

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Simpulan dan Saran**

##### **5.1.1 Simpulan**

Setelah dilakukan berbagai metode dan analisis pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Strategi Bisnis, Enterprise Risk Management (ERM), dan Sustainability Report terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan” pada seluruh perusahaan yang terdapat pada sektor Consumer Non-Cyclical atau Barang Konsumen Primer periode 2021-2023, maka kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Variabel strategi bisnis memiliki pengaruh negatif terhadap kinerja keuangan. Hasil ini menunjukkan bahwa penerapan strategi bisnis, baik proaktif maupun defensif, belum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Faktor ketidakpastian ekonomi global pascapandemi serta tantangan sosial-politik, seperti isu boikot produk Israel, kemungkinan menjadi penghambat dalam pencapaian hasil yang optimal.
2. Variabel *Enterprise Risk Management* (ERM) tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Koefisien negatif menunjukkan bahwa implementasi ERM belum dilaksanakan secara optimal atau perusahaan hanya berfokus pada pemenuhan formalitas sehingga dapat mengurangi efisiensi operasional tanpa memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.
3. Variabel *Sustainability Report* (SR) tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan telah mengungkapkan laporan keberlanjutan sesuai standar POJK No. 51/POJK.03/2017, pengungkapan tersebut belum cukup untuk memengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Kurangnya perhatian *stakeholder* tantangan eksternal, seperti kondisi pasar yang belum stabil dapat menjadi faktor yang memengaruhi hasil ini.

### 5.1.2 Saran

Berdasarkan analisis dan simpulan yang dijelaskan sebelumnya, peneliti merekomendasikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat di masa mendatang. Berikut merupakan beberapa saran yang diajukan peneliti:

1. Karena penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclical* atau Barang Konsumen Primer periode 2021-2023, untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas periode dan sampel penelitian agar dapat memberikan hasil yang lebih mendekati dengan kondisi yang sebenarnya.
2. Untuk perusahaan, menimbang adanya ketegangan geopolitik yang ada, dapat menggunakan strategi *defender*. Strategi ini mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menjaga stabilitas operasionalnya sehingga perusahaan dapat menghindari risiko memperburuk sentimen masyarakat dan memastikan keberlanjutan bisnis di tengah ketegangan situasi saat ini.
3. Masyarakat perlu meningkatkan kesadaran dan partisipasi dalam mendukung praktik bisnis yang bertanggung jawab dengan memilih produk atau layanan dari perusahaan yang memiliki komitmen nyata terhadap keberlanjutan.

### 5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Masih banyak perusahaan pada sektor Barang Konsumen Primer yang tidak mengungkapkan angka *Marketing Expense* dan *Research and Development Expense* secara terbuka.
2. Kurangnya sumber informasi atau jurnal ilmiah yang secara spesifik membahas hasil penelitian yang serupa sehingga membatasi referensi untuk mendukung temuan penelitian ini.
3. Masih tingginya pengaruh variabel lain selain variabel independen yang digunakan pada penelitian ini dalam memengaruhi kinerja keuangan.