

ABSTRAKSI

Kondisi dunia usaha yang penuh ketidakpastian membuat badan usaha perlu mengantisipasi perubahan lingkungan dalam hal perkembangan teknologi dan informasi, yaitu dengan pengembangan strategi. Sistem informasi manajemen, termasuk sistem akuntansi manajemen harus menyediakan informasi yang tepat waktu dan relevan untuk mendukung misi strategis manajemen dan operasionalnya.

Salah satu alternatifnya adalah Aliansi Strategis (*strategic alliances*). Aliansi strategis adalah suatu bentuk kerjasama yang saling melengkapi diantara dua atau lebih badan usaha dalam suatu proyek untuk tujuan strategis.

Sinergi adalah faktor utama yang harus ada dalam pembentukan suatu aliansi strategis. Konsep dasar aliansi strategis bahwa masing-masing badan usaha harus memberikan 'sesuatu' untuk mengkompensasikan kelemahan pasangan aliansinya dan mencapai hasil yang baik adalah sejalan dengan konsep dasar sinergi positif.

Selama ini, dalam penilaian kinerja Aliansi Strategis PT. "X" - PT. "Y", masih belum dilakukan pengendalian yang berarti. PT. "X" menilai keberhasilan aliansi berdasarkan kemampuan PT. "Y" untuk menyelesaikan pekerjaannya sesuai dengan Surat Perintah Kerja. PT. "Y" menilai keberhasilan aliansi berdasarkan ketepatan waktu pencairan dana oleh PT. "X". Identifikasi faktor-faktor penentu keberhasilan Aliansi Strategis belum dilakukan.

Untuk itu, aliansi strategis PT. "X" - PT. "Y" memerlukan suatu teknik analisis yang dapat membantu mengidentifikasi karakteristik aliansi strategis yang berhasil.

Analisis sinergi yang dipergunakan untuk mengidentifikasi karakteristik aliansi strategis yang berhasil adalah analisis biaya dan analisis manajerial.

Analisis keberhasilan aliansi strategis PT. "X" - PT. "Y" secara kuantitatif yang dilakukan dengan analisis sinergi biaya menunjukkan adanya sinergi positif berupa penghematan biaya dan terwujudnya laba. Sedang hasil analisis secara manajerial menunjukkan bahwa PT. "X" - PT. "Y" memiliki kondisi pendukung dan karakteristik aliansi strategis yang berhasil. Berdasarkan analisis tersebut, aliansi strategis PT. "X" - PT. "Y" dapat dikembangkan menjadi hubungan konsumen - supplier jangka panjang.

Dari analisis biaya dan manajerial yang sejalan dengan konsep sinergi didapatkan kesimpulan yaitu : Aliansi strategis dapat dilakukan jika masing-masing pihak mendapatkan keuntungan dari bentuk kerjasama tersebut. Masing-masing pihak dapat memberikan kontribusi yang dapat melengkapi kebutuhannya.