

PENGARUH SALES GROWTH, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP STRUKTUR MODAL

Irma Dwi Puspita Dewi¹

Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang
dpuspidewi@unis.ac.id

Mirdawati²

Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang
1806010049@students.unis.ac.id

Abstract

This research aims to analyze changes in the capital structure of companies in the F&B (Food and Beverage) subsector listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) based on sales growth, profitability and company size during the 2016-2020 period. In this quantitative research, a purposive sampling technique was used as a sampling method using secondary data, which is data that has been collected previously. The sample of 13 companies represents the population of companies in the F&B (Food and Beverage) industry subsector listed on the IDX during the 2016-2020 period. In this research, several tests were carried out, such as the classical assumption test, multiple linear regression, hypothesis testing, and analyzing descriptive statistics using SPSS version 25 software. The results of several tests that have been carried out are that sales growth, profitability and company size are all influenced by partial capital structure.

Keywords: Sales Growth, Profitability, Company Size, Capital Structure

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu menganalisis perubahan dalam struktur modal perusahaan pada subsektor F&B (*Food and Beverage*) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) berdasarkan pertumbuhan penjualan atau *sales growth*, profitabilitas, serta ukuran perusahaan selama periode 2016-2020. Dalam penelitian kuantitatif ini, digunakan teknik purposive sampling sebagai metode pengambilan sampel menggunakan jenis data sekunder yang merupakan data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Sampel sebanyak 13 perusahaan mewakili populasi perusahaan pada subsektor industri F&B (*Food and Beverage*) yang tercatat di BEI selama periode 2016-2020. Dalam penelitian ini melakukan beberapa uji, seperti uji asumsi klasik, regresi linier berganda, pengujian hipotesis, serta menganalisis statistik deskriptif menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.. Hasil dari beberapa uji yang telah dilakukan adalah *sales growth*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan semuanya dipengaruhi oleh struktur modal secara parsial.

Kata kunci: Sales Growth, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal

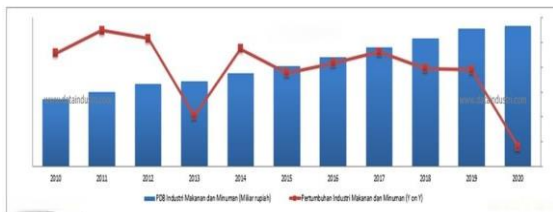
A. Pendahuluan

Persaingan bisnis yang semakin kencang di era globalisasi ini, setiap perusahaan membutuhkan pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan untuk mencapai tujuannya semaksimal mungkin.

Pandemi global Coronavirus Disease (Covid-19) di tahun 2020

mengejutkan semua orang, tidak terkecuali Indonesia. Seluruh bidang perekonomian Indonesia terdampak oleh penyebaran *Coronavirus Disease* (Covid-19). Perusahaan yang bergerak di industri F&B (*Food and Beverage*) menjadi salah satu segmen usaha yang berdampak pandemi Covid-19 (Septiningrum, 2021).

Subsektor usaha yang tumbuh secara konsisten dari tahun ke tahun adalah subsektor pada F&B (*Food and Beverage*). Tetapi, seiring pertumbuhan pada subsektor F&B (*Food and Beverage*), saat ini terus melemahkan perekonomian nasional dan menurunkan laba perusahaan (Agung & Susilawati, 2021).



Sumber: Data Industri Tahun 2021

Gambar 1. Pertumbuhan Perusahaan Industri F&B (*Food and Beverage*)

Berdasarkan data industri, terjadi penurunan sektor makanan dan minuman sebesar 4,1% dari 2019 hingga 2020, yang mana hal ini menjadi bukti rendahnya kebutuhan, baik di dalam ataupun di luar negeri. Dengan menurunnya kinerja ekspor sektor makanan dan minuman ini menjadi penyebab utama dalam pertumbuhan perusahaan industri F&B (*Food and Beverage*) (DataIndustri, 2021).

Terjadi penurunan lebih lanjut pada tahun 2020 sebesar 3,72% di sektor F&B (*Food and Beverage*). Akibatnya, sektor F&B (*Food and Beverage*) bertumbuh rata-rata sebesar 2,03%, jauh lebih rendah dibandingkan pertumbuhan rata-rata sektor kimia, farmasi, dan obat tradisional sebesar 7,12 persen yang meningkat seiring dengan tingginya permintaan (DataIndustri, 2021).

Di samping itu, penurunan industri telah menurunkan laba perusahaan dan membutuhkan suntikan modal yang konstan untuk meningkatkan penjualan,

permintaan publik, dan elemen lain yang mendukung ekspansi dari perusahaan tersebut. Dengan demikian, maka dibutuhkan keputusan pendanaan terkait struktur modal untuk mengatasi hal tersebut (Darmawan et al., 2022).

Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) memberikan pengaruh terhadap Struktur Modal dalam studi yang dilakukan oleh Dzikriyah & Sulistyawati (2020). Dari hasil studi tersebut menunjukkan bagaimana struktur modal dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan (Dzikriyah & Sulistyawati, 2020). Namun, ada penelitian Ferlina Ekinanda, Anita Wijayanti, & Purnama Siddi (2021) yang mengklaim bahwa *sales growth* tidak dipengaruhi oleh struktur modal (Ekinanda et al., 2021).

Profitabilitas juga mempunyai pengaruh terhadap Struktur Modal dalam riset yang dilakukan oleh Akhmad Darmawan et al. (2021). Dari hasil riset tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas dipengaruhi oleh struktur modal (Darmawan et al., 2022). Namun, penelitian yang dilakukan oleh Monica Setiawati (2020) yang melakukan penelitian tersebut menegaskan bahwa profitabilitas tidak dipengaruhi oleh struktur modal.

Selain itu, Ukuran Perusahaan juga terdapat pengaruh terhadap Struktur Modal dalam riset yang dilakukan oleh Rico Andika & Sedana (2019). Dari hasil riset tersebut mengklaim struktur modal dipengaruhi oleh ukuran perusahaan (Andika & Sedana, 2019). Namun, pada studi yang dilakukan oleh Ekinanda et al. (2021), ukuran perusahaan tidak berdampak pada struktur modal (Ekinanda et al., 2021).

Struktur Modal

Ketika memutuskan bagaimana membiayai keputusan investasi masa depan perusahaan, seorang manajer keuangan akan mempertimbangkan struktur modal. Karena menimbulkan lebih banyak hutang untuk membiayai operasinya, struktur modal perusahaan berkorelasi terbalik dengan risiko yang ditanggungnya (Ekinanda et al., 2021).

Sales Growth

Menurut Rahmadani, Rangga Putra, dan Wiwik Andriani (2019), tingkat pertumbuhan penjualan mengungkapkan keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Bisnis yang tumbuh cepat membutuhkan bisnis untuk menyediakan modal yang cukup untuk mendanai operasi mereka yang sedang berlangsung. Bisnis dengan pertumbuhan cepat atau tinggi umumnya lebih condong untuk memanfaatkan lebih banyak utang jika dibandingkan dengan usaha yang pertumbuhannya lebih lambat (Rahmadani et al., 2019).

Profitabilitas

Sari (2021) menjelaskan Ungkapan "kapasitas profitabilitas" mengacu pada kapasitas perusahaan untuk kadang-kadang menghasilkan keuntungan. Menurut teori pecking order, bisnis yang sangat menguntungkan biasanya memiliki beban hutang yang rendah. Hal ini dilakukan agar mereka memiliki sumber pendanaan internal yang memadai, yang hadir dalam bisnis yang sukses, untuk mendukung kebutuhan mereka. Struktur modal bisnis dan jumlah keuntungan yang dihasilkan keduanya dapat dipengaruhi oleh profitabilitas (Sari, 2021).

Ukuran Perusahaan

Struktur permodalan, khususnya dalam kaitannya dengan kemampuan

memperoleh pinjaman, sangat bergantung pada ukuran perusahaan. Semakin mudah perusahaan besar memperoleh pinjaman, maka semakin tinggi nilai aset yang dijamin dan semakin besar tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan (Sari, 2021).

Struktur modal suatu perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh ukuran perusahaannya, terutama dalam kaitannya dengan kapasitas pinjamannya. Bisnis yang lebih besar lebih mungkin disetujui untuk pinjaman karena lebih mudah bagi mereka untuk melakukannya, aset yang dijamin lebih berharga, dan lebih banyak orang yang percaya pada lembaga keuangan (Ekinanda et al., 2021).

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sebagai pendekatan penelitian dengan dasar teori asosiatif kausal. Data primer diperoleh dari 13 perusahaan subsektor F&B (Food and Beverage) yang tercatat di BEI selama periode tahun 2016 sampai tahun 2020. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan melalui metode purposive sampling. Sampel yang dipilih sesuai dengan kriteria yang relevan agar lebih fokus dalam penelitian.

Model regresi berganda dipakai dalam pengujian ini dengan *variable dependent* yaitu struktur dan *variable independent* yaitu *sales growth*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Struktur Modal

α : Konstan

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

- X1 : *Sales Growth*
- X2 : Profitabilitas
- X3 : Ukuran Perusahaan

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Statistik Deskriptif

Variabel struktur modal (Y) memiliki rentang nilai antara 0.16 hingga 1.77, dengan 0.16 sebagai yang terendah dan 1.77 sebagai yang tertinggi dengan nilai rata-rata 0.7795 dan standar deviasi 0.44045.

Variabel *sales growth* (X1) memiliki nilai terendah yaitu -0,47 dan nilai tertinggi yaitu 0,50, dengan nilai rata-rata (mean) 0,0611 dan standar deviasi 0,13799.

Variabel profitabilitas (X2) memiliki rentang nilai antara 0.00 sampai dengan 0.53, dengan 0.00 terendah dan 0.53 tertinggi, dengan nilai rata-rata 0.1115 dan standar deviasi masing-masing 0.10505.

Nilai terendah dan tertinggi untuk variabel ukuran perusahaan (X3) berturut-turut adalah 20,90 terendah dan 32,73 tertinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan sampel berkisar antara 20,90 hingga 32,73, dengan rata-rata 28,4838 dan standar deviasi 2,60515.

Variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai standar deviasi yang melebihi dari nilai rata-rata. Ini mengindikasikan bagaimana ada variasi yang signifikan dalam jarak antara nilai maksimum dan minimum. Standar deviasi dari variabel ukuran perusahaan memiliki nilai yang minimum. Selain itu, perbedaan antara nilai maksimum dan minimum dari variabel tersebut juga sangat kecil. Dengan kata lain, variasi atau penyebaran data

ukuran perusahaan relatif kecil, sehingga nilai-nilai data cenderung berkumpul secara dekat dengan rata-rata, dan tidak terdapat adanya perbedaan yang substansial antara nilai maksimum dan minimum.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.41637328
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.046
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diproses dengan SPSS 25 (2022)

Mengacu pada tabel 1 diatas, dapat dinyatakan bahwa hasil dari pengolahan data menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov Test bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0.200 dimana nilai tersebut > 0.05 sehingga dengan itu dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal dan layak dipergunakan untuk penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolonieritas

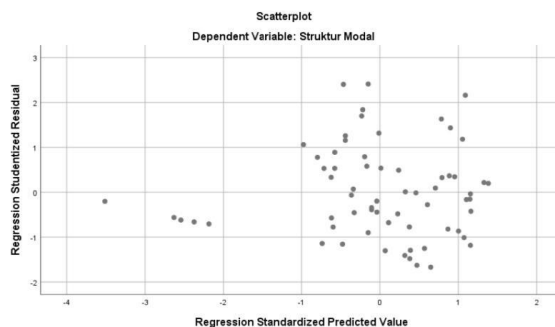
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Sales Growth	.974	1.027
	Profitabilitas	.964	1.037
	Ukuran Perusahaan	.939	1.064
a. Dependent Variable: Struktur Modal			

Sumber: Data diproses dengan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan data dari tabel 2 diatas, dapat dinyatakan bahwa nilai tolerance pada variabel sales growth sebesar 0.974 > 0.10 nilai tolerance pada variabel profitabilitas sebesar 0.964 > 0.10, dan nilai tolerance pada variabel

ukuran perusahaan sebesar $0.939 > 0.10$, sehingga tidak terjadi multikolonieritas antara variabel independen dalam model regresi tersebut.

Sedangkan untuk nilai VIF pada variabel sales growth sebesar $1.027 < 10$, nilai VIF pada variabel profitabilitas sebesar $1.037 < 10$, dan nilai VIF pada variabel ukuran perusahaan sebesar $1.064 < 10$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antara variabel independen dalam model regresi tersebut.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas
 Sumber: Data diproses dengan SPSS 25 (2022)

Dari ilustrasi pada gambar 3 diatas, scatterplot menunjukkan penyebaran titik secara acak di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini.

Pengaruh Sales Growth Terhadap Struktur Modal

Variabel pertumbuhan penjualan mencari thitung $2,211 > t_{tabel} 1,99897$ dengan sig yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,031. Dengan demikian hasil analisis mendukung hipotesis pertama, bahwa struktur modal berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan.

Menurut teori pecking order, bisnis yang menghasilkan pendapatan dalam jumlah besar lebih cenderung menggunakan pendanaan dari luar, dan sumber keuangan yang dimiliki perusahaan kurang memadai untuk menopang perkembangan serta pertumbuhan perusahaan (Dzikriyah & Sulistyawati, 2020).

Hasil pada penelitian diatas juga sejalan dengan Dzikriyah dan Sulistyawati (2020) yang menerangkan bahwa sales growth dipengaruhi oleh struktur modal (Dzikriyah & Sulistyawati, 2020). Berlawanan dengan penelitian Ekinanda dan Anita (2021) yang menerangkan sales growth tidak dipengaruhi oleh struktur modal (Ekinanda et al., 2021)

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Struktur Modal

Variabel profitabilitas mencapai thitung sebesar $2,222 > \text{nilai } t \text{ tabel sebesar } 1,99897$ dengan sig sesuai lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,030. Hasil dari analisis ini memberikan bukti bahwa struktur modal dipengaruhi oleh variabel profitabilitas, sehingga hal ini mendukung hipotesis kedua.

Berdasarkan konsep dari teori mengenai pecking order, perusahaan dengan aliran arus kas yang substansial umumnya memiliki tingkat utang yang minim. Dengan memiliki sedikit utang, perusahaan dapat mengurangi risiko keuangan, menghindari pembayaran bunga yang tinggi, dan mempertahankan fleksibilitas keuangan. Sehingga hal ini dapat memanfaatkan sumber keuangan internal untuk membiayai kegiatan operasionalnya (Darmawan et al., 2022).

Temuan penelitian ini sependapat dengan temuan Akhmad Darmawan et al.

(2021), yang menerangkan bahwa profitabilitas dipengaruhi oleh struktur modal (Darmawan et al., 2022).

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal

Variabel ukuran perusahaan mencapai thitung sebesar $7,628 >$ nilai ttabel sebesar $1,99897$ dengan sig sesuai lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,000$. Hasil analisis ini memberikan bukti bahwa struktur modal dipengaruhi oleh variabel ukuran perusahaan, sehingga hal ini mendukung hipotesis ketiga.

Dengan semakin besarnya perusahaan, struktur modalnya akan menjadi semakin kompleks. Kondisi ini terjadi karena nilai aset yang digunakan sebagai jaminan meningkat, serta tingkat keyakinan ataupun kepercayaan terhadap lembaga keuangan cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan usaha pada sektor kecil. Sebagai hasilnya, perusahaan besar dapat lebih mudah mendapatkan pinjaman. Sesuai dengan teori sinyal, untuk meningkatkan aset dan struktur modalnya, perusahaan besar dapat mengirimkan sinyal positif kepada kreditur atau investor. Hal ini bertujuan agar mereka lebih tertarik untuk berinvestasi dalam bisnis tersebut (Lianto et al., 2020).

Menurut penelitian Rico Andika dan Sedana (2019), ukuran perusahaan dipengaruhi oleh struktur modal, sejalan dengan hasil penelitian ini (Andika & Sedana, 2019). Namun, temuan Ekinanda et al (2021) bertentangan dengan penelitian ini yang menerangkan bahwa ukuran perusahaan tidak dipengaruhi oleh struktur modal (Ekinanda et al., 2021).

Pengaruh Sales Growth, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal

Temuan penelitian ini menerangkan untuk periode 2016 sampai 2020, sales growth, ukuran perusahaan, dan profitabilitas mempengaruhi struktur modal secara simultan. Pada perusahaan subsektor makanan dan minuman. Hipotesis keempat diterima karena nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan Fhitung yaitu $23,631 > 2,76$ menunjukkan demikian. Temuan *research* ini konsisten dengan temuan Permatasari et al. (2019), yang menemukan bahwa struktur modal suatu perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh *sales growth*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan.

Menurut temuan studi tersebut, Saat menentukan berapa banyak modal yang akan dialokasikan untuk masing-masing, bisnis memperhitungkan elemen akun seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan. Profitabilitas menggambarkan kemampuan dari suatu perusahaan dalam memperoleh laba dari operasionalnya. Jika perusahaan tersebut memperoleh profitabilitas yang signifikan, hal ini akan berpengaruh pada kinerjanya yang membuat perusahaan akan lebih baik dan lebih efektif.

Ukuran perusahaan mengungkapkan faktor-faktor yang akan menentukan keberhasilan atau kegagalannya. Sebuah bisnis dianggap sukses jika mudah untuk mendapatkan modal, terutama dalam hal pembayaran utang. Dengan menyeimbangkan keuntungan dan kerugian dari struktur modalnya, perusahaan dapat menggunakan utang dan ekuitas dengan cara yang sebaik mungkin. Semakin baik suatu bisnis

mampu mengendalikan biaya dan mengembangkan struktur modal yang diinginkan, semakin rendah biaya modalnya (Ashry & Fitra, 2019).

D. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *sales growth* semuanya dipengaruhi oleh struktur modal secara parsial. Secara praktis, penelitian ini dapat membantu perusahaan mengidentifikasi dan mengurangi risiko finansial yang mungkin muncul, serta dapat memberikan kontribusi bagi manajemen dalam membuat keputusan yang lebih baik.

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat meningkatkan jumlah *independent variable* dan memperluas periode dalam masa penelitian guna memperoleh output yang lebih optimal serta mendapatkan wawasan yang berbeda mengenai pengaruh terhadap struktur modal perusahaan.

E. Daftar Pustaka

- Agung, J. S., & Susilawati, C. E. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Indeks 9 Sektor Industri Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 8(2), 581–592. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i2.34049>
- Andika, I. K. R., & Sedana, I. B. P. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Manajemen*, 8(9), 1–23.
- Ashry, L. Al, & Fitra, H. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Real Estate and Property di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(01), 8–18. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/viewFile/5425/2798>
- Darmawan, A., Sandra, R. N., Bagis, F., & Rahmawati, D. V. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan, Terhadap Struktur Modal. *Journal of the Japan Welding Society*, 91(5), 328–341. <https://doi.org/10.2207/jjws.91.328>
- DataIndustri. (2021). *Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2011 – 2023*. Dataindustri.Com. <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>
- Dzikriyah, D., & Sulistyawati, A. I. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal. *Majalah Ilmiah Solusi*, 18(3), 99–115. <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i3.2612>
- Ekinanda, F., Wijayanti, A., & Siddi, P. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva dan Pajak Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 12(2), 45–62.
- Lianto, V., Sinaga, A. N., Susanti, E., Yaputra, C., & Veronica. (2020). Analisis Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Aset, Likuiditas, dan Risiko Bisnis terhadap Struktur Modal Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(2), 282–291. <https://doi.org/10.31539/costing.v3i2.1064>
- Rahmadani, Putra Ananto, R., & Andriani,

- W. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Dividend Payout Ratio Terhadap Struktur Modal (Studi pada Perusahaan Property dan Realestate yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017). *Akuntansi Dan Manajemen*, 14(1), 82–103. <https://doi.org/10.30630/jam.v14i1.87>
- Rosyid, & Daffa Harsasalam. (2022). Sales Growth, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 1(3), 1–12.
- Sari, D. N. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi (JRMA)*, 4(2), 23–31. <https://doi.org/10.24912/jpa.v5i1.22166>
- Septiningrum, L. D. (2021). Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Food and Beverage Di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 8(1), 32–49. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i1.32638>