

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pasar modal (*capital market*) merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik surat utang (obligasi), ekuiti (saham), reksa dana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya. Pasar modal merupakan sarana pendanaan bagi perusahaan maupun institusi lain (misalnya pemerintah) dan sebagai sarana bagi kegiatan berinvestasi ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Seiring berkembangnya pasar modal di dalam Ekonomi Islam menjadi warna baru tersendiri bagi masyarakat Indonesia terutama yang beragama Islam. Perkembangan pasar modal syariah yang begitu cepat membuat perusahaan-perusahaan yang masuk dalam kategori emiten syariah diharapkan menyajikan suatu dimensi religi dalam pengungkapan laporan tahunan dengan tujuan memberikan manfaat bagi pengambilan keputusan *stockholders* muslim (Othman dan Thani, 2010). Salah satu bentuk nyata perkembangan pasar modal syariah Indonesia adalah Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

Pengungkapan laporan tahunan dalam suatu perusahaan yaitu berupa laporan keuangan, dimana laporan keuangan merupakan media penting dalam menyampaikan berbagai informasi kepada *stakeholders*. Penerbitan laporan keuangan dari suatu perusahaan dapat menyampaikan berbagai informasi mengenai posisi keuangan, kinerja, maupun perubahan posisi keuangan

perusahaan. Laporan keuangan menjadi kebutuhan yang mendasar bagi investor dan calon investor dalam pengambilan keputusan ekonomi. Salah satu informasi penting yang menjadi pertimbangan bagi investor adalah informasi mengenai laba perusahaan. Informasi laba merupakan salah satu instrumen yang digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Pengumuman laba di pasar modal akan menimbulkan suatu reaksi pasar.

Bukti pertama mengenai reaksi pasar sekuritas terhadap pengumuman laba ditemukan oleh Ball dan Brown (1968) dalam Scoot (2009). Pada saat diumumkan, pasar berharap semua informasi tercermin dari beberapa besar laba yang dihasilkan oleh perusahaan (Anggita, 2017). Respon yang diberikan tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan perusahaan. Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba tercermin dari tingginya *Earnings Response Coefficient* (ERC) yang menunjukkan bahwa laba yang dilaporkan berkualitas (Melati dan Kurnia, 2013). Demikian sebaliknya, lemahnya respon pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari *Earnings Response Coefficient* (ERC) menunjukkan laba yang diinformasikan tidak berkualitas. Hal tersebut menunjukkan betapa pentingnya kualitas informasi laba yang dapat mempengaruhi *return* saham agar dapat direspon oleh pasar. Salah satu metode yang bisa digunakan untuk mengukur kualitas laba adalah metode *Earnings Response Coefficient* (ERC).

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 representatif dalam jangka panjang, serta mampu memprediksi

laba dan menaksir risiko dalam investasi atau kredit. Untuk mengetahui kandungan informasi dalam laba dapat dilihat dengan menggunakan *Earnings Response Coefficient* (ERC) dikenal dengan penelitian yang menjelaskan dan mengidentifikasi perbedaan respon pasar terhadap pengumuman laba (Scott, 2009 dalam Maisil Delvira, 2013). 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. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* (ERC) antara lain *Islamic Social Reporting* dan *Leverage*.

Pengungkapan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia telah banyak mengalami peningkatan. Berkembangnya kebutuhan terkait informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam ekonomi islam juga turut menarik perhatian para investor dan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Untuk memenuhi pelaporan tanggung jawab sosial berbasis syariah maka umat muslim mulai mengembangkan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah yang disebut dengan *Islamic Social Reporting*. Sekarang sudah banyak perusahaan yang menyadari dampak positif yang didapatkan dengan melakukan aktivitas sosial sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Sehingga informasi alternatif seperti informasi sosial semakin menjadi pertimbangan oleh investor. Berdasarkan survey global yang dilakukan oleh *The*

*Economist Intelligence Unit*, CSR dijadikan sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan oleh 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai informasi (Kadek Trisna W. dan I Gede W., 2014).

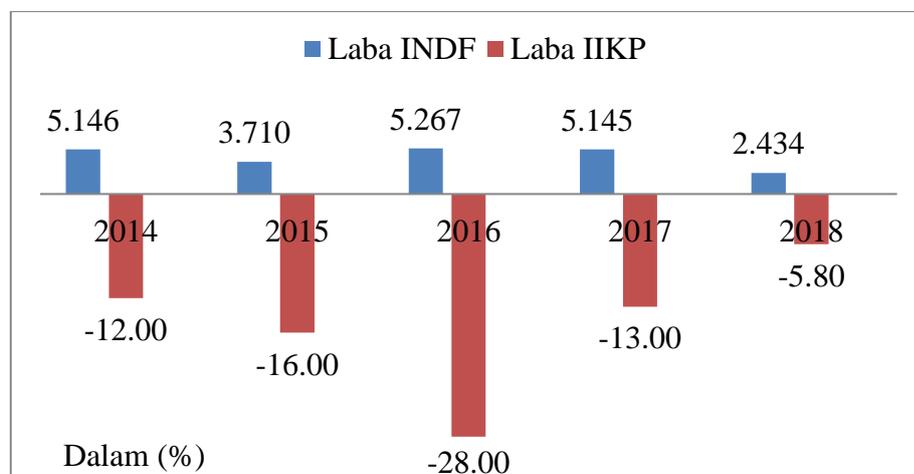
Selain faktor pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* yang menarik perhatian investor, informasi non laba yang dapat dilihat dalam laporan keuangan perusahaan adalah *leverage*. Penelitian yang dilakukan oleh Imroatussolihah (2013) memberikan hasil bahwa semakin tinggi nilai utang perusahaan maka semakin rendah nilai *Earnings Response Coefficient*. *Leverage* yang tinggi berarti menunjukkan bahwa perusahaan memiliki utang yang besar dibanding dengan aset perusahaan, sehingga laba akan mengalir lebih banyak pada kreditur. Maka pengumuman laba ini akan cepat direspon oleh kreditur, namun direspon negatif oleh pemegang saham karena beranggapan bahwa perusahaan lebih mengutamakan pembayaran utang dari pada pembayaran deviden.

Ahmadillah (2013) mengemukakan informasi yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan harus memiliki laba dengan kualitas relevansi dan reliabilitas. Relevansi nilai laba akuntansi menunjukkan besaran hubungan antara laba dengan tingkat *return* saham. Suaryana (2015) berpendapat bahwa informasi laba memiliki hubungan dengan *return* yang diharapkan oleh investor. Investor tentu merasa senang apabila perusahaan mengumumkan laba yang tinggi karena investor akan mendapatkan dividen atas tiap kepemilikan saham yang dimiliki (Adriani, 2012). Irianti (2011) juga menyimpulkan bahwa informasi laba memiliki pengaruh pada perubahan harga saham. Perubahan harga saham atau tinggi rendahnya harga saham menjadi hal yang penting untuk diperhatikan oleh para

pelaku dalam pasar saham karena harga saham merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan yang secara tersirat menunjukkan pula kredibilitas perusahaan (Sartono, 2011).

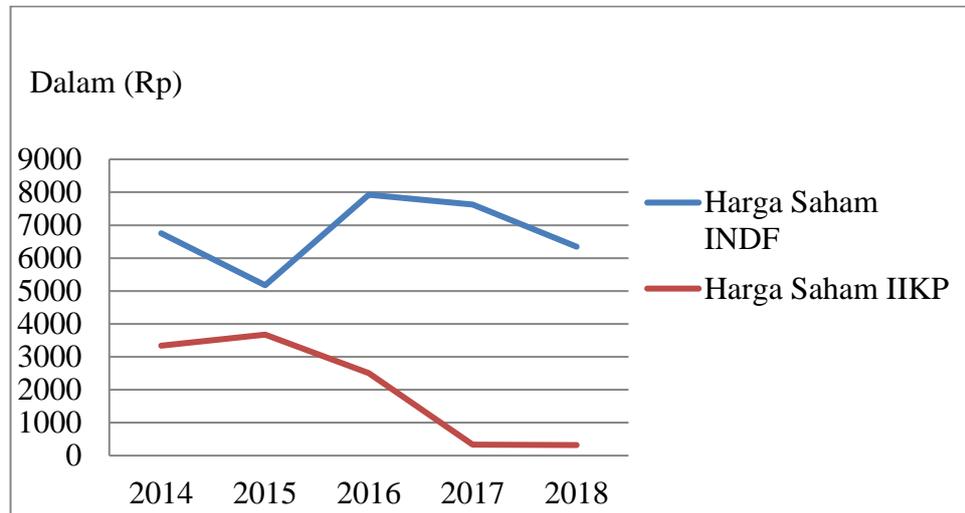
Saat ini pasar modal syariah telah menarik perhatian banyak pihak, khususnya bagi para pelaku bisnis. Kinerja pasar modal suatu negara dapat dilihat dari indeks sahamnya. Berdasarkan data Laporan Capaian Kinerja OJK periode 2012-2017, perkembangan Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada periode 2014-2017 menunjukkan peningkatan dan penurunan. Selama periode 2014-2016 peningkatan ISSI terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar 17,35%, tahun 2016 sebesar 18,62% dan tahun 2017 sebesar 21,30% dari tahun sebelumnya. Sedangkan penurunan terjadi pada tahun 2015 yaitu sebesar 14,78% dari tahun sebelumnya (Statistik Pasar Modal Syariah, OJK).

**Grafik 1.1**  
**Pertumbuhan Laba Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) dan Inti Agri Resources Tbk. (IIKP)**



Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

**Grafik 1.2**  
**Pertumbuhan Harga Saham Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF)**  
**dan Inti Agri Resources Tbk. (IIKP)**



Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Berdasarkan data di atas yang termuat dalam ringkasan performa perusahaan, naik turunnya laba perusahaan dan harga saham di pasar modal menjadi salah satu kondisi yang menarik untuk diperhatikan berkaitan dengan isu tinggi rendahnya reaksi pasar terhadap informasi laba perusahaan itu sendiri. Perolehan laba bersih Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) sepanjang tahun 2014-2018 menunjukkan peningkatan pada 2014 sebesar 5,146% dan tahun 2016 sebesar 5,267% dari tahun sebelumnya. Sedangkan penurunan terjadi pada tahun 2015 sebesar 3,710%, tahun 2017 sebesar 5,145% dan tahun 2018 sebesar 2,434% dari tahun sebelumnya. Seiring dengan penurunan laba perusahaan, harga saham Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) juga ikut mengalami peningkatan dan penurunan. Peningkatan terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar Rp 6,750 dan tahun 2016 sebesar Rp 7,925 dari tahun sebelumnya. Sedangkan penurunan harga saham

terjadi pada tahun 2015 sebesar Rp 5,175, tahun 2017 sebesar Rp 7,625, dan tahun 2018 sebesar Rp 6,350 dari tahun sebelumnya.

Hal serupa juga terjadi pada Inti Agri Resources Tbk. (IIKP). Selama periode 2014-2018 Inti Agri Resources Tbk. (IIKP) mengalami peningkatan dan penurunan laba (rugi). Peningkatan laba (rugi) terjadi pada tahun 2015 sebesar -16% dan tahun 2016 sebesar -28% dari tahun sebelumnya. Sedangkan, penurunan laba (rugi) terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar -12%, tahun 2017 sebesar -13% dan tahun 2018 sebesar -5,8% dari tahun sebelumnya. Peningkatan dan penurunan laba (rugi) juga diikuti dengan naik turunnya harga saham di pasar modal. Sepanjang tahun 2014-2018 harga saham Inti Agri Resources Tbk. (IIKP) mengalami peningkatan pada tahun 2015 yaitu sebesar Rp 3,675 dari tahun sebelumnya. Sedangkan penurunan harga saham terjadi pada tahun 2014 sebesar Rp 3,340, tahun 2016 sebesar Rp 2,510, tahun 2017 sebesar Rp 330 dan tahun 2018 sebesar Rp 320 dari tahun sebelumnya.

Selain itu, PT Indofarma Tbk. (INAF) sepanjang 2014 membukukan laba bersih Rp 1,16 miliar setelah pada 2013 mencatatkan rugi bersih Rp 54,22 miliar. Berdasarkan laporan keuangan Indofarma yang dirilis Senin (9/3), disamping mencatatkan kenaikan laba bersih emiten farmasi plat merah ini juga membukukan pertumbuhan penjualan 3 persen menjadi Rp 1,38 triliun dari 2013 sebesar Rp 1,34 triliun. Diposting pada: Selasa, 10 Maret 2015 | 04:18 WIB, Diakses pada: Senin, 18 Februari 2019 | 10.47 WIB (Nuriy Azizah, 2015).

Bisnis.com, JAKARTA— Kerugian PT Indofarma (Persero) Tbk. melebar 166,58% secara *year on year* pada 2017. Berdasarkan laporan keuangan 2017,

yang dipublikasikan, Rabu (28/3), emiten pelat merah berkode saham INAF itu mengantongi rugi sebelum pajak korporasi pelat merah itu membengkak dari periode sebelumnya Rp 18,80 miliar menjadi Rp 56,81 miliar pada tahun lalu. Dengan demikian, rugi bersih yang didistribusikan ke pemilik entitas induk perseroan naik tajam 166,58% secara *year on year*. Kerugian INAF tumbuh dari Rp 17,36 miliar pada 2016 menjadi Rp 46,28 miliar pada 2017. Diposting pada: Selasa, 28 Maret 2018 | 15:00 WIB, Diakses pada: Rabu, 20 Februari 2019 | 10.47 WIB (M. Nurdin P., 2018).

Berdasarkan fenomena di atas menunjukkan bahwa peningkatan dan penurunan laba dan harga saham perusahaan dapat terjadi karena faktor internal maupun faktor eksternal, ada yang dipengaruhi oleh performa keuangan perusahaan itu sendiri, adapula dipengaruhi oleh kondisi perekonomian secara global. Kinerja dan pengelolaan perusahaan yang buruk mengidentifikasi bahwa informasi yang dikeluarkan bernilai rendah dapat mempengaruhi reaksi pasar dengan berkurangnya minat para investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut dan selanjutnya akan berdampak pada menurunnya harga saham. Sehingga akan mengurangi daya prediksi laba pada masa yang akan datang dan cenderung dapat mengurangi hubungan antara laba dan *return* serta respon pasar terhadap informasi laba yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan kata lain tingginya koefisien respon laba dipengaruhi oleh besarnya *return* saham dan nilai ISSI. *Earnings Response Coefficient* (ERC) yang dicerminkan melalui perubahan harga saham dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor *Islamic Social Reporting* (ISR) yang rendah memungkinkan tidak dapat direspon oleh

investor sehingga menyebabkan investor masih berpatokan terhadap informasi laba dalam proses pengambilan keputusan. Begitupun dengan perusahaan yang pada saat mempublikasikan laba di pasar modal, laba tidak direspon dengan baik oleh investor jika perusahaan tersebut memiliki tingkat *leverage* yang tinggi. Tinggi rendahnya *Islamic Social Reporting* (ISR) dan tingkat *leverage* suatu perusahaan cenderung akan mengurangi nilai *Earnings Response Coefficient* (ERC) yang dihasilkan perusahaan bagi investor.

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya hasil yang tidak konsisten antara *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient*. Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wulandari dan Wirajaya (2014) menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara CSR dan *Earnings Response Coefficient*. Menurut Kartadjumena (2010) menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif antara CSR dan *Earnings Response Coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Zuhairini (2017) juga menunjukkan bahwa *Islamic Social Reporting* tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Melinda dan Euis (2018) bahwa *islamic social reporting* tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Hasil penelitian Imroatussolihah (2013) menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Putra (2017) yang menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Earnings Response Coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Melinda dan Euis (2018) menunjukkan bahwa

*Leverage* berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*. Namun hasil penelitian Kurnia dan Sufiyati (2015), Paramita (2012) dan Hasanzade dkk. (2013) menyimpulkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient*. Hal ini juga serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zuhairini (2017) menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *Earnings Response Coefficient*.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Vivi Agraini (2015) dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR), *Profitabilitas*, dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di *Jakarta Islamic Index* Tahun 2010-2013)”. Penelitian tersebut menganalisis seberapa besar pengaruh faktor *Islamic Social Reporting* (ISR), *Profitabilitas*, dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Populasi penelitian menjadi perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).
2. Periode penelitian dilakukan selama tahun 2014-2018.
3. Indikator penelitian variabel *Islamic Social Reporting* menggunakan *Disclosure Level* dan indikator penelitian variabel *Leverage* menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER).

Berdasarkan fenomena dan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *Earnings Response Coefficient* (ERC) yang berjudul **“PENGARUH *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* DAN *LEVERAGE* TERHADAP *EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT* (ERC) (Studi pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia periode 2014-2018)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penelitian ini membahas tentang sejauh mana pengaruh *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan subsektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2014-2018. Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kemungkinan terjadi peningkatan dan penurunan nilai *Earnings Response Coefficient* (ERC) akibat faktor internal maupun faktor eksternal.
2. Terjadinya peningkatan dan penurunan harga saham dapat mempengaruhi respon pasar.
3. Terjadinya peningkatan pendapatan dan penurunan beban keuangan yang berpengaruh pada laba perusahaan.
4. Adanya hubungan antara laba dengan *return* saham.
5. Kemungkinan peningkatan dan penurunan Indeks Saham Syariah Indonesia dipengaruhi oleh kinerja indeks saham keseluruhan.

6. Tinggi rendahnya kinerja keuangan perusahaan yang berpengaruh pada laba perusahaan.
7. Kemungkinan pasar saham syariah lebih bagus daripada saham konvensional karena saham perbankan tidak masuk ke pasar saham syariah lantaran riba.
8. Masih terdapat keraguan bagi investor terhadap informasi laba yang diumumkan oleh perusahaan.
9. Kemungkinan tinggi rendahnya nilai *Earnings Response Coefficient* (ERC) yang dapat dipengaruhi oleh informasi mengenai *Islamic Social Reporting* dan *Leverage*.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).
2. Bagaimana *Leverage* pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).
3. Bagaimana *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).
4. Seberapa besar pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan yang

terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

5. Seberapa besar pengaruh *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).
6. Seberapa besar pengaruh *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC). Kendati demikian, tujuan penelitian yang hendak dipaparkan adalah untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).
2. Untuk menganalisis dan mengetahui *Leverage* pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).
3. Untuk menganalisis dan mengetahui *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

4. Untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).
5. Untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).
6. Untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis/Akademis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa pemikiran guna mendukung pengembangan teori yang sudah ada dan dapat memperluas ilmu pengetahuan khususnya di bidang akuntansi keuangan mengenai *Islamic Social Reporting*, *Leverage* dan *Earnings Response Coefficient* (ERC). Serta sebagai pengembangan ilmu

pengetahuan supaya terjadi kesesuaian antara teori dengan praktek khususnya terkait *Earnings Response Coefficient* (ERC) serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis/Empiris**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

A. Peneliti

Penelitian ini ditunjukkan untuk memenuhi salah satu syarat sidang skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi. Penelitian ini juga diharapkan mampu memperluas wawasan dan menambah pengetahuan serta pemahaman mengenai akuntansi keuangan khususnya terkait pengaruh *Islamic Social Reporting* dan *Leverage* terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

B. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan informasi dan masukan bagi perusahaan terkait aspek *Earnings Response Coefficient* (ERC) untuk keberlangsungan perusahaan di masa yang akan datang.

C. Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang terkait.

## **1.6 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan studi pada perusahaan subsektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2014-2018 yang diperoleh dari *website* ISSI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Waktu yang dibutuhkan untuk penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Januari 2019 sampai dengan selesai.

