gedung Pasca Sarjana Lt. 5 Universitas PGRI Semarang**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BIOLOGI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG**

2014

KUMPULAN MAKALAH

Seminar Nasional Sains dan Entrepreneurship 2014

‘Entrepreneurship melalui Sains dan Pembelajaran Sains dalam
Mengoptimalkan Sumber Daya Manusia’

EDITOR AHLI

Dr. Fenny Roshayanti, M. Pd
Ary Susatyo Nugroho, S.Si, M.Si
Endah Rita Sulistya Dewi, S.Si, M.Si
Sumarno, M. Pd
Lussana Rossita Dewi, S.Si, M.Pd
Praptining Rahayu, S.Si, M.Pd
Maria Ulfah, S.Si, M.Pd

EDITOR PELAKSANA

Ghana Dewantara
Nurjayanti
Adi Nugroho
Erwin Nofiyanto
Nanik Susi Wulandari
Rika Fauziah Widyastuti

ISBN No.978-602-8047-99-9

Dilarang keras menjiplak, mengutip, dan memfotokopi sebagian atau seluruh isi buku ini serta memperjual belikan tanpa ijin tertulis

© HAK CIPTA DILINDUNGI UNDANG-UNDANG

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan karunia dan rahmat yang diberikanNya sehingga kegiatan Seminar Nasional Sains dan Entrepreneurship 2014 telah terselenggara dengan sukses. Seminar pada tanggal 21 Juni 2014 tersebut mengangkat tema 'Entrepreneurship melalui Sains dan Pembelajaran Sains dalam Mengoptimalkan Sumber Daya Manusia'.

Dalam Seminar Nasional tersebut mampu menghasilkan bermacam gagasan ilmiah dari berbagai tema, mulai dari Sains, Pendidikan dan Pembelajaran, hingga Entrepreneurship, yang dapat dikemas dalam sebuah prosiding sebagai bukti otentik. Bukti otentik tersebut diharapkan mampu memperkuat jaringan komunikasi di kalangan akademisi maupun peneliti yang terlibat baik langsung maupun tidak langsung dalam acara Seminar Nasional tersebut.

Prosiding Seminar Nasional Sains dan Entrepreneurship 2014 ini merupakan kumpulan makalah utama yang disampaikan pembicara Prof. Dr. Ir. Akhmad Sodik, M. Sc. Agr (Praktisi Entrepreneur di Bidang Kesehatan Pangan), Drs. Bayu Krisna, M.Si (Wakil Ket. Komtap Wirausaha KADIN) serta makalah pendamping yang dipresentasikan dalam sidang paralel maupun yang berupa poster.

Akhir kata, semoga prosiding ini bermanfaat bagi para peserta seminar khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, September 2014

Tim Editor

SUSUNAN KEPANITIAAN
SEMINAR NASIONAL SAINS & ENTREPRENEURSHIP 2014

Penanggung Jawab	: Endah Rita Sulistya Dewi, S.Si., M.Sc.
Steering Committee	: Dra. Eny Hartadiyati W.H., M.Si. Med
Ketua	: M. Anas Dzakiy, S.Si., M.Sc.
Wakil Ketua	: Praptining Rahayu, S.Si., M.Pd.
Sekretaris	: Atip Nurwahyunani, S.Si., S.Pd., M.Pd
Bendahara	: Maria Ulfah, S.Si., M.Pd.
Seksi Humas	: Syaipul Hayat, S.Pd., M.Pd. Filia Prima Artharina, S.Pd., M.Pd.
Seksi Makalah & Prosiding	: Sumarno, S.Pd., M.Pd. Lussana Rossita Dewi, S.Si., M.Pd.
Seksi Acara & Sidang	: Prasetyo, S.Pd., M.Pd. Eko Retno Mulyaningrum, S.Pd., M.Pd.
Seksi Kesekretariatan	: Ipah Budi Minarti, S.Pd., M.Pd. Reni Rachmawati, S.Pd., M.Pd.
Seksi Konsumsi	: Rivanna Citraning R., S.Si., M.Pd.
Seksi Dekorasi & Perlengkapan	: Fitriani Ulfatus Sa'adah, S.Pd., M.Pd. M. Anas Muqorrobin, S.Pd.
Seksi Dokumentasi	: Fibria Kaswinarni, S.Si., M.Si.

SUSUNAN ACARA

SEMINAR NASIONAL SAINS DAN ENTREPRENEURSHIP 2014

Sabtu, 21 Juni 2014

Pukul	Acara	Penanggungjawab/Narasumber
07.30-08.00	Registrasi dan pembagian kit	Kesekretariatan
08.00-08.30	Pembukaan	Ketua Panitia, Kaprodi, Dekan
08.30-09.30	Materi I	Pembicara 1: Dr. Ir. Akhmad Sodiq, M.Sc.agr
09.30-10.30	Materi II	Pembicara 2: Drs. Bayu Krisna, M.Si.
10.30-11.30	Tanya jawab	Pembicara 1 dan Pembicara 2
11.30-13.00	Ishoma	Seksi konsumsi
13.00-15.00	Makalah paralel	Moderator dan notulen per ruangan Pembagian sertifikat di ruang paralel

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
TIM EDITOR	ii
KATA PENGANTAR	iii
SUSUNAN KEPANITIAAN	iv
SUSUNAN ACARA	v
DAFTAR ISI	vi

MAKALAH UTAMA

Entrepreneurship melalui Sains dan Pembelajaran Sains dalam Mengoptimalkan Sumber Daya Manusia : <i>Lesson Learnt</i> Implementasi di Fakultas Peternakan Universitas Jenderal Soedirman <i>Prof. Dr. Ir. Akhmad Sodik, M. Sc.agr</i>	1
--	---

The Fundamental of Entrepreneur <i>Drs. Bayu Krisna, M.Si</i>	22
--	----

MAKALAH PENDAMPING**Entrepreneurship**

Struktur Keuangan pada Usaha Retail di Kabupaten Banyumas <i>Harsuti, Dian Safitri Pantja Kusumasari</i>	26
---	----

Pengembangan Konsep <i>Bilateral Symmetry</i> untuk Meningkatkan Kualitas Sinergi <i>Tri Purwani, Lutfi Nurcholis</i>	33
--	----

Rancang Bangun Prototype Sistem Informasi Pengenalan Produk Unggulan UMKM Berbasis Web <i>Lisda Rahmasari, Mariana Kristiyanti</i>	47
---	----

Evaluasi Tata Kelola Teknologi Informasi untuk Proses Pengelolaan Data pada Perguruan Tinggi XYZ untuk Meningkatkan Daya Saing Bisnis Perguruan Tinggi <i>Stephanus Widjaja</i>	58
--	----

Englishpreneurship as The Model of Enhancing Entrepreneurial Spirit for Students of English Departement <i>Dias Andris Susanto</i>	65
---	----

Pendidikan dan Pembelajaran

Klasifikasi Bakteri dalam Virtual Laboratorium <i>Endah Rita Sulistya Dewi, Prasetyo</i>	70
<i>Research and Development</i> untuk Mengoptimalkan Kemampuan Membaca Anak Retardasi Mental Berbasis Audio Video <i>Alexander Dharmawan, Ana Wahyuni</i>	80
Danau Rawapening sebagai Sumber Belajar Ekologi <i>Ary Susatyo Nugroho</i>	91
Pengaruh Penggunaan <i>Software</i> Pembelajaran <i>Multimedia Ai-Learn</i> terhadap Hasil Belajar Biologi Siswa Kelas VIII SMP Negeri 9 Samarinda Tahun Pembelajaran 2013/2014 <i>Evie Palenewen, Yuli Alviolit</i>	103
Perbedaan Model Pembelajaran <i>Team Assisted Individualization</i> (TAI) dan <i>Team Game Tournament</i> (TGT) terhadap Hasil Belajar Biologi pada Konsep Fotosintesis <i>Vandalita Maria Magdalena Rambitan, Yunita Dwi Kusumawati</i>	111
Pengaruh Media Realita terhadap Hasil dan Minat Belajar pada Konsep <i>Classis Insecta</i> Mahasiswa Pendidikan Biologi FKIP Universitas Mulawarman Samarinda <i>Sonja V. T. Lumowa</i>	121
Efektifitas Bahan Ajar Berbasis Karakter pada Pembelajaran IPA di SMP <i>Eny Hartadiyati W.H, Maria Ulfah, Praptining R, Henry Januar S</i>	131
Kemampuan Analisis Siswa SMP dalam Mengerjakan Soal Optik Geometris <i>Eva Septiana N, Harto Nuroso, Joko Siswanto</i>	141
Peranan Pemahaman Petunjuk Operasional dalam Internet dan Keseringan Berlatih terhadap Kemampuan Mengoperasikan Internet <i>Wijonarko, Indriati</i>	148
Kemampuan Siswa SMP dalam Menyelesaikan Soal Materi Kalor Tipe Grafik <i>Nuarina Wahyu Wulandari, Harto Nuroso, Joko Siswanto</i>	158
Pengembangan Alat Peraga Gerak Proyektil untuk Mencari Percepatan Gravitasi Bumi	

<i>Wawan Kurniawan</i>	166
Elemen Bernalar Asumsi pada Indikator Memprediksi Kemungkinan yang Akan Terjadi pada Pembelajaran IPA Menggunakan Pendekatan Metakognitif Siswa SMP <i>Siti Patonah, Duwi Nuvitalia</i>	171
<i>Saintific Learning</i> pada Siswa SLB <i>Ngurah Ayu Nyoman M</i>	181
Pengembangan Manajemen Diri Guru SMP melalui Pembelajaran Saintific <i>Muhdi, Ngurah Ayu Nyoman M, Arri Handayani</i>	190
Menumbuhkan Karakter Wirausaha melalui Pembelajaran Kewirausahaan dan Media Matematika <i>Sutrisno</i>	197
SAINS	
Perbedaan Pengetahuan dan Sikap Remaja Sebelum dan Sesudah dilakukan Penyuluhan tentang Pencegahan Seks Bebas di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 6 Semarang <i>Dewi Puspitaningrum, Siti Istiana</i>	209
Perbedaan Pengaruh Pendidikan Kesehatan dengan Metode Ceramah dibandingkan Booklet terhadap Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pencegahan Kanker Payudara (<i>Ca Mammae</i>) pada Wanita Usia Subur dengan Pemeriksaan Sadari di Puskesmas Kedungmundu Kota Semarang <i>Fitriani Nur Damayanti, Lia Mulyanti, Novita Nining Anggraini</i>	218
Salut Campuran Ekstrak Daun Jambu Biji, Rimpang Jahe, Daun Teh Hijau Meningkatkan Kestabilan Oksidatif Pakan Induk Udang Air Tawar <i>Jacob Uktolseja</i>	228
Preservation of Endangered Orchid Pencil (<i>Vanda Hookeriana</i> Rchb.) from Lake Dusun Besar Nature Reserve Bengkulu <i>Efri Roziaty</i>	238
Pengaruh Perbedaan Salinitas terhadap Jumlah Spora <i>Gracilaria</i> sp <i>Riche Hariyati</i>	248

Teknologi Microcontroller untuk Pengembangan Budidaya Buah-Buahan Sistem Tabulampot <i>Tri Watiningsih, Yohana Nursuwening, Reni Sulistiyowati</i>	255
Sampah sebagai Bahan Baku Pembuatan Batu Bata <i>Susatyo Adi Pramono, Tri Watiningsih, Iwan Rustendi</i>	275
Karakteristik Vernis Berbahan Alam Gondorukem <i>Sri Sutanti, Sari Purnavita, Herman Yoseph Sriyana</i>	295
POSTER	
Peran <i>Social Entrepreneurship</i> Masyarakat Sekitar Hutan dalam Menjaga Kelestarian Hutan Indonesia <i>Lussana Rossita Dewi, Praptining Rahayu, Maria Ulfah</i>	303
<i>Religion, Environment, Science, and Technology (REST)</i> pada Pembelajaran Pengetahuan Lingkungan dengan Pendekatan <i>Bioentrepreneurship</i> <i>Eko Retno Mulyaningrum</i>	311
Penerapan Pendidikan Karakter dalam Pembelajaran Sains melalui Model Pembelajaran Berbasis Permainan Tradisional “Engklek” <i>Fenny Roshayanti, Muhammad Syaipul Hayat, Filia Prima Artharina</i>	326
Pengelolaan Limbah Kulit Pisang menjadi Nata De Pisang sebagai Produk Bernilai Ekonomis <i>Atip Nurwahyunani, Siti Lestari</i>	341
Pendayagunaan Limbah Pisang melalui Posdaya Kelurahan Tlogosari Wetan <i>Entika Fani Prastikawati, Filia Prima Artharina</i>	351
Penggunaan Media ICT dengan Model <i>Learning Cycle</i> untuk Meningkatkan Keterampilan Berpikir Kritis dan Penguasaan Konsep Siswa <i>Ipah Budi Minarti, Muhammad Syaipul Hayat, Sumarno</i>	356
NOTULENSI	367

PENGEMBANGAN KONSEP *BILATERAL SYMMETRY* UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS SINERGI

Tri Purwani ¹⁾, Lutfi Nurcholis ²⁾

¹⁾, ²⁾Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas AKI
tripurwani@yahoo.com



Abstrak - Artikel ini bertujuan untuk mengembangkan konsep baru dan model theoretikal dasar berdasarkan studi literatur yang mendalam berkaitan dengan variabel-variabel kesamaan, transparansi, standardisasi dan sinergi. Konsep baru yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah *Bilateral Symmetry*, yang merupakan kemampuan kesamaan yang didasarkan pada transparansi dan standardisasi, yang dapat berpotensi meningkatkan kualitas sinergi. Hasil akhir studi literatur ini adalah model theoretikal dasar mengenai pengaruh kemampuan kesamaan transparansi dan standardisasi terhadap kualitas sinergi. Hasil akhir studi literatur ini dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut untuk menguji secara empiris melalui uji statistik.

Kata kunci: *kemampuan, transparansi, standardisasi, sinergi.*

PENDAHULUAN

Ansoff (1965; 1988) menyatakan bahwa konsep sinergi penting untuk manajemen stratejik. Gagasan Ansoff (1965; 1988) pada sinergi tahun 1965-1988 hampir tidak ada perubahan. Ansoff (1965; 1988) memandang sinergi sebagai:

"salah satu strategi pasar utama komponen produk perusahaan. Hal ini berhubungan dengan kesesuaian karakteristik yang diinginkan antara perusahaan dan entri pasar produk baru perusahaan".

Pandangan Ansoff (1965; 1988) menunjukkan bahwa sinergi pada dasarnya merupakan kecocokan antara unit. Sebagian besar penelitian telah menggunakan konsep sinergi. Ansoff (1988) menyatakan bahwa sinergi penting dalam keputusan awal melakukan diversifikasi dan menyarankan cara lain untuk memahami sinergi. Ansoff (1988) membagi 4 jenis sinergi berdasarkan formula komponen ROI, yaitu sinergi penjualan, operasional, investasi dan manajemen. Ansoff menunjukkan bahwa sinergi yang

diharapkan dengan sinergi yang dapat dicapai sangat berbeda dan bisa negatif.

Literatur strategi dan ekonomi mendefinisikan konsep sinergi dalam istilah *super-additive value* atau *sub-additive cost* (Tanriverdi dan Venkatraman 2005). Dua unit bisnis (a) dan (b) menikmati *superadditive value synergies* jika nilai join mereka lebih besar daripada jumlah nilai individual mereka : nilai (a, b) > nilai (a) + nilai (b). Mereka menikmati *sub-additive cost synergies* (atau *economies of scope*) jika penggunaan faktor umum produksi mengurangi biaya join produksi unit bisnis : biaya (a, b) < biaya (a) + biaya (b).

Keterkaitan sumber daya dan *resource complementarity* merupakan dua sumber utama *cross-unit synergy* dalam perusahaan multi bisnis (Tanriverdi, 2005; Tanriverdi dan Venkatraman, 2005). *Resource relatedness* merujuk pada penggunaan sumber daya umum (i.e., faktor umum produksi) di sepanjang unit bisnis. Menurut RBV diversifikasi, penggunaan faktor umum produksi di sepanjang unit multi bisnis menciptakan *sub-additive production cost synergies* (Farjoun, 1998;

Robins dan Wiersema, 1995). *Resource complementarity* juga merupakan sumber utama *cross-unit synergy* (Tanriverdi dan Venkatraman, 2005). Menurut *the economic theory of complementarities* (Milgrom dan Roberts, 1990), rangkaian sumber daya merupakan *complementary* pada saat *return* sumber daya dalam tingkat *return* pada sumber daya lain. Pada saat sumber daya terpisah, mereka juga interdependen. Mereka secara bersama-sama saling mendukung dan menguatkan. Nilai join *complementary resources* lebih besar daripada jumlah nilai individual mereka (Barua dan Whinston, 1998). Jadi *resource complementarity* menciptakan *super additive value synergy*.

PEMBAHASAN

Kesamaan

Banyak penelitian yang meneliti pengaruh kesamaan pada berbagai hal seperti kualitas hubungan, kerjasama, strategi, preferensi konsumen dan lain-lain. Beberapa telaah pustaka hasil penelitian pengaruh kesamaan telah dirangkum dalam Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Rangkuman Hasil Penelitian Kesamaan

Peneliti	Tahun	Hasil Penelitian
Brock	1965	Kesamaan berpengaruh positif terhadap perubahan opini
Woods dan Sobel	1970	Kesamaan gaya kepemimpinan pada level manajemen kedua berpengaruh terhadap kepuasan kerja manajer level manajemen pertama.
Woodside	1974	Kesamaan berpengaruh positif terhadap penjualan.
Busch dan Wilson	1976	Kesamaan tidak mempengaruhi sikap terhadap asuransi jiwa, tetapi kesamaan tenaga penjual dipandang lebih dipercaya dan lebih berpengaruh daripada ketidaksamaan tenaga penjual.
Wexley <i>et.al</i>	1980	Kesamaan antara deskripsi bawahan tentang manajer dan deskripsi manajer sendiri berhubungan signifikan dengan kepuasan bawahan. Kesamaan antara deskripsi manajer tentang bawahan dan deskripsi bawahan sendiri berhubungan signifikan dengan evaluasi manajer tentang kinerja pekerjaan bawahan.
Lin dan Germain	1998	Kesamaan budaya berpengaruh terhadap strategi resolusi konflik
Houssi	2005	Efektifitas komunikasi manfaat produk baru pada pelanggan : penggunaan kesamaan analogi vs kesamaan literal
Lehr dan Geher	2006	Kesamaan sikap berpengaruh signifikan terhadap pengukuran <i>likability</i>
Lung-Tan Lu	2007	Kesamaan budaya berpengaruh terhadap strategi resolusi konflik pada usaha patungan internasional
Won	2007	Kesamaan berpengaruh terhadap pilihan merk
Benedictis dan Tajoli	2007	Kesamaan komposisi ekspor berpengaruh positif signifikan dan nonlinear terhadap <i>catching-up</i> .

Sumber : Hasil kajian pustaka

Standardisasi

Tabel 2. Teori / Konsep / Hasil Penelitian Pengaruh Standardisasi

Peneliti	Uraian Teori / Konsep / Hasil Penelitian
Tassey (2000)	standar industri diartikan sebagai “satu set spesifikasi dimana semua elemen produk, proses, format atau prosedur harus sesuai di bawah yurisdiksinya”.
Jayaram et al. (2000)	Standardisasi paling berpengaruh pada kecepatan pengiriman dan <i>responsiveness</i> pada kinerja pelanggan. Standardisasi prosedur, komponen dan proses berpengaruh positif pada pengiriman tepat waktu dan efektifitas pemenuhan kebutuhan pelanggan, yang pada gilirannya berpengaruh positif pada kinerja bisnis.
Mallick dan Mukhopadhyay (2001)	Profitabilitas superior terjadi ketika produk diadaptasi setelah diperkenalkannya standar produk di pasar global.

Blind (2001)	standar internasional pasar domestik terbuka untuk importir asing dan cenderung mengurangi ekspor <i>neto</i> perdagangan internasional di Swiss.
Chung (2003)	Standardisasi distribusi dan strategi produk memiliki efek pada kinerja perusahaan dalam skenario intermarket.
Davenport <i>et.al.</i> (2004)	tujuan utama standarisasi proses bisnis, informasi dan praktek-praktek informasi manajemen adalah untuk mengontrol dan meminimalkan variabilitas yang menyebar di berbagai unit bisnis organisasi dan mencapai efisiensi dan konsistensi dalam pelaksanaan.
Okazaki <i>et.al</i> (2006)	Iklan standar tidak meningkatkan kinerja keuangan dan strategik perusahaan, dengan ketentuan bahwa lingkungan eksternal dan internal sumber daya perusahaan kondusif untuk standardisasi.
Seethamraju (2006)	mengembangkan sejumlah atribut yang berbeda namun saling terkait dimana proses standarisasi ditandai menemukan bahwa tampaknya kedua model yang berlawanan, yaitu kerjasama dan kompetisi membentuk cara standar industri yang mungkin muncul.
Lee <i>et.al.</i> (2008)	ISO 14000 dapat menjadi strategi yang efektif untuk perusahaan manufaktur Taiwan untuk meningkatkan efisiensi manajerial dan memelihara daya saing.
Schilke <i>et.al</i> (2009)	Hubungan standardisasi-kinerja secara signifikan lebih kuat untuk perusahaan-perusahaan besar dengan menawarkan produk yang homogen, tingkat penetrasi pasar global yang tinggi, strategi kepemimpinan biaya dan kemampuan koordinasi yang kuat.

Sumber : Hasil kajian pustaka

Transparansi

Tabel 3. Teori / Konsep / Hasil Penelitian Pengaruh Transparansi

Florini (1998)	Transparansi adalah kebalikan kerahasiaan
Lee <i>et.al.</i> (1997)	Informasi yang mengalir di antara pelanggan dan pemasok dapat menyeimbangkan penawaran dan permintaan dengan mengurangi ketidakpastian dan <i>bullwhip effect</i> di seluruh jejaring.
Dyer (1997)	Pertukaran informasi tentang peramalan, perencanaan, desain produk dan penjadwalan produksi mengurangi asimetri informasi dan biaya <i>monitoring</i> , sehingga menurunkan insentif perilaku oportunistik pelaku transaksi.
Mabert dan Venkataraman (1998)	Peningkatan visibilitas yang dikombinasikan dengan sumber daya lain dalam suatu perusahaan tidak hanya meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan perusahaan individu, tetapi juga merupakan dasar untuk meningkatkan kinerja rantai pasokan.
Williams (2005)	Transparansi dan kepercayaan mempunyai peran penting dalam komunikasi dengan para pemangku kepentingan organisasi. Peran penting transparansi lebih ditujukan untuk memahami bagaimana mentransfer kepercayaan dalam konteks sosial organisasi untuk kepentingan organisasi dan <i>stakeholders</i> . Transparansi adalah faktor <i>responsiveness</i> dan keberhasilan organisasi.

Jahansoozi, 2006	Transparansi menyediakan hasil yang bermanfaat untuk membangun hubungan dan kepercayaan. Selain itu, transparansi dapat dilihat sebagai kondisi relasional atau variabel yang mempromosikan akuntabilitas, kolaborasi, kerjasama dan komitmen. Pengambilan keputusan organisasional dan proses operasional yang transparan akan berdampak pada akuntabilitas. <i>Stakeholder</i> internal dan eksternal juga dapat melihat letak tanggung jawab. Selain itu, transparansi organisasional juga dapat meningkatkan kepercayaan dan akuntabilitas melalui peningkatan kolaborasi dan kerjasama
Soh (2006)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pasar elektronik melakukan strategi biaya rendah mempunyai transparansi harga tinggi. ▪ Semua pasar elektronik mengejar strategi diferensiasi, tetapi yang menarik, tidak semua pasar elektronik berhasil menghindari transparansi harga. Beberapa pasar elektronik berhasil meskipun memungkinkan transparansi harga tinggi.
Oh dan Luca (2006)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sinkronisasi perubahan harga yang sering ditemukan di pasar tradisional, bukan perubahan acak. ▪ Kenaikan harga rendah terjadi lebih sering daripada penurunannya, sedangkan frekuensi penyesuaian harga secara signifikan terkait dengan penyebaran harga produk. ▪ Penjual <i>online</i> sering mengubah strategi harga mereka, yang membuatnya sulit bagi konsumen untuk merespon dengan tepat.
Kulp, Lee dan Ofek (2004)	Permintaan data <i>real-time</i> dan visibilitas persediaan sangat penting untuk efektifitas peramalan, perencanaan, penjadwalan dan eksekusi rantai pasokan. Visibilitas melalui batas-batas organisasional dapat meningkatkan efisiensi rantai pasokan, membantu mengurangi siklus waktu dan kekurangan persediaan.
Quint Studer (CEO <i>Studer Group</i>)	Transparansi mempunyai 8 manfaat sebagai berikut: (1) dapat merencanakan dan bertindak untuk menyesuaikan, (2) menghubungkan dan mendorong untuk bertindak dan berubah, (3) membantu melihat kekuatan yang mempengaruhi lini dasar, (4) memungkinkan pesan konsisten dan menghindari distorsi berita melalui gosip, (5) menciptakan konsistensi dan memotivasi untuk merespons dengan cara serupa. Perusahaan yang konsisten cenderung sehat dan stabil, karena transparansi dan konsistensi adalah dua sisi mata uang yang sama, (6) menyebabkan eksekusi cepat, efisien, memfasilitasi penyalarsan dan menciptakan rasa mendesak bersama, (7) menyembuhkan perpecahan kita atau mereka yang bekerja pada tujuan yang berbeda, (8) membuat orang berkinerja tinggi tetap ingin bekerja pada perusahaan yang memperlakukan mereka dengan hormat.

Awad dan Krishnan (2006)	Pelanggan yang menginginkan transparansi informasi lebih kurang bersedia untuk profil. Hasil ini menimbulkan dilema bagi perusahaan, dimana konsumen yang memiliki nilai transparansi informasi kebanyakan juga merupakan konsumen yang kurang bersedia profil <i>online</i> . Untuk mengelola dilema ini, perusahaan sebaiknya mengadopsi strategi yang menyediakan fitur yang memenuhi kebutuhan konsumen yang lebih bersedia untuk ikut serta dalam personalisasi, sehingga menerima bahwa minoritas sensitif privasi konsumen tidak bersedia untuk berpartisipasi dalam personalisasi.
Chalhoub (2009)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Melakukan regresi linier pada data primer yang dikumpulkan dari 54 bank Lebanon yang digunakan sebagai variabel dependen indeks yang mewakili pertumbuhan, profitabilitas dan kepuasan pelanggan. ▪ Setiap dimensi di atas secara signifikan berkorelasi dengan kinerja bank, dengan pengecualian pelatihan tata kelola, penyebaran informasi dan masukan dalam pengambilan keputusan pemegang saham.
Hsu (2009)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitra rantai pasokan didalam dan di antara kelompok-kelompok memiliki dampak positif pada kualitas <i>sharing</i> informasi antar organisasional, (2) Kualitas <i>sharing</i> informasi antar organisasional memiliki dampak positif pada kinerja rantai pasokan terpadu dan (3) Kualitas <i>sharing</i> informasi harus multi dimensional. ▪ Keberhasilan pelaksanaan sistem manajemen rantai pasokan antara perusahaan akan menghasilkan sinergi yang signifikan dan dikaitkan dengan keunggulan kompetitif.

Sumber : Hasil kajian pustaka

Sinergi

Rumelt (1974) menemukan perbedaan pola diversifikasi dalam perusahaan dan menyarankan kategori dan klasifikasi tertentu untuk menggambarkan perbedaan perusahaan. Rumelt (1974) juga memeriksa hubungan tingkat diversifikasi dan sinergi (antara perusahaan) pada kinerja ekonomi perusahaan. Hasil penelitian Rumelt (1974) menetapkan tiga hasil sinergi, yaitu sinergi operasional (berdasarkan teknis

dan / atau interdependensi pasar), sinergi manajerial (berdasarkan bakat manajerial dan teknik) dan sinergi keuangan. Hasil sinergi keuangan menurut Rumelt (1974) adalah :

"meningkatkan kemampuan untuk memperoleh pendanaan eksternal dan ... kapasitas untuk menggunakan modal secara internal untuk divisi usaha yang paling menjanjikan".

Rumelt (1974) menemukan bahwa sebagian besar perusahaan sedang

berusaha mencapai sinergi keuangan pada tingkat sinergi manajerial yang lebih rendah. Banyak perusahaan yang memiliki diversifikasi bisnis yang tidak terkait dengan bisnis yang dimiliki. Perusahaan-perusahaan (konglomerat) dikarakterisasi memiliki derajat desentralisasi tinggi.

Sejumlah besar upaya penelitian diversifikasi perusahaan telah didasarkan pada ide-ide dan penelitian Rumelt (1974). Banyak penelitian empiris mendukung hasil penelitian Rumelt (1974), meskipun beberapa penelitian menunjukkan hasil yang agak berbeda. Kebanyakan penelitian diversifikasi perusahaan tidak menentukan pencapaian efek bersama dalam memeriksa sinergi. Sejumlah masalah penelitian terjadi karena cara identifikasi hubungan. Banyak penelitian kasus tidak menguji keberhasilan pelaksanaan hubungan timbal balik perusahaan.

Mahajan dan Wind (1988) menggunakan database PIM untuk menguji hubungan antara sinergi dengan profitabilitas pada enam jenis usaha. Mahajan dan Wind (1988) menggunakan enam pertanyaan pada instrumen survei PIM yang terkait dengan sinergi. Pertanyaan-pertanyaan ini diklasifikasikan menggunakan empat kategori sinergi Ansoff, yaitu sinergi penjualan, operasional, investasi dan manajemen.

Penelitian Mahajan dan Wind (1988) memiliki kelemahan hanya menggunakan satu atau dua pertanyaan untuk menguji setiap jenis sinergi sehingga kurang memadai untuk menarik kesimpulan. Berdasarkan tinjauan literatur, isolasi kinerja SBU tunggal yang berpartisipasi dalam *sharing* menyebabkan beberapa unit mendapat manfaat lebih banyak dalam *sharing* proses. Pengukuran kinerja total perusahaan lebih tepat dibandingkan dengan kinerja SBU tunggal. Analisis Mahajan dan Wind (1988) kurang cukup, mengandung inkonsistensi dan memerlukan pertimbangan lebih lanjut. Pertanyaan tentang survei PIM bisa membantu merancang instrumen survei untuk digunakan dalam investigasi empiris. Penelitian Mahajan dan Wind (1988) dapat didesain ulang dan diulang terutama sejak survei PIM yang ada berisi pertanyaan tambahan terkait dengan *sharing* sumber daya.

Menurut Ensign (1998), beberapa perusahaan telah mengembangkan sistem dan proses organisasional yang dapat mengakomodasi *sharing* sumber daya. Pemahaman tentang organisasi horisontal membantu menekankan bahwa struktur dan proses organisasi sangat penting dalam mengembangkan hubungan timbal

balik dengan potensi untuk mencapai tujuan sinergi dan keunggulan kompetitif. Strategi horisontal ini dirancang untuk mengkoordinasikan kegiatan dan fungsi unit yang berbeda.

Menurut Ensign (1998), pengembangan kesuksesan keterkaitan di perusahaan-perusahaan beragam dan lebih tergantung pada hubungan timbal balik antara kegiatan khusus daripada antara seluruh unit. Penelitian hubungan timbal balik

harus fokus pada perbedaan hubungan timbal balik kegiatan rantai nilai unit bisnis harus melampaui penelitian hubungan timbal balik bisnis unit keseluruhan pada diversifikasi perusahaan agar dapat menentukan potensi keberhasilan dalam menciptakan sinergi dan keunggulan kompetitif. Sinergi dikembangkan dan dicapai di antara aktifitas khusus yang didasarkan pada satu aktivitas ke aktifitas lain.

	Activity	Choice	Goal
Interrelationships	Sharing of resources or skills	that have relatedness	to achieve synergy .
Horizontal Strategy	Developing interrelationships	that create value	to achieve competitive advantage .

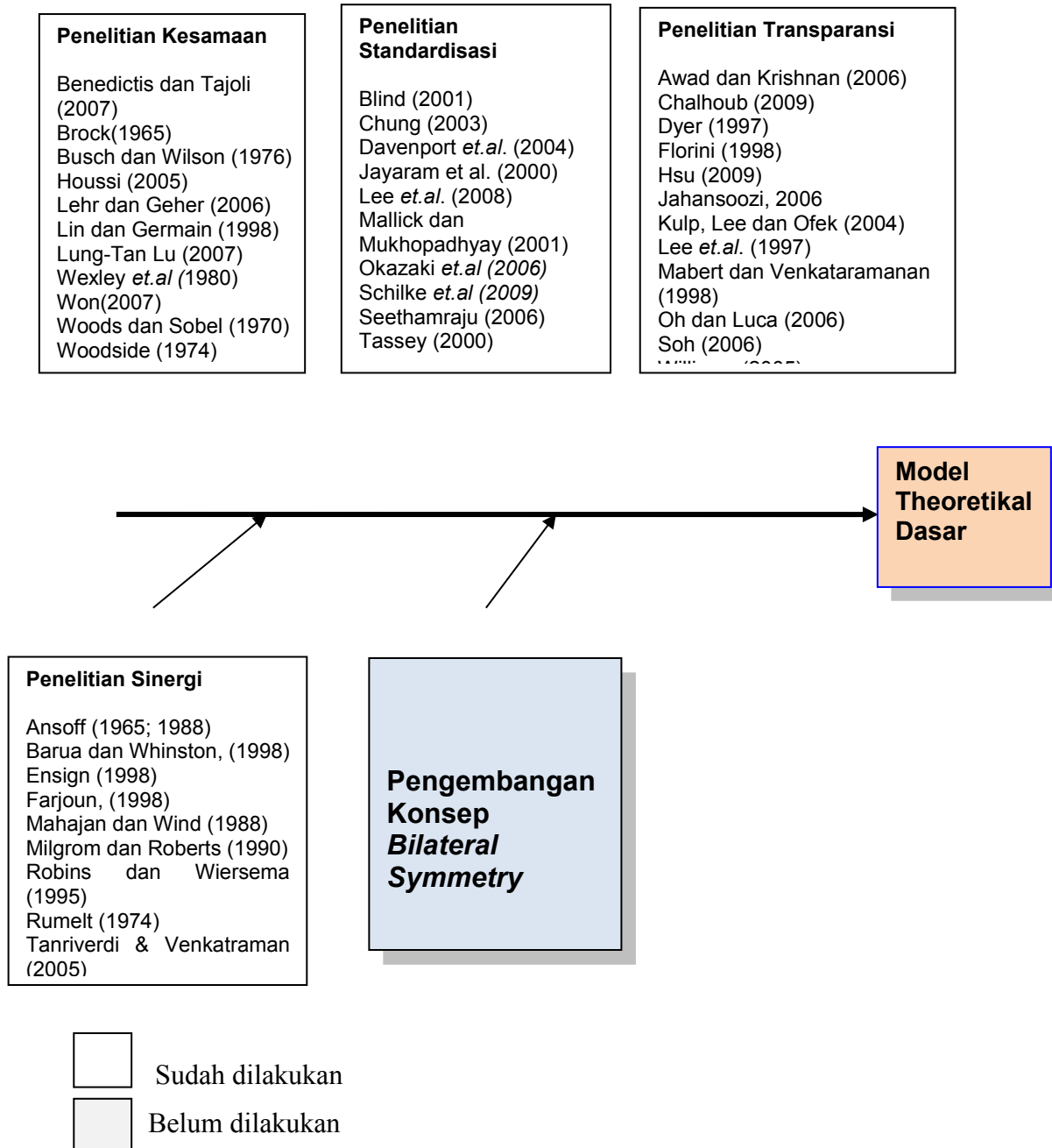
Gambar 1 Hubungan Timbal Balik dan Strategi Horisontal

Sumber : Ensign (1998)

Matriks pada Gambar 1 menyajikan cara untuk menggambarkan dan mendefinisikan konsep hubungan timbal balik dan strategi horisontal. Dimensi yang digunakan adalah aktivitas (rantai nilai), pilihan dan tujuan.

Definisi hubungan timbal balik dan strategi horisontal berdasarkan matriks, yaitu :

- Hubungan timbal balik merujuk kepada sharing sumber daya atau keterampilan dalam kegiatan-kegiatan terkait untuk mencapai sinergi.
- Strategi horisontal mengacu pada pengembangan hubungan yang menciptakan nilai untuk mencapai keunggulan kompetitif.



Gambar 2 Roadmap artikel

KESIMPULAN

Berdasarkan telaah pustaka di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa kesamaan merupakan faktor penting dalam membentuk suatu hubungan

karena tanpa adanya kesamaan akan mengakibatkan timbulnya konflik dalam hubungan.

Transparansi dan standardisasi merupakan dua hal penting yang merupakan satu kesatuan yang harus

diperhatikan dalam membentuk kualitas sinergi. Jika dalam hubungan sinergi tidak ada kesamaan transparansi maka akan terjadi asimetri informasi yang berdampak pada integrasi proses dalam hubungan sehingga dapat menimbulkan ketidakseimbangan proses dan bullwhip effect yang dapat merugikan anggota yang lain. Jika dalam hubungan sinergi tidak ada

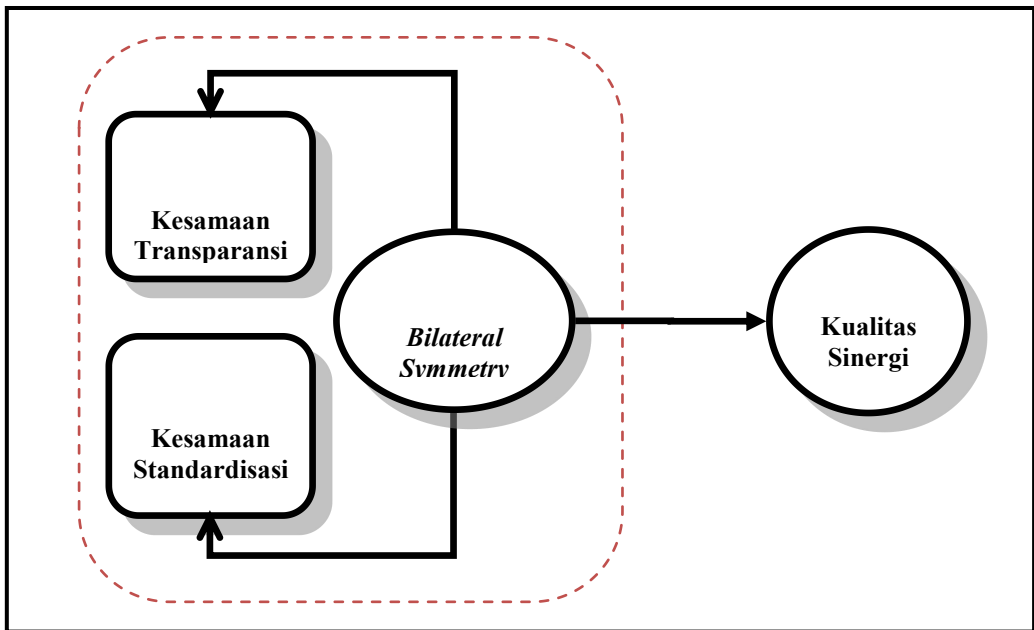
kesamaan standarisasi maka buyer akan pindah ke pemasok lain yang memiliki standar yang sama dengan buyer. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua hal ini merupakan dasar strategik untuk pengembangan kualitas sinergi dan dapat diasumsikan variabel yang memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas sinergi.

Berdasarkan kesimpulan telaah pustaka tersebut diajukan proposisi sebagai berikut :

BILATERAL SYMMETRY, adalah hubungan yang didasarkan pada kesamaan transparansi dan standarisasi, yang berpotensi meningkatkan Kualitas Sinergi

Proposisi tersebut dapat disajikan dalam bentuk piktografis seperti pada Gambar 3. berikut ini.

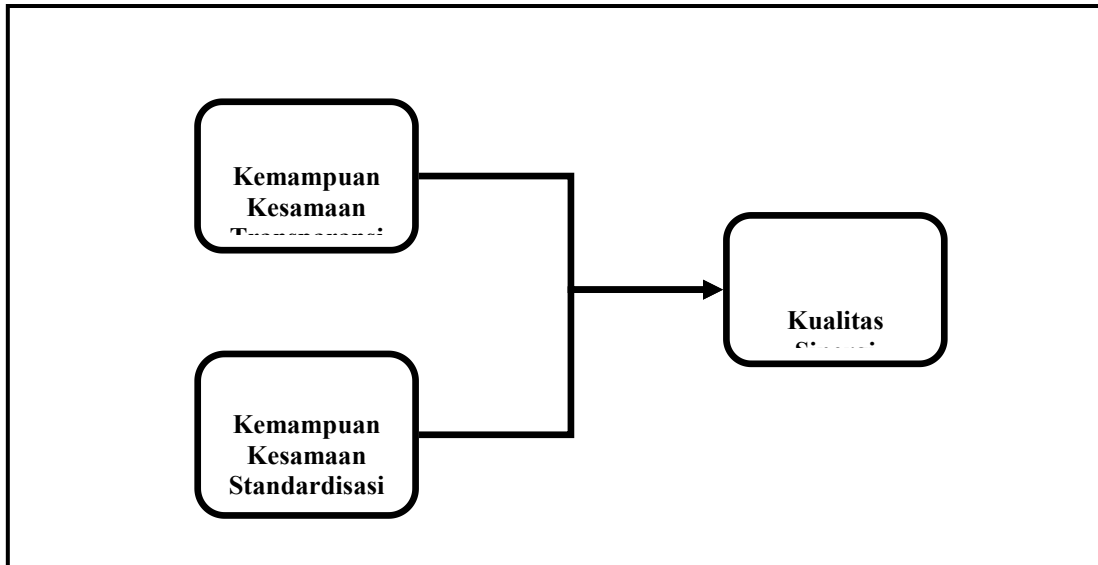
Gambar 3.
Model Piktografis Proposisi



Sumber : Hasil kajian pustaka

Dari proposisi tersebut dapat dikembangkan Model Theoretikal Dasar sebagai berikut :

Gambar 4.
Model Theoretikal Dasar



Sumber : Hasil pengembangan proposisi

DAFTAR PUSTAKA

- Awad, Neveen Farag and Krishnan, M. S.. 2006. "The Personalization Privacy Paradox: An Empirical Evaluation of Information Transparency and the Willingness to be Profiled Online for Personalization," *MIS Quarterly*, (30:1)
- Ansoff, H.I. 1965. *Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion*, McGraw-Hill, New York, NY.
- Ansoff, H.I. 1988. *The New Corporate Strategy*, Wiley, New York, NY.
- Barua, A. and Whinston, A.B. 1998. "Decision Support For Managing Organizational Design Dynamics" *Decision Support Systems*. (22:1). pp. 1008-1024.
- Benedicts and Tajoli. 2007. "Openness, Similarity in Export Composition and Income Dynamics". *Journal International Trade and Economic Development*. March. Vol. 16, No. 1, 93 – 116.
- Blind K. 2001. "The impacts of innovations and standards on trade of measurement and testing products: empirical results of Switzerland's bilateral trade flows with Germany, France and the UK", *Information Economics and Policy*, 13 (4), pp. 439-460.
- Brock, Timothy C. 1965. "Communicator-Recipient

- Similarity and Decision Change". *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 650-54
- Busch, Paul and Wilson, David T. 1976."An Experimental Analysis of a Salesman's Expert and Referent Bases of Social Power in the Buyer-Seller Dyad". *Journal of Marketing Research*, 13, 3-11.
- Chalhoub. 2009. "Relations between Dimensions of Corporate Governance and Corporate Performance: An Empirical Study among Banks in the Lebanon". *International Journal of Management* Vol. 26 No. 3.
- Chung, Henry F.L. 2003. "International Standardization Strategies: The Experiences of Australian and New Zealand Firms Operating in the Greater China Markets," *Journal of International Marketing*, 11 (3), 48–82.
- Davenport, T.H., Harris, J.G., Cantrell, S. 2004. "Enterprise systems and ongoing process change". *Business Process Management Journal*, Vol.10 pp.16-26
- Dyer, J. H. 1997. "Effective interfirm collaboration: How firms minimize transaction costs and maximize transaction value". *Strategic Management Journal*, 18, 535–556.
- Ensign, P.C. 1998. "Interrelationships and horizontal strategy to achieve synergy and competitive advantage in the diversified firm", *Management Decision*, 36/10. p.657–668.
- Farjoun, M. 1998. "The Independent and Joint Effects of the Skill and Physical Bases of Relatedness in Diversification," *Strategic Management Journal* (19:7), pp. 611-630.
- Florini, A. 1998. "The end of secrecy", *Foreign Policy*, Vol. 111, pp. 50-63.
- G. Tassej. 2000. "Standardization in technology-based markets", *Research Policy*, Vol. 29, pp. 587–602, see p. 588.
- Houssi Ait El, Amina, Kaj P.N. Morel, and Erik J. Hultink. 2005. "Effectively communicating new product benefits to consumers: The use of analogy versus literal similarity". *In Advances in Consumer Research*, Vol. 32, ed. Geeta Menon and Akshay R. Rao, Duluth, MN: Association for Consumer Research, 554-559.
- Hsu, C., and Pant, S. 2009. *Innovative planning for electronic commerce and enterprises: A reference model*. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Jahansoozi J. 2006. Organization-stakeholder relationships: exploring trust and transparency. *Journal of Management Development*. Vol. 25 No. 10, 2006 pp. 942-955.

- Jayaram, J., Vickery, S.K., Droge, C. 2000. "The effects of information system infrastructure and process improvements on supply-chain time performance". *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, Vol. 30 No.3/4, pp.314-30.
- Kulp, S. C., Lee, H. L., and Ofek, E. 2004. "Manufacturer Benefits from Information Integration with Retail Customers," *Management Science* (50:4), April, pp. 431-444.
- Lee *et.al.* 2008. "The Effect of ISO Certification on Managerial Efficiency and Financial Performance: An Empirical Study of Manufacturing Firms", *International Journal of Management*, March, Vol. 25, No. 1.
- Lehr Andrew T., and Glenn Geher. 2006. "Differential Effects of Reciprocity and Attitude Similarity Across Long- Versus Short-Term Mating Contexts". *The Journal of Social Psychology*, 146(4), 423–439.
- Lin, Xiaohua, Germain, Richard. 1998. "Sustaining Satisfactory Joint Venture Relationships: The Role of Conflict Resolution Strategy". *Journal of International Business Studies*, 00472506, 1st Quarter, Vol. 29, Issue 1.
- Lung-Tan Lu. 2007. "The Effect of Cultural Similarity on International Joint Ventures: An Empirical Study". *International Journal of Management Vol. 24 No. 2*
- Mabert, V. A. and M. A. Venkataraman. 1998. "Special Research Focus on Supply Chain Linkages: Challenges for Design and Management in the 21st Century". *Decision Sciences*, 29 (3): 537-553.
- Mahajan, V. and Wind, Y. 1988. "Business strategy does not always pay off", *Long Range Planning*, Vol. 21 No. 1, pp. 59-65.
- Mallick, D. N., & Mukhopadhyay, S. K. 2001. "Local design vs. Global design: A strategic business choice". *European Journal of Operational Research*, 131, 389-399
- Milgrom, P., and J. Roberts. 1990. "Bargaining Costs, Influence Costs, and the Organization of Economic Activity". in J.E. Alt and K.A. Shepsle (eds.), *Perspectives on Positive Political Economy*, Cambridge: University of Cambridge, 1990, 57-89.
- Oh W. and Lucas H.C., Jr. 2006. "Information Technology And Pricing Decisions: Price Adjustments In Online Computer Markets". *MIS Quarterly* Vol. 30 No. 3. pp. 755-775
- Okazaki S., Taylor C.R. and Zou S. 2006. "Advertising Standardization's Positive Impact On The Bottom Line". *Journal of Advertising*, vol. 35, no. 3 (Fall 2006), pp. 17–33.

- Robin J and Wiersema MF. 1995. "A Resource-Based Approach to The Multibusiness Firm : Empirical Analysis of Portofolio Interrelationships and Corporate Financial Performance" *Management Journal*. Vol. 16. pp. 277-99.
- Rumelt, R.P. 1974. *Strategy, Structure and Economic Performance*, Division of Research, Harvard University, Cambridge, MA.
- Schilke O., Reimann M. and Thomas J.S.. 2009. "When Does International Marketing Standardization Matter to Firm Performance?". *Journal of International Marketing* ©, American Marketing Association. Vol. 17, No. 4, 2009, pp. 24-46 ISSN 1069-0031X (print) 1547-7215
- Soh C., Markus M.L. and Goh K.H. 2006. "Electronic Marketplaces And Price Transparency: Strategy, Information Technology, And Success". *MIS Quarterly* Vol. 30, No. 3 pp. 705-723.
- Tanriverdi, H. and Venkatraman, N. 2005. "Knowledge Relatedness and Performance Of Multibusiness Firms" *Strategic Management Journal*. (26:2). pp. 97-119
- Wexley Kenneth N., Ralph A. Alexander, James P. Greenawalt, Michael A. Couch. 1980. "Attitudinal Congruence and Similarity as Related to Interpersonal Evaluations in Manager-Subordinate Dyads". *Academy of Management Journal*, Vol. 23, No. 2, 320-330.
- Woodside, Arch G. and Davenport, J. William. 1974. "The Effect of Salesman Similarity and Expertise on Consumer Purchasing Behavior". *Journal of Marketing Research*, 11, 198-202.
- Won Eugene J. S.. 2007. "A Theoretical Investigation of the Effects of Similarity on Brand Choice Using the Elimination-by-Tree Model". *Marketing Science*, Vol. 26, No. 6, November-December 2007, pp. 868-875.
- Woods Michael T. and Robert S. Sobel. 1970. " Effects Of Similarity Of Leadership Style At Two Levels Of Management On The Job Satisfaction Of The First Level Manager". *Personnel Psychology* . 23, 577-590.