

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi dan informasi zaman sekarang yang sudah semakin maju membuat persaingan semakin ketat pada dunia industri. Seiring berjalannya persaingan tersebut, perekonomian lokal sekalipun global tidak ada yang akan selamanya aman. Maka dari itu, setiap perusahaan mencoba untuk terus menonjolkan serta mempertahankan keunggulannya. Perlu adanya manajemen dalam proses memajukan perusahaan. Manajemen tergabung dari ilmu serta seni yang menciptakan proses dan tindakan dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pimpinan serta pengendalian atas digunakannya sumber daya organisasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan hingga bermanfaat untuk manusia (Wahjono et al, 2019).

Tujuan perusahaan ialah menghasilkan profit atau laba yang maksimal serta memberikan kesejahteraan bagi para investor. Dihasilkannya laba baik dari penjualan maupun pendapatan investasi dapat menunjukkan sejauh mana keefektivitasan manajemen pada suatu perusahaan dapat digambarkan dalam suatu ukuran rasio yang dihitung (Vidada, et al., 2019). Perusahaan yang baik yaitu perusahaan yang dalam proses mencapai tujuannya dijalankan dengan konsep efektivitas dan efisiensi. Efektivitas ialah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keluaran yang tepat berhasil

sesuai dengan yang diinginkan. Sedangkan efisiensi yaitu kemampuan dalam mengurangi pemborosan, yaitu keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan keluaran yang maksimal dengan penggunaan sumber daya yang ada seminimal mungkin. Sehingga, penilaian kinerja keuangan harus dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kewajiban perusahaan untuk melakukan evaluasi serta mencapai tujuan yang diinginkan.

Kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dalam suatu periode tertentu yaitu rasio profitabilitas. *Return On Assets* (ROA) merupakan indikator rasio profitabilitas yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan labanya dari sumber daya yang ada (Sirait, 2019). Perusahaan menggunakan perhitungan *Return On Assets* (ROA) untuk melihat sejauh mana perusahaan menggunakan asetnya untuk memperoleh laba. Laba yang diperoleh semakin meningkat maka kinerja keuangan perusahaan dapat dikatakan baik dikarenakan *return* (pengembalian) yang semakin besar (Kasir, 2021).

Menurut Putri dalam Ratnasari (2016) ada empat variabel yang dapat mempengaruhi profitabilitas, yaitu *leverage*, ukuran perusahaan, perputaran modal kerja dan likuiditas. Struktur keuangan suatu perusahaan dipengaruhi oleh ukurannya. Jika perusahaannya besar maka akan meningkat pula pertumbuhan profitabilitas yang diharapkan (Nainggolan et al., 2022). Terdapat beberapa kategori dalam menentukan ukuran perusahaan yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan yang besar cenderung dapat memperoleh akses pendanaan yang

lebih mudah dikarenakan adanya kepercayaan dari para investor untuk mengembangkan usaha perusahaan tersebut. Adanya kesempatan tersebut harus diiringi dengan kemampuan mengelola aset dan manajemen yang baik agar dapat mempertahankan hingga dapat meningkatkan keuntungannya. Jika keuntungan perusahaan semakin besar, maka bisa dapat lebih banyak lagi investor yang akan menaruh kepercayaan pada perusahaan sehingga pendanaan yang lebih besar dapat dipakai untuk memenuhi kebutuhan mengembangkan usahanya dengan lebih baik lagi. Ukuran perusahaan yang lebih besar juga dapat lebih mampu mencapai *economics of scale* yang berdampak pada penghematan biaya pengeluaran perusahaan. Dikarenakannya keuntungan tersebut akan berdampak pada meningkatnya profitabilitas perusahaan. (Lazuardy, 2017). Pada penelitian ini, *firm size* (ukuran perusahaan) diproksikan menggunakan total aset.

Likuiditas adalah aspek lain yang mempengaruhi profitabilitas dalam penelitian ini. Rasio likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam melunasi utang jangka pendeknya (Prihadi, 2019). Dalam penelitian ini, rasio likuiditas diukur dengan indikator rasio lancar (*Current Ratio*). *Current ratio* ialah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset lancar dapat digunakan untuk melunasi kewajiban jangka pendek perusahaan menggunakan aset lancarnya. Rasio likuiditas yang efektif membantu perusahaan mengurangi ketidakmampuan untuk membayar utangnya ketika jatuh tempo, namun juga membuat perusahaan dapat

menghindari pengeluaran aset yang berlebihan (Dirmansyah, Syalsabila, dan Lestari, 2022).

Current Ratio yang rendah cenderung menunjukkan adanya masalah dalam likuidasi, tetapi jika *current ratio* terlalu tinggi pun kurang baik karena dapat menunjukkan banyaknya dana yang menganggur sehingga mengurangi kemampuan laba perusahaan. Perusahaan akan bertujuan untuk mempertahankan *current ratio* minimal 1 untuk memastikan nilai aset lancar perusahaan mencakup kewajiban jangka pendek perusahaan (Darmawan, 2020).

Menurut (Lazuardy, 2017) , kegagalan dalam membayar hutang berakibat pada kebangkrutan perusahaan, maka dari itu rasio likuiditas dianggap penting. Karena artinya pada saat perusahaan tidak dapat memenuhi kewajibannya kemungkinan perusahaan sulit untuk mendapatkan pendanaan dan kurangnya kepercayaan investor pada perusahaan. Maka, semakin perusahaan dapat membayarkan kewajiban jangka pendeknya, semakin mudah juga perusahaan mendapat pendanaan dan kepercayaan para investor yang akan berdampak pada besarnya keuntungan yang diraih. Hal tersebut tetap harus diiringi oleh manajemen yang tepat agar tidak adanya dana yang menganggur yang dapat menyebabkan dampak buruk terhadap perusahaan.

Industri perdagangan menjadi salah satu sektor yang ikut serta menopang serta berkontribusi secara signifikan dalam pembangunan

perekonomian Indonesia. Sektor perdagangan merupakan sektor penting dan sangat kuat karena sektor tersebut adalah sektor yang masyarakat umum butuhkan dalam kegiatan sehari-harinya. Dalam industri perdagangan ada yang dinamakan dengan perdagangan retail. Dalam mata rantai terakhir suatu proses distribusi, perdagangan retail merupakan mata rantai yang cukup penting. Industri retail merupakan industri yang menjual produk serta jasa layanan menjadi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok atau pemakai terakhir. Kebanyakan produk retail merupakan produk pemenuh kebutuhan rumah tangga termasuk sembilan bahan pokok. Produk dapat bertemu langsung dengan penggunanya melalui industri retail. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartanto mengungkapkan bahwa “Besarnya jumlah ritel di Indonesia menunjukkan peran retail dalam menunjang kebutuhan konsumen”. Peran retail lainnya yaitu sebagai pasar bagi para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya (ekon.go.id).

Survei Bank Indonesia menunjukkan pertumbuhan penjualan retail non-makanan pada bulan September 2017 menyusut sebesar 6,2% dibanding tahun lalu (biz.kompas.com). Persaingan dalam industri retail dapat bervariasi tergantung pada ukuran perusahaan. Seringkali perusahaan besar menghadapi persaingan antar perusahaan besar lagi, begitu pula dengan perusahaan kecil yang berhadapan dengan perusahaan kecil pula. Namun, seiring jaman digital semakin berkembang, adanya e-commerce menjadi salah satu ancaman bagi pedagang ritel. Ditambah dengan adanya

virus covid-19 yang membuat para konsumen takut untuk berbelanja tatap muka, serta kebijakan dari pemerintah yaitu lockdown yang mengharuskan adanya pembatasan mobilisasi masyarakat sehingga para pedagang retail terpaksa untuk tidak beroperasi dan menutup tokonya untuk sementara waktu. Pada tahun 2020 saat covid-19 pertama muncul di Indonesia pun perekonomian Indonesia yang diukur berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 2,07 persen dibandingkan dengan tahun 2019 (bps.go.id). Kontraksi pertumbuhan ekonomi merupakan fase siklus bisnis di mana perekonomian secara keseluruhan sedang mengalami penurunan. Tetapi yang menarik pertumbuhan penjualan retail e-commerce online yang mayoritasnya transaksi penjualan non makanan justru meningkat pesat.



Sumber:kompas.com

Gambar 1. 1. Angka Penjualan Retail E-Commerce Tahun 2017-2022

Ancaman lain bagi perdagangan retail yaitu maraknya praktik impor ilegal karena masalah perizinan yang membutuhkan waktu bertahun-tahun. Tutum Rahanta Ketua Komite Retail APINDO menyebutkan banyak

investasi yang seharusnya bisa masuk ke Indonesia tetapi berpindah misalnya ke Vietnam karena regulasi yang lebih pro investasi. Beliau memberi contoh bahwa sebuah department store ternama di Asia, hanya berhasil membuka 1 toko dalam kurun waktu 8 tahun, sementara dengan waktu yang sama berhasil mendirikan 35 mal, 230 toko dalam bentuk supermarket, hypermarket, dan beberapa ritel lainnya. “Jika hal tersebut tidak ada solusi dari pemerintah maka ritel dan asosiasinya yang menaungi 10 juta karyawan lebih akan terus bertumbuhan” kata Tutum.

Kebijakan mengenai peraturan pengetatan impor untuk barang branded berdampak pada sektor tertentu dan mengakibatkan peluang menjadi hilang. Barang branded di Indonesia lebih mahal 40% yang menurut beliau konsumen lebih memilih berbelanja ke luar negeri karena lebih murah dan lebih lengkap. Sehingga Indonesia kehilangan peluang menjadi destinasi berbelanja bagi turis asing dikarenakan harganya yang mahal. Sektor UMKM pun turut terdampak karena kebijakan pengetatan impor bahan baku yang mengakibatkan produksi produk dalam negeri terdampak pula. (kumparan.com)

Pada tahun 2021 Asosiasi Pengusaha Retail Indonesia (APRINDO) menyatakan ada ratusan ritel tutup. Setiap harinya ada gerai yang berhenti beroperasi di Indonesia termasuk retail fashion, makanan, dan gerai retail non-makanan lainnya. Ketua Umum APRINDO Roy Mandey dalam program *Closing Bell* CNBC Indonesia menyebutkan pandemi menjadi

akibat peretail modern mengalami kondisi fluktuatif, bahkan *under perform*. Salah satunya karena perubahan cara konsumsi dari konsumen.

Banyak retail yang menjalankan usahanya dengan dana cadangan, setidaknya untuk bertahan dalam waktu enam bulan. Ketika dalam rentang waktu tersebut belum ada tanda pulih signifikan, maka pelaku usaha akan memilih menutup operasionalnya secara keseluruhan. Gerai Giant banyak yang ditutup dan dialihkan menjadi IKEA sebanyak 5 gerai dan sisanya menjadi gerai HERO. Selain Giant, emiten ritel milik Grup Lippo, PT. Matahari Department Store Tbk (LPFF) juga menutup 13 gerainya pada tahun 2021. Emiten toko retail lainnya yakni pengelola jaringan Centro. PT. Tozy Sentosa menutup 2 gerainya. Selain menutup operasional, Centro menghadapi kasus hukum di persidangan.

Pengadilan Negeri Jakarta Pusat (PN Jakpus) bahkan sudah menyatakan pailit karena penundaan kewajiban pembayaran utang (PKPU) ditolak oleh para pemasoknya. Putusan pailit dihasilkan setelah adanya hasil voting dari para kreditor dan rekomendasi dari hakim pengawas.(cnbcindonesia.com)

Pada tahun 2017-2022 terdapat 22 perusahaan subsektor perdagangan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tetapi hanya 11 perusahaan di Sub sektor Perdagangan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang melaporkan keuangannya secara konsisten dan detail melalui web

perusahaan masing-masing, maka yang penulis teliti untuk penelitian disebutkan di bawah ini.

Tabel 1. 1 Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022

NO	NAMA PERUSAHAAN	KODE PERUSAHAAN
1	PT. Ace Hardware Indonesia Tbk	ACES
2	PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk.	AMRT
3	PT. Catur Sentosa Adiprana Tbk.	CSAP
4	PT. Erajaya Swasembada Tbk	ERAA
5	PT. Global Teleshop Tbk	GLOB
6	PT. Matahari Department Store Tbk	LPPF
7	PT. Mitra Adiperkasa Tbk	MAPI
8	PT. Midi Utama Indonesia Tbk	MIDI
9	PT. Matahari Putra Prima Tbk.	MPPA
10	PT. Ramayana Lestari Sensosa Tbk.	RALS
11	PT. Trikonsel Oke Tbk.	TRIO

Sumber: data diolah penulis (2024)

Berikut tabel perkembangan *Firm Size*, *Current Ratio* (CR), dan *Return On Assets* (ROA) dari setiap perusahaan :

Tabel 1. 2 Data *Firm Size*, *Current Ratio*, dan *Return On Assets*

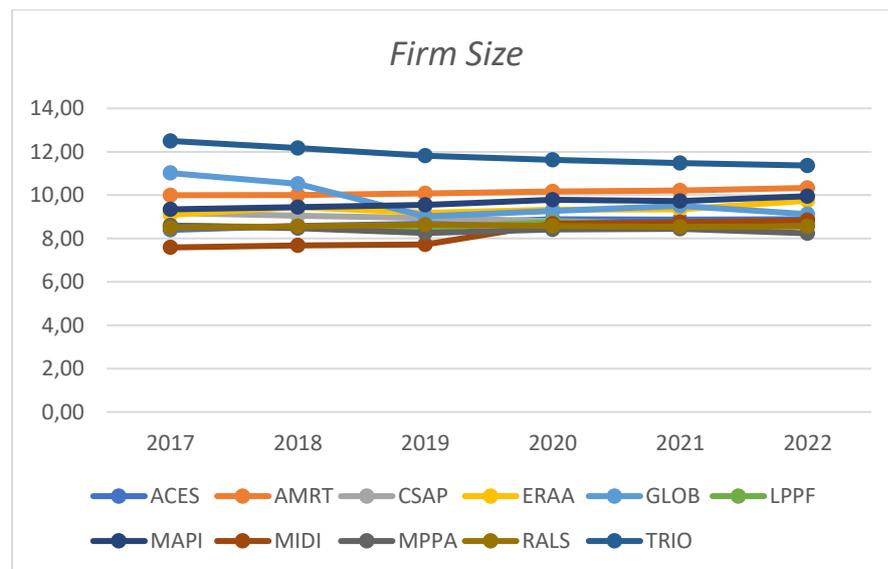
Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia tahun 2017-2022.

NO	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	SIZE		CR		ROA	
1	ACES	2017	8,40	-	7,00	-	17,60%	-
		2018	8,58	↑	6,50	↓	18,30%	↑
		2019	8,69	↑	8,10	↑	17,50%	↓
		2020	8,88	↑	6,00	↓	10,10%	↓
		2021	8,88	-	7,20	↑	9,80%	↓
		2022	8,89	↑	8,00	↑	9,30%	↓
2	AMRT	2017	9,99	-	0,88	-	1,45%	-
		2018	10,01	↑	1,15	↑	2,95%	↑
		2019	10,09	↑	1,12	↓	4,82%	↑
		2020	10,16	↑	0,88	↓	5,08%	↑
		2021	10,22	↑	0,87	↓	7,23%	↑
		2022	10,33	↑	0,90	↑	9,83%	↑
3	CSAP	2017	9,17	-	1,16	-	0,02%	-
		2018	9,05	↓	1,24	↑	0,02%	↑
		2019	8,94	↓	1,14	↓	0,01%	↓
		2020	8,79	↓	1,09	↓	1,19%	↑
		2021	8,66	↓	1,09	-	2,59%	↑
		2022	8,54	↓	1,05	↓	2,55%	↓
4	ERAA	2017	9,09	-	1,32	-	0,03%	-
		2018	9,45	↑	1,30	↓	0,07%	↑
		2019	9,18	↓	1,50	↑	0,04%	↓
		2020	9,32	↑	1,47	↓	0,06%	↑
		2021	9,34	↑	1,55	↑	0,10%	↑
		2022	9,74	↑	1,24	↓	0,06%	↓
5	GLOB	2017	11,02	-	0,13	-	-24,12%	-
		2018	10,52	↓	0,09	↓	-57,52%	↓
		2019	9,02	↓	0,01	↓	-479,87%	↓
		2020	9,27	↑	0,02	↑	-476,70%	↑
		2021	9,50	↑	0,02	-	-4,36%	↑
		2022	9,12	↓	0,01	↓	-7,55%	↓
		2017	8,60	-	1,10	-	35,10%	-
		2018	8,52	↓	1,10	-	21,80%	↓

NO	KODE PERUSAHAAN	TAHUN	SIZE		CR		ROA	
6	LPPF	2019	8,48	↓	1,10	-	28,30%	↑
		2020	8,75	↑	0,60	↓	58,50%	↑
		2021	8,67	↑	0,70	↑	64,10%	↑
		2022	8,66	↓	0,60	↓	68,20%	↑
		2017	9,34	-	1,48	-	3,06%	-
7	MAPI	2018	9,44	↑	1,35	↓	6,44%	↑
		2019	9,54	↑	1,44	↑	8,35%	↑
		2020	9,78	↑	1,20	↓	-3,32%	↓
		2021	9,73	↑	1,32	↑	2,79%	↑
		2022	9,95	↑	1,42	↑	11,95%	↑
8	MIDI	2017	7,59	-	0,72	-	2,11%	-
		2018	7,68	↑	0,73	↑	3,21%	↑
		2019	7,72	↑	0,78	↑	4,07%	↑
		2020	8,68	↑	0,65	↓	4,74%	↑
		2021	8,75	↑	0,69	↑	4,26%	↓
		2022	8,84	↑	0,76	↑	5,78%	↑
9	MPPA	2017	8,60	-	0,60	-	-22,90%	-
		2018	8,48	↓	0,90	↑	-18,70%	↑
		2019	8,25	↓	0,70	↓	-14,50%	↑
		2020	8,41	↑	0,60	↓	-9,00%	↑
		2021	8,44	↑	0,80	↑	-7,30%	↑
		2022	8,24	↓	0,70	↓	-11,40%	↓
10	RALS	2017	8,50	-	3,00	-	8,30%	-
		2018	8,56	↑	3,30	↑	11,20%	↑
		2019	8,64	↑	3,54	↑	11,47%	↑
		2020	8,57	↓	3,46	↓	-2,63%	↓
		2021	8,53	↓	3,59	↑	3,35%	↑
		2022	8,56	↑	3,66	↑	6,72%	↑
11	TRIO	2017	12,50	-	3,85	-	-28,53%	-
		2018	12,17	↓	6,46	↓	-7,69%	↑
		2019	11,82	↓	8,75	↑	-75,96%	↓
		2020	11,62	↓	13,85	↑	-248,52%	↓
		2021	11,48	↓	19,91	↑	-159,26%	↑
		2022	11,37	↓	27,06	↑	469,33%	↑

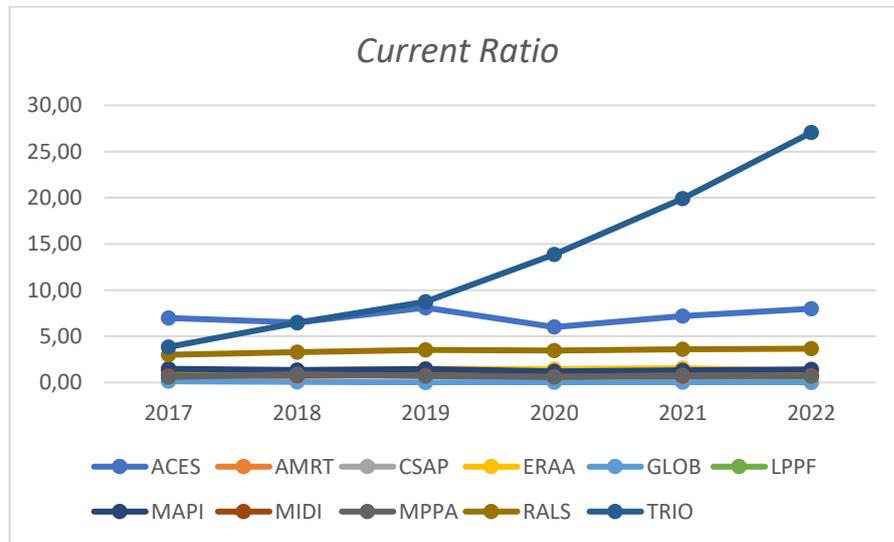
Sumber : data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 1.2 kinerja keuangan perusahaan sub sektor perdagangan retail terkait *firm size*, *current ratio* dan *return on assets*. Untuk lebih memahami perkembangan terkait masing-masing variabel disajikan dalam bentuk grafik di bawah :



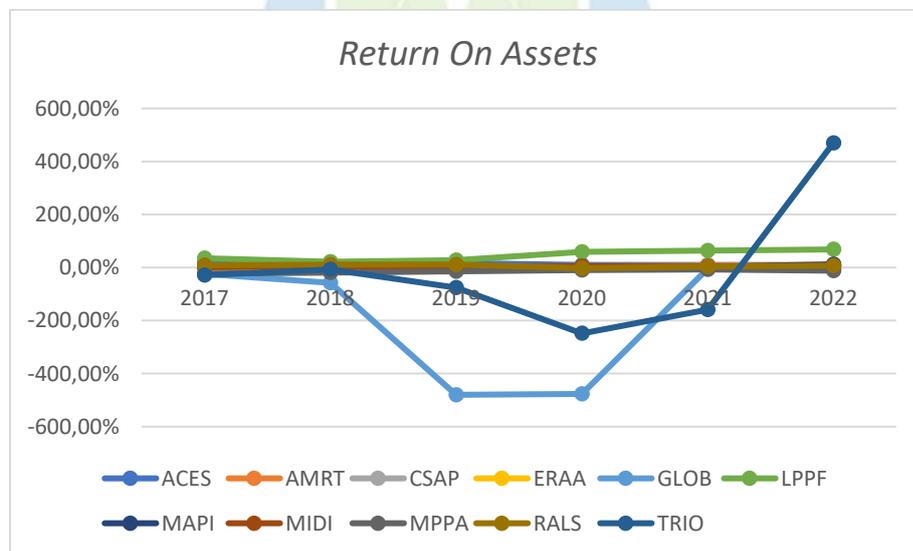
Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Gambar 1. 2 Grafik *Firm Size* Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.



Sumber : data diolah peneliti (2024)

Gambar 1. 3 Grafik Current Ratio Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.



Sumber : data diolah peneliti (2024)

Gambar 1. 4 Grafik Return On Assets Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.

Berdasarkan pada tabel 1.2 PT. Ace Hardware Indonesia Tbk dalam enam tahun nilai *firm size*, *current ratio* dan *return on assets* mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2018 hingga 2022 ukuran perusahaan (*size*) mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 0.18, 0.11, 0.19, 0.00, 1.11. Untuk nilai CR pada tahun 2018 dan 2020 sempat turun yaitu sebesar 0.50 dan 2.10 dari tahun sebelumnya, sedangkan pada tahun 2019, 2021, dan 2022 CR meningkat masing-masing sebesar 1.60, 1.20, dan 0,80. Untuk ROA pada tahun 2018 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 0,70% lalu pada tahun 2019 hingga 2022 mengalami penurunan berturut-turut sebesar 0.80%, 7.40%, 0.30%, 0.50%. Ada beberapa tahun yang faktanya bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa jika ukuran perusahaan (*firm size*) semakin besar maka ROA akan meningkat begitupun sebaliknya yaitu pada tahun 2019 hingga 2022. Serta, teori yang menyatakan bahwa jika nilai CR mengalami peningkatan ROA pun akan mengalami peningkatan begitupun sebaliknya yaitu terjadi pada tahun 2018, 2019, 2021 dan 2022.

Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Dari dimulai tahun 2017 hingga 2022 untuk jumlah *size* dan ROA mengalami kenaikan berturut-turut. Pada CR perusahaan mengalami penurunan di tahun 2019, 2020, dan 2021 jumlah penurunan masing-masing sebesar 0.30, 0.24, dan 0.01, sedangkan untuk ROA di tahun tersebut mengalami peningkatan masing-masing sebesar 1.87%, 0,26%, dan 2.15%. Hal ini bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa jika CR mengalami peningkatan maka ROA akan ikut

meningkat begitu pula sebaliknya, tetapi dapat diketahui juga bahwa CR yang tinggi belum tentu dapat dikatakan bagus bagi perusahaan.

Untuk PT Catur Sentosa Adiprana Tbk *firm size* mengalami penurunan 5 tahun berturut-turut yaitu tahun 2018 hingga 2022 dari tahun sebelumnya jumlah penurunan masing-masing sebesar 0.12, 0.11, 0.15, 0.13, dan 0.12. Untuk CR perusahaan mengalami peningkatan pada tahun 2018 dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 0.08 dan mengalami penurunan di tahun 2019, 2020, dan 2022 masing-masing sebesar 0.10, 0.05, dan 0.04. Di sisi lain ROA pada perusahaan mengalami peningkatan di tahun 2020 dan 2021 sebesar 1.18% dan 2.40% serta mengalami penurunan di tahun 2019 dan 2022 sebesar 0.01% dan 0.04%. Hal tersebut bertentangan dengan teori yang menyatakan jika ukuran perusahaan semakin besar lalu ROA akan meningkat begitu pula sebaliknya di tahun 2020 dan 2021 serta bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa jika CR meningkat maka ROA akan meningkat pula begitupun sebaliknya di tahun 2020.

Pada PT. Erajaya Swasembada Tbk ukuran perusahaan mengalami peningkatan pada tahun 2018, 2020, 2021, dan 2022 jumlah peningkatan masing-masing sebesar 0.36, 0.14, 0.02, dan 0.40 serta mengalami penurunan di tahun 2019 sebesar 0.27. Untuk CR pada tahun 2019, 2020 dan 2021 mengalami peningkatan sebesar 0.20, 0.03, dan 0.08 lalu penurunan terjadi di tahun 2018 dan 2022 sebesar 0.02 dan 0.31. ROA pada perusahaan di tahun 2018, 2020 dan 2021 mengalami peningkatan sebesar 0.04%, 0.02% dan 0.40% sedangkan penurunan terjadi di tahun 2019 dan

2022 sebesar 0.03% dan 0.04%. Fakta pada data mengalami hal yang bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan semakin besar akan menghasilkan ROA yang semakin meningkat pula begitu pula dengan sebaliknya yaitu di tahun 2022. Untuk yang bertentangan dengan teori jika CR meningkat akan membuat ROA meningkat pula begitu pula dengan sebaliknya yaitu berada di tahun 2018, 2019 dan 2020.

Pada PT. Global Teleshop Tbk ukuran perusahaan mengalami kondisi naik turun, pada tahun 2020 dan 2021 mengalami kenaikan sebesar 0.25 dan 0.23 serta pada tahun 2018, 2019 dan 2022 mengalami penurunan masing-masing sebesar 0/50, 1.50, dan 0.38. Untuk CR pada perusahaan mengalami kenaikan di tahun 2020 sebesar 0.01 dan penurunan di tahun 2018, 2022, dan tahun 2022 masing-masing sebesar 0.04, 0.08, dan 0.01%. Untuk ROA perusahaan mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2018, 2019 dan 2022 penurunan masing-masing sebesar 33.4%, 422.35% dan 3.19%. Pada perusahaan ini tidak terdapat hal yang bertentangan dengan teori, hanya saja permasalahan berada pada ROA yang turun sangat jauh sedangkan *size* maupun CR mengalami kenaikan ataupun penurunan yang tidak signifikan seperti ROA.

Pada perusahaan PT. Matahari Department Store Tbk ukuran perusahaan mengalami peningkatan di tahun 2020 dan 2021 sebesar 0.27 dan 0.08 lalu penurunan dialami pada tahun 2018, 2019 dan 2022 masing-masing sebesar 0.12, 0.40, dan 0.01. Untuk CR perusahaan pada tahun 2021

mengalami peningkatan sebesar 0.10 sedangkan penurunan berada di tahun 2020 dan 2022 sebesar 0.40 dan 0.10. Untuk ROA yang meningkat berada pada tahun 2019, 2020, 2021 dan 2022 sebesar 6.50%, 30.20%, 5.60% dan 0.10% serta penurunan terjadi di tahun 2018 sebesar 13.30%. Hal yang bertentangan dengan teori terkait ukuran perusahaan dan ROA berada di tahun 2019 dan 2022. Sedangkan yang bertentangan dengan teori CR dan ROA berada di tahun 2020 dan 2022.

Pada PT. Mitra Adiperkasa Tbk kondisi naik turun tidak terlalu sering, ukuran perusahaan mengalami peningkatan berturut-turut selama 5 tahun tetapi terdapat hal yang bertentangan dengan teori terkait *firm size* dan ROA yaitu pada tahun 2020 *size* mengalami peningkatan sebesar 0.24 tetapi ROA mengalami penurunan sebesar 11.67%. Untuk kondisi CR mengalami penurunan di tahun 2018 dan 2020 yaitu sebesar 0.13 dan 0.22, tetapi pada tahun 2018 ROA meningkat sebesar 3.38 yang artinya hal tersebut bertentangan pula dengan teori terkait CR dan ROA.

Pada PT. Midi Utama Indonesia Tbk mengalami kondisi yang cukup stabil, pada ukuran perusahaan selama 5 tahun berturut-turut mengalami peningkatan tetapi pada tahun 2021 saat ukuran perusahaan meningkat sebesar 0.07 ROA pada perusahaan malah menurun sebesar 0.48%. Dan ada kondisi pada tahun 2020 CR menurun sebesar 0.13 tetapi ROA meningkat sebesar 0.67%. Hal tersebut bertentangan dengan teori mengenai *firm size* dan ROA maupun teori terkait CR dan ROA.

Pada PT. Ramayana Lestari Sensosa Tbk ukuran perusahaan mengalami kondisi naik turun selama 5 tahun, ada kondisi dimana ROA turun secara signifikan hingga mencapai angka negatif yaitu pada tahun 2020 penurunan mencapai 14.10%. Ada pula kondisi dimana ukuran perusahaan turun tetapi ROA meningkat yaitu pada tahun 2021 ukuran perusahaan turun sebesar 0.04 sedangkan ROA meningkat sebesar 5.98%. Hal tersebut bertentangan dengan teori terkait *firm size* dan ROA. Selbihnya, pada tahun lainnya yang dijadikan waktu penelitian, antara ukuran perusahaan (*size*), CR, dan ROA mengalami kondisi yang searah atau sesuai dengan teori yang penulis ambil.

Yang terakhir, pada PT. Trikonsel Oke Tbk ukuran perusahaan mengalami penurunan selama 5 tahun berturut-turut dari tahun sebelumnya dari 2018 hingga 2022 penurunan sebesar 0.33, 0.35, 0.20, 0.14, dan 0.11. Sebaliknya, CR pada perusahaan mengalami peningkatan dari tahun 2018 hingga 2022 yaitu sebesar 2.61, 2.29, 5.10, 6.06, dan 7.15. Tetapi pada ROA mengalami kondisi yang naik turun yaitu kenaikan terjadi pada tahun 2018, 2021 dan 2022 masing-masing sebesar 20.84%, 89.26%, dan 628,59% sedangkan penurunan terjadi pada tahun 2019 dan tahun 2020 yaitu sebesar 68.27% dan 172,56%. ROA mengalami kondisi dimana kenaikan yang signifikan di tahun 2022 dan penurunan yang signifikan pula di tahun 2020. Selain itu, pada tahun 2018 dan 2022, mengalami kondisi dimana ukuran perusahaan yang menurun atau semakin kecil menghasilkan ROA yang semakin tinggi, hal tersebut bertentangan dengan teori yang menyatakan

bahwa ukuran perusahaan yang semakin besar akan menghasilkan ROA yang tinggi begitu pun sebaliknya. Lalu pada tahun 2019 dan 2020 kondisi CR meningkat namun ROA turun signifikan, hal tersebut bisa saja bertentangan dengan teori namun seperti yang diketahui pula bahwa CR yang tinggi belum tentu baik bagi perusahaan.

Penulis pada penelitian ini telah menganalisis data dan menghasilkan temuan yang bertentangan dengan teori yang telah dipaparkan sebelumnya. Ada beberapa perusahaan yang semakin besar, namun *Return On Asset* (ROA) perusahaan menurun, begitu pula sebaliknya dibandingkan tahun sebelumnya. Serta, sejumlah perusahaan mengalami peningkatan *Current Ratio* (CR), namun *Return On Assets* (ROA) menurun dibandingkan tahun sebelumnya.

Ketertarikan penulis berasal dari fakta bahwa penelitian sebelumnya telah menghasilkan temuan yang tidak konsisten mengenai keterhubungan *Firm Size* dan *Current Ratio* terhadap *Return On Assets*. Khususnya pada penelitian yang dilakukan oleh Ani Nursatyani, Sugeng Wahyudi & Muhamad Syaichu (2014) dengan hasil penelitian yang menunjukkan *Current Ratio* (CR) berpengaruh negatif terhadap *Return on Asset* (ROA) serta *Firm size* tidak berpengaruh terhadap *Return on Asset* (ROA). Tetapi, pada penelitian yang dilakukan oleh Melianti Saragih, Yansen Siahaan, Rosanna Purba, Supitriyani (2015) hasil penelitiannya menunjukkan *current ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return on assets*. Serta, pada penelitian yang dilakukan oleh Aurick Chandra, Felicia Wijaya,

Angelia Angelia & Keumala Hayati (2020) hasil penelitian menunjukkan bawa *firm size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA.

Tergambar dari latar belakang informasi yang diberikan oleh penulis dan adanya penelitian dengan temuan berbeda yang menunjukkan adanya *research gap* dalam penelitian yang sudah dilakukan, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian lanjutan terkait hubungan antara *Firm Size* dan *Current Ratio* terhadap *Return On Assets* Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan judul **“PENGARUH *FIRM SIZE* DAN *CURRENT RATIO* TERHADAP *RETURN ON ASSETS* PERUSAHAAN SUB SEKTOR PERDAGANGAN RETAIL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2022”**

B. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

- a. Terdapat kondisi dimana *Firm Size* dan *Return On Assets* mengalami kondisi yang tidak searah pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.
- b. Terjadi kondisi dimana *Current Ratio* dan *Return On Assets* mengalami kondisi yang tidak searah pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.
- c. Terjadi kondisi dimana *Return On Assets* pada beberapa perusahaan mengalami angka naik turun yang signifikan.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis menyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah *Firm Size* berpengaruh terhadap *Return On Assets* pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.
- b. Apakah *Current Ratio* berpengaruh terhadap *Return On Assets* pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.
- c. Apakah *Firm Size* dan *Current Ratio* berpengaruh terhadap *Return On Assets* pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.

C. Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Firm Size* terhadap *Return On Assets* pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.
- b. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Current Ratio* terhadap *Return On Assets* pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.
- c. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Firm Size* dan *Current Ratio* terhadap *Return On Assets* pada Perusahaan Sub Sektor

Perdagangan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan informasi mengenai *Firm Size*, *Current Ratio*, dan *Return On Assets*.
 - b. Mengembangkan konsep dan teori serta memperkuat hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *Firm Size* dan *Current Ratio* terhadap *Return On Assets*.
 - c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan pedoman bagi penelitian selanjutnya yang memiliki kajian sama atau searah dengan penelitian ini untuk dijadikan penelitian lebih lanjut.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Perusahaan, diharapkan penelitian ini sebagai informasi dan masukan bagi pimpinan-pimpinan Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam rangka merumuskan langkah untuk periode selanjutnya untuk kebijakan mengambil keputusan dalam mengelola *Firm Size*, *Current Ratio* dan *Return On Assets* pada perusahaannya.

- b. Bagi penulis, penelitian ini menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E.) pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

