

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, isu mengenai *Islamic Corporate Social Responsibility* masih menjadi tema yang hangat dan banyak diperbincangkan di berbagai negara, baik di negara-negara yang penduduknya mayoritas muslim maupun negara-negara non-muslim yang tidak menjalankan hukum syariah sebagai dasar etika dalam bisnisnya.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat yang menekankan bahwa pemilik perusahaan mempunyai tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungannya (Obaloha, 2008).

Setelah tenggelam sekian lama, kini ide untuk memasukkan etika ke dalam dunia ekonomi dan bisnis mencuat kembali. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak lagi ditempatkan dalam ranah sosial dan ekonomi sebagai imbauan, tetapi masuk ranah hukum yang ‘memaksa’ perusahaan ikut aktif memperbaiki kondisi dan taraf hidup masyarakat. Sebagaimana di Indonesia, Pemerintah secara khusus mendorong peran serta perusahaan-perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR. Regulasi mengenai hal tersebut tertuang dalam pasal 74 Undang-Undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Aturan lain yang juga memuat mengenai CSR adalah Undang-Undang No. 25 tahun 2007 pasal 15 (b) dan pasal 16 (d) tentang Penanaman Modal.

Dalam konteks global, istilah CSR (*Corporate Social Responsibility*) mulai digunakan tahun 1970-an dan semakin populer setelah kehadiran buku *Cannibals*

*with Forks: The Triple Bottom Line in 21<sup>st</sup> Century Business* (1998), karya John Elkington. Tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas *The World Commission on Environment and Development* (WCED) dalam Brundtland Report, dikemas oleh Elkington menjadi 3P, yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), tapi juga harus memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*), dan kesejahteraan masyarakat (*people*) (Suharto, 2008)

Survei “*The Millenium Poll on CSR*” 1999 yang dilakukan oleh Environics Internasional (Toronto), Conference Board (New York), dan Prince of Wales Business Leader Forum (London), diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini perusahaan, 60% mengatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan yang paling berperan dibandingkan etika bisnis, perlakuan terhadap karyawan, dan dampak terhadap lingkungan. Sedangkan bagi 20 responden, berpendapat citra perusahaan yang akan paling mempengaruhi kesan mereka adalah faktor-faktor bisnis fundamental seperti faktor finansial, ukuran perusahaan, atau manajemen. Sisanya 20% responden berpendapat, sebagai masyarakat yang berada di sekitar perusahaan beroperasi, mereka ingin menghukum perusahaan yang dinilai tidak melakukan CSR, dengan tidak akan membeli produk atau menginformasikan kepada orang lain tentang kekurangan perusahaan tersebut. Sementara bagi perusahaan yang berkaitan dengan eksplorasi sumber daya alam, mereka menjawab akan mengajukan gugatan perwakilan (*class action*) terhadap implikasi adanya kegiatan pertambangan.

Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan CSR ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-

produk ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia (HAM). Sebagai contoh, boikot terhadap produk sepatu Nike oleh warga di negara Eropa dan Amerika Serikat terjadi ketika pabrik pembuat sepatu Nike di Asia dan Afrika diberitakan mempekerjakan anak di bawah umur. (Ghafur, 2007)

CSR dalam perspektif Islam merupakan sebuah sistem sosial dalam pembagian kekayaan berdasarkan kepada cara hidup dan hubungan kemanusiaan yang terjalin antara sesama umat Islam dan juga antara umat Islam dengan golongan bukan Islam (Hablum Minan Naas). Dalam Islam, pelaku ekonomi bertanggung jawab untuk menyantuni masyarakat dan memperhatikan lingkungan sekitar. CSR dalam Islam merupakan salah satu cara dalam mencapai tujuan ekonomi Islam, yaitu kesejahteraan ekonomi, keadilan, distribusi pendapatan yang adil, serta kebebasan individual dalam konteks kesejahteraan sosial.

Di dalam Islam, konsep CSR bukanlah sesuatu yang baru. Tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam Al-Qur`an. Seperti pada firman Allah Subhaanahu wa Ta'aala di dalam QS. Al-Baqarah ayat 205 sebagai berikut :

وَإِذَا تَوَلَّى سَعَى فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفُسَادَ

“ Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk mengadakan kerusakan padanya, dan merusak tanaman-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kebinasaan. ”

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan pendekatan yang seimbang bagi organisasi untuk mengatasi problem ekonomi, sosial dan isu lingkungan dengan cara yang menguntungkan individual maupun masyarakat. Selama dekade terakhir, banyak negara mengembangkan konsep ini untuk menangani masalah pengangguran,

kemiskinan, polusi dan masalah-masalah sosial dan lingkungan lainnya. Selanjutnya, krisis keuangan terakhir telah menarik perhatian luas untuk sosial ekonomi dimensi di bidang keuangan dan perbankan. Telah disepakati bahwa kurangnya etika dan moralitas bisnis yang rendah memiliki konsekuensi *damageable* yang tidak hanya terjadi pada keuangan, tetapi juga sosial dan lingkungan. Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang melakukan kegiatan berdasarkan prinsip-prinsip Islam diharapkan mampu mencerminkan tujuan Islam dalam bidang ekonomi dan sosial serta harus menggabungkan kedua keuntungan dan tanggung jawab sosial ke dalam tujuan mereka karena mereka seharusnya memiliki identitas etika (Hudaib, 2007).

Ada sebuah hadits Nabi shallallahu ‘alayhi wasallam, yang bisa dijadikan landasan dalam etika berbisnis secara umum dan dasar tanggung jawab sosial secara khusus sebagai berikut :

“Dari Abu Hurairah rodhiyallohu ‘anhu, dari Nabi sholallohu ‘alayhi wasallam, beliau bersabda bahwa ketika berada di padang pasir, salah seorang mendengar suara dari awan, ‘*Curahkanlah air ke atas tanah Si Fulan*’. Setelah itu awan tersebut mulai bergerak ke suatu arah dan menurunkan hujan lebat ke atas sebidang tanah yang keras dan berbatu. Seluruh air itu menggenang di suatu tempat lalu mengalir melalui satu saluran. Orang yang mendengar suara itu pun mengikuti aliran air itu. Air itu telah sampai ke suatu tempat di mana seseorang sedang sibuk memasukkan air itu ke tanahnya. Dia bertanya kepada orang itu, ‘*Siapakah Anda?*’ Orang itu memberitahukan namanya seperti yang ia dengar dari awan tadi. Pemilik tanah itu kemudian bertanya, ‘*Mengapa Anda menanyakan nama saya?*’ Dia berkata, ‘*Saya mendengar suara dari awan yang dari padanya Anda mendapat air, ‘curahkanlah air kepada tanah Si Fulan’, dan nama Anda adalah yang telah saya dengar dari awan itu. Amalan apakah yang Anda lakukan di tanah ini?*’ Pemilik tanah itu menjawab,

*‘Karena Anda telah menjelaskan semuanya, saya pun terpaksa menerangkannya. Apa pun yang saya hasilkan dari tanah ini saya bagikan ke dalam tiga bagian. Satu bagian segera saya sedekahkan di jalan Allah Swt., satu bagian saya gunakan untuk keperluan anak-isteri, dan satu bagian lagi saya gunakan untuk tanah ini.’*” (HR. Muslim).

Dari hadits di atas, ada hal yang bisa kita garis bawahi mengenai tiga sasaran hasil bisnis yang telah disebutkan. Sebelum itu, perlu terlebih dahulu mencari padanan istilah yang sesuai untuk ketiga tujuan pemanfaatan hasil bisnis dalam hadits Rasulullah tersebut menurut terminologi berbisnis pada masa kini. Tujuan sedekah di jalan Allah bisa disebut Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Berbasis Syari’ah (TJSP-S) atau *Shari’ah-Based Corporate Social Responsibility* (S-CSR). Tujuan keperluan anak dan istri setara dengan keperluan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga inti, termasuk di dalamnya pemilik usaha dan orang-orang yang digaji untuk kepentingan keluarga inti (misalnya pembantu rumah tangga). Tujuan untuk lahan dapat dipahami sebagai biaya usaha yang dilaksanakan di atas lahan itu, termasuk di dalamnya biaya untuk pengawetan tanah dan air. Jadi, hadits Rasulullah di atas mengisyaratkan bahwa apa pun jenis usaha yang dilaksanakan, hasilnya hendaknya digunakan untuk tiga tujuan / sasaran, yakni untuk S-CSR, untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga inti, dan untuk biaya agar bisnis dapat berkelanjutan di atas lahan itu (Asyraf, hal: 161-163).

Dari sini kita dapat memahami bahwa hadits Rasulullah tersebut di atas ternyata tidak saja mengharuskan pemilik bisnis peduli kepada dirinya dengan memaksimalkan hasil (*output*) dan mengoptimalkan masukan (*input*), melainkan juga memberikan hasil (*outcome*) bagi keluarga yang menjadi tanggung jawabnya dan dampak (*impact*) yang besar bagi kemaslahatan masyarakat.

Zakat merupakan bagian dari konsep CSR yang akan memberikan panduan pada perusahaan untuk memperhatikan kepentingan sosial disamping kepentingan perusahaan itu sendiri. Pemerintah menyadari bahwa jika pengelolaan zakat dilakukan dengan baik, transparan, dan bertanggung jawab, maka banyak persoalan sosial dan ekonomi dalam masyarakat dapat terpecahkan.

Kemiskinan merupakan salah satu problematika yang dihadapi oleh hampir semua negara di dunia. Berbagai upaya telah dilakukan untuk mengatasi tingginya angka kemiskinan. Islam telah menawarkan solusi terbaik dalam mengatasi problematika tersebut melalui zakat. Dengan zakat, Islam ingin menciptakan sebuah sistem ekonomi dimana semua bentuk dari pengeksploitasian dapat dihilangkan. Dan secara bertahap menciptakan pemerataan pendapatan di antara umat manusia. Islam ingin menciptakan keadilan di antara yang kaya dan yang miskin.

Selain sebagai solusi dalam mengatasi kemiskinan, zakat merupakan suatu bentuk ibadah. Hal ini karena zakat merupakan suatu kewajiban yang diperintahkan oleh Allah 'Azza wa Jalla bagi setiap muslim yang memiliki harta senishob dengan syarat-syaratnya. Zakat mempunyai daya untuk dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekaligus dapat menjadi mediator bagi tercapainya kerukunan hidup. Zakat adalah ibadah maaliyah ijtima' iyah yang memiliki posisi sangat penting, strategis dan menentukan, baik dari sisi ajaran agama Islam maupun dari sisi pembangunan kesejahteraan umat (Qordlawi, 2007).

Beberapa hikmah dari pelaksanaan zakat adalah bahwa zakat dapat mensucikan diri dari kotoran dosa, memurnikan jiwa (menumbuhkan akhlaq mulia, murah hati, memiliki rasa kemanusiaan yang tinggi), dan mengikis sifat bakhil dan serakah sehingga dapat merasakan ketenangan batin karena terbebas dari tuntutan Allah

Subhaanahu wa Ta'aala dan kewajiban masyarakat. Zakat merupakan komponen pengungkapan sosial laporan keuangan (*Corporate Social Responsibility*), artinya zakat merupakan salah satu konsep tanggung jawab sosial yang sangat melekat dalam kegiatan perusahaan syari'ah, dimana dalam menjalankan operasional perusahaan syari'ah tidak semata-mata hanya untuk mendapatkan keuntungan yang ditargetkan oleh manajemen dalam jangka pendek atau jangka panjang, akan tetapi semua aspek baik eksternal maupun internal perusahaan perlu diperhatikan (Ilmi, 2011).

Banyak manfaat yang dapat diperoleh masyarakat sekitar dengan konsep CSR ini, diantaranya perluasan lapangan kerja, perkhidmatan *public* yang lebih baik; seperti pelayanan kesehatan, pendidikan, dan berbagai bidang lainnya tergantung pada bentuk CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Sementara itu, CSR juga akan memberikan manfaat dengan menciptakan dan melestarikan lingkungan dan sumber daya yang ada ke arah yang lebih baik.

CSR yang diterapkan tidak hanya memberi manfaat bagi masyarakat dan lingkungan saja, melainkan juga bermanfaat bagi perusahaan. Menurut Wibisono (2007), manfaat CSR bagi perusahaan diantaranya, mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan, layak mendapatkan *social license to operate*, mereduksi resiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumber daya manusia, membentangkan akses menuju market, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat dan produktivitas pekerja, memberikan peluang untuk mendapatkan penghargaan, dan beberapa keuntungan lainnya. Wibisono juga menyampaikan bahwa dalam penerapan CSR, perusahaan dirasa perlu memiliki pandangan bahwa CSR adalah investasi masa depan. Artinya, CSR bukan lagi dilihat sebagai sentra biaya (*cost centre*), melainkan sentra laba (*profit centre*) dimasa

mendatang. Karena melalui hubungan timbal baliknya masyarakat juga akan ikut menjaga kejayaan perusahaan.

Seluruh pelaksanaan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan oleh perusahaan akan disosialisasikan kepada publik salah satunya melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan (*annual report*) yang dikeluarkan oleh perusahaan. Laporan tahunan (*annual report*) memberikan gambaran tentang kinerja perusahaan secara komprehensif baik mengenai informasi keuangan maupun informasi non-keuangan yang perlu diketahui oleh para pemegang saham, calon investor, pemerintah atau bahkan masyarakat. Oleh karena itu, pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi investor untuk melakukan investasi pada perusahaan yang bersangkutan. Tujuan laporan keuangan adalah untuk melaporkan aktivitas-aktivitas perusahaan yang mempengaruhi komunitas, yang mana dapat ditentukan dan dijelaskan atau diukur, dan penting bagi perusahaan dalam lingkungan sosialnya (Belkaoui, 2007).

Penelitian ini mengacu pada penelitian Muhammad Bahrul Ilmi (2011) yang meneliti tentang Pengaruh Zakat Sebagai Tanggungjawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan pada Bank Syari'ah di Indonesia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan dan zakat perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE (sebagai proksi untuk kinerja keuangan perusahaan) pada bank-bank syari'ah di Indonesia. Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian ini bertujuan menguji kembali apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dengan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) sebagai alat ukurnya dan zakat perusahaan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Untuk membedakan dengan penelitian terdahulu, penulis menambahkan *Islamic Corporate Governance* sebagai variabel independen yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Serta menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA) sebagai alat ukur kinerja keuangan perusahaan yang menjadi variabel dependen pada penelitian ini.

Di Indonesia, penerapan *Corporate Governance* semakin marak diperbincangkan setelah terjadinya krisis pada tahun 1997. Krisis moneter yang melanda Indonesia pada waktu itu berimbas pada krisis kepercayaan dan krisis keuangan dunia usaha. Kurangnya transparansi dan akuntabilitas memungkinkan terjadinya manipulasi informasi oleh perusahaan ( Endang, 2007).

Pelanggaran yang bertentangan dengan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) dikalangan perusahaan Indonesia terjadi karena sangat minimnya peraturan yang jelas akan hak dan kewajiban pihak-pihak yang terkait dengan kinerja perusahaan seperti pemegang saham, dewan komisaris maupun direksi, serta *stakeholders* lainnya, sehingga kendali akan kinerja perusahaan menjadi sangat longgar ( Indra, 2006 ).

Pada dasarnya isu tentang *Corporate Governance* dilatarbelakangi oleh *agency theory* yang menyatakan permasalahan *agency* muncul ketika pengelolaan suatu perusahaan terpisah dari kepemilikannya. Dewan komisaris yang berperan sebagai *agent* dalam suatu perusahaan diberi kewenangan untuk mengurus jalannya perusahaan dan mengambil keputusan atas nama pemilik, namun *agent* tersebut mempunyai kepentingan yang berbeda dengan pemegang saham (pemilik).

Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) dianggap mampu untuk meminimalisir terjadinya konflik keagenan, karena dalam GCG terdapat prinsip-prinsip

yang dapat menjaga hubungan baik dan menjamin terpenuhinya hak dari pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Mekanisme *Good Corporate Governance* akan bermanfaat dalam mengatur dan mengendalikan perusahaan sehingga menciptakan nilai tambah untuk semua *stakeholders*. Selain itu penerapan *Good Corporate Governance* di dalam perusahaan diharapkan juga dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, karena pelaksanaan GCG ini dapat meningkatkan kinerja keuangan serta mengurangi resiko akibat tindakan pengelolaan yang cenderung menguntungkan diri sendiri.

Penggunaan Analisis *Return On Asset* (ROA) sebagai alat ukur kinerja keuangan perusahaan pada penelitian ini, karena analisis ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan yang dihasilkan dari rata-rata total aset bank yang bersangkutan. Dalam analisa keuangan ROA mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu alat analisis guna mengukur seberapa efisien manajemen dalam menggunakan aktiva untuk menghasilkan laba. Dengan kata lain ROA menjadi suatu informasi kepada investor tentang seberapa besar laba yang dihasilkan dari modal yang telah ditanamkan. Perusahaan yang menghadapi kompetisi yang tajam dalam dunia usaha akan menerapkan strategi perputaran aktiva atau *Return On Asset* (Husnan 2013).

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul, “**PENGARUH *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *ZAKAT* DAN *ISLAMIC CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP KINERJA KEUANGAN (Studi Kasus pada Bank Syari’ah yang tercatat di BI periode 2010-2016) ”**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada Bank Syariah ?
2. Apakah pemungutan dana zakat berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada Bank Syariah ?
3. Apakah *Islamic Corporate Governance* yang meliputi Dewan Direksi, Dewan Komisaris, Dewan Pengawas Syariah, dan Komite Audit berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada Bank Syariah ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian sehubungan dengan permasalahan yang ada adalah untuk :

1. Mengetahui pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan pada Bank Syariah di Indonesia selama periode 2010-2016.
2. Mengetahui pengaruh Zakat terhadap kinerja keuangan pada Bank Syariah di Indonesia selama periode 2010-2016.
3. Mengetahui pengaruh *Islamic Corporate Governance* yang meliputi Dewan Direksi, Dewan Komisaris, Dewan Pengawas Syariah, dan Komite Audit terhadap kinerja keuangan pada Bank Syariah di Indonesia selama periode 2010-2016.

## **D. Manfaat Penelitian**

Ada beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan peneliti khususnya dalam mengetahui manfaat zakat sebagai salah satu bentuk tanggungjawab sosial perusahaan serta pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* dan *Islamic Corporate Governance* bagi kinerja keuangan perusahaan.

2. Bagi Instansi

Diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi para pelaku usaha khususnya bagi lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia dan umumnya bagi pengusaha muslim dalam menyelenggarakan Tanggungjawab Sosial dan Zakat sebagai bagian dari Tanggungjawab Social berbasis syariah mengingat pengaruh keduanya terhadap kinerja keuangan perusahaan cukup baik. Dan juga melalui penelitian ini diharapkan perusahaan-perusahaan berbasis syariah khususnya Bank Syariah mempertimbangkan penerapan *Islamic Corporate Governance* dalam mengelola perusahaannya.

3. Bagi Masyarakat Umum

Dapat digunakan sebagai bahan rujukan atau referensi serta bahan informasi untuk mengetahui pengaruh dan manfaat *Islamic Corporate Social Responsibility*, zakat serta *Islamic Corporate Governance* terhadap kinerja keuangan perusahaan khususnya pada lembaga keuangan syariah, sehingga dapat mendorong dan memotivasi para pelaku bisnis untuk menerapkan ketiganya pada aktivitas bisnisnya.

## **E. Sistematika Penelitian**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai pengertian *Islamic Corporate Social Responsibility*, zakat, *Islamic Corporate Governance*, Bank Syariah dan kinerja keuangan yang pada intinya menjelaskan teori-teori yang mendukung dalam penyusunan penelitian ini. Selanjutnya disajikan pula penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, kerangka pikir dan hipotesis.

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

Bab ini menguraikan tentang variabel yang digunakan dalam penelitian, dan juga menjelaskan populasi dan penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian. Selanjutnya, menerangkan metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis hasil pengujian sampel.

### **BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisis data, dan interpretasi hasil yang membahas mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang simpulan dari penelitian yang dilakukan berdasarkan hasil analisis, adapun saran yang diajukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian maupun penelitian selanjutnya.