

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

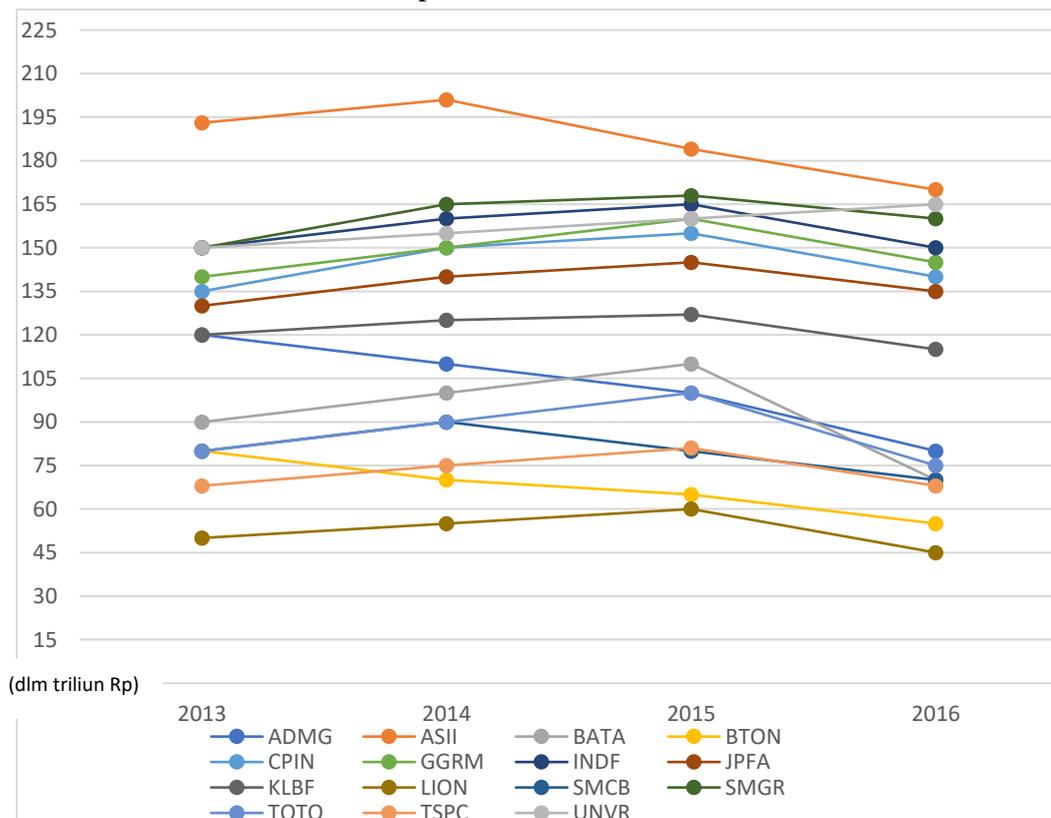
Perkembangan dunia usaha menimbulkan persaingan yang ketat diantara para pelaku usaha, hal tersebut juga terjadi pada perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur adalah perusahaan industri pengolahan yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi dengan mengaplikasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja untuk dijual.

Dalam menjalankan usahanya perusahaan tentunya membutuhkan sumber dana atau modal agar kegiatannya dapat terlaksana dengan baik. Perusahaan memiliki berbagai alternatif sumber pendanaan, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar perusahaan. Alternatif pendanaan dari dalam perusahaan umumnya dengan menggunakan laba ditahan perusahaan, sedangkan pendanaan dari luar perusahaan dapat berasal dari kreditur berupa utang maupun pendanaan yang bersifat peyertaan dalam bentuk saham. Pendanaan melalui penyertaan umumnya dilakukan dengan menjual saham perusahaan kepada masyarakat atau sering dikenal dengan *go public*.

Dengan menjadi perusahaan publik maka perusahaan akan mendapatkan beberapa keuntungan, perusahaan akan mempunyai kemudahan untuk menambah modal di bandingkan perusahaan tertutup. Selain itu perusahaan juga akan memiliki akses financial yang lebih baik jika dibandingkan dengan perusahaan tertutup. Perusahaan tertutup hanya mengandalkan sumber dana dari perbankan saja, sementara perusahaan terbuka dapat menerbitkan obligasi ataupun menerbitkan saham baru jika membutuhkan tambahan modal. Perusahaan terbuka juga lebih transparan jika dibandingkan perusahaan tertutup. Pasalnya, perusahaan tersebut harus memberikan laporan kepada Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bappepam-LK) serta Bursa Efek Indonesia (BEI).

Objek penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. Alasan penulis memilih studi di industri manufaktur karena industri manufaktur memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan kita, dengan adanya perusahaan manufaktur kita bisa memanfaatkan bahan mentah yang semula tidak termanfaatkan menjadi barang jadi yang bisa langsung kita manfaatkan. Perusahaan juga membutuhkan sumberdaya sekitar untuk membuat dan mengolah barang tersebut sehingga perusahaan manufaktur harus turut serta dalam menjaga lingkungan sosial sekitar perusahaan tersebut. Perusahaan industri manufaktur juga menyerap pegawai yang jumlahnya cukup banyak sehingga hal tersebut berhubungan dengan ketenagakerjaan dan lebih besar kemungkinan timbulnya masalah sosial dan membutuhkan proses CSR yang harus di kelola dengan baik.

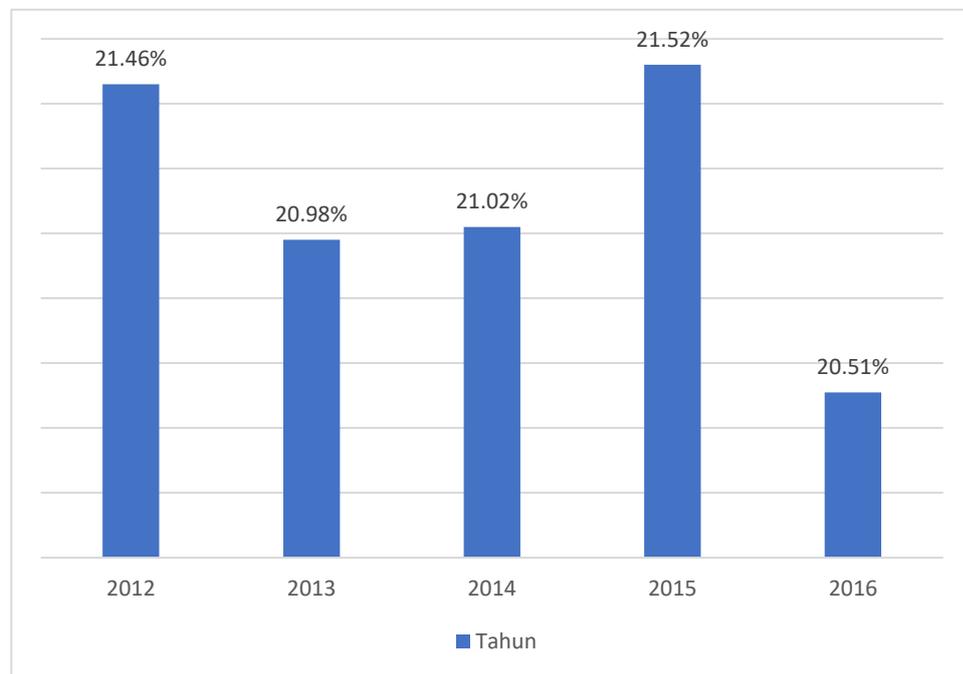
Dengan demikian perusahaan manufaktur memberikan dominasi besar terhadap perekonomian Indonesia, prospek tersebut dapat di tunjukkan dengan kondisi *revenue* dalam beberapa tahun terakhir :



Gambar 1.1 Revenue Perusahaan Manufaktur
Sumber : data yang telah diolah penulis (2017)

Dari Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa kondisi finansial perusahaan manufaktur yang terdapat di BEI beberapa tahun terakhir menunjukkan prospek yang cukup baik, namun pada tahun 2016 *revenue* perusahaan manufaktur mengalami penurunan hampir di setiap sektor. Survey yang dilakukan dari 15 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI menunjukkan bahwa total *revenue* perusahaan manufaktur pada tahun 2016 cenderung turun dibandingkan dengan tahun 2015, padahal rata-rata ditahun sebelumnya total *revenue* selalu mengalami peningkatan. Hal ini merupakan fenomena yang kurang baik bagi perusahaan industri manufaktur di tahun 2016.

Kondisi finansial tersebut juga berpengaruh terhadap kontribusi perusahaan manufaktur terhadap Produk Domestik Bruto di Indonesia sebagai berikut :



Gambar 1.2 Kontribusi Industri Manufaktur terhadap PDB Indonesia
Sumber : CNN Indonesia (2017)

Berdasarkan Gambar 1.2 Industri manufaktur juga merupakan penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar di Indonesia. Setiap tahun Industri manufaktur menyumbang lebih dari 20% dari PDB Indonesia. Di tahun 2016 industri manufaktur juga menjadi penyumbang PDB terbesar dengan 20,51% dari total PDB Indonesia. Namun kondisi tersebut menurun di bandingkan

tahun-tahun sebelumnya, sejalan dengan penurunan total *revenue* yang dijelaskan pada Gambar 1.1. Hal tersebut patut menjadi perhatian apakah dengan kondisi finansial dan kontribusinya yang menurun juga akan berdampak terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di perusahaan manufaktur.

Penulis memilih industri manufaktur juga dikarenakan industri inilah yang paling banyak di bandingkan dengan industri lain yang terdaftar di BEI. Dari *website* (www.sahamok.com) terlihat bahwa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) hingga akhir periode 2016 berjumlah 144 perusahaan. Ke 144 perusahaan tersebut terbagi kedalam 3 sektor yaitu sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri dan sektor industri barang konsumsi serta terdapat 20 subsektor dari ke 3 sektor tersebut.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Dilihat dari aspek ekonomi, tujuan utama perusahaan yaitu mendapat keuntungan (*profit*) yang maksimal, namun dalam menjalankan usahanya perusahaan juga harus memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhi proses kegiatannya, antara lain faktor internal dan eksternal. Didalam faktor internal, masalah yang dihadapi hanya melibatkan pihak-pihak dari bagian perusahaan tersebut, namun untuk faktor eksternal perusahaan akan melibatkan pihak-pihak luar yang lebih luas dan bisa saja memiliki tujuan yang berbeda dengan tujuan perusahaan, salah satunya masyarakat sekitar. Jika perusahaan memperhatikan pihak-pihak eksternal tersebut diharapkan perusahaan akan memperoleh keuntungan yang bersifat jangka panjang, sehingga perusahaan dapat tumbuh dan bertahan karena memperhatikan tanggung jawab sosialnya sehingga dapat terhindar dari masalah-masalah sosial.

Perusahaan manufaktur dilihat dari bentuk usahanya berkontribusi cukup besar dalam masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Hal ini disebabkan karena perusahaan tersebut paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Seperti diketahui perusahaan manufaktur memproduksi barang mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Dalam proses

produksi tersebut perusahaan akan mengeluarkan limbah dari hasil produksi dan hal ini tentunya akan berhubungan dengan masalah sosial dan pencemaran lingkungan. Proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan juga membutuhkan tenaga kerja dan hal ini berkaitan dengan masalah keselamatan para pekerja. Selain itu perusahaan juga harus menjual produknya kepada para konsumen dan dikonsumsi atau digunakan oleh banyak masyarakat sehingga isu kualitas, kandungan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan kepada masyarakat (Sulatini, 2011).

Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia masih sangat minim, sementara dampak yang dapat ditimbulkan sangat besar. Wahana Lingkungan Hidup menyatakan bahwa Indonesia menemui banyak masalah lingkungan hidup, antara lain polusi yang ditimbulkan dari limbah pembuangan yang akan berdampak pada masalah lain seperti polusi air, polusi suara dan polusi udara, terutama pada daerah industri di kota besar dengan banyak pabrik (Luthan, 2010).

Riset *Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* pada tahun 2016 memaparkan, rendahnya pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR, menyebabkan rendahnya kualitas pengoperasian agenda tersebut. Riset dibuat dengan melakukan studi terhadap 100 perusahaan di empat negara yakni Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand. Praktik CSR jauh lebih baik diimplementasikan oleh perusahaan-perusahaan Singapura dan Thailand dibandingkan dengan Malaysia dan Indonesia.

Tabel 1.1

Perbandingan Implementasi CSR di 4 Negara Asia Tenggara

NEGARA	% Implementasi CSR
Thailand	56,8
Singapura	48,8
Indonesia	48,4
Malaysia	47,7

Sumber : CNN Indonesia (2017)

Banyak Perusahaan di Indonesia yang belum menyadari peranan dari tanggung jawab sosial (CSR). Mereka baru menyadari pentingnya CSR saat menghadapi masalah dengan warga sekitar perusahaan, program CSR tidak sekedar dijalankan pada saat perusahaan menghadapi masalah. Sebaliknya, program CSR harus dirancang sedemikian rupa dengan strategi yang matang dan berkelanjutan. Pelaksanaan program CSR bukan semata-mata menghapus kesalahan apa yang dilakukan perusahaan dengan memberikan program hadiah kepada masyarakat sekitar. Program CSR akan berhasil jika perusahaan mampu memberdayakan masyarakat sekitar (Suwandi, 2014).

Dari data pada Lampiran 2 dapat dilihat bahwa dari 15 perusahaan yang disurvei ditahun 2014-2015. Pengungkapan CSR terbesar dilakukan oleh Semen Indonesia Tbk dengan 56,04% pada tahun 2015 sedangkan pengungkapan CSR terendah dilakukan oleh Tempo Scan Pasific Tbk yaitu 8,79% ditahun 2014. Secara keseluruhan rata-rata pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang di survei berada diangka 20%, yaitu 24,62% ditahun 2014 dan 25,93% ditahun 2015. Berdasarkan karakteristik perusahaan manufaktur survei tersebut menunjukkan angka yang kurang baik, karena perusahaan manufaktur banyak menggunakan sumber daya alam maupun manusia dan produksi limbah akibat pengolahan bahan baku, sehingga sudah semestinya pengungkapan CSR menjadi hal yang patut untuk di perhitungkan. Penelitian ini akan mencoba mengkaji tanggung jawab sosial perusahaan melalui pengungkapan dan faktor yang mempengaruhinya.

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam. Penelitian terdahulu menjelaskan tentang karakteristik perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan CSR, salah satu faktor tersebut adalah profitabilitas perusahaan. Menurut Yuliana (2008) Profitabilitas yang tinggi akan mendorong manajer untuk memberikan informasi yang lebih terperinci. Hal tersebut disebabkan karena manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan dan selanjutnya akan mendorong kompensasi manajemen. Penelitian yang dilakukan oleh Kristi

(2012) mengemukakan hasil bahwa bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan dengan arah koefisien negatif terhadap tingkat pengungkapan CSR perusahaan. Namun hal tersebut berbeda dengan hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Purnasiwi (2011) bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Ukuran Perusahaan dapat menjadi faktor pengungkapan CSR karena perusahaan berskala besar cenderung akan lebih mudah melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial karena perusahaan besar memperoleh hasil penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan berskala kecil (Sembiring, 2005). Di samping itu, perusahaan berskala kecil lebih berkonsentrasi kepada peningkatan hasil penjualan perusahaannya dibandingkan melakukan pengungkapan CSR. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mazully (2012) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pradana (2016) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Fitriany, 2011). Sementara itu perbedaan penelitian sebelumnya di variabel *leverage* dilakukan oleh Purnasiwi (2011) menunjukkan hasil bahwa variabel *leverage* berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Suaryana (2010) dalam penelitiannya menunjukkan hasil yang berbeda, variabel *leverage* tidak dapat dibuktikan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Media Exposure dapat menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam pengungkapan CSR. Fungsi komunikasi menjadi sangat pokok dalam manajemen CSR. Perusahaan harus memberikan informasi tentang tanggung jawab sosialnya dan pesan lain yang terkait kepada para karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lain, dan secara umum, kepada seluruh masyarakat dengan berbagai alat komunikasi (Ati, 2011). Penelitian yang dilakukan oleh Kristi (2012) menunjukkan bahwa variabel *media exposure* berpengaruh secara signifikan dengan arah koefisien positif terhadap tingkat pengungkapan CSR perusahaan, hasil tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Reverte (2009). Namun penelitian yang dilakukan oleh Marzully (2012) bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR. Media yang digunakan ketiga peneliti tersebut menggunakan *web* perusahaan, tetapi dalam penelitian ini menggunakan media sosial *YouTube* sebagai media pengungkapan CSR perusahaan. Hal ini merupakan kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini.

Dari fenomena-fenomena yang terjadi dan dari hasil penelitian terdahulu terdapat beberapa variabel yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR masih menunjukkan hasil yang berbeda, bahkan bertentangan dengan antara hasil penelitian yang satu dengan yang lainnya. Hal inilah yang akan menjadi *research gap* dalam penelitian ini, sehingga sangat menarik dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan *research gap* tersebut.

Penelitian ini mengadopsi GRI 4 (*Global Reporting Initiative*) yang telah disesuaikan dengan kondisi pelaksanaan CSR di Indonesia sebagai item pengukur variabel dependen yaitu pengungkapan CSR perusahaan. Oleh sebab itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016)**”.

1.3 Perumusan Masalah

Perusahaan sejatinya harus memberikan dampak positif kepada para masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan tersebut, karena perusahaan telah diberi hak untuk mengolah sumber daya yang tersedia dikawasan itu, dengan mendapatkan keuntungan dari hal tersebut sehingga perusahaan seharusnya berkontribusi dalam membantu kehidupan masyarakat agar terciptanya sinergi yang positif antar keberadaan perusahaan dengan kehidupan masyarakat. Perusahaan tentunya membutuhkan dana untuk membiayai program CSR tersebut, perusahaan harus bisa mengatur keuangannya sehingga biaya yang dikeluarkan untuk program CSR dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Tingkat ketergantungan terhadap kreditur juga menjadi pertimbangan dari manajemen perusahaan untuk memilih tetap menggunakan dana yang ada untuk program CSR ini. Pengungkapan media digunakan perusahaan untuk menyebarluaskan kegiatan yang telah dilakukan perusahaan sehingga para masyarakat dan pemangku kepentingan mengetahui bahwa perusahaan telah berkontribusi dalam berbagai aspek sosial kemasyarakatan.

Meskipun kegiatan program CSR merupakan hal yang wajib dilakukan oleh perusahaan sebagaimana diatur dalam undang-undang, namun masih banyak perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan CSRnya dengan baik dan implementasinya dengan benar, banyak kasus yang terjadi sehingga perusahaan terlibat konflik dengan masyarakat sekitar. Meskipun demikian banyak juga perusahaan di Indonesia yang mendapat penghargaan karena kepeduliannya kepada masyarakat, maka dari itu akan timbul pertanyaan apa yang membedakan setiap perusahaan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas maka dapat diketahui masalah penelitiannya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengungkapan *corporate social responsibilty*, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *media exposure* pada industri manufakur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016?
2. Apakah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *media exposure* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri manufakur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016?
3. Apakah terdapat pengaruh secara parsial dari :
 - a. Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri manufakur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016?
 - b. Profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri manufakur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016?
 - c. *Leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri manufakur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016?
 - d. *Media Exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri manufakur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengungkapan *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *media exposure* pada industri manufakur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016?
2. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *Media Exposure* terhadap pengungkapan

corporate social responsibility pada industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016?

3. Untuk mengetahui pengaruh parsial dari :
 - a. Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016?
 - b. Profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016?
 - c. *Leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016?
 - d. *Media Exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016?

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam antara hubungan ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.6.2 Aspek Praktis

- a. Bagi perusahaan diharapkan penelitian ini dapat memberikan bukti empiris kepada perusahaan akan pentingnya penerapan CSR dalam keberlangsungan usahanya dan dampak yang ditimbulkan, sehingga perusahaan dapat lebih bijak dalam mengambil keputusan.
- b. Bagi pengguna laporan keuangan dan calon investor hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan dalam memilih perusahaan yang

dapat mengembalikan investasi dengan tingkat pengembalian yang diharapkan, tanpa melupakan tanggung jawab sosial perusahaan.

- c. Memberi informasi kepada pembaca akan pentingnya aspek sosial dalam kehidupan bermasyarakat baik sebuah perusahaan, kelompok ataupun pribadi.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan satu variabel dependen dan empat variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. Variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *media exposure*. Penelitian ini akan mengkaji pengaruh baik secara simultan maupun parsial yang diprediksi akan mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.7.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih adalah Bursa Efek Indonesia dengan objek penelitian adalah perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan telah mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan periode 2014-2016 pada *website* resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

1.7.3 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan dari bulan September 2017 hingga April 2018. Periode penelitian ini dilakukan pada tahun 2014-2016.

1.8 Sistematika penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi gambaran umum mengenai objek yang akan diteliti dan latar belakang penelitian yang didalamnya mencakup argumentasi teoritis yang mendukung penelitian, serta inkonsistensi yang terjadi pada penelitian sebelumnya. Selain itu bab ini juga berisi perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, selain itu juga membahas penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, bab ini juga mencakup antar lain jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjeaskan secara rinci mengenai analisis model dan hipotesis, juga pembahasan mengenai hubungan variabel-variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *media exposure*) dengan variabel dependen (pengungkapan *corporate social responsibility*).

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir dari analisa dan penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya serta saran-saran yang penulis berikan.

HALAMAN DI KOSONGKAN