

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan sebagai usaha untuk melakukan pengkajian secara lebih mendalam mengenai bagaimana membangun keunggulan bersaing yang dipengaruhi oleh perencanaan strategi melalui lingkungan bisnis internal dan eksternal dengan studi empiris di PT Hero Supermarket, Tbk. Adapun kesimpulan penelitian yang dipaparkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan perhitungan statistik, variabel lingkungan bisnis internal mempunyai t hitung sebesar 0,905 dengan t kritis sebesar 1,984. Sehingga $t \text{ hitung } (0,905) < t \text{ kritis } (1,984)$, artinya bahwa variabel lingkungan bisnis internal (X1) tidak memiliki pengaruh dan kontribusi terhadap perencanaan strategi (Y). Indikator-indikator pada lingkungan bisnis internal yang meliputi pengembangan produksi, penjualan serta perspektif inovasi dan purna jual belum dapat mendukung perencanaan strategi yang efektif dan efisien.
2. Berdasarkan perhitungan statistik, variabel lingkungan bisnis eksternal mempunyai t hitung sebesar 6,379 dengan t kritis sebesar 1,984. Sehingga $t \text{ hitung } (6,379) > t \text{ kritis } (1,984)$, artinya bahwa variabel lingkungan bisnis eksternal (X2) memiliki pengaruh dan kontribusi terhadap perencanaan strategi (Y). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel lingkungan bisnis eksternal memiliki hubungan yang searah

dengan perencanaan strategi (Y). Jadi dapat di simpulkan bahwa lingkungan bisnis eksternal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perencanaan strategi. Indikator-indikator pada lingkungan bisnis eksternal yang meliputi kompleksitas lingkungan eksternal, dinamika lingkungan eksternal, dan daya dukung lingkungan internal mendukung perencanaan strategi perusahaan.

3. Berdasarkan perhitungan statistik, variabel perencanaan strategi mempunyai t hitung sebesar 4,754 dengan t kritis sebesar 1,984. Sehingga t hitung (4,754) > t kritis (1,984), artinya bahwa variabel perencanaan strategi (Y) memiliki pengaruh dan kontribusi terhadap keunggulan bersaing (Z). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel perencanaan strategi memiliki hubungan yang searah dengan keunggulan bersaing (Z). Jadi dapat di simpulkan bahwa perencanaan strategi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Indikator-indikator perencanaan strategi yang meliputi sasaran strategi, inisiatif strategi, dan target mendukung terciptanya keunggulan bersaing pada perusahaan.
4. Berdasarkan perhitungan statistik, variabel lingkungan bisnis internal mempunyai t hitung sebesar 0,475 dengan t kritis sebesar 1,984. Sehingga t hitung (0,475) < t kritis (1,984), artinya bahwa variabel lingkungan bisnis internal (X1) tidak memiliki pengaruh dan kontribusi terhadap keunggulan bersaing (Z). Indikator-indikator lingkungan bisnis internal yang meliputi pengembangan produksi, penjualan serta

perspektif inovasi dan purna jual belum dapat mendukung terciptanya keunggulan bersaing pada perusahaan.

5. Berdasarkan perhitungan statistik, variabel lingkungan bisnis eksternal mempunyai t hitung sebesar 2,998 dengan t kritis sebesar 1,984. Sehingga t hitung (2,998) > t kritis (1,984), artinya bahwa variabel lingkungan bisnis eksternal (X2) memiliki pengaruh dan kontribusi terhadap keunggulan bersaing (Z). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel lingkungan bisnis eksternal memiliki hubungan yang searah dengan keunggulan bersaing (Z). Jadi dapat di simpulkan bahwa lingkungan bisnis eksternal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Indikator-indikator pada lingkungan bisnis eksternal yang meliputi kompleksitas lingkungan eksternal, dinamika lingkungan eksternal, dan daya dukung lingkungan internal mendukung terciptanya keunggulan bersaing pada perusahaan.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dalam penelitian ini berkaitan dengan teori lingkungan bisnis internal dan eksternal terhadap perencanaan strategi dalam rangka menciptakan terwujudnya keunggulan bersaing. Faktor - faktor yang mempengaruhi perencanaan strategi adalah lingkungan bisnis eksternal sedangkan lingkungan bisnis internal belum dapat mempengaruhi perencanaan strategi. Sedangkan faktor –faktor yang

mempengaruhi keunggulan bersaing adalah lingkungan eksternal dan perencanaan strategi.

2. Implikasi Manajerial

Berkaitan dengan semakin sengitnya persaingan di dalam dunia usaha, maka yang perlu menjadi perhatian adalah :

- a) Aspek lingkungan eksternal berpengaruh secara signifikan dan positif dalam perencanaan strategi, sehingga perusahaan perlu memperhatikan variabel lingkungan eksternal pada saat membuat suatu kebijakan.
- b) Lingkungan eksternal berpengaruh secara langsung terhadap terciptanya keunggulan bersaing. Perusahaan yang mampu beradaptasi dengan lingkungan eksternal, maka akan mampu bersaing dengan kompetitornya.
- c) Perencanaan strategi perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keunggulan bersaing. Sehingga perusahaan yang mempunyai sasaran strategi yang tepat, berinisiatif dalam berstrategi serta mempunyai target yang jelas, maka perusahaan tersebut dapat menciptakan keunggulan bersaing di antara perusahaan lainnya.

C. Saran

1. Perusahaan harus lebih memfokuskan diri untuk meningkatkan kemampuan para pegawai melalui pelatihan-pelatihan yang dapat meningkatkan pengetahuan serta ketrampilan sesuai dengan

kebutuhan dalam menjalani tugas-tugasnya. Selain itu perusahaan perlu meningkatkan komunikasi dan melihat lebih ke dalam (internal) mengenai permasalahan-permasalahan yang di hadapi, sehingga tercipta keharmonisan antar pegawai baik atasan dengan bawahan begitupun sebaliknya.

2. Di sisi perencanaan strategi, perusahaan juga perlu memikirkan sasaran strategi yang jelas yang terkadang tidak sepenuhnya di pahami oleh seluruh karyawan. Selain itu, peningkatan kesejahteraan karyawan selain keuntungan besar dari perusahaan. Hal ini di harapkan para karyawan akan termotivasi dalam bekerja sehingga akan berdampak kepada terciptanya keunggulan bersaing yang kuat dari perusahaan.