

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini berdasarkan data yang telah dianalisis pada bab sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. *Strategic Sourcing* berpengaruh positif terhadap *Sourcing Capability* pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Kota Surabaya. *Strategic Sourcing* merupakan bagian penting dari perusahaan maka dibutuhkan kemampuan *Sourcing* manajemen puncak untuk mengembangkan perusahaan.
2. *Strategic Sourcing* berpengaruh positif terhadap *Buyer-Supplier Relationship* pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Kota Surabaya. *Strategic Sourcing* mendorong perusahaan untuk mengembangkan hubungan kerja sama antara *Buyer-Supplier*.
3. *Sourcing Capability* berpengaruh positif terhadap *Buyer-Supplier Relationship* pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Kota Surabaya. Kemampuan *Sourcing* yang dimiliki manajemen puncak dibutuhkan untuk melakukan negosiasi dan hubungan kerja sama antar *Buyer-Supplier*.
4. *Sourcing Capability* berpengaruh positif terhadap *Firm Performance* pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Kota Surabaya. Kemampuan *Sourcing* yang dimiliki manajemen puncak dapat meningkatkan Kinerja Perusahaan.
5. *Buyer-Supplier Relationship* berpengaruh positif terhadap *Firm Performance* pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Kota Surabaya. Hubungan saling menguntungkan antara *Buyer-Supplier* dapat meningkatkan Kinerja Perusahaan.
6. *Strategic Sourcing* berpengaruh positif terhadap *Firm Performance* pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Kota Surabaya. *Strategic Sourcing*

yang sejalan dengan strategi perusahaan akan meningkatkan Kinerja Perusahaan.

5.2 Saran

Terdapat dua saran dalam penelitian ini, yaitu saran praktis dan saran akademis.

1. Saran praktis dari peneliti berdasarkan hasil penelitian yang dilihat dari nilai *cross loading* 0,547 dan nilai mean terendah 3,82, maka variabel *Buyer-Supplier Relationship* dengan indikator BSR3 (frekuensi komunikasi kerja dengan supplier mengenai informasi penting) perlu diperhatikan oleh Perusahaan Makanan dan Minuman. Komunikasi mengenai informasi penting belum diterapkan perusahaan secara baik. Tingginya frekuensi komunikasi tentang hal-hal penting dapat meningkatkan kepuasan dan kinerja kedua belah pihak. Komunikasi yang tinggi membuat *buyer-supplier* lebih cepat dalam membagi pengetahuan.
2. Sedangkan untuk saran akademis berdasarkan penelitian ini, disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup responden yang tidak hanya di Kota Surabaya saja, melainkan untuk seluruh regional Jawa Timur atau Pulau Jawa.