

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

“Berdasarkan data yang dirilis Kemendagri melalui Direktorat Jenderal Pajak mengenai Kependudukan Semester II Tahun 2021, pada tanggal 30 Desember 2022, jumlah total penduduk Indonesia mencapai 273.879.750 jiwa” (Dukcapil, 2022). Prof. Zudan Arif Fakrulloh, Direktur Jenderal Dukcapil menyatakan bahwa “terdapat peningkatan jumlah penduduk Indonesia sebanyak 2.529.861 jiwa dibanding tahun 2020” (Dukcapil, 2022). “Hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara keempat dengan jumlah penduduk terbesar di dunia” (Putri, 2023).

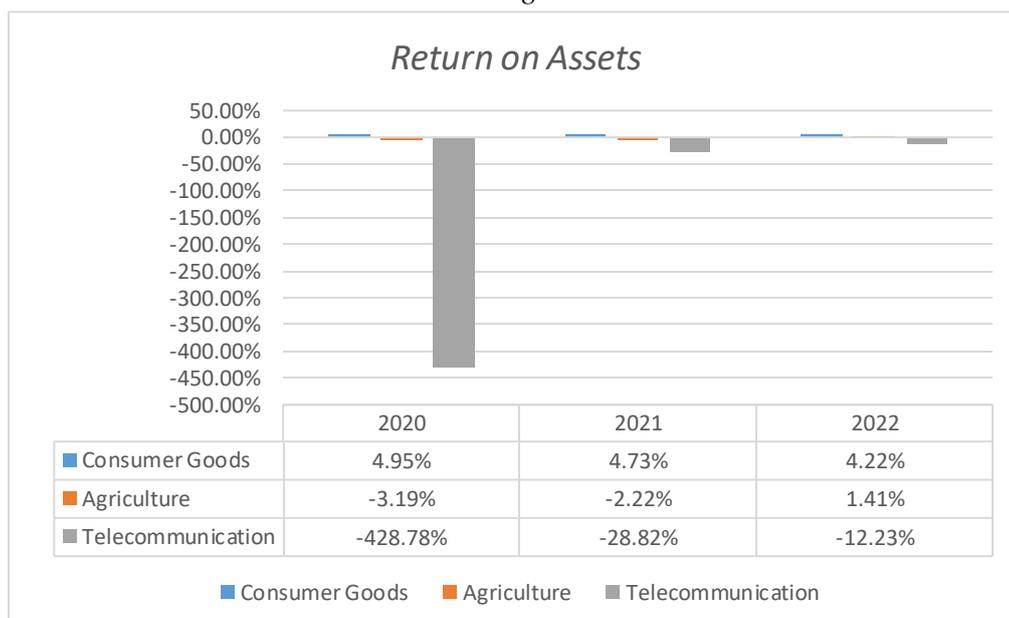
Menurut Solomon (2019), “demografi merupakan statistik yang mengukur aspek populasi seperti angka kelahiran, distribusi usia dan pendapatan”. “Pemasar dapat menggunakan data demografi untuk memprediksi ukuran pasar untuk banyak produk” (Solomon, 2019). Jumlah penduduk dan tingkat konsumsi berbanding lurus. “Semakin banyak jumlah penduduk dalam suatu negara, maka tingkat konsumsi juga berpotensi semakin tinggi karena semakin banyak orang yang harus memenuhi kebutuhannya” (Utami, 2022).

“*Consumer goods* adalah perusahaan yang memproduksi produk untuk kebutuhan masyarakat” (Safitri, 2022). “Produk *consumer goods* sering digunakan sehari-hari contohnya adalah alat kebersihan, makanan dan sebagainya” (Yusuf, 2023). Berdasarkan *website* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), “sektor *consumer goods* dibagi menjadi beberapa sub sektor, yaitu: *Food and Beverages, Pharmaceuticals, Tobacco Manufactures, Houseware, Cosmetics and Household* dan *Others*.”

“Pada tahun 2020, virus *Covid-19* pertama kali masuk ke Indonesia” (Retaduari, 2022). “Pemerintah Pusat dan Daerah memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) guna mengurangi penyebaran virus *Covid-19*” (Mashabi, 2020). “Menteri Keuangan Sri Mulyani menilai bahwa PSBB memberikan dampak buruk bagi perekonomian” (S, 2020).

“Aktivitas perekonomian yang terhambat membuat para pelaku usaha melakukan segala upaya untuk mengurangi kerugian” (Rizal, 2020). Menteri Ketenagakerjaan Ida Fauziyah, berdasarkan data Kemenaker per 7 April 2020 mengatakan “total jumlah perusahaan yang merumahkan pekerja dan PHK sebanyak 74.430 perusahaan dengan jumlah pekerja/buruh/tenaga kerja sebanyak 1.200.031 orang” (PHI-JSK, 2020). Direktur eksekutif *INDEF (Institute for Development of Economics and Finance)* sekaligus ekonom, Tauhid Ahmad mengatakan bahwa “sektor pangan, kesehatan dan telekomunikasi merupakan sektor yang dapat dikatakan positif pertumbuhannya selama pandemi berlangsung” (Liputan 6, 2020).

“Sektor pertanian, perikanan dan kehutanan merupakan salah satu sektor yang tumbuh positif walaupun dalam kondisi pandemi karena kebutuhan dan pasar pangan sangat besar dan akan terus tumbuh” (Kominfo, 2020). Sektor tersebut termasuk dalam sektor agrikultur. “Industri farmasi juga merupakan sektor yang diuntungkan ketika pandemi. Industri tersebut menjual sejumlah obat-obatan untuk penambah daya tahan tubuh atau imun sehingga banyak masyarakat yang membeli untuk menjaga daya tahan tubuhnya” (Supriyatna & Djailani, 2020). Farmasi termasuk ke dalam sub sektor *consumer goods*.



*Gambar 1.1 Return on Assets 2020-2022*  
Sumber: idx.co.id (2020-2022)

Pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa *Return on Assets (ROA)* sektor *consumer goods* pada tahun 2020 tetap positif di angka 4,95%, berbeda dibandingkan sektor agrikultur dan telekomunikasi yang negatif. Pada tahun 2021, terlihat bahwa *ROA* pada sektor *consumer goods* terus positif walaupun lebih rendah 0,22% dibandingkan dengan tahun 2020. Sedangkan, *ROA* sektor agrikultur dan sektor telekomunikasi tetap negatif, masing-masing di angka -2,22% dan -28.82%. Hal tersebut menandakan pandemi *Covid-19* sangat berpengaruh terhadap sektor agrikultur dan sektor telekomunikasi, sedangkan *consumer goods* terlihat cukup stabil. Pada tahun 2022, *ROA* sektor *consumer goods* dan agrikultur tumbuh positif, sedangkan sektor telekomunikasi tetap negatif. Berdasarkan gambar tersebut, dapat disimpulkan bahwa sektor *consumer goods* terus positif dari tahun 2020 hingga tahun 2022.

Weygandt et al. (2019) menyatakan “profitabilitas merupakan salah satu pengukuran untuk mengukur sukses tidaknya kegiatan operasional perusahaan atau pendapatan dalam periode waktu tertentu. Pendapatan akan mempengaruhi kapabilitas perusahaan dalam membiayai utang dan ekuitas. Hal tersebut nantinya akan berpengaruh pada posisi likuiditas perusahaan dan kemampuannya untuk terus tumbuh”. Weygandt et al. (2019) menyatakan “terdapat 7 rasio yang dapat dipakai untuk menghitung profitabilitas perusahaan, yaitu: *Return on Assets*, *Profit Margin*, *Return on Ordinary Shareholder’s Equity*, *Asset Turnover*, *Price-Earnings Ratio*, *Payout Ratio* dan *Earnings per Share*”.

Pada penelitian ini, *Return on Assets (ROA)* merupakan rasio yang digunakan untuk menentukan profitabilitas perusahaan. “*ROA* adalah ukuran profitabilitas secara keseluruhan” (Weygandt et al., 2019). Miller-Nobles et al. (2021) menyatakan “*ROA* merupakan satu dari banyaknya alat yang bisa dipakai untuk menentukan seberapa baik kinerja suatu perusahaan”. “*ROA* akan menggambarkan sejauh mana efisiensi sebuah perusahaan dalam menggunakan asetnya guna menghasilkan pendapatan yang dapat digunakan oleh manajer, investor ataupun analis” (Fauzia, 2021).

Arti penting penelitian ini bagi perusahaan adalah *Return on Assets (ROA)* mengukur seberapa efisien perusahaan menggunakan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba bersih. *ROA* yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki laba bersih yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata total aset yang dimiliki, sehingga perusahaan efisien dalam menggunakan aset yang dimiliki. Laba bersih tersebut dapat digunakan oleh perusahaan untuk membagikan dividen. Perusahaan yang sering membagikan dividen akan membuat saham perusahaan tersebut diminati oleh investor, sehingga perusahaan dapat melakukan penerbitan saham kembali dengan harga yang lebih tinggi. Penerbitan saham kembali dengan harga yang lebih tinggi akan membuat perusahaan memperoleh pendanaan tambahan yang berasal dari publik. Perusahaan juga dapat menggunakan laba bersihnya untuk melakukan ekspansi sehingga dapat memperluas jangkauan pasar perusahaan.

“*ROA* akan menjadi tolak ukur prestasi manajer dalam memanfaatkan aset perusahaan” (Sitanggang, 2022). “*ROA* mengukur keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam menggunakan asetnya”. “*ROA* dapat dihitung dengan membagi laba bersih setelah dipotong pajak dengan rata-rata total aset, yang diperoleh dengan menjumlahkan total aset awal dan akhir periode, lalu dibagi dua” (Miller-Nobles et al., 2021). “Semakin tinggi persentase hasil yang diperoleh melalui perhitungan (*ROA*) maka semakin tinggi perusahaan menggunakan aset dengan efisien. Sebaliknya, semakin rendah persentase hasil yang diperoleh melalui perhitungan *ROA* maka akan semakin rendah efisiensi dari penggunaan aset pada sebuah perusahaan” (Fauzia, 2021).

Menurut Sitanggang (2022), “*ROA* memiliki beberapa kelebihan, yaitu: menjadi tolak ukur prestasi manajemen dalam menggunakan aset yang dimiliki, menjadi alat untuk mengevaluasi penerapan kebijakan-kebijakan manajemen dan mendorong tercapainya tujuan perusahaan”. *ROA* yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki laba yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata total asetnya. “Laba bersih tersebut dapat digunakan oleh perusahaan untuk membagikan dividen kepada para pemegang saham” (Weygandt et al., 2019). “Nilai *ROA* yang

tinggi juga akan mendapatkan tanggapan positif dari investor karena keuntungan yang dimiliki oleh perusahaan meningkat dari periode sebelumnya. Hal itu menandakan bahwa kinerja yang dimiliki suatu perusahaan baik. Perusahaan yang memiliki potensi yang baik di masa depan akan membuat investor tertarik untuk berinvestasi” (Yeni et al., 2024). Perusahaan yang sering membagikan dividen akan lebih diminati oleh investor, sehingga apabila perusahaan melakukan penerbitan saham kembali, saham tersebut dapat diterbitkan dengan harga yang lebih tinggi karena diminati oleh investor. Laba bersih perusahaan akan ditutup ke akun *Retained Earnings (R/E)* pada akhir periode akuntansi” (Weygandt et al., 2019). “*R/E* atau laba ditahan dapat digunakan oleh perusahaan untuk melakukan pengembangan bisnis atau ekspansi” (Shaid, 2024).

Salah satu perusahaan *consumer goods* yang memiliki *ROA* yang tinggi adalah PT Kalbe Farma Tbk (KLBF). Berdasarkan data dari *website* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), KLBF berhasil mencatatkan *ROA* yang stabil secara terus menerus dari tahun 2020-2022 di angka 13%. “KLBF mengumumkan peningkatan penjualan bersih tahun 2022 sebesar 10,2% secara *Year on Year* dibandingkan tahun 2021” (Elvira, 2023). “Laba bersih perusahaan juga meningkat sebesar 200 miliar (6,2%) dibandingkan tahun 2021” (Elvira, 2023). Laba yang tinggi disertai dengan pertumbuhan penjualan membuat KLBF semakin memperluas cakupan operasionalnya. “Pada tahun 2022, KLBF mendirikan Global Starway Synergy Co. Ltd. (GSS) di kota Shenzhen, China, melalui entitas anak PT Enseval Putera Megatrading Tbk (EMPT). Pendirian perusahaan tersebut dibuat untuk melancarkan mata rantai pasok bahan baku dari negara tersebut” (Hema, 2023).

Berdasarkan data dari *website* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), “salah satu perusahaan *consumer goods* dengan *ROA* yang negatif dari tahun 2020-2022 adalah PT Martina Berto Tbk”. “Perusahaan ini menunda melakukan ekspansi bisnis di tahun 2022”. “Pada tahun 2022 MBTO akan fokus untuk membenahi dan meningkatkan penjualan. MBTO juga mendivestasi aset yang tidak produktif karena kondisi arus kas yang terganggu” (Rahayu, 2022).

Berdasarkan penjelasan dan kedua contoh di atas, dapat disimpulkan bahwa *ROA* adalah rasio yang penting karena dapat dipakai oleh perusahaan sebagai acuan dalam memutuskan tindakan apa yang dapat diambil kedepannya. Perusahaan dapat melakukan ekspansi bisnis ketika *ROA* perusahaan sedang bagus, melakukan pembagian dividen dan melakukan penerbitan saham. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Current Ratio (CR)*, *Debt to Assets Ratio (DAR)*, *Sales Growth (SG)*, dan *Inventory Turnover (ITO)*. Rasio pertama yang mempengaruhi profitabilitas (*ROA*) adalah *current ratio*. “*Current ratio* adalah rasio yang digunakan untuk menilai likuiditas perusahaan” (Weygandt et al., 2019). Menurut Yoewono (2023), “*Current ratio* merupakan rasio yang menunjukkan kapabilitas perusahaan guna melunasi *current liabilities* yang akan jatuh tempo dengan menggunakan *current assets*”. “*Current ratio* dapat dihitung dengan membagi *current assets* dengan *current liabilities*” (Weygandt et al., 2019).

Semakin tinggi *current ratio*, menunjukkan tingkat kapabilitas perusahaan melunasi liabilitas lancarnya dengan aset lancar semakin meningkat. Dengan demikian, nilai aset lancar perusahaan lebih besar dibandingkan liabilitas lancarnya. Aset lancar yang lebih besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki (*working capital*) modal kerja yang lebih besar. Perusahaan dapat menggunakan *working capital* tersebut untuk membeli bahan baku yang diperlukan perusahaan untuk melakukan produksi dalam jumlah yang besar. Bahan baku yang tersedia dapat membuat perusahaan merespons permintaan pelanggan dengan lebih cepat, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan yang dimiliki perusahaan. Peningkatan penjualan yang disertai dengan efisiensi pembayaran kepada pemasok dapat membuat perusahaan memperoleh diskon, apabila membayar dalam periode diskon dan terdapat kebijakan diskon dari pemasok (*supplier*). Diskon tersebut membuat beban yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar pemasok (*supplier*) menjadi lebih efisien. Peningkatan penjualan yang disertai dengan efisiensi beban akan dapat meningkatkan laba bersih yang dimiliki perusahaan. Peningkatan laba bersih yang lebih besar dibandingkan dengan total aset yang dimiliki akan membuat *ROA* yang dimiliki oleh perusahaan meningkat. Penelitian Sholihah & Suzan (2019) menyatakan bahwa “*Current Ratio*

(*CR*) memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas (*ROA*)”. Sedangkan, Rambe et al. (2021) menyatakan bahwa “*Current Ratio (CR)* tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas (*ROA*)”.

*Debt to Assets Ratio (DAR)* merupakan rasio kedua yang mempengaruhi profitabilitas (*ROA*). Menurut (Kieso et al., 2020), “*Debt to assets ratio* merupakan rasio yang mengukur persentase total aset yang diberikan oleh kreditur”. “*DAR* adalah rasio yang menunjukkan bagaimana utang lancar dan utang jangka panjang dibandingkan dengan total seluruh aset yang dimiliki” (Yanti & Chandra, 2019). Menurut Yoewono (2023), “rasio ini menunjukkan persentase dari aset milik perusahaan yang didapatkan melalui liabilitas”. “*DAR* dapat dihitung dengan membagi total liabilitas yang terdiri dari liabilitas jangka pendek dan liabilitas jangka panjang dengan total seluruh aset yang dimiliki perusahaan” (Weygandt et al., 2019).

“*DAR* yang tinggi artinya pendanaan aset perusahaan yang berasal dari liabilitas lebih besar. Hal tersebut menandakan perusahaan dapat membeli aset baru dengan menggunakan liabilitas. Perusahaan dapat melakukan pembelian aset baru (mesin) untuk meningkatkan produktivitas dan penjualan perusahaan. Mesin yang baru dapat membuat perusahaan memproduksi produknya dengan lebih efisien, sehingga dapat memenuhi permintaan dari konsumen dengan cepat serta meningkatkan penjualan. Peningkatan penjualan yang disertai dengan efisiensi beban (*repair & maintenance*) akan meningkatkan laba bersih perusahaan. Laba bersih yang peningkatannya lebih tinggi dibandingkan total asetnya akan membuat *ROA* perusahaan meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Sanjaya & Sipahutar (2019) menyatakan “*DAR* berpengaruh positif terhadap *ROA*”. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Yuniar & Woestho (2021) menyatakan “*DAR* tidak berpengaruh terhadap *ROA*”.

Rasio ketiga yang mempengaruhi profitabilitas (*ROA*) adalah *Sales Growth (SG)*. Menurut Weetman (2019), “*SG* merupakan rasio yang mengukur penjualan perusahaan dibandingkan dengan tahun sebelumnya”. Menurut Tjandra & Hariyadi (2023), “rasio ini dihitung dengan mengurangi penjualan perusahaan pada tahun ini

dengan tahun sebelumnya, kemudian dibagi dengan penjualan perusahaan tahun sebelumnya”. Semakin tinggi *sales growth*, maka pertumbuhan penjualan perusahaan tahun tersebut meningkat dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan penjualan yang disertai dengan menjaga mutu dan kualitas produk yang dimiliki oleh perusahaan akan membuat produk tersebut disukai oleh konsumen. Mutu dan kualitas produk dapat dijaga dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas. Semakin baik kualitas produk yang dihasilkan akan membuat produk tersebut disukai oleh konsumen. Produk yang disukai dan memiliki kualitas bagus akan menciptakan *customer loyalty* dan menanamkan *brand image* yang baik bagi konsumen. Peningkatan penjualan yang disertai dengan *brand image* yang baik akan membuat beban (*expenses*) yang harus dikeluarkan perusahaan untuk promosi akan semakin rendah. Perusahaan tidak membutuhkan promosi yang berlebih untuk menjual produk karena produknya disukai oleh konsumen. Penjualan yang meningkat disertai efisiensi beban promosi akan membuat laba bersih perusahaan lebih besar. Peningkatan laba bersih yang lebih besar dibandingkan total asetnya akan membuat *ROA* perusahaan meningkat. Penelitian Ramli & Yusnaini (2022) menyatakan bahwa “*Sales Growth (SG)* berpengaruh positif terhadap profitabilitas (*ROA*)”. Sedangkan, penelitian Murthi et al. (2021) menyatakan bahwa “*Sales Growth (SG)* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas (*ROA*)”.

*Inventory Turnover (ITO)* merupakan rasio terakhir yang mempengaruhi profitabilitas (*ROA*). Weygandt et al. (2019) menyatakan “*ITO* adalah rasio yang menghitung likuiditas persediaan perusahaan pada suatu periode”. “*Inventory turnover* dapat dihitung dengan membagi *Cost of Goods Sold (COGS)* dengan *Average Inventory*” (Weygandt et al., 2019). *Inventory turnover* yang tinggi menunjukkan bahwa persediaan perusahaan cepat terjual dalam suatu periode. Hal tersebut akan membuat penjualan perusahaan meningkat. Semakin cepat persediaan perusahaan terjual maka beban yang dikeluarkan untuk menyimpan persediaan akan semakin rendah. Beban yang rendah, disertai dengan peningkatan penjualan, akan meningkatkan laba bersih perusahaan. Peningkatan laba bersih yang lebih tinggi dibandingkan total asetnya akan menyebabkan *ROA* perusahaan meningkat. Penelitian Hayati et al. (2019) menyatakan bahwa “*inventory turnover* memiliki

pengaruh positif terhadap profitabilitas (*ROA*)”. Sedangkan, Marpaung & Ginting (2020) menyatakan bahwa “*inventory turnover* tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas (*ROA*)”.

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian Hayati et al. (2019), namun memiliki perbedaan, yaitu:

1. Menambahkan variabel *Debt to Assets Ratio (DAR)* yang mengacu pada Yuniar & Woestho (2021).
2. Pada penelitian ini, objek yang digunakan adalah perusahaan sektor *Consumer Goods* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada penelitian sebelumnya, objek yang digunakan adalah PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk Tanjung Morawa.
3. Periode yang digunakan pada penelitian ini adalah tahun 2020-2022. Sedangkan, periode penelitian sebelumnya adalah tahun 2013-2017.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini berjudul “**PENGARUH *CURRENT RATIO, DEBT TO ASSETS RATIO, SALES GROWTH* DAN *INVENTORY TURNOVER* TERHADAP PROFITABILITAS**”.

## **1.2 Batasan Masalah**

Batasan masalah yang dijelaskan dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets (ROA)*.
2. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah *Current Ratio (CR)*, *Debt to Assets Ratio (DAR)*, *Sales Growth (SG)* dan *Inventory Turnover (ITO)*.
3. Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah perusahaan sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan klasifikasi sektor industri tahun 2020.
4. Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2020-2022.

### 1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Current Ratio* (*CR*) berpengaruh positif terhadap Profitabilitas?
2. Apakah *Debt to Assets Ratio* (*DAR*) berpengaruh positif terhadap Profitabilitas?
3. Apakah *Sales Growth* (*SG*) berpengaruh positif terhadap Profitabilitas?
4. Apakah *Inventory Turnover* (*ITO*) berpengaruh positif terhadap Profitabilitas?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh positif *Current Ratio* (*CR*) terhadap Profitabilitas.
2. Pengaruh positif *Debt to Assets Ratio* (*DAR*) terhadap Profitabilitas.
3. Pengaruh positif *Sales Growth* (*SG*) terhadap Profitabilitas.
4. Pengaruh positif *Inventory Turnover* (*ITO*) terhadap Profitabilitas.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada:

1. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan dan meningkatkan profitabilitas perusahaan.

2. Investor

Penelitian ini diharapkan dapat membantu investor dalam membuat keputusan dan informasi mengenai rasio keuangan yang mempengaruhi profitabilitas.

3. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan akan profitabilitas.

4. Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi berguna bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi untuk mengembangkan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

## 5. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi penulis wawasan yang lebih luas mengenai pengaruh rasio keuangan yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini terbagi menjadi 3 bab, yaitu:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi pembahasan tentang uraian latar belakang penelitian, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan teori-teori yang menjadi acuan dan relevan bagi permasalahan yang akan diteliti, membahas penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai referensi penelitian ini, variabel-variabel penelitian, hipotesis penelitian dan model penelitian yang digunakan.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan deksripsi umum tentang objek penelitian, metode penelitian, variabel-variabel penelitian, proses pengumpulan data, analisis data dan pengujian hipotesis.

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai penjabaran mengenai proses-proses untuk mendapatkan hasil penelitian yang meliputi tahap analisis data, pemilihan objek penelitian, sampai dengan hasil pengujian serta implementasi yang menjadi jawaban untuk rumusan masalah yang telah dirancang.

## **BAB V    SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan simpulan dan keterbatasan pada penelitian ini. Selain itu, terdapat juga saran yang dapat digunakan oleh berbagai pihak sebagai masukan untuk melakukan perbaikan ataupun pengembangan.

