

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah strategi bisnis diferensiasi dan strategi bisnis *low cost* memediasi pengaruh SPM terhadap kinerja perusahaan. Setelah dilakukan pengujian serta analisis, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi bisnis diferensiasi tidak memediasi pengaruh SPM terhadap kinerja perusahaan manufaktur di kota Semarang.
2. Strategi bisnis *low cost* tidak memediasi pengaruh SPM terhadap kinerja perusahaan manufaktur di kota Semarang.

5.2 Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis diferensiasi dan strategi bisnis *low cost* tidak mampu memediasi pengaruh SPM terhadap kinerja perusahaan. Jika SPM di dalam suatu perusahaan dijalankan dengan baik dan efektif, maka kinerja perusahaan dapat mengalami peningkatan. Dari keempat dimensi SPM (*beliefs system*, *boundary system*, *diagnostic system*, dan *interactive system*) memiliki tujuan yang berbeda-beda namun keempat sistem ini harus diterapkan secara bersama-sama untuk menghasilkan pengendalian yang efektif. Dilihat dari lampiran 3 yaitu mean untuk tiap dimensi SPM, dapat disimpulkan dari keempat dimensi SPM, dimensi yang masih perlu ditingkatkan yaitu *beliefs system*. *Beliefs system* harus digunakan manajer untuk mengkomunikasikan nilai inti, tujuan dan arahan bagi organisasi. Hal ini sangatlah diperlukan untuk mendorong karyawan untuk mencari peluang-peluang baru atau berinovasi. Oleh sebab itu, saran bagi perusahaan yaitu perusahaan perlu menerapkan SPM dengan baik dan efektif serta mengevaluasi SPM yang sesuai dengan kondisi perusahaan agar kinerja perusahaan dapat mengalami peningkatan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya menggunakan 168 sampel manajer perusahaan manufaktur di kota Semarang, sehingga saran bagi penelitian selanjutnya dapat menambahkan lebih banyak sampel agar semakin mewakili populasi dan hasilnya dapat digeneralisir. Selain itu, pengukuran untuk variabel strategi bisnis belum dapat memisahkan secara jelas strategi bisnis diferensiasi dan strategi bisnis *low cost*,

sehingga hal ini tidak dapat menunjukkan strategi khas yang digunakan oleh perusahaan manufaktur yang ada di kota Semarang. Dan bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengganti variabel strategi bisnis diferensiasi dan strategi bisnis *low cost* dengan variabel mediasi lainnya seperti motivasi, kerjasama, inovasi, kapabilitas perusahaan dan teknologi informasi yang dapat memediasi pengaruh SPM terhadap kinerja perusahaan. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menguji sampel secara terpisah atau dapat menggunakan strategi bisnis sebagai variabel *dummy*.

