

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan pergerakan dalam dunia perekonomian khususnya yang terjadi dalam dunia bisnis saat ini semakin banyak kemajuan, memungkinkan suatu perusahaan bersaing satu sama lain tidak dapat dihindari. Karena itu setiap perusahaan harus memberikan yang terbaik dan memiliki kemampuan untuk bertahan dalam dunia bisnis. Seperti halnya perusahaan manufaktur khususnya yang bergerak dalam sektor makanan dan minuman merupakan salah satu perusahaan yang terlibat dalam mendorong persaingan bisnis global. Konsumen masyarakat atas produk yang diberikan perusahaan ini seolah memiliki kebutuhan yang tak tergantikan. Selain memastikan produk yang baik dan menawarkan harga yang kompetitif di pasar, perusahaan juga melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan nilai perusahaan untuk berkembang dalam persaingan global yang cukup ketat. (Angele et al., 2022)

Perusahaan yang dapat bersaing di dunia bisnis saat ini dapat dilihat dari nilai perusahaan yang menunjukkan tingginya tingkat keberhasilan suatu perusahaan tersebut dan hal ini akan berdampak terhadap investor dan pemegang saham yang mendapatkan kemakmuran jika harga saham terus meningkat. Peningkatan kesejahteraan terhadap investor dapat berdampak dalam meningkatkan minat para investor lain untuk meninvestasikan modalnya pada perusahaan tersebut dan hal ini dapat menghasilkan peningkatan nilai saham perusahaan tersebut (Sintyana &

Artini, 2018). Sehingga nilai saham perusahaan di pasar akan tinggi bila nilai perusahaan juga tinggi.

Salah satu kasus terhadap nilai perusahaan di Indonesia melibatkan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mengalami kenaikan harga saham di tengah ancaman kenaikan harga mie instan tiga kali lipat disebabkan harga gandum di pasar internasional melonjak beberapa waktu terakhir. Dimana harga saham perusahaan berkode ICBP menguat sebesar 1,72% ke Rp. 8.875 dibanding pada saat posisi penutupan perdagangan sesi I yang memiliki harga saham Indofood CBP Sukses Makmur jeblok 2,29%. Diperkirakan harga saham Indofood CBP Sukses Makmur melaju lebih kuat dalam sepekan kedepan yang berada dalam rentang Rp.8.600 per saham dan resistance Rp.9.300 - Rp.9.500 per saham. Hal ini di sebabkan, Indofood CBP Sukses Makmur masuk sebagai kelompok big cap atau perusahaan dengan nilai kapitalisasi pasar di atas Rp.100 triliun dan para investor telah mengantisipasi sebelum data CPI (*consumer price index*/indeks harga konsumen) AS rilis. Jadi investor bersikap konservatif dan terjadi take profit. (CNN, 2022)

Dalam dunia bisnis setiap perusahaan memiliki tujuan untuk menghasilkan keuntungan dengan mengejar laba yang memaksimalkan nilai perusahaannya. Akan tetapi mengejar laba tidak cukup untuk memastikan peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan. Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan melalui penerapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dimana perusahaan *go public* saat menjalankan bisnisnya penting untuk mempertimbangkan faktor ini, karena tidak hanya melihat situasi keuangan

perusahaannya tetapi juga kondisi sosial dan lingkungan perusahaan. Hal ini dilakukan pada saat perusahaan akan mengalami peningkatan dan akan terjadi suatu kesenjangan sosial serta kerusakan lingkungan secara bersamaan dan menyebabkan tidak terkendalinya berbagai sumber daya dalam meningkatkan laba perusahaan. (Nagari et al., 2019)

Aktivitas mengenai *corporate social responsibility* (CSR) telah diatur dalam peraturan UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) dalam Bab IV Pasal 66 ayat 2b dan BAB V Pasal 74 yang dimana dalam menjalankan usahanya atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. (UU No 40 Thn 2007)

Perusahaan dapat meningkatkan nilainya melalui *Corporate social responsibility* yang baik karena mendapat respon positif dari investor melalui peningkatan harga saham. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi juga nilai perusahaannya (Sheryn & Hendrawati, 2020). Selain itu perusahaan yang melaksanakan *corporate social responsibility* yang benar akan memaksimalkan keuntungan untuk menjaga citra perusahaan dalam jangka panjang. Sehingga akan banyak investor yang tertarik untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut.

Penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) yang berhubungan dengan nilai perusahaan telah beberapa kali dilakukan. Karina & Setiadi, (2020) *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Dzikir et al., (2019) *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Belliana Putri & Budiyanto, (2018) bahwa *corporate social responsibility* (CSR)

berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Oktariko, (2018) bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan Nikmah, (2019) bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan Sudarsono & Harahap, (2021) *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Suhartini et al., (2020) *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Lumban Gaol et al., (2021) *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Firda & Efriadi, (2020) *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan Wulandari et al., (2020) *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uy & Hendrawati, (2020) *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Puspitasari & Asyik, (2018) *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Silvina & Krisnawati, (2020) *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Badarudin & Wuryani, (2018) *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan Alamsyah & Malanua, (2021) *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan pendapat peneliti sebelumnya, Nagari et al., (2019) bahwa *corporate social responsibility*

berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Saputra, (2018) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Sari & Priantinah, (2018) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Forma & Amanah (2020) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan Nurhayati et al., (2019) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas menjadi suatu acuan dalam melihat kondisi perusahaan karena berhubungan dengan penggunaan profit asset. Semakin baik kondisi perusahaan akan semakin banyak menciptakan peluang investor untuk berinvestasi. Karena jika suatu perusahaan tidak dapat menghasilkan profitabilitas yang memadai, maka perusahaan tidak akan mampu mempertahankan kelangsungan usahanya. Oleh karena itu, perusahaan harus mencari sumber pembiayaan di luar perusahaan untuk menjaga kelangsungan usahanya (Sutama & Lisa, 2018).

Perusahaan pada umumnya memiliki tujuan untuk menghasilkan keuntungan yang paling besar, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dimana manajemen suatu perusahaan mendapat tuntutan untuk meningkatkan laba perusahaan bagi para pemilik dan investor. Dengan meningkatnya kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba, maka semakin tinggi juga menciptakan peluang besar terhadap banyaknya dividen yang akan diberikan kepada investor (pemegang saham) dan dapat menciptakan nilai yang tinggi untuk perusahaan

(Suryana & Rahayu, 2018). Sehingga suatu perusahaan yang dikelola dengan lebih baik akan memiliki nilai yang lebih tinggi.

Penelitian profitabilitas terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Ali & Faroji, (2021) profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Fauzi & Aji, (2018) profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Suryana & Rahayu, (2018) profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Pratiwi & Aligarh, (2021) profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan Meivinia, (2018) profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan Muharramah & Hakim, (2021) profitabilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Pribadi, (2020) profitabilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Novianto & Dwimulyani, (2019) profitabilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Umbung et al., (2021) profitabilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan Putranto et al., (2022) profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan .

Khotimah et al., (2022) profitabilitas berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Yusmaniarti et al., (2019) profitabilitas berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Yusmaniarti et al., (2021) profitabilitas berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Robiyanto et al., (2020) profitabilitas berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan Ayu Yuniastri et al., (2021)

profitabilitas berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Ramdhonah et al., (2022) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Sudiyatno et al., (2021) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Dwiastuti & Dillak, (2019) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Nopianti & Suparno, (2021) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan Utama & Lisa, (2018) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Beban pajak adalah faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena dilihat dari prespektif perusahaan yang berorientasikan laba, pajak termasuk kelompok beban yang dapat mengurangi laba bersih perusahaan dan pastinya perusahaan berusaha meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan kelemahan sistem ketentuan pajak suatu negara. Selain itu pada saat ini pajak masih menjadi sumber pendapatan utama dan kemudian pendapatan pajak tersebut dialokasikan untuk pembiayaan kebutuhan negara. Hal ini dapat dilihat dari penerimaan pajak pada tahun 2022 mencapai Rp2.034,5 triliun atau 114% dari target Perpres 98/2022 sebesar Rp1.784 triliun, tumbuh 31,4% dari realisasi tahun 2021 sebesar Rp1.547,8 triliun. (Kemenkeu, 2023)

Manajemen suatu perusahaan terus berupaya merencanakan agar perusahaan dapat mencapai laba yang diharapkan dengan melakukan efisien jumlah pajak yang harus dibayar perusahaan menjadi lebih kecil. Strategi yang diambil dengan melakukan penghindaran pajak atau *tax avoidance* yang akan memberikan suatu pengaruh terhadap wajib pajak, baik kegiatan legal yang

melibatkan pajak, seperti manajemen pajak, maupun kegiatan ilegal, seperti penggelapan pajak untuk mengurangi beban pajak. Selain dapat menguntungkan perusahaan, *tax avoidance* juga dapat berdampak negatif bagi perusahaan terutama bagi investor yang akan mendapatkan informasi yang tidak benar karena laba perusahaan telah dimanipulasi oleh pihak manajer perusahaan dan mengakibatkan para investor memberikan penilaian rendah terhadap perusahaan.

Fenomena mengenai penghindaran pajak di Indonesia dapat dilihat dari rasio pajak negara dimana pemerintah cenderung memungut pajak terhadap objek pajak secara optimal. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kepala Badan Kebijakan (BKF) Kementerian Keuangan Indonesia disebutkan bahwa *tax ratio* pada tahun 2022 diperkirakan mencapai 10,38% ini didapatkan dari pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 5,31% dengan produk domestik bruto sebesar Rp19.588,4 triliun. Dimana pada tahun ini *tax ratio* mengalami peningkatan dibanding tahun 2021 hanya sebesar 9,11% dengan produk domestik bruto sebesar Rp 1.277,5 triliun . (MIB, 2023)

Kasus yang berhubungan dengan *tax avoidance* terjadi pada PT Bentoel Internasional Investama Tbk, dimana pada tahun 2019 Lembaga *Tax Justice Network* melaporkan bahwa perusahaan tembakau milik *British American Tobacco* (BAT) melakukan praktik penghindaran pajak di Indonesia melalui PT Bentoel Internasional Investama Tbk, yang menyebabkan negara menderita kerugian sebesar US\$14 juta per tahun. Bentoel juga melakukan pinjaman yang berasal dari Jersey melalui perusahaan di Belanda untuk menghindari potongan pajak pembayaran bunga. Hal ini disebabkan adanya perjanjian antara Indonesia

dan Belanda yang menyebabkan pajaknya menjadi 0%. Dari taktik tadi Indonesia kehilangan pendapatan bagi negara sebanyak US\$ 11 juta per tahun. Meskipun kemudian Indonesia – Belanda merevisi perjanjiannya dengan memperbolehkan Indonesia mengenakan pajak sebesar 5%, aturan tersebut baru berlaku pada Oktober 2017 yang berarti Bentoel sudah merampungkan transaksi pembayaran bunga utang (Kontan, 2019).

Tax avoidance dikelompokkan sebagai sesuatu yang berbeda dengan penggelapan pajak (*tax evasion*), dimana *tax evasion* melibatkan tindakan melawan hukum (illegal) untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan beban pajak, sedangkan *tax avoidance* tersebut legal dengan memanfaatkan peluang yang ada atau melakukan transaksi untuk menghindari pajak dengan cara mengurangi biaya pajak

Penelitian yang telah dilakukan mengenai *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan menurut Tambahani et al., (2021) *tax avoidance* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Yuliandana, (2021) *tax avoidance* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Handayani, (2020) *tax avoidance* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Sugiono, (2020) *tax avoidance* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan Nurhanimah et al., (2019) *tax avoidance* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan Adelyya & Putri, (2022) *tax avoidance* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Sunengsih et al., (2022) *tax avoidance* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Wardani et

al., (2022) *tax avoidance* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Maryanti & Ayem, (2022) *tax avoidance* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan Qushoyyi et al., (2022) *tax avoidance* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sare & Meiden, (2022) *tax avoidance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Putri & Trisnawati, (2022) *tax avoidance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Marpaung, (2020) *tax avoidance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Afifah & Sofianty, (2022) *ax avoidance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan Mustika et al., (2019) *tax avoidance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Lestari & Ningrum, (2018) *tax avoidance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Violeta & Serly, (2020) *tax avoidance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Novia & Halmawati, (2019) *tax avoidance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Yusuf & Maryam, (2022) *tax avoidance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan Fadillah, (2018) *tax avoidance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan diatas, dan dengan melihat pemaparan penelitian – penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan hasil yang diperoleh dari penelitian – penelitian sebelumnya. Hal ini mendorong peneliti dan tertarik untuk melakukan penelitian yang menggunakan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian karena perusahaan manufaktur khususnya sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang mengalami

pertumbuhan dan memiliki pendapatan domestik bruto (PDB) yang tumbuh tinggi sehingga hal ini berdampak pada beban pajak yang juga tinggi serta pertumbuhan pada industri manufaktur merupakan alasan bagi para investor tertarik melakukan investasi pada sektor industri manufaktur (Maulita & Arifin, 2018). Mengenai variabel yang akan diteliti memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga berdasarkan penjelasan tersebut akan diuji kembali dengan judul “PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, PROFITABILITAS DAN PENGHINDARAN PAJAK TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang disampaikan dalam latar belakang mengenai nilai perusahaan, maka rumusan masalah yang telah disusun dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *tax avoidance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi pihak yang menggunakan antara lain sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa :

1. *Corporate social responsibility* memiliki kontribusi dalam pengembangan *Legitimacy Theory*.
2. Profitabilitas memiliki kontribusi dalam pengembangan *Signalling Theory*.
3. *Tax avoidance* memiliki kontribusi dalam pengembangan *Agency Theory*.
4. Nilai perusahaan memiliki kontribusi dalam pengembangan *Signalling Theory*.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa :

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menjadi gambaran, wawasan, dan informasi untuk menerapkan teori perpajakan yang diperoleh selama perkuliahan, sehingga dapat diterapkan dalam praktik kehidupan untuk memperluas pengetahuan.
2. Bagi akademis, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan wawasan serta dapat memberi referensi secara luas yang berkaitan dengan CSR, profitabilitas dan *tax avoidance*.

3. Bagi perusahaan, dapat menjadi bahan tinjauan dalam *CSR*, profitabilitas dan *tax avoidance* yang sesuai dengan prinsip atau peraturan. Sehingga dapat dijadikan masukan bagi perusahaan agar lebih memerhatikan tata kelola perusahaan terhadap pajak yang dilakukan agar tidak mengarah ke dalam *tax avasion*.
4. Bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana *CSR*, profitabilitas dan *tax avoidance* mempengaruhi atau tidak mempengaruhi terhadap nilai perusahaan agar tidak ada penyimpangan yang dilakukan perusahaan dan berujung melanggar peraturan yang telah ditetapkan.
5. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk penelitian selanjutnya dalam bidang kajian yang sama yaitu untuk mengetahui pengaruh *CSR*, profitabilitas dan *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan.
6. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dalam penulisan serta mengaplikasikan pemahaman yang diperoleh selama perkuliahan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam menyusun skripsi ini perlu ditentukan sistematika penulisan yang baik. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan ini membahas mengenai latar belakang masalah berupa fenomena yang berada dimasyarakat dan perbedaan penelitian terdahulu, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang berisikan manfaat teoritis dan manfaat praktis, serta diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Tinjauan pustaka peneliti membahas tentang kajian teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *signalling theory*, *agency theory*, *legitimacy theory*, nilai perusahaan, CSR, profitabilitas, *tax avoidance*. Dalam bab ini juga di uraikan penelitian terdahulu dan kerangka teoritis yang berguna untuk menyusun penelitian ini, serta diuraikan pula hipotesis penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian meliputi, membahas tentang metode penelitian yang dipakai peneliti, tempat penelitian, informasi data yang dipakai, teknik akumulasi data dan teknik analisis data sebagai tahap akhir dalam metode penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil dari pengujian yang telah dilakukan meliputi deskripsi objek penelitian, data penelitian, hasil analisis data dan membahas hasil penelitiannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran berisikan mengenai uraian hasil penelitian yang dilakukan, implikasi manajerial dan saran yang dibuat penulis terkait dengan penelitian yang telah dilakukan.

REFERENSI Daftar bacaan yang berisi bahan – bahan pustaka yang bersumber dari referensi jurnal dan buku yang dipergunakan peneliti, baik yang dirujuk maupun yang tidak dirujuk dalam teks.

