

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data serta pembahasan mengenai “Pengaruh Inovasi Proses Hijau dan Inovasi Produk Hijau Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Moderator Citra Hijau Dan Subsidi Hijau”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Inovasi Proses Hijau berpengaruh signifikan terhadap Inovasi Produk Hijau yang artinya inovasi proses hijau yang dilakukan berpengaruh terhadap inovasi produk hijau UKM kota batam.
2. Inovasi Proses Hijau tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan yang artinya inovasi proses hijau yang dilakukan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan UKM kota batam.
3. Inovasi Produk Hijau tidak Memediasi Hubungan Antara Inovasi Proses Hijau dan Kinerja Keuangan yang artinya inovasi produk hijau yang dilakukan tidak berpengaruh dalam memediasi hubungan antara inovasi proses hijau terhadap kinerja keuangan UKM kota batam.
4. Citra Hijau tidak Memoderasi Inovasi Produk Hijau Pada Kinerja Keuangan yang artinya citra hijau yang dilakukan tidak berpengaruh dalam memoderasi hubungan antara inovasi produk hijau terhadap kinerja keuangan UKM kota batam.
5. Subsidi Hijau tidak Memoderasi Inovasi Produk Hijau Pada Kinerja Keuangan yang artinya subsidi hijau yang dilakukan tidak berpengaruh dalam memoderasi hubungan antara inovasi produk hijau terhadap kinerja keuangan UKM kota batam.

### **5.2 Saran**

Ada beberapa saran yang bisa penlulis berikan dari penelitian ini :

#### **1. Bagi Perusahaan**

Pertama, perusahaan harus mengambil keuntungan dari kedua jenis inovasi teknologi hijau untuk meningkatkan kinerja keuangan mereka. Selain itu, karena inovasi proses hijau dapat mempromosikan inovasi produk hijau, perusahaan harus memprioritaskan inovasi proses hijau, terutama ketika ada kendala sumber daya.

Kedua, perusahaan harus lebih mementingkan budidaya citra hijau, yang akan meningkatkan kesediaan konsumen untuk membayar produk hijau. Dalam melakukan hal itu, perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasar mereka dan meningkatkan kinerja keuangan mereka. Namun, tantangan besar di sini adalah bagaimana perusahaan dapat memasukkan visi lingkungan mereka ke dalam strategi perusahaan mereka, daripada mencari cara untuk mempromosikan merek hijau mereka sendiri (Y. S. Chen, 2010). Lebih jauh, untuk membangun citra hijau yang lebih baik, perusahaan harus mengiklankan praktik lingkungan mereka seperti bagaimana mereka mendaur ulang, menghemat air dan energi, menghindari barang-barang sekali pakai, atau mengurangi emisi yang dilepaskan ke udara, air, dan tanah kepada konsumen (Han, 2009).

## 2. Bagi Pemerintah

Pemerintah harus merancang alat yang lebih efektif di luar subsidi hijau untuk memotivasi dan mendukung strategi hijau, dan harus menyelidiki mengapa subsidi hijau tidak seefektif yang diharapkan. Perusahaan yang menerima subsidi hijau harus ditempatkan di bawah pengawasan untuk meningkatkan kemungkinan bahwa subsidi digunakan dengan cara yang paling menguntungkan (Lin et al., 2015). Selanjutnya otoritas pemerintah harus mendengarkan praktisi untuk lebih memahami kesulitan yang dihadapi perusahaan ketika menerapkan strategi hijau.

## 3. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian di masa depan dapat menggunakan lebih banyak variabel untuk mengukur kinerja perusahaan, misalnya, menerapkan rasio Q Tobin.