

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat sekarang ini, pandemic Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) bukan hanya menyebabkan masalah kesehatan, tetapi juga menyebabkan permasalahan ekonomi dunia. Salah satunya yang terdampak adalah bidang investasi. Pandemic Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) sangat berpengaruh terhadap keadaan perekonomian Dunia. Setiap Negara melakukan lockdown sehingga perekonomian sangat terganggu.

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) ditemukan pertamakali di Wuhan, China pada akhir 2019 dan ditemukan di Indonesia awal maret tahun 2020. Perekonomian Indonesia sempat mengalami ketidak stabilan dan berimbas terhadap keadaan investasi Negara. Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) mencatat perubahan signifikan investasi di akhir bulan maret dengan ditemukannya pasien Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) (sumber: www.bkpm.go.id.) Kementerian Keuangan dalam “sekenario sedang pertumbuhan ekonomi 2020” menerangkan pertumbuhan investasi atau Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB) hanya sebesar 1,3%(yoy). Pada kuartal II/2020 PMTB disebut bakal berkontraksi -0,3%(yoy) dan -1%(yoy). Perlambatan investasi terkonfirmasi dengan laporan Surve Kegiatan Dunia Usaha (SKUD) kuartal I/2020 yang diterbitkan oleh Bank Indonesia (BI) realisasi investasi menurun dengan saldo bersih tertimbang (SBT) sebesar 2,61% lebih rendah dibandingkan

kuartal IV/2019 ataupun kuartal I/2019 dimana SBT dari investasi masing-masing mencapai 9,89% dan 9,62%. (sumber: <https://m.bisnis.com>).

Di era sekarang ini, perusahaan memiliki peranan penting untuk suatu perekonomian baik dalam bidang bisnis dagang ataupun jasa. Dalam dunia industri, perusahaan melakukan kegiatan operasional yang menghasilkan keuntungan dimana keuntungan tersebut digunakan untuk aktivitas pendanaan perusahaan selanjutnya (investasi). Menurut (**Tandelilin, 2017, p. 2**), Investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan dimasa mendatang. Seorang investor membeli sejumlah saham saat ini dengan harapan memperoleh sejumlah keuntungan dari kenaikan harga saham ataupun sejumlah deviden di masa yang akan datang, sebagai imbalan atas waktu dan resiko yang terkait dengan investasi tersebut. Pasar modal adalah pertemuan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana dengan cara memperjual belikan sekuritas. Dengan demikian, pasar modal juga dapat diartikan sebagai pasar untuk memperjual belikan sekuritas yang umumnya memiliki umur lebih dari satu tahun, seperti saham, obligasi, dan reksadana (**Tandelilin, 2017, p. 25**). Pasar modal dapat juga berfungsi sebagai peratan (*intermediaries*). Fungsi ini menunjukn peran penting pasar modal dalam menunjukan perekonomian karena pasar modal dapat menghubungkan pihak yang membutuhkan dana dengan pihak mempunyai kelebihan dana. Disamping itu, pasar modal dapat mendorong terciptanya alokasi dana yang efisien, karena dengan adanya pasar modal maka pihak yang kelebihan dana (investor) dapat memilih alternatif investasi yang

memberikan *retrun* yang paling optimal. Asumsinya, investasi yang memberikan *retrun* relatif besar adalah sektor-sektor yang paling produktif di pasaran. Dengan demikian, dana yang berasal dari investor dapat digunakan secara produktif oleh perusahaan-perusahaan tersebut (**Tandelilin, 2017, p. 26**).

Reaksi pasar merupakan suatu respons pasar terhadap informasi yang dikeluarkan perusahaan. Dengan adanya suatu informasi, maka reaksi pasar akan menanggapi informasi tersebut dan investor akan mengambilnya sebagai signal dalam menentukan keputusannya. Reaksi investor dalam menanggapi informasi mengakibatkan adanya aktivitas jual beli saham yang mengakibatkan perubahan harga dan volume perdagangan saham (**Astuti, Widhi Christina, 2015**). Perubahan harga saham terjadi karena adanya tindakan oleh investor atau calon investor mengenai perusahaan yang bersangkutan. Tindakan tersebut dapat berupa *buy, hold*, atau *sell* saham. Investor melakukan transaksi keputusan *buy* atau *sell* saham dikarenakan mereka memanfaatkan informasi atau suatu peristiwa. Hanya keputusan *buy* atau *sell* saja yang dapat membuat harga saham berubah. Hal tersebut dikarenakan adanya permintaan jumlah saham dengan penawaran saham yang tersedia (**Nasution, 2019**). Jika informasi memberikan sinyal positif terhadap pasar, reaksi pasar akan ditunjukkan dengan adanya perubahan harga saham dimana harga saham semakin naik. Sebaliknya, jika informasi memberikan sinyal negatif terhadap pasar, reaksi pasar akan ditunjukkan dengan tidak adanya perubahan harga saham dimana harga saham tetap atau lebih buruknya mengalami penurunan (**Asmara, 2017**). Investor atau calon investor yang melakukan pembelian akan menambah jumlah permintaan pada saham yang bersangkutan.

Sedangkan investor yang menjual saham yang mereka miliki akan menambah jumlah penawaran. Banyaknya jumlah permintaan saham yang melebihi penawaran jumlah saham yang tersedia membuat harga saham tersebut naik. Sebaliknya, semakin banyak penawaran jumlah saham yang dijual oleh pemilik saham tersebut akan membuat harga menurun (Wijiantoro, 2017).

Tabel 1.1 Harga saham PT Semen Indonesia Tbk dan PT Indocement Tunggul Tbk Tahun 2019-2020

Currency in IDR

kode	Nama perusahaan	month	Harga Saham Penutupan		kode	Nama Perusahaan	month	Harga Saham Penutupan	
			2019	2020				2019	2020
SMGR	PT Semen Indonesia Tbk				INTP	PT Indocement Tunggul Tbk			
		Jan	12,675.00	12,000.00			Jan	19,225.00	16,475.00
		Feb	12,650.00	10,475.00			Feb	19,225.00	14,925.00
		Mar	13,875.00	7,625.00			Mar	21,350.00	12,500.00
		Apr	13,500.00	7,950.00			Apr	22,000.00	11,650.00
		May	11,550.00	9,800.00			May	21,200.00	12,100.00
		Jun	11,575.00	9,625.00			Jun	20,000.00	11,800.00
		Jul	12,875.00	9,225.00			Jul	22,475.00	12,375.00
		Aug	13,250.00	10,550.00			Aug	21,725.00	11,875.00
		Sep	11,550.00	9,175.00			Sep	18,725.00	10,400.00
		Oct	12,650.00	9,575.00			Oct	20,000.00	12,225.00
		Nov	11,450.00	11,700.00			Nov	19,400.00	14,300.00
Dec	12,000.00	12,425.00	Dec	19,025.00	14,249.00				

Sumber: www.finnce.yahoo.com

Dalam tabel 1.1 dapat di lihat bahwa PT Semen Indonesia Tbk (SMGR) merupakan salah satu perusahaan yang terdampak covid 19, harga saham PT Semen Indonesia Tbk pada bulan maret mengalami penurunan tajam. Harga saham ditutup pada Desember 2019 sebesar Rp 12.000, namun dapat dilihat pada

saat pandemi dibulan maret dan april turun menjadi Rp 7.625 dan Rp 7.950. selain PT Semen Indonesia Tbk, masih dalam sektor yang sama PT Indocement Tungal Tbk (INTP) juga mengalami penurunan. Harga saham PT Indocement Tungal pada bulan maret dan april mengalami penurunan yaitu bernilai Rp 12.500 dan Rp 11.650. harga tersebut jauh lebih rendah dibandingkan harga saham pada bulan Desember yaitu Rp 19.025. Menurut **(Xiong et al., 2020)**, Perusahaan di industry yang sensitive terhadap dampak pandemi Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) memiliki tingkat pengembalian abnormal jauh lebih rendah. Sementara perusahaan dengan kondisi keuangan yang baik akan mengalami dampak pandemi Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) yang lebih kecil.

Perkembangan bisnis di era sekarang ini perusahaanaan memiliki peran penting untuk suatu perekonomian, bukan hanya terhadap kreditor dan investor, tetapi juga kepada masyarakat luas, begitu pun sebaliknya. Peran masyarakat dalam menanggapi semua informasi memicu sebuah opini dan reaksi pasar. Reaksi masyarakat yang baik akan menimbulkan manfaat yang baik pula bagi perusahaan ,dan sebaliknya.

Pada hakikatnya, setiap perusahaan *go public* harus memiliki transparansi kinerja keuangan. Hal tersebut disebabkan oleh keinginan investor untuk menilai secara langsung perusahaan tersebut agar dapat memutuskan apakah seorang investor berminat atau tidak menanamkan modalnya di perusahaan tersebut **(L. P. Putri & Christiana, 2017)**. Dalam sebuah pasar modal, informasi merupakan suatu yang sangat penting dalam pengambilan keputusan. Investor di pasar modal membutuhkan informasi sebagai alat analisis untuk pengambilan keputusan

(Agustia, 2017). Keputusan para investor untuk berinvestasi bergantung pada informasi perusahaan yang dipublikasikan. Semakin baik informasi yang dirilis maka semakin besar pula minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Bagi investor yang akan berinvestasi, penting untuk memahami status pertumbuhan perusahaan melalui analisis dasar internal dan eksternal perusahaan. Pertumbuhan suatu perusahaan sangat erat kaitannya dengan ukuran perusahaan. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat diukur dari besarnya jumlah aset perusahaan. Menurut (Emiliah & Widyawati, 2017), Semakin besar ukuran dari suatu perusahaan, maka semakin besar pula reaksi pasarnya. Ukuran perusahaan yang ditunjukkan dengan total aset dapat memberikan gambaran yang baik tentang kelangsungan usaha dari perusahaan, hal ini dapat meningkatkan keterkaitan atau minat dari para investor untuk menginvestasikan dananya kepada perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan lebih besar, dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total modal (Anggaraini & Suprasto, 2015). Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap ketertarikan investor dalam menanamkan modal di suatu perusahaan. Dimana investor lebih tertarik menanamkan modal di perusahaan yang berukuran besar. (Violita & Asyik, 2017) Menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula reaksi pasarnya karena ukuran perusahaan yang diwakilkan dengan total aktiva mampu memberikan gambaran yang baik mengenai kelangsungan usaha dari perusahaan tersebut. Sehingga para investor tertarik untuk melakukan investasi di

perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan lebih besar dibanding dengan perusahaan yang memiliki ukuran kecil. Menurut (A. K. Putri et al., 2016), *Size* perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan erat kaitannya dengan dewan komisaris, dimana ukuran perusahaan yang besar memerlukan komisaris yang besar pula. Dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat menekan manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (Sitorus, 2019).

Perusahaan yang memiliki skala yang besar dan operasional yang besar sangat berdampak bagi masyarakat. Dengan dampak yang begitu besar penting bagi para pemegang saham dalam memperhatikan aktifitas perusahaan. Semakin besar perusahaan, semakin besar pula dewan komisaris yang dimiliki perusahaan tersebut. Perusahaan besar tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan laba, tetapi juga lebih memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Semakin besar perusahaan semakin besar juga dewan komisaris di dalamnya sehingga dapat mengendalikan CEO untuk dapat lebih memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut. Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian tertinggi yang bertanggung jawab terhadap *monitoring* aktivitas *top management* (Rochayatun, 2016). Menurut (Kartika & Yuyetta, 2020) Teori agensi mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara *shareholder* dan pemangku kepentingan lainnya dengan manajemen perusahaan. Wakil dari *shareholder* dan

stakeholder perusahaan merupakan wewenang dewan komisaris. Tugasnya adalah melakukan pengawasan dan pengarahan atas kebijakan direksi di perusahaan. Pengawasan atas kinerja direksi dalam mengelola perusahaan dapat semakin kuat jika jumlah dewan komisarisnya besar.

Kondisi suatu pasar dapat dikatakan (*bullish*) apabila semakin tinggi volume perdagangan saham di suatu bursa, dimana (*bullish*) dapat diartikan sebagai kondisi pasar yang memiliki kecenderungan harga naik (Pratiwi, 2016). volume perdagangan saham merupakan variabel dengan karakteristik tersendiri dalam evaluasinya. Tingkat volume perdagangan saham harian akan dipengaruhi oleh kondisi ekonomi suatu negara, kinerja emiten, harga saham perusahaan, dan tanggung jawab sosial.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (Asmara, 2017). *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk komitmen perusahaan kepada *stakeholder*-nya dalam mempertanggungjawabkan dampak dari aktivitas operasional perusahaan (Prasetya & Gayatri, 2016).

Bagian dari CSR atau biaya implementasi bergantung pada ukuran, karena perusahaan besar memiliki karakteristik yang membuat CSR relative lebih mudah

dibandingkan perusahaan kecil jika diatur secara terpusat (**Wickert et al., 2016**). Menurut (**Tong & Wang, 2018**) CSR yang tinggi dalam suatu target tidak hanya menawarkan potensi transfer kekayaan yang lebih besar menurut prospektif alokasi-alokasi pemangku kepentingan tetapi juga memungkinkan penciptaan nilai baru dari kepercayaan yang lebih besar antara perusahaan yang bergabung menurut pelestarian pemangku kepentingan prospektif. Perusahaan yang lebih besar mengungkapkan lebih banyak informasi CSR untuk menunjukkan kewarganegaraan mereka sehingga melegitimasi keberadaan mereka (**Pablo et al., 2020**). CSR dimaksud agar dunia usaha meminimalisir dampak buruk terhadap aspek sosial dan lingkungan yang ditimbulkan selama menjalani seluruh aktivitasnya (**Purba & Yadnya, 2015**). Undang-undang Nomer 40 Tahun 2007 pada Pasal 74 ayat (1) UU PT berbunyi, “perseroan yang menjalankan kegiatan usaha dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.” Bila ketentuan ini tidak dijalankan, maka ada sanksi yang akan di jatuhkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan (sumber: <https://kliklegal.com>). Di Indonesia sendiri tanggung jawab sosial (CSR) merupakan hal yang belum terselesaikan dan masih banyak mengalami kendala. Kendala yang di temukan dalam lapangan selain masalah finansial dan soaial, banyak sekali perusahaan menilai bahwa tanggung jawab sosial tidak penting untuk dilakukan. Praktik *corporate social responsibility* mendapatkan perhatian yang cukup besar. Praktik ini terutama mengenai semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia mulai dari polusi udara, penggundulan hutan, air hingga perubahan iklim. Beberapa fenomena yang masih

terkait dikarenakan perusahaan dalam melaksanakan operasinya kurang memperhatikan kondisi dan lingkungan sekitar, khususnya perusahaan yang aktivitasnya berkaitan dengan sumberdaya alam (Fauziah & Asyik, 2019). Sangat penting untuk di perhatikan bahwa dalam Al-quran tindakan yang tidak memenuhi syarat adalah penindasan atau ketidak adilan (istilah Al-quran Dholm) (tidak adil), yang dalam bentuk umum dan intensifnya berarti meletakkan hal-hal yang tidak seharusnya di tempatkan (Nawaiseh, 2015).

Dari penjelasan diatas penulis tertarik untuk mengkaji keterkaitan ukuran perusahaan dan dewan komisaris terhadap reaksi pasar sehingga para investor dapat menerima informasi dalam mengambil keputusan berinvestasi, serta keterkaitannya dengan corporate social responsibility.

Dengan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk menyajikan judul dalam penelitian ini : **“Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Dewan Komisaris, terhadap Reaksi Pasar dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variable Intervening pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI tahu 2015-2019”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian selanjutnya yaitu :

1. Informasi baik dan buruk yang dikeluarkan perusahaan memicu reaksi pasar.
2. Perlunya tanggapan pasar atas sebuah informasi yang dikeluarkan perusahaan guna sebagai acuan investor dalam berinvestasi.

3. Pertumbuhan ekonomi yang melambat akibat pandemic Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) berpengaruh terhadap kegiatan investasi perusahaan
4. Pandemic Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) mengakibatkan turunnya investasi di berbagai sector perusahaan
5. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan seberapa banyak informasi yang dikeluarkan perusahaan sehingga mempengaruhi reaksi pasar.
6. Adanya beberapa investor tidak memperhatikan informasi yang diberikan perusahaan sehingga mengalami kesulitan dalam menentukan tujuan investasi
7. Dewan komisaris mempengaruhi perusahaan dalam mengeluarkan informasi sehingga mempengaruhi reaksi pasar.
8. Banyak perusahaan yang menganggap tanggung jawab sosial membuang waktu dan merugikan perusahaan hal tersebut mengakibatkan menurunnya nilai yang didapatkan perusahaan sehingga mempengaruhi reaksi pasar yang didapatkan.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan waktu dan tenaga yang dimiliki penulis maka penulis akan membatasi penelitian ini hanya pada perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019 untuk melihat pengaruh ukuran perusahaan dan dewan

komisaris, reaksi pasar dan corporates social responsibility sebagai variable intervening perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI priode 2015-2019.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019?
2. Bagaimanakah dewan komisaris berpengaruh secara persial terhadap corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019?
3. Bagaimanakah ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap reaksi pasar pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 205-2019?
4. Bagaimanakah dewan komisaris berpengaruh secara parsial terhadap reaksi pasar pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019?
5. Bagaimanakah corporate social responsibility berpengaruh secara persial terhadap reaksi pasar pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019?
6. Bagaimanakah ukuran perusahaan berpengaruh secara persial terhadap reaksi pasar melalui corporate social responsibility sebagai

variable intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019?

7. Bagaimanakah dewan komisaris berpengaruh secara parsial terhadap reaksi pasar melalui corporate social responsibility sebagai variable intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 205-2019?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, bertujuan untuk penelitian ini:

1. Untuk mengetahui dan mengestimasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia priode 2015-2019.
2. Untuk mengetahui dan mengestimasi pengaruh dewan komisaris terhadap corporate social responsibility di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
3. Untuk mengetahui dan mengestimasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap reaksi pasar pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
4. Untuk mengetahui dan mengestimasi pengaruh dewan komisaris terhadap reaksi pasar pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
5. Unttuk mengetahui dan mengestimasi pengaruh corporate social resposibility sebagi variable intervening terhadap reaksi pasar pada

perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

6. Untuk mengetahui dan mengestimasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap reaksi pasar melalui corporate social responsibility sebagai variable intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
7. Untuk mengetahui dan mengestimasi pengaruh dewan komisaris terhadap reaksi pasar melalui corporate social responsibility sebagai variable intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak, diantaranya:

1. Manfaat Bagi Akademik

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan dan referensi bagi peneliti lain yang menggunakan topik sejenis. Penelitian ini dapat digunakan sebagai pembanding atau pendukung atas penelitian yang sebelumnya yang berbeda – beda bahkan bertentangan.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadikan masukan untuk menjadi bahan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang dihadapi dan dapat digunakan sebagai bahan mengevaluasi kebijakan yang ditetapkan.

3. Manfaat Bagi peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi yang membacanya khususnya bagi yang sedang melakukan penelitian. Penelitian ini bisa menjadi dasar referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat menambah pustaka bagi mereka yang minat untuk mendalami pengetahuan dalam bidang manajemen keuangan.

4. Manfaat bagi penulis.

Penulis akan lebih mudah mendapatkan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi indikator tentang penelitian dan dapat mengimplementasikannya ke dalam dunia nyata.

5. Manfaat bagi pembaca.

Sebagai tambahan referensi dan bermanfaat bagi pembaca.