

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan suatu lembaga di Indonesia yang berfungsi sebagai sarana jual beli efek (surat-surat berharga seperti saham dan obligasi). Didalam BEI menyediakan berbagai informasi tentang laporan keuangan, daftar saham, juga kegiatan ekonomi lainnya. Perusahaan yang tercatat didalam BEI terbagi menjadi 12 sektor yang terdiri dari sektor energi, sektor barang baku, sektor perindustrian, sektor konsumen primer, sektor konsumen non-primer, sektor kesehatan, sektor keuangan, sektor properti dan *real estate*, sektor teknologi, sektor transportasi dan logistik dan sektor produk investasi tercatat. Perusahaan perusahaan yang terdaftar di BEI juga sering disebut dengan kata lain emiten. Emiten adalah perusahaan-perusahaan yang ada di BEI untuk mencari modal dengan cara menerbitkan efek seperti saham, obligasi, waran dan *right issue*.

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas, perusahaan perlu menerapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan yang sudah melakukan kegiatan CSR harus dilaporkan atau diungkapkan pada laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*). Dikutip dari halaman web (Jurnal.id) Laporan keberlanjutan adalah laporan kegiatan perusahaan selama setahun untuk para *stakeholders* yang isinya memuat tentang kegiatan sosial-lingkungan dan tata kelola perusahaan secara terpadu dalam satu laporan. Perusahaan yang bergerak pada kegiatan usahanya berkaitan secara langsung dengan sumberdaya alam menurut Undang-Undang maka wajib melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan bagi perusahaan seperti sektor konsumen primer dapat melakukan kegiatan CSR secara sukarela yang tidak terikat oleh Undang-Undang karena kegiatan CSR ini dianggap penting sebagai bentuk rasa sayang perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

Sektor konsumen primer merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi atau distribusi produk dan jasa yang dijual secara umum terhadap konsumen yang berisfat barang primer/dasar, seperti Perusahaan Makanan, Obat-obatan, Supermarket, Produsen Minuman, Makanan Kemasan, Penjual Produk Pertanian, Produsen Rokok, Keperluan Rumah Tanggan dan Barang Perawatan Pribadi (www.idx.co.id, 2021). Perkembangan pada sektor konsumen primer juga diminati oleh para investor karena sektor ini memiliki potensi yang sangat bagus dan menjanjikan terutama pada subsektor makanan dan minuman. Sektor Konsumen Primer merupakan perusahaan-perusahaan yang bergerak pada industri barang konsumsi primer seperti perusahaan yang memproduksi dan/atau mendistribusikan produk dan jasa yang biasanya dijual kepada konsumen sebagai barang primer. Sektor ini biasanya tidak terpengaruh oleh pertumbuhan ekonomi dan biasanya perusahaan yang menjual toko kelontong, apotik, supermarket, makanan dan minuman, pemasok pertanian, produsen tembakau, dan barang-barang rumah tangga. Sektor ini merupakan salah satu sektor yang berperang penting dalam pertumbuhan ekonomi terutama pada perusahaan manufaktur.(idx.co.id)

Dengan adanya dampak yang dihasilkan dari kegiatan operasionalnya, sektor konsumen primer juga seharusnya melakukan kegiatan CSR, kegiatan ini dilakukan sebagai bentuk rasa tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan dan *stakeholders*. Dengan melakukan kegiatan CSR, perusahaan perlu mengungkapkan kegiatan CSR untuk terus menjaga kestabilan perusahaan jangka panjang dan sebagai bentuk tanggungjawab terhadap *stakeholders* sehingga perusahaan masih diberikan kepercayaan oleh masyarakat terutama konsumen untuk tetap setia membeli produk perusahaan dan juga menjadi nilai tambah bagi perusahaan.

Sektor konsumen primer dipilih sebagai objek penelitian karena sektor ini memiliki kegiatan operasional yang tinggi dan memiliki resiko yang tinggi juga dalam pencemaran lingkungan. Sektor ini juga memiliki berperan penting dalam

pertumbuhan ekonomi sehingga banyak diminati oleh para investor. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan yang berada pada sektor ini perlu bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan terhadap dampak yang dihasilkan dari kegiatan operasionalnya. Dengan *corporate social responsibility* perusahaan akan bertanggungjawab atas kegiatan operasionalnya serta pengungkapan CSR yang sudah dilakukan akan memperlihatkan apakah sektor konsumen primer memiliki keseimbangan jangka panjang dan pertumbuhan ekonomi yang baik dilihat dari pengungkapan CSR-nya.

1.2. Latar Belakang

Belakangan ini *Corporate social responsibility* merupakan salah satu yang sering dibahas belakangan ini oleh masyarakat, dan banyak dijadikan ajang pencitraan oleh sebagian perusahaan yang ada Indonesia pada saat pandemi. Hal ini didukung oleh pernyataan Susanto Samsudin (2022) dengan meningkatnya keikutsertaan perusahaan dalam Bisnis Indonesia *Corporate Social Responsibility* Award (BISRA) sebesar 34% (www.habitatindonesia.org, 2021). *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu tanggung jawab sosial perusahaan yang berupa kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat sebagai bentuk kepedulian dalam meningkatkan kesejahteraan dan memberikan dampak positif bagi lingkungan. CSR di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 Pasal 2 dan 3, dalam PP ini disebutkan bahwa sebuah perseroan selaku subjek hukum memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR menjadi kewajiban bagi perseroan yang kegiatannya operasional perusahaannya berkaitan langsung dengan sumber daya alam dan perseroan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi. Sanksi untuk perseroan yang tidak melaksanakan CSR ini masih belum jelas baik menurut PP Nomor 46 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, UU Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN), UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, serta Peraturan Menteri BUMN Nomor 05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan dan Bina

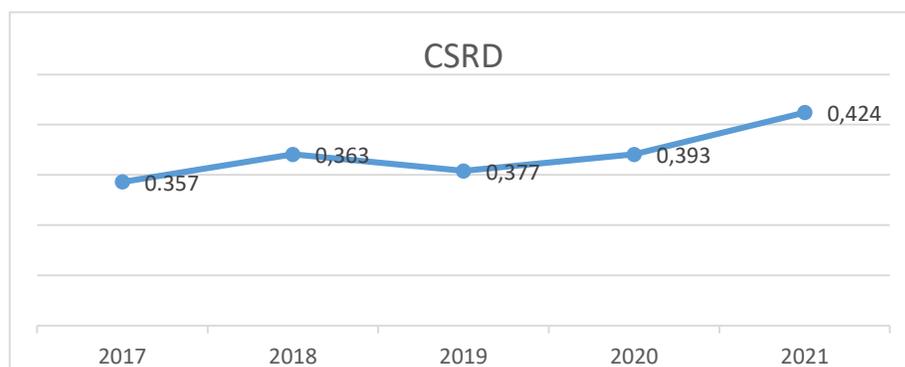
Lingkungan dan Keputusan Menteri BUMN Nomor 236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, regulasi sanksi perseroan yang tidak melaksanakan CSR juga tidak jelas.

Menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat 3 tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan komitmen perseroan untuk berikut serta dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan untuk menambah kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan yang berkelanjutan, baik bagi perseroan, komunitas dan masyarakat setempat. Tetapi pada kenyataannya masih banyak perusahaan di Indonesia yang belum melakukan kegiatan *corporate social responsibility* dan pengungkapan *corporate social responsibility*. Padahal banyak manfaat yang dapat diambil dari kegiatan ini baik dari sisi perusahaan, masyarakat dan lingkungan.

Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR seharusnya perlu mengungkapkan laporan CSR untuk mengkomunikasikan seluruh kegiatan yang sudah dilakukan dan dampaknya bagi lingkungan dan masyarakat. Pada UU Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 66 ayat 2 perusahaan perlu membuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan juga seharusnya mengungkapkan kegiatan CSR didalam laporan tahunannya. Didalam laporan tahunan sebaiknya perusahaan menerbitkan laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) dengan harapan perusahaan dapat berkembang secara berkelanjutan yang berdasar dari etika bisnis. *Sustainability reporting* berguna untuk mendapat informasi tentang komitmen CSR secara komprehensif, dan melaporkan kontribusi perusahaan tentang pembangunan keberlanjutan. *Sustainability Report* merupakan laporan transparansi dan konsistensi perusahaan terhadap pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bersifat sukarela. Pengungkapan sukarela ini merupakan pilihan yang bisa diambil ataupun tidak oleh manajemen perusahaan dalam memberikan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dilihat secara relevan untuk keputusan oleh para pemangku

kepentingan (Feliana, 2019). Pengungkapan CSR juga sejalan dengan teori *stakeholders* yang menyatakan perusahaan tidak hanya fokus terhadap profit, melainkan perusahaan juga perlu memberikan manfaat terhadap *stakeholders* atau pihak yang berkepentingan (Mudah & Retnani, 2020).

Dalam pengamatan penulis, perusahaan sektor konsumen primer yang secara konsisten mengungkapkan CSR melalui *sustainability report* pada tahun 2017-2021 masih memiliki pengungkapan CSR yang rendah jika dibandingkan dengan total indikator, dari 91 indikator yang ada rata-rata CSR yang diungkapkan oleh perusahaan kurang dari 38-40 indikator. Hal ini sejalan dengan penelitian penulis dari 73 perusahaan hanya 10 perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR-nya secara konsisiten ditahun 2017-2021. Berdasarkan pengukuran yang dilakukan menggunakan GRI G4 dengan skala nilai 0-1 untuk mengukur kualitas pengungkapan CSR, skala nilai 1 diberikan bila ditemukan item pengungkapan CSR yang sesuai dengan standar GRI G4 dan akan diberikan nilai skala 0 bila tidak ditemukan. Hasil pengukuran tersebut ditampilkan pada Gambar 1.1 yang memperlihatkan pengungkapan CSR dengan menggunakan GRI G4 pada perusahaan sektor konsumen primer pada tahun 2017-2021.



Gambar 1. 1 Rata-rata pengungkapan CSR Sektor Konsumen Primer 2017-2021

Sumber: Data diolah penulis (2022)

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa kualitas pengungkapan CSR sektor konsumen primer pada 2017-2021 di Indonesia masih terbilang rendah karena nilai rata-rata perusahaan tidak ada yang diatas 0,50 atau 50% yang artinya dari 91 indikator rata-rata yang diungkapkan perusahaan hanya 40-38 indikator. Nilai rata-rata pengungkapan CSR tertinggi ada pada tahun 2021 sebesar 0,424 atau 42,4% dan terendah ada pada tahun 2019 sebesar 0,484 atau 35,7%.

Dengan adanya fenomena seperti diatas maka perusahaan sektor konsumen primer masih banyak yang belum mengungkapkan CSR secara mendalam pada setiap indikator yang ada pada GRI G4. Hal ini menyebabkan pengungkapan CSR di Indonesia masih terbilang rendah khususnya pada sektor konsumen primer. Kegiatan pengungkapan CSR seharusnya menjadi perhatian setiap perusahaan karena pengungkapan CSR dapat menjaga keseimbangan perusahaan dalam jangka panjang dan keuntungan lainnya bagi perusahaan akan dinilai positif dimata *stakeholders* dan perusahaan akan mendapatkan keuntungan contohnya dapat menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan karena salah satu keberlanjutan perusahaan jangka panjang dapat dilihat dari pengungkapan CSR-nya (Firmansyah & Venusita,2021).

Pengungkapan CSR menjadi salah satu patokan pertimbangan bagi calon investor untuk menanamkan modalnya atau tidak. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan CSR, faktor-faktor tersebut diantaranya yaitu *Leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan (Wahyuningsih & Mahdar,2018). Beberapa peneliti antara lain Chusaeri et al (2019) menyatakan bahwa Profitabilitas dan *Leverage* tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR, sedangkan Hendrayani et,al (2017) mengungkapkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan sangat berpengaruh pada pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Leverage berguna untuk mengetahui seberapa besar perusahaan bergantung pada hutangnya. *Leverage* juga menunjukkan seberapa besar hutang perusahaan dibandingkan dengan total modal yang dimiliki perusahaan (Wahyuningsih & Mahdar,

2018). Investor biasa mengartikan *Leverage* sebagai sejumlah utang yang membiayai kegiatan usaha atau pembelian asset perusahaan yang bertujuan untuk keuntungan bisnis atau *Return of Investment* (ROI) bisa semakin maksimal (Riandy& Rizka, 2019). Semakin tinggi tingkat *Leverage* bisa diartikan semakin tinggi resiko bagi investor, dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial bisa mengurangi resiko dan keraguan bagi calon investor, karena perusahaan akan mendapatkan citra yang baik dan dukungan dari masyarakat sehingga perusahaan dapat terus melakukan kegiatan operasionalnya (Wahyuningsih & Mahdar,2018). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Maresti (2021) mengungkapkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, namun berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih & Mahdar (2018) mengungkapkan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Dari hasil yang diperoleh dari penelitian terdahulu menjelaskan bahwa adanya inkonsistensi pada variabel tersebut.

Profitabilitas dapat diukur dengan *Return on Assets* yang biasa dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat kinerja keuangan perusahaan untuk menilai kondisi perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan, karena tujuan utama perusahaan adalah mendapatkan profit sebanyak mungkin, hal ini menjadikan kinerja keuangan sebagai alat untuk menilai kondisi perusahaan (Lolo dan Yuliandhari, 2020). Hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR juga pernah diteliti oleh Wahyuningsih dan Mahdar (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR juga dapat kita kaitkan kedalam teori *stakeholders*, dimana *stakeholders* merupakan tolak ukur bagaimana perusahaan menjalankan tugas yang diberikan oleh para pemegang saham. Apabila tugas yang diberikan adalah mendapat profit secara maksimal bagi perusahaan dijalankan dengan baik oleh perusahaan maka aktivitas untuk menjalankan kegiatan tanggung jawab sosial juga seharusnya dilaksanakan dengan baik juga untuk memperbaiki citra dan

nilai perusahaan yang akan berpengaruh terhadap *sustainability* perusahaan itu sendiri (Lolo dan Yuliandhari, 2020).

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan berbagai variabel, seperti total aktiva, penjualan, modal, dan laba. Perusahaan dengan total aktiva yang besar dapat diartikan sebagai perusahaan yang sudah dewasa, dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dan stabil dan mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan total aktiva yang kecil (Hartono, 2017). Semakin besar perusahaan semakin dikenal luas juga oleh masyarakat luar dan menjadi perhatian publik, maka dari itu semakin besar perusahaan semakin besar juga tuntutan dari publik untuk memperluas informasi perusahaan dibandingkan dengan perusahaan dengan ukuran kecil (Prasethiyo, 2017). Pada penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih & Mahdar (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pelaksanaan pengambilan data pada tugas akhir ini, dibatasi pada kategori produk konsumen primer seperti yang telah dijelaskan pada subbab sebelumnya, pemilihan batasan ini dilakukan karena produk konsumen primer merupakan produk yang sangat dekat pemakaiannya dengan masyarakat luas. Dan juga banyak kasus-kasus dari perusahaan yang bergerak di sektor konsumen primer, sering dikonsumsi masyarakat dan harganya relatif rendah atau biasa disebut dengan *Fast Moving Consumers Goods* (FMCG) yang melakukan tindakan yang bersifat merusak lingkungan termasuk diantaranya membuang limbah tidak pada tempatnya dan sampah-sampah produk yang dihasilkan perusahaan. Selain dapat digunakan sebagai pembuktian dari perhitungan yang telah dilakukan pada penelitian-penelitian sebelumnya, diharapkan hasil dari pengerjaan ini dapat dijadikan alat *benchmarking* bagi pemegang kepentingan untuk mengetahui seberapa besar ketergantungan dari profitabilitas, *Leverage* dan ukuran perusahaan terhadap CSR.

Untuk itu, penulis mengambil keputusan untuk mengambil tugas akhir yang berjudul “**PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi Pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)**”. Pelaksanaan penyelesaian tugas akhir ini bersifat hanya dalam lingkup pembelajaran dan pengetahuan kampus.

1.3. Rumusan Masalah

Corporate social responsibility merupakan suatu kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk rasa tanggungjawab kepada masyarakat dan lingkungan. Dari kegiatan operasionalnya perusahaan membuat beberapa kerusakan dan pencemaran lingkungan, bahkan masyarakat disekitar perusahaan juga terkena efek negatif dari kegiatan operasional perusahaan. Banyak perusahaan yang kegiatan operasionalnya menyebabkan kerusakan lingkungan seperti PT Unilever sebagai salah satu penyumbang limbah plastik terbesar di Indonesia, tetapi jika dilihat dari kualitas pengungkapan CSR yang dilakukan masih terbilang cukup rendah. Nilai rata-rata Pengungkapan CSR di Indonesia khususnya pada sektor konsumen primer pada tahun 2017-2021 tidak ada yang diatas 50%, padahal pengungkapan CSR dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan salah satunya menarik investor untuk menanamkan modalnya.

Dengan adanya fenomena ini kegiatan CSR sangat penting bagi para pemangku kepentingan atau *stakeholders*, karena salah satu manfaat yang bisa diberikan perusahaan kepada *stakeholders* adalah dengan cara mengungkapan CSR perusahaan. Namun masih banyak perusahaan yang belum melakukan pengungkapan CSR. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi manajemen perusahaan dalam mengungkapan CSR, perusahaan yang sangat bergantung terhadap dana investor biasanya lebih mengungkapkan pertanggungjawab sosialnya sebagai pemenuhan informasi atas pemenuhan hak-hak *stakeholders* dan meminimalisir keraguan. Suatu

perusahaan yang mempunyai kondisi keuangan yang baik biasanya mendapatkan tekanan dari pihak eksternal untuk lebih luas lagi mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya. Selain itu juga perusahaan yang besar memiliki kegiatan yang lebih banyak dan kompleks, dan memiliki dampak yang lebih besar juga terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga mendapat perhatian lebih dari masyarakat.

Berdasarkan dengan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan diuraikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *Leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021?
2. Apakah pengaruh *Leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021?
3. Apakah pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021?
4. Apakah pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021?
5. Apakah pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.
2. Untuk mengetahui apakah *Leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.
3. Untuk mengetahui apakah *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.
4. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.
5. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

1. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi juga memberikan sumbangan konseptual bagi penelitian sejenis, memberikan manfaat pengetahuan dan pengembangan teori.
2. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel lain juga memberikan sumbangan konseptual bagi penelitian sejenis terkait pengaruh *Leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap CSR.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi baru khususnya bagi perusahaan agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pengungkapan CSR.

2. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi untuk menjadikan penelitian ini sebagai acuan dalam mengambil keputusan dengan memberikan informasi seputar *Leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan juga pengungkapan CSR.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan dalam penelitian ini akan dibagi menjadi dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub-bab. Sistematika penulisan pada penelitian ini secara garis besar sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang beberapa teori yang relevan dengan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu. Pada bab ini juga memaparkan secara ringkas mengenai penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang karakteristik penelitian, variabel penelitian operasional yang akan digunakan dengan identifikasi variabel bebas, dan variabel terikat, menjelaskan tahapan penelitian, penentuan populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dari analisis penelitian dan pembahasan dari hasil pengolahan data dan perumusan masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang beberapa kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang diberikan dari hasil penelitian.