

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini dunia bisnis semakin berkembang dengan pesat dalam mengoperasikan bisnisnya. Hal ini dibuktikan dengan terdapatnya kemajuan dalam bidang inovasi, teknologi, serta persaingan antar perusahaan yang juga semakin meningkat, sehingga perusahaan memerlukan strategi untuk meningkatkan tujuannya serta menjaga eksistensinya untuk jangka waktu yang panjang. Pencapaian tujuan perusahaan sangat dipengaruhi oleh keputusan keuangan yang dibuat oleh manajer keuangan guna meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Kinerja keuangan perusahaan adalah standar penting yang diperlukan oleh perusahaan guna melihat keberhasilannya. Laba suatu perusahaan tidak hanya menjadi indikator keberhasilan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajibannya pada investor, tetapi juga memberikan pandangan masa depan perusahaan (Valentina, 2022).

Kinerja keuangan adalah pencapaian suatu perusahaan pada suatu periode yang mencerminkan kondisi keuangan suatu perusahaan serta merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Hal ini sangat

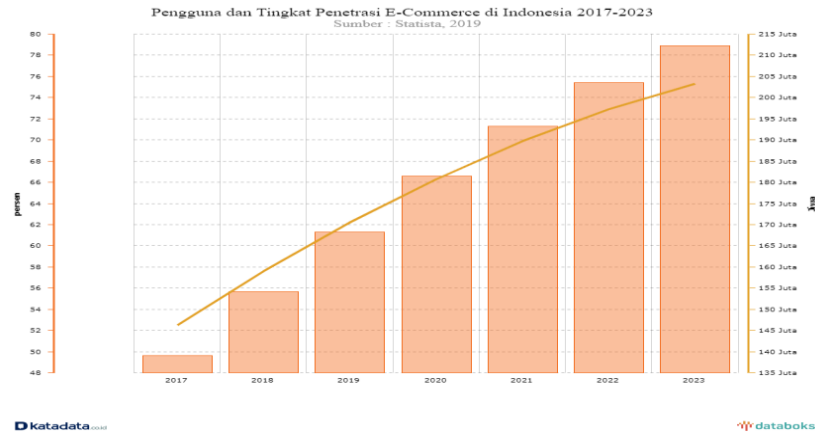
penting agar sumber daya dapat digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya dan juga untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Rachmatul, Nadya and Maihendri, Maihendri and Yeasy, 2020).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, diantaranya ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya perusahaan yang diamati dari total aset yang dimiliki. Perusahaan tanpa disadari dalam melakukan perubahan pencapaian kinerja dapat mempengaruhi ukuran perusahaannya (Tambunan & Prabawani, 2018). Ukuran perusahaan yang lebih besar dapat menginformasikan keadaan yang lebih baik yang berguna untuk kepentingan pihak investasi. Ukuran perusahaan dapat menentukan persepsi investor terhadap perusahaan tersebut. Karena perusahaan yang lebih besar akan lebih diperhatikan oleh investor karena dianggap memiliki kondisi yang lebih stabil dan lebih mudah dalam hal memperoleh sumber pendanaan yang bersifat internal maupun eksternal. Semakin besar ukuran perusahaan dapat memberikan asumsi bahwa perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat luas yang dapat meningkatkan penjualan sehingga berdampak terhadap kinerja keuangan perusahaan. Investor cenderung berinvestasi pada perusahaan yang akuntabel dan transparan, sehingga semakin banyak investor berinvestasi maka kinerja perusahaan semakin baik. Perusahaan

yang mengelola asetnya dengan baik dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan (Yusdianto & Ramadhoni, 2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Maryadi & Dermawan, 2019). Sedangkan hasil penelitian (Sutrisno & Riduwan, 2022) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini didukung oleh (Amalia & Khuzaini, 2021).

Faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan adalah dengan menggunakan pemasaran *e-commerce* atau bisnis internet. *E-commerce* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. *E-commerce* dimulai dengan munculnya penyedia akses internet pertama di Indonesia, yaitu Indonet atau lebih dikenal Indosat pada tahun 1994. Dari sanalah mulai bermunculan situs Kaskus, Toko Bagus, dan baru tahun 2008 pemerintah memberlakukan Undang-Undang ITE untuk mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan transaksi, internet dan teknologi informasi. Situs *e-commerce* pun juga kini tumbuh lebih cepat, dimana hal tersebut didorong dengan maraknya transaksi *online* yang terjadi pada masyarakat Asia terutama di Indonesia yang sangat antusias tertarik memilih untuk berjualan dan berbelanja secara online dari dalam maupun luar negeri (Suryani & Nasri, 2020).

Gambar 1.1
Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia 2017-2023



Sumber: (<https://databoks.katadata.co.id>)

Tren penggunaan *e-commerce* di Indonesia tumbuh cukup besar dalam beberapa tahun terakhir. Prediksinya, pertumbuhan masih akan terus terjadi dalam beberapa tahun ke depan. Statista mencatat jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 139 juta pengguna, kemudian naik 10,8% menjadi 154,1 juta pengguna di tahun lalu. Tahun ini diproyeksikan akan mencapai 168,3 juta pengguna dan 212,2 juta pada tahun 2023. Hal yang sama juga terjadi pada tingkat penetrasi *e-commerce* yang selalu mengalami peningkatan. Hingga 2023 diproyeksikan mencapai 75,3% dari total populasi pasar yang dipilih. Adapun sektor *e-commerce* dengan pendapatan tertinggi terdapat pada fashion yang pada 2023 diproyeksikan mencapai US\$ 11,7 miliar. (<https://databoks.katadata.co.id>)

Berdasarkan data *internetworldstats*, pengguna internet Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa dengan estimasi total populasi sebanyak 276,3 juta jiwa pada Maret 2021. Dengan jumlah tersebut, Indonesia berada di

urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia (Kusnandar, 2021). Hal ini menjadi faktor pendorong para pengusaha untuk melakukan inovasi di bidang munculnya perusahaan *e-commerce* dan banyak konsumen yang mengandalkan *platform* belanja digital untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Maraknya belanja online yang diikuti dengan perkembangan internet dan teknologi (Digitalisasi) semakin pesat, membuat penggunaan internet semakin tinggi. Sehingga ini menjadi peluang yang bagus bagi perusahaan untuk memanfaatkan teknologi tersebut sebagai sarana dalam menjalankan usaha. Dengan adanya *e-commerce* ini maka memberikan kesempatan besar bagi perusahaan, karena dapat melakukan jual-beli secara online dengan tidak harus bertemu secara langsung antar pembeli dan penjual. *E-commerce*, selain mempermudah transaksi, *e-commerce* memiliki banyak hal yang menarik minat konsumen dengan penawaran promo menarik. Pengguna *e-commerce* merupakan bentuk penerapan teknologi dalam hal memasarkan produk baik berupa barang maupun jasa ke segala tempat dan segala segmentasi pasar, dalam bentuk fisik ataupun digital, baik dalam skala nasional sampai dengan skala yang lebih luas yakni internasional. Pengguna *e-commerce* pada perusahaan juga memberikan kemudahan dalam membangun mitra bisnis dan terciptanya hubungan yang baik dengan pelanggan. Selain itu, dengan menggunakan *e-commerce* dapat memberikan kemudahan pada perusahaan untuk memasuki pasar global. Pentingnya peran *e-commerce* dalam perluasan

pasar tersebut akan memberikan peluang yang cukup besar dalam peningkatan penjualan dan mengurangi biaya sehingga pengguna *e-commerce* akan memperbesar laba yang diperoleh perusahaan akan berdampak terhadap peningkatan kinerja baik kinerja keuangan maupun kinerja operasional perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan (Purnata & Suardikha, 2019) menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini didukung oleh (Aditya & Erlina, 2022). Sedangkan hasil penelitian (Sofiyanti, 2021) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Berikutnya faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan adalah siklus konversi kas. Siklus konversi kas adalah siklus waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk menjual persediaan, menagih piutang kurang dari waktu yang dibutuhkan untuk membayar hutang (Wang, 2019). Siklus konversi kas yang menggambarkan rata-rata waktu dalam mengkonversi pengeluaran dalam pembelian bahan mentah atau persediaan sampai dengan penerimaan pendapatan. Rasio siklus konversi kas yang bernilai rendah menunjukkan bahwa perusahaan dapat menjual persediaan dan menagih piutangnya dengan lebih cepat. Periode dari siklus konversi kas akan menggambarkan bagaimana kemampuan manajemen dalam mengelola modal kerja yang akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Siklus konversi kas mencerminkan pengelolaan modal kerja yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Bahwa ketika perusahaan menghasilkan keuntungan yang besar, hal ini membuat perusahaan tersebut akan termotivasi dalam mengelola modal kerjanya secara efisien. Kebijakan perusahaan dalam mengelola siklus konversi kas secara tepat akan menghasilkan keuntungan yang benar-benar diharapkan oleh perusahaan. Hal ini mengidentifikasi bahwa pengelolaan siklus konversi kas perusahaan yang lebih efektif akan berdampak pada kenaikan kinerja keuangan perusahaan. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh (Yuliasuti, 2020) menunjukkan bahwa siklus konversi kas berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian (Cindy, 2021) menunjukkan bahwa siklus konversi kas berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan dengan penelitian (Windy Yungnata, 2022) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu siklus konversi kas tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Tabel 1.1
Fenomena Penelitian (dlm jutaan rupiah)

Kode Perusahaan	Tahun	Penjualan Bersih	Laba Bruto	Laba Bersih
UNVR	2019	Rp 42.923	Rp 22.029	Rp 7.393
	2020	Rp 42.972	Rp 22.457	Rp 7.164
	2021	Rp 39.546	Rp 19.626	Rp 5.758
MYOR	2019	Rp 25.026.739	Rp 7.917.241	Rp 3.172.265
	2020	Rp 24.476.954	Rp 7.299.123	Rp 2.830.928
	2021	Rp 27.904.558	Rp 6.922.984	Rp 1.772.316
KINO	2019	Rp 4.678.869	Rp 2.190.572	Rp 515.603
	2020	Rp 4.024.971	Rp 1.928.864	Rp 113.665
	2021	Rp 3.976.656	Rp 1.795.940	Rp 100.650

Sumber: PT Bursa Efek Indonesia (2023)

Pemulihan daya beli pasca pandemi tahun ini menjadi tumpuan harapan bagi sejumlah perusahaan sektor barang konsumsi yang selama ini bisnisnya tertekan akibat pandemi. Beberapa perusahaan bahkan sudah mempersiapkan rencana ekspansi untuk mengejar ketertinggalan kinerja tahun ini. Di sepanjang 2021 kinerja perusahaan barang konsumsi masih tertekan kondisi pandemi dan pembatasan sosial. Belum lagi, kenaikan harga bahan baku memperkeruh suasana yang memukul kinerja dari segi margin keuntungan. Berdasarkan data yang dihimpun, mayoritas perusahaan sektor barang konsumsi membukukan penurunan laba hingga dobel digit hingga akhir kuartal III/2021. PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) mencatatkan penurunan laba bersih sebesar 16,04% secara tahunan (*year-on-year/YoY*) menjadi Rp6,60 triliun dari sebelumnya Rp7,87 triliun. Sementara itu, pendapatan turun sebesar 7,47% menjadi Rp30,02 triliun. PT Mayora Indah Tbk. (MYOR) membukukan penurunan laba bersih sebesar 37,17% menjadi Rp977,93 miliar per 30 September 2021 dari sebelumnya Rp1,55 triliun. Namun, penjualan bersih produsen permen Kopiko ini mengalami peningkatan sebesar 13,12% YoY menjadi Rp19,88 triliun dari sebelumnya Rp17,58 triliun. Selanjutnya produsen permen Kino, PT Kino Indonesia Tbk. (KINO) membukukan penurunan laba bersih sebesar 56,34% menjadi Rp78,63 miliar dari sebelumnya Rp180,10 miliar. Penjualan KINO tercatat turun sebesar 5,75% menjadi Rp2,93 triliun dari sebelumnya Rp3,11 triliun. Direktur Keuangan Kino Indonesia Budi Muljono optimistis kondisi pandemi akan lebih terkendali

sehingga ekonomi bisa lebih bergeliat pada 2022. Untuk mengoptimalkan kinerja, Budi mengatakan perseroan akan menyesuaikan strategi pada tahun depan dengan perkembangan di masyarakat dan pemulihan ekonomi. Fokus akan lebih tajam di segmen yang dapat men-generate penjualan dan kembali dicari masyarakat setelah sempat terpengaruh oleh pandemi. KINO pun menyediakan belanja modal atau capital expenditure senilai Rp350 miliar - Rp400 miliar untuk keperluan ekspansi pada 2022. Budi menyebut capex tersebut akan dialokasikan untuk penambahan kapasitas dan pembaruan mesin yang sudah berumur agar produksi perseroan tetap efisien (<https://bisnisindonesia.id/>). Jadi para emiten yang bergerak di sektor barang konsumsi sudah menyiapkan rencana ekspansi pada tahun 2022 untuk menyambut pemulihan daya beli masyarakat pasca pandemi.

Fenomena di atas terjadinya penurunan laba dan penjualan pada salah satu perusahaan sektor industri barang konsumsi yang memberikan sinyal bahwa perusahaan tersebut akan mengalami penurunan kinerja keuangan perusahaan. Agar perusahaan tetap bertahan diberbagai kondisi ekonomi Indonesia dan bisa tetap berkembang dengan positif untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan di tengah persaingan harus memperhatikan peningkatan laba dari tahun ketahun dengan meningkatkan penjualan menggunakan berbagai strategi salah satunya menggunakan *e-commerce* dengan maksimal dan mengelola modal kerja secara efisien.

Penelitian akan dilakukan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Dalam penelitian ini, peneliti memilih perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena perusahaan tersebut melakukan aktivitas secara menyeluruh mulai dari pembelian bahan baku, melakukan produksi, dan mendistribusikannya ke pasaran. Selain itu, Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi merupakan perusahaan yang menghasilkan produk untuk dikonsumsi oleh masyarakat dengan memanfaatkan penggunaan teknologi canggih dalam proses produksinya. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi juga merupakan sektor terbesar dalam Bursa Efek Indonesia yang menjadi perhatian dan sorotan dari para investor dan pelaku pasar modal lainnya. Sektor ini juga dapat bertahan di berbagai kondisi ekonomi Indonesia. Dan dengan adanya persaingan bisnis yang ketat membuat setiap perusahaan manufaktur industri barang konsumsi berusaha untuk melakukan berbagai cara untuk meningkatkan kinerja, baik kinerja keuangan maupun kinerja operasional perusahaan, seperti dengan menggunakan *e-commerce* agar dapat dengan mudah memasuki pasar global yang memberikan ruang cukup besar dalam peningkatan penjualan yang penggunaan *e-commerce* dapat mengurangi biaya operasional perusahaan sehingga memperbesar laba yang diperoleh perusahaan, dan dengan cara mengelola modal kerja secara efisien.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya (Cindy, 2021) yang berjudul Pengaruh Siklus Konversi Kas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Pasar (Studi pada Industri Barang dan Konsumsi Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019). Perbedaannya yaitu terdapat penambahan terhadap variabel independen atau variabel x yaitu *e-commerce*, dan objek dalam penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 demi menemukan hasil penelitian yang maksimal dan terbaru. Pada penelitian terdahulu tidak adanya sebuah penelitian yang menyatakan pengaruh ukuran perusahaan, *e-commerce*, dan siklus konversi kas terhadap kinerja keuangan perusahaan. Pada penelitian ini saya ingin mengetahui dan menganalisa apakah ukuran perusahaan, *e-commerce* dan siklus konversi kas secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan variabel penelitian terkait akan didapat nilai determinasi yang dihasilkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini dalam bentuk penelitian yang berjudul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, *E-Commerce* dan Siklus Konversi Kas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021?
2. Apakah *e-commerce* berpengaruh secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021?
3. Apakah siklus konversi kas berpengaruh secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021?
4. Apakah ukuran perusahaan, *e-commerce* dan siklus konversi kas berpengaruh secara simultan terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa *e-commerce* berpengaruh secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa siklus konversi kas berpengaruh secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa ukuran perusahaan, *e-commerce* dan siklus konversi kas berpengaruh secara simultan terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, penelitian ini berguna untuk dapat menerapkan ilmu-ilmu yang telah peneliti peroleh selama proses perkuliahan.
2. Bagi Akademis, untuk menambah literatur dalam bidang akuntansi dan sebagai masukan yang dapat menambah wawasan untuk meningkatkan kualitas pendidikan, serta dapat digunakan sebagai referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya.
3. Bagi Investor, manajemen maupun pelaku bisnis lainnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai alat untuk mengukur kemajuan perusahaan.
4. Bagi Perusahaan, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan di dalam pengambilan keputusan yang tepat.
5. Bagi Pemerintah, memberikan informasi mengenai kelangsungan investasi di Indonesia dan kewajiban perpajakan. Upaya menstabilkan perekonomian bangsa sebagai pembuat kebijakan.
6. Bagi Penulis berikutnya, penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lanjutan.

1.4 Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan penelitian ini, penulis menguraikan keseluruhan isi proposal penelitian skripsi ini secara ringkas yang terdiri dari beberapa bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai uraian latar belakang masalah yang ingin diteliti oleh penulis, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta Sistematika Pembahasan, *Time Schedule* dan Biaya Penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup tinjauan pustaka mengenai variabel variabel yang diteliti serta penelitian terdahulu yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, kerangka konseptual, dan hipotesis untuk hasil atau jawaban sementara untuk menjawab pertanyaan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang terdiri dari penjelsasan mengenai gambaran umum objek penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang Judul Penelitian yang memuat hasil penelitian, analisa permasalahan penelitian, pembahasan permasalahan penelitian, pengujian hipotesis dan pembahasan keterkaitan penelitian terdahulu.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan dari hasil penelitian disertai dengan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pembaca.

1.5 *Time Schedule* dan Biaya Penelitian

1.5.1 *Time Schedule* Penelitian

Tabel 1.2
***Time Schedule* Penelitian**

TAHAP-TAHAP KEGIATAN	TAHUN KEGIATAN					
	2022	2023				
	Des	Jan	Feb	Mar	Juni	Juli
1. Konsultasi Proposal Penelitian						
2. Ujian Proposal dan Penelitian						
3. Penelitian & Penulisan Draf Skripsi						
4. Konsultasi Hasil Penelitian (Skripsi)						
5. Ujian Seminar Hasil						
6. Ujian Skripsi						
7. Pengajuan/Penerbitan jurnal						
8. Pengandaan Skripsi						

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023)

1.5.2 Biaya Penelitian

Biaya Penelitian sebesar Rp 3.250.000,- (Tiga Juta dua Ratus Lima

Puluh Ribu Rupiah), yang terdiri dari:

a. Biaya administrasi, sebanyak	Rp. 300.000,-
b. Biaya kertas dan tinta printer, sebanyak	Rp. 500.000,-
c. Biaya Ujian/Sidang Proposal Penelitian, sebanyak	Rp. 300.000,-
d. Biaya Ujian Seminar Hasil, sebanyak	Rp. 350.000,-
e. Biaya Ujian Komprehensif/Skripsi, sebanyak	Rp. 900.000,-
f. Biaya Penerbitan dalam Jurnal, sebanyak	Rp. 300.000,-
g. Biaya pengandaan dan penjilidan, sebanyak	Rp. 400.000,-
h. Biaya lain-lain, sebanyak	<u>Rp. 200.000,-</u>
Jumlah	Rp. 3.250.000,-