

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Profitabilitas merupakan indikator utama kinerja keuangan perusahaan yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Tingginya tingkat profitabilitas menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang besar pada periode tertentu (Dewi & Wiyono, 2023). Selain itu, profitabilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat investor, karena perusahaan dengan profitabilitas tinggi memberikan sinyal positif tentang potensi keuntungan (Ainulyaqin et al., 2024). Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA), yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan keuntungan. ROA juga menjadi indikator penting bagi investor dalam menilai kinerja perusahaan, karena mencerminkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimiliki. Investor cenderung memilih perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi karena hal tersebut menunjukkan perusahaan efektif dalam mengelola asetnya untuk meningkatkan laba (Nainggolan et al., 2022). Oleh karena itu, profitabilitas menjadi salah satu variabel penting dalam menilai keberhasilan perusahaan.

Perusahaan pada sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *processed foods* merupakan perusahaan yang memproduksi makanan olahan seperti produk kemasan dan makanan siap saji. Sektor ini memiliki karakteristik kebutuhan dasar sehingga relatif stabil terhadap fluktuasi ekonomi. Pada tahun 2021, sektor makanan dan minuman di Indonesia diklasifikasikan ke dalam sektor *consumer non-cyclicals* pada Bursa Efek Indonesia. Sub sektor ini berkontribusi signifikan terhadap ekonomi Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) 2021, sub sektor ini berkontribusi sebesar 38,05% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri nonmigas, atau 6,61% terhadap PDB Nasional yang mencapai Rp 16,970 triliun. (Kemenkeu, 2024). Selain itu, sektor ini mencatat ekspor mencapai USD 41,70 miliar dan didukung realisasi investasi Rp 85,10 triliun yang menarik investor nasional dan global, hal ini disampaikan oleh Menteri perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita (Indonesia go.id). Hal tersebut menegaskan peranan sub sektor ini dalam pertumbuhan ekonomi. Namun, tingginya tingkat produksi berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan, terutama dalam bentuk limbah industri.

Seiring meningkatnya aktivitas industri, isu keberlanjutan menjadi perhatian penting. Berdasarkan data dari Katadata Insight Center, sektor ini memiliki skor *Environmental, Social, and Governance* (ESG) sebesar 47,53 yang menunjukkan bahwa implementasi keberlanjutan pada sektor ini masih relatif rendah. Selain itu, aspek sosial memperoleh skor terendah yaitu 39,02, yang mengindikasikan bahwa praktik tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) masih belum optimal.

Fenomena tersebut juga diperkuat dengan adanya kasus nyata pada sub sektor ini yaitu terkait dengan pencemaran lingkungan oleh beberapa perusahaan sub sektor *processed foods*. Misalnya, temuan pencemaran sungai oleh PT Mayora Indah Tbk pada tahun 2021, dengan temuan beberapa zat kimia berbahaya seperti amoniak, sianida dan tembaga oleh Dinas Lingkungan Hidup (DLH) setempat (Tempo.co). Selain itu, hasil Brand Audit Sungai Watch (2024) di Banyuwangi dan Bali yang merupakan organisasi lingkungan berbasis di Bali mengidentifikasi tiga perusahaan *processed foods* sebagai bagian dari produsen atau brand penyumbang sampah plastik pada tahun 2024 yang terdiri dari Mayora 30.209 item, Indofoods 34.043 item dan Ultrajaya 29.543 item (Liputan6). Hal tersebut menunjukkan bahwa aktivitas operasional perusahaan berpotensi menimbulkan dampak lingkungan yang signifikan akibat pengelolaan limbah yang kurang efektif. Kondisi ini dapat menurunkan kepercayaan investor yang pada akhirnya dapat berdampak pada profitabilitas jika perusahaan tidak mampu memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingan (Agustini, I, 2024)

CSR merupakan komitmen perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dengan memperhatikan dampak terhadap sosial dan lingkungan. Berdasarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, menjelaskan bahwa setiap perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pengungkapan CSR yang konsisten dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, membangun kepercayaan masyarakat sekitar, konsumen, maupun investor, dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas melalui loyalitas konsumen dan minat investor (Solikhah, 2022). Dalam penelitian ini, CSR diukur menggunakan GRI G4, yaitu berdasarkan jumlah pengungkapan. Namun, jika CSR tidak dikelola dengan baik, maka dapat menyebabkan citra negatif terhadap perusahaan yang berpotensi menurunkan kepercayaan investor serta berdampak pada penurunan profitabilitas (Agustini, I, 2024).

Adapun faktor yang mempengaruhi profitabilitas selain CSR yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan penentuan besar kecilnya suatu perusahaan yang umumnya diukur berdasarkan total aset atau total penjualan bersih. (Rantika et al., 2022). Ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangan oleh para *stakeholder* dalam menilai prospek perusahaan di masa depan. Perusahaan dengan ukuran besar umumnya memiliki akses pendanaan yang lebih luas serta dianggap lebih stabil dalam menghadapi risiko bisnis. Hal tersebut memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi sehingga dapat menarik minat *stakeholder* untuk berinvestasi. Perusahaan besar juga dituntut untuk lebih transparan dalam pengungkapan informasi karena memiliki lebih banyak *stakeholder* (Nasir, 2020). Selain itu, menurut Ishak et al., (2024) ukuran perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil, sehingga memiliki kemampuan yang lebih tinggi dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Perusahaan kecil berpotensi kesulitan memperoleh pendanaan dari investor karena

dianggap berisiko dan kurang menjanjikan dalam pengembalian modal sehingga dapat menghambat operasional (Ulya, Zikriatul, 2022). Namun, tidak selalu ukuran perusahaan yang besar dapat memperoleh profitabilitas tinggi, karena efisiensi pengelolaan aset juga dapat mempengaruhi hal tersebut. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural dari total aset ($\ln$ Total Asset), yang mencerminkan stabilitas dan akses pendanaan.

Penelitian ini didasarkan pada *stakeholder theory* (Freeman, 1984) yang menjelaskan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan semua *stakeholder* seperti masyarakat, investor, karyawan, regulator dan sebagainya untuk keberlanjutan bisnis. Teori ini menjelaskan bahwa pengungkapan CSR yang tinggi seharusnya dapat meningkatkan citra perusahaan dan membangun hubungan yang baik dengan *stakeholder* sehingga meningkatkan profitabilitas. Hubungan *stakeholder theory* dengan ukuran perusahaan ialah bahwa perusahaan besar memiliki lebih banyak *stakeholder*, sehingga mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan kepentingan dan kepercayaan *stakeholder*. Hal tersebut membuat jangkauan tanggung jawab sosial perusahaan lebih luas, yang dapat mendukung profitabilitas (Samosir & Panjaitan, 2023).

Setelah dilakukan perhitungan data CSR dan Profitabilitas, menunjukkan fenomena yang bertentangan dengan teori. Meskipun pengungkapan CSR meningkat namun terjadi penurunan nilai ROA, seperti terlihat dalam Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Rata-Rata CSR, Ukuran Perusahaan, dan ROA

**Rata-Rata *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan
Return on Assets Pada Perusahaan *Consumer Non-cyclicals* Sub Sektor
Processed foodss yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024**

No	Variabel	2020	2021	2022	2023	2024	Rata-rata
1	CSR (%)	32,20 ↑	51,10 ↑	57,58 ↑	60,33 ↑	62,97 ↑	52,90
2	Ukuran Perusahaan	15,97 ↑	16,03 ↑	16,06 ↑	16,13 ↑	16,25 ↑	16,09
3	ROA (%)	8,30 ↑	9,23 ↑	9,04 ↓	9,52 ↑	9,80 ↑	9,18

Sumber: Bursa Efek Indonesia, data diolah oleh penulis, 2025

Data tersebut menunjukkan rata-rata nilai CSR, ukuran perusahaan, dan profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA) pada sepuluh perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *processed foods* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020–2024.

Pertama, Tabel 1.1 menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan pengungkapan CSR sebesar 52,90%, yang masih berada di bawah 60%. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan sub sektor *processed foods* belum mengungkapkan tanggung jawab sosial secara menyeluruh. Di samping itu, perusahaan sub sektor ini pada umumnya memiliki

aktivitas operasional yang berkaitan langsung dengan kesehatan konsumen, keamanan produk, dan pengelolaan limbah. Kondisi tersebut seharusnya mendorong perusahaan untuk mengungkapkan CSR secara lebih luas sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat. Namun kenyataannya, tingkat pengungkapan CSR secara keseluruhan masih relatif rendah.

Selain itu, jika dilihat dari perkembangan setiap tahun, pada tahun 2022 tingkat pengungkapan CSR mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2021, yaitu dari 51,10% menjadi 57,58%. Namun pada periode yang sama ROA justru mengalami penurunan dari 9,23% pada tahun 2021 menjadi 9,04% pada tahun 2022. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pengungkapan CSR tidak selalu diikuti dengan peningkatan profitabilitas perusahaan. Jika dibandingkan dengan rata-rata keseluruhan, pada tahun 2021 tingkat pengungkapan CSR berada di bawah rata-rata, sedangkan ROA berada di atas rata-rata. Sebaliknya, pada tahun 2022 CSR berada di atas rata-rata, namun ROA justru berada di bawah rata-rata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari sepuluh perusahaan sub sektor *processed foods* tidak sepenuhnya sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR berbanding lurus dengan profitabilitas. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari sepuluh perusahaan sub sektor *processed foods* tidak sepenuhnya sesuai teori yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR berbanding lurus dengan profitabilitas. Penurunan ROA pada periode tertentu diindikasikan dipengaruhi oleh biaya operasional yang tinggi pasca-pandemi. Selain itu, analisis lebih lanjut terkait distribusi pengungkapan CSR berdasarkan kategori menunjukkan adanya ketidakseimbangan implementasi CSR antar kategori yang cukup signifikan.

Tabel 1. 2 Rata-Rata Pengungkapan Implementasi CSR

Rata-Rata Pengungkapan Implementasi CSR per Kategori pada 10 Perusahaan Consumer Non - Cyclicals Sub Sektor Processed Foods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024

Kategori	Pengungkapan (%)
Ekonomi	49,11
Lingkungan	51,24
Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja	69,38
HAM	36,20
Masyarakat	27,45
Tanggung Jawab Produk	82,89

Sumber: Bursa Efek Indonesia, data diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan Tabel 1.2 rata-rata pengungkapan implementasi CSR selama periode 2020-2024 yang paling rendah terdapat pada kategori Masyarakat yaitu sebesar 27,45%

dan rata-rata implementasi yang paling tinggi terdapat pada kategori tanggung jawab produk yaitu sebesar 82,89%. Kondisi ini menunjukkan adanya indikasi ketidakseimbangan alokasi CSR, dimana perusahaan lebih memprioritaskan kategori yang mendukung operasi jangka pendek seperti kualitas produk dibandingkan dengan aspek sosial yang lebih luas untuk membangun loyalitas yang mendukung operasi jangka panjang.

Kedua terdapat kesenjangan (gap) antara ukuran perusahaan dan *Return On Asset* (ROA). Ukuran perusahaan yang diukur melalui total aset menunjukkan rata-rata keseluruhan sebesar 16,09 yang mengindikasikan bahwa perusahaan-perusahaan dalam sampel memiliki total aset yang besar, yaitu mencapai miliaran hingga triliunan rupiah. Secara teori, perusahaan yang memiliki total aset yang besar seharusnya dapat memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk memperoleh keuntungan yang maksimal (Rantika et al., 2022). Dalam praktik analisis keuangan, ROA sebesar 10% sering dijadikan sebagai acuan bahwa kinerja profitabilitas perusahaan berada pada kategori baik. Namun rata-rata ROA secara keseluruhan dalam penelitian ini hanya mencapai 9,18%.

Selain itu, jika dilihat dari perkembangan setiap tahun, pada tahun 2022 ukuran perusahaan mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu dari 16,03 pada tahun 2021 menjadi 16,06 pada tahun 2022. Namun peningkatan ukuran perusahaan tersebut tidak diikuti dengan peningkatan profitabilitas. Pada periode yang sama, ROA justru mengalami penurunan dari 9,23% pada tahun 2021 menjadi 9,04% pada tahun 2022. Jika dibandingkan dengan rata-rata keseluruhan, pada tahun 2021 ukuran perusahaan berada di bawah rata-rata, sedangkan ROA justru berada di atas rata-rata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari sepuluh perusahaan sub sektor *processed foods* tidak sepenuhnya sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berbanding lurus dengan profitabilitas. Fenomena ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan ukuran yang besar tidak selalu memiliki tingkat profitabilitas yang lebih tinggi.

Penelitian terdahulu menunjukkan inkonsistensi hasil, penelitian yang dilakukan oleh Aulia (2020) menemukan bahwa CSR dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas dan Ramadhandi (2024) menemukan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap ROA, sementara Aziz & Kholmi (2024) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas dengan proksi ROA dan penelitian yang dilakukan oleh Mahendra & Arif (2024) menemukan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Sementara itu, penelitian Ramadhan et al., (2025) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap ROA. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut menunjukkan adanya *research gap* atau perbedaan hasil yang menjadi latar belakang penulis melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *Corporate Social*

Responsibility dan Ukuran Perusahaan terhadap profitabilitas terutama pada sub sektor *processed foods*.

Keterbaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pemilihan sub sektor tertentu sebagai fokus analisis yaitu pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *processed foods* yang jarang dijadikan objek penelitian sebelumnya. Hal ini memungkinkan penelitian memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. Selain itu, penelitian ini menggunakan data terbaru yaitu periode 2020-2024, sehingga analisis dapat mencerminkan kondisi terkini terkait praktik CSR, ukuran perusahaan dan profitabilitas pada sub sektor *processed foods*. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih spesifik dan relevan dibandingkan penelitian sebelumnya yang cenderung membahas keseluruhan sektor atau menggunakan periode yang lebih lama.

Berdasarkan uraian di atas terdapat *research gap* dari penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian. Perbedaan tersebut kemungkinan disebabkan oleh perbedaan objek perusahaan serta periode waktu penelitian. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Sub Sektor *Processed Foods* yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2024”**

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, terdapat suatu kesenjangan atau gap yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat kesenjangan antara CSR dengan ROA, rata-rata pengungkapan CSR masih berada di bawah 60% yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR belum dilakukan secara menyeluruh, meskipun sub sektor *processed foods* memiliki aktivitas operasional yang berkaitan dengan kesehatan konsumen dan pengelolaan limbah. Selain itu, berdasarkan perkembangan setiap tahun terlihat bahwa pada tahun 2022 pengungkapan CSR mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2021, namun pada periode yang sama ROA justru mengalami penurunan. Jika dibandingkan dengan rata-rata keseluruhan, pada tahun 2021 CSR berada di bawah rata-rata sedangkan ROA berada di atas rata-rata, sedangkan pada tahun 2022 CSR berada di atas rata-rata namun ROA berada di bawah rata-rata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pengungkapan CSR tidak selalu diikuti dengan peningkatan profitabilitas perusahaan.
2. Terdapat kesenjangan antara ukuran perusahaan dengan ROA, ukuran perusahaan yang diukur menggunakan total aset menunjukkan rata-rata 16,09 pada seluruh perusahaan sampel. Secara teori, perusahaan dengan aset yang besar seharusnya mampu menghasilkan profitabilitas yang lebih maksimal. Jika dilihat dari

perkembangan setiap tahun, pada tahun 2022 ukuran perusahaan mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2021, namun pada periode yang sama ROA justru mengalami penurunan. Selain itu, jika dibandingkan dengan rata-rata keseluruhan, pada tahun 2021 ukuran perusahaan berada di bawah rata-rata sedangkan ROA berada di atas rata-rata. Hal tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat profitabilitas.

3. Inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Aulia (2020) dan Ramadhandi (2024) menemukan bahwa CSR dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Disamping itu, penelitian yang dilakukan oleh Aziz & Kholmi (2024) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas dan penelitian yang dilakukan oleh Mahendra & Arif (2024) menemukan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas namun ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas, serta penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan et al., (2025) menemukan bahwa CSR dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap ROA, yang menunjukkan perlunya kajian lebih lanjut terutama pada sub sektor *processed foods*.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap profitabilitas yang diproksikan oleh *Return on Asset* pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* sub sektor *processed foods* yang terdaftar di BEI selama periode 2020- 2024?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas yang diproksikan oleh *Return on Asset* pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* sub sektor *processed foods* yang terdaftar di BEI selama periode 2020- 2024?
3. Apakah CSR dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas yang diproksikan oleh *Return on Asset* pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* sub sektor *processed foods* yang terdaftar di BEI selama periode 2020- 2024?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan, menyimpulkan hasil penelitian serta memberikan saran untuk mengatasi masalah yang ditemukan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh CSR terhadap Profitabilitas yang diproksikan oleh *Return on Asset* perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *processed foods* yang terdaftar di BEI Periode 2020-2024
2. Untuk menguji pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas yang diproksikan oleh *Return on Asset* perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *processed foods* yang terdaftar di BEI Periode 2020-2024
3. Untuk menguji pengaruh CSR dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap Profitabilitas yang diproksikan oleh *Return on Asset* perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *processed foods* yang terdaftar di BEI Periode 2020-2024

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menyusun dan meningkatkan strategi perusahaan, khususnya terkait pengungkapan dan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta mendorong perusahaan untuk meningkatkan tanggung jawab sosial serta kepedulian terhadap lingkungan sebagai upaya membangun citra positif perusahaan serta menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam mengelola sumber daya dan aktivitas operasional agar lebih berkelanjutan.

2. Bagi Investor

Memberikan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi, khususnya pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *processed foods* serta membantu investor dalam menilai kinerja perusahaan tidak hanya dari aspek keuangan, tetapi juga dari aspek non-keuangan seperti pengungkapan CSR.

1.4.2 Kegunaan Akademik

1. Memberikan informasi dan menambah wawasan bagi pembaca mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan.
2. Menjadi bahan referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya serta menjadi dasar pertimbangan bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan variabel, metode, maupun objek penelitian yang lebih luas.