

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLEMENTASI DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas dengan menggunakan Analisa Faktor bahwa yang masuk dalam indikator GSCM dalam disertasi ini adalah Alat Transfortasi Ramah Lingkungan menempati urutan teratas, kemudian Faktor Bahan Bakar Rendah Sulfur menempati urutan kedua, dan Layanan Informasi Ramah Lingkungan menempati urutan terakhir. Hal ini sejalan dengan jawaban responden terhadap pernyataan quisioner penelitian terhadap indikator GSCM dinilai sedang atau berada pada rentang nilai 40,01 s/d 70,00. Sedangkan berdasarkan Hasil pengujian hipotesis dari penelitian disertasi ini ditemukan bahwa Implementasi GSCM mempegaruhi pada aspek Kinerja Pemasaran, hal ini dikuatkan dengan bukti hasil perhitungan Tingkat Pengembalian Aset dan volume penjualan kertas pada perusahaan kertas di Jawa Barat selama kurun waktu 2013 s/d 2015. Hasil perhitungan Tingkat Pengembalian Aset perusahaan kertas di Jawa Barat menunjukkan tingkatan yang baik. Selain itu juga dikuatkan dengan Tingkat Volume Penjualan Kertas di Jawa Barat juga menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Hasil uji hipotesis tersebut tidak didukung dengan pengujian hipotesis parsial dari reputasi perusahaan yang menjadi mediasi pengaruh dari Implementasi GSCM terhadap Kinerja Pemasaran, menunjukkan bahwa tidak terdapat efek tidak langsung Implementasi *GSCM* terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan melalui Reputasi Perusahaan. Sehingga Reputasi tidak memediasi Pengaruh Implementasi *GSCM* terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan Kertas di Jawa Barat. Dengan demikian reputasi perusahaan tidak memiliki peranan mediating.

Hasil uji hipotesis tersebut tidak didukung dengan pengujian parsial dari hipotesis daya saing perusahaan yang menjadi mediasi pengaruh dari Implementasi GSCM terhadap Kinerja Pemasaran, menunjukkan bahwa tidak terdapat efek tidak langsung Implementasi GSCM terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan melalui Daya Saing Perusahaan. Sehingga Daya Saing tidak memediasi Pengaruh

Implementasi *GSCM* terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan Kertas di Jawa Barat. Dengan demikian Daya Saing perusahaan tidak memiliki peranan mediating.

Dengan pengujian secara simultan dari hipotesis Reputasi dan Daya Saing perusahaan yang menjadi mediasi pengaruh dari Implementasi *GSCM* terhadap Kinerja Pemasaran, menunjukkan bahwa terdapat efek tidak langsung Implementasi *GSCM* terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan melalui Reputasi dan Daya Saing Perusahaan. Sehingga Reputasi dan Daya Saing memediasi Pengaruh Implementasi *GSCM* terhadap Kinerja Pemasaran Perusahaan Kertas di Jawa Barat. Dengan demikian Reputasi dan Daya Saing perusahaan memiliki peranan mediating. Hal ini berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas dengan menggunakan Analisa Faktor bahwa yang masuk dalam indikator Reputasi Perusahaan dalam disertasi ini adalah *Recovery Product* menempati urutan teratas, kemudian Sistem Pemulihan Limbah menempati urutan kedua, dan Audit Mutu Internal menempati urutan terakhir. Hal ini juga sejalan dengan jawaban responden terhadap pernyataan quisioner penelitian terhadap indikator Reputasi Perusahaan dinilai sedang atau berada pada rentang nilai 40,01 s/d 70,00. Sedangkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas dengan menggunakan Analisa Faktor bahwa yang masuk dalam indikator Daya Saing Perusahaan dalam disertasi ini adalah Pertumbuhan Perusahaan menempati urutan pertama, *Research and Development* menempati urutan kedua, dan Efisiensi Perusahaan menempati urutan ketiga. Hal ini sejalan dengan jawaban responden terhadap pernyataan quisioner penelitian terhadap indikator Daya Saing Perusahaan dinilai Tinggi atau berada pada rentang nilai 70,01 s/d 100,00. Adapun tanda negatif pada angka koefisien regresi menunjukkan bahwa produk kertas dalam negeri khususnya Jawa Barat kalah bersaing dengan produk kertas dari luar negeri, hal ini dikarenakan layanan informasi ramah lingkungan belum digalakkan ke dunia internasional akan pentingnya produk ramah lingkungan. Hal ini berdasarkan hasil Analisis Korelasi Kanonikal didapatkan bahwa Layanan Informasi Ramah Lingkungan merupakan satu-satunya faktor yang terbentuk dari Variabel Implementasi *Green Supply Chain Management* sebagai variabel *independent* yang mempunyai korelasi sangat tinggi dengan Kinerja Pemasaran. Selain itu juga didukung oleh pengujian hipotesis

bahwa Reputasi dan Daya Saing Perusahaan memediasi Pengaruh Variabel Implementasi *Green Supply Chain Management* terhadap Kinerja Pemasaran Kertas di Provinsi Jawa Barat, sehingga Disertasi ini diberinama baru *Model Serial Two Mediation Green Marketing*.

## 5.2 Implementasi

Berdasarkan hasil penelitian Disertasi disimpulkan bahwa Terdapat Pengaruh Tidak Langsung dari Implementasi *Green Supply Chain Management* terhadap Kinerja Pemasaran dengan Mediasi Reputasi dan Daya Saing Perusahaan. Adapun indikator dari masing-masing variabel penelitian ini adalah sebagai berikut : Pertama, Variabel Implementasi *Green Supply Chain Management* yaitu : Alat Transfortasi Ramah Lingkungan, Bahan Bakar Rendah Sulfur, dan Layanan Informasi Ramah Lingkungan; Kedua, Variabel *Reputasi Perusahaan*, yaitu : Recovery Produk, Sistem Pemulihan Limbah, Faktor Audit Mutu Eksternal; Ketiga, Variabel *Daya Saing Perusahaan* yaitu :Faktor Pertumbuhan Perusahaan, Faktor Research and Development, Faktor Efisiensi; Keempat, Variabel *Kinerja Pemasaran* yaitu : Volume Penjualan dan Rasio-rasio Keuangan.

Oleh karena itu, Untuk meningkatkan Kinerja Pemasaran Kertas di Provinsi Jawa Barat, maka Pemegang Kebijakan Perusahaan disarankan untuk melaksanakan langkah-langkah sebagai berikut : Pertama,

- 1 Mengimplementasi *Green Supply Chain Management* pada setiap lini proses pembuatan kertas pada industri kertas di Provinsi Jawa Barat dengan cara : Mendorong Pengembangan Alat Transfortasi Ramah Lingkungan; Menerapkan Bahan Bakar Rendah Sulfur, dan Memberikan Layanan Informasi Ramah Lingkungan
2. Meningkatkan Reputasi Perusahaan kertas di Provinsi Jawa Barat, sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan dengan cara : Melaksanakan *Recovery* Produk, Menerapkan Sistem Pemulihan Limbah, Teknologi Sedimentasi, Pengolahan Biologis, Teknologi Anaerobik dan Melaksanakan Audit Mutu Eksternal

3. Meningkatkan Daya Saing Perusahaan dengan cara : Meningkatkan Pertumbuhan Perusahaan, Melaksanakan *Research and Development* dan Menerapkan Sistem Efisiensi

### **5.3 Rekomendasi**

Untuk meningkatkan Kinerja Pemasaran, diperlukan usaha peningkatan Reputasi Perusahaan agar Daya Saing Perusahaan meningkat, strateginya dengan cara mengimplementasikan GSCM pada perusahaan Kertas di Jawa Barat, yaitu dengan menggunakan Alat Transfortasi Ramah Lingkungan, kemudian Faktor Bahan Bakar Rendah Sulfur, dan Layanan Informasi Ramah Lingkungan, selain itu diperlukan juga usaha secara bersama-sama antara *Recovery Product*, Sistem Pemulihan Limbah, Audit Mutu Internal yang ramah lingkungan, Pertumbuhan Perusahaan, *Research and Development* serta Efisiensi Perusahaan dari pihak manajemen perusahaan kertas di Jawa Barat.