

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh *Product Market Innovation Strategy* terhadap *Supplier* dan *Customer Integration* melalui *Internal integration*. Objek analisis dari penelitian ini adalah PT. AEON Indonesia BSD dan unit observasi dari penelitian ini adalah karyawan PT. AEON Indonesia BSD pada level staff sampai dengan managerial. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sensus karena adanya keterbatasan jumlah populasi, dalam hal ini karyawan yang memahami proses bisnis di PT. AEON Indonesia BSD secara menyeluruh. Jumlah sampel penelitian ini adalah 65 orang sehingga pengolahan data menggunakan SmartPLS. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam rangka menguji pengaruh *product market innovation strategy* terhadap *Supplier* dan *Customer Integration* melalui *Internal Integration* sehingga dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan dari hasil analisis deskriptif disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Jumlah sampel responden berdasarkan jenis kelamin adalah 69.2% laki-laki sedangkan perempuan 30.8 %.
 - b. Untuk sampel berdasarkan tingkat Pendidikan adalah 67.7% yang terdiri dari tingkat Pendidikan SMA dan 23.1% adalah Pendidikan Sarjana.
 - c. Untuk sampel berdasarkan posisi jabatan 73.8% adalah staff, untuk *Supervisor* 16.9% dan 9.2% adalah *Manager*.
 - d. Untuk sampel berdasarkan lingkup pekerjaan terdiri 40% di bagian administrasi, untuk bagian operasional sebanyak 33.8%, di bagian sales marketing 15.4%, dan untuk dibagian yang lain lainnya 10.8%.

- e. Untuk sampel berdasarkan lama bekerja dari 1-3 Tahun adalah 46.2%, dan yang bekerja dari 7-9 tahun 24%, sedangkan yang bekerja kurang dari 1 Tahun sebanyak 16.9% dan untuk yang sudah bekerja selama 4-6 Tahun sebanyak 12.3%.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:
- a. *Produk Market Innovation Strategy* berpengaruh signifikan terhadap *Internal Integration* di PT. AEON Indonesia BSD dengan nilai *t-stat* 17.625 lebih dari 1.90 dan *p-value* 0.000 kurang dari 0.05. Hal itu menyebabkan bahwa H_1 diterima sehingga memiliki hasil “*Produk Market Innovation Strategy* berpengaruh terhadap *Internal Integration*”.
 - b. *Produk Market Innovation Strategy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Supplier Integration* di PT. AEON Indonesia BSD dengan nilai *t-stat* 0.480 kurang dari 1.90 dan *p-value* 0.316 lebih dari 0.05. Hal itu menyebabkan bahwa H_2 ditolak sehingga memiliki hasil “*Produk Market Innovation Strategy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Supplier Integration*”.
 - c. *Produk Market Innovation Strategy* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Integration* di PT. AEON Indonesia BSD dengan nilai *t-stat* 4.076 lebih dari 1.90 dan *p-value* 0.000 kurang dari 0.05. Hal itu menyebabkan bahwa H_3 diterima sehingga memiliki hasil “*Produk Market Innovation Strategy* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Integration*”.

- d. *Internal Integration* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Supplier Integration* di PT. AEON Indonesia BSD dengan nilai *t-stat* 3.167 lebih dari 1.90 dan *p-value* 0.001 kurang dari 0.05. Hal itu menyebabkan bahwa H_4 diterima sehingga memiliki hasil “*Internal Integration* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Supplier Integration*”.
- e. *Internal Integration* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Integration* dengan nilai *t-stat* 0.931 kurang dari 1.90 dan *p-value* 0.176 lebih dari 0.05. Hal itu menyebabkan bahwa H_5 ditolak sehingga memiliki hasil “*Internal Integration* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Integration*”.
- f. *Produk Market Innovation Strategy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Integration* melalui *Internal Integration* dengan nilai *t-stat* 0.905 kurang dari 1.90 dan *p-value* 0.183 lebih dari 0.05. Hal itu menyebabkan bahwa H_6 ditolak sehingga memiliki hasil “*Produk Market Innovation Strategy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Integration* melalui *Internal Integration*”.
- g. *Produk Market Innovation Strategy* berpengaruh signifikan terhadap *Supplier Integration* melalui *Internal Integration* dengan nilai *t-stat* 3.000 lebih dari 1.90 dan *p-value* 0.001 kurang dari 0.05. Hal itu menyebabkan bahwa H_7 diterima sehingga memiliki hasil “*Produk Market Innovation Strategy* berpengaruh signifikan terhadap *Supplier Integration* melalui *Internal Integration*”.

5.2 Saran

5.2.1. Saran Untuk Pengelola PT. AEON Indonesia BSD

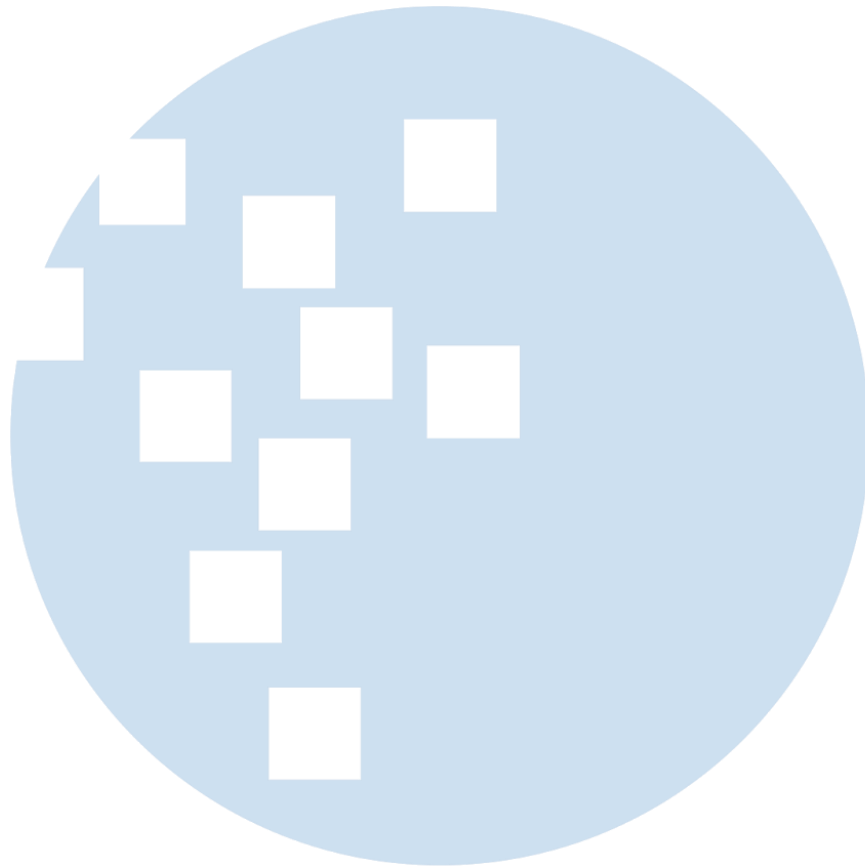
Beberapa saran praktis yang dapat dipertimbangkan oleh pengelola PT. AEON Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Peneliti mengharapkan bahwa PT. AEON Indonesia BSD dapat melakukan terobosan baru dengan menyelaraskan kebijakan *strategy* perusahaan terhadap para pemasok. Perlunya sosialisasi dan penyamaan persepsi atas tujuan PT. AEON Indonesia BSD yang dipahami oleh para pemasok akan mampumendukung ekosistem bisnis PT. AEON Indonesia BSD kedepan dalam menyediakan produk yang semakin beragam dan pengembangan bisnis yang masih melakukan pembukaan gerai-gerai baru tidak hanyadi Jabodetabek.
2. Peneliti mengharapkan bahwa PT. AEONIndonesia BSD dapat membuat *platform* digital yang mampu diakses oleh pelanggan melalui *gadget* mereka. *Semi online store* perlu kiranyadikembangkan oleh PT. AEON Indonesia BSD sehingga mampu memberikan gambaran informasi awal kepada para pelanggan atas beragam produk yang dijual sebelum mereka pergi belanja ke *offline store*.

5.2.2. Saran Untuk Penelitian Berikutnya

1. Saran akademis bagi peneliti berikutnya adalah perlu mengembangkan jumlah sampel tidak hanya di PT. AEON Indonesia BSD tetapi mengambil sampel di PT. AEON Indonesia BSD store lainnya.
2. Penelitian kedepan perlu mengkaji lebih lanjut bagaimana membangun ekosistem bisnis *offline store* yang berkelanjutan dengan mengkaji integrasi rantai pasok pengaruhnya terhadap *sustainable business performance*.
3. Peneliti berikutnya juga perlu mempertimbangkan variabel lain diantaranya adalah kolaborasi dengan kompetitor dan organisasi lain (*supply chain collaboration*) dengan tujuan untuk membangun *strategic partnership* lintas organisasi.

4. Penelitian berikutnya, untuk responden yang mengisi kuisisioner pada *Google Form*, yaitu karyawan yang berhubungan langsung dengan *customer* dan *supplier* pada PT. AEON Indonesia BSD.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA