

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan merupakan suatu organisasi atau lembaga berbentuk badan usaha yang dijalankan berdasarkan tujuan untuk menyediakan barang atau jasa dengan motif mencari keuntungan sebesar-besarnya dan memenuhi kebutuhan dari investor. Perusahaan-perusahaan publik di Indonesia menerbitkan sahamnya di pasar modal bernama Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *Indonesia Stock Exchange* (IDX). Menurut UU Nomor 8 pasal 1 ayat (4) tahun 1995 pasar modal merupakan suatu pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan kegiatan berkaitan dengan penawaran umum dan perdagangan efek agar terjadinya transaksi jual beli kepada berbagai pihak, serta memiliki peran dalam mengembangkan emiten lokal untuk mencapai pasar modal modal yang stabil.

Perusahaan yang telah *go public* atau IPO akan terdaftar sahamnya di BEI dan akan memberikan manfaat kompetitif bagi setiap perusahaan, memiliki dorongan untuk terus meningkatkan kualitasnya dalam berbagai hal, serta meningkatkan citra perusahaan. Selain itu Perusahaan yang telah *go public* akan memberikan kemudahan bagi para calon investor untuk melihat *annual reporting* dan *sustainability reporting*.

Pada tanggal 25 Januari 2021 berdasarkan IDX-IC, perusahaan publik yang mencatatkan sahamnya di BEI diklasifikasikan menjadi 12 sektor dengan 35 sub sektor. Tujuan dari adanya penerapan klasifikasi menjadi 12 sektor yaitu untuk menjawab kebutuhan perkembangan sektor perekonomian dan jenis perusahaan tercatat baru serta memudahkan investor untuk melakukan analisis yang lebih akurat terkait perbandingan sektoral yang lebih relevan. 12 sektor baru tersebut terdiri dari sektor energi, sektor barang baku, sektor perindustrian, sektor konsumen primer, sektor konsumen non primer, sektor kesehatan, sektor keuangan, sektor *property and real estate*, sektor teknologi, sektor infrastruktur, sektor transportasi dan logistik, serta sektor produk investasi tercatat (Sidik, 2021).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan terbentuk dari masyarakat dan lingkungan yang keberadaannya tidak terlepas dari kegiatan sosial. Keberadaan perusahaan publik di Indonesia terdiri dari berbagai sektor yang memiliki dampak positif seperti memberikan lapangan pekerjaan, mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Namun disisi lain dengan banyaknya perusahaan publik yang berada di Indonesia keberadaannya seringkali mengalami pro dan kontra baik dengan instansi pemerintah ataupun masyarakat seperti pencemaran lingkungan, perusakan lingkungan hidup, eksploitasi sumber daya alam, dan konflik kelas sosial.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan dalam mendukung pembangunan berkelanjutan bersama *stakeholders* dan masyarakat (Syukerti et al., 2022). Indonesia telah memberikan beberapa ketentuan hukum dalam pelaksanaan CSR diantaranya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT), Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Lingkungan Hidup dan Sosial, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Peraturan berupa ketentuan hukum yang ada di negara Indonesia menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial terhadap lingkungan dan masyarakat. Dalam penerapannya beberapa perusahaan sudah memiliki kinerja yang baik, sedangkan yang lainnya masih ada saja yang belum mematuhi praktik dari pengungkapan CSR meskipun Indonesia sudah memiliki dasar hukum yang kuat dan jelas. Dasar hukum Indonesia terkait pengungkapan CSR yang kuat dan jelas belum mampu menjadi suatu motivasi bagi perusahaan untuk menangani hal tersebut dengan baik.

Informasi positif terkait CSR Indonesia diinformasikan oleh Syarif (2018) yaitu sebanyak 72 perusahaan meraih Indonesia *Corporate Social Responsibility Awards (ICSRA)*. Namun hal tersebut bertentangan dengan informasi yang dipublikasikan pada tahun berikutnya. Kesadaran dunia usaha terhadap CSR yang diberitakan oleh

media Amerta.id (2019) masih rendah. Maulana (2019) menginformasikan bahwa terdapat puluhan perusahaan sawit yang diduga tidak merealisasikan CSR. Tidak banyak perusahaan yang mengetahui apa saja kewajiban CSR yang harus lebih dahulu mereka penuhi Abdurakhman (2020). Berdasarkan informasi yang dipublikasikan oleh Fauzan (2021) bahwa praktik CSR di Indonesia masih terbatas. Hal tersebut berkaitan dengan fenomena terkait rendahnya CSR Indonesia yang dikutip dari media Bacaini.id (2022). Berdasarkan fenomena tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan di Indonesia belum sepenuhnya melaksanakan CSR, selain itu pemegang saham dan *team* manajemen perusahaan harus lebih berkomitmen untuk memprioritaskan mengenai masalah lingkungan dan sosial sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaannya.

Pelaksanaan CSR di Indonesia masih dianggap sukarela dan belum terdapat kesepakatan standar pelaporan CSR yang dapat dijadikan acuan dalam melaporkan laporan CSR, sehingga masing-masing perusahaan menafsirkan sendiri bagaimana pelaporannya. Studi yang dilakukan oleh Narayana & Wirakusuma (2021) menunjukkan bahwa tingkat pelaporan dan pengungkapan CSR perusahaan publik di Indonesia masih relatif rendah.

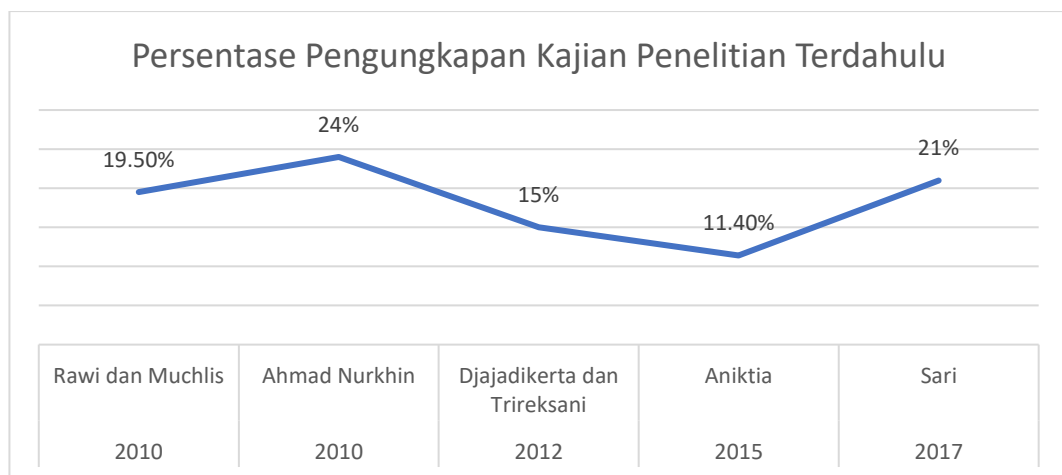
Tabel 1. 1 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Tahun Penelitian	Periode Penelitian	Nama Peneliti	Objek Penelitian	Persentase Pengungkapan
1.	2010	2005 - 2007	Rawi dan Muchlis	Manufaktur	19,5%
2.	2010	2007	Ahmad Nurkhin	Perusahaan terdaftar di BEI yang mengungkapkan CSR	24%
3.	2012	2008	Djajadikerta dan Trireksani	Perusahaan <i>sensitive</i> dan <i>non sensitive</i> di BEI	15%
4.	2015	2013	Aniktia	Perusahaan terdaftar di	11,4%

				BEI yang menerbitkan <i>Sustainability Reporting</i>	
5.	2017	2008 – 2010	Sari	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	21%

Sumber: Data diolah penulis (2022)

Gambar 1. 1 Persentase Pengungkapan Kajian Penelitian Terdahulu



Sumber: Data diolah penulis (2023)

Tabel tersebut menunjukkan masih rendahnya persentase tingkat pelaporan dan pengungkapan CSR perusahaan publik di Indonesia dan masih berada di bawah 50%. Kesenjangan tersebut menjadi suatu alasan untuk dilakukannya penelitian dan menjadi suatu tantangan dalam mengungkapkan motivasi perusahaan untuk mengungkapkan CSR perusahaannya secara sukarela. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Boesso & Kumar (2007) menunjukkan bahwa adanya hubungan antara tingkat praktik pengungkapan sukarela CSR dengan memenangkan penghargaan. Memenangkan suatu penghargaan dapat dianggap sebagai salah satu strategi perusahaan untuk mendapatkan reputasi dan legitimasi.

Keberlangsungan suatu perusahaan sangat tergantung dari sumber dayanya, dimana sebenarnya setiap perusahaan telah melakukan penerapan dan menjalankan

CSR menjadi bukti tanggung jawabnya pada masyarakat dan lingkungan sekitar yang terdampak berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan tersebut (Inawati & Kurniadi, 2023). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Deegan & Carroll (1993) menyatakan bahwa salah satu faktor yang menjadi motivasi melakukan pengungkapan CSR secara sukarela yaitu memenangkan penghargaan sebagai salah satu strategi perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fatma (2016) terdapat perbedaan penyajian pengungkapan CSR pada perusahaan pemenang penghargaan dengan perusahaan yang tidak memenangkan penghargaan. Terdapat literatur yang berfokus pada tingkat pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan seperti penelitian yang dilakukan oleh Anas et al. (2015) dengan objek perusahaan di Malaysia menunjukkan adanya perbedaan tingkat pengungkapan CSR antara perusahaan yang memenangkan penghargaan dan perusahaan yang tidak memenangkan penghargaan.

Arthini & Mimba (2016) menyatakan bahwa kurangnya studi yang membahas tingkat pengungkapan sosial dan lingkungan di negara berkembang dan sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada negara maju dan kasus di Indonesia memenangkan *award* belum menjadi informasi penting bagi *stakeholders*. Pelaporan keberlanjutan dapat ditinjau melalui kontribusi perusahaan dalam mencapai tujuan dari *Sustainable Development Goals* (SDGs), dalam pelaporan keberlanjutan memberikan pemahaman kepada pihak *stakeholders* mengenai dampak dari *sustainability* untuk kegiatan bisnis utama perusahaan serta tindakan apa yang harus diambil. Sehingga melalui pelaporan keberlanjutan setiap perusahaan dapat menunjukkan akuntabilitas dalam menjalankan kegiatannya secara bertanggung jawab.

Kesadaran akan pentingnya pengungkapan CSR dilandasi pemikiran bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham, tetapi ada kewajiban terhadap berbagai pihak yang berkepentingan dengan tetap memperhatikan masalah sosial serta lingkungan. Dalam hal inilah pelaporan *sustainability reporting* dibutuhkan agar perusahaan dapat melakukan akuntabilitas dan menunjukkan transparansi yang tersusun kepada

para *stakeholders* terkait tata kelola perusahaan yang baik dalam hal ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Dikutip dari laman Indonesia Sustainability (2022a) bahwa penghargaan *sustainability reporting awards* akan diberikan kepada perusahaan publik yang memiliki kualitas pengungkapan CSR amat baik. Untuk mendukung serta memberikan apresiasi terhadap perusahaan yang menerbitkan laporan *Sustainability report*, mulai dari tahun 2005 Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dan *National Center for Sustainability Reporting* (NCSR) yang beranggotakan Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG), *Forum for Corporate Governance in Indonesian* (FCGI), Asosiasi Emiten Indonesia (AEI), dan *Indonesian Netherlands Association* (INA) mengadakan sebuah *event* penghargaan dengan tujuan memberikan motivasi dan mempercepat keberlanjutan terkait pelaporan dengan cara menghargai *effort* untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan dalam tiga aspek yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan.

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari NCSR (2022) penamaan penghargaan *sustainability reporting* mengalami perkembangan, pada tahun 2005 sampai dengan tahun 2012 penamaan penghargaan dinamakan *Indonesia Sustainability Reporting Awards* (ISRA), berganti nama pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 menjadi *Sustainability Reporting Awards* (SRA) dan pada tahun 2018 mengalami perubahan nama menjadi *Asia Sustainability Reporting Rating* (ASRRAT). Tahun 2018 merupakan tahun pertama NCSR memprakarsai peringkat *Asia Sustainability Reporting Rating* (ASRRAT), yang membedakan ASRRAT dengan ISRA ataupun SRA yaitu muncul dalam sistem yang telah diubah dari *winner* menjadi *rating* dan peserta ASRRAT tidak hanya berasal dari perusahaan yang ada di Indonesia saja tetapi perusahaan yang ada di Asia. Sejak munculnya perubahan dari *winner* menjadi *rating* semua peserta akan diberikan penghargaan tetapi penghargaan tersebut akan berbeda tergantung dari hasil *sustainability reporting* yang dinilai menggunakan peringkat platinum, emas, perak, atau perunggu.

Sejak diadakannya penghargaan *sustainability reporting* jumlah perusahaan yang mengikuti semakin meningkat, pada tahun 2005 peserta hanya berjumlah 7

perusahaan dan hanya 1 perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan yang berdiri sendiri. Penghargaan *sustainability reporting awards* di Indonesia mengalami perkembangan. Informasi yang didapatkan dari NCSR (2022) seiring dengan berjalannya waktu jumlah peserta terus meningkat, pada tahun 2018 jumlah peserta sebanyak 56 perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan yang berdiri sendiri. Hal ini menunjukkan semakin banyaknya perusahaan yang menyadari bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya untuk kepentingan para pemegang saham tetapi perusahaan juga harus mementingkan para *stakeholders* serta calon investor. *Asia Sustainability Reporting Rating* (ASRRAT) dipilih sebagai variabel yang dapat memotivasi perusahaan dalam mengungkapkan CSR menuju arah positif yang lebih baik.

Kepemilikan manajerial diyakini dapat mempengaruhi pengungkapan CSR karena memiliki dua pandangan yang menghubungkan antara kepemilikan manajerial dengan pengungkapan CSR. CSR membutuhkan komitmen dari pihak manajemen untuk mengalokasikan sumber daya perusahaan tanpa mengorbankan kesejahteraan pemiliknya dan seringkali menimbulkan konflik kepentingan. Pada satu sisi kepemilikan manajerial dianggap mampu menyelaraskan kepentingan pihak manajemen dan pemilik perusahaan, dengan kepemilikan manajerial yang besar akan memiliki motivasi yang lebih besar untuk melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya kepada publik. Namun disisi lain ketika kepemilikan manajerial semakin menonjol maka perusahaan semakin enggan untuk melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya kepada publik. Terdapat beberapa hasil penelitian yang tidak konsisten terhadap pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan CSR. Pada penelitian yang dilakukan oleh Singal & Putra (2019) menemukan pengaruh positif kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan CSR, namun hasil tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Qa'dan & Suwaidan (2019) yaitu kepemilikan manajerial memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Dengan semakin berkembangnya zaman saat ini media memiliki pengaruh yang sangat besar. Media dapat dijadikan sebagai instrumen strategis dalam hal pengawasan publik, berbagai informasi positif yang diberitakan oleh media secara

tidak langsung akan memberikan dorongan kepada perusahaan untuk mendorong perusahaan untuk lebih banyak mengungkapkan isu kegiatannya. Namun kenyataannya media tidak hanya menerbitkan informasi positif, informasi negatif yang diberitakan oleh media dapat menekan perusahaan dan pengungkapan CSR seringkali dianggap sebagai respon untuk menghilangkan berita buruk dan strategi perusahaan untuk mendapatkan legitimasi. Terdapat beberapa inkonsistensi penelitian mengenai pengaruh *media exposure* terhadap CSR, menurut Darma et al. (2019) *media exposure* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Cahyaningsih & Septyaweni (2022) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *media exposure* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan beberapa hasil penelitian masih terdapat inkonsistensi dan jaranganya penelitian yang membahas mengenai *sustainability reporting rating*. Oleh karena itu masih relevan untuk dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Media Exposure, Kepemilikan Manajerial, dan Asia Sustainability Reporting Rating (ASRRAT) Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi pada perusahaan yang menerbitkan Sustainability Reporting di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada gambaran umum objek penelitian dan latar belakang penelitian yang menjadi sumber permasalahan yaitu pengungkapan CSR. Permasalahan pengungkapan CSR di Indonesia dianggap sebagai sumber permasalahan karena tidak sedikit perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR dan belum terdapat kesepakatan standar pelaporan CSR, sehingga banyaknya informasi terkait CSR yang tersebar membuat masyarakat sekitar perusahaan menuntut pengungkapannya.

Selain itu jumlah perusahaan Indonesia yang memenangkan penghargaan masih tergolong rendah, terdapat berbagai inkonsistensi hasil penelitian dan banyak sekali

faktor yang mempengaruhinya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melanjutkan dan mengetahui lebih dalam bagaimana pengaruh *media exposure*, kepemilikan manajerial, dan *Asia Sustainability Reporting Rating* (ASRRAT) dengan menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel *control* yang diduga memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan pertanyaan penelitian:

1. Bagaimana pengaruh *Media Exposure*, Kepemilikan Manajerial dan *Asia Sustainability Reporting Rating* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability reporting* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021?
2. Apakah pengaruh *media exposure* positif, *media exposure* negatif, kepemilikan manajerial dan *Asia Sustainability Reporting Rating* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ada perusahaan yang menerbitkan *sustainability reporting* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021?
3. Apakah *media exposure* positif berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability reporting* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021?
4. Apakah *media exposure* negatif berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability reporting* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021?
5. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability reporting* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021?
6. Apakah *Asia Sustainability Reporting Rating* berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability reporting* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penulis memiliki tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *media exposure*, kepemilikan manajerial dan *Asia Sustainability Reporting Rating* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability reporting* di Bursa Efek Indonesia tahun 2021.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *media exposure* positif, *media exposure* negatif, kepemilikan manajerial dan *Asia Sustainability Reporting Rating* secara simultan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability reporting* di Bursa Efek Indonesia tahun 2021.
3. Untuk mengetahui apakah *media exposure* positif memiliki pengaruh parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
4. Untuk mengetahui apakah *media exposure* negatif memiliki pengaruh parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
5. Untuk mengetahui apakah kepemilikan manajerial memiliki pengaruh parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
6. Untuk mengetahui apakah *Asia Sustainability Reporting Rating* memiliki pengaruh parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, yang terbagi menjadi dua aspek diantaranya:

1.5.1 Aspek Teoritis

1. Riset ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa informasi dan pengetahuan tambahan bagi peneliti selanjutnya mengenai apa saja faktor yang dapat mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability reporting* dan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari oleh peneliti saat ini pada sebelumnya.

2. Hasil riset ini diharapkan dapat bermanfaat untuk peneliti selanjutnya dan menjadi referensi bagi peneliti yang berkaitan dengan *media exposure*, kepemilikan manajerial, dan *sustainability reporting rating* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.5.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan informasi bagi perusahaan dalam melakukan pengelolaan, pengambilan keputusan dan peningkatan kualitas perusahaan.

2. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan memberikan informasi sebagai bantuan dalam menjalankan peraturan dan pengawasan terhadap aktivitas CSR berbagai perusahaan yang ada di Indonesia khususnya kepada perusahaan publik yang terdaftar di BEI.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi investor sebagai alat ukur dalam memilih perusahaan untuk melakukan investasi.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam pembuatan tugas akhir, terdapat sistematika yang harus diperhatikan.

- a. **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai penjelasan secara umum terkait objek penelitian pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability reporting* di Bursa Efek Indonesia (BEI), latar belakang penelitian, rumusan masalah dalam penelitian, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, serta sistematika mengenai penulisan tugas akhir.

- b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi mengenai landasan teori yang digunakan sebagai acuan dasar penelitian mengenai pengaruh *media exposure*, kepemilikan manajerial, dan *Asia Sustainability Reporting Rating* (ASRRAT) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang menerbitkan

sustainability reporting di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam bab ini berisi pula hasil penelitian terdahulu yang dijadikan acuan untuk dilakukannya pengembangan mengenai hipotesis dan menjadi jawaban sementara.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab permasalahan pada penelitian. Bab ini meliputi uraian yang berisi tentang jenis penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, metode pengujian serta analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *media exposure*, kepemilikan manajerial, dan *Asia Sustainability Reporting Awards* (ASRRAT) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang terdiri dari dua bagian yaitu menyajikan hasil penelitian dan menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian.

e. BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan untuk memberikan suatu gambaran atau referensi bagi peneliti selanjutnya agar menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik.