

BAB 6

SIMPULAN DAN SARAN

BAB 6

SIMPULAN DAN SARAN

Apa kesimpulan dari penelitian ini, dan saran peneliti terhadap penelitian selanjutnya dijabarkan pada bab ini.

6.1 Simpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil estimasi dan pengujian hipotesis sebagai berikut:

- ❖ *New product introduction*, kebijakan produk, jaringan distribusi, konsentrasi supplier, biaya marketing, dan biaya R&D, secara bersama-sama berpengaruh terhadap ROE.
- ❖ *New product introduction*, kebijakan produk, jaringan distribusi, konsentrasi supplier, biaya marketing, dan biaya R&D, secara bersama-sama berpengaruh terhadap ROA.
- ❖ *New product introduction*, kebijakan produk, jaringan distribusi, konsentrasi supplier, biaya marketing, dan biaya R&D, secara bersama-sama berpengaruh terhadap Jensen's Alpha.
- ❖ *New product introduction*, kebijakan produk, jaringan distribusi, biaya marketing, dan biaya R&D, secara parsial berpengaruh terhadap ROE.
- ❖ Kebijakan produk, dan biaya R&D, secara parsial berpengaruh terhadap ROA.
- ❖ Kebijakan produk, jaringan distribusi, dan biaya marketing, secara parsial berpengaruh terhadap Jensen's Alpha.

- ❖ Konsentrasi supplier tidak berpengaruh terhadap ROE.
- ❖ *New product introduction*, jaringan distribusi, konsentrasi supplier, dan biaya marketing, secara parsial tidak berpengaruh terhadap ROA.
- ❖ *New product introduction*, konsentrasi supplier, dan biaya R&D, secara parsial tidak berpengaruh terhadap Jensen's Alpha.

6.2 Saran

6.2.1 Bagi perusahaan-perusahaan manufaktur, khususnya yang terdaftar pada BEI.

- ❖ Rendahnya penilaian investor terhadap peningkatan hutang, diduga, menurunkan nilai saham perusahaan. Karena itu, perlu mempertimbangkan secara matang besarnya pinjaman sesuai dengan kemampuan perusahaan dalam membayar. Besarnya pinjaman untuk dijadikan asset juga akan menurunkan penilaian investor. Karena itu, hutang perlu dikelola secara baik guna meningkatkan nilai saham perusahaan.
- ❖ Agar tetap *survive* dalam persaingan baik pada taraf lokal/*domestic* maupun global/internasional, perusahaan harus memiliki apresiasi yang tinggi terhadap keinginan pasar. Apresiasi ini hanya terwujud jika R&D diberdayakan secara maksimal. Tanpa upaya tersebut, mustahil dapat menjawab keinginan pasar. Pada taraf internasional, *marketing research* telah membuktikan hal ini. Hasil *survey* inipun menunjukkan bahwa rendahnya R&D menurunkan pula nilai perusahaan.

6.2.2 Bagi peneliti selanjutnya

- ❖ Pada bagian *the second discussion*, peneliti banyak berbicara tentang karakteristik khas manajemen Indonesia. Dengan penelitian yang lebih mendalam, peneliti selanjutnya dapat membuktikan bahwa perkiraan karakteristik tersebut adalah relevan, dan signifikan. Atau, sebaliknya.
- ❖ Penelitian yang sama, dengan lingkup yang sama dan lebih *mendalam* dapat pula dilakukan oleh peneliti selanjutnya. Tujuannya, agar hasil estimasi lebih akurat. “Mendalam” dalam arti mengatasi keterbatasan penelitian ini. Atau dapat pula meneliti perusahaan manufaktur di Indonesia, di luar populasi penelitian ini. Dengan demikian, dapat dijadikan suatu perbandingan, memperkaya pemahaman tentang elemen-elemen strategi, dan membuktikan dugaan peneliti tentang kekhasan karakteristik manajemen/ perusahaan Indonesia.
- ❖ Hasil penelitian PIMS tidak hanya ditujukan pada industri manufaktur. Karena itu, sikap korektif terhadap PIMS tidak hanya terfokus pada industri manufaktur. Studi empiris-kritis terhadap PIMS dapat pula dilakukan pada industri lainnya di Indonesia. Dengan demikian, penilaian korektif terhadap PIMS dapat bersifat holistik .
- ❖ Mengingat penelitian ini telah mengeluarkan 2 (dua) elemen strategi yang cukup penting, yaitu integrasi vertikal dan *pricing policy*, peneliti selanjutnya dapat memasukkan variabel-variabel tersebut sebagai elemen variabel bebas. Karena itu, hasilnya akan semakin memperkaya pemahaman kita.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Arya, Bindu, & Ziang Lin. 2007. "Innovation Sourcing Decisions of Hi-Tech Firms: An Embeddedness Perspective". *Strategic Management Review*, 1(1): 1-21.
- Barney, Jay B. 2007. *Gaining and Sustaining Competitive Advantage* (3rd Ed.). New Jersey: Pearson International Inc.
- Besanko, David, David Dranove, & Mark Shanley. 2000. *Economics of Strategy* (2nd Ed.). New York: John Wiley & Sons Inc.
- BPIS: *Menyiapkan Industri Manufaktur Berbasis Teknologi*, (Online), (<http://www.Berita IPTEK.com/BPIS/Industri Manufaktur>, diakses 2 April 2008).
- Brigham, Eugene F. & Joel F. Houston. 2004. *Fundamentals of Financial Management* (9th Ed.). Ohio: South-Western.
- Buzzle, Robert D. & Bradley T. Gale. 1987. *The PIMS Principles*. New York: A Division of Macmillan Inc.
- Chang, Tung Zong, et al. 1999. "The Effects of Market Orientation on Effectiveness and Efficiency: The Case of Automotive Distribution Channels in Finland and Poland". *Journal of Services Marketing*, 13 (4-5): 407-418.
- Chu, Junhong, Pradeep K. Chintagunta & Nauvel J. Vilcassim. 2003. "Assessing the Economic Value of Distribution Channels An application to the PC Industry". *Marketing Science*, 16 (3): 125-48.

- Composite Index*, (Online), (, diakses 12 Nopember 2007).
- Cooper, Donald R., & Pamela S. Schindler. 1998. *Business Research Methods* (6th Ed.). New York: The McGraw-Hill Companies Inc.
- Cummins, David J., & Van Derhie Jack. Autumn 1979. "A note on Relative Efficiency of Property-Liability Insurance Distribution System". *Bell Journal of Economics*, 10 (2): 709-719.
- David, Fred R. 2003. *Strategic Management and Concept and Cases* (9th Ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Desai, Preyas S., & Paddy Padmanabhan. 2004. "Durable Good, Extended Warranty and Channel Coordination". *Review of Marketing Science*, Vol 2 (2): 1-23.
- Dwyer, F. Robert, & John F. Tanner, Jr. 1999. *Business Marketing* (International Ed.). Singapore: McGraw-Hill Book Co.
- Dyer, J.H. (1996). "Specialized Supplier Network as a Source of Competitive Advantage: Evidence from Auto Industry". *Strategic Management Journal*, 17: 271-291.
- Economies of Scale*, (Online), ([http://www.tutor2u.net/strategy/economies of scale](http://www.tutor2u.net/strategy/economies%20of%20scale)), diakses 23 Juli 2006).
- Erekson, O. Homer, Orie L. Loucks, & Charles Aldag. 2006. "The Dimensions of Sustainability for Business". *Mid-American Journal of Business*, Vol 9 No 2: 1-6.

- Eskridge, Will. 2002. EBAY (Case study). Dalam Fred R. David. *Strategic Management and Concept and Cases* (9th Ed.), 38-52. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Experience Curve*, (Online), (<http://www.netmba.com/strategy/experience-curve>, diakses 15 Agustus 2007).
- Farrel, James L., & Russel J. Fuller. 1987. *Modern Investments and Security Analysis*. New York: McGraw-Hill Inc.
- Gadish, Orit, & James L. Gilbert. 2002. "Transforming Corner-Office Strategy Into Action". *Harvard Business Review: on Advances in Strategy* (p.153-173). New York: Harvard Business School Press.
- Grant, Robert M. 2000. *Contemporary Strategic Analysis* (3rd Ed.). Massachussets: Blackwell Publishers Inc.
- Green, William H. 2000. *Econometrics Analysis* (4th Ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Grossman, Gene M. & Elhanan Helpman. 1988. "Product Developments and International Trade". *National Bureau of Economic Research*, May, No. 2540: 1- 44.
- Gujarati, D.M. 1995. *Basic Econometrics* (1st Ed). New York: McGrawhill Book Company.
- Hill, Charles W. L., & Gareth R. Jones. 2004. *Strategic Management* (6th Ed.). Boston: Houghton Mifflin Comp.
- Iyer, Ganesh, & J. Miguel Villas-Boas. 2003. "A Bargaining Theory of Distribution Channels". *Journal of Marketing Research*, February, Vol XL: 80 - 100.

- Kotler, Philip, & Gary Armstrong. 1997. *Marketing An Introduction* (4th Ed.). New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip et al. 1999. *Marketing Management: an asian perspectives* (2nd Ed.). New York: Prentice Hall Inc.
- Liker, J. K., et al. 1996. "Supplier Involvement in Automotive Component Design: Are There Really Large US Japan Differences?" *Research Policy*, (25): 59-89.
- McGahan, Anita M., & Michael E. Porter. 1997. "How Much Does Industry Matter, Really?" *Strategic Management Journal*, 8 (1): 15-30. John Wiley & Sons Ltd.
- Malhotra, N. K. 1999. *Marketing Research: An Applied Orientation*. London: Prentice Hall International Inc.
- Mehmet, Bac. 2000. "Switching Cost and Screening Efficiency of Incomplete Contracts". *Canadian Journal of Economics*, 33(4): 1034-1048.
- Mische, Michael A. 2001. *Strategic Renewal: Becoming a High Performance Organization*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Okamuro, Hiroyuki. 1997. "Risk Sharing in the Supplier Relationship: New Evidence from the Japanese Automotive Industry". *Wissenschaftszentrum Berlin Für Sozialforschung-Discussion Paper FS*, IV 97-18: 1-22.
- Peters, Jürgens. 2006. "Supplier and Buyer Market Power, Appropriability and Innovation Activities". *JEL*, 031; L13; L62: 1-27.
- PIMS. *New Product Introduction*, (Online), (<http://www.pimsonline.com/AttrComp-ef-for-tut.htm>. diakses 10 pebruari 2006).

- Porter, Michael. 1980. *The Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- 1985. *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- 1990. *Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Rajagopal. 2004. "Effect of Functional Performance of Distribution Channel on Transactional Relationships in Mexican Market Environment". *JEL*, 024; L12; L54: 1-24.
- Research and Development Division Jakarta Stock Exchange. 2007. "Financial Report", (Online), ([http://www. Jakarta Stock Exchange \(JSX\).Com.](http://www.Jakarta Stock Exchange (JSX).Com.), diakses 2 Januari 2008).
- Research and Development Division Surabaya Stock Exchange. 2007. "Financial Report", (Online), ([http://www.Surabaya Stock Exchange \(SSE\).Com.](http://www.Surabaya Stock Exchange (SSE).Com.), diakses 2 Januari 2008).
- Rouvinen, Petri. 2002. "R&D–Productivity Dynamics: Causality, Lags, and Dry Holes". *Journal of Applied Economics*, May, V (1): 123-156.
- SAP. *New Product Development and Introduction*, (Online), (<http://www.sap.com/solutions/npdi/pdf/BWP-NPDI-pdf>, diakses 12 Oktober 2007)
- Siebert, Ralph. 1999. "New Product Introduction by Incumbent Firms". *FS*, IV (99-19): 1-32.
- 2003. "The Impact of R&D Subsidies on The Introduction of New Product by Incumbent Firms". *FS*, August, IV (99-19): 1-23.

- Slone, Reuben E., John T. Mentzer, and J. Paul Dittmann. 2007. "Are You the Weakest Link in Your Company's Supply chain?" *Harvard Business Review*, September, Volume 85, Number 9 (116 – 127). Boston: Harvard School Press.
- Stokes, Carolyn R., & Eugene M. Bland. 2002. Pilgrim's Pride Corporation (Case Study). Dalam Fred R. David. *Strategic Management and Concept and Cases* (9th Ed.): 174-184. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Tung, Chang Zong, et al. 1999. "The Effects of Market Orientation on Effectiveness and Efficiency: The Case of Automotive Distribution Channels in Finland and Poland". *Journal of Services Marketing*, 13 (4-5): 407-418.
- Womack, J. P., et al. 1990. *The Machine That Changed The World*. New York: Rawson Associates Inc.