

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Tujuan utama perusahaan adalah memperoleh laba, selain itu perusahaan harus menjaga kelangsungan usaha (*sustainable*) agar mampu bersaing dan tetap eksis di pasaran. Untuk memenuhi tujuan tersebut perusahaan membutuhkan modal *external* yang dapat diperoleh melalui investor. Pasar modal menjadi sarana untuk kegiatan berinvestasi, pasar modal memberikan fasilitas kegiatan jual beli saham dan kegiatan yang berkaitan dengan instrumen keuangan yang lainnya. Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan salah satu lembaga dalam pasar modal.

Perusahaan yang telah terdaftar di BEI adalah perusahaan yang *go public* dengan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia, salah satunya adalah perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur memiliki tahapan *input*, *process*, dan *output* berupa barang (*goods*) dalam kegiatan operasionalnya. Perusahaan manufaktur pertama yang mencatatkan sahamnya di BEI adalah PT Semen Cibinong (sekarang PT Holcim Tbk.). Dalam Bursa Efek Indonesia, perusahaan manufaktur dibagi menjadi tiga sektor yaitu sektor industri dasar & kimia, sektor industri barang konsumsi, dan sektor aneka industri. Jika dilihat berdasarkan persentase nilai transaksi saham, peran sektor barang konsumsi cukup dominan. Tabel 1.1. menyajikan persentase nilai transaksi saham industri manufaktur di BEI:

Tabel 1.1

Persentase Transaksi Saham Industri Manufaktur di BEI

Sub sektor Industri	2012	2013	2014	Total
Industri dasar dan kimia	6.43%	6.7%	6.8%	19.93%
Industri barang konsumsi	8.25%	8.5%	6.1%	22.85%
Aneka Industri	7.64%	6.5%	5.6%	19.745

Sumber : annual report BEI 2012-2014 (data diolah)

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat diidentifikasi bahwa industri dasar dan kimia mengalami kenaikan persentase nilai transaksi saham setiap tahunnya. Hasil fluktuatif diperoleh oleh industri barang konsumsi. dan penurunan persentase diperoleh oleh sektor aneka industri. Industri sektor barang konsumsi dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan menjadi yang paling dominan dalam persentase nilai transaksi saham di BEI. Di samping itu, industri barang konsumsi mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2014 yaitu sebesar 2.4%. Sampai saat ini perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang mencatatkan sahamnya di BEI berjumlah 141 perusahaan. Tabel 1.2 menyajikan daftar perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang *go public* sebagai berikut:

Tabel 1.2

Daftar Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang *Go Public*

No	Sektor Perusahaan	Jumlah
1	Sub Sektor Makanan dan Minuman	15
2	Sub Sektor Rokok	4
3	Sub Sektor Farmasi	10
4	Sub Sektor Kosmetik & Barang Keperluan Rumah Tangga	5
5	Sub Sektor Peralatan Rumah Tangga	4
Jumlah		38

Sumber : Sahamok, 2015 (data diolah)

1.2 Latar Belakang

Menghadapi era yang serba modern akan mewujudkan dunia bisnis yang semakin kompetitif. Kemajuan teknologi dan informasi yang pesat akan menimbulkan peluang sekaligus ancaman bagi dunia bisnis. Salah satu contoh yang nyata adalah dengan diselenggarakannya MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN). Indonesia akan menghadapi pasar bebas yang memicu persaingan yang tinggi. Untuk itu, Indonesia harus melakukan pembenahan pada industri-industrinya untuk mendorong pembangunan perekonomian nasional, salah satunya melalui industri manufaktur.

Industri manufaktur terus berkembang dan menjadi penggerak utama dalam pembangunan perekonomian nasional. Perkembangan industri manufaktur dapat dilihat baik dari aspek kualitas dan jumlah produk yang dihasilkannya maupun kinerja industri secara keseluruhan. Mengacu kepada data Badan Pusat Statistik (BPS), indeks produksi industri besar dan menengah mengalami peningkatan dari tahun 2012 hingga tahun 2014. Pada tahun 2012 indeks rata-rata tahunan mencapai 108.38, dan mengalami kenaikan pada tahun 2013 dan 2014 menjadi 114.89 dan 120.36.

Berdasarkan data dari BPS tersebut dapat diidentifikasi bahwa industri manufaktur terus meningkatkan kapasitas produksi setiap tahunnya. Pertumbuhan industri manufaktur dapat dicapai lebih optimal jika perusahaan mampu menciptakan sumber daya yang andal dan menerapkan teknologi inovasi untuk meningkatkan kapasitas produksi yang berkualitas internasional dan mewujudkan kinerja keuangan yang unggul. Namun pada kenyataan di lapangan, produktifitas yang meningkat tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan kinerja keuangan. Kinerja keuangan dapat diukur melalui rasio profitabilitas yaitu *net profit margin* (NPM). Tabel 1.3. menyajikan kinerja keuangan dari beberapa perusahaan dalam industri sektor barang konsumsi yang diprosikan oleh rasio *net profit margin* (NPM) sebagai berikut:

Tabel 1.3

Perhitungan Rasio NPM

Rata-Rata NPM Industri Barang Konsumsi		
2012	2013	2014
12%	12%	11%

Sumber : *annual report* perusahaan (data diolah)

Berdasarkan tabel 1.3 dapat diidentifikasi bahwa kinerja yang diprosikan oleh rasio *net profit margin* tidak mengalami kenaikan. Pada tahun 2012 dan 2013 rata-rata NPM memiliki hasil tetap sebesar 12% dan pada tahun 2014 rata-rata NPM mengalami penurunan menjadi 11%. Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan

bahwa peningkatan tingkat produksi yang tinggi tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan kinerja bagi perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi baik atau tidaknya kinerja adalah pengelolaan *intellectual capital* yang akan mewujudkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan tersebut. Untuk menganalisis hubungan antara ketiga variabel tersebut peneliti mencoba mengkaji pergerakan kinerja keuangan yang diproksikan dengan NPM, *intellectual capital* yang diproksikan dengan VAIC, dan keunggulan kompetitif yang diproksikan dengan ROIC sebagai berikut pada beberapa perusahaan sektor barang konsumsi dalam tabel 1.4 sebagai berikut:

Tabel 1.4

Pergerakan rata-rata VAIC, ROIC, dan NPM

Tahun	VAIC	ROIC	NPM
2012	435%	31%	12%
2013	390%	28%	12%
2014	321%	29%	11%

Sumber : *annual report* industri sektor barang konsumsi 2012-2014 (data diolah)

Tabel 1.4 menunjukkan pada tahun 2012-2014 mayoritas perusahaan mengalami penurunan VAIC. Penurunan VAIC diikuti dengan ROIC yang fluktuatif dan NPM yang cenderung menurun, hal tersebut mengindikasikan bahwa penurunan VAIC tidak sebanding dengan hasil ROIC yang berfluktuasi, dan hasil ROIC yang berfluktuasi mengakibatkan NPM yang cenderung menurun. Berdasarkan kondisi tersebut maka relevan untuk melakukan penelitian dengan tema kinerja keuangan, *intellectual capital*, dan keunggulan kompetitif.

Menurut Mahmud dan Halim (2003:75), ukuran kinerja dapat diukur melalui beberapa rasio, salah satunya adalah rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Subramanyam dan Wild (2010:47), bagian lain analisis profitabilitas adalah evaluasi rasio kinerja operasi yang umumnya mengaitkan pos laporan laba rugi dengan penjualan, rasio ini sering disebut dengan margin laba (*profit margin*).

Menurut Alexandri dalam Rinati (2008), *Net Profit Margin* (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih setelah dipotong pajak. Menurut Gibson (2009, 298), rasio NPM mengukur jumlah laba bersih yang dihasilkan dari jumlah penjualan yang dilakukan. NPM diukur dengan cara membagi laba bersih dengan penjualan bersih. Menurut Gibson (2009 :298), kekuatan kompetitif dalam suatu industri, kondisi ekonomi, penggunaan pembiayaan utang, dan karakteristik operasi seperti biaya tetap yang tinggi akan menyebabkan NPM bervariasi antar industri maupun di dalam industri. Rasio NPM digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur kinerja dengan maksud untuk mengkaji efektifitas penjualan dalam menghasilkan laba bersih, serta hasil NPM dapat divariasikan oleh faktor kekuatan kompetitif pada perusahaan.

Salah satu faktor pendorong baik atau tidaknya kinerja perusahaan adalah keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Keunggulan kompetitif mengacu kepada teori RBT (*Resource Based Theory*) karena munculnya pertanyaan strategik yaitu mengapa perusahaan dapat mengungguli perusahaan lain dan memiliki kinerja superior yang berkelanjutan (Widyaningdyah dan Aryani, 2013). Menurut Barney dalam Liou *et al.* (2010), teori-teori organisasi industrial dan manajemen strategik menggambarkan situasi yang diperlukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, dan menyarankan strategi yang tepat bagi perusahaan untuk memperoleh kinerja keuangan yang *superior*. Menurut Porter dalam Lin (2011), keunggulan kompetitif adalah properti intrinsik perusahaan yang menciptakan nilai (*value*). Menurut Peteraf dalam Lin (2011), keunggulan kompetitif menciptakan tingkat pengembalian diatas ekspektasi (*greater than expected*) atas sumber daya yang ada. Menurut Ferdinand dalam Prasetya (2007) menyatakan bahwa pada pasar yang bersaing, kemampuan perusahaan menghasilkan kinerja keuangan, sangat bergantung pada tingkat keunggulan kompetitifnya. Berdasarkan pernyataan para ahli tersebut, dapat disimpulkan keunggulan kompetitif menciptakan nilai bagi perusahaan yang

mendukung efisiensi dan efektifitas pengelolaan sumber daya untuk mewujudkan kinerja keuangan yang *superior*.

Pengukuran keunggulan kompetitif telah dikembangkan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Menurut Liou *et al.* (2010), sumber keunggulan kompetitif dibagi menjadi 4, yaitu hubungan dengan pelanggan (*customer relationship*), hubungan dengan pemasok (*supplier relationship*), kekayaan intelektual (*intellectual property*), dan pengelolaan aset tetap (*fixed asset management*). Hubungan dengan pelanggan diproksikan dengan rasio biaya iklan dan promosi dengan total penjualan, serta perputaran piutang. Hubungan dengan pemasok diukur dengan menggunakan perputaran piutang dan persediaan serta rasio antara harga pokok produksi dengan total penjualan. Kekayaan intelektual diukur dengan menggunakan rasio biaya penjualan, umum dan administrasi terhadap total penjualan, sedangkan pengelolaan aset tetap diukur dengan menggunakan rasio biaya depresiasi terhadap total penjualan, dan perputaran aset tetap.

Berdasarkan kombinasi dari rasio-rasio tersebut maka akan tercipta rasio yang dinamakan *DuPont Identity* atau dikenal dengan istilah ROIC (*Return on Invested Capital*). Menurut Firer dalam Liou *et al.* (2010), identitas dupont sering digunakan sebagai alat manajerial untuk mengukur faktor-faktor pendorong keuntungan finansial dan menilai kekuatan operasi atau kelemahan dari suatu perusahaan. Menurut Tang dalam Huang (2011), pengukuran ROIC dapat mengindikasikan ada atau tidaknya keunggulan kompetitif dalam suatu perusahaan.

Penciptaan keunggulan kompetitif tidak luput dari pengelolaan *intellectual capital* dalam praktik bisnisnya. Menurut Chen *at al.* (2005) dalam Widyaningdyah dan Aryani (2013), *intellectual capital* merupakan penggerak (*driver*) atas kinerja dan *value creator* bagi perusahaan sehingga *intellectual capital* berperan penting dalam menciptakan maupun mempertahankan keunggulan kompetitif. Menurut Firer dan Williams (2003) dalam Widyaningdyah dan Aryani (2013), semakin efisien perusahaan dalam mengelola IC, maka akan semakin cepat tercipta keunggulan kompetitif. Menurut Hitt dalam Kamukama *et al* (2011), sumber daya

intellectual capital lebih dominan dibandingkan sumber daya yang berwujud untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang ditranslasikan ke dalam kinerja yang unggul. Berdasarkan pernyataan para ahli, dapat disimpulkan bahwa *intellectual capital* menjadi peran penting dalam penciptaan keunggulan kompetitif untuk mewujudkan kinerja yang unggul. Menurut Pulic dalam Fariana (2014), konsep *intellectual capital* terdiri dari 2 komponen yaitu *tangible asset* yang diistilahkan sebagai *capital employed* berupa aset fisik dan finansial, dan komponen lainnya adalah *intangibile asset* yang diistilahkan sebagai *human capital* dan *structural capital*.

Berdasarkan pernyataan Pulic dalam Fariana (2014), pengelolaan *intellectual capital* pada komponen *tangible asset* adalah bagaimana perusahaan menggunakan aset fisik secara efektif dan efisien, dan mengelola aset finansial seperti melakukan analisis rasio keuangan untuk memprediksi keadaan perusahaan di masa depan, menekan biaya dan pengeluaran yang tidak memiliki nilai tambah, maupun meningkatkan penjualan. Selanjutnya pada komponen *intangibile asset* adalah bagaimana perusahaan mampu meningkatkan kualitas karyawan dengan mengadakan pelatihan karyawan, dan bagaimana perusahaan mengelola pengetahuan dalam struktur organisasi misalnya dengan penerapan GCG, budaya perusahaan, dan penentuan SOP. Pengukuran *intellectual capital* diperkenalkan oleh Pulic pada tahun 1999 dengan model yang dinamakan *value added intellectual coefficient* (VAIC™). Model VAIC™ didesain untuk menyediakan informasi tentang pembentukan nilai efisiensi *tangible asset* dan *intangibile asset* dalam sebuah perusahaan (Ulum *et al*, 2008). Model ini dimulai dengan sebuah kemampuan perusahaan untuk membentuk nilai tambah (*value added*). Nilai tambah menjadi suatu indikator penting bagi keberhasilan dan keberlangsungan perusahaan. *Value added* dihitung sebagai selisih antara *input* dan *output*.

Keunggulan kompetitif dan *intellectual capital* memiliki keterkaitan dengan kinerja keuangan suatu perusahaan. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengkaji keterkaitan keunggulan kompetitif dan *intellectual capital* dengan kinerja. Salah satunya adalah penelitian dari Kamukama *et al* (2011) yang menguji

keterkaitan keunggulan kompetitif, *intellectual capital*, dan kinerja pada institusi keuangan mikro di Uganda yang memiliki hasil positif. Serta penelitian dari Ting dan Lean (2009) menguji keterkaitan antara IC dengan kinerja pada industri keuangan di Malaysia dan memiliki hasil positif. Kuryanto dan Syafruddin (2008) melakukan penelitian menggunakan 73 perusahaan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI) dari kelompok industri sektor manufaktur, sektor jasa, dan sektor property tahun 2003-2005 menunjukkan bahwa *intellectual capital* tidak memiliki hubungan positif dengan kinerja perusahaan.

Penggunaan variabel intervening dalam penelitian ini dikarenakan kinerja keuangan bukan hanya sebagai hasil atau akibat langsung dari *intellectual capital*, melainkan juga ada faktor-faktor lain yang memberi kontribusi terhadap kinerja keuangan yaitu keunggulan kompetitif yang mengacu kepada penelitian Kamukama *et al.* (2011) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dalam menentukan sampel dan variabel atas keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan. Sampel yang digunakan Kamukama *et al.* adalah institusi keuangan mikro di Uganda, sementara penelitian ini menggunakan industri sektor barang dan konsumsi di Indonesia. Ukuran kinerja Kamukama *et al.* (2011) menggunakan *microfinance monitoring tool* sementara penelitian ini menggunakan NPM sebagai proksi dari kinerja, selanjutnya variabel keunggulan kompetitif pada penelitian Kamukama *et al.* diukur menggunakan kuesioner sementara penelitian ini menggunakan pengukuran rasio yaitu *return on invested capital*.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 38 perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian untuk menguji pengaruh *intellectual capital* yang diproksikan dengan VAICTM dan keunggulan kompetitif yang diproksikan dengan ROIC terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan NPM. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“KINERJA KEUANGAN: INTELLECTUAL CAPITAL DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF (STUDI PADA INDUSTRI MANUFAKTUR SEKTOR BARANG KONSUMSI DI INDONESIA YANG GO PUBLIC PERIODE 2012-2014)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Peningkatan indeks produksi industri manufaktur yang mengacu kepada data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tidak diikuti dengan peningkatan kinerja keuangan yang optimal. Hal tersebut terbukti dengan menurunnya kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan rasio profitabilitas yaitu rasio *net profit margin* (NPM).

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan masih terus dikaji karena adanya ketidaksesuaian antara teori dengan fakta yang terjadi pada industri barang konsumsi serta hasil penelitian yang belum konsisten. Hal tersebut dikarenakan ruang lingkup dan bentuk penelitian yang berbeda-beda. Beberapa faktor yang akan dikaji pada penelitian ini adalah *intellectual capital* dan keunggulan kompetitif.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis bermaksud untuk menguji pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan dengan keunggulan kompetitif sebagai variabel intervening. Pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *intellectual capital*, keunggulan kompetitif, dan kinerja keuangan pada industri barang konsumsi 2012-2014?
2. Bagaimana pengaruh *intellectual capital* secara simultan terhadap keunggulan kompetitif pada industri barang konsumsi yang *go public* di Indonesia periode 2012-2014?
3. Bagaimana pengaruh *value added capital employed*, *value added human capital*, dan *structural capital value added* secara parsial terhadap keunggulan kompetitif pada industri barang konsumsi yang *go public* di Indonesia periode 2012-2014 ?
4. Bagaimana pengaruh *intellectual capital* secara simultan terhadap kinerja keuangan pada industri barang konsumsi yang *go public* di Indonesia periode 2012-2014?

5. Bagaimana pengaruh *value added capital employed*, *value added human capital*, dan *structural capital value added* secara parsial terhadap kinerja keuangan pada industri barang konsumsi yang *go public* di Indonesia periode 2012-2014 ?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis *intellectual capital*, keunggulan kompetitif, dan kinerja keuangan pada industri barang konsumsi 2012-2014.
2. Untuk menguji apakah *intellectual capital* berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan kompetitif pada industri barang konsumsi yang *go public* di Indonesia periode 2012-2014.
3. Untuk menguji apakah *value added capital employed*, *value added human capital*, dan *structural capital value added* berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan kompetitif pada industri barang konsumsi yang *go public* di Indonesia periode 2012-2014.
4. Untuk menguji apakah *intellectual capital* berpengaruh secara simultan terhadap kinerja keuangan pada industri barang konsumsi yang *go public* di Indonesia periode 2012-2014.
5. Untuk menguji apakah *value added capital employed*, *value added human capital*, dan *structural capital value added* berpengaruh secara parsial terhadap kinerja keuangan pada industri barang konsumsi yang *go public* di Indonesia periode 2012-2014.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

- a) Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi para akademisi, khususnya mengenai kinerja keuangan.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya mengenai kinerja keuangan.

1.6.2. Aspek Praktis

a) Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan masukan-masukan atau informasi kepada manajemen perusahaan mengenai kinerja keuangan.

b) Bagi regulator, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam membuat dan menyempurnakan suatu kebijakan terkait dengan kinerja keuangan.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan kinerja keuangan sebagai variabel dependen dan *intellectual capital* sebagai variabel independen. Sedangkan variabel intervening yang digunakan adalah keunggulan kompetitif. Penelitian ini akan mengkaji pengaruh antar variabel tersebut.

1.7.2. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada Universitas Telkom dengan pengumpulan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia berupa laporan keuangan yang telah diaudit. Objek penelitian ini adalah industri manufaktur sektor barang konsumsi yang listing di BEI 2012-2014.

1.7.3. Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dimulai bulan Januari 2016 hingga Juli 2016. Periode objek penelitian adalah 3 tahun, yaitu tahun 2012 sampai dengan 2014.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan dalam skripsi ini dibagi dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan landasan teori yang akan digunakan sebagai acuan dasar bagi penelitian khususnya mengenai *intellectual capital*, keunggulan kompetitif, dan kinerja keuangan, serta menjelaskan penelitian terdahulu sebagai acuan penelitian ini dan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas serta teori penunjang dalam memecahkan masalah, sehingga terbentuk kerangka pemikiran yang akan mengantarkan pada kesimpulan penelitian, serta ruang lingkup penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini mengemukakan dengan jelas dan ringkas hasil tinjauan kepustakaan yang terkait dengan topik kinerja keuangan dan variabel penelitian dibedakan menjadi 3 jenis, yaitu variabel bebas (independen), variabel terikat (dependen), dan variable intervening. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *intellectual capital*. Variabel dependen adalah kinerja keuangan, dan variable intervening adalah keunggulan kompetitif sebagai dasar penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mendeskripsikan aspek untuk menjawab atau menjelaskan masalah penelitian yang meliputi penjelasan mengenai: karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan penelitian, populasi dan sampel, validitas dan reliabilitas, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas deskripsi penelitian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dan pembahasan hasil dari analisis penelitian, serta pengujian dan analisis hipotesis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat mengenai kesimpulan hasil penelitian serta saran dari penulis dilihat dari aspek teoritis dan aspek praktis.