

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia pada tahun 2022 berhasil tumbuh 5,31% dibanding tahun sebelumnya. Perekonomian domestik tumbuh kuat pada triwulan keempat tahun 2022 sebesar 5,01% (yoy). Perekonomian nasional terus bangkit dan pulih dengan cepat, meskipun sempat mencatat pertumbuhan negatif selama pandemi COVID-19. Konsumsi adalah komponen utama produk domestik bruto (PDB), dengan pertumbuhan 4,48% pertahun. Selain itu, indikator yang cukup penting lainnya adalah penjualan ritel yang tumbuh sebesar 15,42% (yoy) sehingga menunjukkan daya beli masyarakat yang kembali pulih pasca pandemi (www.menpan.go.id, 2022).



Sumber : (www.dataindonesia.id, 2022)

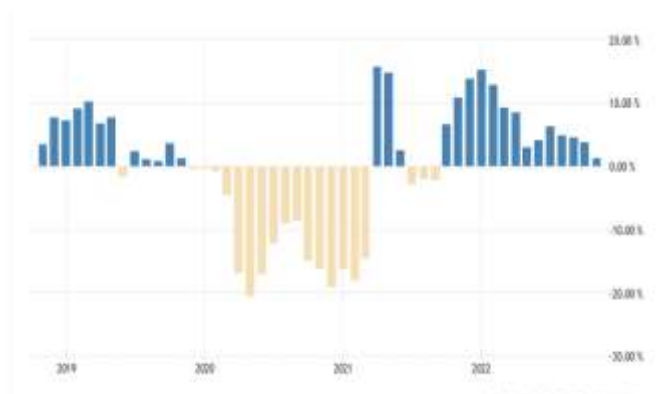
Gambar 1.1

Jumlah Toko Ritel di Indonesia tahun 2017-2021

Kelangsungan industri ritel sangat memengaruhi perekonomian negara, industri ritel adalah salah satu sektor penting bagi negara. Ini terutama berlaku untuk pasar Indonesia, yang memiliki populasi yang sangat potensial dan tingkat

konsumsi yang tinggi. Industri ritel juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menyerap banyak tenaga kerja serta pemenuhan kebutuhan konsumen. Data Euromonitor menunjukkan bahwa pada tahun 2021 terdapat 3,61 juta ritel di Indonesia, penurunan 11,85% dari 4,1 juta pada tahun sebelumnya. Sebanyak 3,57 juta unit, toko kelontong tradisional menjadi ritel yang paling banyak di Indonesia. Berdasarkan jenisnya, sebanyak 38.323 toko adalah toserba, sementara 1.411 toko adalah *supermarket*, selanjutnya adalah toko *forecourt* dengan 358 unit dan *hypermarket* dengan 285 unit (www.dataindonesia.id, 2022).

Suherman Widjaja konsultan bisnis dan pemasaran sekaligus presiden AMA Indonesia TaRa, ritel Indonesia berkontribusi pada pemulihan ekonomi. Pada kuartal III tahun 2020, sektor ritel sangat berkontribusi bagi produk domestik bruto (PDB). kontribusi ritel dari sisi perdagangan mencapai 12,83%. sementara kontribusi dari sisi konsumsi mencapai 57,31%. Pada kuartal II tahun 2020, industri ritel mencapai titik terendah dengan pertumbuhan minus 5,32%, tetapi sektor ritel dapat mencetak GDP sebesar 7,07%. Kontribusi sektor ritail terhadap GDP lebih dari 10% dan konsumsi telah meningkat sebesar 50% dalam lima tahun terakhir (www.nasional.kontan.co.id, 2021)



Sumber : (www.id.tradingeconomics.com, 2022)

Gambar 1.2

Grafik penjualan retail tahunan periode 2019-2022

Menurut data Bank Indonesia, kinerja penjualan eceran terganggu akibat adanya pandemi covid-19 sampai menyentuh angka minus tahun 2020 dan 2021. Pada bulan maret penjualan riil (IPR) naik 17 % dari bulan sebelumnya diperkirakan karena adanya hari Raya Idul Fitri. Pada bulan Juli 2021, Indeks Penjualan Riil (IPR) merosot 5% secara bulanan dari 198,5 menjadi 188,5. Namun, ketika PPKM mulai dilonggarkan, IPR September hanya turun 1,5% dari 192,5 bulan sebelumnya. Pada Oktober 2021, IPR masih tumbuh 1,8 persen dibandingkan bulan sebelumnya, atau secara bulanan 192,91 (www.indonesia.go.id, 2021).

Pada November 2021, penjualan ritel Indonesia mengalami peningkatan yang luar biasa. Penjualan ritel juga diperkirakan tumbuh positif pada bulan selanjutnya. Sebuah laporan dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa penjualan ritel selama periode November 2021 diwakili oleh Indeks Penjualan Riil (IPR) adalah 201 naik 2,8% dari bulan sebelumnya (mtm) dan naik 10,8% dari periode yang sama tahun sebelumnya (yoy). Menurut Indeks Penjualan Riil (IPR)

Desember 2021 sebesar 206,9, atau secara bulanan tumbuh 3,0% (mtm), penjualan eceran diperkirakan meningkat secara bulanan selama Hari Besar Keagamaan Nasional (HBKN) Natal dan libur akhir tahun. Penjualan eceran di sub kelompok sandang, barang Budaya dan Rekreasi, dan Peralatan Informasi dan Komunikasi diproyeksikan meningkat secara tahunan sebesar 8,9% (yoy) (www.cnbindonesia.com, 2022).

Survei (BI), kinerja penjualan ritel meningkat pada bulan Maret 2022 dibandingkan bulan sebelumnya. Ini ditunjukkan oleh indeks penjualan riil (IPR), yang meningkat 2,6% dari level 200 pada Februari 2022 (mtm). Pertumbuhan ini belum terjadi sejak awal 2022. Sebelumnya, pada Januari 2022 kinerja penjualan eceran turun 3,1% (mtm). Pada Februari juga berkontraksi 4,5% (m-to-m). Sebagian besar kelompok menunjukkan peningkatan, terutama kelompok suku cadang dan aksesoris yang meningkat 12,1% (m-to-m), kelompok perlengkapan rumah tangga lainnya yang meningkat 7,4% (m-to-m), dan sub kelompok sandang yang meningkat 4,6% (m-to-m). Kinerja penjualan eceran tercatat tetap tumbuh dengan cepat sebesar 9,3% secara tahunan (yoy) (www.bi.go.id, 2022).

Investor memiliki kriteria tersendiri dalam menentukan di mana akan menginvestasikan uangnya. salah satunya berkaitan dengan nilai perusahaan. penilaian investor terhadap cara perusahaan melakukan proses produksinya. Mengukur nilai suatu perusahaan memberikan informasi mengenai pertumbuhan saham dan kinerja perusahaan sehingga investor dapat mengetahui perusahaan mana yang terbaik untuk dipertimbangkan dalam berinvestasi. Tingkat

pertumbuhan penjualan membawa daya tarik yang sangat baik bagi investor. Hanya saja, perseroan tidak memperkirakan penjualan akan menurun. Hal ini dapat mengurangi minat investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut (Azzahra & Agustin, 2023).

Nilai perusahaan adalah ukuran keberhasilan perusahaan dalam menjalankan operasional keuangan. Prospek keuangan yang dihasilkan mampu mendorong pemegang saham untuk investasi lebih lanjut, yang menghasilkan kemakmuran perusahaan. Jika pemegang saham mendapatkan keuntungan dari setiap lembar saham di atas investasi yang dia investasikan. Laba dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk berasal dari peningkatan harga saham di Bursa Efek Indonesia.

Nilai perusahaan sebanding dengan harga sahamnya. Maka para calon investor akan melihat nilai perusahaan menjadi lebih tinggi (Rosita & Richawati, 2021). Jadi nilai perusahaan adalah suatu perusahaan yang dapat dikatakan memiliki nilai yang baik jika kinerjanya juga baik. Nilai saham juga dapat dilihat jika nilai sahamnya tinggi, maka dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan juga tinggi, karena tujuan perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan nilai pasar (Nafisah et al., 2020).

Fenomena pada penelitian ini adalah menurunnya nilai Perusahaan sub sektor retailing tahun 2018-2022 yang diakibatkan oleh banyak faktor salah satunya adalah kurangnya manajemen keuangan yang baik. Perusahaan yang go public memungkinkan investor dan manajemen mengetahui nilai perusahaan. Nilai ini tercermin pada kekuatan tawar-menawar saham apabila perusahaan dianggap

memiliki prospek yang baik untuk masa depan, nilai sahamnya akan meningkat (Windianti & Susetyo, 2021).

Tabel 1.1
Perbandingan Nilai Perusahaan (PBV) Perusahaan Sub Sektor *Retailing*
Tahun 2018-2022

NO	NAMA PERUSAHAAN	NILAI PERUSAHAAN				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	Ace Hardware Indonesia Tbk	1,46	5,01	5,22	2,61	6,88
2	Bintang Oto Global Tbk	6,33	11,83	12,01	11,37	10,27
3	Bintraco Dharma Tbk	2,22	0,43	0,81	1,53	1,90
4	Catur Sentosa Adiprana Tbk	1,25	1,02	0,84	0,76	1,46
5	Electronic City Indonesia Tbk	1,12	0,98	0,70	0,92	0,54
6	Erajaya Swasembada Tbk	0,18	0,06	0,11	1,48	0,87
7	Global Teleshop Tbk	-0,51	-0,57	-0,15	-0,28	-0,13
8	Indomobil Sukses Internasional Tbk	0,58	0,34	0,48	0,27	0,25
9	Matahari Department Stores Tbk	9,00	6,76	6,44	3,50	9,78
10	Mitra Adiperkasa Tbk	2,20	2,38	1,99	1,65	2,47
11	Autopedia Sukses Lestari Tbk	-	-	-	-	2,19
12	Mitra Angkasa Sejahtera Tbl	-	-	-	-	1,25
13	Catukarda Depo Bangunan Tbk	-	-	-	3,00	1,83
14	Klinko Karya Imaji Tbk	-	-	-	-	0,28
15	Map Aktif Adiperkasa Tbk	0,45	0,48	1,87	2,85	2,13

NO	NAMA PERUSAHAAN	NILAI PERUSAHAAN				
		2018	2019	2020	2021	2022
16	Putra Mandiri Jembar Tbk	-	-	0,74	0,70	0,88
17	Rohartindo Nusantara Luas Tbk	-	-	-	-	0,81
18	Damai Sejahtera Abadi Tbk	-	-	-	8,66	4,53
19	Bersama Zatta Jaya Tbk	-	-	-	-	-
20	Mitra Komunikasi Nusantara Tbk	3,54	2,22	5,82	-12,76	-8,04
21	Mitra Pinasthika Mustika Tbk	0,39	0,41	0,35	0,82	0,81
22	Ramayana Lestari Sentosa Tbk	1,94	1,72	1,40	1,14	0,95
23	Gaya Abadi Sempurna Tbk	57,01	12,96	5,60	7,82	2,05
24	Sona Topas Tourism Industry Tbk	2,48	1,59	2,82	2,80	3,20
25	Tiphone Mobile Indonesia Tbk	1,77	-0,54	-0,53	-0,21	-0,16
26	Trikonsel Oke Tbk	-1,71	-2,99	-2,79	-2,69	-2,98
27	Tunas Ridean Tbk	1,87	1,27	1,87	1,71	2,01
28	Yelooo Integra Datanet Tbk	1,87	0,36	0,45	0,89	0,18
29	Mega Perintis Tbk	1,50	1,29	1,30	1,23	3,09
RATA-RATA		4,52	2,24	2,15	1,66	1,76

Sumber : (www.idx.co.id, data diolah_2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat terlihat bahwa nilai perusahaan pada perusahaan retail yang terdaftar di BEI dengan perhitungan PBV mengalami fluktuasi pada periode tahun 2018 hingga 2022. Pada tahun 2018 nilai rata-rata PBV perusahaan

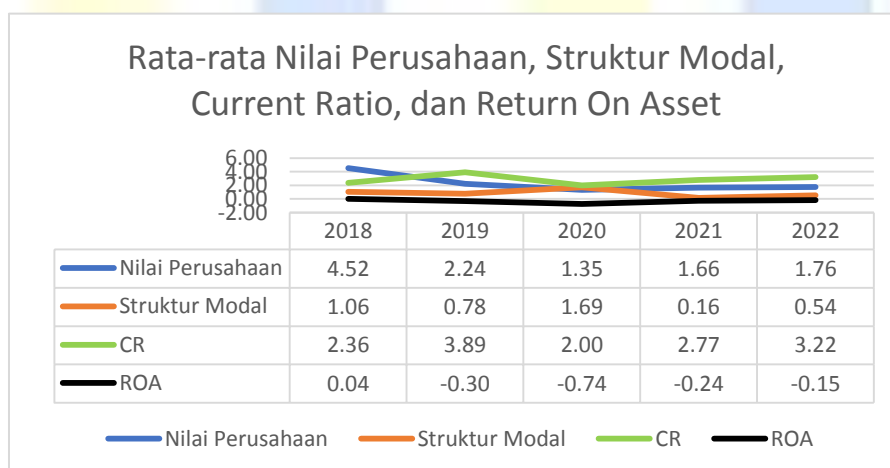
adalah 4,52 kemudian mengalami penurunan 50,44% ditahun 2019 menjadi 2,24. Pada tahun 2019 mengalami penurunan 4,02% di tahun 2020 menjadi 2,15. Selanjutnya mengalami penurunan kembali di tahun 2021 sebesar 22,79% Dan di tahun 2022 mengalami peningkatan 6,2% menjadi 1,76. Hal ini disebabkan oleh penurunan daya beli masyarakat dan nilai tukar rupiah. Oleh karena itu, perusahaan harus meningkatkan kinerjanya dan mengidentifikasi kelemahannya sehingga mereka dapat memperbaiki elemen-elemen yang mempengaruhi nilai perusahaan, terutama yang mempengaruhi penurunan nilai. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan daya beli masyarakat karena meningkatnya daya beli masyarakat membuat nilai perusahaan lebih tinggi. (Azzahra & Agustin, 2023).

Struktur modal merupakan masalah penting dalam manajemen perusahaan, karena kualitasnya akan memengaruhi keuangan perusahaan, yang suatu saat pasti akan memengaruhi nilai perusahaan (Said & Jusmansyah, 2019). Salah satu alat untuk mengukur struktur modal adalah *Debt to Equity Ratio*, yang digunakan untuk mengukur proporsi utang terhadap modal. Rasio ini menunjukkan seberapa besar perbandingan antara dana yang disediakan oleh kreditor dan dana yang berasal dari pemilik perusahaan (Rosita & Richawati, 2021).

Current ratio digunakan untuk mengukur kemampuan likuiditas perusahaan untuk membayar utang jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. *Current ratio* yang rendah menunjukkan masalah likuiditas dan dapat diartikan sebagai tanda ketidakmampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya karena tingkat likuiditas yang tinggi

memperkecil kegagalan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Rosita & Richawati, 2021).

Return on asset adalah rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan oleh suatu perusahaan. Artinya, semakin tinggi rasionya, semakin baik perusahaan dianggap dapat memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan keuntungan (Kasmir, 2017). Dengan *return on asset* yang positif, perusahaan dapat menghasilkan laba dari semua aktiva yang digunakan untuk beroperasi. Sebaliknya, *return on asset* yang rendah menandakan bahwa bisnis mengalami kerugian. Profit yang tinggi menunjukkan prospek yang baik bagi perusahaan, memicu permintaan saham. Peningkatan permintaan saham meningkatkan nilai bisnis (Halimah dan Komariah, 2018). *Return on asset* menunjukkan seberapa baik kinerja perusahaan dinilai oleh pemodal sesuai dengan dana yang mereka investasikan di dalamnya.



Sumber : www.idx.co.id, 2023

Gambar 1.3

Perbandingan Rata-rata Nilai Perusahaan, Struktur Modal, *Current Ratio*, dan *Return On Asset* Perusahaan sub sektor *retailing* tahun 2018-2022

Pada gambar 1.3 terlihat bahwa nilai rata-rata struktur modal yang diukur dengan *debt equity ratio* (DER) pada sub sektor *retailing* tahun 2018-2022 mengalami fluktuasi. Di tahun 2018 nilai rata-rata *debt equity ratio* yaitu 1,06 mengalami penurunan pada tahun 2019 menjadi 0,78, kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2020 sebesar 1,69. Pada tahun 2021 mengalami penurunan kembali menjadi 0,16 dan mengalami peningkatan sebesar 0,54 ditahun 2022. Pada tahun 2020 kenaikan struktur modal sebesar 1,69 tidak diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan. Namun sebaliknya nilai Perusahaan justru turun menjadi 1,35. Pada tahun 2021 nilai struktur modal turun menjadi 0,16 sedangkan nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 1,66. Fenomena ini tidak sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Marista Oktaviani dkk (2019) bahwa semakin tinggi struktur modal maka nilai perusahaan akan meningkat.

Dapat dilihat pada gambar 1.3 nilai rata-rata *current ratio* tahun 2018 sebesar 2,36 mengalami kenaikan yang signifikan menjadi 3,89 ditahun 2019. Kemudian mengalami penurunan ditahun 2020 menjadi sebesar 2,00. Tahun 2021 nilai rata-rata *current ratio* mengalami kenaikan menjadi 2,77 dan mengalami kenaikan kembali tahun 2022 menjadi 3,22. Namun terlihat juga pada gambar 1.3 bahwa pergerakan kenaikan nilai perusahaan pada tahun 2018 mengakibatkan *current ratio* menurun dan kenaikan *current ratio* pada tahun 2019 mengakibatkan nilai perusahaan menurun.

Dapat dilihat pula pada gambar 1.3 bahwa nilai rata-rata *return on asset* bergerak sejalan dengan rata-rata nilai perusahaan tahun 2018 nilai rata-rata *return on asset* sebesar 0,04 mengalami penurunan ditahun 2019 menjadi -0,30,

mengalami penurunan kembali pada tahun 2020 menjadi -0,74. Pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi -0,24 dan pada tahun 2022 meningkat kembali menjadi -0,15.

Research gap yang melatarbelakangi penelitian ini adalah adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu. Pada variabel *current ratio*, penelitian Prasetyaningsih & Astuti (2022) serta penelitian Sadewo et al., (2022) menyatakan bahwa *current ratio* berpengaruh negatif terhadap nilai Perusahaan dan *current ratio* berpengaruh positif terhadap struktur modal. Namun hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan (Rosita & Richawati (2021) yang menyatakan bahwa *current ratio* mempunyai berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan *current ratio* tidak berpengaruh terhadap struktur modal. Hal ini diperkuat dengan penelitian mengungkapkan bahwa *current ratio* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai Perusahaan. Penelitian Panjaitan et al. (2023) mengungkapkan *current ratio* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan *current ratio* berpengaruh terhadap struktur modal.

Pada variabel *return on asset*, penelitian yang dilakukan oleh Sari & Sedana (2020) mengungkapkan *return on asset* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan dan *return on asset* memiliki efek positif dan signifikan terhadap struktur modal. Penelitian Salainti (2019) menyatakan bahwa *return on asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian Utami & Welas (2019) yang menunjukkan bahwa *return on asset* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, diperkuat dengan penelitian Windianti & Susetyo (2021) mengungkapkan *return on asset*

tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan dan *return on asset* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal.

Pada variabel struktur modal, penelitian Salim & Susilowati (2020) mengungkapkan struktur modal Sebagian memiliki efek negatif dan secara signifikan terhadap nilai Perusahaan. Penelitian Windianti & Susetyo (2021) menunjukkan struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai Perusahaan. Sedangkan, penelitian Sari & Sedana (2020) serta penelitian Panjaitan et al., (2023) mengungkapkan struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut masih terdapat perbedaan hasil penelitian. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Current Ratio* dan *Return On Asset* terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Sub Sektor *Retailing* yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022”

1.2. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membatasi ruang lingkup penelitian yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga dapat menghasilkan penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria Batasan yang diterapkan, antara lain sebagai berikut:

1. Objek penelitian berjumlah 85 sampel yang diperoleh dari 17 perusahaan dikali 5 tahun pada Perusahaan Sub Sektor *Retailing* yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022.

2. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diterbitkan oleh website Perusahaan dan Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.
3. Variabel eksogen (X) dalam penelitian ini adalah *Current Ratio* dan *Return On Asset*, variabel endogen (Y) dalam penelitian ini adalah nilai Perusahaan dan variabel intervening (Z) dalam penelitian ini adalah struktur modal.
4. Jangka waktu penelitian 3 bulan.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat diidentifikasi masalah diantaranya:

1. Banyak terjadi penutupan toko ritel pada tahun 2021 (Gambar 1.1) dan terjadi penurunan penjualan sektor ritel pada tahun 2020-2021 (Gambar 1.2).
2. Nilai Perusahaan yang fluktuatif dan mengakibatkan investor berfikir dua kali untuk berinvestasi (Tabel 1.1)
3. Nilai rata-rata struktur modal yang naik sebesar 1,69 di tahun 2020 membuat nilai perusahaan mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu sebesar 1,35 dibandingkan tahun 2019 (Gambar 1.3)
4. Adanya ketidaksesuaian antara nilai *current ratio* yang menurun pada tahun 2018 dengan nilai perusahaan yang meningkat begitu pula nilai *current ratio* yang tinggi dengan nilai perusahaan yang menurun pada tahun 2019 (Gambar 1.3)
5. Nilai rata-rata *return on asset* yang mengalami minus pada tahun 2019-2022 (Gambar 1.3)

6. Adanya kesenjangan *research gap* antara pengaruh antar variabel *current ratio* dan *return on asset* terhadap struktur modal serta pengaruh variabel *current ratio* dan *return on asset* terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka dapat muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *current rasio* terhadap nilai Perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022?
2. Bagaimana pengaruh *Return on asset* terhadap nilai Perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022?
3. Bagaimana pengaruh *current rasio* terhadap struktur modal Perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022?
4. Bagaimana pengaruh *Return on asset* terhadap struktur modal perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022?
5. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai Perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022?
6. Bagaimana pengaruh *current rasio* terhadap nilai Perusahaan melalui struktur modal pada Perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022?
7. Bagaimana pengaruh *Return on asset* terhadap nilai Perusahaan melalui struktur modal pada Perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Menganalisis pengaruh *current rasio* terhadap nilai Perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.
2. Menganalisis pengaruh *Return on asset* terhadap nilai Perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.
3. Menganalisis pengaruh *current rasio* terhadap struktur modal Perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.
4. Menganalisis pengaruh *Return on asset* terhadap struktur modal perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.
5. Menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai Perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.
6. Menganalisis pengaruh *current rasio* terhadap nilai Perusahaan melalui struktur modal pada Perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.
7. Menganalisis pengaruh *Return on asset* terhadap nilai Perusahaan melalui struktur modal pada Perusahaan sub sektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah menambah wawasan ilmu dalam bidang pengembangan manajemen keuangan mengenai pengaruh *current rasio*

dan return on asset terhadap nilai Perusahaan dengan struktur modal sebagai variable intervening pada Perusahaan sektor consumer cyclical sub sektor retailing yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.

2. Manfaat praktis

1) Bagi investor

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan membeli ataupun menjual saham bagi investor di Bursa Efek Indonesia.

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik bagi Perusahaan-perusahaan di sektor ritel tentang factor-faktor yang mempengaruhi nilai Perusahaan.