

melakukan kerjasama dengan pihak lain. Kerjasama antara GM dan SAIC pada tahun 1997 disahkan dan didukung oleh kedua belah pihak pemerintah negara masing-masing. Bentuk kerjasama ini tidak lain merupakan wujud dari aliansi strategi perusahaan. Berdasarkan pengalaman, adanya guanxi (inter personal relationship) dalam perusahaan, dan relationship organisasi, pihak GM dan SAIC saling mendapatkan keuntungan.

Dapat disimpulkan, bahwa untuk membuat jejaring bisnis, tidak cukup hanya melalui pengalaman, tetapi unsur guanxi harus dilakukan dalam perusahaan untuk tercapainya kinerja perusahaan yang optimal.

PENUTUP

Tuntutan bisnis di era global menuntut perusahaan responsif terhadap lingkungan bisnis yang sangat cepat berubah. Cepatnya perubahan tersebut membuat memerlukan sumberdaya yang sangat besar untuk mengatasinya. Untuk itu perusahaan perlu menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait dengan operasi perusahaan.

Kerjasama bisnis seringkali dimulai dari hubungan yang dilakukan individu-individu dalam perusahaan. Hubungan tersebut diawali dari hubungan keluarga, daerah atau dialek yang sama, pertemanan atau persahabatan. Hubungan seperti ini dapat berdampak positif bagi perusahaan jika hubungan individual berubah menjadi hubungan organisasional. Dalam konteks kerjasama bisnis internasional, hubungan antar dua perusahaan bisa melibatkan pemerintah kedua negara karena masing-masing pemerintah mempunyai kepentingan dari hubungan bisnis kedua perusahaan tersebut.

Oleh karena itu, perusahaan hendaknya memperhatikan dan memfasilitasi hubungan individual jika mempunyai potensi positif bagi perusahaan. Perusahaan juga perlu membuat aturan-aturan atau kode etik agar hubungan individu atau organisasi tidak mengarah pada hubungan yang bersifat negatif.

DAFTAR PUSTAKA

Christopher, Martin, *Logistic and Supply Chain Management: Strategies for Reducing Cost and Improving Service*, Prentice Hall, Amsterdam, 1998.

Gattorna, J. L., and D. W. Walters, *Managing The Supply Chain: A Strategic Perspective*, Macmillan Business, London, 1996

Luo, Yadong, *Guanxi and Business*, World Scientific, Hong Kong, 2000

Sheth, Jagdish N., and Atul Parvatiyar, *Handbook of Relationship Marketing*, Sage Publications, New Delhi, 2000.

www.ekuator.com

www.itsnotwhatyouknow.com

www.itsnotwhatyouknow.com

www.itswhatyouknow.com

www.suamerdeka.com

www.swa.co.id