

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

WHO secara resmi menetapkan status pandemi untuk Covid-19 pada 13 Maret 2020 (CNN, 2020). Selain krisis kesehatan, fenomena ini melumpuhkan stabilitas ekonomi Indonesia akibat penghentian operasional berbagai perusahaan demi memutus rantai penularan. Dampak nyatanya terlihat pada kemerosotan kinerja keuangan korporasi yang memicu guncangan ekonomi nasional. Hal ini diperkuat oleh data McKinsey (2020) yang menyebutkan bahwa 83% masyarakat memilih untuk menabung sebagai antisipasi masa kritis, seiring dengan gangguan drastis pada pola kehidupan. Sejumlah peneliti mengkaji dampak Pandemi covid-19 terhadap kinerja keuangan. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Ningsih, 2025; Hardianti, 2022; Khairudin & Grysia, 2022; Jefriyanto, 2021; Sipahutar & Purba, 2024) menunjukkan bahwa terdapat pandemic Covid 19 menyebabkan kinerja keuangan mengalami perbedaan signifikan. Namun tidak sejalan dengan penelitian (Angin & Mulyani, 2024; Pratama et al., 2021) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan kinerja keuangan akibat adanya pandemic Covid-19.

Kinerja keuangan yang stabil dapat tercermin dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara konsisten dalam jangka panjang. Perusahaan yang tidak berada dalam kondisi financial distress umumnya memiliki kondisi keuangan yang lebih sehat dibandingkan dengan perusahaan yang pernah mengalami kesulitan keuangan. Selain itu, risiko kebangkrutan cenderung lebih besar pada perusahaan yang mengalami financial distress. Penurunan kinerja keuangan yang tercermin dari indikator profitabilitas seperti *Return on Assets (ROA)*. *Return on Assets (ROA)* yaitu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dengan memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan, dan rasio ini juga

menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan (Harianto, 2020).

Pada penelitian ini yang menjadi unit analisis adalah perusahaan sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menjadi salah satu yang paling terdampak, ditandai dengan fluktuasi bahkan penurunan kinerja keuangan dan penurunan omzet secara masif hingga penutupan gerai di berbagai wilayah dalam beberapa tahun terakhir. Dapat terlihat dari perhitungan menggunakan Return on Assets (ROA) dalam melihat kinerja keuangan pada sektor Ritel dalam lima tahun terakhir dari beberapa perusahaan pada tahun 2020-2024.

Tabel 1. 1 Return on Assets (ROA) Perusahaan Ritel BEI Tahun 2020-2024 (%)

Perusahaan	2020	2021	2022	2023	2024
PT Ace Hardware Indonesia Tbk (ACES)	27.21	10.34	11.91	11.25	10.80
PT Erajaya Swasembada Tbk (ERAA)	3.97	4.76	3.09	2.78	3.20
PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk (RALS)	7.24	8.16	8.66	9.06	8.90
PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI)	1.41	2.53	3.73	3.54	3.80
PT Matahari Department Store Tbk (LPPF)	-12.28	13.92	21.81	11.48	16.10

Sumber : www.idx.co.id Data diolah, 2025

Berdasarkan pada tabel 1.2 menyatakan bahwa kinerja keuangan perusahaan ritel di Indonesia mengalami fluktuasi cukup signifikan pada periode 2020–2024. Contohnya pada perusahaan PT Matahari Department Store Tbk yang mengalami penurunan kinerja drastis pada tahun 2020 dengan ROA sebesar –12,28%, kemudian meningkat menjadi 21,81% pada tahun 2022, namun kembali menurun menjadi 11,48% pada tahun 2023 sebelum meningkat lagi pada tahun 2024. Sementara itu, perusahaan PT Ace Hardware Indonesia Tbk menunjukkan kinerja yang relatif lebih stabil, namun tetap mengalami penurunan setelah tahun 2020. ROA perusahaan tersebut turun dari sekitar 27,21% pada tahun 2020 menjadi sekitar 11% pada tahun 2023. Di sisi lain, perusahaan PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk justru menunjukkan tren peningkatan kinerja keuangan dari sekitar 7,24% pada tahun 2020 menjadi sekitar 9,06% pada tahun 2023. Perusahaan lain seperti PT Erajaya Swasembada Tbk dan PT Mitra Adiperkasa Tbk juga memperlihatkan dinamika kinerja yang berbeda, di mana ERAA mengalami tren penurunan ROA

setelah tahun 2021, sedangkan MAPI menunjukkan peningkatan secara bertahap hingga tahun 2024. Perbedaan tren tersebut menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan ritel tidak bergerak secara seragam, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan *Return on Assets (ROA)* sebagai proksi kinerja keuangan. Fluktuasi tingkat ROA diduga dipengaruhi oleh dua kelompok faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi Transformasi Digital dan Intellectual Capital, sedangkan faktor eksternal yang memengaruhi adalah Sales Growth.

Transformasi digital telah menjadi fenomena global yang memengaruhi berbagai sektor industri, termasuk sektor ritel di Indonesia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola interaksi tradisional antara konsumen dan bisnis, khususnya dengan meningkatnya penggunaan e-commerce dan sistem pembayaran digital. Digitalisasi memungkinkan pelanggan berinteraksi dengan perusahaan ritel melalui berbagai saluran media digital, sehingga menghilangkan hambatan geografis dan operasional. Transformasi ini mencakup integrasi teknologi ke dalam berbagai aspek bisnis ritel, seperti pemasaran, manajemen persediaan, dan layanan pelanggan (Verhoef et al., 2021). Transformasi digital kini tidak lagi sekadar menjadi alternatif strategi, tetapi telah berkembang menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk menjaga keunggulan kompetitif di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat, meningkatnya intensitas persaingan, serta pesatnya disrupsi teknologi. Kemajuan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), *Internet of Things (IoT)*, *big data*, dan *blockchain* telah mentransformasi cara perusahaan menjalankan operasional, berinteraksi dengan pelanggan, serta menciptakan inovasi model bisnis (Sipahutar dan Purba, 2024). Pemanfaatan teknologi informasi diyakini dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional, karena aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara manual beralih ke sistem digital yang lebih akurat dan terstruktur. Oleh sebab itu, banyak perusahaan mulai melakukan transformasi digital yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan kinerja, khususnya kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa sektor ritel memiliki kemampuan adaptif dalam menghadapi kondisi krisis (Gemala, 2022).

Perusahaan ritel yang mampu mengintegrasikan saluran digital dengan strategi omnichannel retailing, e-commerce, dan fintech secara optimal dapat mengubah perubahan perilaku konsumen menjadi peluang strategis yang berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan (Zn et al., 2025). Berbagai peritel besar seperti Matahari Department Store, Ramayana, dan Indomaret tengah mengalami transformasi signifikan dengan menyesuaikan model bisnisnya terhadap inovasi teknologi, baik melalui penguatan toko fisik maupun platform daring. Media digital kini semakin menjadi alternatif utama bagi konsumen Indonesia dalam melakukan pembelian produk dan jasa. Meskipun demikian, sebagian konsumen tetap memilih berkunjung ke toko fisik terdekat untuk memperoleh layanan yang cepat dan praktis. Pemanfaatan teknologi terbaru juga memberikan fleksibilitas dan efisiensi yang lebih besar bagi peritel tradisional. Melalui teknologi digital, peritel dapat menciptakan pengalaman belanja yang lebih mudah dan menyenangkan, sekaligus menghadirkan berbagai layanan bernilai tambah, seperti pemberian kupon diskon, penataan produk yang lebih efektif, serta pelaksanaan program loyalitas pelanggan (Nguyen, 2024).

Meskipun banyak perusahaan ritel besar terus melakukan ekspansi gerai dan pengembangan jaringan distribusi berbasis teknologi digital, dampaknya terhadap laba bersih tidak selalu signifikan. Perusahaan ritel di Indonesia menghadapi berbagai tantangan dalam proses transformasi digital. Faktor seperti volatilitas pasar, ketidakpastian ekonomi, kompleksitas teknologi, serta perubahan perilaku konsumen menjadi tantangan utama dalam penerapan transformasi digital. Perubahan ini tidak hanya berdampak pada efisiensi operasional, tetapi juga pada kinerja keuangan perusahaan ritel. Fenomena ini terlihat dalam beberapa kasus mengalami penurunan. Sebagai contoh, PT Matahari Department Store Tbk (LPPF) terpaksa menutup sejumlah gerai sebagai langkah efisiensi operasional sebagaimana diberitakan oleh CNBC Indonesia (Pranata, 2025). Demikian pula, PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk (RALS) sempat mengalami penurunan pendapatan yang sebagian besar dipengaruhi oleh keterlambatan adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen (Lesmana, 2025). Sebaliknya, perusahaan yang mampu mengimplementasikan strategi omnichannel secara cepat dan efektif, seperti PT

Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) dan PT Erajaya Swasembada Tbk (ERAA), menunjukkan kinerja keuangan yang relatif stabil bahkan mengalami pertumbuhan, yang mencerminkan keberhasilan mereka dalam memanfaatkan peluang digitalisasi di sektor ritel (Rachman, 2023). Untuk meningkatkan kinerja keuangan melalui transformasi digital, perusahaan perlu melakukan penilaian menyeluruh terhadap kapabilitas digital yang ada, termasuk infrastruktur teknologi, dan proses bisnis. Hal ini membantu dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan serta memahami kebutuhan nasabah dan tren pasar. Serta transformasi digital harus mencakup optimasi proses bisnis dengan mengotomatisasi tugas-tugas manual. Ini dapat meningkatkan kecepatan layanan, mengurangi risiko kesalahan, dan menurunkan biaya operasional. (Alharis et al., 2025)

Pada variabel transformasi digital, beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda. Misalnya, penelitian oleh (Yin & Xu, 2025; Ulandari et al., 2025) menunjukkan bahwa transformasi digital berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Berbeda dengan penelitian (Angriani, 2025; Valaskova et al., 2025) menemukan bahwa transformasi digital pengaruhnya tidak signifikan. Hal ini membuka peluang untuk mengkaji lebih dalam mengenai faktor-faktor yang menyebabkan perbedaan hasil pada penelitian tersebut.

Selanjutnya variabel kedua yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan ialah sales growth menjadi salah satu indikator krusial dalam mengevaluasi keberhasilan strategi bisnis perusahaan ritel. Peningkatan penjualan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menambah pendapatan, memperluas pangsa pasar, serta merespons kebutuhan dan preferensi konsumen secara efektif. Sales growth yang konsisten diharapkan dapat mendorong peningkatan profitabilitas sekaligus memperkuat kinerja keuangan perusahaan. Namun demikian, sales growth yang tinggi tidak selalu sejalan dengan peningkatan kinerja keuangan apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan yang efisien (Sabilah & Widodo, 2024).

Fenomena tersebut tercermin pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk sebagai pengelola jaringan minimarket Alfamart. Perusahaan ini mencatat pertumbuhan penjualan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data

laporan keuangan, *sales growth* perusahaan meningkat dari sekitar 3,95% pada 2020 menjadi 11,97% pada 2021 dan 14,16% pada 2022, yang diikuti dengan peningkatan ROA dari 4,25% pada 2020 menjadi 7,23% pada 2021 dan 9,83% pada 2022. Peningkatan ini dipengaruhi oleh ekspansi gerai, peningkatan konsumsi masyarakat pascapandemi, serta penguatan sistem distribusi dan logistik perusahaan. Fenomena ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat meningkatkan efisiensi aset perusahaan sehingga berdampak positif terhadap profitabilitas perusahaan ritel.

Fenomena berbeda terlihat pada PT Matahari Department Store Tbk pada pertumbuhan penjualan tidak selalu sejalan dengan kinerja keuangan. Pada tahun 2024, perusahaan mencatat penjualan sekitar Rp12,3 triliun yang mengalami penurunan sekitar 2% dibandingkan tahun sebelumnya, namun laba bersih perusahaan justru meningkat sekitar 22,5% menjadi Rp827,6 miliar karena efisiensi operasional dan peningkatan margin keuntungan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *sales growth* menurun, kinerja keuangan perusahaan masih dapat meningkat melalui pengendalian biaya dan strategi operasional yang lebih efisien.

Hasil temuan Muamilah & Jannah (2022) menunjukkan bahwa *sales growth* terbukti berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Akan tetapi, dalam praktiknya, peningkatan kinerja operasional tidak selalu diikuti oleh kenaikan laba bersih yang proporsional. Kondisi ini mengindikasikan bahwa profitabilitas perusahaan yang dapat diukur melalui indikator seperti Return on Assets (ROA) masih dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar pertumbuhan pendapatan dan laba usaha. Dengan kata lain, kenaikan pendapatan tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan tingkat profitabilitas. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Lestari et al., 2025; Arisudhana, 2023) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) berpengaruh signifikan terhadap ROA sedangkan Sementara itu, terdapat pula inkonsistensi hasil dilakukan (Cahyana & Suhendah, 2020; Mardaningsih, 2021; Ramadina & Setiawati, 2025) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA.

Faktor lain yang mempengaruhi kinerja keuangan ialah intellectual capital yang mencakup human capital, structural capital, dan relational capital diyakini mampu mendorong peningkatan produktivitas, inovasi, serta efektivitas operasional perusahaan. Perusahaan yang mampu memanfaatkan modal intelektualnya secara efisien, maka kinerja keuangan perusahaan akan meningkat. Dengan kata lain bahwa semakin baik Intellectual capital perusahaan maka akan semakin mendukung peningkatan kinerja keuangan perusahaan. keberadaan sumberdaya perusahaan merupakan pemicu di balik keunggulan bersaing dan capaian kinerja keuangan perusahaan. Dalam industri ritel, pengelolaan intellectual capital secara optimal berpotensi meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi proses bisnis yang pada akhirnya berdampak terhadap kinerja keuangan perusahaan. (Pamungkas & Hidayat, 2023).

Intellectual capital diposisikan sebagai faktor kunci yang dapat meningkatkan profitabilitas melalui optimalisasi aset tak berwujud. Namun demikian investasi Intellectual Capital pada perusahaan ritel di BEI periode 2020–2024 menunjukkan adanya ketidaksesuaian justru sering menjadi beban yang menekan profitabilitas. Fenomena ini terlihat pada aspek Human Capital di LPPF dan RALS, di mana peningkatan beban gaji untuk mempertahankan tenaga manajerial tidak dibarengi dengan kenaikan efisiensi nilai tambah (VAHU). Akibatnya, pertumbuhan laba bersih tertinggal dari kenaikan biaya tenaga kerja, yang memicu penyempitan margin keuntungan dan tidak optimalnya Return on Assets (ROA).

Permasalahan Structural Capital (sistem dan tata kelola internal) juga dialami sektor ritel, seperti restrukturisasi Hero Group melalui penutupan Giant yang membuktikan kegagalan adaptasi finansial struktur organisasi yang mapan. Beban depresiasi, sewa, dan kompleksitas struktur justru memicu value destruction, di mana modal struktural berubah dari sumber efisiensi menjadi beban operasional yang signifikan. Akibatnya, sistem internal gagal menghasilkan nilai tambah finansial yang nyata bagi perusahaan (Angin & Mulyani, 2024).

Pelemahan Customer Capital (hubungan eksternal) pada sektor ritel di BEI berdampak langsung terhadap penurunan kinerja perusahaan. Fenomena ini mencakup ketidakstabilan pasokan akibat beralihnya pemasok ke e-commerce

(kasus LPPF), serta kolaborasi mitra (*alliance capital*) yang belum mampu menandingi ekosistem digital seperti Shopee. Selain itu, penutupan gerai (kasus RALS) memperlemah reputasi perusahaan (*community capital*). Kondisi ini diperburuk oleh rendahnya adaptasi terhadap dinamika regulasi (*regulatory capital*) dan kegagalan merespons strategi kompetitor digital secara efektif. Secara kolektif, buruknya pengelolaan relasi eksternal ini menjadi faktor utama tergerusnya daya saing ritel di Indonesia.

Namun penelitian yang dilakukan oleh (Yuliana et al, 2024; Qonita et al, 2023) menyatakan bahwa modal *intellectual* memiliki pengaruh yang signifikan. Sementara itu hasil dari (Arningsih & Azzahra, 2022; Anggraeni & Sawitri, 2025) menemukan bahwa modal *intellectual* tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian (*research gap*) yang perlu diteliti lebih lanjut, khususnya dalam konteks sektor industri ritel dan periode waktu yang berbeda. Perbedaan ini memperkuat perlunya penelitian lanjutan untuk mengklarifikasi kondisi-kondisi yang menyebabkan perbedaan hasil tersebut.

Penelitian ini menetapkan *good corporate governance (GCG)* dengan proksi komisaris independen sebagai variabel yang berpotensi memperkuat hubungan antara transformasi digital, sales growth, dan *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan, dengan menempatkannya sebagai variabel moderasi. Kinerja keuangan yang optimal tidak terlepas dari penerapan tata kelola perusahaan yang baik. Dalam hal ini, Good Corporate Governance (GCG) dipandang sebagai mekanisme pengendalian yang mampu memastikan bahwa seluruh strategi perusahaan dijalankan secara efektif dan sesuai dengan kepentingan stakeholder. Dengan penerapan GCG yang baik, transformasi digital dapat diimplementasikan secara optimal, pertumbuhan penjualan dapat dikelola secara berkelanjutan, serta pemanfaatan *intellectual capital* dapat dimaksimalkan, sehingga pada akhirnya akan memperkuat pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, Studi ini memberikan kontribusi pada pengembangan literatur melalui pendekatan yang berbeda dari

penelitian sebelumnya, baik dari sisi variabel, periode penelitian, objek, maupun metode pengukuran yang digunakan. Adanya *research gap* dari hasil penelitian terdahulu menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan pengujian lebih lanjut dengan menambahkan variabel moderasi GCG dengan proksi komisaris independen dan objek penelitian difokuskan pada perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024. Sehingga, penulis mengajukan penelitian berjudul: “Pengaruh Transformasi Digital, Sales Growth, dan Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, fokus utama penelitian ini terletak pada fluktuasi kinerja keuangan perusahaan sektor ritel di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2024 yang belum mencapai level optimal. Masalah utama yang diangkat adalah sejauh mana akselerasi transformasi digital yang dipicu oleh era pasca pandemi, dinamika sales growth di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat, serta efisiensi pengelolaan intellectual capital berkontribusi secara signifikan terhadap pencapaian laba perusahaan. Fenomena penurunan profitabilitas ini mengindikasikan adanya ketidakefektifan dalam pemanfaatan sumber daya dan strategi adaptasi digital yang perlu diuji secara empiris.

Selain itu, terdapat ketidakpastian mengenai konsistensi pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kinerja keuangan, mengingat adanya perbedaan kebijakan tata kelola pada masing-masing emiten. Hal ini memunculkan urgensi untuk menelaah apakah penerapan good corporate governance mampu bertindak sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara transformasi digital, sales growth, dan intellectual capital terhadap kinerja keuangan. Dengan demikian, permasalahan dalam penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi determinan utama kinerja keuangan dan mengevaluasi apakah mekanisme tata kelola yang baik dapat menjadi solusi dalam memitigasi risiko penurunan profit serta memastikan keberlanjutan bisnis ritel di Indonesia.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, Untuk itu,

penelitian ini difokuskan pada pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apakah transformasi digital berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024?
2. Apakah sales growth berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024?
3. Apakah intellectual capital berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024?
4. Apakah Good Corporate Governance berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024?
5. Apakah Good Corporate Governance mampu memoderasi pengaruh transformasi digital terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024?
6. Apakah Good Corporate Governance mampu memoderasi pengaruh sales growth terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024?
7. Apakah Good Corporate Governance mampu memoderasi pengaruh intellectual capital terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh transformasi digital terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.
2. Untuk menganalisis pengaruh sales growth terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.
3. Untuk menganalisis pengaruh intellectual capital terhadap kinerja keuangan

pada perusahaan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

4. Untuk menganalisis pengaruh Good Corporate Governance terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.
5. Untuk menganalisis Good Corporate Governance dalam memoderasi pengaruh transformasi digital terhadap kinerja keuangan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.
6. Untuk menganalisis Good Corporate Governance dalam memoderasi pengaruh sales growth terhadap kinerja keuangan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.
7. Untuk menganalisis Good Corporate Governance dalam memoderasi pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan di sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Untuk Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen keuangan dan akuntansi, khususnya terkait determinan kinerja keuangan perusahaan ritel. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian stakeholder theory dengan memberikan bukti empiris bahwa transformasi digital dan *intellectual capital* sebagai sumber daya strategis berbasis aset tidak berwujud (*intangible assets*) mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berdampak pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga memperluas perspektif stakeholder theory dengan menguji peran *good corporate governance* dengan proxy komisaris independen sebagai mekanisme pengendalian yang dapat memperkuat dan memperlemah hubungan antara transformasi digital, *sales growth* dan *intellectual capital* terhadap kinerja

keuangan perusahaan. Penelitian ini turut memperkaya literatur mengenai intellectual capital dalam konteks sektor ritel, khususnya dalam menjelaskan bagaimana pengelolaan human capital, structural capital, dan capital employed berkontribusi terhadap penciptaan kinerja keuangan perusahaan. Dengan mengintegrasikan variabel transformasi digital, pertumbuhan penjualan, intellectual capital serta good corporate governance dalam satu model empiris, penelitian ini juga diharapkan dapat mengurangi inkonsistensi hasil penelitian terdahulu serta memperluas generalisasi teori dalam konteks perusahaan ritel di negara berkembang seperti Indonesia.

b. Untuk Akademisi

Penelitian ini dimaksudkan bisa memberi sebuah informasi atau rujukan untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan pendekatan komprehensif variable moderasi dan pengembangan variabel atau pendekatan metode yang berbeda dalam menganalisis kinerja keuangan perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Pihak Perusahaan

Hasil penelitian ini memberikan informasi kepada perusahaan di sektor ritel yang listing di Bursa Efek Indonesia mengenai dampak transformasi digital, sales growth, intellectual capital, good corporate governance dengan proksi komisaris independen terhadap kinerja keuangan. Informasi ini akan memberikan masukan strategis terkait pentingnya implementasi transformasi digital dalam meningkatkan efektivitas operasional, efisiensi biaya, serta daya saing perusahaan. Menjadi dasar pertimbangan manajemen dalam mengelola sales growth agar tidak hanya berorientasi pada peningkatan pendapatan tetapi juga pada peningkatan profitabilitas dan kualitas laba. Serta memberikan gambaran mengenai pentingnya pengelolaan intellectual capital (human capital, structural capital, dan relational capital) sebagai sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan dan membantu perusahaan memahami peran good corporate governance dengan proksi komisaris Independen dalam memperkuat hubungan antara strategi bisnis dan peningkatan kinerja keuangan di tengah dinamika ekonomi maupun perubahan perilaku konsumen pasca pandemi.

b. Bagi Investor dan calon investor

Hasil penelitian ini akan menambah pemahaman yang lebih mendalam bagi investor tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan perusahaan di sektor ritel, tidak hanya dari aspek laba tetapi juga dari strategi digitalisasi dan tata kelola perusahaan. Sehingga menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan ritel yang memiliki fundamental kuat dalam transformasi digital. Memberikan bahan referensi dalam memahami kondisi keuangan perusahaan berdasarkan kualitas pengelolaan intellectual capital dan pertumbuhan penjualan.

c. Bagi pemangku kepentingan (stakeholders)

Stakeholders, termasuk kreditur dan analis keuangan, dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk menilai kinerja dan risiko perusahaan secara lebih objektif, khususnya dalam pengambilan keputusan investasi teknologi digital. Memberikan pertimbangan dalam menyusun strategi ekspansi penjualan yang tetap memperhatikan prinsip tata kelola perusahaan yang baik sehingga dapat membantu komisaris independen dalam mengevaluasi efektivitas penerapan GCG sebagai mekanisme pengawasan dan pengendalian internal.

d. Bagi regulator dan pembuat kebijakan

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi regulator dalam mendorong peningkatan Good Corporate Governance di sektor ritel dan memberikan insight mengenai pentingnya transparansi, akuntabilitas, dan pengawasan dalam menghadapi era digitalisasi industri ritel.

Intelligentia - Dignitas