Pengaruh peran pemasok, company culture dan new product development team dalam proses new product development: Studi industri otomotif di Indonesia

Lubis, Sudjaswin E., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20426226&lokasi=lokal>

Abstrak

Inovasi merupakan keniscayaan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya dalam lingkungan persaingan global, yang diwarnai oleh dinamika persaingan berbasis knowledge-networked innovation (Davenport et al., 2006). Dalam konteks tersebut, perusahaan otomotif makin mengandalkan strategi inovasi untuk mencapai keunggulan daya saing berkelanjutan. Namun demikian, keterbatasan sumber daya spesifik yang diperlukan untuk inovasi, memotivasi perusahaan melakukan kerja sama dengan pihak eksternal untuk mempercepat proses inovasi (Best, 2001).

Studi mengenai strategi inovasi telah banyak dilakukan dari segi produk akhir (Takeishi, 2001). Namun masih sedikit studi mengenai strategi inovasi dari sudut proses pengembangan produk baru (new product development, NPD), yang ditunjang oleh sistem kemitraan yang interaktif antara perusahaan dan para pemasok (Hart, 1995; Sage, 2000). Penelitian yang dilakukan terhadap lean production system yang sudah dilakukan sebelumnya telah membuktikan adanya pengaruh cross-functional team dan peran pemasok terhadap kinerja NPD, namun' belum mempertimbangkan aspek perilaku individu yang melaksanakan proses NPD. Perilaku individu tersebut diatur melalui kerangka yang disebut budaya perusahaan (company culture). Untuk mengisi kelangkaan penelitian yang melihat hubungan perilaku dengan NPD, maka penelitian ini mencoba melihat peran company culture terhadap interaksi individu dalam cross-functional team yang melakukan proses NPD.

Penelitian ini bertujuan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi proses penciptaan produk baru, fokus pada perusahaan otomotif dan pemanfaatan team production system (Fujimoto dan Takeishi, 2001). Berbagai faktor yang mempengaruhi proses NPD, yaitu peran kemitraan dari pemasok dalam inovasi perusahaan (Penrose, 1959), peran tim pengembangan produk baru (NPD team) yang bersifat cross-functional untuk merealisasikan NPD (Takeishi, 2001); pengaruh company culture terhadap kerja sama antara pemasok dan NPD team (Dess dan Lumpkin, 2003), dan akhirnya pengaruh NPD team terhadap kinerja proses dan produk baru untuk menciptakan keunggulan daya saing (Hoegl dan Parboteeah, 2003), menjadi vadabel dalam penelitian.

Pengujian model yang dikemukakan dilakukan secara empiris terhadap 202 responden dari sub-industri mobil dan komponennya serta sub-industri motor dan komponennya, yang tersebar di Jabotabek, Bandung, Surabaya, Sidoarjo dan Gresik, dengan ditunjang oleh in depth interview antara pimpinan perusahaan otomotif serta menguji model tersebut dengan menggunakan metode analisis Structural Equation Model (SEM).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa baik pemasok maupun company culture memiliki peran yang positif dan signifikan terhadap NPD team, dimana proses yang berlangsung dalam NPD team akan mempengaruhi kinerja NPD. Hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan pengaruh company culture terhadap NPD team pada sub-industri mobil dan sub-industri motor, menggambarkan pentingnya company culture dalam mendukung proses NPD yang berdampak pada kinerja NPD team. Hal ini diperkuat dengan tidak adanya perbedaan pengaruh NPD team terhadap kinerja NPD, sekalipun terdapat perbedaan peran pemasok di antara kedua industri tersebut.

Dan hasil penelitian ini, diperoleh konfirmasi mengenai peran pemasok terhadap NPD team dimana pemanfaatan kapabilitas eksternal bukan hanya untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi, tetapi dapat menjadi sumber pembelajaran perusahaan. Secara teoritik, hasil penelitian ini mendukung pandangan Eisenhardt dan Martin yang menyatakan "...dynamic capabilities thus are the organizational and strategic routines by which firm achieve new resources configuration as market emerge, collide, split, evolve and die.

Penelitian ini bersifat cross section sehingga tidak dapat melihat pengaruh company culture terhadap NPD team yang bersifat path dependence dan idiosyncratic. Secara lebih akurat. Perlu dilakukan penelitian yang bersifat longitudinal untuk mengukur peran company culture dalam NPD team sebagai manifestasi dari rekonfigurasi internal dan eksternal.