

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam menghadapi ketatnya persaingan bisnis, dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang mempunyai jenis usaha yang sama khususnya pada perusahaan Sub sektor Kosmetik, maka perlu adanya langkah yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan agar tujuan perusahaan dapat tercapai. perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan rendah.

Bagi para investor memerlukan banyak informasi tentang perusahaan yang akan dijadikan tempat berinvestasi. Informasi tersebut bisa dilihat melalui laporan keuangan perusahaan. Pada umumnya setiap perusahaan memiliki tujuan utama yaitu memperoleh keuntungan yang sebesar besarnya dan meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan perlu memiliki sumber dana yang cukup untuk menjalankan bisnisnya, mengembangkan usaha, dan memperluas pasarnya. Salah satu unsur yang perlu diperhatikan dalam mengelola sumber dana yaitu seberapa besar kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dana yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Sumber dana dalam perusahaan dapat internal dan dana eksternal, dana berasal dari dua sumber yaitu dana internal yaitu dana yang

dihasilkan sendiri oleh perusahaan, sementara dana eksternal yaitu dana yang berasal dari luar perusahaan didapat dari para kreditur.

Keputusan investasi merupakan satu dari tiga keputusan yang paling penting bagi perusahaan, selain keputusan struktur modal dan keputusan dividen. Manajer berupaya semaksimal mungkin untuk mengalokasikan dana perusahaan secara tepat di investasi yang memberikan keuntungan paling optimal bagi perusahaan. Keuntungan yang dihasilkan dari investasi yang dilakukan merupakan tolok ukur keberhasilan manajer guna meningkatkan kemakmuran para pemangku kepentingan perusahaan serta nilai perusahaan. Investasi yang dilakukan oleh perusahaan bukan hanya pada proyek-proyek tertentu namun perusahaan juga dapat melakukan dan meningkatkan investasi pada aset perusahaan.

Menurut Piristina dan Khairunnisa (2019) mengatakan bahwa Keputusan investasi merupakan kebijakan yang tak kalah pentingnya dari keputusan pendanaan serta kebijakan deviden. Investasi modal terkait indikator pertama dari kebijakan manajemen keuangan dikarenakan investasi yakni wujud pengalokasian modal yang nantinya mendapatkan laba. Manajemen keuangan salah satunya adalah mengenai keputusan investasi, yang memberikan tanda yang baik tentang pertumbuhan dan perkembangan perusahaan dimasa mendatang yang bisa menaikkan harga saham sebagai penilaian dari nilai perusahaan.

Hasil penelitian Menurut Noviandry Noer Effendy dan Nur Handayani (2020), keputusan investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan kenaikan investasi dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan pertumbuhan investasi yang dapat meningkatkan

nilai perusahaan. Masri Erma Wijaya (2014) juga menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi menurut Fitri Amaliyah dan Eliada Herwiyanti (2020), berbeda hasil keputusan investasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor tidak memandang keputusan investasi untuk menjadi acuan dalam berinvestasi.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah Kebijakan dividen berkaitan mengenai keuntungan yang didapatkan emiten pada akhir periode yang dapat terbagikan kepada investors berupa dividen atau digunakan untuk laba ditahan untuk pembiayaan investasi dimasa mendatang.

Menurut Utami dan Ni Putu Ayu (2018) Kebijakan dividen yaitu kebijakan yang menentukan berapa besar keuntungan setelah pajak yang didapatkan perusahaan akan diberikan pada bentuk dividen kepada pemegang saham. jika pemegang saham menginginkan dividen yang besar dibandingkan dengan capital gain sebagai imbal hasil dari investasi yang sudah dikeluarkan. Pembagian dividen saat ini lebih disukai karena investor beranggapan bahwa memperoleh dividen saat ini memiliki risiko yang rendah dari pada memperoleh capital gain dimasa mendatang, meskipun kedepannya capital gain dapat memberikan keuntungan yang besar dari pada dividen saat ini.

Hasil penelitian Menurut Salama et al, (2019) menyampaikan bahwa nilai suatu perusahaan mempunyai dampak penting pada kebijakan dividen. Pernyataan tersebut didukung juga oleh Nurvianda et al.(2019) yang menyatakan kebijakan dividen memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan (2018), Ayem dan

Nugroho (2016) menyatakan hal penelitian yang serupa. Sedangkan Menurut Triani dan Tarmidi (2019) menyatakan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah suatu indikator dari kekuatan financial pada sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan dalam melalui penjualan dan jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam hal tersebut ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan Senada dengan hasil penelitian Wulandari dan Ardana (2018) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Menurut I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019) ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula nilai suatu perusahaan. Fajar Maulana Nur Amin et al (2019) juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Sembiring dan Ttrisnawati, (2019) Nilai perusahaan merupakan salah satu aspek yang pengaruhi investor dalam berinvestasi. Investor cenderung menginvestasikan modalnya di perusahaan untuk kegiatan operasi perusahaan. ukuran perusahaan yang tinggi berpengaruh pada nilai perusahaan yang semakin tinggi pula. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang stabil. Kondisi yang stabil menyebabkan naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Inverstor berekspektasi pada perolehan dividen dari

perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan saham perusahaan dapat memacu meningkatnya harga saham di pasar modal. Peningkatan ini menunjukkan perusahaan dianggap memiliki “nilai” yang lebih besar.

Ada dua faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal memiliki sifat controllable artinya dapat dikendalikan oleh perusahaan, seperti kinerja perusahaan dan keputusan keuangan. faktor eksternal memiliki sifat uncontrollable artinya tidak dapat dikendalikan perusahaan, seperti tingkat suku bunga. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dari perusahaan dimana faktor-faktor ini sering digunakan oleh investor dalam menilai kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. faktor-faktor tersebut diantaranya keputusan investasi, profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan.





Hasil penelitian Menurut Suardana, dkk (2020), Astika, dkk (2019) dan Pardiyanto (2016) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Menurut Akhmadi (2018), Meidiawati dan Mildawati (2016), menyatakan dalam penelitiannya bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Serupa dengan Menurut Sintyana dan Artini (2019) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda dinyatakan oleh Onasis dan Robin (2016) yang membuktikan bahwa yang mempunyai nilai perusahaan yang baik dalam pembagian dividen serta kesejahteraan pemegang saham Menurut Trafalgar dan Africa, (2019) sedangkan Nilai perusahaan menggunakan rasio PBV, rasio ini digunakan untuk mengukur nilai yang diberikan

oleh pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Nilai buku (book value) dihitung dengan cara total ekuitas dibagi jumlah saham yang beredar Menurut Hidayat dan Arfan, (2022).

Tabel 1.1 Data Keputusan investasi, Kebijakan dividen, Ukuran perusahaan dan Nilai perusahaan Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Periode 2018-2022

Nama Perusahaan	Tahun	Keputusan investasi (x)	Kebijakan dividen (%)	Ukuran Perusahaan (Ln)	Nilai Perusahaan (%)
PT.Martina Berto Tbk (MBTO)	2018	63,03	50,06	12,38	44,8
	2019	43,29	46,05	13,28	42,76
	2020	135,2	1,07	13,23	22,85
	2021	234,3	1,6	13,26	35,47
	2022	25,51	17,4	13,45	33,3
PT.Mustika Ratu Tbk (MRAT)	2018	58,22	32,52	13,14	27,58
	2019	47,04	30,75	13,18	23,53
	2020	44,22	27,73	13,23	25,99
	2021	75,03	28,81	13,26	45,71
	2022	109,4	41,42	13,45	34,87
PT.Mandom Indonesia Tbk (TCID)	2018	3,601	0,20	14,70	1,75
	2019	11,99	10,9	14,76	1,09
	2020	6,376	0,98	14,64	64,47
	2021	4,259	0,65	14,66	69,77
	2022	2,614	0,48	14,68	57,99
PT.Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	2018	57,87	18,08	16,72	11,23
	2019	60,78	17,31	16,84	25,75
	2020	69,82	16,98	16,83	31,75
	2021	83,97	19,43	16,76	64,88
	2022	94,04	20,01	16,78	72,07
PT.Victoria Care Indonesia Tbk (VICI)	2018	46,61	36,99	12,47	1,023
	2019	8,23	0,69	12,55	9,64
	2020	21,39	23,51	12,68	7,21
	2021	19,34	11,86	12,78	9,89
	2022	30	16,85	13,95	1,39
PT.Kino Indonesia Tbk (KINO)	2018	2,43	0,86	15,09	1,82
	2019	2,88	0,65	15,36	8,11
	2020	1,68	0,74	15,47	1,5
	2021	1,61	0,79	15,49	1,07
	2022	1,67	10,9	15,35	1,42

Keterangan :

-  Gap Empiris variabel X1 terhadap Y
-  Gap Empiris variabel X2 terhadap Y
-  Gap Empiris variabel X3 terhadap Y
-  Nilai Perusahaan

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa dari beberapa perusahaan mengalami penurunan dan peningkatan di setiap periode. Pada tahun 2018 menurut Emiten kosmetik menghadapi tantangan berat tahun ini. Selain persaingan antar perusahaan meningkat masuknya berbagai produk impor juga menjadi hambatan. Serta perubahan konsumsi konsumen memberikan pengaruh pada kinerja tahun ini. Dengan tantangan yang dialami pada tahun 2018 menyebabkan kebijakan dividen di sub sektor kosmetik sehingga mengalami penurunan. maka laba yang diperoleh perusahaan di sub sektor kosmetik pun menurun sehingga menyebabkan mengalami penurunan bahkan di beberapa perusahaan disebabkan oleh Perseroan beralih, pada tahun ini daya beli masyarakat masih tertekan. Selain itu, ada tekanan dari kenaikan harga energi, tapering off dan kebijakan tariff masuk Amerika Serikat, serta defisit neraca perdagangan yang membuat pelemahan nilai tukar rupiah. Alhasil, ongkos produksi membengkak. "Karena biaya produksi makin tinggi, sedangkan volume penjualan tidak dapat didongkrak tanpa promo atau diskon,"selain itu adanya produk yang mengalami kendala saat dikeluarkan dari gerai-gerai modern karena kalah bersaing dengan produk lain. Hal itu membuat perseroan harus menanggung biaya material dan biaya overhead lebih tinggi. Pasalnya, kecilnya volume penjualan menyebabkan turunnya marjin keuntungan kotor perusahaan tersebut.

(www.market.bisnis.com).

CNBC Indonesia.com menyatakan bahwa pada tahun 2021 perusahaan kosmetik pada PT. Martina Berto Tbk mengalami kenaikan yang cukup besar sebesar 234,3%. Hingga akhir tahun ini, PT. Martina Berto menghasilkan laba bersih. di akhir tahun 2021, laba bersih PT. Martina Berto Tbk tercatat di BPOM juga mencatatkan bahwa industri kosmetik mengalami kenaikan jumlah perusahaan hingga sebesar 20,6%. Peningkatan industri kosmetik tersebut didominasi oleh UKM, yakni sebesar 83%. Pada dimasa pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia juga membuat industri kosmetik di Indonesia mengalami perubahan yang signifikan.

CEO Martha Tilaar Group, Kilala Tilaar, mengatakan, pembatasan sosial yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia membuat aktivitas konsumsi masyarakat juga berubah. Meski sebelumnya sempat menurun, akan tetapi pasca pandemi di tahun 2022 ini membuat peluang baru bisnis kosmetik yang lebih besar. “Akibat

pembatasan aktivitas dan interaksi sosial, maka industri berubah dari yang pembelian produk dekoratif yang semula cukup baik ke kategori skincare, ini membuat pangsa pasar produk kecantikan sempat drop 35 %. Perubahan karena masyarakat WFH atau sering di rumah, jadi punya waktu senggang merawat diri,” kata Kilala di Jakarta, Rabu (14/9/2022).

Jakarta, CNBC Indonesia – Pada tahun 2022 PT Unilever Indonesia Tbk mengalami kenaikan nilai perusahaan, Terpantau ada transaksi di pasar negosiasi dengan nilai di saham PT Unilever Indonesia Tbk pada perdagangan hari ini, Rabu (17/11/2022). di bursa, saham Unilever naik 35% ke posisi Rp 135 per saham, naik

35 poin. Saat ini nilai kapitalisasi pasar Unilever Level itu menyentuh kenaikan maksimal sehari, auto reject atas (ARA) 35%. Transaksi tersebut merupakan transaksi crossing alias tutup sendiri melalui broker Lotus Andalan Sekuritas (YJ) dimana investor asing memborong lot saham atau setara dengan saham dengan Dana yang digelontorkan asing untuk menebus saham. Perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik ini sebanyak 85% sahamnya atau setara dengan, Sisanya sekitar 15% yakni sebanyak 1 miliar lembar dimiliki oleh investor publik. Apabila melihat transaksinya sendiri ada kemungkinan investor asing strategis yang masuk membeli dari pengendali perusahaan saat ini. Merespons adanya transaksi ini harga saham VICI diperdagangkan melesat 4,26% ke level harga Rp 392/unit. Sebagai informasi, pasar negosiasi di BEI adalah satu dari tiga jenis transaksi di bursa saham. Jenis transaksi lain yaitu transaksi di pasar reguler atau pasar biasa, dan pasar tunai.

Pertumbuhan industri kosmetik selama lima tahun terakhir ini berkembang sangat pesat dikarenakan besarnya investasi baik domestik maupun asing di sektor industri kosmetik. Perkembangan pasar industri kosmetik di Indonesia terjadi pada tahun 2018-2022, dimana pertumbuhan pasar industri kosmetik mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Pada tahun 2020 pertumbuhan pasar industri kosmetik sebesar -4,49% dan terus mengalami peningkatan hingga mencapai rata-rata 9,67% pertahun. Data kementerian perindustrian menunjukkan pada tahun 2020 penjualan kosmetik dalam negeri meningkat dari dua kali lipatnya dibandingkan tahun 2022 diperkirakan market size kosmetik Dengan jumlah

tersebut, Indonesia merupakan potensial market bagi para pengusaha industri kecantikan baik dari luar maupun dalam negeri.

Hal ini dikarenakan munculnya kebijakan-kebijakan baru pemerintah yang memberatkan pelaku usaha sehingga berujung pada pengurangan jumlah produksi serta pengurangan tenaga kerja, yang berakibat pada berkurangnya pendapatan masyarakat hal ini berdampak pula pada menurunnya daya beli masyarakat. di tambah banyaknya merek kosmetik baru yang lebih murah menjadi persoalan ditengah berkurangnya produksi (www.detik.com).

Berdasarkan pemaparan pro dan kontra terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di atas, memberikan motivasi bagi peneliti untuk melakukan penelitian kembali terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Faktor-faktor yang telah dibahas terdiri dari: Keputusan investasi, Kebijakan dividen, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan Maka judul dari penelitian ini adalah :“Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Kosmetik Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022”

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah penulis paparkan diatas, penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang terjadi pada setiap perusahaan, antara lain :

1. Keputusan investasi Mengalami kenaikan secara positif dengan perubahan yang signifikan.
2. Kebijakan dividen mengalami penurunan di beberapa perusahaan.
3. dari enam perusahaan yang terdaftar pada Sub Sektor Kosmetik di Bursa Efek Indonesia mengalami kenaikan dan penurunan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang telah penulis sampaikan diatas dapat diidentifikasi berbagai permasalahannya, sebagai berikut:

1. Bagaimana Perkembangan Keputusan investasi, Kebijakan dividen, Ukuran perusahaan, Nilai perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor kosmetik yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2018-2022.
2. Seberapa besar Pengaruh Keputusan investasi terhadap Kebijakan dividen Pada Perusahaan Sub Sektor kosmetik yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022.
3. Seberapa besar pengaruh Keputusan investasi, Kebijakan dividen, Ukuran Perusahaan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Nilai perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor kosmetik yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022.

1.3 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data informasi serta mengetahui seberapa besar pengaruh Keputusan investasi, Kebijakan dividen,

Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor kosmetik yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2018-2022.

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis dapat mengetahui beberapa tujuan penelitian , yaitu :

1. Untuk mengetahui Perkembangan Keputusan investasi Kebijakan dividen, Ukuran perusahaan, Nilai perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor kosmetik yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2018-2022.
2. Untuk mengetahui besarnya Pengaruh Keputusan investasi terhadap Kebijakan dividen Pada Perusahaan Sub Sektor kosmetik yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Keputusan investasi, Kebijakan dividen, Ukuran Perusahaan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Nilai perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor kosmetik yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Manajemen Perusahaan Sektor kosmetik hasil ini dapat menunjukkan Keputusan investasi, Kebijakan dividen, Ukuran Perusahaan sebagai kinerja keuangan perusahaan yang mencerminkan Nilai Perusahaan yang berhasil dihasilkan oleh perusahaan.

2. Bagi Inventori Perusahaan Sub Sektor kosmetik hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menentukan keputusan untuk berinvestasi yang akan dilakukan oleh Investor pada perusahaan Perusahaan Sub Sektor kosmetik, apakah dengan investasi tersebut dapat menghasilkan sesuai yang diharapkan atau tidak.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Kegunaan penelitian ini adalah bisa menjadikan referensi untuk penelitian berikutnya terkait Keputusan investasi, Kebijakan dividen, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan.
2. Menambah keilmuan baru terkait Keputusan investasi, Kebijakan dividen dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor kosmetik.

1.5 Lokasi dan Waktu

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di 6 perusahaan Sub Sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2022. Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian ini, penulis melakukan penelitian yang terkait dengan data laporan keuangan perusahaan Sub Sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2022. Lokasi Penelitiannya dilakukan di beberapa perusahaan yang diteliti, di antaranya sebagai berikut:

1. PT. Unilever Indonesia, Tbk. (UNVR)

Jl. BSD Boulevard Barat Green Office Park Kavling 3, BSD City,

Tangetang-15345

2. PT.Martina Berto, Tbk (MBTO)

Jl. Pulokambing II No.1, Kawasan Industri Pulogadung, Jakarta 13930-
Indonesia

3. PT.Victoria Care Indonesia Tbk (VICI)

Jl. Tomang Raya Kav.33-37 Jakarta Barat 11440

4. PT.Mustika Ratu, Tbk (MRAT)

Jl. Gatot Subroto No.74-75 Jakarta 1280 Indonesia

5. PT.Mandom Indonesia, Tbk (TCID)

Jl. Jend Sudirman Kav.1 Jakarta 10220

6. PT.Kino Indonesia, Tbk (KINO)

Jl. Jalur Sutera Boulevard No.1, Alam Sutera, Kota Tangerang, 15143,
Indonesia

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti penelitian pada Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diperoleh dari website yaitu www.bi.go.id dan <https://www.idx.co.id/>

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian analisis Pengaruh Keputusan investasi, Kebijakan dividen, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Sub Sektor Kosmetik berlangsung pada bulan Maret 2023. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut.

Tabel 1.2 Waktu Penelitian

No	Uraian	Waktu Kegiatan																											
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Persiapan Judul	■	■	■	■	■																							
2.	Pengajuan Judul					■	■																						
3.	Melakukan Penelitian					■	■	■	■	■	■																		
4.	Mencari Data								■	■	■	■																	
5.	Membuat Proposal									■	■	■																	
6.	Seminar													■	■														
7.	Revisi Proposal penelitian														■	■													
8.	Pengolahan Data																	■	■	■	■	■	■						
9.	Penyusunan Draft Hasil penelitian																					■	■	■	■	■	■		
10.	Sidang																									■	■		