

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan suatu badan atau lembaga yang mengelola pasar modal di Indonesia. BEI menyelenggarakan pasar modal berupa transaksi saham dan transaksi surat hutang (obligasi swasta dan obligasi pemerintah). Selanjutnya perusahaan-perusahaan yang *go public* dan terdaftar di BEI dibagi dalam 9 sektor industri yakni sektor pertanian, sektor pertambangan, sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, sektor industri barang konsumsi, sektor properti real estate dan konstruksi bangunan, sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi, sektor keuangan, serta sektor perdagangan, jasa dan investasi.

Berdasarkan data yang diambil dari situs web IDX (www.idx.co.id) tahun 2020 industri manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) terbagi menjadi tiga industri yaitu; aneka industri, industri dasar dan kimia, yang terakhir industri barang dan konsumsi. Industri barang konsumsi yang terdiri dari lima subsektor yaitu Makanan dan Minuman, Farmasi, Kosmetik dan Barang, Keperluan Rumah Tangga, Peralatan Rumah Tangga. Setiap subsektor industri yang terdaftar sangat membantu pertumbuhan perekonomian dan perkembangan Negara.

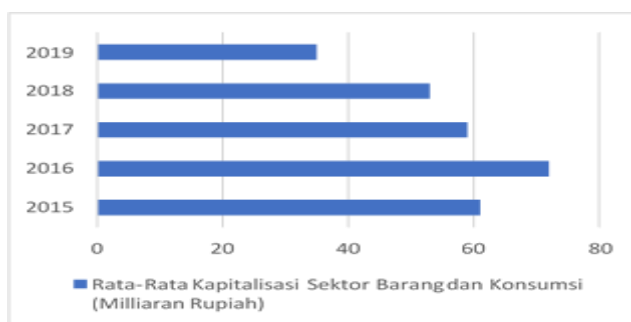
Industri manufaktur terutama barang dan konsumsi merupakan industri yang paling bertahandalam berbagai kondisi perekonomian. Daya tahan sektor manufaktur terutama ditopang sektor konsumen yang tumbuh 28%. Kinerja sektor konsumen juga lebih tinggi dari dua sektor lainnya yakni sektor aneka industri dan industri dasar yang juga menjadi bagian indeks manufaktur (www.kemenperin.go.id).



Gambar 1 Laju pertumbuhan industri manufaktur.

Sumber: BPS, 2020.

Berdasarkan gambar 1.1 menggambarkan pertumbuhan industri manufaktur mengalami penurunan dari tahun 2015 -2017. Penurunan terbesar dari laju pertumbuhan industri manufaktur terjadi pada tahun 2019 yaitu sebesar 3.80%. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), penurunan laju pertumbuhan industri manufaktur dikarenakan adanya perlambatan pertumbuhan konsumsi sehingga menyebabkan penurunan kinerja keuangan dari beberapa emiten yang terdaftar pada sektor barang dan konsumsi. Penurunan kapitalisasi pasar mencerminkan penurunan kinerja emiten sektor barang dan konsumsi. Kapitalisasi pasar adalah sebuah istilah bisnis yang menunjukpada harga keseluruhan dari sebuah perusahaan.



Gambar 2. Rata-Rata Kapitalisasi Pasae Subsektor Barang dan Konsumsi

Sumber: www.idx.co.id, data diolah.

Rata-rata kapitalisasi sektor barang dan konsumsi tahun 2017 hingga tahun 2019 cenderung

mengalami penurunan dari Rp. 72.769.543.379.599 menjadi Rp 59.753.762.627.065. Penurunan dikarenakan penurunan kinerja perusahaan seperti UNVR, ICBP serta KLBF (www.cnbcindonesia.com). Investasi pada sektor manufaktur juga mengalami penurunan pada tahun 2019.

1.2. Latar Belakang

Menurut penelitian Ni Kadek, (2016) Pasar modal sangat diperlukan di Indonesia karena dengan adanya pasar modal maka akan membantu perusahaan untuk menerbitkan sahamnya di Bursa Efek, dengan kegiatan ini maka perusahaan lebih gampang untuk mendapatkan dana dari para investor untuk menanamkan modalnya. Menurut UU No.8 Tahun 1999, Pasar Modal, efek atau surat berharga adalah setiap surat pengakuan utang, surat berharga komersial, obligasi, saham, sekuritas kredit, tanda bukti utang, waran, opsi, setiap right, atau derivatif dari efek, atau setiap instrumen yang telah ditetapkan sebagai efek, (www.ojk.go.id). Ada juga beberapa jenis pasar modal yaitu: saham, obligasi dan reksadana.

Saham menurut Fahmi (2016:271) adalah tanda bukti penyertaan kepemilikan modal atau dana pada suatu perusahaan. Dengan menjual saham para investor ingin mendapatkan keuntungan maka keuntungan dari investor pemegang saham adalah pertama membagi deviden karena deviden merupakan keuntungan perusahaan yang kemudian dibagikan bagi para pemegang saham, dan juga selisih dari harga beli serta harga jual saham yang dilakukan atau yang disebut *capital gain*. Dalam hal ini, pemegang saham akan mendapatkan keuntungan dari penjualan saham karena harga jual yang lebih tinggi daripada harga beli, maka Investor dalam melakukan investasi akan memilih emiten-emiten yang memiliki *capital gains* yang tinggi.

Investor dalam mengambil keputusan investasi memerlukan informasi keuangan. Informasi keuangan dapat diperoleh melalui laporan keuangan. PSAK 1, (2020) laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan

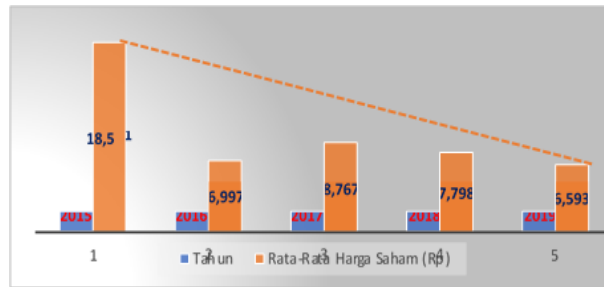
suatu entitas. Kasmir (2016:7) membagi Laporan keuangan berdasarkan jenisnya terdiri dari: Laporan posisi keuangan; Laporan laba rugi, Neraca, Laporan perubahan Ekuitas, dan Laporan Arus kas.. Setelah memperoleh laporan keuangan, investor diharapkan mampu melakukan analisis laporan keuangan. Kasmir (2013:95) menyebutkan bahwa analisis laporan keuangan dapat dilakukan melalui analisis horizontal, analisis vertikal, dan analisis rasio keuangan

Kasmir (2014:104) menjelaskan rasio keuangan sebagai kegiatan membandingkan angka- angka yang ada di dalam laporan keuangan. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponendengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antar komponen yang ada di antara laporan keuangan. Kemudian, angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode. Keunggulan dalam menggunakan rasio keuangan adalah memprediksi keadaan perusahaan melihat nilai perusahaan.

Suad Husnan dalam Ni Kadek (2016), nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Harga pasar saham dianggap sebagai cerminan dari nilai aset perusahaan yang sesungguhnya. Ada beberapa alat ukur dalam nilai perusahaan seperti Price to Book Value (PBV), Market to Book Ratio (MBR), Market to BookAsset Ratio, Market Value of Equity (MVE), Enterprise Value (EV), Price Earnings Ratio (PER), dan Tobins'Q. Proksi yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan adalah Price Earnings Ratio (PER) PER adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan earning per share dalam saham (Irham Fahmi:2013:138). PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Teori sinyal menurut Hartonodan Sukirni dalam Amanda Putri (2019) menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan nilai perusahaan. Jika harga saham meningkat, maka nilai perusahaan akan meningkat, sehingga akan meningkatkan

kesejahteraan pemegang saham atau pemilik perusahaan. Amanda Putri (2019) dalam penelitiannya mengatakan bahwa semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan.



Gambar 3. Rata-rata kapitalisasi pasar dan rata-rata harga saham perusahaan subsektor barang dan konsumsi tahun 2015-2019

Sumber: www.idx.co.id, data diolah.

Nilai perusahaan yang tercermin pada rata-rata harga saham sektor Barang dan Konsumsi pada tahun 2016 cenderung mengalami penurunan di karenakan pada tahun tersebut sektor barang dan konsumsi menurun jika dibandingkan dengan kuartal I tahun lalu. (www.bareksa.com)

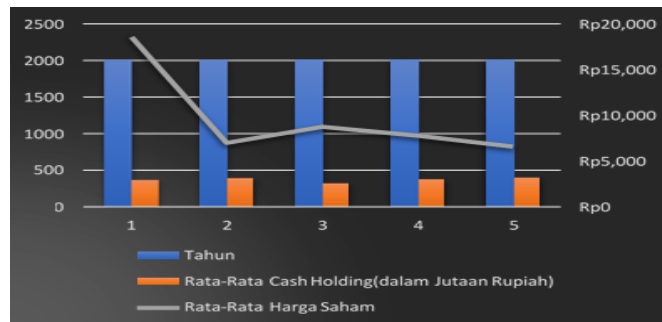
Berdasarkan penelitian Disraeli dkk (2017), Ade Riandar (2016), Rika Amanda (2019), Albertus Bayu (2015), I Gusti (2016) , Ni Kadek (2016), Gregorius (2017), d Dwita Ayu(2013), Lukman (2019), Aviyanti dan Isbanah (2019) dan Wahyu Hidayat (2019) bahwa terdapat beberapa variabel yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tetapi, peneliti menemukan variabel yang tidak konsisten mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu: *Cash Holding*, *Investment Opportunity Set* dan *Leverage*.

Variabel pertama yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan adalah *cash holding*. *Cash Holding* atau ketersediaan kas merupakan salah satu aspek yang sangat penting bagi perusahaan terutama dalam membiayai kegiatan operasional didalam suatu perusahaan (Ade Riandar, 2016). Kepemilikan kas yang sedikit akan mengakibatkan kurangnya dana dalam operasional perusahaan dan kemacetan dalam pembayaran utang. Untuk

mendapatkan dana agar bisa menjalankan operasional perusahaan maka perusahaan bisa menjual asset-aset yang dimiliki oleh perusahaan, menurut teori *pecking order* adalah suatu kebijakan yang ditempuh oleh perusahaan untuk mencari tambahan dana dengan cara menjual aset yang dimilikinya, contohnya menjual gedung, tanah, dan aset lainnya termasuk dengan menerbitkan dan menjual saham di pasar modal dan dana yang berasal dari laba ditahan (*retained earning*) Fahmi, (2012:188).

Peningkatan *cash holding* akan secara konstan meningkatkan nilai perusahaan. Proksi yang digunakan untuk mengukur *cash holding* pada penelitian Albertus Bayu (2015) adalah dengan membandingkan atau membagi kas dan setara kas pada total aset. *Cash holding* yang tinggi akan meningkatkan operasional perusahaan, investasi perusahaan, menanggulangi kredit macet sehingga nilai perusahaan semakin tinggi.

Dengan demikian, *cash holding* diduga memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Ade Riandar, (2016) yang menunjukkan bahwa *cash holding* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tetapi berbeda dengan penelitian Albertus Bayu (2015) yang menunjukkan bahwa *cash holding* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Disraeli (2018), menunjukkan bahwa *cash holding* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. hasil yang sama juga dengan Aviyani dan Isbanah (2019) bahwa *cash holding* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.



Gambar 1.4. Rata-rata harga saham dan rata-rata cash holding pada perusahaan sektor barang dan konsumsi tahun 2015-2019

Sumber: www.idx.co.id (data di olah sendiri)

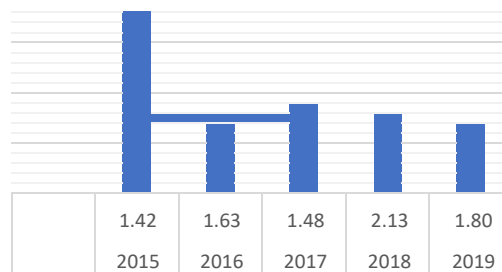
Pada gambar 1.4. menunjukkan bahwa, rata-rata *cash holding* perusahaan sektor barang dan konsumsi cenderung mengalami kenaikan. Ketika perusahaan memegang kelebihan kas atau kas yang berlebih, manajer perusahaan cenderung berupaya untuk kepentingan diri sendiri dari pada kepentingan para pemegang saham dengan pengeluaran yang tidak perlu serta investasi yang tidak menguntungkan bagi perusahaan itu sendiri, ketika *cash holding* tinggi dalam perusahaan dapat memicu agnecy konflik karena terlalu banyak kas yang menganggur memungkinkan pihak manajer menyelewengkan aset tersebut kedalam kepentingan pribadi Jensen dalam Ade Riandar (2016).

Kenaikan rata-rata *cash holding* pada tahun 2016 tidak diikuti dengan kenaikan rata-rata harga saham. Kenaikan harga saham dikarenakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) tertahan di level 4.800-4.900 pertumbuhan IHSG menunjukkan tren positif sepanjang September 2015 sampai awal Maret 2016, telah menguat 14 persen lebih. Di sisi lain penurunan harga saham di tahun 2016 dikarenakan subsektor barang dan konsumsi mengalami penurunan jika dibandingkan dengan kuartal I tahun lalu. (www.bareksa.com).

Variabel kedua yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah *investment opportunity set*. Menurut Myers dalam Rika Amanda (2019) *Investment Opportunity Set* (IOS) adalah keputusan investasi perusahaan dalam bentuk kombinasi antara aset yang dimiliki oleh perusahaan (*asset in place*) dan pilihan-pilihan investasi

perusahaan di masa yang akan datang dengan *Net Present Value* (NPV) positif yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Myers dalam Lukman, (2019), alat ukur yang dipakai untuk mengukur IOS adalah *Market to Book Value of Equity* (MBVE) yaitu rasio yang didasarkan pada harga yang dilihat pertumbuhan perusahaan dari kemampuan perusahaan dalam mendapatkan dan mengelola modal. Nurcahyo dan Putriani dalam penelitian Ni Kadek, (2016). Berdasarkan penelitian terdahulu Lukman, (2019) *investment Opportunity set* berpengaruh signifikan dalam meningkatkan Nilai Perusahaan, dan

Ni Kadek (2016) *investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, begitu juga dengan hasil yang sama oleh Dwita Ayu, (2017) *investment opportunity set* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan hasil yang berbeda dengan Frederik,dkk. (2015) menyatakan *investment opportunity set* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.



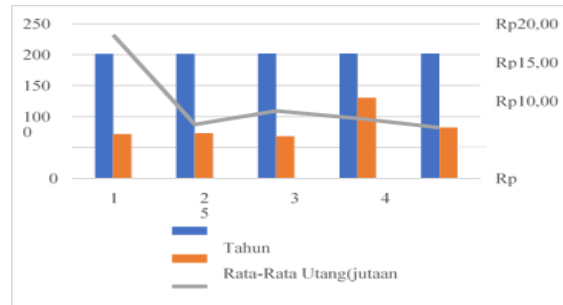
Gambar 1.5. Rata-rata harga saham perusahaan dan rata-rata ekuitas pada bsektor barang dan konsumsi tahun 2015-2019

Sumber: www.idx.co.id (data di olah sendiri)

Gambar 1.5. menunjukkan bahwa perusahaan pada sektor barang dan konsumsi memiliki kecenderungan peningkatan rata-rata ekuitas pada 2015 – 2019. Kenaikan ekuitas tertinggi terjadi pada tahun 2017 tetapi kenaikan ekuitas tersebut tidak diikuti dengan kenaikan rata-rata harga saham. Hal ini terjadi dikarenakan pada tahun 2017 sektor barang dan konsumis terutama industri makanan naik 9,93%, dan juga industri manufaktur mikro dan kecil terutama produksi komputer, barang elektronik dan optik, naik 35,25%.

(www.bps.go.id). Berdasarkan gambar menunjukkan bahwa nilai ekuitas cenderung mengalami kenaikan namun harga saham mengalami penurunan, nilai perusahaan tercermin dari harga pasar sahamnya jika harga saham meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat, sehingga akan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham atau pemilik perusahaan. Rika Amanda (2019).

Variabel ketiga yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Alat ukur yang dipakai untuk mengukur pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan adalah *Debt To Equity Ratio* (DER). DER adalah *ratio* yang biasa digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan menjalankan aktivitas dengan utang atau dana yang disediakan oleh kreditur dan dana yang disediakan oleh pemegang saham. DER tersebut digunakan untuk melihat perbandingan antara utang dan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan jika utang lebih besar dari ekuitas maka akan ada resiko bagi perusahaan. Menurut Hidayat (2019), semakin tinggi *leverage* maka semakin rendah kepercayaan para investor yang menanamkan investasinya dalam bentuk saham, untuk meningkatkan nilai perusahaan asset perusahaan yang dibiayai dengan hutang tersebut harus di manfaatkan secara optimal, sehingga nilai perusahaan akan naik. Berdasarkan penelitian terdahulu Gusti Bagus (2016) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Dwita Ayu (2013), Paulus (2017), Wahyu Hidayat (2019) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



Gambar 1.6. Rata-rata harga saham perusahaan Dan rata-rata Utang pada sektor barang dan konsumsi tahun 2015-2019

Sumber: www.idx.co.id (data di olah sendiri)

Gambar 1.6 menunjukkan bahwa nilai rata-rata utang pada sektor barang dan konsumsi mencapai 824.496.141.048. Kenaikan nilai rata-rata utang ini disebabkan oleh proporsi pembayaran utang dan bunga (*debt service*) terhadap ekspor barang dan jasa (Persen) di tahun 2019 naik menjadi 56,01% (www.bps.go.id).

Menurut Hidayat (2019), semakin tinggi *leverage* maka semakin rendah kepercayaan para investor yang menanamkan investasinya dalam bentuk saham, dan perusahaan yang menggunakan hutang mempunyai kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman. Penggunaan hutang (*external financing*) memiliki risiko yang cukup besar atas tidak terbayarnya hutang, sehingga penggunaan hutang perlu memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Prasetyorini dalam I Gusti (2016)

Dan kenaikan rata-rata utang pada tahun 2019 diikuti oleh penurunan rata-rata harga saham.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena yang dikemukakan diatas maka peneliti ingin meneliti kembali penelitian dengan judul: “**Pengaruh *Cash Holding*, *Investment Opportunity Set* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Pada Industri Manufaktur Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 – 2019)**”.

1.3. Perumusan Masalah

Aviyanti dan Isbanah (2019) mengatakan *signalling theory* merupakan teori yang memberikan petunjuk bagi calon investor oleh perusahaan tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan yang bernilai baik akan memberikan sinyal pada pasar, yang dapat membedakan perusahaan. Menurut Wahyudi dan Hartini dalam Ni Kadek (2016), nilai perusahaan adalah harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual di saat terjadi transaksi, karena harga pasar saham dianggap sebagai cerminan dari nilai aset perusahaan yang sesungguhnya.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan kemakmuran pemegang saham karena nilai perusahaan tercermin dari harga pasar sahamnya. Jika harga saham meningkat, maka nilai perusahaan akan meningkat, sehingga akan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham atau pemilik perusahaan. Jadi, semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu *cash holding*, *investment opportunity set*, *leverage* dan nilai perusahaan menunjukkan hasil yang inkonsisten maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Cash Holding, Investment Opportunity Set dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan pada Tahun 2015-2019**”.

Berdasarkan uraian perumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana *cash holding*, *investment opportunity set*, *leverage* dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan manufaktur sektor Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019?
- b. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara *cash holding*, *investment opportunity* dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan manufaktur sektor Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 –

2019?

c. Apakah terdapat pengaruh secara parsial :

1. *Cash holding* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan manufaktur sektor Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019?
2. *Investment opportunity set* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan manufaktur sektor Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019?
3. *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan manufaktur sektor Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019?

1.4. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui *Cash holding*, *investment opportunity set* dan *leverage* dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan manufaktur sektor Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019
- b. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara *Cash holding*, *investment opportunity* dan *leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan manufaktur sektor Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019
- c. Untuk mengetahui pengaruh parsial:
 1. *Cash holding* terhadap Nilai pada Perusahaan pada Perusahaan manufaktur sektor Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019
 2. *Investment opportunity set* (IOS) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan manufaktur sektor Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019
 3. *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan manufaktur sektor Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesiatahun

2015 – 2019

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Aspek akademis

- a) Penelitian ini merupakan salah satu persyaratan untuk lulus sarjana akuntansi di TelkomUniversity.
- b) Hasil dari penelitian ini bisa dipakai sebagai referensi bagi penelitian tentang nilai perusahaan selanjutnya.

1.5.2. Aspek praktis

- a) Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat membantu investor untuk mengambil keputusan investasi pada perusahaan sektor barang dan konsumsi bisa di investasi atau tidak.

- b) Bagi Perusahaan

Penelitian ini membantu perusahaan perusahaan sektor barang dan konsumsi untuk bisa memperhatikan kinerja perusahaan guna meningkatkan nilai perusahaan.

1.6. Sistematika Penulis Tugas Akhir

Bab I Pendahuluan : gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian

Bab II Tinjauan Pustaka : Tinjauan Pustaka tentang *signalling theory*, nilai perusahaan, *cash holdings*, *IOS* dan *Leverage*, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian permasalahan yang diteliti, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran penelitian, serta hipotesis penelitian.

Bab III: Metodologi Penelitian penjelasan mengenai langkah-langkah penelitian meliputi : Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sample, Pengumpulan Data, serta Teknik Analisis Data.

Bab IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Hasil penelitian dan pembahasan dijelaskan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian sesuai dengan menyajikan hasil penelitian dan pembahasan atau analisis dari penelitian serta menerangkan terori tentang pengaruh di setiap variabel independen terhadap variable dependen.

Bab V :Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan akhir terhadap analisa temuan penelitian serta memberi jawaban atas pertanyaan penelitian. Jawaban atas pertanyaan tersebut nantinya akan dijadikan sebagai saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian