

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam menghadapi perdagangan global, perusahaan bisnis di Indonesia semakin nyata untuk bersaing secara terbuka dan bebas sehingga menjadi pemicu yang kuat bagi manajemen perusahaan untuk menampilkan performa terbaik atas perusahaan yang dipimpinnya, karena baik dan buruknya performa suatu perusahaan akan berdampak pada nilai pasar perusahaan tersebut di pasar dan juga mempengaruhi minat investor untuk menanam atau menarik investasinya dari sebuah perusahaan. Hal ini mempengaruhi ketersediaan dan besarnya dana yang dapat dimanfaatkan perusahaan beserta tinggi rendahnya biaya yang harus ditanggung.

Laporan keuangan adalah media informasi yang merangkum semua aktivitas perusahaan. Jika informasi ini disajikan dengan benar, informasi tersebut sangat berguna bagi siapa saja untuk pengambilan keputusan (Harahap, 2009). Menurut IAI (2009), tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Laporan keuangan yang dipublikasikan antara lain:

- 1) laporan posisi keuangan,
- 2) laporan laba rugi,
- 3) laporan arus kas,

4) laporan ekuitas pemilik atau pemegang saham, dan

5) catatan atas laporan keuangan.

Laporan yang sering digunakan oleh investor adalah laporan laba rugi, karena laporan ini dapat mengevaluasi kinerja masa depan, dan membantu menilai risiko atau ketidakpastian pencapaian arus kas masa depan (Kieso, dkk, 2002).

Salah satu komponen penting dari laporan laba rugi adalah informasi mengenai laba. Hal ini disebabkan oleh adanya keyakinan investor bahwa perusahaan yang menghasilkan laba yang cukup baik menunjukkan prospek yang cerah dan nantinya akan memberikan *return* optimal bagi investor (Brigham, 2001). Laba juga memiliki peranan yang sangat penting, yaitu untuk mengukur perubahan bersih atas kekayaan pemegang saham dan merupakan indikasi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (*earnings power*). Investor harus memprediksi kemampuan menghasilkan laba (*earning power*) perusahaan jangka panjang, sehingga diperlukan informasi laba masa lalu untuk memprediksi laba masa datang. Dimana laba masa lalu menjadi basis investor untuk memprediksi aliran kas masa datang dari investasinya (Suwardjono, 2005).

Konsep laba dalam tataran semantik berkaitan dengan masalah makna apa yang harus dilekatkan oleh perekayasa pelaporan pada simbol atau elemen laba sehingga laba bermanfaat (*useful*) dan bermakna (*meaningful*) sebagai informasi. Laba dapat diinterpretasi sebagai pengukur koefisienan bila dihubungkan dengan tingkat investasi, karena efisiensi secara konseptual merupakan suatu hubungan atau indeks. Dengan demikian, laba dapat diinterpretasi sebagai sarana untuk mengkonfirmasi harapan-harapan tersebut. Investor menggunakan segala

informasi yang tersedia kepada publik sebagai keputusan investasinya melalui prediksi laba.

Laba yang diumumkan melalui laporan keuangan merupakan salah satu signal dari beberapa himpunan informasi yang tersedia bagi pasar modal. Perusahaan seringkali mempublikasikan ringkasan informasi yang penting lebih dulu melalui pengumuman laba (*earnings announcement*), yaitu dengan memberikan ringkasan mengenai posisi keuangan dan kinerja perusahaan, baik untuk periode kuartalan maupun tahunan (Wild et al, 2004).

Pentingnya informasi laba secara tegas juga disebutkan dalam *Statement of Financial Accounting Concept* (SFAC) No. 1 yang menyatakan bahwa laba memiliki manfaat untuk menilai kinerja manajemen, membantu mengestimasi kemampuan laba representative dalam jangka panjang, serta mampu memprediksi laba dan menaksir risiko dalam investasi atau kredit (Etty, 2008). Untuk mengetahui kandungan informasi dalam laba dapat dilihat dengan menggunakan *earnings response coefficient* (ERC), yang dikenal dengan penelitian yang menjelaskan dan mengidentifikasi perbedaan respon pasar terhadap pengumuman laba (Scott, 2009 dalam Maisil Delvira, 2013).

Pada saat diumumkan, pasar telah mempunyai harapan tentang berapa besarnya laba perusahaan atas dasar informasi yang tersedia secara publik (Suwardjono, 2005). Selisih antara laba harapan dan laba laporan atau *actual* disebut sebagai laba kejutan (*unexpected earnings*). Laba kejutan mempresentasikan informasi yang belum tertangkap oleh pasar sehingga pasar akan bereaksi pada saat pengumuman yang tercermin dari perubahan harga saham (*return*) perusahaan tersebut.

Menurut Scott (2009) dalam Maisil Delvira (2013), *earnings response coefficient* digunakan untuk mengukur tingkat *abnormal return* pada suatu sekuritas dalam menanggapi komponen laba tak terduga atau laba kejutan (*unexpected earnings*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang menerbitkan sekuritas yang bersangkutan.

Studi yang dilakukan oleh Beaver et al (1979) dalam Etty (2008), menunjukkan bahwa laba memiliki kandungan informasi yang tercermin dalam harga saham. Sedangkan Lev dan Zarowin (1999) menggunakan ERC sebagai alternatif untuk mengukur *value relevance* informasi laba. Rendahnya ERC menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan ekonomi. Jika suatu pengumuman mengandung informasi, maka pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut. Reaksi tersebut ditunjukkan dengan perubahan harga sekuritas yang bersangkutan. Jika suatu pengumuman mengandung informasi, maka akan tercermin adanya *abnormal return* yang diterima oleh investor.

Ball dan Brown (1968) dalam Sri dan Nur (2007) mengungkapkan tentang isi informasi dengan analisis apabila perubahan *unexpected earnings* positif maka memiliki *abnormal rate of return* rata-rata positif (merupakan *good news* bagi investor) dan jika tidak memiliki informasi yaitu negatif, maka memiliki *abnormal rate of return* rata-rata negatif (merupakan *bad news* bagi investor). Jika investor mempunyai persepsi bahwa informasi keuangan memiliki tingkat kredibilitas tinggi, maka investor akan bereaksi terhadap laporan keuangan tersebut.

Hal ini akan tercermin dari nilai *earnings response coefficient* (ERC) yang tinggi. Reaksi yang diberikan tergantung dari informasi laba yang dipublikasikan oleh perusahaan. Tinggi rendahnya tergantung dari *good news* atau *bad news* yang terkandung dalam laba yang dilaporkan perusahaan (Noviyanty dan Erni, 2008). Faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan *earnings response coefficient* (ERC) antara satu perusahaan dengan perusahaan lain *Corporate Social Responsibility* atau lebih singkatnya CSR adalah sebagian langkah yang sudah dipraktikkan perusahaan secara global pada 20 tahun terakhir ini. kepentingan (stakeholder) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005 dalam Suharto,2006). Stakeholder disini mencakup bukan saja pelaku usaha dan pemegang saham perusahaan tersebut namun juga masyarakat yang terlibat, konsumen, pekerja/buruh/karyawan, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Jadi selain mempunyai kewajiban ekonomis dan legal kepada shareholder, perusahaan juga diharapkan memiliki perhatian kepada stakeholder. *Leverage* adalah penggunaan asset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. *Financial leverage* menunjukkan proporsipenggunaan utang untuk membiayai investasinya (Agus, 2001). Sedangkan menurut Suad (2008), *leverage* adalah kekuatan pengungkit, yaitu dari kata dasar *lever* yang berarti pengungkit. *Leverage* biasanya dipergunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap untuk memperbesar tingkat penghasilan bagi pemilik perusahaan. Dengan memperbesar tingkat *leverage* maka hal ini akan berarti bahwa tingkat ketidakpastian dari *return* yang akan diperoleh akan semakin tinggi pula. Tingkat

leverage ini bisa saja berbeda-beda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, atau dari satu periode ke periode lainnya di dalam satu perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* akan semakin tinggi tingkat risiko yang dihadapi serta semakin besar tingkat *return* atau penghasilan yang diharapkan. Risiko disini dimaksudkan dengan ketidakpastian dalam hubungannya dengan kemampuan perusahaan membayar kewajiban-kewajiban tetapnya (Lukman, 2009).

Firm Size (Ukuran perusahaan) menggunakan proksi ukuran aktiva. Perusahaan yang besar dianggap mempunyai risiko yang lebih kecil dibanding perusahaan yang kecil (Jogiyanto, 2009) sehingga menyebabkan ERC perusahaan besar lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Syafrudin (2004) menyatakan bahwa ukuran perusahaan pada dasarnya bukan merupakan faktor ekonomi yang bisa berpengaruh terhadap kredibilitas atau kualitas laba atau ERC. Ukuran perusahaan pada dasarnya merupakan faktor ekonomi identifikasian. Easton dan Zmijewski (1989) dalam Syafrudin (2004) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan dalam menjelaskan ERC. Begitu juga dengan penelitian Collin dan Kothari (1989), dan Martini (2007) yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan dan ERC. Sedangkan Baginski (1999) menyatakan ukuran perusahaan berhubungan negatif dengan ERC sehingga semakin besar ukuran perusahaan maka ERC akan semakin rendah. Namun demikian, Chaney dan Jetter (1991) menemukan bahwa ukuran perusahaan mempunyai korelasi signifikan positif dengan earnings response coefficient. Freeman et al (1988) juga memprediksi bahwa ukuran perusahaan berhubungan positif dengan ERC. Perusahaan besar dianggap mempunyai informasi yang lebih banyak dibandingkan perusahaan

kecil. Oleh karena itu jika terdapat inovasi baru, inovasi tersebut akan besar pengaruhnya terhadap laba perusahaan berskala kecil dibandingkan perusahaan besar.

Fenomena ERC terjadi pada Perusahaan minyak milik negara Malaysia Petroliam Nasional Bhd (Petronas), harga minyak dunia yang anjlok turut menggiring laba pada kuartal II 2016 anjlok 85 persen. Petronas pun mengumumkan outlook bisnis yang suram untuk tahun 2017. Perusahaan ini terdampak harga minyak dunia yang berimbas pada tidak hanya keuangan perusahaan, namun juga negara. Acuan harga minyak Brent yang sempat jatuh ke titik terendah dalam 12 tahun pada awal tahun ini naik 25 persen pada kuartal II 2016, namun tetap saja lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya. "Kami melihat volatilitas terus berlanjut dan Petronas tidak terpaku pada harga minyak yang optimistis untuk meredakan tekanan. Kombinasi faktor kelebihan pasokan, meningkatnya inventori, dan melambatnya pertumbuhan permintaan mengarah pada outlook yang suram untuk tahun 2017," kata Presiden dan CEO Petronas Wan Zulkiflee Wan Ariffin seperti dikutip dari Channel News Asia, Senin (22/8/2016). Wan Zulkiflee mengatakan, Petronas mematok rata-rata harga minyak pada tahun ini mencapai 30 dollar AS per barrel, tidak mengalami perubahan dibandingkan prediksi pada Februari 2016 lalu. Adapun harga minyak Brent saat ini mencapai 49,50 dollar AS per barrel. Pada periode April hingga Juni 2016, laba bersih Petronas mencapai 1,62 miliar ringgit atau 402,48 juta dollar AS. Pendapatan Petronas turun 21 persen menjadi 48,44 miliar ringgit. Petronas menyatakan tingginya volatilitas harga minyak dunia telah membuat biaya cadangan kerugian naik 15 kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya menjadi

7,16 miliar ringgit pada kuartal II 2016. Pihak Petronas menyebut, volatilitas harga yang makin tinggi akan membuat biaya tersebut meningkat pula. Pada awal tahun ini, Petronas mengumumkan rencananya untuk memangkas belanja hingga 50 miliar ringgit dalam kurun empat tahun ke depan sebagai respon ambruknya harga minyak.(www.kompas.com). Diposting tanggal 23 Agustus 2016, diakses 14 september | 10:02 WIB.

JAKARTA, KOMPAS.com - PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk mencatat laba bersih triwulan III 2015 sebesar Rp 1,22 triliun. Angka itu melonjak 61,8 persen dibandingkan periode tahun lalu yang hanya mencapai Rp 755 miliar. "Di tengah pelemahan ekonomi nasional kinerja Bank BTN justru menunjukkan peningkatan. Kinerja perseroan rata-rata tumbuh diatas industri nasional. Kami optimis akan mencapai target akhir tahun. Dengan peluang masih terbuka lebar dan potensi untuk meningkat lebih baik," kata Maryono selaku Direktur Utama Bank BTN saat paparan kinerja Bank BTN, Senin,(26/10/15). Pertumbuhan laba bersih diringi dengan penyaluran kredit sebesar Rp 131,58 triliun di triwulan III 2015, atau mengalami kenaikan sebesar 19,04 persen jika dibandingkan realisasi kredit pada periode yang sama tahun sebelumnya sebesar Rp 110,54 triliun.

Menurut Maryono, pertumbuhan kredit masih cukup tinggi, karena permintaan pasar kebutuhan rumah masih sangat besar. Perseroan melakukan kegiatan promosi bersama mitra pengembang pada daerah-daerah potensi penyerapan kebutuhan rumah tinggi. "Langkah ini dilakukan perseroan sekaligus untuk mendukung target pencapaian satu juta rumah yang dicanangkan pemerintah Jokowi-JK. Respon masyarakat sangat tinggi atas program ini,"

ucapnya. Per September 2015, BTN berhasil membukukan aset sebesar Rp 166,04 triliun atau tumbuh 16,58 persen dari posisi serupa tahun sebelumnya sebesar Rp 142,43 triliun. Sementara kredit dan pembiayaan tumbuh 19,04 persen dari Rp 110,54 triliun pada September tahun 2014 menjadi Rp 131,58 triliun pada September 2015. Bank BTN memproyeksikan kredit yang diberikan perseroan akan terus tumbuh sampai dengan akhir tahun 2015. "Kami mempunyai target sampai dengan akhir tahun ini pertumbuhan kredit berada di kisaran 18 persen hingga 19 persen," kata Maryono.

Menurut Scott (2009) dalam Maisil Delvira (2013), *earnings response coefficient* digunakan untuk mengukur tingkat *abnormal return* pada suatu sekuritas dalam menanggapi komponen laba tak terduga atau laba kejutan (*unexpected earnings*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang menerbitkan sekuritas yang bersangkutan.

Studi yang dilakukan oleh Beaver et al (1979) dalam Ety (2008), menunjukkan bahwa laba memiliki kandungan informasi yang tercermin dalam harga saham. Sedangkan Lev dan Zarowin (1999) menggunakan ERC sebagai alternatif untuk mengukur *value relevance* informasi laba. Rendahnya ERC menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan ekonomi. Jika suatu pengumuman mengandung informasi, maka pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut. Reaksi tersebut ditunjukkan dengan perubahan harga sekuritas yang bersangkutan. Jika suatu pengumuman mengandung informasi, maka akan tercermin adanya *abnormal return* yang diterima oleh investor.

Corporate Social Responsibility merupakan sebuah konsep yang tengah berkembang secara global dan penerapannya merambah ke semua sektor industri. Meskipun penerapan CSR merambah ke semua sektor industri, namun persepsi terhadap CSR masih belum sama. CSR pada hakikatnya merupakan mekanisme pengintegrasian isu sosial dan isu lingkungan kedalam operasi perusahaan, dan mengkomunikasikannya dengan para *shareholders*, oleh karena itu CSR dianggap sebagai kerangka strategi baru untuk meningkatkan daya saing dan mencapai bisnis berkelanjutan. (Kotler & Nancy, 2004, p4) menyatakan *corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan.

Leverage menurut Murwaningsari (2008) menyatakan terdapat pengaruh antara *Leverage* terhadap *Earning Response Coefficient (ERC)*. Hasil penelitiannya sejalan dengan Dhaliwal, Lee dan Farger (1991) yang membuktikan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap koefisien respon laba yaitu *Earning Response Coefficient (ERC)*.

Firm size (ukuran perusahaan) merupakan faktor yang mempengaruhi ERC. Menurut Murwaningsari (2008) mengungkapkan Ukuran perusahaan (*firm size*) dalam isu *Earning Response Coefficient (ERC)* digunakan sebagai proksi keinformatifan harga saham. Penelitian memasukkan variabel *size* sebagai variabel kontrol.

Tabel 1.1
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Earning Respon Coefficient

No	Nama Peneliti	Tahun	Debt to Equity Ratio	Timeliness	Corporate Social Responsibility	Voluntary Disclosure	Leverage	Firm Size
1	MI Mitha Dwi Restuti	2012	-	-	√	-	X	-
2	Rulfah M Daud dan Nur Afni Syarifuddin	2008	X	√	√	-	-	-
3	Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya	2014	-	-	√	-	√	-
4	Ratna Wijayanti DP	2013	-	-	-	√	√	√
5	I Putu Sudarma dan Ni Made Dwi Ratnadi	2015	-	-	X	√	-	-
6	Tri Wahyu	2007	-	-	√	-	-	-

7	Yosefa Seyekti Ludovicus Sensi Wondabio	2007	-	-	√	-	-	X
---	---	------	---	---	---	---	---	---

Keterangan :

√ = Berpengaruh Signifikan

X = Tidak Berpengaruh Signifikan

- = Tidak Di Teliti

Pada penelitian terdahulu menunjukkan adanya hasil yang tidak konsisten antara *corporate social responsibility*, *leverage*, dan *firm size* terhadap perataan *earning respon coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh MI Mitha Dwi Restuti (2012) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *earning respon coefficient*, dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *earning respon coefficient*, Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh I Putu Sudarma dan Ni Made Dwi Ratnadi (2015) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidakberpengaruh signifikan terhadap *earning respon coefficient*, Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya (2014) hasil penelitiannya menyatakan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *earning respon coefficient*. Ratna Wijayanti DP (2013) menyatakan bahwa *firm size* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *earning respon coefficient*. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yosefa Seyekti Ludovicus Sensi Wondabio (2007) menyatakan bahwa *firm size* tidak berpengaruh signifikan terhadap *earning respon coefficient*.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul: **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Firm Size Terhadap Earnings Response Coefficient* “.**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *Corporate Social Responsibility*, pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.
2. Bagaimana *Leverage*, pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.
3. Bagaimana *Firm Size*, pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.
4. Bagaimana *Earning Response Coefficient*, pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.
5. Seberapabesar pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.
6. Seberapabesar pengaruh *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.

7. Seberapabesar pengaruh *Firm Size* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas penulis mengidentifikasi tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility*, pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.
2. Untuk mengetahui *Leverage*, pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.
3. Untuk mengetahui *Firm Size*, pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.
4. Untuk mengetahui *Earnings Response Coefficient*, pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Coefficient Social Responsibility* terhadap *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.
6. Untuk mengetahui seberapa besar *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* pada pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.
7. Untuk mengetahui seberapa besar *Firm Size* terhadap *Earnings Response Coefficient* pada pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi penulis

Dengan penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pengaruh *corporate social respombility*, *leverage*, dan *firm size* pada *earnings response coefficient*.

2. Bagi Calon Investor dan Kreditor

Bagi investor dan masyarakat diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *earnings response coefficient* agar dapat digunakan dalam pengambilan keputusan.

3. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dan menjadi bahan masukan dan pengembangan lebih lanjut bagi peneliti lain yang berminat dengan *earning respon coefficient* agar dapat digunakan dalam pengambilan keputusan.

1.4.2 Kegunaan Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan hasilnya dapat memperkaya pengetahuanyang berhubungan dengan dengan ilmu Akuntansi khususnya bidang *earnings response coefficient*.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adapun yang dilakukan peneliti dalam pengambilan data tersebut yaitu dengan mengunjungi situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id sedangkan waktu penelitian mulai dari tanggal disahkannya proposal penelitian hingga selesai.

