

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tanggungjawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) saat ini telah menjadi konsep yang sering kita dengar. CSR merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang merupakan wujud tanggungjawab dan sikap kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Di sisi lain, pemangku kepentingan terutama pemegang saham akan melihat kemampuan perusahaan untuk memaksimalkan kemakmuran bagi mereka. Namun, seiring waktu masyarakat tidak hanya sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, namun juga menuntut untuk bertanggungjawab secara sosial. Oleh sebab itu, perusahaan harus menyadari arti penting dari tanggungjawab sosial tersebut.

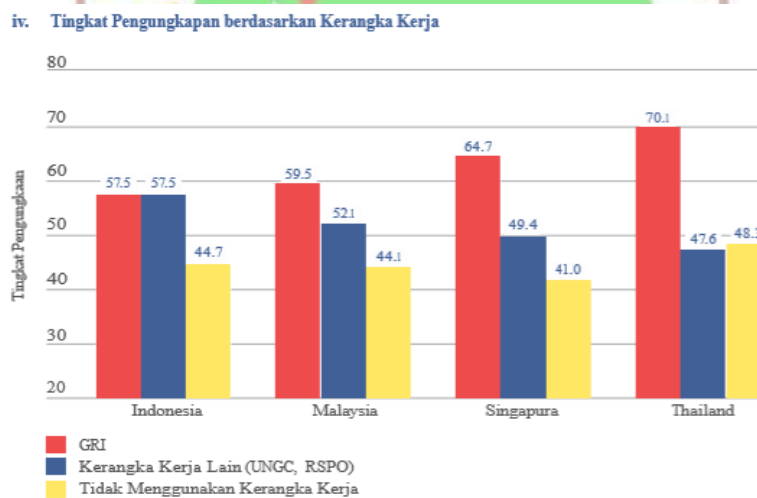
CSR merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders* yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004). *International Organization for Standardization* (ISO) 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* juga memberikan definisi CSR. Menurut ISO 26000 (draft 3, 2007), CSR adalah tanggungjawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, harapan pemangku kepentingan, hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional. Oleh sebab itu

CSR harus terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh. Program CSR ini merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan. Untuk itu perusahaan perlu memperhatikan tanggung jawab sosial mereka melalui pengungkapan CSR sebagai salah satu cara agar dapat membangun dan mempertahankan nilai perusahaan.

Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan suatu ide untuk perusahaan agar tidak hanya fokus pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line* atau hanya fokus kepada nilai perusahaan dalam bentuk kondisi keuangan saja. Namun, tanggungjawab perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom line* yang juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008). Konsep *triple bottom line* atau dikenal dengan istilah 3P yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997 dengan dimensi *profit* (keuntungan), *people* (manusia), dan *planet* (lingkungan). Elkington menganjurkan agar dunia usaha perlu mengukur kinerja perusahaan tidak hanya dengan kinerja keuangan saja, namun juga dengan pengaruh terhadap perekonomian secara luas, lingkungan dan masyarakat tempat mereka beroperasi.

Di Indonesia, praktik pengungkapan CSR sudah banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan. Ini terlihat dari banyaknya perusahaan yang sudah melaporkan praktik CSR-nya. Untuk beberapa jenis perusahaan, pengungkapan CSR sudah tidak bersifat sukarela, melainkan merupakan bagian dari kewajiban. Di dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 ayat 1 disebutkan bahwa “*Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungannya*”.

Meskipun perusahaan di Indonesia sudah banyak melaporkan praktik CSR-nya, namun pada kenyataannya implementasi pelaporan praktik CSR di Indonesia dinilai masih sangat rendah jika dibandingkan dengan negara-negara lain. Hasil riset yang dilakukan oleh *Riset Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* pada tahun 2016 menjelaskan bahwa tingkat pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR yang dapat dilihat dari penggunaan item pengungkapan CSR berdasarkan kerangka GRI dinilai masih rendah (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/riset-temukan-kualitas-csr-perusahaan-indonesia-rendah>).



Sumber: *Sustainability Reporting Asean CGIO ACN NUS*

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwasanya perusahaan yang mengadopsi kerangka kerja GRI memiliki tingkat keterbukaan yang lebih tinggi daripada perusahaan yang mengadopsi kerangka kerja lain atau tidak menggunakan kerangka kerja. Hasil ini konsisten di semua negara, kecuali Indonesia. Di Indonesia, perusahaan yang mengadopsi kerangka kerja GRI

memiliki tingkat keterbukaan yang sama dengan mereka yang mengadopsi kerangka kerja lainnya. Dari 100 perusahaan sampel yang berasal dari Indonesia, Malaysia, Singapura, dan Thailand, dapat disimpulkan bahwa Indonesia menjadi negara dengan tingkat pengungkapan CSR terendah berdasarkan kerangka GRI yaitu sebesar 57,5%.

Meskipun telah terdapat undang-undang yang mengatur mengenai kewajiban perusahaan terhadap CSR, namun masih terdapat perbedaan pendapat mengenai apakah CSR bersifat wajib atau bersifat sukarela (*voluntary*) dan bagaimana pelaksanaannya. Undang-undang telah mewajibkan perusahaan menjalankan kewajiban tanggungjawab sosialnya, namun masih terdapat *gap* yang muncul karena tidak ada penjelasan yang rinci mengenai ketentuan pelaksanaan CSR dan juga implementasi yang konsisten (Setiawan et al., 2018).

Undang-undang No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan CSR dalam laporan tahunannya. Namun demikian, item-item CSR yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang masih bersifat sukarela (*voluntary*). Dari sisi perusahaan, CSR cenderung sukarela karena apabila kegiatan CSR bersifat wajib maka akan menjadi beban perusahaan.

Pengungkapan CSR oleh perusahaan sangat berpengaruh untuk berkomunikasi dengan berbagai pihak pemangku kepentingan. Dengan mengungkapkan informasi ekonomi, lingkungan dan sosial, perusahaan dapat berkomunikasi dengan berbagai jenis pihak potensial seperti investor, kreditor, pemasok, pelanggan, karyawan, kelompok aktivis, pemerintah dan media serta masyarakat umum. Komunikasi pengungkapan informasi CSR sudah difasilitasi

melalui berbagai saluran, seperti iklan, brosur, papan iklan, dan internet dalam hal ini perusahaan memanfaatkan *website* perusahaan mereka.

*Website* perusahaan telah menjadi salah satu media utama untuk berkomunikasi bagi perusahaan. Sebagian besar perusahaan menggunakannya sebagai media untuk pengungkapan informasi kepada publik karena memungkinkan perusahaan untuk menyajikan informasi secara langsung, terkini, dan relevan bagi pengguna. Semua hal tersebut memungkinkan pengungkapan yang lebih transparan sehingga akan meningkatkan transparansi perusahaan sekaligus sebagai sarana interkoneksi antara perusahaan dan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Untuk banyak perusahaan, *website* merupakan sarana yang layak untuk menyampaikan informasi perusahaan. Pemangku kepentingan dapat memilih informasi yang ingin mereka akses termasuk informasi mengenai kegiatan CSR. Untuk menyampaikan informasi tersebut, perusahaan harus memperhatikan aksesibilitas agar pengguna bisa sampai kepada informasi yang ingin mereka dapatkan. Aksesibilitas pada *website* lebih kepada kemampuan untuk menjadikan *website* dapat diakses oleh siapapun dan dalam kondisi apapun.

Di Indonesia rata-rata perusahaan sudah mempunyai *website* yang mudah diakses untuk sampai ke informasi pengungkapan CSR. Hal ini dapat dilihat dari tabel 1.1 yang menjelaskan bahwa aksesibilitas *website* perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tergolong sudah baik jika dilihat dari jumlah klik yang diperlukan dalam menavigasi dari beranda ke halaman di mana informasi CSR sedang diungkapkan.

**Tabel 1.1**  
**Aksesibilitas Website Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia**  
**Dilihat Dari Jumlah Klik**

No.	Kode Perusahaan	Jumlah Klik	No.	Kode Perusahaan	Jumlah Klik
1	ADMG	3	25	JPFA	2
2	AGII	3	26	KBRI	2
3	ALKA	3	27	KDSI	2
4	ALMI	5	28	KIAS	4
5	AMFG	4	29	KRAS	4
6	ARNA	2	30	LION	4
7	BAJA	3	31	LMSH	4
8	BRPT	3	32	MAIN	3
9	BTON	3	33	MLIA	3
10	CPIN	4	34	NIKL	4
11	CPRO	5	35	SIPD	4
12	CTBN	3	36	SMBR	3
13	DPNS	3	37	SMCB	3
14	EKAD	3	38	SMGR	3
15	FASW	3	39	SRSN	3
16	GDST	3	40	SULI	3
17	IGAR	3	41	TALF	2
18	IMPC	4	42	TBMS	3
19	INCI	3	43	TPIA	3
20	INKP	3	44	TRST	2
21	INRU	3	45	UNIC	3
22	INTP	4	46	WSBP	4
23	IPOL	3	47	YPAS	3
24	ISSP	3		<b>Rata-rata</b>	<b>3,19149</b>

Sumber: Website Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa perusahaan dengan komunikasi CSR yang paling mudah diakses hanya membutuhkan dua kali klik untuk mencapai dokumen CSR yang dapat diunduh (laporan tahunan perusahaan), sementara yang paling sulit diakses membutuhkan sebanyak lima kali klik untuk mencapai dokumen CSR yang dapat diunduh. Rata-rata aksesibilitas ke pengungkapan CSR yang terletak dalam laporan tahunan perusahaan adalah

sebesar 3,19149 yang berarti bahwa untuk sampai pada informasi pengungkapan CSR, pengguna harus menggunakan rata-rata klik sebanyak 3 kali. Dari 47 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia di Indonesia yang mempunyai *website* perusahaan, ada sekitar 34 perusahaan (72,34 persen) yang memiliki jumlah klik di bawah rata-rata, dan 13 perusahaan (27,66 persen) perusahaan memiliki jumlah klik di atas rata-rata.

Hal tersebut melitinkan bahwa sebagian besar akses ke pengungkapan CSR perusahaan melalui *website* perusahaan yang ada di Indonesia khususnya perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI sudah baik dan efektif. Semakin kecil jumlah klik pada *website* perusahaan, maka akan semakin efektif. Hal tersebut dapat memudahkan para *stakeholders* untuk sampai pada informasi pengungkapan CSR yang mereka butuhkan. Apabila akses untuk sampai kepada informasi CSR perusahaan sudah baik, hal tersebut menjadi tantangan bagi perusahaan untuk dapat menyampaikan informasi tentang pelaporan pengungkapan CSR perusahaan dengan baik pula karena akan lebih banyak pihak yang akan melihat secara langsung informasi mengenai perusahaan pada *website* perusahaan terkait.

Selain disebabkan oleh peraturan undang-undang dan juga aksesibilitas, tingkat pengungkapan CSR juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Menurut Pradnyani & Sisdyani (2015), Appiah et al. (2016), Khalil & O'Sullivan (2017), Abdi et al. (2018), dan Matuszak & Rózańska (2019) ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor pengungkapan CSR, sedangkan menurut Darus et al. (2013), Haji (2013) dan Susilatri et al. (2015) salah satu faktor dari pengungkapan CSR yaitu saham

kepemilikan publik, sementara itu Pradnyani & Sisdyani (2015) dan Fajrin (2018) mengatakan bahwa ukuran dewan komisaris juga menjadi salah satu dari faktor-faktor tersebut. Pendapat lain dari Kiliç (2016) dan Dyduch & Krasodomska (2017) mengatakan bahwa internasionalisasi juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi CSR, sementara itu umur perusahaan menurut Appiah et al. (2016) dan Khalil & O'Sullivan (2017) juga menjadi salah faktor penyebab pengungkapan CSR. Faktor lainnya menurut Giannarakis (2014a), Isabel & Ivo (2014), Ni'ami (2018) dapat dilihat dari profitabilitas dan *leverage* dan menurut Giannarakis (2014b) dan Uyar (2015) diversitas gender juga dapat dijadikan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Dari berbagai penelitian yang telah dilakukan, banyak ditemui hasil penelitian yang berbeda satu dengan yang lainnya. Hal tersebut dapat disebabkan oleh model yang digunakan, sampel, serta periode waktu yang diambil peneliti.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Dalam pengambilan keputusan investasi, investor sering kali melihat besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar akan menjadi sorotan masyarakat dan para *stakeholders* lainnya karena perusahaan yang besar tidak hanya mampu memakmurkan pemilik dan pemegang saham namun juga para *stakeholders* secara keseluruhan. Berdasarkan dengan teori sinyal, perusahaan besar memberikan sinyal bahwa perusahaan memiliki tingkat tanggungjawab yang tinggi tidak hanya untuk memakmurkan para pemilik atau pemegang saham saja, akan tetapi juga untuk kepentingan *stakeholders* secara keseluruhan. Semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin tinggi inisiatif manajemen memberikan sinyal mengenai



kualitas kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial (Nawifah, 2010). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Appiah et al. (2016), Khalil & O'Sullivan (2017), Abdi et al. (2018), dan Matuszak & Rózańska (2019) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan secara statistik antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR, sementara itu penelitian Pradnyani & Sisdyani (2015) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan CSR.

Saham kepemilikan publik merupakan persentase saham yang dimiliki pihak individu di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Semakin besar proporsi kepemilikan publik, maka semakin banyak pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan, semakin banyak pula butir-butir informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Selain itu, semakin besar saham yang dimiliki oleh publik, semakin banyak informasi yang diungkapkan karena investor ingin memperoleh informasi yang seluas-luasnya tentang tempat mereka berinvestasi serta dapat mengawasi kegiatan manajemen perusahaan secara langsung. Penelitian yang dilakukan oleh Haji (2013) dan Susilatri et al. (2015) mengatakan bahwa kepemilikan publik berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dan sementara menurut Darus et al. (2013) kepemilikan publik tidak mempengaruhi pengungkapan CSR.

Ukuran dewan komisaris juga dinilai dapat mempengaruhi tingkat pelaporan CSR suatu perusahaan. Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian internal tertinggi yang bertanggungjawab untuk memonitor tindakan manajemen. Dewan komisaris berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan manajemen dan memberikan saran-saran kepada direksi. Dengan

wewenang tersebut, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan informasi perusahaan lebih banyak termasuk informasi untuk mengungkapkan CSR. Dalam penelitian Pradnyani & Sisdyani (2015) ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dan sementara itu menurut Fajrin (2018) ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Di dalam teori legitimasi dinyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kehadiran internasional mengungkapkan lebih banyak informasi tentang kegiatan CSR mereka. Internasionalisasi suatu entitas dapat menyebabkan peningkatan CSR dan dapat memaksa entitas untuk mengungkapkan lebih banyak informasi CSR (Kolk & Fortanier, 2013). Penelitian Dyduch & Krasodomska (2017) mengatakan bahwa internasionalisasi berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR namun menurut Kiliç (2016) internasionalisasi tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR.

Umur perusahaan juga dapat dikaitkan dengan pengungkapan CSR. Umur perusahaan dapat dilihat dari awal berdirinya perusahaan hingga saat ini. Semakin lama perusahaan berdiri, maka semakin besar pengalaman dan pengetahuan mengenai informasi apa yang dibutuhkan tentang perusahaan. Maka, sejalan dengan dewasanya perusahaan diharapkan perusahaan akan semakin luas dalam pengungkapan CSR-nya. Berdasarkan penelitian Appiah et al. (2016) umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pelaporan CSR, sedangkan menurut Khalil & O'Sullivan (2017) umur perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan CSR.

Pengambilan keputusan tentang CSR lainnya dapat dilihat dari profitabilitas dan *leverage*. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham. Profitabilitas merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba demi meningkatkan nilai pemegang saham. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka perusahaan cenderung melaksanakan dan mengungkapkan program tanggungjawab sosialnya. Berbeda dengan *leverage*, *leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat sebagai tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial itu sendiri. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Giannarakis (2014a) profitabilitas memiliki hubungan yang positif terhadap pengungkapan CSR dan *leverage* memiliki hubungan yang negatif terhadap pengungkapan CSR. Sementara itu, menurut penelitian Ni'ami (2018) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dan menurut penelitian Isabel & Ivo (2014) *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Beberapa peneliti juga mengatakan bahwa diversitas gender/keragaman dewan memengaruhi pelaporan CSR entitas secara positif. Keberagaman ini dapat dilihat dari jumlah perempuan di direksi. Dengan adanya keberadaan perempuan dalam jajaran dewan direksi perusahaan diharapkan dapat mendorong pengungkapan informasi yang lebih luas dan transparan. Menurut penelitian Uyar (2015) jumlah perempuan di direksi adalah penentu signifikan tingkat pelaporan

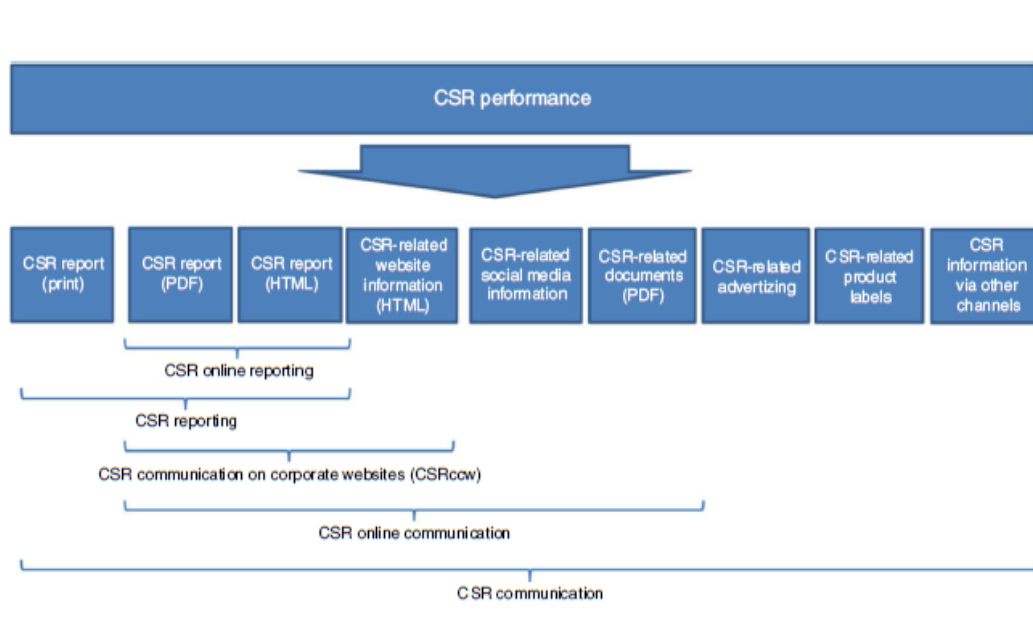
CSR dan sementara itu menurut Giannarakis (2014b) tidak ada hubungan antara dewan direksi perempuan dengan pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang di atas dan juga karena belum konklusifnya temuan riset dan minimnya riset tentang pelaporan CSR dengan cara online pada *website* perusahaan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR) Online* pada *Website* Perusahaan”**. Penelitian ini akan menguji pengaruh ukuran perusahaan, saham kepemilikan publik, ukuran dewan komisaris, internasionalisasi, umur perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan diversitas *gender* terhadap pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI dengan menganalisis situs *website* mereka. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia dipilih sebagai sampel perusahaan karena perusahaan tersebut lebih berpotensi menimbulkan pencemaran lingkungan sehingga dirasa perlu untuk melihat bagaimana perusahaan itu mengungkapkan pelaporan CSR-nya.

Pengungkapan CSR *online* dalam penelitian ini dilihat dari laporan tahunan yang ada pada *website* perusahaan terkait. Hal ini berpedoman pada penelitian yang dilakukan oleh Hetze & Winistörfer (2016) yang mengatakan bahwa informasi mengenai pengungkapan CSR *online* melalui *website* perusahaan dapat dilihat melalui laporan yang memuat informasi CSR yang dapat ditemukan di situs *website* sebagai dokumen PDF. Berikut merupakan bentuk komunikasi pengungkapan CSR yang menunjukkan pengungkapan CSR *online* dapat dilihat dalam laporan sebagai dokumen PDF.

Gambar 1.2

### Bentuk Komunikasi Pengungkapan CSR



Sumber: Artikel Hetze & Winistörfer (2016)

Studi ini didasarkan pada indikator pelaporan CSR berdasarkan *Global Reporting Initiative 4 (GRI G4)* yang diklasifikasikan menjadi tiga sub-tema yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan *Global Reporting Initiative (GRI)*. Standar GRI ini dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting*.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis paparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah ukuran perusahaan, saham kepemilikan publik, ukuran dewan komisaris, internasionalisasi, umur

perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan diversitas *gender* mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dikarenakan ketidakkonklusifan temuan riset dan minimnya riset tentang tingkat pengungkapan CSR dengan cara *online* pada *website* perusahaan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan, saham kepemilikan publik, ukuran dewan komisaris, internasionalisasi, umur perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan diversitas *gender* mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan dan wawasan, terutama mengenai CSR perusahaan di Indonesia.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis, diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk melakukan penelitian yang lebih baik dan mendalam.
3. Bagi perusahaan, diharapkan dapat memberikan masukan dan motivasi dalam meningkatkan pengungkapan CSR mereka dimasa yang akan datang sebagai bahan referensi bagi para *stakeholders* dalam pengambilan keputusan.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yang masing-masing terdiri dari:

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah mengenai topik yang diangkat, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan secara ringkas mengenai isi setiap bab dari skripsi.

### BAB II LANDASAN TEORETIS

Pada bab ini akan dijelaskan beberapa teori dan konsep dasar yang berhubungan dengan penelitian.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai lokasi penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang digunakan dalam penulisan skripsi ini.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang hasil pengujian dari penelitian yang telah dilakukan.

### BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan atas hasil penelitian yang dilakukan, keterbatasan dari penelitian, serta saran-saran kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terkait topik ini.

