

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan yang terus berkembang menjadi perusahaan yang besar dari periode ke periode akan diikuti pula dengan semakin bertambahnya jumlah dana yang dibutuhkan untuk menyeimbangkan perkembangan perusahaan. Dana yang berasal dari internal perusahaan tidak akan selamanya mampu membiayai kebutuhan dana perusahaan yang semakin meningkat terus menerus selama perusahaan tersebut berkembang, sehingga perusahaan membutuhkan sumber dana tambahan dari eksternal perusahaan.

Salah satu media yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam memperoleh dana tambahan dari eksternal perusahaan adalah melalui pasar modal. Usaha untuk mendapatkan dana dari eksternal perusahaan melalui pasar modal dapat dilakukan dengan cara perusahaan mengeluarkan surat berharga dan kemudian surat berharga atau saham yang baru dikeluarkan oleh perusahaan tersebut dijual pada pasar primer yang berupa *Initial Public Offerings* (IPO) atau penawaran perdana terhadap saham (Isfaatun dan Hatta, 2010)

Pasar modal, sesuai Undang-Undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal mendefinisikan pasar modal sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Pasar modal memiliki peran penting bagi kemajuan perekonomian suatu negara, yang merupakan sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat investor. Dana yang diperoleh dari pasar modal dapat digunakan untuk pengembangan usaha, membayar utang, penambahan modal kerja, dan lain-lain. Pasar modal juga menjadi sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi dengan membeli produk jasa keuangan seperti saham, obligasi, reksadana, derivatif, dan lain-lain (Hariyani & Prunomo, 2010:8). Proses penawaran sebagian saham perusahaan kepada masyarakat umum disebut *go public*.

*Go public* adalah penawaran saham atau obligasi kepada masyarakat umum untuk pertama kalinya. Pertama kali, artinya bahwa pihak emiten/perusahaan yang menerbitkan efek pertama kalinya melakukan penjualan efek. Peristiwanya disebut penawaran efek/surat berharga, sedangkan kegiatan ini disebut sebagai pasar perdana (*primary market*). Di Indonesia terdapat satu bursa efek, yaitu Bursa Efek Indonesia (BEI) (Hermuningsih, 2012:60). Jumlah perusahaan yang melakukan penawaran umum perdana di Bursa Efek di Indonesia dalam periode waktu tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Perusahaan yang melakukan IPO di BEI (2009-2013)**

Tahun	Jumlah IPO	Pertumbuhan IPO (%)
2009	13	-
2010	23	76,92
2011	25	8,69
2012	23	-8,00
2013	30	30,43

*Sumber:* [www.e-bursa.com](http://www.e-bursa.com) (data yang telah diolah, 2015)

Berdasarkan tabel 1.1 pada tahun 2010 perusahaan yang melakukan IPO mengalami peningkatan sebesar 76,92 % dari tahun 2009. Peningkatan juga terjadi pada tahun 2011 sebesar 8,69 % dari tahun 2010. Pada tahun 2012 perusahaan yang melakukan IPO mengalami penurunan sebesar 8 % dari tahun sebelumnya, tetapi pada tahun 2013 mengalami peningkatan kembali sebesar 30,43 % perusahaan yang melakukan IPO.

Kegiatan IPO untuk suatu perusahaan banyak diwarnai dengan adanya fenomena yang umum dan sering terjadi di pasar modal yaitu dengan adanya selisih positif antara harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana atau saat IPO yang biasa disebut *underpricing*. Penentuan harga saham perdana ditentukan oleh emiten dan penjamin emisi, sedangkan harga saham yang terjadi di pasar sekunder terjadi akibat mekanisme pasar yaitu permintaan dan penawaran (Kristiantari, 2013).

Ketika perusahaan akan melakukan IPO, perusahaan harus membuat prospektus yang merupakan ketentuan yang ditetapkan oleh Bapepam. Informasi prospektus dapat

dibagi menjadi dua, yaitu informasi keuangan dan informasi non keuangan. Informasi keuangan adalah laporan keuangan yang terdiri dari neraca, perhitungan rugi/laba, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan penjelasan laporan keuangan. Informasi keuangan yang digunakan peneliti bersumber dari laporan keuangan berupa *return on equity (ROE)*, *earning per share (EPS)*, dan ukuran perusahaan. Informasi non keuangan adalah informasi selain laporan keuangan seperti *underwriter* (penjamin emisi), auditor independen, konsultan hukum, nilai penawaran saham, persentase saham yang ditawarkan, umur perusahaan, dan informasi lainnya. Informasi non keuangan yang digunakan peneliti adalah bagaimana reputasi auditor yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Investor menggunakan informasi keuangan dan non keuangan yang ada dalam prospektus ketika mereka membuat investasi di pasar modal. Oleh karena itu prospektus merupakan salah satu kunci dari berhasil tidaknya suatu IPO (Fitriani, 2012).

Pada saat perusahaan melakukan IPO, investor belum dapat mengetahui banyak informasi mengenai perusahaan tersebut. Investor hanya memperoleh informasi dari prospektus yang diterbitkan perusahaan sebelum melakukan penawaran perdana. Dari informasi keuangan dan nonkeuangan dalam prospektus itulah investor dapat menganalisis atau melakukan penilaian terhadap perusahaan tersebut. Hasil analisis atau penilaian prospektus ini dapat digunakan investor untuk membuat berbagai keputusan atau kesimpulan. Misalnya, apakah investor akan membeli saham perusahaan tersebut, apakah prospek perusahaan tersebut bagus, dan apakah harga saham perdana yang ditawarkan relatif sesuai atau wajar dengan kondisi perusahaan.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Pada zaman globalisasi saat ini, banyak perusahaan yang berkembang dan menjadi perusahaan publik atau *go-public*. Hal ini ternyata disebabkan pada awalnya perusahaan bergerak sebagai bisnis keluarga dan kemudian berkembang menjadi lebih besar. Selain itu dengan seiring berjalannya waktu terjadi pergantian dari generasi tua ke generasi muda, maka perusahaan tertutup pun mulai mengembangkan usahanya dan membuka diri kepada publik.

Generasi muda lebih mudah membuka diri terhadap lingkungan dibanding dengan generasi tua. Hal tersebut dapat mendatangkan keuntungan bagi berjalannya bisnis yang mereka miliki,

sehingga perusahaan dapat berkembang dan lebih dikenal oleh masyarakat. Dengan kata lain bahwa keuntungan yang di dapat ketika suatu perusahaan memutuskan untuk *go-public* adalah kemudahan dalam menambah modal perusahaan, meningkatkan likuiditas pemegang saham, dan mengetahui nilai pasar perusahaan.

Pengembangan usaha yang dilakukan oleh beberapa perusahaan, dapat dilakukan dengan menawarkan sejumlah saham perusahaan. Penawaran saham dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu dengan menawarkan kepada pemegang saham terdahulu, menambah saham lewat dividen yang tidak dibagi, dijual langsung kepada pembeli tunggal secara *private*, atau dapat juga ditawarkan kepada publik. Perusahaan penerbitan saham disebut *Emiten* atau *Investee*. Sedangkan pembeli saham disebut *Investor*.

*Initial Public Offering* atau biasa disebut dengan IPO merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam rangka penawaran saham. Penawaran saham untuk pertama kalinya hanya dilakukan di pasar perdana. Mekanisme *go public* telah diatur dalam SK Menteri Keuangan No.1199/KMK.013/1991. Perusahaan yang ingin *go public* harus secara resmi telah mendaftarkan diri ke BAPEPAM melalui penjamin emisi (*underwriter*) dan pernyataan tersebut harus sudah aktif (Wahyusari, 2013).

Laporan keuangan merupakan salah satu informasi yang dapat digunakan oleh investor/calon investor dan *underwriter* untuk menilai perusahaan yang akan *go public*. Agar laporan keuangan lebih dapat dipercaya, maka laporan keuangan harus diaudit. Laporan keuangan yang diaudit akan mengurangi ketidakpastian di masa mendatang. Salah satu persyaratan dalam proses *go public* adalah laporan keuangan telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (Keputusan Menteri Keuangan RI No.859/KMK.01/1997) (Aini, 2009).

Sebelum perusahaan melakukan IPO, perusahaan harus telah menentukan harga saham perdana yang akan mereka jual ke *public*. Harga saham ditentukan oleh emiten dan penjamin emisi yang telah sepakat mengenai harga saham yang akan ditawarkan pada saat penawaran perdana. Penjamin emisi lebih banyak informasi mengenai pasar modal daripada emiten. Hal tersebut dikarenakan penjamin emisi lebih sering berhubungan dan memiliki pengalaman lebih lama di pasar modal.

Dengan informasi yang dimilikinya penjamin emisi memiliki kecenderungan memberikan harga rendah untuk menarik minat investor dan mengurangi resiko yang ditanggungnya. Informasi inilah yang disebut dengan *asimetry* informasi. Dimana penjamin emisi memiliki lebih banyak informasi daripada emiten. *Asimetry* informasi ini yang biasanya memicu terjadinya *underpricing* (Wahyusari, 2013).

Harga saham yang dijual di pasar perdana (IPO) ditentukan berdasarkan kesepakatan antara perusahaan (emiten) dan penjamin emisi (*underwriter*), sedangkan harga di pasar sekunder ditentukan oleh mekanisme pasar (permintaan dan penawaran yang ada pada akhirnya akan bertemu *break event point*). Apabila penentuan harga saham saat IPO secara signifikan lebih rendah dibandingkan dengan harga yang terjadi di pasar sekunder pada hari pertama, maka kejadian ini disebut *underpricing*. Sebaliknya, apabila penentuan harga saham saat IPO secara signifikan lebih tinggi dibandingkan dengan harga saham di pasar sekunder di hari pertama, maka kejadiannya disebut *overpricing*.

Fenomena *underpricing* umum terjadi di berbagai negara, Indonesia adalah salah satunya. Setiap tahun hampir semua perusahaan yang melakukan IPO di Indonesia mengalami *underpricing*. Banyaknya perusahaan yang telah memutuskan *go public* akan mengakibatkan banyaknya persaingan antar perusahaan untuk mendapatkan investor di dalam menanamkan modalnya melalui tahapan awal perusahaan *go public* yang dinamakan IPO.

Berikut ini adalah ilustrasi fenomena *underpricing* pada perusahaan *go public* yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 :

**Tabel 1.2**  
**Jumlah *Underpricing* pada Perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2009 – 2013**

Tahun	Jumlah IPO	Total <i>Underpricing</i>	
		Jumlah	%
2009	13	8	61,53
2010	23	22	95,65
2011	25	17	68,00
2012	23	21	91,30

2013	30	21	70,00
------	----	----	-------

Sumber: [www.e-bursa.com](http://www.e-bursa.com) (data yang telah diolah, 2015)

Dari Tabel 1.2 terlihat bahwa terjadi *underpricing* pada sebagian besar penawaran perdana yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2009-2013. Jumlah saham perusahaan yang mengalami *underpricing* sedikitnya setengah atau 50 % dari jumlah perusahaan yang melakukan IPO dari tahun 2009-2013 dan tingkat *underpricing* tertinggi adalah pada tahun 2010 sebesar 95,65 %. Jumlah tersebut kemudian mengalami penurunan pada tahun 2011 menjadi sebesar 68 % dan kembali meningkat pada tahun 2012 sebesar 91,30 %. Pada tahun 2013 tingkat *underpricing* kembali turun menjadi sebesar 70 %. Dalam kurun waktu 5 tahun juga tingkat *underpricing* saham ini mengalami fluktuasi dari periode waktu 2009-2013. Hal ini lah yang mengindikasikan bahwa sebagian besar dari saham perusahaan-perusahaan yang melakukan penawaran perdana pada periode tersebut mengalami *underpricing*.

Salah satu perusahaan yang mengalami fenomena *underpricing* yang terjadi di Indonesia dalam periode waktu yang digunakan peneliti sebagai sampel terlihat pada perusahaan Multifiling Mitra Indonesia Tbk (kode : MFMI) yang melakukan IPO pada 29 Desember 2010. Perusahaan ini mengalami tingkat *underpricing* lebih besar dibandingkan perusahaan-perusahaan yang melakukan IPO pada saat itu sebesar 70 % dengan *offering price* yang tercatat sebesar Rp 200 di pasar perdana. Pada saat saham tersebut mulai memasuki hari pertama di pasar sekunder, saham tersebut mengalami kenaikan sebesar 140 poin sehingga *closing price* hari pertama listing dipasar sekunder tercatat sebesar Rp 340. Tingkat *underpricing* yang terjadi ini cukup tinggi. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, suatu perusahaan dikatakan mengalami *underpricing* karena harga saham pada hari pertama *listing* di pasar sekunder (*closing price*) lebih tinggi dibanding dengan harga saham pada pasar perdana (*offering price*).

Fenomena semacam ini mempunyai implikasi yang cukup luas, baik bagi perusahaan (emiten) dan investor. Bagi perusahaan (emiten), kondisi *underpricing* seperti ini dapat mengurangi kesempatan untuk mendapatkan dana melebihi target yang dibutuhkan. Pada saat IPO, perusahaan mendapatkan sejumlah dana sesuai yang dibutuhkan dari harga saham yang pada saat IPO. Pada saat awal perdagangan di

pasar sekunder, harga saham meningkat tinggi dibandingkan harga saham pada saat PO karena bisa saja berarti bahwa *demand* atas saham tersebut tinggi dan nilai perusahaan bisa mendapatkan dana yang lebih besar seharga yang ada di pasar sekunder. Bagi investor, strategi yang harus segera dilakukan adalah membeli saham perdana yang diminati dan menjualnya pada awal perdagangan di pasar sekunder untuk mendapatkan *capital gain*. *Capital gain* ini merupakan bentuk keuntungan bagi investor. Pada awalnya investor membeli saham dengan harga IPO yaitu lebih rendah dibanding harga di bursa dan investor akan mendapatkan keuntungan bila menjualnya pada awal perdagangan bursa.

Untuk menetapkan harga saham yang wajar, terlebih dahulu perlu dipelajari faktor-faktor yang mempengaruhi gejala *underpricing*. Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi *underpricing* akan dapat menghindarkan perusahaan yang akan go *public* terhadap kerugian karena *underestimate* atas nilai pasarnya. Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan di Indonesia maupun di luar negeri menunjukkan bahwa informasi keuangan dan non keuangan yang terdapat dalam prospektus digunakan oleh investor dalam pembuatan keputusan investasi di pasar modal. Penelitian-penelitian tersebut menemukan beberapa faktor yang berpengaruh pada *underpricing* yang diukur dengan *initial return*.

ROE (*Return on equity*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari modal saham yang dimilikinya yaitu dengan memanfaatkan modal saham yang ada. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba di masa yang akan datang. ROE ini mengukur efisiensi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap unit ekuitas. Dalam arti, ROE ini mengukur profitabilitas perusahaan dengan mengungkapkan berapa banyak keuntungan perusahaan dalam menghasilkan uang dari apa yang telah pemegang saham investasikan. Hasil penelitian Ratnasari & Hudiwinarsih (2013) dan Witjaksono (2012) menyatakan bahwa ROE (*return on equity*) memiliki pengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Namun tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Martani, Ika, dan Akhmad (2012) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan ROE (*return on equity*) terhadap *underpricing*.

EPS (*earning per share*) merupakan rasio yang menunjukkan bagian laba untuk setiap lembar saham. Apabila EPS perusahaan tinggi, akan semakin banyak investor yang mau membeli saham tersebut sehingga menyebabkan harga saham semakin tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Retnowati (2013) membuktikan bahwa EPS berpengaruh signifikan terhadap besarnya *underpricing*. Namun bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyanda (2013) yang menyatakan bahwa EPS tidak berpengaruh signifikan terhadap besarnya *underpricing*.

Ukuran perusahaan juga dapat dijadikan salah satu informasi non keuangan atas tingkat ketidakpastian saham. Perusahaan besar cenderung lebih dikenal masyarakat sehingga informasi mengenai prospek perusahaan lebih mudah diperoleh. Tingkat ketidakpastian perusahaan dengan skala besar cenderung tidak dipengaruhi pasar, sebaliknya dapat mempengaruhi keadaan pasar secara keseluruhan (Benny, 2007 : 7). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Retnowati (2013) dan Islam, Ruhani, dan Zamri (2010) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan ukuran perusahaan terhadap tingkat *underpricing*. Namun tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Witjaksono, (2012) yang mengatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Reputasi auditor berpengaruh pada kredibilitas laporan keuangan ketika suatu perusahaan *go public*. Auditor yang bereputasi tinggi dapat digunakan sebagai tanda atau petunjuk terhadap kualitas perusahaan. Penggunaan auditor yang memiliki reputasi tinggi akan mengurangi ketidakpastian pada masa mendatang. Ketidakpastian yang rendah berasosiasi dengan tingkat *underpricing* yang rendah. Oleh karena itu, perusahaan yang melakukan IPO akan memilih KAP yang memiliki reputasi baik. Hasil penelitian Ratnasari & Hudiwinarsih (2013) menyatakan bahwa reputasi auditor memiliki pengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Namun tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yustisia (2012) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan reputasi auditor terhadap *underpricing*.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas makapenulistertarikuntukmeneliti“**PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN NON KEUANGAN TERHADAP TINGKAT UNDERPRICING SAHAM PADA SAAT INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2013)**”.



### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana informasi keuangan dan informasi non keuangan, dan tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO periode 2009-2013?
2. Apakah informasi keuangan dan non keuangan memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO periode 2009-2013?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari :
  - a. *Return On Equity* (ROE) terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO periode 2009-2013?
  - b. *Earning Per Share* (EPS) terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO periode 2009-2013?
  - c. Reputasi Auditor terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO periode 2009-2013?
  - d. Ukuran Perusahaan terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO periode 2009-2013?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui informasi keuangan dan informasi non keuangan, dan tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO periode 2009-2013.
2. Untuk mengetahui apakah informasi keuangan dan informasi non keuangan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO periode 2009-2013.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan secara parsial dari:
  - a. *Return On Equity* (ROE) terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO periode 2009-2013.

- b. *Earning Per Share* (EPS) terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO periode 2009-2013.
- c. Reputasi Auditor terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO periode 2009-2013.
- d. Ukuran Perusahaan terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO periode 2009-2013.

## 1.5 Kegunaan Penelitian

### 1. Aspek Teoritis

Bagikan akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pihak-pihak yang ingin mendalami Pasar Modal Indonesia dan diharapkan menjadi bahan tambahan referensi di bidang keuangan, sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang terkait dan sejenis. Bagi peneliti, diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi tambahan tentang salah satu fenomena yang terjadi pada pasar modal Indonesia sehingga penelitian ini dapat dikembangkan menjadi suatu model yang tepat dan berguna bagi para pelaku pasar modal.

### 2. Aspek Praktis

Bagi investor dan calon investor diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi mengenai hal-hal yang berpengaruh secara signifikan terhadap *initial return* yang diterima saat IPO, sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan strategi investasi di pasar modal, sehingga dapat mengambil keputusan investasi yang dapat mendatangkan keuntungan.

## 1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

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

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian yang mengangkat fenomena yang menjadi isu penting sehingga

layak untuk diteliti disertai dengan argumen teoritis yang ada, perumusan masalah yang didasarkan pada latar belakang penelitian, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian ini secara teoritis dan praktis serta sistematika penulisan secara umum.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang pengertian-pengertian dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian. Dalam bab ini akan dibahas mengenai pasar modal, *Initial Public Offering (IPO)*, *Underpricing*, *Return On Equity (ROE)*, *Earning Per Share (EPS)*, Ukuran Perusahaan, dan Reputasi Auditor. Bab ini juga menguraikan penelitian terdahulu sebagai acuan penelitian ini, kerangka pemikiran yang membahas rangkaian pola pikir untuk menggambarkan masalah penelitian, hipotesis penelitian sebagai jawaban sementara atas masalah penelitian dan pedoman untuk pengujian data, serta ruang lingkup penelitian yang menjelaskan dengan rinci batasan dan cakupan penelitian..

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian termasuk sampel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data, identifikasi variabel dependen dan variabel independen, deskripsi variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang deskripsi hasil penelitian berdasarkan data-data yang dikumpulkan dimana harus menjawab pertanyaan penelitian/rumusan masalah, dan pembahasan hasil penelitian yang akan dipaparkan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi penafsiran dan pemaknaan penelitian terhadap hasil analisis temuan peneliti, yang disajikan dalam bentuk kesimpulan penelitian, dan saran yang dirumuskan secara kongkrit.

**halaman ini sengaja dikosongkan**