

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian, risiko kegagalan finansial menjadi salah satu tantangan besar yang dihadapi oleh perusahaan. Dengan keadaan kondisi global yang fluktuatif semakin banyak Perusahaan yang menghadapi tekanan keuangan, termasuk dalam sisi beban utang, perunan penjualan atau ketidakmampuan Perusahaan untuk menghasillkan laba yang stabil. Salah satu indikator yang menggambarkan kondisi keuangan yang tidak sehat dalam suatu perusahaan adalah *Financial Distress*. *Financial Distress* merupakan kondisi ketika perusahaan mengalami kesulitan keuangan yang serius, yang ditandai dengan ketidakmampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendek maupun jangka panjang, seperti pembayaran utang, bunga pinjaman, maupun biaya operasional. Jika tidak segera diatasi, *Financial Distress* dapat berkembang menjadi kebangkrutan yang berujung pada likuidasi aset perusahaan.

Kesulitan keuangan menjadi suatu keadaan yang timbul akibat arus kas pada perusahaan tidak memadai untuk membayarkan utang berjalan atau dapat juga disebut sebagai krisis keuangan (Sudrajat & Wijayanti, 2019). Fenomena *Financial Distress* menjadi sorotan penting, khususnya di tengah ketidakstabilan ekonomi global dan nasional akibat berbagai faktor seperti krisis ekonomi, hingga fluktuasi harga bahan baku dan nilai tukar. Dalam konteks Indonesia, banyak perusahaan terbuka yang mengalami penurunan kinerja keuangan yang signifikan selama beberapa tahun terakhir. Hal ini mendorong perlunya analisis mendalam terhadap

faktor-faktor yang berkontribusi terhadap terjadinya *Financial Distress*, terutama di sektor-sektor strategis.

Dalam dunia bisnis modern, kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kinerja keuangan yang sehat sangat penting untuk menjamin keberlanjutan usaha. Salah satu aspek yang banyak mendapat perhatian adalah kondisi *Financial Distress*, yaitu keadaan ketika perusahaan menghadapi kesulitan keuangan yang dapat mengarah pada kebangkrutan. Untuk mengukur kondisi tersebut, salah satu metode yang umum digunakan adalah model Altman Z-Score. Model ini memberikan gambaran mengenai tingkat kesehatan keuangan perusahaan melalui *Return on Assets* (ROA) dan *Current Ratio* (CR). Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan salah satu lembaga resmi yang menjadi tempat transaksi jual beli saham dan instrumen keuangan termasuk pasar modal yang ada di Indonesia. Sebagai pasar modal utama di Indonesia, BEI memiliki peran penting dalam menghimpun dana masyarakat untuk pembiayaan dunia usaha, baik sektor swasta maupun BUMN. Perusahaan yang terdaftar di BEI (emiten) berasal dari berbagai sektor industri dan terbagi dalam beberapa kategori, salah satunya adalah sektor *Consumer Non-Cyclicals*, yang mencakup industri-industri yang produknya selalu dibutuhkan masyarakat tanpa terpengaruh oleh kondisi ekonomi, seperti makanan, minuman, farmasi, dan tembakau.

Sub sektor *Nondurable Household Products* merupakan salah satu bagian penting dalam industri barang konsumsi, khususnya produk rumah tangga yang tidak tahan lama (*fast moving consumer goods* atau FMCG). Produk-produk dalam kategori ini umumnya memiliki umur penggunaan relatif singkat, biasanya kurang dari tiga tahun, bahkan sebagian besar habis dalam hitungan minggu atau bulan.

Contoh yang paling umum mencakup sabun, deterjen, sampo, pasta gigi, tisu, pembersih rumah tangga, hingga berbagai kebutuhan sehari-hari lainnya. Karena sifatnya yang cepat habis, produk ini memiliki pola permintaan yang relatif stabil dan berulang (*repeat purchase*), sehingga secara teoritis sub sektor ini dianggap memiliki daya tahan lebih baik dibandingkan industri yang bergantung pada pembelian jangka panjang.

Di pasar global, *Nondurable Household Products* sering dipandang sebagai tulang punggung konsumsi rumah tangga karena berhubungan langsung dengan kebutuhan dasar masyarakat. Perusahaan-perusahaan besar multinasional seperti Procter & Gamble, Unilever, Colgate-Palmolive, dan Reckitt Benckiser menjadi pelaku dominan yang menguasai segmen ini. Mereka mengandalkan inovasi produk, penguatan merek, serta efisiensi distribusi untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Tren terkini menunjukkan bahwa industri ini semakin dipengaruhi oleh isu-isu keberlanjutan (*sustainability*), misalnya penggunaan bahan ramah lingkungan, kemasan yang dapat didaur ulang, serta peningkatan kesadaran konsumen terhadap produk bebas bahan kimia berbahaya.

Di Indonesia, sub sektor *Nondurable Household Products* juga memegang peranan yang signifikan. Indonesia dengan jumlah penduduk lebih dari 270 juta jiwa, mayoritas berusia produktif, menjadi pasar potensial bagi produk-produk rumah tangga. Pola konsumsi masyarakat Indonesia menunjukkan kecenderungan yang konsisten dalam penggunaan produk kebutuhan dasar sehari-hari. Hal ini tercermin dari besarnya kontribusi industri barang konsumsi terhadap perekonomian nasional, terutama melalui penciptaan lapangan kerja, investasi, serta kontribusi terhadap penerimaan negara. Sejumlah perusahaan lokal maupun

multinasional beroperasi di Indonesia, misalnya PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), PT Mandom Indonesia Tbk (TCID), dan PT Kino Indonesia Tbk (KINO), yang menjadi contoh perusahaan-perusahaan publik dalam sub sektor ini.

Karakteristik utama dari sub sektor ini adalah tingginya tingkat kompetisi antarperusahaan. Karena produk yang dihasilkan umumnya memiliki karakteristik homogen, perusahaan harus berlomba-lomba dalam membangun kekuatan merek (*brand equity*), memperkuat strategi pemasaran, serta melakukan inovasi produk untuk menarik minat dan mempertahankan loyalitas konsumen. Dalam kondisi pasar yang jenuh, strategi diferensiasi menjadi kunci bagi perusahaan untuk bertahan dan unggul di tengah ketatnya persaingan.

Selain itu, perusahaan di sektor ini sangat bergantung pada skala ekonomi (*economies of scale*). Dengan harga produk yang relatif rendah dan margin keuntungan yang tipis, perusahaan harus mencapai volume penjualan tinggi untuk menutupi biaya produksi dan distribusi. Maka dari itu, perusahaan dengan kapasitas produksi besar dan jaringan distribusi yang luas memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan pesaingnya. Perusahaan besar juga lebih mampu melakukan efisiensi biaya dan menjaga kestabilan arus kas, yang berkontribusi pada kinerja keuangan dan profitabilitas khususnya pada pengelolaan asetnya melalui *Return on Assets* (ROA) yang lebih baik.

Namun demikian, meskipun tergolong stabil, sub sektor *Nondurable Household Products* tidak terlepas dari berbagai tantangan eksternal dan internal yang dapat memengaruhi kondisi keuangannya, bahkan berpotensi menimbulkan *Financial Distress* apabila tidak dikelola dengan baik. Salah satu tantangan utama adalah tekanan biaya produksi akibat fluktuasi harga bahan baku. Produk-produk



rumah tangga umumnya menggunakan bahan dasar seperti minyak kelapa sawit, minyak bumi, serta bahan kimia pembersih dan kertas untuk kemasan. Kenaikan harga komoditas tersebut dapat mengakibatkan meningkatnya beban produksi dan menekan margin keuntungan. Muchlis (2024) menjelaskan bahwa produk ramah lingkungan maupun konvensional sama-sama rentan terhadap kenaikan biaya bahan baku, sehingga perusahaan perlu melakukan efisiensi biaya agar tidak menurunkan profitabilitas.

Selain itu, tuntutan terhadap inovasi produk ramah lingkungan (*green innovation*) menjadi isu strategis yang tidak dapat diabaikan. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap lingkungan mendorong perusahaan untuk mengembangkan produk yang lebih aman dan berkelanjutan. Namun, upaya ini sering kali menuntut investasi besar dalam riset dan pengembangan (R&D), teknologi produksi baru, serta sertifikasi lingkungan. Penelitian yang dilakukan oleh Darmajaya (2023) dalam menegaskan bahwa penerapan inovasi proses ramah lingkungan membutuhkan investasi teknologi tinggi serta perubahan dalam struktur operasional perusahaan, yang dapat membebani keuangan terutama bagi perusahaan berskala menengah.

Hendrawan (2025) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa inovasi produk ramah lingkungan tidak hanya mendukung keberlanjutan lingkungan, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan efisiensi produksi serta menciptakan keunggulan kompetitif finansial. Hal ini menunjukkan bahwa tantangan lingkungan sebenarnya dapat menjadi peluang bagi perusahaan yang mampu beradaptasi dan berinovasi dengan baik.

Dari sisi kebijakan, perubahan regulasi pemerintah juga menjadi faktor yang menuntut perhatian serius. Peraturan yang semakin ketat terkait keamanan produk, pelabelan, kandungan bahan kimia berbahaya, dan perlindungan konsumen menuntut perusahaan untuk terus memperbarui sistem produksi dan pemasarannya. Asila & Falikhatun (2023) dalam menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab lingkungan serta penerapan teknologi hijau memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan, namun seringkali diiringi dengan beban biaya tambahan yang signifikan di awal implementasi.

Selain faktor regulasi dan teknologi, persaingan dengan merek lokal juga menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan besar di sub sektor ini. Produk-produk lokal dengan harga lebih terjangkau mampu menarik konsumen kelas menengah ke bawah yang sensitif terhadap harga. Menurut Izzaty & Atiningsih (2024) menyatakan dalam penelitiannya bahwa perusahaan besar perlu meningkatkan intensitas riset dan inovasi produk untuk mempertahankan loyalitas konsumen serta memperkuat citra merek (*brand equity*), karena konsumen kini tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga nilai sosial dan keberlanjutan produk yang mereka gunakan.

Tabel 1. 1  
Rata-rata Perhitungan Z-score pada Masing-masing Sub Sektor

| No. | Nama Sektor                          | Tahun |      |      |
|-----|--------------------------------------|-------|------|------|
|     |                                      | 2022  | 2023 | 2024 |
| 1   | <i>Food &amp; Staples Retailing</i>  | 2,75  | 3,06 | 3,07 |
| 2   | <i>Food &amp; Beverage</i>           | 3,29  | 3,89 | 3,29 |
| 3   | <i>Tabacco</i>                       | 3,29  | 4,25 | 2,9  |
| 4   | <i>Nondurable Household Products</i> | 3,17  | 2,97 | 2,76 |

Sumber: Laporan Keuangan BEI. Data diolah peneliti.

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode Altman Z-score, terlihat adanya perbedaan kondisi antar sub sektor yang ada pada Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Terlihat pada olah data tersebut sub sektor *Nondurable Household Products* menunjukkan penurunan skor rata-rata dari tahun 2022-2024. Pada tahun 2022, sub sektor tersebut mendapatkan rata-rata skor 3,17, sedangkan pada tahun 2023 terjadi penurunan dengan didapatkan hasil rata-rata perhitungannya 2,97 dan pada tahun 2024 terjadi lagi sebuah penurunan yakni menjadi 2,76. Dari adanya penurunan tersebut, tentunya mengindikasikan adanya pelemahan kinerja keuangan yang perlu diwaspadai, karena jika rata-rata perhitungan z-score berada dibawah 1,8 maka perusahaan-perusahaan yang ada pada sub sektor tersebut mengalami *Financial Distress*. Namun, dari data perhitungan, sub sektor *Nondurable Household Products* menandakan bahwa semakin dekat perusahaan pada potensi *Financial Distress*.

Berdasarkan data perhitungan z-score tersebut, sub sektor *Nondurable Household Products* menunjukkan penurunan skor rata-rata secara konsisten, yang mengidentifikasikan meningkatnya potensi *financial distress* dibandingkan sub sektor lainnya termasuk sub sektor *Tabacco*. Sub sektor *Tabacco* pada tahun 2022 sampai dengan 2023 relatif stabil meskipun pada tahun 2024 mengalami penurunan yang sangat drastis hingga mencapai zona abu-abu, namun sub sektor *Nondurable Household Products* menghadapi tekanan yang lebih besar akibat kenaikan biaya bahan baku, fluktuasi daya beli masyarakat serta tingginya persaingan produk substitusi.

Kondisi yang terdapat pada olah data peneliti, pada sub sektor lainnya yakni *Food & Staples Retailing*, *Food & Beverage*, dan *Tabacco* yang terlihat masih relatif stabil, bahkan sempat mengalami peningkatan. Fakta tersebut memperkuat urgensi penelitian terhadap sub sektor *Nondurable Household Products* yang Dimana mengingat produk rumah tangga yang bersifat cepat habis atau *nondurable* yang seharusnya memiliki permintaan stabil, namun kenyataannya pada kinerja keuangannya menghasilkan bahwa sedang mengalami tekanan keuangan. Selain itu, fenomena tersebut menunjukkan bahwa persaingan yang begitu ketat, kenaikan biaya produksi serta perubahan pola pikir konsumen dapat mempengaruhi stabilitas keuangan perusahaan-perusahaan yang ada pada sub sektor ini.

Secara makro, peran sub sektor *Nondurable Household Products* dalam perekonomian juga cukup penting. Industri ini mendukung rantai pasok dari hulu ke hilir, mulai dari penyedia bahan baku (misalnya minyak sawit, bahan kimia, kertas, dan plastik) hingga distribusi ritel modern maupun tradisional. Dengan demikian, kontribusinya tidak hanya pada aspek konsumsi, tetapi juga pada perdagangan, distribusi, dan penciptaan nilai tambah. Di Indonesia, perkembangan *e-commerce* semakin memperluas akses pasar bagi produk rumah tangga, karena konsumen kini dapat membeli kebutuhan sehari-hari secara daring dengan lebih mudah. Hal ini mendorong perusahaan untuk menyesuaikan strategi penjualan melalui platform digital.

Selain itu, faktor budaya dan gaya hidup masyarakat juga berpengaruh besar terhadap dinamika sub sektor ini. Masyarakat urban cenderung mengutamakan produk dengan nilai praktis tinggi, misalnya tisu sekali pakai, pembersih instan, atau produk dalam kemasan kecil yang mudah dibawa. Di sisi lain, masyarakat

pedesaan masih mengandalkan produk rumah tangga dalam kemasan besar yang lebih ekonomis. Segmentasi pasar seperti ini menuntut perusahaan untuk menyesuaikan strategi produk dan distribusi agar dapat menjangkau seluruh lapisan konsumen. Prospek ke depan untuk sub sektor *Nondurable Household Products* cukup menjanjikan, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Pertumbuhan penduduk, urbanisasi, peningkatan kelas menengah, serta perubahan gaya hidup diperkirakan akan terus mendorong permintaan produk rumah tangga. Namun, untuk dapat bertahan dalam persaingan dan menjaga kinerja keuangan, perusahaan harus mampu melakukan inovasi, menjaga efisiensi operasional, serta merespons dengan cepat perubahan kebutuhan konsumen. Tren global menuju produk ramah lingkungan dan digitalisasi pemasaran juga akan menjadi faktor kunci yang menentukan arah perkembangan industri ini.

Dalam menganalisis kondisi keuangan perusahaan, *Return on Assets* (ROA) dan *Current Ratio* (CR) tidak hanya berfungsi sebagai ukuran kinerja keuangan, tetapi juga dapat menggambarkan tingkat risiko terjadinya *Financial Distress*. Kedua rasio ini memberikan sinyal penting tentang kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah tekanan keuangan. *Return on Assets* (ROA) menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari total aset yang dimilikinya. Rasio ini menunjukkan sejauh mana aset yang dikelola mampu memberikan pengembalian yang optimal bagi perusahaan. Dalam konteks *Financial Distress*, ROA menjadi cerminan dari efisiensi operasional dan profitabilitas perusahaan. Ketika ROA menurun secara signifikan, hal ini menandakan bahwa aset perusahaan tidak lagi memberikan kontribusi yang efektif terhadap peningkatan laba. Penurunan profitabilitas yang

berkelanjutan mengindikasikan bahwa perusahaan mulai kehilangan kemampuan untuk menutupi biaya operasional, membayar bunga pinjaman, serta memenuhi kewajiban keuangannya. Oleh karena itu, ROA yang rendah atau negatif sering kali menjadi indikator awal terjadinya *Financial Distress*, karena menunjukkan menurunnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan nilai ekonomi dari aset yang dimiliki.

Sementara itu, *Current Ratio* (CR) menggambarkan tingkat likuiditas perusahaan, yaitu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya menggunakan aset lancar seperti kas, piutang, dan persediaan. *Current Ratio* dapat diartikan sebagai rasio yang membandingkan jumlah aset lancar yang dimiliki oleh perusahaan dengan hutang lancarnya (Juliani, 2023). Dalam konteks *Financial Distress*, rasio ini memberikan gambaran mengenai kemampuan perusahaan menjaga kestabilan arus kas dan kelancaran operasionalnya. *Current Ratio* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki likuiditas yang cukup untuk membayar utang lancar, sehingga risiko menghadapi *Financial Distress* relatif rendah. Sebaliknya, apabila *Current Ratio* berada pada tingkat yang rendah, hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan mengalami kesulitan likuiditas dan berpotensi tidak mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Kondisi kekurangan likuiditas ini sering kali menjadi salah satu pemicu utama *Financial Distress*, terutama jika perusahaan tidak dapat segera mengonversi aset lancar menjadi kas. Dengan demikian, secara konseptual, ROA dan CR bersama-sama menggambarkan dua sisi utama dari kesehatan keuangan perusahaan, yaitu profitabilitas dan likuiditas. ROA mencerminkan kemampuan menghasilkan laba dari penggunaan aset, sedangkan CR mencerminkan

kemampuan menjaga kelancaran pembayaran kewajiban jangka pendek. Jika kedua rasio tersebut menunjukkan tren penurunan, maka hal tersebut menjadi sinyal kuat bahwa perusahaan sedang menghadapi tekanan keuangan yang dapat berkembang menjadi *Financial Distress* apabila tidak segera diatasi. Ketika perusahaan tidak mampu memanfaatkan total asset yang dimiliki untuk menghasilkan laba dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan aset lancar yang dimiliki.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna menganalisis pengaruh *Return on Assets* (ROA) dan *Current Ratio* (CR) terhadap *Financial Distress* pada perusahaan-perusahaan sub sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di BEI selama periode 2022–2024. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor keuangan yang paling dominan dalam mempengaruhi kemungkinan terjadinya *Financial Distress*, serta menjadi dasar dalam pengambilan keputusan manajerial dan strategi keuangan perusahaan ke depan.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yakni sebagai berikut.

- (1) Kondisi perekonomian yang tidak stabil dapat mengakibatkan kinerja keuangan perusahaan menurun dan mampu mendorong perusahaan memasuki kondisi krisis keuangan sebelum terjadinya kebangkrutan.
- (2) Terjadi ketidaksesuaian antara teori dengan data.
- (3) Dibutuhkan penelitian untuk mengetahui pengaruh *Return on Assets* (ROA) dan



*Current Ratio* (CR) terhadap *Financial Distress*.

### 1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka permasalahan dalam penelitian ini membatasi untuk dilakukan secara terfokus dan mendalam hanya pada variabel dan ruang lingkupnya saja, maka dibuatkan pembatasan masalah agar pembahasan dan hasil penelitian ini tidak menyimpang dari judul. Penelitian ini dibatasi hanya pada variable x yaitu *Return on Assets* (ROA) dan *Current Ratio* (CR), serta variable y yaitu *Financial Distress*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yakni pada sub sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.

### 1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pada uraian latar belakang, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut.

- (1) Apakah *Return on Assets* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap *Financial Distress* pada Perusahaan Sub Sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024?
- (2) Apakah *Current Ratio* (CR) berpengaruh signifikan terhadap *Financial Distress* pada Perusahaan Sub Sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024?
- (3) Apakah *Return on Assets* (ROA) dan *Current Ratio* (CR) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Financial Distress* pada Perusahaan Sub

Sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini yakni sebagai berikut.

- (1) Untuk menguji pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap *Financial Distress* pada Perusahaan Sub Sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.
- (2) Untuk menguji pengaruh *Current Ratio* (CR) terhadap *Financial Distress* pada Perusahaan Sub Sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.
- (3) Untuk menguji pengaruh *Return on Assets* (ROA) dan *Current Ratio* (CR) bersama-sama terhadap *Financial Distress* pada Perusahaan Sub Sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.

### 1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dengan dilaksanakannya penelitian ini yakni sebagai berikut.

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan sebagai sumber referensi, bahan kajian, menambah pengetahuan serta wawasan dalam bidang manajemen keuangan

terutama berkaitan dengan pengaruh *Return on Assets* (ROA) dan *Current Ratio* (CR) terhadap *Financial Distress*.

## 2. Manfaat Praktis

### A. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini memberikan masukan untuk kemajuan perusahaan tersebut terutama berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu, *Return on Assets* (ROA) dan *Current Ratio* (CR) terhadap *Financial Distress*.

### B. Bagi Masyarakat

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat membantu kita dalam mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh khususnya ilmu manajemen keuangan sekaligus membantu kita dalam pemahaman bagaimana pengaruh *Return on Assets* (ROA) dan *Current Ratio* (CR) dalam memprediksi tingkat *Financial Distress* suatu perusahaan.

