

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Proses pengambilan keputusan merupakan hal yang penting bagi sebagian besar investor dalam menentukan investasi yang akan di pilih. Penentuan investasi tidak semata-mata hanya sekedar pemilihan secara acak, namun lebih kepada menganalisis laporan keuangan perusahaan secara keseluruhan. Sebagian besar investor akan membandingkan dan mempertimbangkan laporan keuangan dari berbagai perusahaan guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Tidak hanya investor saja yang membutuhkan laporan keuangan, namun ada pengguna lain seperti kreditur. Sama halnya dengan investor, kreditur menggunakan laporan keuangan perusahaan untuk mendapatkan informasi yang nantinya akan digunakan sebagai pertimbangan dalam memberikan pinjaman atau menambah kredit kepada perusahaan.

Laporan keuangan merupakan salah satu sumber informasi akuntansi yang di publikasikan kepada masyarakat. Laporan keuangan terdiri atas laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan. Berbagai jenis laporan keuangan tersebut saling berkaitan satu sama lain. Namun, perlu diketahui bahwa dari banyaknya jenis laporan keuangan yang telah disebutkan, laporan laba rugi yang paling sering mendapat sorotan atau perhatian publik. Laporan laba rugi merefleksikan

seberapa baik kinerja dan keberhasilan yang telah dicapai oleh suatu perusahaan pada periode tertentu. Sebagian besar investor dan kreditur melihat kinerja keberhasilan perusahaan melalui besarnya laba yang dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut *Statement of Financial Accounting Concept* (SFAC) No.1 mengemukakan bahwa laba memiliki kegunaan untuk menilai kinerja manajemen perusahaan, untuk membantu dalam mengestimasi kemampuan laba yang *representativ* pada periode jangka panjang, memprediksi besarnya laba yang dihasilkan dan memperkirakan risiko dalam investasi atau kredit. Informasi terkait laba menjadi begitu penting untuk di perhatikan karena terdapat kecenderungan para investor akan memilih melakukan investasi pada perusahaan yang memiliki peningkatan laba yang signifikan dari setiap periodenya atau memilih perusahaan yang memiliki peningkatan laba yang stabil.

Pada saat seseorang memutuskan untuk berinvestasi, isu yang muncul ialah adanya pilihan yang akan dihadapi atas saham yang diinginkan. Informasi resmi yang disampaikan oleh perusahaan harus disajikan secara akurat dan tepat waktu (Hasanzadeet *al.*,2013). Penyampaian informasi yang akurat dan tepat waktu dapat membantu investor dalam memprediksi kejadian di masa depan. Kebanyakan investor berusaha untuk memaksimalkan laba atas investasi mereka. Oleh karena itu, mengakui waktu yang tepat untuk membeli, menjual atau menyimpan saham akan memungkinkan mereka untuk mencapai laba yang maksimal (Pishgooii, 2011).

Informasi terkait laba merupakan referensi yang banyak digunakan investor untuk melakukan pemilihan atau pengambilan keputusan dalam investasinya. Laba yang dihasilkan perusahaan, baik itu positif ataupun negatif akan memberikan pengaruh pada respon pasar dan pergerakan harga saham (Zubaidi dkk, 2011). Respon pasar terhadap perubahan harga saham saat pengumuman laba dapat di ketahui dari berbagai fenomena yang ada. Fenomena-fenomena tersebut seperti PT Gudang Garam dan PT Toshiba.

PT Gudang Garam pada tahun 2016 mengumumkan bahwa akan membagikan deviden sebesar 5 triliun atau sama dengan Rp 2.600 per saham kepada pemegang saham. Pembagian deviden tersebut dikaitkan dengan adanya kenaikan laba usaha perusahaan. Dimana pada kuartal-I 2016 dilaporkan bahwa laba yang dihasilkan sebesar Rp. 1,7 triliun, mengalami peningkatan pada tahun sebelumnya yang hanya Rp 1,28 triliun. Hal tersebut di perkuat pula dengan laba per saham perusahaan yang meningkat dari Rp.666 menjadi Rp. 880. Adanya peningkatan laba tersebut mendapatkan respon yang positif dari pasar. Pasar beranggapan laba akan terus meningkat pada beberapa tahun kedepan dan hal tersebut mampu menarik investor untuk berinvestasi pada PT Gudang Garam.

Fenomena selanjutnya adalah PT Toshiba. Pada akhir tahun 2015 dunia sempat dikagetkan dengan terbongkarnya kasus skandal PT Toshiba. PT Toshiba menyatakan mengalami kerugian sebesar 60 triliun pada tahun 2015. Namun dilansir dari *CNN Money* pada bulan Desember, bahwa kerugian yang dialami lebih besar enam kali lipat dari yang diperhitungkan oleh para analis, atau kerugian mencapai sekitar 90,5 triliun. Adanya kerugian tersebut membuat PT

Toshiba harus mengurangi jumlah karyawannya sebanyak 6.800 karyawan dan menutup audio visual di berbagai negara. Tidak hanya itu saja, terbongkarnya skandal perekayasaan laporan keuangan dan kerugian yang di alami oleh PT Toshiba juga berimbas pada turunya saham perusahaan hingga 10%. Selain itu, selama tahun 2015, saham PT Toshiba telah mengalami penurunan hingga mencapai 50 persen dan hal tersebut membuat CEO perusahaan yaitu Hisao Tanaka mengundurkan diri.

Selain fenomena-fenomena diatas, adanya respon pasar tersebut juga akan mempengaruhi perolehan harga saham perusahaan. Adanya pengaruh pada perubahan harga saham tersebut terlihat dari fenomena perusahaan manufaktur pada tahun 2009-2012 yang terlihat dari www.yahoofinance.com. Diketahui bahwa PT Holcim Indonesia Tbk (SMCB) di tahun 2008 memperoleh laba sebesar Rp282.220.000.000, perolehan laba tersebut meningkat pada tahun 2009 menjadi Rp 895.751.000.000. Namun harga saham mengalami penurunan dari Rp1.690 menjadi Rp1.640. Tahun 2010 laba yang diperoleh sebesar Rp830.382.000.000, perolehan laba tersebut mengalami penurunan dari tahun 2009 namun harga saham mengalami kenaikan dari Rp2.025 menjadi Rp2.050. Tahun 2011 diperoleh laba sebesar Rp 1.063.560.000.000, hal tersebut menunjukkan laba mengalami kenaikan dari tahun 2010 yang diikuti oleh kenaikan harga saham dari 2.350 menjadi 2.400. Tahun 2012 diperoleh laba sebesar Rp 1.350.791.000.000, hal tersebut menunjukkan laba mengalami kenaikan dari tahun 2011 dan harga saham juga ikut naik dari 3.250 ke menjadi 3.450.

Berdasarkan uraian berbagai fenomena diatas, dapat diketahui bahwa adanya informasi positif yang dipublikasikan tidak selalu direspon positif pula oleh para investor. Begitu pula apabila terjadikenaikan laba tidak selalu di ikuti dengan kenaikan hargasaham, sebaliknya pada saat laba mengalami penurunan, tidak selalu diikuti dengan penurunan harga saham. Adanya respon pasar juga dipengaruhi oleh kredibilitas perusahaan seperti fenomena kasus PT Toshiba yang sebelumnya telah dijelaskan. Adanya berbagai skandal yang terjadi membuat kredibilitas perusahaan turun sehingga kepercayaan juga menurun dan berimbas pada harga saham yang anjlok di pasar modal. Hal tersebut mengindikasikan bahwa dalam pengambilan keputusan investasi, para investor tidak hanya memperhitungkan informasi keuangan saja tetapi juga perlu memperhatikan informasi lainnya seperti informasi non keuangan (Mulyani, et. al 2007).

Saat pengumuman laporan keuangan, pada dasarnya pasar memiliki harapan mengenai besarnya laba yang di publikasikan. Apabila didapatkan laba aktual lebih besar dari harapan investor maka hal ini akan menjadi *good news*. Namun apabila didapatkan laba aktual lebih kecil dari harapan investor maka hal ini akan menjadi *bad news*(Scott,2009 :145). Adanya *good news* tersebut diharapkan akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan di masa yang akan datang. Pada dasarnya setiap investor memiliki kepercayaan dan ekspektasi yang berbeda-beda, hal ini dapat terlihat dari cara investor menginterpretasikan informasi laba. Sebagai contoh, jika para investor diberikan informasi yang sama mengenai laba bersih perusahaan, ada kemungkinan antara investor satu dengan yang lain memiliki persepsi dan ekspektasi yang berbeda.

Menurut Tiolemba (2008) Besar atau kecilnya respon pasar tergantung dari kandungan informasi yang dipublikasikan. Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan *return* saham perusahaan tertentu pada saat pengumuman laba. Terjadi perbedaan yang mencolok antararetrun yang terjadi (*actual retrun*) dengan *retrun* harapan (*expected retrun*) (Suwardjono, 2012: 491). Adanya selisih antara laba yang diharapkan dengan laba sesungguhnya didefinisikan sebagai laba kejutan atau *unexpected earnings* (Setiawati dan Nursiam, 2012). *Unexpected earnings* menggambarkan informasi yang belum terpublikasikan, sehingga pasar akan merespon saat pengumuman laba yang terlihat dari perubahan *return* saham.

Respon pasar terhadap laba memang cukup beragam tergantung dari kepercayaan pengguna, kredibilitas dan kualitas informasi. Reaksi pasar ditunjukkan dengan perubahan return saham perusahaan pada saat pengumuman laba. Laba dipandang sebagai gambaran umum investasi dalam pengambilan keputusan namun bukan berarti mutlak satu-satunya panduan dalam pengambilan keputusan. Begitu pentingnya informasi yang di publikasikan tersebut, membuat investor perlu memperhatikan kualitas dari informasi yang di publikasikan terutama terkait dengan laba. Laba dikategorikan berkualitas apabila informasi yang terkandung didalamnya dapat digunakan untuk pengambilan keputusan, reliabilitas dan relevan. Kandungan kualitas laba yang baik dapat diukur menggunakan *earnings response coefficient* (ERC). *Earnings response coefficient* (ERC) merupakan respon pasar atas informasi laba yang di laporkan ke publik yang ditunjukkan dengan adanya perubahan harga sekuritas. Menurut Wijayanti

(2012) Kuat atau lemahnya reaksi pasar terhadap informasi laba tercermin dari tinggi atau rendahnya nilai *earnings response coefficient* (ERC).

Kuatnya respon pasar menandakan tingginya *earnings response coefficient* (ERC) yang dapat di artikan bahwa informasi laba yang di laporkan ke publik memiliki kualitas yang baik. Semakin tinggi *earnings response coefficient* (ERC) maka semakin berkualitas informasi laba yang disajikan dan semakin rendah *earnings response coefficient* (ERC) maka semakin tidak berkualitas informasi laba yang disajikan (Sayekti dan Sensi, 2007). Koefisien respon laba menyertakan perilaku jual beli terhadap ekspektasi laba pada *window* sebelum dan sesudah penerbitan laporan keuangan perusahaan (Nofianti, 2014). Respon pasar memiliki andil yang cukup besar dalam hal menarik investor dalam berinvestasi. Berkualitasnya informasi laba yang dilaporkan akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Informasi laba yang berkualitas memiliki karakteristik yaitu mampu menggambarkan kinerja perusahaan saat ini dengan akurat, mampu menjadi indikator yang baik terkait kinerja perusahaan di masa depan, dan mampu digunakan untuk pengambilan keputusan.

Menilai kinerja perusahaan bukanlah perkara yang mudah. Apabila di analisis lebih detail, laba memang penting dalam mengukur kinerja perusahaan namun laba bukanlah suatu ukuran mutlak (Zubaidi dkk, 2011), sehingga apabila investor akan melakukan investasi, mereka juga perlu memperhatikan faktor-faktor lain seperti bagaimana profil perusahaan, prospek perusahaan dimasa depan, jumlah aset dan hutang yang dimiliki dan lain sebagainya. Faktor profil perusahaan dapat berkaitan dengan bagaimana ukuran perusahaan tersebut.

Apabila dijabarkan, ukuran perusahaan merupakan gambaran mengenai besar atau kecilnya perusahaan. Besar atau kecilnya perusahaan tercermin dari nilai total aset, nilai penjualan yang dimiliki oleh perusahaan. Terdapat perbedaan yang jelas antara ukuran perusahaan, baik itu perusahaan besar, menengah dan perusahaan kecil. Perbedaan tersebut dapat terlihat dari segi operasional, sistem informasi yang digunakan, laba yang dihasilkan, modal jangka panjang, informasi yang tersedia bagi pengguna dan lain sebagainya.

Apabila dijabarkan secara detail, pada perusahaan besar biasanya dikelola oleh seorang manager (bukan pemilik) sedangkan perusahaan kecil dikelola oleh pemilik dari perusahaan tersebut. Lalu pada perusahaan besar, kegiatan operasional dan struktur organisasi telah disusun secara kompleks dan menggunakan sistem sedangkan perusahaan kecil biasanya lebih sederhana. Melalui kegiatan operasional yang tersistem tersebut, perusahaan besar biasanya menghasilkan laba yang jauh lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Selanjutnya, untuk modal jangka panjang, pada perusahaan besar lebih banyak dan mudah memperoleh modal sedangkan perusahaan kecil modalnya cenderung terbatas. Selain itu, perusahaan besar memiliki ruang lingkup kerja dan jaringan yang luas bahkan hingga manca negara sedangkan perusahaan kecil cenderung lebih sempit atau didaerah lokal saja. Terakhir, terkait dengan ketersediaan informasi, perusahaan besar memiliki lebih banyak akses untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan pengguna dibanding dengan perusahaan kecil.

Perusahaan yang dikategorikan besar dapat ditunjukkan dengan nilai total aset yang besar pula. Nilai aset yang besar akan memudahkan perusahaan

untuk melakukan inovasi baru untuk perkembangan perusahaan. Banyaknya inovasi baru yang dilakukan perusahaan nantinya akan berpengaruh pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan membentuk respon pasar. Perusaha besar biasanya menyediakan akses informasi berupa informasi keuangan dan non keuangan. Semakin banyaknya informasi yang dapat di akses, akan mempermudah para pengguna terutama investor atau kreditur dalam menganalisis perusahaan dan mengetahui perkembangan dari perusahaan tersebut.

Terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dengan koefisien respon laba. Terjadi kecenderungan bahwa investor lebih memilih perusahaan besar (Warianto, 2013). Hal tersebut dilatarbelakangi karena perusahaan besar lebih memiliki banyak informasi untuk dikases dan inovasi baru dalam perkembangan perusahaan yang dianggap mampu meningkatkan kinerja dengan terus berupaya menghasilkan laba yang berkualitas. Para investor beranggapan bahwa perusahaan besar akan mampu memberikan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi yang dilakukan. Jadi dapat diketahui bahwa perusahaan besar memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari perusahaan kecil, sehingga respon yang diberikan oleh pasar akan positif.

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, bagi investor yang akan melakukan investasi ada baiknya memperhatikan besarnya jumlah aset dan hutang yang dimiliki perusahaan. Besarnya perbandingan antara jumlah aset dan hutang perusahaan tercermin melalui perhitungan struktur modal. Umumnya, untuk mengukur struktur modal perusahaan dapat menggunakan *leverage*. *Leverage* digunakan untuk mengetahui penggunaan aset perusahaan dan

penggunaan dana yang dibiayai menggunakan hutang. Struktur modal memiliki pengaruh yang cukup penting bagi kelangsungan perkembangan perusahaan. Perlu diketahui bahwa, semakin besar hutang perusahaan akan menimbulkan risiko yang besar pula pada keuangan perusahaan terkait dengan pembayaran hutang. Terdapat kekhawatiran dimana perusahaan tidak mampu membayar hutang yang ada (Warianto, 2013).

Terjadinya gagal bayar dapat mengganggu keuangan perusahaan dikarenakan perusahaan harus mengeluarkan biaya lebih guna menyelesaikan permasalahan tersebut. Dalam hal ini, semakin banyaknya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan maka akan berimbas pada semakin kecilnya laba yang dihasilkan. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang cukup tinggi dikhawatirkan akan mendapatkan respon negatif dari pemegang saham. Selain itu juga akan berdampak pada nilai dari *earnings response coefficient* yang semakin kecil apabila perusahaan memiliki tingkat leverage yang tinggi pula.

Selain ukuran perusahaan dan struktur modal, pertumbuhan laba juga memiliki hubungan terhadap *earnings response coefficient*. Pertumbuhan laba sendiri merupakan perubahan naik atau turunnya laba pada setiap periode. Setiap perusahaan memiliki kesempatan untuk tumbuh dan berkembang. Perusahaan yang memiliki perkembangan laba yang meningkat signifikan akan berdampak pada laba masa depan perusahaan. Semakin tinggi pertumbuhan laba dianggap perusahaan tersebut memiliki kinerja keuangan yang baik. Hal tersebut akan mendapat respon positif dari pasar karena perusahaan diharapkan mampu

memberi manfaat lebih dimasa yang akan datang. Selain itu akan makin banyak investor yang memberikan perhatian terhadap perkembangan perusahaan tersebut.

Tidak hanya berbagai fenomena dan uraian yang telah dijelaskan diatas, Perlu dilakukannya penelitian mengenai *earnings response coefficient* ini dikarena masih terdapat ketidakkonsistenan pada hasil penelitian terdahuluatau sering disebut dengan *gap research*. Ketidakkonsistenan tersebut terlihat pada beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian yang di lakukan Sadiyah (2015) yang berjudul pengaruh *leverage*, likuiditas, *size*, pertumbuhan laba dan IOS terhadap kualitas laba. Pada hasil penelitian ini didapatkan hasil bahwa *leverage* dan likuiditas tidak memiliki pengaruh yang signifikan sedangkan *size*, pertumbuhan laba dan IOS memiliki pengaruh yang signifikan. Selain itu, terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Prawisanti (2014) dengan judul pengaruh struktur modal, likuiditas, pertumbuhan laba dan ukuran perusahaan pada kualitas laba. Hasil penelitin menyatakan bahwa ukuran perusahaan, struktur modal, likuiditas dan pertumbuhanlaba berpengaruh secara signifikan.

Tidak hanya itu saja penelitian yang dilakukan oleh Oktarya (2015) dengan judul pengaruh pertumbuhan laba, *investment opportunity set*, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap kualitas laba juga memiliki perbedaa hasil dengan penelitian lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage*, *size* dan pertumbuhan laba tidak berpengaruh secara signifikan tetapi *investement opportunity set* memiliki pengaruh yang signifikan. Padagap *research* yang telah dilakukan, diketahui bahwa terjadinya ketidakkonsistenan pada penelitian terdahulu di laterbelakangi adanya faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya

earnings response coefficient seperti ukuran perusahaan, struktur modal, pertumbuhan laba, *investment opportunity set* (IOS), likuiditas, *leverage* dan lain sebagainya. Faktor-faktor tersebut masih terus diteliti guna mendapatkan hasil yang lebih akurat.

Berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, peneliti memilih menggunakan perusahaan manufaktur sebagai perusahaan yang akan diteliti. Hal ini dilatarbelakangi adanya berbagai fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa pada fenomena-fenomena tersebut sebagian besar terjadi pada perusahaan manufaktur. Berkembangnya perusahaan manufaktur dengan berbagai sub sektor yang ada mampu menciptakan tantangan tersendiri. Adanya kompleksitas dan pangsa pasar yang besar sangat cocok untuk melihat respon yang ditimbulkan oleh pasar. Pemilihan perusahaan manufaktur tersebut dikarenakan data yang akan diteliti cukup banyak dan mudah untuk diakses. Selain itu, penelitian terkait *earnings response coefficient* masih relevan dan menarik untuk teliti karena melihat begitu pentingnya respon pasar terhadap informasi laba yang dipublikasikan dalam menilai, mengevaluasi dan pengambilan keputusan bagi pihak manajemen perusahaan dan para pengguna laporan keuangan seperti investor dan kreditur. Berdasarkan uraian latarbelakang diatas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Pertumbuhan Laba Terhadap *Earnings Response Coefficient* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2013-2015.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang yang telah diuraikan diatas, dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*?
2. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*?
3. Apakah pertumbuhan laba berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap *earnings response coefficient*.
2. Menganalisis pengaruh struktur modal terhadap *earnings response coefficient*.
3. Menganalisis pengaruh pertumbuhan laba terhadap *earnings response coefficient*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan mampu bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan evaluasi kinerja, selain itu diharapkan mampu memotivasi

perusahaan agar berkinerja lebih baik guna menarik minat investor dalam berinvestasi.

Bagi Investor

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat bagi para investor sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pemilihan investasi dan menilai peluang dan risiko yang timbul dari adanya penelitian ini.

Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat bagi para mahasiswa sebagai bahan referensi pengerjaan proposal ataupun skripsi dan mampu menambah pengetahuan mahasiswa terkait dengan *earnings response coefficient*.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan mampu membantu pembaca dalam memperoleh informasi dan wawasan terkait penelitian yang dilakukan dan menambah referensi dalam penentuan ide pembuatan karya ilmiah selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini menguraikan lima sub bab yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan. Latar belakang masalah mengungkapkan mengenai landasan pemikiran yang mendukung pemilihan penelitian ini. Rumusan masalah membahas mengenai

masalah yang nantinya akan dipecahkan dalam penelitian. Tujuan penelitian dalam hal ini menguraikan hasil yang hendak akan dicapai dalam penelitian. Manfaat penelitian menjelaskan hal yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian dimana mencakup manfaat teoritis dan praktis. Sistematika penulisan membahas terkait penjelasan mengenai uraian dari setiap bab pada penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan pustaka ini menguraikan empat sub bab yaitu penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis. Penelitian terdahulu menjelaskan secara garis besar mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilaksanakan oleh peneliti sebelumnya,. Landasan teori membahas uraian teori-teori yang mendasari dan mendukung penelitian ini. Kerangka pemikiran menggambarkan alur hubungan variabel yang akan diteliti berdasarkan landasan teori penelitian terdahulu yang telah dirujuk. Hipotesis penelitian menguraikan dugaan sementara mengenai hasil dari penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini menguraikan terkait prosedur atau tata cara secara sistematis pada penelitian. Bab metode penelitian mencakup rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab gambaran subjek penelitian dan analisis data menjelaskan secara garis besar mengenai gambaran penelitian yang akan dinalisis. Bab ini memiliki tiga sub bab yaitu gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan atas penelitian yang telah dilakukan, dan saran bagi pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian maupun bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

