

BAB I

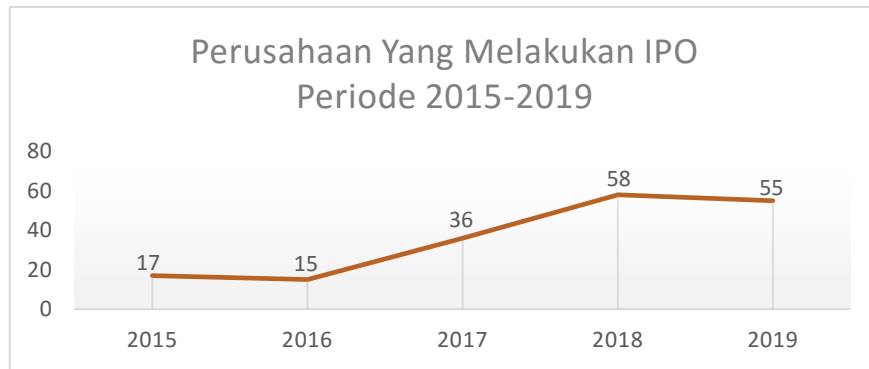
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan membutuhkan suntikan modal yang besar dalam mengekspansi aktivitas bisnisnya agar perusahaan dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Selain itu, saat ini banyak perusahaan yang tidak berpuas diri bergerak dalam skala kecil, melainkan selalu berusaha untuk mencapai skala yang besar yang kebutuhan dana bagi perusahaan juga akan semakin meningkat. Pada sisi lain, pemegang saham memiliki dana yang terbatas sehingga perusahaan diharuskan untuk menambah modal daripada harus berutang. Salah satu alternatif perusahaan untuk menambah modal yaitu dengan cara menerbitkan saham baru dan memperjualbelikan saham tersebut kepada masyarakat dengan pasar modal sebagai mediator (*go public*).

Pasar modal mempunyai peran dan manfaat dalam perekonomian suatu negara karena memberikan fasilitas bagi keperluan industri atau investor dalam memenuhi permintaan dan penawaran modal (Umam & Sutanto, 2017). Pasar modal merupakan suatu tempat yang terorganisasi sebagai tempat perdagangan efek-efek yang mempertemukan antar dua belah pihak yaitu antara pihak yang membutuhkan dana (emiten) dan pihak yang meminjamkan dana (investor) (Muklis, 2016). Untuk mendapatkan dana, perusahaan harus melakukan perdagangan saham pada pasar perdana. Perdagangan ini dikenal dengan penawaran umum saham perdana atau *Initial Public Offering* (IPO) bisa dikatakan sekuritas perusahaan dijual untuk pertama kalinya. Terhitung sejak tahun 1989, pemerintah sudah melakukan penyederhanaan dan merangsang minat perusahaan untuk masuk ke bursa dan memberikan banyak keuntungan bagi investor. Jika pada tahun 1989 hanya 37 perusahaan (emiten) yang *listing*, tetapi per 15 September 2020, sudah terdapat 710 perusahaan (emiten) yang tercatat mendaftarkan perusahaannya atau *listing* pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

Dari 710 perusahaan tersebut, terdapat perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* sebanyak 181 perusahaan pada periode 2015-2019. Perusahaan yang melakukan IPO pada periode 2015-2019 sebagai berikut:



Gambar 1.1 Data Jumlah Perusahaan yang Melakukan *Initial Public Offering* (IPO) Periode 2015-2019

Sumber: www.e-bursa.com

Berdasarkan gambar 1.1 pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2019 antusias perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia berfluktuatif. Tahun 2016 sampai dengan 2018 perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* mengalami peningkatan yang signifikan per tahunnya. Perusahaan akan diuntungkan apabila melakukan IPO atau dikenal dengan istilah *go public*, karena memberikan benefit untuk perusahaan seperti membuka akses perusahaan terhadap sarana pendanaan jangka panjang, meningkatkan nilai dan meningkatkan *image* perusahaan, menumbuhkan loyalitas karyawan perusahaan, mampu mempertahankan kelangsungan usaha, dan mendapatkan insentif pajak dari pemerintah khususnya untuk pajak penghasilan sebesar 5% lebih rendah dari tarif pajak penghasilan wajib pajak dalam negeri dengan syarat 40% sahamnya tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia. Atas dasar benefit yang dapat dinikmati oleh perusahaan cukup banyak, antusiasme perusahaan akan meningkat, sehingga perusahaan tidak ragu lagi untuk mencantumkan nama perusahaannya didalam daftar perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan paparan diatas, peneliti memutuskan untuk

melakukan penelitian pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pasar modal berfungsi sebagai lembaga perantara (*intermediaries*). Fungsi ini menunjukkan bahwa betapa besar peran pasar modal dalam menunjang perekonomian suatu negara karena pasar modal dapat menghubungkan pihak yang membutuhkan dana (emiten) dengan pihak yang mempunyai kelebihan dana atau investor.

Menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1995, penawaran umum adalah kegiatan penawaran atas kepemilikan saham dan sejenisnya oleh suatu perusahaan untuk menjualnya kepada masyarakat dengan tata laksana yang sesuai dengan peraturan. *Go public* adalah sebutan pada saat ini yang memiliki makna perusahaan yang memperjualbelikan sahamnya kepada masyarakat dan akan menjadi perusahaan publik atau terbuka serta siap dinilai oleh publik. Penilaian publik sangat mempengaruhi suntikan dana yang akan diberikan untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Sesuai dengan teori *signalling* dimana perusahaan terbuka akan informasi terkait perusahaan yang dapat dijadikan sinyal untuk para investor sebagai acuan membuat keputusan dalam berinvestasi (Purwanto, 2012).

Permasalahan asimetri informasi kerap terjadi pada perusahaan yang hendak melakukan *Initial Public Offering* (IPO) dalam proses penawaran umum. Asimetri informasi adalah sebuah ketidakseimbangan atau perbedaan akan sebuah informasi tertentu, dimana salah satu pihak memiliki informasi lebih banyak sehingga dapat lebih mengetahui (pihak pengelola) dibandingkan dengan pihak lain. Dampak dari asimetri informasi ini yaitu terjadinya perbedaan harga penutupan saham di pasar sekunder dengan harga saham pada *Initial Public Offering* atau pada saat penawaran umum perdana. Dikatakan *underpricing* jika, harga saham pada saat penawaran perdana lebih rendah dibandingkan dengan harga saham penutupan hari pertama di pasar sekunder. Begitu pun dengan kondisi sebaliknya, jika harga saham saat penawaran perdana lebih

tinggi dibanding harga saham di pasar sekunder, maka dapat disebut dengan istilah *overpricing* (Gunawan & Jodin, 2017).

Semua investor pada prinsipnya mempunyai tujuan yang sama saat menanamkan uangnya di pasar modal, yaitu investor yang paling utama dikelompokkan dalam dua hal: (1) keterbukaan emiten akan informasi, (2) tanggung jawab moral pengelolaan perusahaan publik tersebut. Keterbukaan informasi ini harus dimulai sejak perusahaan menyatakan dirinya *go public*, sejak menerbitkan prospektus dengan penawaran efek/sahamnya (Umam & Sutanto, 2017). Prospektus merupakan sumber informasi utama yang digunakan sebagai senjata investor untuk memutuskan apakah akan melakukan investasi pada emiten atau tidak di pasar modal. Prospektus berisi informasi mengenai perusahaan, tujuan penggunaan dana, laporan keuangan terbaru dan historis, proyeksi laba, dan persentase dividen yang dijanjikan, analisis perbandingan dengan industri sejenis. Investor juga menganggap prospektus ini sebagai sumber referensi untuk mengurangi ketidakpastian (Sanjaya & Lukman, 2020).

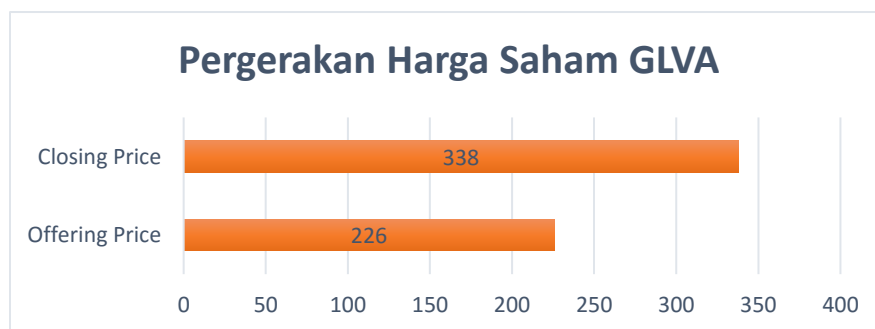
Berdasarkan data di Bursa Efek Indonesia dalam jangka waktu lima tahun terakhir, perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* sebagian besar mengalami fenomena *underpricing* sehingga menghasilkan *Net Initial Return* yang tinggi. Fenomena *underpricing* ini akan menguntungkan investor karena investor akan menerima *return* tinggi yang akan menjadi sebuah motivasi bagi investor untuk membeli saham pada saat perusahaan melakukan penawaran perdana atau *Initial Public Offering*.

Net Initial Return merupakan keuntungan yang didapat oleh investor akibat peningkatan aktivitas perdagangan yang signifikan dimana harga saham saat melakukan penawaran perdana (*offering price*) lebih rendah dibandingkan harga saham penutupan (*closing price*). Pendapat dari (Sari, 2020) menyatakan bahwa *Net Initial Return* adalah keuntungan yang didapatkan pemegang saham karena adanya perbedaan harga saham yang dibeli pada pasar perdana (saat IPO) dengan harga jual saham di hari pertama pada pasar sekunder. Semakin besar selisih antara harga saham saat

melakukan penawaran perdana dengan harga saham penutupan akan semakin besar pula *Net Initial Return* yang akan didapatkan oleh investor.

Terdapat 52 dari total 55 perusahaan yang mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019 berhasil mengalami peningkatan harga saham saat penutupan di pasar sekunder. Persentase kenaikan harga yang dialami oleh 52 perusahaan sepanjang tahun 2019 sangat beragam. Hal ini akan memberikan *return* positif dan akan menjadi sebuah keuntungan bagi investor. Sedangkan untuk tiga perusahaan lainnya dengan kode perusahaan BAPI, IPTV, dan CCSI mengalami kondisi sebaliknya dimana harga saham pada penawaran perdana lebih tinggi dibandingkan harga penutupan sehingga return yang akan dihasilkan akan negatif yang memiliki arti perusahaan cukup baik dalam menghimpun dana. Dari fenomena yang terjadi, peristiwa *underpricing* lebih mendominasi dibandingkan peristiwa *overpricing* dalam pergerakan saham selama tahun 2019. Pergerakan saham perusahaan yang melakukan IPO pada tahun 2019 dapat dilihat pada Lampiran I.

Salah satu fenomena yang kerap terjadi adalah *underpricing* atau naiknya harga saham pada harga penutupan, yaitu terjadi pada PT Galva Technologies Tbk yang resmi *listing* di Bursa Efek Indonesia pada 23 Desember 2019 lalu. Perusahaan dengan kode GLVA tersebut adalah perusahaan ke-55 dan perusahaan ke-668 yang melakukan penawaran saham perdana atau *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada saat penawaran perdana sebesar Rp226 per unit dan sebesar Rp338 per unit pada saat penutupan.



Gambar 1.2 Pergerakan Saham PT Galva Technologies Tbk

Sumber: Data yang telah diolah (2020)

Dapat dikatakan PT Galva Technologies Tbk perusahaan yang *listing* pada akhir tahun 2019 ini, tercatat memiliki harga Rp226 per unit sahamnya naik meningkat hingga mencapai hampir 50% ke posisi Rp338 per unit pada saat penutupan.

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa terdapat selisih yang signifikan antara *offering price* dengan *closing price* yang mengakibatkan adanya *Net Initial Return* (NIR) positif. Perusahaan dan investor akan mendapatkan keuntungan NIR, hanya saja keuntungan NIR akan lebih banyak dinikmati oleh perusahaan. Umumnya NIR positif terjadi akibat harga yang ditawarkan dibawah dari harga sewajarnya. Seharusnya, jika perusahaan menjadikan pasar perdana sebagai mediator untuk mencari peluang menghimpun dana semaksimal mungkin, kondisi *underpricing* akan merugikan untuk perusahaan yang melakukan *go public*, karena dana yang diperoleh dari publik menjadi tidak maksimum, tetapi akan menjadi sebuah keuntungan bagi investor (Gunawan & Jodin, 2016). Dari fenomena tersebut terdapat banyak faktor akuntansi dan non-akuntansi yang dianggap dapat mempengaruhi besar atau kecilnya *Net Initial Return*. Namun, dalam penelitian ini Penulis hanya berfokus pada empat faktor, dua faktor akuntansi yaitu *Current Ratio* (CR) dan *Return on Asset* (ROA) serta dua faktor non-akuntansi yaitu *Offering* dan Reputasi *Underwriter* sebagai variabel independen yang akan digunakan dalam penelitian ini. Variabel tersebut memang sudah banyak digunakan dalam penelitian terdahulu, namun hasil penelitian masih bervariasi dan inkonsistensi.

Current Ratio (CR) merupakan salah satu bagian dari rasio likuiditas yang kerap kali digunakan untuk mengetahui tingkat kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya dengan asset lancar (Anah et al., 2018). Besar atau kecilnya CR merupakan salah satu faktor penting bagi investor yang akan menginvestasikan sejumlah dananya pada perusahaan. Keamanan dana dan risiko yang akan terjadi menjadi pertimbangan investor dalam menanamkan dananya. Investor akan lebih tertarik pada perusahaan dengan CR yang tinggi karena cenderung untuk menghindari risiko dalam berinvestasi. Maka dari itu, semakin tinggi nilai CR perusahaan dianggap memiliki keadaan keuangan yang

baik, sehingga dapat terhindar dari *underpricing* atau nilai *Net Initial Return*. Hubungan *Current Ratio* (CR) dengan *Net Initial Return* yaitu semakin tinggi *Current Ratio* (CR) maka semakin rendah *Net Initial Return*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Maulidya & Lautania, 2016) dan (Linazah et al., 2015) yang menyatakan bahwa *Current Ratio* (CR) berpengaruh signifikan dengan arah negatif. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wildahayu & Priantinah, 2019) dan (Radipria et al., 2015) yang menyatakan bahwa *Current Ratio* tidak berpengaruh terhadap *Net Initial Return*.

Return on Asset (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan pengembalian investasi, dimana melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Di beberapa referensi lain ROA ini ditulis dengan nama *Return on Investment* (ROI). Pengembalian atas aset-aset menentukan jumlah pendapatan bersih yang dihasilkan dari aset-aset perusahaan dengan menghubungkan pendapatan bersih ke total aset. Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Maka dari itu, semakin tinggi nilai *Return on Assets* (ROA) perusahaan dianggap akan memperkecil tingkat *underpricing* atau nilai *Net Initial Return* karena investor maupun *underwriter* akan menilai kinerja perusahaan lebih baik dan bersedia membeli saham perdananya dengan harga yang lebih tinggi. Hubungan *Return on Assets* (ROA) dengan *Net Initial Return* yaitu semakin tinggi *Return on Assets* (ROA) maka semakin rendah *Net Initial Return*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wildahayu & Priantinah, 2019) dan (Hidayati & Triyanto, 2020) yang menunjukkan hasil bahwa *Return on Asset* (ROA) berpengaruh signifikan dengan arah negatif dengan *Net Initial Return* (NIR), berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Albada et al., 2018) dan (Setiawan, 2018) yang menyatakan bahwa *Return on Asset* (ROA) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Net Initial Return*.

Offering atau Persentase Penawaran Saham kepada publik menunjukkan porsi kepemilikan saham yang akan dikuasai publik nantinya. Tingginya tingkat

ketidakpastian pada saham yang ditawarkan dalam jumlah besar menjadi pertimbangan *underwriter* dan emiten untuk menetapkan harga perdana. Untuk meminimalisir risiko, *underwriter* memutuskan menetapkan harga yang rendah pada saat penawaran perdana jika saham yang ditawarkan dalam jumlah besar. Hubungan *Offering* dengan *Net Initial Return* adalah semakin tinggi jumlah kepemilikan saham yang ditahan oleh perusahaan akan mengakibatkan persentase penawaran saham yang ditawarkan ke publik atau *Offering* semakin kecil. Pada saat jumlah saham yang ditawarkan ke publik sedikit mengakibatkan harga yang ditetapkan di pasar perdana akan semakin mahal. Ketika harga saham perdana tinggi investor akan mempertimbangkan kembali keputusannya untuk membeli saham yang ditawarkan perusahaan. Investor khawatir terhadap harga saham yang terlalu tinggi pada saat penawaran, karena akan berdampak pada *return* yang didapat di masa yang akan datang. Harga penawaran saham yang tinggi diindikasikan akan mengalami penurunan harga pada saat penutupan karena rendahnya minat investor. Hal tersebut menyebabkan kecilnya *Net Initial Return* yang akan diterima oleh investor. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khin et al., 2016) yang menunjukkan bahwa *offering* berpengaruh signifikan dengan arah positif. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hulwani & Dilaak, 2016) dan (Syukur et al., 2018) menunjukkan hasil bahwa *offering* tidak berpengaruh terhadap *Net Initial Return*.

Reputasi *underwriter* (penjamin emisi efek) adalah pihak yang paling banyak keterlibatannya dalam membantu emiten dalam rangka penerbitan saham. Penjamin emisi efek yang baik akan berusaha untuk meminimalkan tingkat ketidakpastian. Penjamin emisi efek akan melakukan upaya terbaiknya untuk menghindari ketidakpastian tersebut dengan tujuan menjaga reputasi serta kualitas yang telah dimilikinya. Semakin tinggi kualitas dan reputasi baik yang dimiliki sebuah penjamin emisi efek diindikasikan dapat mengurangi tingkat ketidakpastian yang akan mengakibatkan penurunan terhadap *Net Initial Return* bagi investor. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kuncoro & Suryaputri, 2019) dan (Aryapranata & Adityamarwan, 2017) menunjukkan hasil bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh

signifikan dengan arah negatif terhadap *Net Initial Return*. Inkonsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hadi, 2019) dan (Badru & Ahmad-Zaluki, 2018) yang menunjukkan reputasi *underwriter* tidak berpengaruh terhadap *Net Initial Return*.

Berdasarkan fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini, masih ditemukan adanya inkonsistensi hasil dari penelitian sebelumnya mengenai variabel-variabel yang berpengaruh terhadap *Net Initial Return*, maka Penulis bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai variabel-variabel tersebut yang terkait pengaruhnya terhadap *Net Initial Return*. Oleh karena itu, Penulis melakukan penelitian ini lebih lanjut dengan judul “ANALISIS DETERMINAN *NET INITIAL RETURN* (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Melakukan *IPO/Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019).”

1.3 Perumusan Masalah

Pada saat *Initial Public Offering*, efek dijual dengan harga emisi (*issue price*) sehingga perusahaan yang menerbitkan emisi hanya memperoleh dana dari penjualan tersebut. Harga saham tersebut merupakan harga kesepakatan antara perusahaan dengan penjamin emisi yang mempunyai tujuan untuk meminimalisir ketidakpastian yang mungkin terjadi setelah perusahaan melakukan *Initial Public Offering* (IPO). Semakin akurasi harga yang ditetapkan pada saat penawaran perdana, semakin besar pula peluang perusahaan dalam menghimpun dana untuk menunjang perekonomian dan aktivitas bisnisnya.

Pada kenyataannya, masih banyak perusahaan yang tidak memaksimalkan peluang untuk menghimpun dana sebanyak-banyaknya saat pertama kali melakukan *Initial Public Offering* (IPO) atau penawaran saham perdana kepada publik. Hal ini disebabkan kenaikan harga saham yang menyebabkan harga saham penutupan di pasar sekunder lebih tinggi dibandingkan dengan harga saham pada saat penawaran saham perdana. Fenomena ini biasa disebut dengan *underpricing* atau *Net Initial Return* yang akan menjadi keuntungan bagi investor. Akan tetapi, hal tersebut mengakibatkan perusahaan dianggap tidak maksimal dalam menghimpun dana pada saat *Initial Public*

Offering. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini akan dibuktikan dengan menggunakan faktor akuntansi dan non akuntansi yang dianggap dapat mempengaruhi *Net Initial Return*. Faktor akuntansi meliputi *Current Ratio (CR)* dan *Return on Asset (ROA)*, serta faktor non akuntansi meliputi *Offering* dan Reputasi *Underwriter*.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat disusun beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah *Current Ratio (CR)*, *Return on Asset (ROA)*, *Offering*, Reputasi *Underwriter* dan *Net Initial Return* pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019?
2. Apakah *Current Ratio (CR)*, *Return on Asset (ROA)*, *Offering*, Reputasi *Underwriter* berpengaruh secara simultan terhadap *Net Initial Return* pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019?
3. Apakah *Current Ratio (CR)*, *Return on Asset (ROA)*, *Offering*, Reputasi *Underwriter* berpengaruh secara parsial terhadap *Net Initial Return* pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah dibahas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan *Current Ratio (CR)*, *Return on Asset (ROA)*, *Offering*, Reputasi *Underwriter* dan *Net Initial Return* pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.
2. Untuk menganalisis pengaruh simultan *Current Ratio (CR)*, *Return on Asset (ROA)*, *Offering*, Reputasi *Underwriter* terhadap *Net Initial Return* pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.

3. Untuk menganalisis pengaruh parsial *Current Ratio* (CR), *Return on Asset* (ROA), *Offering*, Reputasi *Underwriter* terhadap *Net Initial Return* pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Dengan tujuan sudah dipaparkan diatas manfaat teoritis yang ingin dicapai oleh Penulis dalam penelitian ini antara lain:

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan pedoman bagi peneliti selanjutnya.
2. Untuk pembaca, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan dapat menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Net Initial Return*.

1.5.2 Aspek Praktis

Dengan tujuan yang sudah dipaparkan di atas manfaat praktis yang ingin dicapai oleh Penulis dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan petunjuk bagi investor mengenai *Net Initial Return*, yang dapat dijadikan sebagai alat untuk mempertimbangkan keputusan investasi yang akan dilakukan sehingga akan memaksimalkan *return* yang akan didapat.

2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan informasi bagi perusahaan dalam menetapkan harga penawaran saham perdana seakurat mungkin pada saat penawaran umum perdana atau *Initial Public Offering*.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan dalam laporan penelitian ini terdiri dari lima bab yang saling berkaitan, sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan atas permasalahan yang diangkat

yang terdiri dari beberapa sub-bab. Secara garis besar, sistematika penulisan laporan penelitian ini terbagi menjadi:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Pertanyaan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori umum ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhir dengan hipotesis jika diperlukan

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel/Situasi Sosial, Pengumpulan Data, Uji Validitas, dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian dua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teori yang relevan.

e. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat peneliti.