

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa kita pada sebuah perubahan besar, hal ini memberikan tuntutan kepada perusahaan untuk beradaptasi agar bisa bertahan, usaha berbasis online merupakan usaha yang mudah dikembangkan. salah satunya adalah bisnis jasa transportasi dengan kendaraan roda dua maupun empat yang biasa disebut dengan ojek. Ojek merupakan transportasi umum non formal, disebut non formal karena keberadaannya yang tidak memiliki izin pengoperasian, ojek banyak digunakan oleh penduduk di desa maupun di kota, karena mempunyai kelebihan-kelebihan dari angkutan lain, yaitu lebih cepat dan dapat melewati tempat-tempat yang sulit di jangkau. Jika dulu ojek dikelola secara konvensional dan kepemilikan tunggal, sekarang muncul bisnis baru ojek online yang dikelola secara profesional.<sup>1</sup>

Dengan adanya perkembangan teknologi, perusahaan yang ada di Malaysia mendirikan layanan transportasi online bermodalkan aplikasi dan smartphone yang disebut dengan Grab. Perusahaan mendirikan grab juga harus memperhatikan kondisi masyarakat yang berada di sekitar perusahaan agar masyarakat juga bisa merasakan manfaat dari perusahaan, tanggung jawab terhadap lingkungan ini terjadi karena selain mendapat ketimpangan ekonomi antara pelaku usaha dan masyarakat. Kegiatan usaha

---

<sup>1</sup> Kualitas Pelayanan Dan, Riana Puspitasari, and Imelda Aprileny, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang," *Pemasaran* (2020): 1–15.

sering memberikan dampak negative terhadap ekologi atau hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan lingkungannya. Pemilihan alternatif jasa transportasi yang mampu menghindari kemacetan serta harga yang ramah adalah transportasi roda dua (ojek), kini telah hadir ojek online, ojek online adalah perusahaan berjiwa sosial yang bergerak dibidang jasa dengan menggunakan transportasi roda dua serta penggunaan aplikasi dalam pemesanannya.<sup>2</sup> Jasa transportasi adalah salah satu aspek yang cukup penting dalam masyarakat sebagai salah satu aspek memperlancar aktivitas individu setiap hari seperti bekerja, bersekolah dan berbagai kegiatan lain . Adanya layanan ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam hal transportasi.

Layanan yang terdapat pada aplikasi Grab tidak hanya melayani antar jemput penumpang akan tetapi, Grab juga melayani antar jemput barang dan makanan.<sup>3</sup> Keunggulan dari grab Pelanggan dapat menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran, kemudian tampil tarif yang perlu dibayar untuk layanan ini, tarif yang ditetapkan juga tidak terlalu berbeda dengan tarif ojek pada umumnya. Dengan ditampilkannya tarif langsung saat memesan, maka pelanggan akan lebih mudah dan tahu berapa biaya yang harus disiapkan. Berbeda dengan tukang ojek pangkalan, dimana tukang ojek pangkalan sering memasang tarif yang terlalu tinggi dan harus ditawar beberapa lama baru dapat turun, yang jelas memakan waktu dan biaya . Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan hasil kinerja akan sangat mempengaruhi image perusahaan, sehingga hal ini menjadi perhatian penting

---

<sup>2</sup> Anis Agustin, "Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (Go-Jek) Di Surabaya," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6, no. 9 (2017): 42–58.

<sup>3</sup> Igi dola Algina, "Ekspansi Grab Ke Indonesia Tahun 2015-2018," *Energies* 6, no. 1 (2018): 1–8.

bagi perusahaan yang sedang berkembang pesat seperti Grab.<sup>4</sup> Akan tetapi seiring berjalannya waktu banyak muncul problem-problem mengenai pemesanan grab salah satunya yaitu *fake order* atau orderan fiktif. Dengan adanya hal tersebut perusahaan dituntut untuk bertanggung jawab secara sosial terhadap *Driver*. Dengan banyaknya pengguna aplikasi Grab maka, untuk mengantisipasi adanya problem-problem termasuk *fake order* maka PT. Grab menggunakan sistem *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.

*Corporate Sosial Responsibility (CSR)* ini diatur dalam perundang-undangan yaitu dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-undang ini menyebut CSR sebagai tanggung jawab sosial dan lingkungan, mengacu pada Pasal 74 UUPU melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah kewajiban perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam. Maka, dengan adanya aturan ini CSR bukan lagi tanggung jawab moral tetapi menjadi kewajiban hukum yang harus dilaksanakan oleh perusahaan.

CSR bertujuan agar perusahaan dapat memberi kontribusi untuk kemajuan atau peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Kegiatan CSR bagi masyarakat merupakan suatu proses yang bergerak dan bertalian dengan sumber-sumber yang ada di masyarakat, yang saat ini mulai dimanfaatkan oleh perusahaan.<sup>5</sup> Pada poin inilah tampak nyata bahwa pelaku usaha melalui berbagai badan usaha yang berbadan hukum maupun yang bukan berbadan hukum diminta untuk bersama-sama dengan Pemerintah mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat sebab perusahaan juga secara etis moral

---

<sup>4</sup> Rifaldi, Kadunci, and Sulistyowati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta," *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)* 7, no. 1 (2016): 1.

<sup>5</sup> Wendy Chapple and Jeremy Moon, "Corporate Social Responsibility (CSR) in Asia," *Business & Society* 44, no. 4 (2005): 415–441.

dinilai memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat. Tugas nasional ini tidak lagi dipandang sebagai tanggung jawab negara semata-mata untuk melaksanakannya, walaupun memang masih dapat dikaji lebih mendalam menyangkut sampai seberapa jauh sebenarnya perusahaan dapat diminta untuk memikul tanggung jawab mulia itu bila dibandingkan dengan kewajiban negara.

Pernyataan mengenai mengapa CSR penting, tidak cukup dijawab dengan menyatakan bahwa CSR telah diamanatkan UU. Jika CSR dianggap penting karena UU, perusahaan akan cenderung terpaksa dan setengah hati melaksanakan CSR. CSR merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, perusahaan, dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis.<sup>6</sup> Harus ada pemahaman filosofis dan komitmen etis tentang CSR, pentingnya CSR juga perlu dilandasi oleh kesadaran perusahaan terhadap fakta tentang adanya jurang yang semakin lebar antara kemakmuran dan penderitaan, baik pada tataran global maupun nasional. Oleh karena itu, diwajibkan atau tidak CSR harus berkomitmen dan peduli terhadap para pelaku bisnis untuk ambil bagian mengurangi kesedihan masyarakat.

PT. Grab Indonesia sebagai perusahaan yang berkaitan dengan bisnis, saat ini merasakan bahwa saat ini perusahaan tidak hanya memperhatikan faktor teknis dan finansial saja dalam menjalankan bisnisnya, tetapi faktor-faktor intangible seperti faktor reputasi juga harus diperhatikan. CSR oleh perusahaan dipandang sebagai sebuah indikator

---

<sup>6</sup> M.Si. Lina Anatan, S.E., "Corporate Social Responsibility ( CSR ): Tinjauan Teoritis Dan Praktik Di Indonesia," *Jurnal Manajemen Maranatha* 8 (2010): 1–11.

kematangan dan kinerja yang baik dari perusahaan yang menyelenggarakannya. Perusahaan tidak bisa lepas dari keberadaan masyarakat dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya, apalagi perusahaan tersebut berhadapan langsung dengan masyarakat dalam layanan jasa. Maka kondisi ini dimanfaatkan dengan baik oleh PT. Grab Indonesia untuk membangun hubungan yang semakin baik dengan para stakeholdersnya.

Program CSR tidak hanya merupakan kegiatan kreatif perusahaan dan tidak terbatas hanya pada pemenuhan aturan hukum semata, Program CSR merupakan salah satu kegiatan sosial yang wajib dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang beroperasi di Indonesia.<sup>7</sup> Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*Sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*Cost Centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Karena maraknya kasus di dunia grab terutama grabfood seperti kasus orderan fiktif, maka kegiatan CSR penting dalam upaya menjamin driver dan membangun citra dan reputasi perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan baik dari konsumen maupun mitra bisnis perusahaan.

Menurut hasil dari wawancara dan observasi pada tanggal 16 mei 2023 problem yang sedang marak pada kalangan driver kota Kediri saat ini yaitu problem fake order, problem fake order biasa dilakukan oleh konsumen dengan cara memesan grab food melalui aplikasi grab yang ada pada smartphone, setelah *Driver* memesan dan mengantarkan pesanannya konseumen tersebut menghilang begitu saja dan tidak bisa dihubungi. Hal tersebut sangat merugikan driver karena uang pembelian makanan pada

---

<sup>7</sup> Iona Vicenovie oisina Situmeang, *Corporate Sociak Responsibility*, 2016.

mitra menggunakan uang *Driver*, dengan adanya hal tersebut *Driver* bisa mendapatkan ganti rugi pada kantor grab dengan mengajukan beberapa persyaratan.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul implementasi *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dalam meminimalisir permasalahan orderan fiktif yang terjadi di PT. Grab Indonesia menurut perspektif Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Studi Kasus PT. Grab Indonesia Cabang Kota Kediri).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan maka rumusan masalah ini adalah:

1. Bagaimana kebijakan yang diberikan PT. Grab dalam meminimalisir orderan fiktif yang sedang marak di kalangan driver Grab?
2. Bagaimana efektivitas kebijakan dari PT Grab dengan ketentuan *Corporate Sosial Responsibility* CSR?
3. Apakah kebijakan PT. Grab sudah sesuai dengan yang tertera di dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kebijakan dari PT. Grab dalam meminimalisir orderan fiktif yang sedang marak di kalangan *Driver* Grab.

2. Untuk mengetahui efektivitas kebijakan dari PT Grab dengan ketentuan *Corporate Sosial Responsibility CSR*.
3. Untuk mengetahui kesesuaian dari PT. Grab yang tertera di dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Bahwa hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan nilai dan manfaat kepada semua pihak, adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menjadi masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan disiplin ilmu hukum khususnya hukum manajemen dan pemasaran
2. Sebagai informasi bagi PT. Grab Indonesia Cabang Kediri, Jawa Timur dalam melihat manfaat dari program CSR yang diterapkan dan memberikan inspirasi bagi penerapan program CSR yang akan mendatang.

#### **E. Penegasan Istilah**

Judul skripsi yang ditulis adalah “implementasi *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dalam meminimalisir permasalahan orderan fiktif yang terjadi di PT. Grab Indonesia menurut perspektif Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas” untuk memperoleh penjelasan tentang pengertian diatas, maka perlu adanya penjelasan dan penegasan tentang istilah-istilah yang ada pada judul. Berikut merupakan istilah-istilah yang akan dijelaskan dan ditegaskan dalam judul skripsi ini adalah :

- a. PT. Grab

PT. Grab merupakan sebuah perusahaan Malaysia yang mendirikan layanan transportasi online. Layanan tersebut berfungsi untuk membantu masyarakat dalam hal transportasi. Pada layanan Grab ini terdiri dari beberapa layanan yaitu: layanan antar jemput penumpang, layanan *delivery* makanan, dan juga layanan antar jemput barang. Untuk membantu layanan tersebut para pengguna aplikasi Grab menggunakan beberapa fasilitas yaitu meliputi kendaraan roda dua maupun roda empat, dan menggunakan *smartphone* yang mampu diakses diberbagai tempat.

b. *Fake Order* (orderan fiktif)

*Fake order* merupakan salah satu contoh kasus yang sering terjadi dikalangan *Driver Grab*. Dimana pesanan ini sangat merugikan *Driver Grab*, selain merugikan dari segi finansial *Driver Grab* juga akan mendapatkan kerugian dari segi performa akun. Oleh karena itu para *Driver Grab* wajib untuk tahu informasi seputar pesanan fiktif Grab. Supaya bisa menghindari atau meminimalisir kerugian yang akan didapatkan. Order fiktif Grab adalah tindakan atau perilaku dimana ada notifikasi order pada aplikasi Grab *Driver* namun orderan tersebut palsu atau tidak ada. Opik atau pesanan fiktif Grab ini sangat merugikan *Driver* dan juga Grab.

c. CSR

Setiap organisasi khususnya perusahaan memiliki tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam beberapa aspek operasional perusahaan. Umumnya tanggung jawab tersebut merupakan rasa sosial terhadap aspek yang berdampak pada lingkungan seperti populasi, keamanan produk dan tenaga kerja.



Menurut Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan

Terbatas (UUPT) pada pasal 1 ayat 3 menyatakan CSR sebagai berikut:

“Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang yang bermanfaat, baik perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”

Maka berdasarkan Undang-undang di atas setiap perseroan terbatas menegemban tanggung jawab sosial dan lingkungan, atau suatu respon dan langkah nyata perusahaan untuk ikut andil memberikan kontribusi bagi sosial maupun lingkungan tempat dimana perusahaan tersebut berada guna meningkatkan kualitas masyarakat dan lingkungan.

## F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga penelitian dapat memperbanyak teori dan memahami metode dalam mngumpulkan maupun mengolah hasil penelitian.

**Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Judul	Pembahasan	Pembeda
1.	Corporate Sosial Responsibility (CSR) Pt. Grab Indonesia Di Era New Normal Masa Pandemi Covid-19 <sup>8</sup>	Implementasi corporate Social Responsibility (CSR) “Vaksin Untuk Negeri“ PT. Grab Indonesia pada masa new normal pandemik Covid-19.	PT Grab diseluruh Indonesia
2.	Tinjauan Hukum Pidana Islam Terhadap Tindak Pidana Order Fiktif Pada	analisis hukum pidana Islam terhadap tindak pidana order fiktif pada driver grab Indonesia	Yang melakukan fake order drivernya

<sup>8</sup> Novita Damayanti and Yuni Retna Dewi, “Corporate Social Responsibility (Csr) Pt. Grab Indonesia Di Era New Normal Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Pustaka Komunikasi* 4, no. 2 (2021): 236–246.

	Driver Grab Indonesia <sup>9</sup>		
3.	Perlindungan Hukum Terhadap <i>Driver</i> Atas Praktek Pesanan Fiktif Dalam Transaksi Jual Beli Pada Aplikasi Gojek <sup>10</sup>	menganalisis praktek pesanan fiktif dalam transaksi jual beli pada aplikasi Gojek dan perlindungan hukum bagi <i>driver</i> yang mendapatkan pesanan fiktif ditinjau dari hukum positif dan hukum ekonomi syariah.	Menggunakan tinjauan dari hukum positif dan hukum ekonomi
4.	Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (Go-Jek) Di Surabaya <sup>11</sup>	persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi online (GO-JEK)	menggunakan aplikasi gojek
5	Fenomena Kecurangan Pada Bisnis Transportasi Online (Studi Kasus Pada Grab Di Kota Malang) <sup>12</sup>	kecurangan pada aplikasi Grab	Terletak dikota malang
6.	Orderan Fiktif Ojek Online Ditinjau Dari Prinsip Bisnis Islam <sup>13</sup>	orderan fiktif ojek online Grab 15A Kota Metro termasuk dalam bentuk kecurangan ( <i>fraud</i> ).	tindak Kecurangan, atau ketidakjujuran dalam tugas mereka sebagai seorang driver ojek online
7.	<i>Fake Order</i> Pada Toko Fsj_Store Di Marketplace Shopee Tinjauan Hukum	orderan palsu untuk menaikkan <i>rating</i> pada toko FSJ_Store. akan tetapi melanggar etika bisnis syariah karena ketika ada konsumen yang membeli produk dan produk yang dibeli dikirim sesuai dengan yang dipesan	Dilakukan di market place shoope

<sup>9</sup> Achmad fathoni Chudri, "Tinjauan Hukum Pidana Islam Terhadap Tindak Pidana Order Fiktif Pada Driver Grab Indonesia" (2019), <http://digilib.uinsby.ac.id/34791/>.

<sup>10</sup> FAHMI SAMSUL M, "Perlindungan Hukum Terhadap Driver Atas Praktek Pesanan Fiktif Dalam Transaksi Jual Beli Pada Aplikasi Gojek," *skripsi* (2016): 1–23.

<sup>11</sup> Agustin, "Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (Go-Jek) Di Surabaya."

<sup>12</sup> M. H. Navis, "Fenomena Kecurangan Pada Bisnis Transportasi Online (Studi Kasus Pada Grab Di Kota Malang)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 7, no. 1 (2018): 1–17.

<sup>13</sup> A Sakti, "Orderan Fiktif Ojek Online Ditinjau Dari Prinsip Bisnis Islam (Studi Kasus Driver Grab 15 A Kota Metro)" (2019), <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/265/%0Ahttps://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/265/1/Skripsi037.FEBI.2019.pdf>.

	Ekonomi Syariah Dan Etika Bisnis Islam <sup>14</sup>		
8.	Fenomena Kecurangan Pada Bisnis Transportasi Online (Studi Kasus Pada Grab Di Kota Malang) <sup>15</sup>	fenomena kecurangan yang terjadi pada bisnis transportasi online pada Grab Indonesia	Hanya berfokus pada tindak kecurangan
9.	Penegakan Hukum Sopir Grab Yang Menggunakan Aplikasi Orderan Fiktif Di Kota Makassar <sup>16</sup>	Untuk mengetahui Penegakan Penegakan Pasal 35 Juncto Pasal 51 ayat (1) UU RI Nomor 19 tahun 2016 tentang ITE terhadap driver grab yang menggunakan aplikasi orderan fiktif dan untuk mengetahui bagaimana upaya dalam menanggulangi kejahatan orderan fiktif pada aplikasi grab.	Menggunakan pasal 35 Juncto Pasal 51 ayat (1) UU RI Nomor 19 tahun 2016 tentang ITE terhadap driver grab
1.	Orderan fiktif dalam ojek online Di PT aplikasi karya anak bangsa atau gojek. <sup>17</sup>	Praktik dari orderan fiktif dan faktornya	Menggunakan hukum normative

## G. Sistematika penulisan

### Bab I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran awal penelitian yang meliputi latar belakang masalah, perumusan permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan terakhir sistematika penulisan skripsi.

### Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

<sup>14</sup> Laila Nur Robbiah, "Fake Order Pada Toko Fsj\_Store Di Marketplace Shopee Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Dan Etika Bisnis Islam," *skripsi* 33, no. 1 (2022): 1–12.

<sup>15</sup> Navis, "Fenomena Kecurangan Pada Bisnis Transportasi Online (Studi Kasus Pada Grab Di Kota Malang)."

<sup>16</sup> Sakti, "Orderan Fiktif Ojek Online Ditinjau Dari Prinsip Bisnis Islam (Studi Kasus Driver Grab 15 A Kota Metro)."

<sup>17</sup> Achmad Fathoni Al Chudri, "Orderan Fiktif Dalam Ojek Online Di PT Aplikasi Karya Anak Bangsa Atau Gojek," *skripsi* (2016): 1–23.

Pada bab ini berisikan landasan teori yang berhubungan dengan kajian yang akan di bahas dalam penelitian ini, di antaranya pembahasan Umum Tentang PT Grab, fake order, CSR, PT. Dalam bab ini penulis akan mengemukakan pengertian tentang penanganan fake dalam tinjauan CSR pada UUPT

### **Bab III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini memaparkan terkait metode penelitian, yang berisi tentang pola penelitian, waktu dan lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, informan penelitian, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, tahap penelitian.

### **Bab IV : PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN**

Pada bab paparan data dan temuan penelitian ini menguraikan temuan penelitian yang disajikan sesuai dengan topik penelitian. Paparan data ini didapatkan melalui pengamatan di lapangan, hasil dari tanya jawab dengan informan dan juga informasi – informasi lainnya yang dikumpulkan peneliti melalui prosedur pengumpulan data. Analisis permasalahan orderan fiktif yang terjadi di PT Grab, sistem *corporate social responsibily* (CSR) dalam meminimalisir orderan fiktif. Dan temuan data yang berisi tentang kebijakan dari PT Grab dalam meminimalisir orderan fiktif yang sedang marak dikalangan *Driver* Grab, kesesuaian dari PT Grab yang tertera didalam Undang-undang Nomor 40 Thaun 2007 tentang perseroan terbatas.

### **Bab V : PEMBAHASAN**

Pada bagian pembahasan akan menguraikan jawaban berisi kesimpulan dari penelitian, seluruh data yang diperoleh baik berupa primer ataupun sekunder yang

dilanjutkan dengan analisis data yang merupakan jawaban rekomendasi dari peneliti yang dapat meminimalisir dan mengatasi problem kejahatan dan penipuan pada media digital.

## **Bab VI : PENUTUP**

Pada bab ini menguraikan kesimpulan dan saran. Pada bagian kesimpulan akan menjelaskan temuan pokok atau makna utama dari temuan – temuan penelitian berdasarkan rumusan masalah. Sedangkan pada bagian saran dibuat dari pertimbangan peneliti berdasarkan pengalaman peneliti dilapangan yang ditujukan kepada objek penelitian dan peneliti selanjutnya dalam bidang yang sama.