

**ANALISIS PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, DAN  
*SALES GROWTH* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
SEKTOR *PROPERTY* DAN *REAL ESTATE* DI BURSA EFEK INDONESIA**

**Derian Theniago**

email: deriantheniagoo@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Widya Dharma

**ABSTRAK**

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh *leverage*, profitabilitas, *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor *Property* dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia. Sampel berjumlah 44 perusahaan dengan kriteria IPO sebelum tahun 2015. Analisis dengan model regresi linier berganda menunjukkan bahwa *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ketiga variabel independen dalam penelitian ini dapat menjelaskan perubahan variabel dependen sebesar 37,4 persen.

**Kata Kunci:** *leverage*, profitabilitas, *sales growth*, nilai perusahaan

**PENDAHULUAN**

Nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baik keadaan perusahaan, baik kinerja saat ini maupun yang akan datang. Dalam menilai kinerja perusahaan ada banyak pendekatan yang dapat dilakukan, salah satunya adalah profitabilitas dan *sales growth*. Rasio profitabilitas ini digunakan analis ataupun investor untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode waktu tertentu. Pertumbuhan penjualan menggambarkan kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun. Perusahaan dengan profitabilitas dan *sales growth* yang meningkat mencerminkan prospek perusahaan yang semakin baik. Kondisi ini dapat menimbulkan persepsi positif dari investor.

Selain kinerja keuangan, kemampuan perusahaan mengelola sumber pendanaan menjadi faktor penting. Analisisnya dapat menggunakan rasio *leverage*. Rasio keuangan ini berfungsi untuk mengukur proporsi penggunaan utang dan ekuitas. Semakin tinggi rasio *leverage*, semakin tinggi pula risiko keuangan perusahaan, sebab perusahaan dihadapkan dengan *cost of capital* yang semakin tinggi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan *sales growth* terhadap nilai Perusahaan Sektor *Property* dan *Real Estate*. Sektor ini

memegang peranan penting dalam bidang perekonomian dan serta salah satu indikator untuk menilai perkembangan perekonomian pada suatu negara.

### KAJIAN TEORITIS

Nilai perusahaan sebagai salah satu faktor yang dapat dijadikan acuan investor dalam memilih perusahaan manakah tempat mereka akan berinvestasi. Hal ini sebagaimana menurut Sartono (2010: 265): Nilai perusahaan menunjukkan jual dari sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis ataupun organisasi yang sedang beroperasi. Selanjutnya, menurut Brigham dan Houston (2012: 287): Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai pasar dikarenakan nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada para pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat.

Ada beberapa alat ukur yang dapat digunakan dalam menentukan nilai perusahaan, satu diantaranya yaitu *price to book value* (PBV). Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2014: 245): PBV merupakan perbandingan antara harga pasar dan nilai buku saham. Perusahaan yang bernilai baik umumnya memiliki nilai rasio di atas angka satu, yang berarti bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV, maka semakin tinggi pula penilaian investor pada kinerja dan pengelolaan keuangan perusahaan. Selanjutnya, menurut Hery (2016: 145): *price to book value* merupakan rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Rasio ini dapat menjadi ukuran rasional bagi para investor dalam menilai prospek *return* yang dihasilkan oleh perusahaan dengan melihat bagaimana pasar menilai keuangan serta kinerja perusahaan yang terlihat dalam harga pasar sahamnya.

Terdapat sejumlah pendekatan yang dapat dilakukan oleh investor dalam menilai kinerja dan pengelolaan keuangan perusahaan. Indikatornya dapat dengan profitabilitas, *sales growth*, dan *leverage* (utang). Menurut Sundjaja (2003: 7): Utang merupakan kewajiban keuangan kepada pihak lain selain dari pemilik. Perusahaan memperoleh utang dari kreditur dengan tujuan untuk memanfaatkan kesempatan atas situasi bisnis yang ada untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dengan memperoleh dana tambahan dari utang, perusahaan dapat memanfaatkan kesempatan untuk mengembangkan bisnisnya. Sementara itu, perusahaan juga diharapkan dapat memenuhi seluruh

kewajibannya. Sedangkan, menurut Sjahrial (2017: 23): *leverage* merupakan penggunaan aset dalam sumber dana oleh perusahaan yang memiliki beban tetap, yang berarti dari sumber dana yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.

Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya secara keseluruhan dapat diukur menggunakan rasio *leverage*. Dalam hal ini, *leverage* dapat diartikan sebagai penggunaan dana, yang untuk penggunaan dana tersebut perusahaan dibebankan dengan biaya tetap. Menurut Fahmi (2015: 106):

Rasio *leverage* digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi sehingga akan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Kemudian, menurut Hery (2016: 142): rasio *leverage* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya yang diperlukan untuk kepentingan analisis kredit atau analisis risiko keuangan.

Rasio *leverage* dapat diukur menggunakan *debt to equity ratio* (DER). DER menggambarkan perbandingan antara seluruh utang, baik utang jangka panjang maupun utang jangka pendek dengan ekuitas perusahaan. Rasio ini merupakan rasio *leverage* atau solvabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan ekuitas perusahaan untuk dijadikan jaminan semua utang perusahaan. Hal ini sebagaimana menurut Sugiyono (2012: 30): DER adalah instrumen untuk mengetahui kemampuan ekuitas suatu perusahaan untuk melunasi seluruh kewajibannya. Rasio *leverage* yang semakin tinggi di satu sisi dapat memberikan manfaat namun juga diikuti dengan semakin tinggi pula risiko keuangan perusahaan. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Darsono dan Ashari (2010: 54): DER merupakan salah satu rasio *leverage* atau solvabilitas, yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jika perusahaan tersebut dilikuidasi. Nilai DER yang di atas angka satu atau seratus persen, menggambarkan bahwa perusahaan memiliki jumlah total utang yang lebih besar dan perusahaan akan lebih mengharapkan dana dari pihak eksternal untuk membiayai aset perusahaan.

Manfaat penggunaan utang dapat dijelaskan melalui Teori *Modigliani-Miller* (MM) setelah pajak dalam Chen dan Chen (2011): Penggunaan utang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan, karena dapat menghemat pengeluaran atas pajak. Sedangkan risiko keuangan perusahaan dapat dijelaskan melalui *Trade Off Theory* sebagaimana dalam Chen dan Chen (2011), utang memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan saat tingkat utang yang optimal tercapai ketika penghematan pajak mencapai jumlah maksimal terhadap biaya *financial distress*. Di sisi lain, utang yang tinggi akan meningkatkan *cost of capital*, sehingga berdampak pada risiko bisnis yang menjadi semakin meningkat.

Menurut Brigham dan Houston (2012): *Trade Off Theory* menjelaskan bahwa perusahaan menukarkan keuntungan pendanaannya melalui utang. Teori ini menjelaskan adanya hubungan antara pajak, risiko kebangkrutan dan penggunaan utang yang disebabkan keputusan struktur modal yang diambil perusahaan. *Trade Off Theory* menjelaskan bahwa semakin tinggi perusahaan melakukan pendanaan menggunakan utang, maka semakin besar pula risiko perusahaan untuk mengalami kesulitan keuangan karena membayar beban tetap yang terlalu bagi para *debtholders* setiap tahunnya dengan kondisi laba bersih yang belum pasti.

Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi namun dikelola dengan baik akan memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Kayo dan Kimura (2011) serta Rudangga dan Sudiarta (2016) yang menyatakan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit dapat diukur menggunakan rasio profitabilitas. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Riyanto (2008: 196): Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu, sehingga perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang baik menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik pula. Selanjutnya menurut Husnan (2006): Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu.

Menurut Tandelilin (2001: 240): Pertumbuhan profitabilitas perusahaan menjadi salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa yang akan datang. Investor dalam menanamkan modalnya cenderung memilih perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi, karena investor mengharapkan

*return* yang maksimal atas laba bersih yang dihasilkan perusahaan. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, maka investor akan berpotensi menerima *return* secara konsisten.

Analisis pada rasio profitabilitas penting bagi pihak eksternal sebab, menurut Kasmir (2018: 197):

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan ekuitas.
5. Untuk mengukur produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik pinjaman maupun ekuitas.

Profitabilitas pada suatu perusahaan dapat diukur menggunakan *return on assets* (ROA). ROA menggambarkan seberapa mampu suatu perusahaan memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba. Menurut Kasmir (2018): ROA adalah rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aset yang digunakan perusahaan. Dengan demikian, semakin besar nilai rasionya maka semakin bagus pula kinerja perusahaan tersebut, karena perusahaan akan dianggap mampu memanfaatkan aset yang dimilikinya secara efektif untuk menghasilkan suatu laba.

Sementara itu, menurut Hanafi dan Hakim (2004): ROA adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut. Hasil pengembalian investasi yang diukur dari laba bersih setelah pajak terhadap total aset menunjukkan produktivitas dari seluruh kinerja perusahaan. Semakin kecil atau rendah rasio ini maka akan menjadi salah satu indikator yang menunjukkan kinerja perusahaan yang kurang baik. Selanjutnya, menurut Hery (2016: 556): ROA merupakan rasio yang menunjukkan seberapa kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan demikian, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

Nilai dari suatu perusahaan dapat ditentukan oleh besar kecilnya laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin besar ROA, maka menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik, yang kemudian juga dapat mendorong peningkatan nilai

perusahaan. Hal ini sebagaimana Almajali (2012) serta Rudangga dan Sudiarta (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Selain profitabilitas, nilai perusahaan dapat pula didukung oleh pertumbuhan perusahaan. Perusahaan dikatakan bertumbuh dengan baik jika pertumbuhan penjualannya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut Rudianto (2009: 56): Pertumbuhan penjualan dapat mencerminkan volume penjualan pada tahun-tahun ke depan berdasarkan pada data volume penjualan historis. Perhitungan tingkat pertumbuhan penjualan adalah dengan membandingkan antara penjualan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun dasar. Apabila persentase perbandingannya semakin besar, maka menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan lebih baik dari periode sebelumnya. Menurut Harahap (2011: 309): Pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang menunjukkan persentase kenaikan penjualan tahun ini dibanding dengan tahun lalu. Semakin tinggi persentase kenaikan pertumbuhan penjualan, berarti semakin baik kinerja perusahaan.

Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang meningkat akan berpengaruh terhadap nilai perusahaannya, sebab dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi akan berdampak pada penilaian investor terhadap perusahaan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik, sehingga memberikan *return* yang lebih besar bagi investor. Hal ini sebagaimana Putri dan Rahyuda (2020) serta Febriyanto (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

## **METODE PENELITIAN**

Bentuk penelitian asosiatif dengan metode penelitian kasual. Populasi hingga tahun 2019 berjumlah 69 perusahaan, sedangkan sampel dalam penelitian ini yaitu 44 perusahaan. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini dipilih berdasarkan perusahaan yang *initial public offering* (IPO) sebelum tahun 2015 hingga diperoleh 44 sampel. Pengumpulan data dengan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. *Leverage* pada penelitian ini diukur dengan *debt to equity ratio* (Kasmir, 2018), profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* (Sartono, 2010), serta *sales growth* (Kasmir, 2018), dan nilai perusahaan yang diukur dengan *price to book value* (Sartono, 2010).

## PEMBAHASAN

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Pada Tabel 1 disajikan hasil statistik deskriptif pada variabel penelitian ini:

**TABEL 1**  
**STATISTIK DESKRIPTIF**

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DER	220	3.6761	.0249	3.7010	.695185	.5911876
ROA	220	.4644	-.1055	.3589	.037595	.0594898
SG	220	5.2817	-.9123	4.3694	.066487	.5129638
PBV	220	12.7047	.0649	12.7696	1.302867	1.7230972
Valid N (listwise)	220					

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2021

Pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa rata-rata pada *leverage* (*debt to equity ratio*) sebesar 0,6951 menunjukkan risiko keuangan yang lebih tinggi. Sedangkan rata-rata pada variabel profitabilitas (*return on asset*) sebesar 0,0375 disebabkan ketimpangan kinerja keuangan perusahaan. Pertumbuhan penjualan pada perusahaan sampel mengalami rata-rata kenaikan sebesar 6,64 persen. Secara umum perusahaan di sektor ini cenderung masuk dalam kategori *overvalued* (rata-rata PBV 1,302).

### 2. Uji Asumsi Klasik

Terdapat empat pengujian asumsi klasik pada penelitian ini, yaitu uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi. Hasil pengujian asumsi klasik tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini telah memenuhi syarat sehingga penelitian dapat dilanjutkan.

### 3. Analisis Pengaruh

Berikut disajikan Tabel 2 yang menyajikan ringkasan hasil uji berupa pengaruh antara *leverage*, profitabilitas, dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan:

**TABEL 2**  
**RINGKASAN HASIL UJI**

	B	t	F	R	Adjusted R
(Constant)	0.214	7.300	32.012	0.621	0.374
DER	0.122	2.334			
ROA	4.307	9.439			
SG	-0.058	-0.989			

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2021

Persamaan regresi linear pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,214 + 0,122X_1 + 4,307X_2 - 0,058X_3 + e$$

a. Analisis Korelasi, Koefisien Determinasi, dan Uji F

Tabel 2 menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) yang sebesar 0,621. Berdasarkan nilai positif tersebut menunjukkan keterkaitan antara variabel independen terhadap dependen adalah searah. Sedangkan nilai *Adjusted R Square* pada penelitian ini adalah sebesar 0,374. Hasil tersebut menggambarkan bahwa ketiga variabel independen dalam penelitian yaitu *leverage*, profitabilitas, dan *sales growth* dapat menjelaskan perubahan variabel nilai perusahaan sebesar 37,4 persen.

Pada uji F dapat diketahui bahwa model dalam penelitian ini yang menguji pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan *sales growth* terhadap nilai Perusahaan Sektor *Property* dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia layak untuk diuji. Hal ini ditunjukkan dari nilai F sebesar 32.012.

b. Uji t

Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 2 menunjukkan bahwa pada variabel *leverage* menunjukkan nilai t sebesar 2,334. Nilai ini berarti bahwa variabel *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori MM (1963) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya DER dikarenakan adanya pengaruh *corporate tax rate shield*. Adanya pajak, bunga yang dibayarkan akibat penggunaan utang dapat digunakan untuk mengurangi penghasilan yang disebabkan adanya pajak (*tax deductible*) yang berarti biaya-biaya yang dapat dikurangkan dalam perhitungan pajak perusahaan.

Nilai t pada variabel profitabilitas adalah sebesar 9,349. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Meningkatnya profitabilitas dalam suatu perusahaan akan diiringi dengan meningkatnya nilai perusahaan sebab dengan perolehan profit yang tinggi perusahaan akan mampu membayar dividen yang lebih tinggi.

Pada variabel *sales growth* menunjukkan nilai t yang sebesar -0,989. Dengan nilai tersebut, menunjukkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Meningkatnya pertumbuhan penjualan pada perusahaan belum tentu dapat mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut sedang dalam kinerja keuangan baik. Data penjualan belum bisa dijadikan satu-satunya acuan dalam menilai perusahaan.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Sektor *Property* dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia periode 2015 hingga 2019, maka menunjukkan bahwa *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Saran penulis terhadap penelitian selanjutnya yaitu mempertimbangkan *leverage* sebagai variabel moderasi, karena utang pada perusahaan diduga memperkuat pengaruh laba dan peluang pertumbuhan pada nilai perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almajali dan Alamro. 2012. "Factors Affecting the Financial Performance of Jordanian Insurance Companies Listed at Amman Stock Exchange." *Journal of Management Research*, vol.4, no.2, hal.266-289.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan (Essential of Financial Management)*. Penerjemah: Ali Akbar Yulianto. Jakarta: Salemba Empat.
- Chen, Shun-Yu dan Li-Ju, Chen. 2011. "Capital Structure Determinants: An Empirical Study in Taiwan." *African Journal of Business Management*, vol.5, no.27, hal.10974-10983.
- Darsono, Ashari. 2010. *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Andi.
- Eduardus, Tandelilin. 2001. *Analisis Investasi dan Manajemen Risiko*, edisi pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Fahmi, Irham. 2015. *Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta.
- Febriyanto. 2018. "The Effect of Leverage, Sales Growth and Liquidity to the Firm Value of Real Estate and Property Sector in Indonesia Stock Exchange." *Economics and Accounting Journal*, vol.1, no.3, hal.198-205.
- Hanafi, M. Mahmud dan Abdul Hakim. 2004. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2011. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hery. 2016. *Akuntansi Dasar*. Jakarta: Grasindo.

- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti. 2006. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, edisi kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Husnan, Suad. 2014. *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*, edisi ketiga. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Kasmir. 2018. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kayo dan Kimura. 2011. "Hierarchical Determinants of Capital Structure." *Journal of Banking and Finance*, no.35, hal.358-371.
- Putri dan Rahyuda. 2020 "Effect of Capital Structure and Sales Growth on Firm Value with Profitability as Mediation." *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, vol.7, no.1, hal.145-155.
- Riyanto, Bambang. 2008. *Dasar-dasar Pembelian Perusahaan*. Yogyakarta: BPPE.
- Rudangga dan Sudiarta. 2016. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan." *E-Jurnal Manajemen Unud*, vol.5, no.7, hal.4394-4422.
- Rudianto. 2009. *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Sartono, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, edisi keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Sjahrial, Dermawan. 2017. *Akuntansi Manajemen*. edisi kedua. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sundjaja, Ridwan S. 2003 *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Literata Lintas Media.