

PENGARUH *LEVERAGE* PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Eliza Sari Ayu¹, Supami Wahyu Setiyowati², Doni Wirshandono Yogivaria³

Universitas PGRI Kanjuruhan, Malang, Jawa Timur, Indonesia^{1,2,3}

Email: elizasariayu113@gmail.com¹, setiyo@unikama.ac.id²,

doniwirshandono@unikama.ac.id³

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui korelasi yang ada antara nilai pelanggan, ekspansi penjualan, leverage, dan profitabilitas. Pada tahun 2020 hingga 2022, penelitian ini menggunakan kohort sebanyak 68 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Purposive sampling telah diterapkan sebagai teknik pengambilan sampel. Untuk membuktikan hipotesis, penelitian ini menggunakan analisis model luar dan model dalam. Sesuai dengan hasil penelitian ini, nilai suatu perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas dan leverage. Peningkatan penjualan tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap organisasi.

Kata kunci: Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

Abstract

The objective of this research endeavour is to determine the correlation that exists among customer value, sales expansion, leverage, and profitability. From 2020 to 2022, this study utilises a cohort of 68 manufacturing companies that are listed on the IDX. Purposive sampling has been implemented as the sampling technique. To verify hypotheses, this research employs outer model and inner model analysis. As suggested by the results of this research, the value of a firm is significantly influenced by both profitability and leverage. The increase in sales did not have a significant impact on the organisation.

Key words: Leverage, Sales Growth, Profitability, Company Value

Pendahuluan

Perusahaan-perusahaan di sektor manufaktur terus menjadi penggerak utama perekonomian negara. Penyumbang produk domestik bruto terbesar, industri penyulingan nonmigas, menunjukkan hal tersebut melalui konsistensinya. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), jumlah kumulatif perusahaan yang tercatat di Pasar Modal Indonesia per Desember 2023 berjumlah 910 perusahaan. Keadaan ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar pengusaha dalam negeri dalam upaya mereka untuk meningkatkan nilai perusahaannya.

BEI Gabungan (IHSG) mencatat harga saham PT Jaya Agra Wattie Tbk mengalami penurunan sejak tahun 2023, dengan penurunan harian sebesar -2,4% terjadi pada 7 Februari 2024. Laporan keuangan organisasi tersebut mencatat defisit sebesar Rp 172,6 miliar pada tahun 2023, mencerminkan pertumbuhan dibandingkan tahun sebelumnya.

How to cite: Ayu, E. S., Setiyowati, S. W., & Yogivaria, D. W. (2024). Pengaruh *Leverage* Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Syntax Literate*. (9)4. <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i4>

E-ISSN: 2548-1398

Published by: [Ridwan Institute](#)

Organisasi ini saat ini menunjukkan profil stabilitas yang berkurang secara signifikan, sebagaimana dibuktikan oleh metrik berikut: laba atas aset (ROA) negatif, margin laba negatif (NPM), dan laba atas ekuitas (ROE) negatif; semuanya berjumlah -533,12 persen). Hal ini menunjukkan bahwa organisasi mengalami kesulitan dalam mengubah modal dan asetnya menjadi keuntungan. Pada semester I-2023, perusahaan menghasilkan penjualan sebesar Rp446,7 miliar, turun 16,75% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya yang menghasilkan Rp536,6 miliar. Penurunan pendapatan ini berpotensi menjadi faktor yang berkontribusi terhadap berkurangnya profitabilitas organisasi. Perusahaan ini menunjukkan tingkat leverage yang signifikan, dibuktikan dengan Debt to Equity Ratio (DER) sebesar 5.513,67 persen. Per 30 Juni 2023, total utang mencapai Rp3,57 triliun, jauh melampaui total modal Rp73,52 miliar (Cnbcindonesia, 2023). Angka ini dianggap sangat buruk.

Fenomena di atas berpotensi berdampak pada nilai suatu perusahaan. Harga saham yang ditentukan oleh interaksi permintaan dan penawaran pasar modal menjadi indikator persepsi masyarakat terhadap prospek perusahaan di masa depan dan menjadi indikasi nilai perusahaan (Putri & Gantino, 2023). Nilai perusahaan yang meningkat berfungsi sebagai bukti kapasitas perusahaan untuk menghasilkan nilai besar per unit modal yang diinvestasikan. Penilaian suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai elemen, termasuk profitabilitas, ekspansi penjualan, dan leverage (Putri & Noor, 2022). Rasio leverage mengukur sejauh mana struktur modal suatu perusahaan terdiri dari utang (Harmono, 2021). Pengurangan leverage atau proporsi hutang berhubungan dengan tidak adanya risiko keuangan dan operasional bagi organisasi. Pertumbuhan penjualan mengacu pada peningkatan progresif volume penjualan tahunan perusahaan (Septiano & Mulyadi, 2023). Pertumbuhan penjualan dapat disebabkan oleh meningkatnya permintaan pasar dan persaingan produk. Kapasitas suatu bisnis untuk menghasilkan keuntungan dan meningkatkan nilai keseluruhannya ditunjukkan oleh profitabilitasnya (Gz & Lisiantara, 2022).

Metode Penelitian

Dengan memanfaatkan sumber data sekunder, penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Penelitian ini mengoperasikan dua model pengujian yaitu model dalam dan model luar dengan menggunakan metode analisis Partial Least Squares (PLS). Pengambilan sampel dilakukan secara purposive, dengan kriteria sebagai berikut dengan mempertimbangkan perusahaan manufaktur yang memenuhi syarat: perusahaan yang menghasilkan keuntungan selama periode tertentu (2020-2022), perusahaan yang melaporkan pertumbuhan penjualan dalam jangka waktu yang sama (2020-2022), dan pihak yang mempublikasikan laporan keuangan di BEI. Kriteria inklusi dipenuhi oleh total 68 sampel.

Penetapan nilai suatu perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio Price to Book Value (PBV), yang membandingkan harga saham pasar dengan nilai buku. (Gz & Lisiantara, 2022) Terdapat korelasi positif antara besarnya rasio PBV dengan kepercayaan pasar terhadap prospek pengembangan perusahaan di masa depan.

$$\text{Rasio PBV} = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Perlembar Saham}}$$

Metrik yang digunakan untuk mewakili profitabilitas adalah laba atas aset (ROA). Rasio ini menunjukkan kemampuan organisasi dalam menghasilkan keuntungan dari aset

yang dimilikinya. Pengembalian aset (ROA) yang lebih tinggi menunjukkan cara organisasi yang lebih efisien mengubah asetnya menjadi keuntungan (Kasmir & Gill, 2018).

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

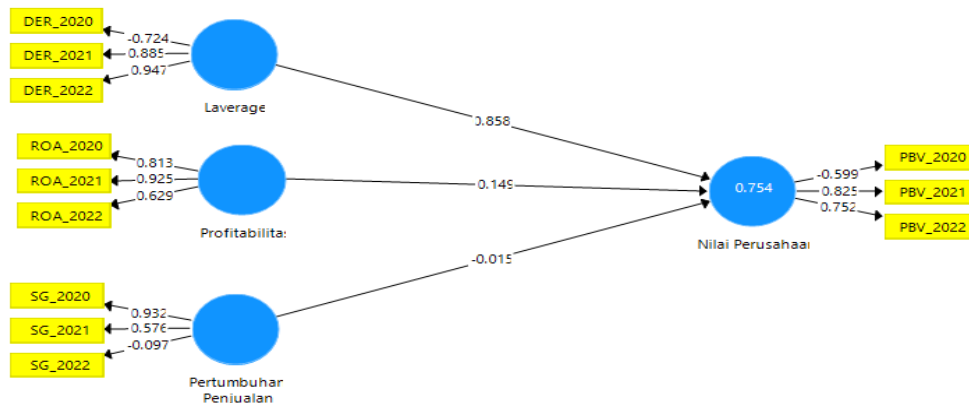
Rasio leverage mengukur sejauh mana struktur modal suatu perusahaan terdiri dari utang (Harmono, 2021). Permintaan investor akan imbal hasil yang lebih tinggi sebanding dengan risiko yang mereka tanggung, yang meningkat seiring dengan meningkatnya rasio utang terhadap ekuitas.

$$DER = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Pertumbuhan penjualan diartikan sebagai peningkatan kuantitas penjualan setiap tahunnya (Riyanto, 2020). Peningkatan persentase penjualan yang lebih besar dari tahun ke tahun menandakan peningkatan kinerja penjualan perusahaan dan secara bersamaan meningkatkan nilai masa depannya.

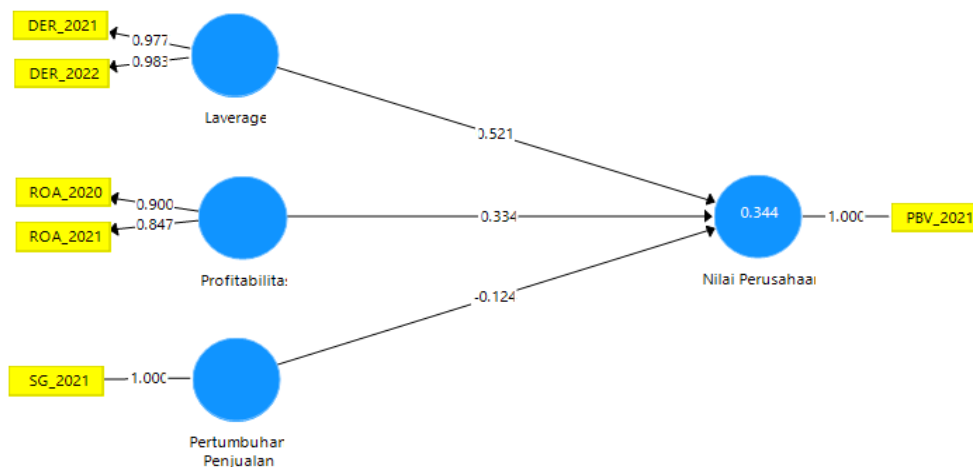
$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Net Sales}_t - \text{Net Sales}_{t-1}}{\text{Net Sales}_{t-1}}$$

Hasil dan Pembahasan *Outer Model* Convergent Validity



Gambar 1. Hasil Model Analisis 1 Sebelum Dieliminasi
Sumber: Data dilolah (2023)

Investigasi ini terdiri dari dua model: model luar dan model pengukuran model interior. Validitas konvergen digunakan untuk menilai validitas, asalkan faktor pemuatannya lebih besar dari 0,7 dan AVE lebih besar dari 0,5 (Hair et al., 2014). Gambar berikutnya menggambarkan hasil analisis model 1 sebelum penghapusan item indikator apa pun.



Gambar 2. Hasil Model Analisis 2 Sesudah Dieliminasi
 Sumber: Data dilolah (2023)

Konvergensi Gambar 1 menunjukkan adanya sejumlah item indikator yang tidak memenuhi kriteria yang ditentukan dan harus dihilangkan. Gambar sebelumnya menggambarkan hasil analisis model 2 setelah penghapusan item indikator.

Tabel.1 Hasil Convergent Validity

Variabel	Jumlah item	Convergent Validity		Kesimpulan
		Loading Factor	AVE	
Lverage	2	0.977-0.983	0.961	Valid
Pertumbuhan Penjualan	1	1.000	1.000	Valid
Profitabilitas	2	0.847-0.900	0.764	Valid
Nilai Perusahaan	1	1.000	1.000	Valid

Sumber: Data dilolah (2023)

Terlihat dari Gambar 2 bahwa setiap item indikator variabel mempunyai nilai yang valid. Selain itu, tabel ini menunjukkan bahwa semua variabel memenuhi kriteria yang diperlukan untuk validitas konvergen.

Discriminant Validity

Tabel 2. Hasil Discriminant Validity

	Lverage	Nilai Perusahaan	Pertumbuhan Penjualan	Profitabilitas	Kesimpulan
Lverage	0.980				Valid
Nilai Perusahaan	0.490	0.967			Valid
Pertumbuhan Penjualan	0.019	0.014	0.892		Valid
Profitabilitas	-0.087	0.272	0.300	0.874	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Tujuan dari pemeriksaan ini adalah untuk menilai prinsip bahwa tidak boleh ada korelasi antara konstruksi yang berbeda (Hair et al., 2014). Seperti terlihat pada tabel di atas, validitas diskriminatif dianggap memuaskan jika akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan nilai variabel lainnya. AVE menunjukkan validitas diskriminatif yang baik,

karena semua nilai akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan variabel lain, seperti yang ditunjukkan oleh hasil di atas.

Composite Reliability

Tabel 3. Hasil *Composite Reliability*

	<i>Composite Reliability</i>	Kesimpulan
<i>Laverage</i>	0.980	Reliabel
Nilai Perusahaan	1.000	Reliabel
Pertumbuhan Penjualan	1.000	Reliabel
Profitabilitas	0.866	Reliabel

Sumber: Data diolah (2023)

Reliabilitas suatu variabel dapat diketahui dengan memeriksa hasil uji Composite Reliability, dengan ketentuan nilai yang diperoleh melebihi 0,7 (Hair et al., 2014). Sesuai data yang disajikan pada tabel di atas.

Inner Model

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinan (R^2)

	<i>R square</i>	Tingkat Prediksi
Nilai Perusahaan	0.344	Lemah

Pemeriksaan ini berupaya untuk mengetahui keandalan estimasi antar variabel konstruksi (Hair et al., 2014). Evaluasi pengujian ini dilakukan dengan mempertimbangkan koefisien jalur dan koefisien determinan (R^2). Pengaruh variabel leverage dan pertumbuhan penjualan terhadap variabel nilai perusahaan relatif lemah, hanya menyumbang 34,4% varians; sisanya sebesar 65,6% disebabkan oleh variabel lain seperti terlihat pada tabel di atas.

Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sampel	T Tabel	P Values	Keterangan
<i>Laverage</i> -> Nilai Perusahaan	0.521	2.682	0.008	H1 Diterima
Pertumbuhan Penjualan -> Nilai Perusahaan	-0.124	1.825	0.069	H2 Ditolak
Profitabilitas -> Nilai Perusahaan	0.334	3.288	0.001	H3 Diterima

Sumber: Data diolah (2023)

Nilai T statistik 2,775, melebihi 1,96, dan nilai P 0,006 (kurang dari 0,05), ditampilkan dalam tabel. Oleh karena itu, hipotesis 1 didukung oleh data pada tabel yang menunjukkan bahwa leverage mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap nilai suatu perusahaan.

Tabel statistik memberikan hasil sebagai berikut: T = 1,266; P = 0,206; tingkat signifikansi > 0,05. H2 ditolak dengan alasan data pada tabel ini menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan.

Nilai statistik T diidentifikasi dalam tabel sebagai 3,695 > 1,96, dan nilai P yang sesuai adalah 0,000 < 0,05. Mendukung persetujuan hipotesis 3, tabel tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai dampak besar terhadap nilai perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa dari variabel-variabel di atas, hanya profitabilitas dan leverage yang mempunyai pengaruh signifikan secara statistik, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai T statistik ($<1,96$ dan $<0,05$) dan nilai P ($<0,05$).

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa leverage memberikan pengaruh yang signifikan, terbukti dengan menurunnya nilai perusahaan yang diakibatkan oleh peningkatan rasio hutang terhadap ekuitas (leverage). Konsisten dengan kesimpulan yang dicapai oleh (Christiaan, 2022), (Setiawan & Widjaja, 2022), (Kartika Dewi & Abundanti, 2019), dan (Farizki et al., 2021), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan leverage berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Akibatnya, nilai organisasi tidak diragukan lagi dipengaruhi oleh besarnya nilai leverage.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Korelasi yang tidak signifikan secara statistik ditemukan antara pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan, menurut hasil penyelidikan ini. Penelitian ini menegaskan kesimpulan penelitian sebelumnya (Inda Rosari & Subardjo, 2021; Sinaga et al., 2019; Weny Cintia Dewi & M. Yamin Siregar, 2020) bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara pertumbuhan penjualan dan penilaian suatu organisasi. Akibatnya, besarnya ekspansi penjualan memberikan dampak minimal terhadap penilaian suatu organisasi.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian terdahulu (Akram, n.d.; Paul & Riba, 2023; Kalengkongan et al., 2021; Agatha & Irsad, 2021; Faradilla & Agustin, 2021; Gz & Lisiantara, 2022; Kurniawati & Suwitho, 2021; Reschiwati et al., 2020; Ristiani & Sudarsi, 2022; Sumartono et al., 2020) menemukan bahwa profitabilitas berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Akibatnya, penilaian suatu perusahaan dipengaruhi oleh tingkat profitabilitasnya.

Kesimpulan

Karena besarnya korelasi antara leverage dengan nilai perusahaan, maka peningkatan tingkat leverage suatu perusahaan akan berpengaruh signifikan terhadap kemampuannya dalam meningkatkan nilai. Dampak pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan sangatlah besar; akibatnya, nilai perusahaan akan meningkat pesat karena pertumbuhan penjualannya. Penilaian suatu perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas; Oleh karena itu, peningkatan profitabilitas merupakan indikasi peningkatan nilai perusahaan.

Jurnal ini diharapkan dapat berfungsi sebagai literatur tambahan untuk penelitian selanjutnya. Lebih jauh lagi, untuk mereplikasi penelitian ini di sektor alternatif atau dengan memperluas topik penelitian untuk mencakup perusahaan-perusahaan dari industri yang berbeda, variabel-variabel lebih lanjut dapat dimasukkan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan data tambahan kepada investor dan perusahaan yang akan memfasilitasi pertimbangan investasi mereka. Rekomendasi untuk tindakan tambahan atau generalisasi temuan sehubungan dengan masalah penelitian dapat berupa kesimpulan.

BIBLIOGRAFI

- Agatha, N. A., & Irsad, M. (2021). Pengaruh Likuiditas, Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(2), 329–339.
- Akram, M. (n.d.). *Competitive Social Science Research Journal (CSSRJ)*, 3(1), 621–638. 3(1), 621–638.
- Christiaan, P. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi). *AkMen Jurnal Ilmiah*, 19(1), 37–50. <https://doi.org/10.37476/akmen.v19i1.2439>
- Cnbcindonesia. (2023). merugi Jawa. *Cnbcindonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230831071144-128-467690/merugi-hutang-menggunung-saham-jawa-tak-ada-harapan>
- Faradilla, I., & Agustin, S. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Transportasi. *Jurnal Riset Akuntansi Politika*, 10(1), 1–15. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3897/3907>
- Farizki, F. I., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.273>
- Gz, A. A., & Lisiantara, G. A. (2022). Pengaruh profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, likuiditas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Owner*, 6(4), 3974–3987. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1030>
- Harmono. (2021). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard*. Bumi Aksara.
- Inda Rosari, Q., & Subardjo, A. (2021). Pengaruh Keputusan Pendanaan, Firm Size, Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(3), 2–23.
- Kalengkongan, T. S., Mangantar, M., & Rate, P. Van. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Retail Trade Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Jurnal EMBA*, 9(3), 565–575.
- Kartika Dewi, N. P. I., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 3028. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p16>
- Kasmir, S., & Gill, L. (2018). No smooth surfaces: The anthropology of unevenness and combination. *Current Anthropology*, 59(4), 355–377. <https://doi.org/10.1086/698927>
- Kurniawati, D. D., & Suwitho. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Property And Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(1), 1–20.
- Paul, Y., & Riba, E. (2023). *The Effect Of Capital Structure And Company Growth On Company Value Through Profitability As An Intervening Variable*. 01(9), 856–865.
- Putri, M., & Gantino, R. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Mutiara: Multidisciplinary Scientific Journal*, 1(6), 262–274. <https://doi.org/10.57185/mutiara.v1i6.35>

- Putri, M., & Noor, A. (2022). Pengaruh earning per share, profitabilitas, leverage, dan sales growth terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar dalam bursa efek Indonesia (BEI). *Kinerja*, 19(2), 286–294. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i2.11589>
- Reschiwati, R., Syahdina, A., & Handayani, S. (2020). *Effect of Liquidity, Profitability, and Size of Companies on Firm Value*. 25.
- Ristiani, L., & Sudarsi, S. (2022). Analisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 837–848. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.2336>
- Riyanto, B. (2020). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan* (4th ed.). bpfe.
- Septiano, R., & Mulyadi, R. (2023). Pengaruh Solvabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 3(2), 525–535. http://repository.itbwigalumajang.ac.id/id/eprint/1100%0Ahttp://repository.itbwigalumajang.ac.id/1100/4/Bab_2_watermark.pdf
- Setiawan, E., & Widjaja, I. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan Sektor Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(4), 1105–1115. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i4.20590>
- Sinaga, L. V., Nababan, A. M., Sinaga, A. N., Hutahean, T. F., & Guci, S. T. (2019). Pengaruh Sales Growth, Firm Size, Debt Policy, Return On Asset terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(2), 345–355. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.664>
- Sumartono, F. A. P., Wijayanti, A., & Fajri, R. N. (2020). Pengaruh Struktur Asset, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Economic, Public, and Accounting (JEPA)*, 2(2), 86–102. <https://doi.org/10.31605/jepa.v2i2.700>
- Weny, S. D., & Siregar, Y. (2020). Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018 The Effect of Liquidity and Sales Growth on Company Value in Telecommunications Companies Listed on the Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 106–111.

Copyright holder:

Eliza Sari Ayu, Supami Wahyu Setiyowati, Doni Wirshandono Yogivaria (2024)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

