

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* TERHADAP
PROFITABILITAS PERUSAHAAN**

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode 2014-2015)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

ROBBY HERYANTO
NIM. 12030110141067

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2017

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Robby Heryanto
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110141067
Fakultas/Jurusan : Eknomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN**

Dosen Pembimbing : Agung Juliarto, SE., Msi., Akt., Ph.D

Semarang, 12 Juni 2017
Dosen Pembimbing,

(Agung Juliarto, SE., Msi., Akt., Ph.D)
NIP. 19730722 200212 1002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Robby Heryanto
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110141067
Fakultas/Jurusan : Eknomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 02 Agustus 2017

Tim Penguji

1. Agung Juliarto, SE., Msi., Akt., Ph.D (.....)
2. Aditya Septiani, SE., Msi., Akt (.....)
3. Adityawarman, SE., M.Acc., Akt (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Robby Heryanto, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 12 Juni 2017
Yang membuat pernyataan,

(Robby Heryanto)
NIM. 12030110141067

ABSTRACT

The aims of this research are to analyze (1) the impact of corporate social responsibility disclosure (CSR) on return on assets (ROA), (2) the influence of corporate social responsibility disclosure (CSR) on return on equity (ROE), (3) influence of corporate social disclosure (CSR) on earning per share (EPS) and (4) the impact of corporate social responsibility (CSR) disclosure on net profit margin (NPM) on manufacturing companies listed on the BEI period 2014-2015. CSR disclosure is measured by CSR Indexes based on the 4th generation Global Reporting Initiative (GRI) Index (G4). Profitability is measured by return on equity (ROA), return on equity (ROE), earnings per share (EPS), and net profit margin (NPM).

The population used in this study are all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2014-2015. The research sample used is manufacturing companies that disclose social responsibility in 2014 and 2015 by using purposive sampling method. There are 68 companies in 2014 and 71 companies in 2015 that meet the criteria as the research sample. The analytical tool used to test the hypothesis is Partial Least Square (PLS)

The results show that corporate social responsibility (CSR) has a positive and significant effect on profitability by using net profit margin proxy (NPM), while using return on asset (ROA), return on equity (ROE), earnings per share (EPS) Has no significant effect.

Keyword: *corporate social responsibility (CSR), profitability, return on asset (ROA), return on equity (ROE), earning per share (EPS), net profit margin (NPM)*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *return on asset* (ROA), (2) pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *return on equity* (ROE), (3) pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *earning per share* (EPS) dan (4) pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *net profit margin* (NPM) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2015. Pengungkapan CSR diukur dengan Indeks CSR berdasarkan Indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi ke 4 (G4). Profitabilitas diukur dengan rasio *return on assets* (ROA), *return on equity* (ROE), *earning per share* (EPS), dan *net profit margin* (NPM).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2014-2015. Sampel penelitian yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang mengungkapkan pertanggungjawaban sosial pada tahun 2014 dan 2015 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Terdapat 68 perusahaan pada tahun 2014 dan 71 perusahaan pada tahun 2015 yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas dengan menggunakan proksi *net profit margin* (NPM), sedangkan dengan menggunakan proksi *return on asset* (ROA), *return on equity* (ROE), *earning per share* (EPS) tidak berpengaruh secara signifikan.

Kata kunci: *corporate social responsibility* (CSR), profitabilitas, *return on asset* (ROA), *return on equity* (ROE), *earning per share* (EPS), *net profit margin* (NPM)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil ‘alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (SI) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Penulis banyak memperoleh dorongan dari berbagai pihak dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Suharnomo, SE.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
2. Fuad, M.Si.,Ph.D. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Dr. Jaka Isgiyarta, MSi.,Akt. Selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Agung Juliarto, SE.,M.Si.,Ph.D.,Akt. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dan memberi masukan serta berbagi pengalaman kepada penulis. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu, arahan, dan nasihat yang mudah-mudahan bermanfaat.
6. Segenap staf dan karyawan Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro atas bantuannya selama ini.
7. Kepada orangtua tercinta, ibu Hapsah Maya Sapira, bapak Kecu Sadani, dan papah Arsyad Chasturi. Terimakasih atas segala cinta dan kasih sayang selama ini, yang terus menguatkan dan memberikan dorongan kepada penulis.
8. Adik-adik tercinta, Tasha Kartika Ashari, Muhammad Fawwaz Fauzan, dan Muhammad Fariz Farhan. Kepada kakak tercinta, mbak ida, mbak desy, dan mas Adi. Terimakasih atas segala do’a dan kasih sayang yang telah diberikan.

9. Arandha Kusma Claudia, terimakasih atas waktunya selama ini, yang selalu setia menemani penulis dalam segala kondisi.
10. Sahabat-sahabat terbaik, cicik, bayik, bundo, depi, kekeuh, dan dika. Terimakasih atas support yang telah diberikan selama ini, canda, tawa, dan tangis yang tercipta memberikan kekuatan kepada penulis.
11. Teman-teman akuntansi angkatan 2010 reguler 2. Semoga pertemanan kita akan tetap terjaga, dan tetap terjalin silaturahmi diantara kita.
12. Ibu dan bapak kos terbaik, ibu siti dan bapak sugimin. Terimakasih atas segala nasihat dan pelajaran hidup yang telah diberikan.
13. Teman-teman kos ungu, cumay, daru, tiko, ferry, januar, bobby bonteng, upin, faza, ciblek, amirul, kak sari, husni, gery. Semoga cerita kita akan selalu terkenang dan memberikan pengalaman dan pelajaran berarti dimasa yang akan datang.
14. Teman-teman badminton Tokyo 2020, anoy, nopi, masni, bayam, nay, purwanto. Terimakasih atas canda tawa selama ini.
15. Seluruh pihak yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan dan dukungan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis mohon maaf apabila dalam skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan karena keterbatasan ilmu, pengetahuan, dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik guna perbaikan tulisan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna bagi pihak-pihak yang berkementingan, terutama di bidang akuntansi.

Semarang, 16 Juni 2017

Penulis,

Robby Heryanto

NIM.12030110141067

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.4 Sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Legitimacy theory.....	9
2.1.2 Konsep CSR	11
2.1.3 Teori Stakeholder	14
2.1.4 Pengungkapan CSR.....	19
2.1.5 Profitabilitas	24
2.1.6 Ukuran Perusahaan.....	29
2.1.7 Leverage	30
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Perumusan Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	37
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	44
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.5 Metode Analisis	46
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	46
3.5.2 Structuran Equation Model – Partial Least Square	46
3.5.3 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	47

3.5.4	Evaluasi Model Strukturan (Inner Model)	48
3.5.5	Pengujian Hipotesis	49
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS DATA	51
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	51
4.2	Analisis Data.....	53
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	53
4.2.2	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	56
4.2.2.1	Convergent Validity.....	56
4.2.2.2	Discriminant Validity	56
4.2.2.3	Composite Reability	58
4.2.3	Evaluasi Model (Inner Model)	59
4.2.4	Uji Hipotesis.....	60
4.3	Interpretasi Hasil.....	62
BAB V	PENUTUP	66
5.1	Simpulan	66
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	67
5.3	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Variabel dan Definisi Operasional	42
Table 4.1	Sampel Penelitian Tahun 2014.....	52
Tabel 4.2	Sampel Penelitian Tahun 2015.....	52
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif.....	53
Table 4.4	Nilai Outer Loadings dan Average Variance Extracted (AVE) ..	56
Table 4.5	Nilai Discriminant Validity (Cross Loadings)	57
Tabel 4.6	Nilai Discriminant Validity (Latent Variable Correlations).....	57
Table 4.7	Nilai Composite Reliability	58
Table 4.8	R Square	59
Table 4.9	Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Statistic)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka pemikiran	34
------------	--------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Indikator Global Reporting Initiative (GRI) G4.....	71
Lampiran B	Daftar perusahaan manufaktur tahun 2014	78
Lampiran C	Daftar perusahaan manufaktur tahun 2015	80
Lampiran D	Output SMART-PLS	82

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan telah mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Menurut Wibisono (2007:3), saat industri berkembang setelah terjadinya revolusi industri, banyak perusahaan yang masih memfokuskan dirinya sebagai suatu organisasi yang hanya mencari keuntungan belaka.

Namun, semakin lama telah terjadi ketimpangan dari sisi ekonomi antara pelaku usaha dengan masyarakat yang berada di sekitarnya, kegiatan perusahaan sering memberikan suatu dampak yang negatif bagi lingkungan di sekitar. Hal inilah yang menjadi latarbelakang perusahaan diwajibkan untuk melakukan tanggung jawab sosial.

Implementasi kegiatan CSR semakin terasa pada sekitar tahun 1960-an saat masyarakat dunia pulih dari perang dunia ke II. Saat itu persoalan kemiskinan yang semula selalu terabaikan mulai mendapat sedikit perhatian dari berbagai kalangan. Persoalan ini pun mendorong berbagai aktivitas yang berhubungan dengan pengentasan kemiskinan dengan mendorong agar berkembangnya sektor produktif dari masyarakat (Wibisono, 2007:4).

Perkembangan sekitar tahun 1990-an merupakan periode yang diwarnai dengan berbagai pendekatan integral, pendekatan *stakeholder*, maupun pendekatan *civil society*. Beberapa pendekatan tersebut telah mempengaruhi praktek *community development* (CD). Dimana CD dapat menjadi suatu

aktivitas yang melintasi berbagai sektor karena mencakup baik aktivitas produktif maupun sosial dan juga melintasi berbagai perilaku sebagai konsekuensi seiring berkembangnya keterlibatan antar pihak (Wibisono, 2007:6). Pada periode ini perusahaan mulai melakukan berbagai aktivitas CSR-nya secara sukarela, tanpa adanya paksaan, dan semata-mata ditujukan untuk kepuasan *stakeholder*-nya.

Di Indonesia sendiri, praktik CSR mulai banyak dilakukan oleh perusahaan di akhir tahun 1990-an yang dimulai dengan dikeluarkannya UU. No. 23 tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup (UUPH) pasal 41 ayat (1) berisi : “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Kemudian di dalam UUPH pasal 42 ayat (1) menyatakan : ”Barangsiapa karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah”.

Dengan ditetapkannya undang-undang tersebut, walau memang belum mewajibkan perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR, dan kegiatan CSR yang dilakukanpun masih merupakan kegiatan yang terbatas karena bersifat sukarela. Namun, setidaknya undang-undang tersebut membuka harapan bahwa nantinya dapat membuat perusahaan tidak melakukan berbagai macam kegiatan usaha yang dapat mencemari lingkungan.

Isu mengenai CSR semakin hari semakin berkembang di kalangan masyarakat, perusahaan, dan para *stakeholdernya*. Meskipun belum ada Undang-undang yang menyatakan bahwa perusahaan harus melakukan kegiatan CSR, hingga sampai pada akhirnya pemerintah mengeluarkan peraturan tentang CSR yang baru, yaitu UU. No. 40 tahun 2007. Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Barang siapa perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Dengan ditetapkannya peraturan tersebut, maka setiap perusahaan yang melakukan kegiatan usahanya di bidang dan/atau yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam, wajib melakukan kegiatan CSR. Dengan berlakunya peraturan baru tersebut, kegiatan CSR kini bukan lagi hanya bersifat sukarela, namun telah menjadi sebuah kewajiban bagi perusahaan.

Persaingan usaha yang semakin ketat yang disebabkan oleh dampak globalisasi, dan mulai diberlakukannya perdagangan bebas, telah menggeser paradigma bisnis dari *Comparative Advantage*, menjadi *Competitive Advantage*, yang akhirnya memaksa setiap kegiatan bisnis yang dilakukan perusahaan harus memilih strategi yang tepat dan efektif. Strategi yang dimaksud adalah dimana perusahaan harus berada dalam posisi yang strategis dan dapat beradaptasi dengan baik dengan lingkungan di sekitar perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan mekanisme yang lebih luas dan pendekatan baru untuk meningkatkan tingkat akuntabilitas tentang masyarakat dan negara oleh setiap manajemen puncak. Serta dapat membantu setiap korporasi dan manajer mereka, sehingga digunakan dari berbagai peluang dan mengurangi biaya yang dikeluarkan (Sutopoyodo, 2009).

Masyarakat pada saat ini lebih pintar dalam memilih setiap produk yang akan mereka beli/konsumsi. Pada saat ini, masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi atau dihasilkan oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan social, atau perusahaan yang melaksanakan CSR. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menyatakan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk dari suatu perusahaan yang mempunyai citra buruk atau memiliki citra negative di masyarakat. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan tanggung jawab social, atau *corporate social responsibility*, antara lain produk yang dihasilkan semakin diminati oleh konsumen dan perusahaan disukai oleh investor. Selain itu, *Corporate social responsibility* dapat digunakan sebagai alat marketing model baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan secara jangka panjang atau berkelanjutan. Untuk melaksanakan berbagai kegiatan CSR berarti perusahaan harus mengeluarkan sejumlah biaya, dan biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang harus ditanggung oleh perusahaan sehingga mengurangi pendapatan, dan mengakibatkan tingkat profit perusahaan akan mengalami penurunan. Akan tetapi, sisi baik dengan melaksanakan kegiatan CSR, citra

perusahaan akan semakin baik di mata konsumen, sehingga loyalitas konsumen akan semakin tinggi.

Dari uraian diatas dapat memberikan bukti bahwa terdapat suatu hubungan antara praktik kegiatan CSR, dengan strategi perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas bagi perusahaan. Dengan perusahaan melakukan praktik CSR, secara tidak langsung hal tersebut menjadi salah satu kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat dan para investor. Perusahaan akan menarik hati konsumen dan investor dengan kegiatan-kegiatan sebagai bentuk tanggungjawab terhadap lingkungan. Selain itu, aktivitas CSR perusahaan dapat diakui sebagai suatu investasi jangka panjang perusahaan di dalam mengembangkan produk atau meminimalisasi biaya produksi.

1.2 Rumusan Masalah

Pelaksanaan CSR yang dilakukan suatu perusahaan tidak hanya sebagai bentuk tanggung jawab sosial saja, tetapi juga dapat dijadikan sebagai salah satu strategi bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. kegiatan CSR perusahaan dapat memberi pandangan kepada masyarakat sebagai konsumen, dan para *stakeholder* yang memiliki kepentingan, bahwa kegiatan yang dilakukan perusahaan tidak hanya semata-mata untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi juga melakukan kegiatan yang bermanfaat sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan sekitar perusahaan dan masyarakat luas.

Atas dasar uraian tersebut, permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan, terhadap profitabilitas perusahaan itu sendiri.

Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran yang sebenarnya tentang program CSR yang benar-benar dilakukan oleh perusahaan dengan hubungannya terhadap strategi yang akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Selain itu, dapat disimpulkan mengenai motif apa yang sebenarnya dimiliki perusahaan di dalam melaksanakan setiap kegiatan CSR dan bagaimana praktik CSR perusahaan itu sendiri dilakukan. Dalam hal pengembangan dan pengkajian teori, hasil telaah pustaka dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penelitian-penelitian lainnya.

Bagi perusahaan, dengan menggunakan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Serta sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja perusahaan dimasa yang akan datang.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disajikan dalam lima bab, dimana setiap bab akan disusun secara sistematis, sehingga dapat dengan jelas menggambarkan hubungan antara satu bab dengan bab lainnya, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menerangkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini menerangkan tentang dasar-dasar teori yang didapat dari literatur-literatur serta bahasan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Dalam bab ini diterangkan pula kerangka pemikiran dan hipotesis yang akan diuji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Oleh karena itu diuraikan variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang akan digunakan.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab ini membahas secara deskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian, analisis dan data yang digunakan, serta pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan akhir yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya dan saran-saran yang diberikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian.