

**AFILIASI:**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Internasional Batam,  
Indonesia

**\*KORESPONDENSI:**

edi.king@uib.ac.id

**THIS ARTICLE IS AVAILABLE IN:** <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/JPK>

**DOI:** [10.32534/jpk.v11i1.5390](https://doi.org/10.32534/jpk.v11i1.5390)

**CITATION:**

Edi, E., Supriyanto, S. ., & Aurelia, V. .  
(2024). Moderasi Pengetahuan  
Pengalaman Internasional dalam  
Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap  
Akuisisi Lintas Negara . Jurnal Proaksi,  
11(1), 80–89.  
<https://doi.org/10.32534/jpk.v11i1.5390>

**Riwayat Artikel :****Artikel Masuk:**

26 Januari 2024

**Di Review:**

6 Februari 2024

**Diterima:**

31 Maret 2024

## Moderasi Pengetahuan Pengalaman Internasional dalam Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Akuisisi Lintas Negara

Edi Edi<sup>1\*</sup>, Supriyanto Supriyanto<sup>2</sup>, Vanessa Aurelia<sup>3</sup>

### Abstrak

Tren merger dan akuisisi terus berlanjut dalam dunia persaingan bisnis. Perusahaan bergencar-gencar memperluas skala pasar secara global. Namun, dapat terjalannya dan keberhasilan hubungan akuisisi dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh moderasi pengetahuan pengalaman internasional dalam pengaruh reputasi perusahaan terhadap akuisisi lintas batas. Data sampel dalam penelitian ini meliputi 48 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki corporate acquisition pada periode 2018-2021. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan metode analisis data berupa regresi logistik menggunakan aplikasi Smart PLS. Hasil penelitian menemukan bahwa reputasi memiliki efek negatif pada akuisisi lintas batas. Selain itu, hasil penelitian ini juga menemukan bahwa pengetahuan pengalaman internasional mampu memoderasi pengaruh yang signifikan dan positif terhadap hubungan reputasi perusahaan dan akuisisi lintas negara. Tingkat reputasi tinggi juga belum tentu merupakan langkah strategis. Reputasi yang dimiliki tidak cukup untuk dijadikan pondasi namun perlu diimbangi dengan pengalaman yang ada. Dengan demikian, perusahaan mampu mengurangi resiko dan lebih sadar akan hubungan berskala internasional.

**Kata Kunci:** Akuisisi Lintas Negara, Reputasi Perusahaan, Pengetahuan Pengalaman Internasional

### Abstract

The trend of merger and acquisition continues in the business world competition. The company is aggressively expanding its market scale globally. However, the establishment and success of an acquisition relationship can be caused by various factors. This study aims to determine the moderating effect of international experiential knowledge on the effect of corporate reputation on cross-border acquisition. The sample data in this study included 48 companies listed on the Indonesia Stock Exchange that have corporate acquisitions in the 2018-2021 period. The sample selection technique used was purposive sampling with the data analysis method in the form of logistic regression using the Smart PLS application. The results of the study found that reputation has a negative effect on cross-border acquisition. In addition, the results of this study also found that international experiential knowledge is able to moderate a significant and positive influence on corporate reputation relations and cross-country acquisitions. Consideration of a high reputation is also not necessarily a strategic move. The reputation that is owned is not enough to be used as a foundation but needs to be balanced with existing experience. Thus, the company is able to reduce risk and be more aware of international scale relationship.

**Keywords:** Cross Border Acquisition, Firm Reputation, International Experiential Knowledge

## PENDAHULUAN

Persaingan bisnis di era globalisasi dan ekonomi digital berdampak pada pertumbuhan entitas sehingga strategi bisnis suatu perusahaan dilaksanakan harus berdaya saing dan tingkat keberhasilan yang tinggi. Perusahaan bersaing untuk mengintegrasikan perdagangan tradisi menjadi bentuk yang lebih sempurna dan mengikuti perkembangan zaman. Salah satu strategi bisnis yang dapat dilakukan suatu perusahaan adalah memperluas usahanya atau dikenal dengan ekspansi usaha. Ekspansi yang digunakan untuk memperluas kapasitas lokasi dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu merger dan akuisisi (Barringer & Greening, 1998).

Seiring dengan tren global atas konsolidasi industri, merger dan akuisisi lintas negara merupakan sebuah fenomena perkembangan bisnis internasional serta menjadi market entry strategy favorit untuk perusahaan multinasional (Lamotte et al., 2021; Xie et al., 2017). Akuisisi lintas negara menyediakan cara paling cepat memungkinkan perusahaan multinasional untuk menghindari hambatan masuk pasar utama, menghemat waktu dalam membangun kehadiran mereka di pasar asing (Hitt & Pisano, 2003; Slangen & Hennart, 2008). Akuisisi mampu memperoleh akses ke sumber daya berharga dan pelengkap yang mungkin saat ini tidak mereka miliki tetapi dibutuhkan untuk mendapatkan atau mempertahankan keunggulan kompetitif (Cheng & Yang, 2017).

Pada tahun 2012, tiger airways Singapore mencoba memasuki pasar Indonesia dengan bermitra dengan PT mandala airlines dengan harapan memperluas jaringannya penerbangannya di Indonesia. Namun upaya tersebut tidak bisa membuat tiger airways Indonesia berhasil bersaing di pasar Indonesia sehingga pada tahun 2014 tiger airways Indonesia menghentikan operasionalnya di Indonesia dan pada tahun 2015 tiger airways kembali memasuki pasar Indonesia dengan mendirikan perusahaan baru PT Tiger airways Indonesia dan kembali mengalami kesulitan bisnis yang sama dan menutup operasionalnya di tahun 2017. Namun, akuisisi lintas negara mengandung resiko dan ketidakpastian yang lebih besar daripada akuisisi domestik dikarenakan asimetri informasi dan kewajiban asing yang dihadapi pengakuisisi (Mukherjee et al., 2018). Akuisisi lintas negara menghadirkan resiko pasar yang signifikan bagi perusahaan yang mengakuisisi (Tanna & Yousef, 2019). Ada beberapa tindakan yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan probabilitas keberhasilan dalam akuisisi lintas negara. Salah satunya adalah masalah dalam menilai nilai finansial aset perusahaan dan dalam mengidentifikasi sumber daya tidak berwujud (Hitt & Pisano, 2003). Berdasarkan *resource-based view*, sumber daya tidak berwujud yaitu reputasi mampu memengaruhi keputusan untuk terlibat dalam akuisisi lintas negara. Reputasi memfasilitasi masuknya pasar luar negeri dengan mengurangi resiko dan biaya yang melekat sambil bertindak untuk mengekang keputusan yang berpotensi beresiko (Edi et al., 2020).

Terlepas dari banyaknya penelitian mengenai akuisisi di Indonesia, sebagian besar berfokus pada situasi pasca akuisisi seperti faktor yang mempengaruhi kinerja merger dan akuisisi (Nuansari & Windijarto, 2020), dan perbandingan kinerja pra dan pasca akuisisi suatu perusahaan (Andrian & Listyowati, 2019; Dewi & Suryantini, 2018; Kurniati, 2017). Namun, pengaruh keterlibatan akan aset tidak berwujud dalam proses suatu keputusan akuisisi masih jarang diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh yang dapat diberikan reputasi perusahaan atas keterlibatannya dalam akuisisi lintas negara.

## KAJIAN PUSTAKA

### Resource Based View Theory

Keberhasilan suatu perusahaan bergantung pada sumber daya yang dimilikinya dan kemampuannya mengubah sumber daya tersebut menjadi keuntungan ekonomi. Sumber daya tersebut dapat berupa berwujud dan tidak berwujud (Edi & Wati, 2022). Menurut RBV, kumpulan sumber daya bersifat heterogen lintas perusahaan dan heterogenitas ini mungkin menjelaskan

mengapa beberapa perusahaan mampu menciptakan nilai superior, sementara yang lain tidak (Peteraf, 1993). Resource-based view menyatakan bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan suatu perusahaan berasal dari sumber daya yang berharga, langka, dan tidak dapat ditiru, serta tidak ada penggantinya. Sumber daya yang direferensikan mencakup semua aset, kemampuan, proses organisasi, karakteristik perusahaan, informasi, dan pengetahuan yang berada di bawah kendali perusahaan dan tersedia untuk pelaksanaan strategi, memastikan efisiensi dan mencapai efisiensi (Purnomo, 2011). Bagi perusahaan, sumber daya dan produk adalah dua sisi dari mata uang yang sama. Sebagian besar produk memerlukan banyak layanan dari berbagai sumber daya dan sebagian besar sumber daya dapat digunakan di banyak produk. Dengan menentukan ukuran perusahaan aktivitas di pasar produk yang berbeda, adalah mungkin bagi perusahaan untuk menyimpulkan hal tersebut komitmen sumber daya minimum yang diperlukan.

### **Akuisisi Lintas Negara**

Transaksi yang melibatkan dua atau lebih perusahaan dari negara berbeda dikenal sebagai akuisisi lintas negara. Dalam jenis kesepakatan ini, kepemilikan dan aset berbagai entitas digabungkan untuk membentuk entitas baru. Setelah itu, perusahaan dalam negeri mengalihkan seluruh kendalinya kepada perusahaan asing. Akibatnya, kepemilikan aset dan aktivitas berpindah dari perusahaan dalam negeri ke perusahaan asing, dan perusahaan asing menjadi afiliasi dari perusahaan asing (Tarigan et al., 2016). Akuisisi akan menguntungkan pihak pengakuisisi dengan sumber daya yang saling melengkapi, termasuk lebih banyak akses terhadap modal untuk pertumbuhan dan aset berwujud dan tidak berwujud lainnya (Yin & Tian, 2023).

### **Reputasi Perusahaan**

Para ahli sering mendefinisikan reputasi sebagai aset tidak berwujud yang mencerminkan kepentingan pemangku kepentingan (Parker et al., 2019). Reputasi dipandang sebagai persepsi bahwa suatu perusahaan memenuhi kebutuhan tertentu harapan para pemangku kepentingan untuk memberikan hasil yang tinggi hasil yang dihargai dari waktu ke waktu (Lange et al., 2011). Reputasi perusahaan merupakan aset tidak berwujud yang tidak dapat dinilai secara fisik. Pendekatan yang masih relevan digunakan sebagai pengukuran reputasi perusahaan adalah penghargaan CSR (Edi & Wati, 2022).

### **Pengetahuan Pengalaman akuisisi antar negara**

Pengetahuan berdasarkan pengalaman, didefinisikan sebagai “pembelajaran yang diperoleh melalui sarana pengalaman pribadi dan profesional di negara asal dan tuan rumah” (Buckley et al., 2016), sangat penting dalam menjelaskan internasionalisasi proses dan pilihan mode masuk pasar (Eriksson et al., 2015).

## **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Reputasi Perusahaan terhadap Akuisisi Lintas Negara**

Reputasi adalah karakteristik perusahaan yang mempengaruhi bagaimana perusahaan asing berpotensi berinteraksi dengannya (Stevens & Makarius, 2015). Reputasi memiliki efek yang bertolak belakang (efek keuntungan reputasi dan efek pelestarian reputasi) yang mempengaruhi keputusan untuk akuisisi. Reputasi dapat membantu atau menghambat perusahaan dalam situasi yang berbeda (Zavyalova et al., 2016). Perusahaan yang terkemuka lebih mengambil keputusan konservatif untuk membatasi resiko mereka dikarenakan reputasi dan harapan investor yang harus dijaga. Hal tersebut menghambat langkah perusahaan untuk melakukan akuisisi skala internasional (Hassan et al., 2018). Di sisi lain, dalam situasi ketidakpastian dan asimetri informasi, perusahaan bergantung pada reputasi untuk memberikan sinyal kualitas dan kemauan untuk menyampaikannya (Mukherjee et al., 2021). Reputasi yang lebih baik akan lebih memungkinkan untuk melakukan

akuisisi lintas negara. Akuisisi memungkinkan perusahaan untuk mengeksploitasi aset di luar negeri, dan reputasi perusahaan mengurangi biaya yang melekat pada masuknya perusahaan pengakuisisi ke luar negeri (Lamotte et al., 2021).

Namun pada tingkat reputasi tertentu, perusahaan akan tidak ingin melakukan akuisisi lintas negara karena lebih beresiko dan kegagalan dapat mengecewakan pemangku kepentingan perusahaan pengakuisisi terutama investor serta dapat merusak reputasi mereka (Haleblian et al., 2017; Parker et al., 2019). Reputasi terhadap akuisisi lintas negara akan positif jika reputasi berada pada tingkat menengah. Sedangkan, reputasi terhadap akuisisi lintas negara akan negatif jika reputasi berada pada tingkat bawah dan tingkat tinggi (Lamotte et al., 2021). Jika perusahaan memiliki reputasi yang baik, maka investasi internasional di tingkat negara akan terjadi (Dau et al., 2020). Reputasi sangat penting untuk keputusan mengenai ekspansi dan akuisisi internasional karena operasi lintas batas meningkatkan asimetri informasi dan resiko seleksi yang merugikan moral (Mukherjee et al., 2021). Berdasarkan pembahasan di atas maka hipotesis pertama adalah **H1: Reputasi perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap akuisisi lintas negara.**

#### **Pengaruh Moderasi Pengetahuan Pengalaman Internrnasional terhadap Hubungan antara Reputasi Perusahaan dan Akuisisi Lintas Negara**

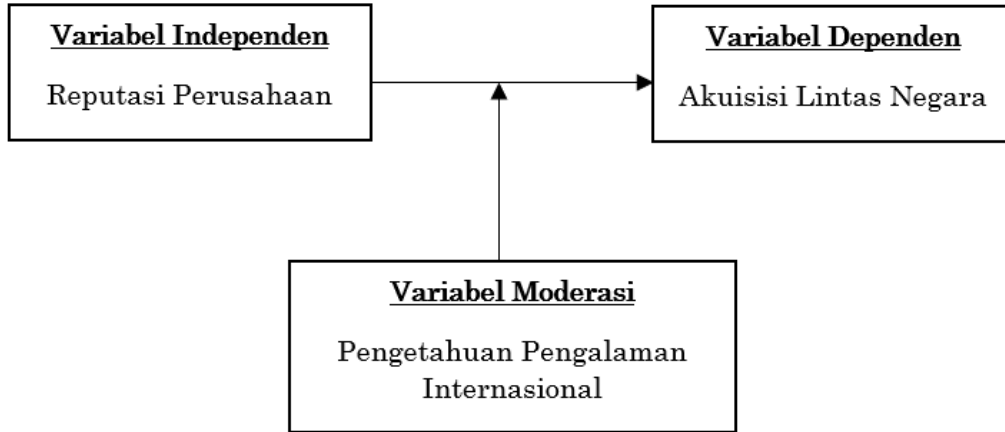
Sesuai dengan theory resourced based bahwa Setiap sumber daya perusahaan baik secara berwujud ataupun tidak berwujud akan memberikan kontribusi Kepada Kinerja perusahaan. Pengalaman dan reputasi perusahaan berupa sebuah sumber daya perusahaan tidak berwujud yang memiliki nilai tak terhingga bagi Kinerja perusahaan apabila dimanfaatkan dengan efektif akan memberikan sinergi yang lebih tinggi pada saat perusahaan melakukan akuisisi lintas negara.

Pengalaman dan reputasi perusahaan berinteraksi memberikan gambaran perilaku suatu perusahaan. Perusahaan akan bertindak berbeda sesuai dengan reputasi dan pengalaman yang dimilikinya (Haleblian et al., 2017; Lamotte et al., 2021; Scalera et al., 2020). Pengalaman dan reputasi yang baik memungkinkan perusahaan untuk mengurangi resiko yang terkait dengan asimetri informasi sehingga meningkatkan kemungkinan melakukan akuisisi (Wu & Salomon, 2017). Pada saat yang sama, perusahaan yang berpengalaman lebih menyadari kesulitan operasi tersebut, dan resiko keputusan tersebut melibatkan reputasi mereka. Dampak reputasi pada keputusan akuisisi lintas negara (keuntungan reputasi dan pelestarian reputasi efek) diperkuat oleh pengetahuan yang diperoleh selama pengalaman akuisisi lintas negara (Lamotte et al., 2021).

Pengetahuan pengalaman internasional yang dikombinasikan dengan reputasi membantu perusahaan mengatasi kewajiban asing dan biaya masuk pasar asing (Lamotte et al., 2021; Mukherjee et al., 2018). Pengaruh reputasi pada akuisisi lintas negara akan lebih lemah jika perusahaan yang tidak berpengalaman. Perusahaan tanpa pengalaman kurang mampu menilai resiko dan biaya yang terkait dengan akuisisi lintas negara atau menerjemahkan reputasi mereka menjadi keuntungan untuk langkah strategis tersebut. Kurangnya pengetahuan pengalaman internasional yang dikombinasikan dengan reputasi tingkat menengah menghasilkan dipengaruhi oleh reputasi perusahaan (Galavotti et al., 2017). Berdasarkan pembahasan di atas maka hipotesis kedua adalah

**H2: Pengetahuan pengalaman internasional dapat memperkuat pengaruh reputasi perusahaan terhadap akuisisi lintas negara.**

**Kerangka Konseptual Penelitian**



**Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian**

Sumber : Data Diolah, 2023

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan subjek penelitian kuantitatif. Subjek penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel dengan menggunakan alat ukur atau instrumen penelitian, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dibuat. Objek penelitian ini menggunakan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2018 dan 2021 yang memiliki transaksi akuisisi. Data penelitian diuji dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi logistik pada Software SmartPLS.

**Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Dalam penelitian ini pengetahuan pengalaman internasional digunakan untuk menanggapi efek moderasi pada pengaruh reputasi perusahaan terhadap akuisisi lintas negara.

**Tabel 1. Pengukuran Variabel**

| Kode | Variabel                             | Pengukuran Variabel  |
|------|--------------------------------------|--|
| FR   | Reputasi Perusahaan                  | Penghargaan CSR  |
| CBA  | Akuisisi Lintas Negara               | 1 = jika merupakan akuisisi lintas negara<br>0 = jika merupakan akuisisi domestik                          |
| IEK  | Pengetahuan Pengalaman Internasional | Jumlah akuisisi lintas negara yang dilakukan oleh perusahaan selama 10 tahun sebelum transaksi dianalisis. |

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil statistika deskriptif menunjukkan statistik deskriptif untuk variabel logit seperti variabel dependen, variabel independen, dan variabel moderasi. Hasil panel di bawah menyajikan statistik deskriptif untuk keseluruhan sampel, termasuk nilai rata-rata, minimum, median, maksimum dan

standar deviasi. Data sampel dari penelitian ini menggunakan perusahaan terbuka yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021 dengan total sampel 54 yang dipakai.

**Tabel 2. Hasil Kuantitatif Statistik Frekuensi**

|  |  | Frekuensi | Persentase |
|--|--|-----------|------------|
| Akuisisi Lintas Negara (CBA)               | 1 = merupakan transaksi akuisisi lintas negara | 40        | 74%        |
|  | 0 = merupakan transaksi akuisisi domestik      | 14        | 26%        |
| Pengetahuan pengalaman internasional (IEK) | Memiliki pengalaman akuisisi                   | 11        | 20%        |
|  | Tidak memiliki pengalaman akuisisi             | 43        | 80%        |
| Penghargaan CSR (ACSR)                     | Menerima penghargaan CSR                       | 18        | 33%        |
|  | Tidak menerima penghargaan CSR                 | 36        | 67%        |

Sumber: Penulis, 2023

Tabel 3 menunjukkan hasil variabel dependen, akuisisi lintas negara pada data tahun 2018 – 2021 menunjukkan sebanyak 40 kasus (74%) perusahaan di Indonesia terlibat dalam akuisisi lintas negara, sisanya 14 kejadian (26%) merupakan akuisisi domestik. Pengetahuan pengalaman internasional (lihat tabel 3) sebanyak 20% menandakan perusahaan yang memiliki pengalaman akuisisi diantaranya terdapat (pada tabel 2) nilai maksimum 5 transaksi akuisisi dalam satu perusahaan. Dalam studi ini, perusahaan tersebut adalah PT Energi Mega Persada Tbk.

Reputasi perusahaan diukur dengan lima pengukuran dalam 2 tabel. Tabel 2 menunjukkan deskripsi dalam yang diukur dalam usia perusahaan, usia listing, rasio P/E dan kapitalisasi pasar. Kapitalisasi pasar menunjukkan nilai rata-rata adalah IDR 288,170,662,885,433,000 rupiah. Usia perusahaan yang melakukan akuisisi menunjukkan perusahaan tertua berusia 128 tahun dengan kode saham BBRI, PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Sedangkan perusahaan termuda yang sudah terlibat dalam akuisisi adalah PT Solusi Sinergi Digital Tbk 9 tahun sejak berdirinya. Berdasarkan usia listing perusahaan tertua adalah yang tercatat dan melakukan akuisisi dalam sampel adalah PT Bank Danamon Indonesia Tbk. Mereka telah terdaftar sejak 34 tahun yang lalu sementara perusahaan terbaru melakukan aksi korporasi ini ketika mereka yang baru listing 1 tahun adalah PT Solusi Sinergi Digital Tbk.

Reputasi perusahaan yang diukur dengan PER menunjukkan hasil pada tabel 2 dengan nilai maksimum adalah 49.506 dan nilai minimum adalah 16.050 Hal ini patokan untuk investor dalam pengambilan keputusan dan tingkat harapan atas pengembalian. Ratio P/E biasanya menjadi media komunikasi kedua belah pihak antara perusahaan dan investor. Nilai PER yang tinggi akan meningkatkan posisi yang baik suatu perusahaan di mata investor (Dutta et al., 2018). Tabel 3 menunjukkan hasil reputasi perusahaan dengan data kualitatif, jumlah penghargaan CSR adalah 33% perusahaan sampel dalam studi ini yang telah berpartisipasi dalam CSR serta mendapat penghargaan. Perusahaan mulai berpartisipasi dalam CSR untuk menarik perhatian dan mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Sisanya 67% perusahaan belum berpartisipasi dalam CSR.

**Tabel 3. Path Coeficient and Summary of Hypothesis**

|               | Original Sample (O) | T Statistics ( O/STDEV ) | P Values | Kesimpulan     |
|---------------|---------------------|--------------------------|----------|----------------|
| FR -> CBA     | -0.362              | 1.995                    | 0.009    | Signifikan (-) |
| IEK*FR -> CBA | 0.104               | 2.439                    | 0.047    | Signifikan (+) |

Sumber: Penulis,2023

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian menunjukkan reputasi perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap akuisisi lintas negara. Hasil ini dikarenakan Reputasi perusahaan sangat penting dalam pengambilan keputusan akuisisi lintas batas (Mukherjee et al., 2021). Reputasi perusahaan merupakan sebuah aset perusahaan yang dibutuhkan pada pengambilan keputusan operasi akuisisi lintas negara untuk menurunkan risiko asimetri informasi dan resiko seleksi yang merugikan moral (Lamotte et al., 2021). Dari segi reputasi perusahaan baik tinggi, menengah maupun rendah pertimbangan yang dihadapi akan berbeda. Perusahaan yang akan melakukan akuisisi lintas negara terdapat pertimbangan akan resiko supaya kelak tidak membahayakan reputasi (Parker et al., 2019). Reaksi pasar saham rentan negatif terhadap akuisisi dan reaksi ini lebih kuat untuk perusahaan bereputasi tinggi. Hasil kinerja akuisisi terutama akuisisi lintas negara sejauh ini dapat menyebabkan perusahaan bereputasi baik untuk menghindari resiko dengan lebih memilih akuisisi domestik (Haleblian et al., 2017).

Pengetahuan pengalaman internasional mampu memperkuat pengaruh reputasi perusahaan terhadap akuisisi lintas negara secara signifikan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi atau rendah pengetahuan pengalaman internasional dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruh reputasi perusahaan saat akuisisi lintas negara. Tindakan suatu perusahaan akan bergantung pada tingkat reputasi serta pengalaman yang dimilikinya (Haleblian et al., 2017; Scalera et al., 2020). Pengalaman tersebut menyadarkan perusahaan akan kesulitan operasi akuisisi dan resiko keputusan tersebut akan melibatkan reputasi (Lamotte et al., 2021). Dampak reputasi pada keputusan dalam hal keuntungan yang dimiliki reputasi dan pelestarian reputasi efek diperkuat oleh pengetahuan yang diperoleh selama pengalaman akuisisi. Pengetahuan pengalaman internasional dikombinasikan dengan reputasi diyakini dapat membantu perusahaan mengatasi kewajiban asing dan biaya masuk pasar asing. Pengalaman dapat mengimbangi reputasi sehingga hal ini akan berpengaruh terhadap perusahaan yang bereputasi tinggi. Pengalaman akan lebih mampu mengevaluasi kemungkinan kegagalan bagi perusahaan bereputasi tinggi melakukan akuisisi tambahan dikarenakan kesadaran akan resiko. Hal tersebut merupakan efek pelestarian reputasi dengan demikian akan diperkuat oleh pengalaman akuisisi. Dengan kata lain dapat disimpulkan perusahaan yang lebih berpengalaman memiliki kemampuan untuk meningkatkan reputasi untuk berkembang secara internasional melalui akuisisi. Sebaliknya, hubungan antara reputasi dan kemungkinan terjadinya akuisisi secara signifikan lebih lemah untuk perusahaan yang tidak berpengalaman. Perusahaan tersebut kurang mampu menilai resiko dan biaya yang terkait dengan akuisisi atau memanfaatkan reputasi mereka sebagai keunggulan dalam langkah strategisnya (Galavotti et al., 2017).

## KESIMPULAN

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh yang diberikan reputasi perusahaan dalam melakukan aksi akuisisi lintas negara. Selain itu, penelitian ini juga menguji efek moderasi pengetahuan pengalaman internasional dalam hubungan antara reputasi perusahaan dan akuisisi lintas negara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang bereputasi tinggi memiliki pertimbangan yang berbeda dalam hal resiko yang dihadapi. Resiko akan akuisisi yang mengalami kegagalan dapat berefek terhadap reputasi perusahaan dikarenakan reaksi negatif pasar saham kekecewaan baik publik maupun investor yang akan merusak reputasi. Dalam uji efek moderasi, pengetahuan pengalaman internasional dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruh reputasi perusahaan terhadap akuisisi lintas negara. Reputasi saja tidak cukup untuk langkah strategis suatu perusahaan. Pengalaman dapat membantu mengimbangi reputasi tinggi yang dimiliki perusahaan dalam mengevaluasi resiko atau tingkat kegagalan akan perjalinan akuisisi yang akan dilakukan. Perusahaan yang berpengalaman lebih mampu meningkatkan reputasi mereka untuk

berkembang secara internasional melalui akuisisi dibandingkan perusahaan yang tidak berpengalaman.

## SARAN

Saran terbagi menjadi dua:

1. Saran Praktis: Penelitian ini dapat berkontribusi untuk meningkatkan kesadaran perusahaan pentingnya faktor aset tidak berwujud seperti reputasi perusahaan saat melakukan akuisisi lintas negara. Reputasi perusahaan sebagai aset tidak berwujud membantu dalam strategi akuisisi lintas negara serta ditambah dengan pengalaman pengetahuan akan lebih mengimbangi maupun memperkuat reputasi dalam langkah strategis akuisisi untuk mengurangi asimetri informasi dan biaya.
2. Saran Teoritis: Penelitian lebih lanjut dapat menambahkan faktor lain sebagai efek moderasi seperti usia CEO (Dang et al., 2017), CEO *overconfidence* (Lai et al., 2017), dan kepemilikan institusional (Andriosopoulos & Yang, 2015).

## REFERENCE

- Andrian, A. D., & Listyowati, L. (2019). Analisis Kinerja Keuangan Sebelum dan Setelah Akuisisi (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(2), 95–114. <https://doi.org/10.26905/ap.v5i2.5765>
- Andriosopoulos, D., & Yang, S. (2015). The impact of institutional investors on mergers and acquisitions in the United Kingdom. *Journal of Banking and Finance*, 50(March), 547–561. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2014.06.004>
- Barringer, B. R., & Greening, D. W. (1998). Small business growth through geographic expansion: A comparative case study. *Journal of Business Venturing*, 13(6), 467–492. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00038-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00038-4)
- Buckley, P. J., Munjal, S., Enderwick, P., & Forsans, N. (2016). The role of experiential and non-experiential knowledge in cross-border acquisitions: The case of Indian multinational enterprises. *Journal of World Business*, 51(5), 675–685. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2016.07.006>
- Cheng, C., & Yang, M. (2017). Enhancing performance of cross-border mergers and acquisitions in developed markets: The role of business ties and technological innovation capability. *Journal of Business Research*, 81(January), 107–117. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.08.019>
- Dang, M., Henry, D., & Hoang, V. A. D. (2017). Target CEO age, ownership decisions, and takeover outcomes. *Research in International Business and Finance*, 42(July 2016), 769–783. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2017.07.015>
- Dau, L. A., Moore, E. M., & Newbury, W. (2020). The grass is always greener: The impact of home and host country CSR reputation signaling on cross-country investments. *Journal of International Business Policy*, 3(2), 154–182. <https://doi.org/10.1057/s42214-020-00049-7>
- Dewi, P. Y. K., & Suryantini, N. P. S. (2018). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum Dan Sesudah Akuisisi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(5), 2323. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p01>
- Edi, E., Basri, Y. Z., & Arafah, W. (2020). CEO CHARACTERISTICS, FIRM REPUTATION AND FIRM PERFORMANCE AFTER MERGER AND ACQUISITION. *Business: Theory and Practice*, 21(2), 850–858. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.12782>
- Edi, E., & Wati, E. (2022). Measuring Intangible Asset: Firm Reputation. *Business: Theory and Practice*, 23(2), 396–407. <https://doi.org/10.3846/btp.2022.15945>



- Eriksson, K., Johanson, J., Majkgård, A., Sharma, D. D. (2015). Experiential Knowledge and Cost in the Internationalization Process. *Knowledge, Networks and Power: The Uppsala School of International Business*, May, 41-63. Retrieved from [https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137508829\\_2](https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137508829_2)
- Galavotti, I., Cerrato, D., & Depperu, D. (2017). Experience and Cross-Border Acquisitions: An Organizational Learning Perspective. *European Management Review*, 14(2), 119–131. <https://doi.org/10.1111/emre.12094>
- Haleblian, J. J., Pfarrer, M. D., & Kiley, J. T. (2017). High-Reputation Firms and Their Differential Acquisition Behaviors. *Business*, 920(October), 1–43. <https://doi.org/10.1002/smj>
- Hassan, I., Ghauri, P. N., & Mayrhofer, U. (2018). Merger and acquisition motives and outcome assessment. *Thunderbird International Business Review*, 60(4), 709–718. <https://doi.org/10.1002/tie.21967>
- Hitt, M. a, & Pisano, V. (2003). Management Research : The Journal of the Iberoamerican Academy of Management Emerald Article : The Cross-Border Merger and Acquisition Strategy : A Research Perspective. *Management Research*, 1(2), 133–144. <http://dx.doi.org/10.1108/15365430380000522>
- Kurniati, A. (2017). Analisis Kinerja Keuangan Sebelum Dan Sesudah Akuisisi Pada Perusahaan Pengakuisisi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia ( BEI ) Ami Kurniati Program Studi S-1 Manajemen , STIE Putra Bangsa Kebumen Email : ami.kurniati.ak@gmail.com Abstrak Tujuan peneli. 1–7. Retrieved from [http://eprints.universitasputrabangsa.ac.id/id/eprint/529/1/Jurnal%20Ami%20Kurniati\\_165502688.pdf](http://eprints.universitasputrabangsa.ac.id/id/eprint/529/1/Jurnal%20Ami%20Kurniati_165502688.pdf)
- Lai, J. H., Lin, W. C., & Chen, L. Y. (2017). The influence of CEO overconfidence on ownership choice in foreign market entry decisions. *International Business Review*, 26(4), 774–785. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.01.006>
- Lamotte, O., Chalençon, L., Mayrhofer, U., & Colovic, A. (2021). Intangible resources and cross-border acquisition decisions: The impact of reputation and the moderating effect of experiential knowledge. *Journal of Business Research*, 131(March), 297–310. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.044>
- Lange, D., Lee, P. M., & Dai, Y. (2011). Organizational reputation: A review. *Journal of Management*, 37(1), 153–184. <https://doi.org/10.1177/0149206310390963>
- Medco Energi. (2021). *Annual Report 2021*. Retrieved from <https://www.medcoenergi.com/en/subpagelist/view/72>
- Mukherjee, D., Makarius, E. E., & Stevens, C. E. (2018). Business group reputation and affiliates' internationalization strategies. *Journal of World Business*, 53(2), 93–103. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.12.003>
- Mukherjee, D., Makarius, E. E., & Stevens, C. E. (2021). A reputation transfer perspective on the internationalization of emerging market firms. *Journal of Business Research*, 123(October 2019), 568–579. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.026>
- Nuansari, S. D., & Windijarto, W. (2020). Kinerja Merger dan Akuisisi, Pengalaman Direktur, Usia Direktur, Masa Jabatan Direktur, dan Board Size di Indonesia. *J-MKLI (Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia)*, 3(2), 84. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v3i2.67>
- Parker, O., Krause, R., & Devers, C. E. (2019). HOW FIRM REPUTATION SHAPES MANAGERIAL DISCRETION *Academy of Management Review Owen Parker Oklahoma State University Ryan Krause Texas Christian University Texas A & M University Acknowledgements : The authors are greatly appre.* <https://doi.org/10.5465/amr.2016.0542>

- Peteraf, M. A. (1993). The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, 14(3), 76–93. <https://doi.org/10.4324/9781315885926-15>
- Purnomo, R. (2011). Resource-Based View dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan: Sebuah Telaah Kritis Terhadap Pemikiran Jay Barney (1991). *Sustainable Competitive Advantage*, 1, 1–16. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/111>
- Scalera, V. G., Mukherjee, D., & Piscitello, L. (2020). Ownership strategies in knowledge-intensive cross-border acquisitions: Comparing Chinese and Indian MNEs. *Asia Pacific Journal of Management*, 37(1), 155–185. <https://doi.org/10.1007/s10490-018-9616-6>
- Slangen, A. H. L., & Hennart, J. F. (2008). Do multinationals really prefer to enter culturally distant countries through greenfields rather than through acquisitions? the role of parent experience and subsidiary autonomy. *Journal of International Business Studies*, 39(3), 472–490. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400356>
- Stevens, C. E., & Makarius, E. E. (2015). Overcoming Information Asymmetry in Foreign Entry Strategy: The Impact of Reputation. *Global Strategy Journal*, 5(3), 256–272. <https://doi.org/10.1002/gsj.1099>
- Sidik, S. (2022). *Akuisisi ConocoPhillips Rp 19 T, Medco Siap Gelar RUPLSB*. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220203160754-17-312670/akuisisi-conocophillips-rp-19-t-medco-siap-gelar-ruplsb>
- Tanna, S., & Yousef, I. (2019). Mergers and acquisitions: implications for acquirers' market risk. *Managerial Finance*, 45(4), 545–562. <https://doi.org/10.1108/MF-09-2018-0446>
- Tarigan, J., Yenewan, S., & Natalia, G. (2016). Merger dan Akuisisi dari Prespektif Strategis dan Kondisi Indonesia (Pendekatan Konsep dan Studi Kasus). *Jurnal Merger Dan Akuisiss*, 1(6), 39–59.
- Wu, Z., & Salomon, R. (2017). Deconstructing the liability of foreignness: Regulatory enforcement actions against foreign banks. *Journal of International Business Studies*, 48(7), 837–861. <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0092-x>
- Xie, E., Reddy, K. S., & Liang, J. (2017). Country-specific determinants of cross-border mergers and acquisitions: A comprehensive review and future research directions. *Journal of World Business*, 52(2), 127–183. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2016.12.005>
- Yin, M., & Tian, R. (2023). Cross-border mergers and acquisitions: A double-edged sword for Chinese firms' innovation performance. *Cogent Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2272320>
- Zavvalova, A., Pfarrer, M. D., Reger, R. K., & Hubbard, T. D. (2016). Reputation as a benefit and a burden? *Academy of Management Journal*, 59(1), 253–276. <https://doi.org/10.5465/amj.2013.0611>