

BAB I

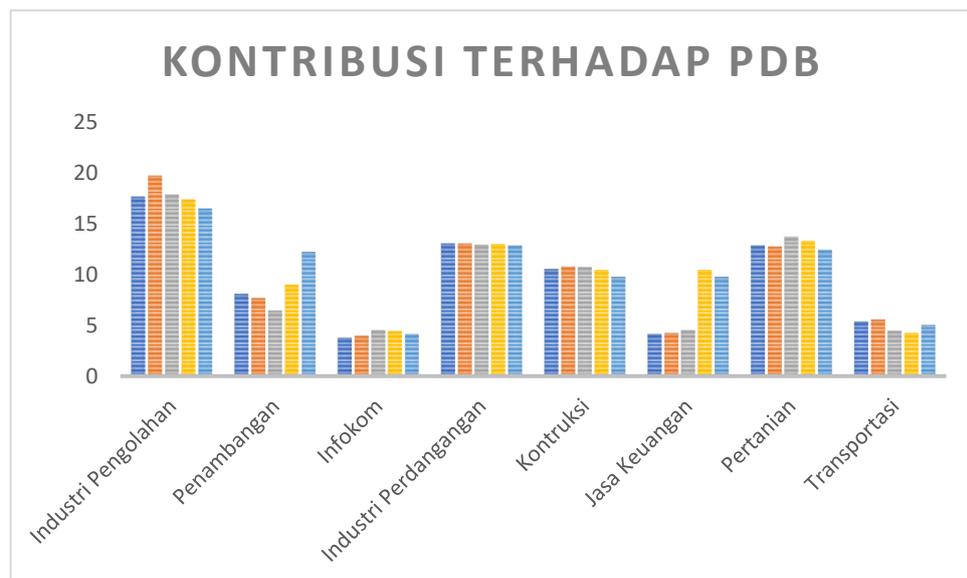
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri di negara membawa perubahan di era globalisasi, tingkat persaingan yang semakin tinggi memicu perusahaan untuk terus produktif dan menunjukkan adanya peningkatan daya saing yang berkelanjutan (Antonius & Ida, 2023), hal ini menantang para pesaing bisnis dalam mempengaruhi aktivitas bisnis tanpa adanya mementingkan dampak negatif operasional perusahaan, persoalan aktivitas dari suatu industri disetiap perusahaan menimbulkan masalah salah satunya adalah pencemaran dalam proses produksi seperti limbah produksi yang dapat meningkatkan pencemaran polusi udara, air dan tanah ke tingkat yang berbahaya adanya permasalahan tersebut akan mempengaruhi reputasi perusahaan (Agustia *et al.*, 2019). Perusahaan harus bisa mendapatkan gambaran tentang kemajuan agar citra perusahaan baik yaitu dengan berkontribusi terhadap perekonomian negara, kontribusi menjadi perhatian penting perusahaan karna dapat menarik investor dalam berinvestasi (Mumpuni & Indrastuti, 2021).

Kontribusi sektor- sektor ekonomi mempunyai peran besar menunjukkan basis perekonomian negara. Indonesia mempunyai banyak sektor yang aktif dalam kontribusi perekonomian negara, Berdasarkan Laporan Badan Pusat Statistik (BPS), nilai perekonomian Indonesia berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) mencapai Rp 20.892,4 triliun pada 2023 (Badan Pusat Statistik, 2023), PDB memiliki kegunaan untuk mengukur perkembangan ekonomi negara PDB sering menjadi indikator untuk mengukur berapa banyak nilai produksi yang dihasilkan negara (Shaid, 2023). Sektor industri yang berkembang saat ini masih didominasi oleh industri yang biasanya memiliki mata rantai yang relatif pendek sehingga penciptaan nilai tambah juga relatif kecil (Ridwan, 2023).

Industri manufaktur memberi peran krusial dalam perkembangan ekonomi saat ini, dalam 5 tahun terakhir industri manufaktur menjadi penyumbang terbesar terhadap PDB Indonesia. Berikut data sektor usaha yang memiliki kontribusi besar terhadap PDB tahun 2019-2023:



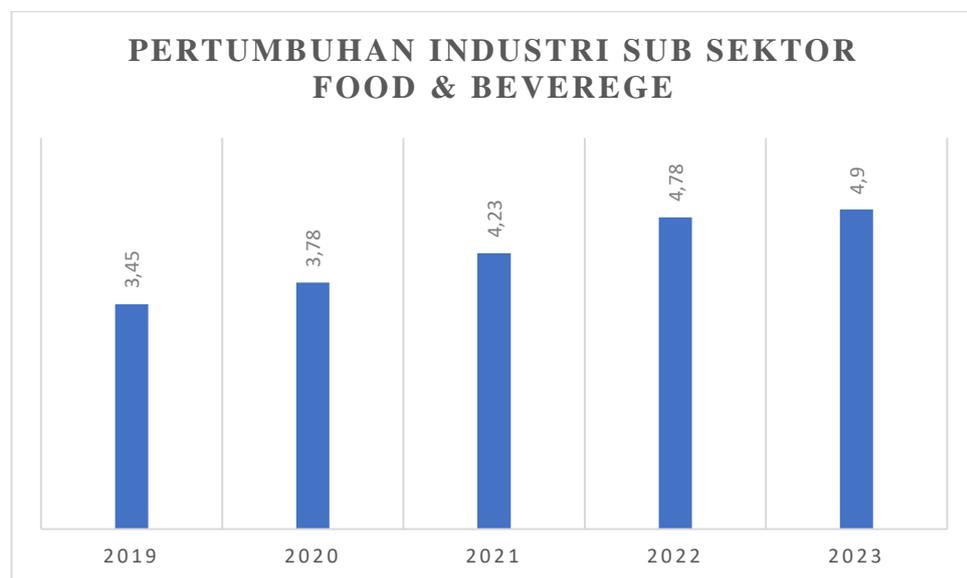
Sumber: Bursa Efek Indonesia, data diolah (2024)

Grafik 1.1 **Kontribusi Sektor Lapangan Usaha Terhadap PDB**

Berdasarkan dari data PDB di atas menunjukkan bahwa sektor manufaktur merupakan penyumbang PDB terbesar di Indonesia, sektor manufaktur dalam 5 tahun terakhir selalu mengungguli sektor usaha lainnya, hal tersebut menjadi bukti bahwa sektor manufaktur menjadi sektor yang menopang perkembangan ekonomi di Indonesia, sebagai sebuah negara besar, perkembangan tersebut juga perlu dilakukan di negeri ini, perkembangan dilakukan ketika terdapat asupan secara finansial. Selain penyumbang PDB tertinggi di negara Indonesia, sektor industri manufaktur memberikan kontribusi yang paling besar dan merupakan sumber pertumbuhan paling tinggi bagi perekonomian nasional Indonesia (Hutagalung & Sianturi, 2022)

Suksesnya sektor manufaktur sebagai sektor penopang perkembangan ekonomi negara tidak terlepas dari peran-peran sub sektor yang ada di dalamnya khususnya pada sub sektor barang makanan dan minuman, Daya tarik di sektor manufaktur yang banyak diminati investor salah satunya sub sektor *food & beverages*, sub sektor *food & beverages* menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia yang semakin meningkat untuk daya konsumsi, industri makanan dan minuman juga mendapatkan pengayoman yang kuat dari Kementerian Perindustrian, mengenai teknis kesehatan dan keamanan produk melalui Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Menteri Perindustrian, Airlangga Hartarto mengatakan bahwa sektor industri makanan dan minuman di Indonesia memberikan kontribusi sebesar 34% terhadap industri Indonesia secara keseluruhan (R Hendriana, 2022).

Berikut data sektor usaha yang memiliki kontribusi besar terhadap PDB tahun 2019-2023:



Sumber: Badan Pusat Statistik, data diolah (2024)

Grafik 1.2

Pertumbuhan Kontribusi Industri Sub Sektor *Food & Beverage*

Bedasarkan grafik 1.3 bahwa pertumbuhan kontrinusi industri sub sektor food & beverage mengalami fluktuasi dan mengalami peningkatan dari tahun 2020 ke 2021 sebesar 4,78 persen menjadi Rp775,1 triliun, Badan Pusat Statistik (BPS)

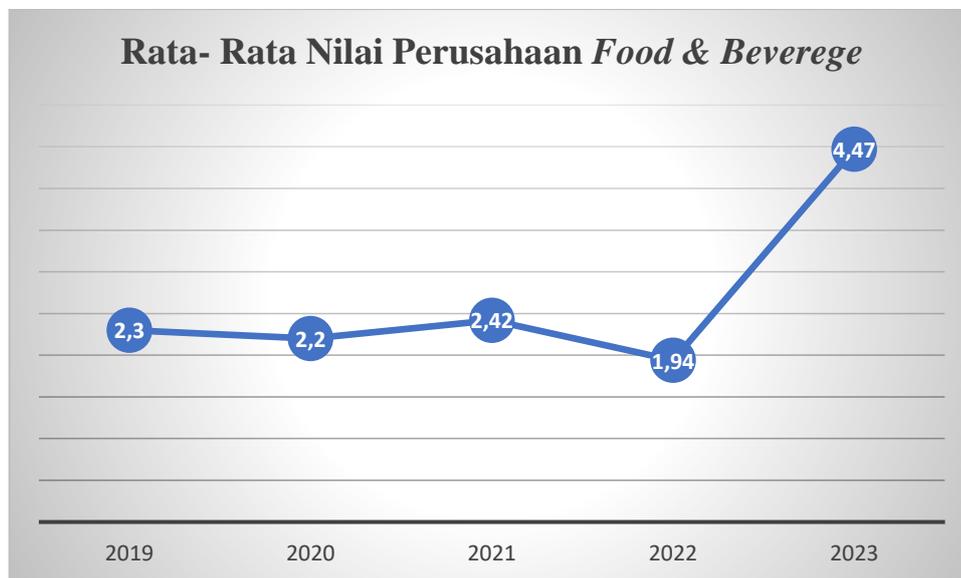
melaporkan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021. Nilai tersebut persentasenya sebesar 38,05 persen terhadap industri pengolahan nonmigas atau 6,61 persen terhadap PDB nasional yang mencapai Rp16,97 kuadriliun (Direktorat Jendral Kekayaan Negara, 2022).

Dibalik sisi positif sub sektor *food & beverages* yang ada, memiliki beberapa faktor yang bisa diangkat menjadi fenomena salah satunya. Kasus yang ditandai dengan jumlah sampah plastik di temukan, lembaga pemerhati lingkungan telah mengaudit merek yang berkontribusi terhadap sampah di Indonesia, hasil terungkap salah satu penyumbang sampah plastik terbesar berada di industri makanan dan minuman, kategori industri yang terus berkembang setiap tahunnya mengikuti pertumbuhan populasi dan tingkat daya beli masyarakat (Greenpace Indonesia, 2019). Salah satu penyumbang sampah diduduki oleh PT. Mayora dengan total sampah plastik 8.1 % yang sudah di audit oleh BRUIN (Hidayat, 2024), Volume sampah plastik yang semakin besar bisa menjadi bahaya bagi lingkungan, maka pengurangan produk plastik sekali pakai dan penerapan konsep ekonomi merupakan solusi utama dari krisis masalah plastik (Rasaydi, 2019).

Dengan adanya fenomena diatas bukan hanya berdampak pada kerusakan lingkungan saja tetapi juga berdampak kepada nilai atau citra perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan menjadi tolak ukur investor untuk memilih keputusan saham perusahaan mana yang dapat dijadikan investasi, Tinggi rendahnya firm value seiring dengan harga sahamnya juga akan menentukan kepercayaan pasar kepada kinerja perusahaan dan prospeknya di masa yang akan datang (Valencia & Sri, 2019). Nilai perusahaan adalah salah satu hal penting bagi perusahaan karna ketika meningkatnya nilai perusahaan maka perusahaan bisa dikatakan mampu menjalankan oprasional secara optimal, karena secara tidak langsung hal tersebut dapat mempengaruhi keberlanjutan perusahaan dan nilai suatu perusahaan, serta pada dasarnya tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dengan memaksimalkan nilai pemegang saham (Renalita & Tanjung, 2019). Cara mengetahui nilai perusahaan

meningkat ketika melihat dari harga saham perusahaan di pasar modal, harga saham adalah salah satu cara yang mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan pada setiap ekuitas yang ada (Sembiring & Trisnawati, 2020).

Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan semakin tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi membuat pasar akan lebih percaya diri karena tidak di lihat dari kinerja namun dari prospek perusahaan di masa yang akan datang, ketika nilai perusahaan *go public* akan tercemin pada harga saham perusahaan sedangkan nilai perusahaan tidak *go public* tercemin ketika perusahaan akan dijual dan di anggap tidak layak (Rohaeni *et al.*, 2019). *Price-to-book value* (PBV) didefinisikan sebagai rasio yang mengukur bagaimana harga suatu saham di pasar dibandingkan dengan nilai buku saham tersebut nilai PBV yang lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan lebih tinggi dari nilai buku yang dilaporkan dalam laporan keuangan (Rahmasari *et al.*, 2019). Berikut merupakan data nilai perusahaan *Food & Beverage* yang di representasikan melalui *Price Book Value* adalah sebagai berikut:



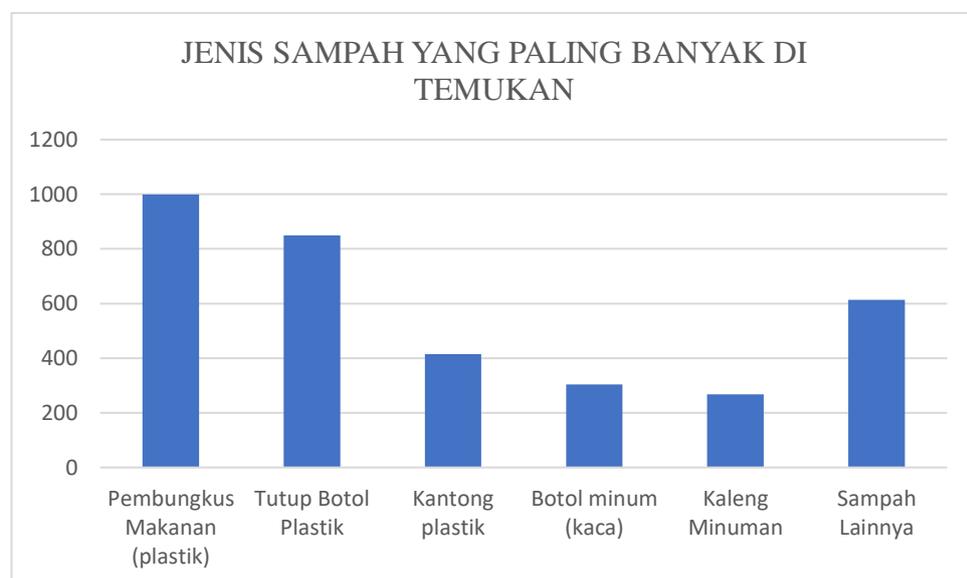
Sumber: Bursa Efek Indonesia, data diolah (2024)

Grafik 1.3
Rata-Rata Nilai Perusahaan Sub Sektor *Food & Beverage*

Gambar 1.3 di atas menunjukkan bahwa perusahaan mengalami fluktuatif yang cenderung menurun pada tahun 2019-2023, perusahaan mengalami penurunan

pada tahun 2019 menurun sebesar 137,613 dan pada tahun 2020 menurun sebesar 117,095, perusahaan sub sektor *food & beverage* mengalami kenaikan yang cukup signifikan yang rata-rata nilai perusahaan sebesar 632,657, pada tahun 2022 perusahaan sub sektor *food & beverage* mengalami penurunan yang cukup signifikan sebesar 108,547, pada tahun 2023 perusahaan mengalami peningkatan yang cukup tinggi.

Dengan nilai rata-rata tertinggi di tahun 2023 industri makanan dan minuman masih menjadi kategori penyumbang sampah plastik (Greenpace Indonesia, 2019), dilihat dari keberlanjutan mengenai kelestarian lingkungan di negara pasifik, Indonesia masih tergolong buruk, Indonesia berada di posisi 22 dari 25 negara di asia pasifik (Ahdiat, 2022). Sebagai contoh perusahaan makanan dan minuman belum bisa menerapkan konsep pengurangan sampah plastik dan tidak semua sampah plastik bisa di daur ulang (Greenpace Indonesia, 2019). Berikut jumlah jenis plastik yang masih banyak ditemukan:



Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup, data diolah (2024)

Grafik 1.4
Jenis Sampah yang Paling Banyak di Temukan

salah satu konsep yang bisa di kembangkan dalam penanganan masalah lingkungan yaitu dengan perusahaan menerapkan *green innovation* dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder* membuat citra perusahaan baik dan

meningkatkan nilai perusahaan. Inovasi hijau (*green innovation*) adalah salah satu strategi Inovasi untuk menciptakan suatu teknologi yang menghasilkan produk dan proses ramah lingkungan disebut dengan *green innovation* (Takaloet *et al.*, 2021). Perusahaan melakukan strategi *green innovation* dan memiliki konsep yang tidak jauh berbeda dengan inovasi tradisional yaitu meningkatkan produk, meningkatkan produktivitas dan efisiensi biaya, membuka peluang pasar baru, meningkatkan kinerja perusahaan secara ekonomi, mengurangi dampak negatif terhadap masyarakat, memperbaiki lingkungan bagi perusahaan, menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan, dan mendorong perusahaan untuk mengolah limbah dan menghasilkan produk yang dapat menghasilkan keuntungan tambahan bagi perusahaan (Agustia *et al.*, 2019). Salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan yaitu dengan *green innovation*, *green innovation* merupakan sebuah proses mengembangkan dengan memperbaharui suatu produk dengan tujuan untuk mengurangi dampak kerusakan lingkungan (Chen *et al.*, 2020).

Salah satu perusahaan makanan yang sudah berinovasi dari 75% yaitu McDonald's telah menggunakan strategi *green innovation* dengan menciptakan kemasan ramah lingkungan pada akhir 2020 McDonald's telah mengumumkan 99,6% pembungkus menggunakan kantong kertas, serbet, cangkir dan bahan berbasis serat yang bisa di daur ulang, McDonald's mengkhawatirkan dampak limbah dari kemasan jika terus mempertahankan kemasan yang tidak ramah lingkungan dengan menciptakan inovasi kemasan yang ramah lingkungan. *Innovation* juga di terapkan oleh Starbucks dengan mengalihkan kemasan dengan berbahan plastik *rpet* pada tahun 2020 (Jessica, 2022) *rpet* yaitu bahan plastik *rpet* merupakan plastik yang didapatkan dari proses daur ulang (*recycled polyethylene terephthalate*) (Rahma, 2021).

Inovasi yang dilakukan oleh starbucks menciptakan pasar baru, pemanfaatan saham perusahaan yang ada keunggulan kompetitif produk, hal tersebut akan bisa meningkatkan nilai perusahaan dengan menggunakan strategi melalui pemanfaatan bahan baku yang efektif dan efisien, *green innovation* bisa meningkatkan tingkat pasar terus menerus (Agustia *et al.*, 2019). PT Japfa Comfeed

Indonesia Tbk (JPFA) yang berlokasi ditiga desa di Kabupaten Simalungan diduga mencemari lingkungan pada tahun 2020 akibat pembuangan limbah hasil produksi ayam yang merembes ke tanah milik warga hingga ke sungai tapak kuda serta terjadinya polusi udara (Sukmawati *et al.*, 2022).

Kasus tersebut membuat perusahaan perlu untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan dengan memperhatikan aspek lingkungan, yang mana lingkungan merupakan salah satu penentu keberlangsungan perusahaan di masa depan, yang jika diterapkan dengan baik maka akan dapat meningkatkan nilai perusahaan, dan untuk mencapai tanggung jawab lingkungan yang tepat maka diperlukan strategi dengan menerapkan praktik *green innovation* (Rizki, 2021). Strategi *green innovation* dapat mengatasi berbagai masalah degradasi lingkungan, dan konsumen serta bisnis perlu menciptakan dan memenuhi kebutuhan dengan cara yang berbeda untuk meminimalkan dampaknya terhadap lingkungan, strategi inovasi hijau memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan produk bernilai tambah untuk memenuhi kebutuhan konsumen saat ini nilai tambah ini menjadi keunggulan kompetitif yang diperoleh perusahaan melalui inovasi ramah lingkungan (Madepo, 2022).

Salah satu cara bagi perusahaan untuk mengembangkan usahanya dan bersaing secara sehat adalah dengan melakukan inovasi dan mengaitkannya dengan kondisi lingkungan inovasi terbaik adalah menciptakan inovasi ramah lingkungan dalam seluruh aktivitas perusahaan inovasi merupakan investasi yang memerlukan modal dan waktu yang tidak sedikit, namun dapat memberikan dampak positif jangka panjang bagi perusahaan (R. Dewi & Rahmanianingsih, 2020). Perusahaan harus mengalokasikan biaya lingkungan untuk memberikan inovasi produk yang ramah lingkungan, Biaya lingkungan merupakan pendekatan akuntansi biaya sistematis dan tidak hanya berfokus pada akuntansi untuk biaya proteksi atas lingkungan, tetapi juga mempertimbangkan biaya lingkungan terhadap material dan energi yang ditimbulkan maupun diperlukan (Setiawan *et al.*, 2018).

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap dampak buruk akibat kerusakan alam sebagai bentuk tanggung jawab yang mungkin terjadi akibat

aktifitas industrinya. Bentuk tanggung jawab yang dapat dilakukan yaitu dengan penganggaran untuk biaya lingkungan dan pelestarian alam (Elviani *et al.*, 2022). biaya lingkungan berhubungan dengan kreasi, deteksi, perbaikan dan pencegahan degradasi lingkungan. Dengan definisi ini, *Environmental Cost* atau biaya lingkungan dapat diklasifikasikan menjadi empat kategori biaya pencegahan (*prevention cost*), biaya deteksi (*detection cost*), biaya kegagalan internal (*internal failure cost*), dan biaya kegagalan eksternal (*external failure cost*). Kemampuan perusahaan untuk mengendalikan biaya lingkungan maka akan berdampak pada laba perusahaan sehingga akan berpengaruh pada nilai perusahaan (Adyaksana *et al.*, 2022).

Salah satu kasus pencemaran lingkungan akibat limbah pabrik juga dilakukan PT Indofood membiarkan limbah berbahaya dan beracun (B3) tercecer sembarangan (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, 2019). Kasus tersebut membuat perusahaan perlu untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan dengan memperhatikan aspek lingkungan. perusahaan perlu memperhatikan biaya lingkungan dihitung dengan membandingkan dana program bina lingkungan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan (Wulaningrum & Kusrihandayani, 2020). Adanya tanggung jawab lingkungan dilakukan perusahaan dengan Penerapan strategi lingkungan akan mampu menjembatani perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan sekitar akibat kerusakan lingkungan yang terjadi (Agustin, 2023)

Salah satu cara melihat perusahaan mampu meningkatkan nilai perusahaan dengan melihat ukuran perusahaan, yaitu hasil dari pencapaian suatu perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut setelah melalui beberapa proses dan besarnya aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan (Damas *et al.*, 2021). Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan, Perusahaan yang memiliki kekuatan besar, lebih mudah dalam mendapatkan dana dari investor (Novari & Lestari, 2016)

Bedasarkan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh (Murwaningsih, 2019) menyatakan bahwa *green innovation* berpengaruh positif dan signifikan

terhadap nilai perusahaan, penelitian yang dilakukan oleh Akib (2023) yaitu menyatakan bahwa biaya lingkungan berpengaruh pada nilai perusahaan karena keduanya mempunyai peran masing-masing terhadap nilai perusahaan, penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati *et al.*, (2023) yaitu menyatakan *green innovation* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, penelitian yang dilakukan oleh Apriandi *et al.*, (2022), yaitu menyatakan biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, penelitian yang dilakukan oleh (Rizki Mardiyah *et al.*, 2022) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, penelitian yang dilakukan (Kolamban *et al.*, 2020) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Bedasarkan fenomena yang terjadi dan inkonsistensi hasil penelitian terdahulu maka penulis melakukan penelitian lebih lanjut variabel-variabel seperti *Green Innovation*, Biaya Lingkungan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dalam penelitian pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2023, alasan penulis memilih sub sektor *food&beverage* adanya peluang kontribusi yang tinggi dan daya tarik bagi para investor, sub sektor *food & beverage* mempunyai peluang besar dengan jumlah potensi yang terus meningkat, berdasarkan fenomena dan hasil penelitian terdahulu maka peneliti akan mengkaji ulang dengan judul “ **Pengaruh *Green Innovation*, Biaya Lingkungan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023)** “.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *food&beverage* tahun 2019-2023?
2. Seberapa besar pengaruh biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *food&beverage* tahun 2019-2023?

3. Seberapa besar pengaruh Ukuran terhadap Nilai Perusahaan pada sub sektor *food&beverage* tahun 2019-2023?
4. Seberapa besar pengaruh *green innovation*, biaya lingkungan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *food&beverage* tahun 2019-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah telah diuraikan di atas, Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh *green innovation* terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *food&beverage* tahun 2019-2023.
2. Mengetahui seberapa pengaruh besar biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *food&beverage* tahun 2019-2023.
3. Mengetahui seberapa besar ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *food&beverage* tahun 2019-2023.
4. Mengetahui seberapa pengaruh besar *green innovation*, biaya lingkungan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *food&beverage* tahun 2019-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka terdapat manfaat dari penelitian ini yang diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Bagi Teoritis

Penelitian ini di harapkan memberikan gambaran tentang pemahaman yang lebih mendalam terkait pengaruh *green innovation*, biaya lingkungan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *food&beverage* di Bursa Efek Indonesia (BEI), penelitian ini juga mengharapkan untuk bisa mengembangkan pengetahuan mengenai teori dan konsep yang sudah ada sebelumnya lalu penelitian ini bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terkait Nilai Perusahaan.

1.4.2 Manfaat Bagi Praktis

Penelitian Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak perusahaan untuk referensi maupun untuk perbandingan dalam penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dan memberikan masukan bagi perusahaan sub sektor *food&beverage* terkait *green innovation*, biaya lingkungan dan ukuran perusahaan agar bisa meningkatkan nilai perusahaan serta dapat menjadi alat ukur untuk investor agar menjadi pertimbangan untuk melakukan investasi seperti *green innovation*, biaya lingkungan dan ukuran perusahaan dapat memberikan informasi kepada investor menentukan penanam modal yang tepat, Dengan adanya beberapa faktor yang berkaitan dengan nilai perusahaan tersebut investor dapat menentukan perusahaan mana saja yang tepat untuk menanam investasi.

1.4.3 Manfaat Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terutama yang membahas mengenai *green innovation*, biaya lingkungan dan ukuran perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan menambah kepustakaan yang di perlukan penelitian selanjutnya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.com.id/ dan diakses melalui website perusahaan sub sektor *food&beverage* dilakukan dari waktu. Data yang digunakan data sekunder berupa laporan keberlanjutan, laporan tahunan yang di akses pada website idx dan website perusahaan. Waktu yang dilakukan menyelesaikan penelitian ini yaitu selama 6 bulan dari bulan Maret – Agustus 2024.

Tabel 1.1
Waktu Penelitian

No	Keterangan	Tahun 2024																											
		Februari				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	2	3	4
1	Pra Penelitian			■																									
2	Pengajuan Judul				■																								
3	ACC Judul					■																							
4	Penyusunan Proposal BAB I						■	■	■																				
5	Penyusunan Proposal BAB II									■	■																		
6	Penyusunan Proposal BAB III										■	■	■																
7	Pengajuan Seminar													■	■	■													
8	Seminar																■												
9	Penyusunan BAB IV																	■	■	■									
10	Penyusunan Bab V																			■	■	■							
11	Sidang dan Yudisium																					■	■	■	■				
12	Revisi Skripsi																										■	■	

Sumber: Diolah Penulis (2024)