

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring pesatnya perkembangan zaman, perusahaan-perusahaan berlomba meningkatkan kualitas untuk menghadapi persaingan global yang semakin ketat. Pesaing-pesaing tangguh dari berbagai penjuru dunia akan bebas memasuki pasar Indonesia, sehingga pengusaha yang gagal beradaptasi dan mengembangkan usaha berisiko mengalami kerugian besar, bahkan kebangkrutan (Putri and Prasetio 2024). Perusahaan sub sektor hotel, restoran dan pariwisata adalah bagian dari sektor perdagangan, jasa dan investasi yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan ini memiliki bakat dalam bertumbuh dan berkembang sehingga memiliki dampak positif kepada pertumbuhan perekonomian Indonesia.

Pemilihan penelitian di bidang pariwisata, khususnya hotel dan restoran, didasarkan pada signifikansi sektor ini dalam perekonomian global dan nasional. Menurut Gewati (2019), bahwasanya “Bank Indonesia (BI) menyatakan pariwisata merupakan sektor yang paling efektif untuk mendongkrak devisa Indonesia. Seperti yang dilaporkan oleh Nurmansyah (2019), bahwasanya industri perhotelan memiliki peluang lebar untuk dikembangkan, mengingat Indonesia adalah negara yang dengan jumlah penduduknya sebesar 250 juta orang dengan pasar domestik dan internasional yang cukup kuat. Dari segi profitabilitas, sektor ini menawarkan potensi

keuntungan yang besar, namun juga rentan terhadap fluktuasi ekonomi dan perubahan tren konsumen. Likuiditas menjadi faktor krusial karena operasional hotel dan restoran memerlukan arus kas yang stabil untuk memenuhi biaya operasional harian. Selain itu, *leverage*, atau penggunaan utang, memainkan peran penting dalam pendanaan ekspansi dan pengembangan fasilitas, namun perlu dikelola dengan hati-hati untuk menghindari risiko keuangan. Dengan menganalisis ketiga aspek ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang komprehensif tentang kinerja keuangan sektor pariwisata, yang dapat bermanfaat bagi investor, pengelola bisnis, dan pembuat kebijakan. Menurut (Fitriyana et al., 2024). Dalam upaya meningkatkan keuntungan, pemilik perusahaan perlu memprioritaskan peningkatan nilai perusahaan. Strategi ini terbukti efektif dalam menarik investor dan mengoptimalkan modal, sehingga penciptaan nilai perusahaan yang baik di mata investor menjadi krusial.

Nilai perusahaan pada sub sektor pariwisata, hotel dan restoran selama beberapa tahun ini mengalami fluktuasi (naik turun). Peneliti mengkaji fenomena pada tahun 2020 - 2024 sehingga diperoleh data sebagai berikut

Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor, dan beberapa faktor mempengaruhinya, termasuk *leverage*, likuiditas, dan profitabilitas. *Leverage*, yang mengukur proporsi utang dalam pendanaan aset, dapat berdampak negatif pada nilai perusahaan jika terlalu tinggi. Nilai perusahaan erat kaitannya dengan kondisi keuangan suatu perusahaan (Kahfi, 2018; Utama, 2018; Yuniastri, 2021). Namun, *leverage* juga dapat menjadi

alat untuk memaksimalkan nilai perusahaan jika dikelola dengan baik. Penggunaan dana yang bijak dapat meningkatkan kinerja operasional, produktivitas, dan pada akhirnya, meningkatkan harga saham (Putri and Prasetio 2024).

Menurut (Fitriyita et al. 2024) selain harga saham, nilai perusahaan dapat diukur menggunakan Price to Book Value (PBV). PBV adalah rasio yang membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham. Nilai PBV yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan berhasil menciptakan kemakmuran bagi pemegang saham, yang merupakan salah satu tujuan utama perusahaan.

Dalam penelitian ini, rasio *leverage* dihitung menggunakan metode Debt to Asset Ratio (DAR). (Fitriyita et al. 2024) Leverage merupakan perimbangan atau perbandingan antara modal asing dengan modal sendiri. Metode ini dipilih karena kemampuannya dalam mengukur kebijakan utang suatu perusahaan. DAR memberikan gambaran yang jelas mengenai sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang. Dengan membagi total utang terhadap total aktiva, peneliti dapat menganalisis struktur modal perusahaan pariwisata yang diteliti. Perbandingan solvabilitas atau Ratio *Leverage* berguna untuk menghitung perbandingan kredit yang diberikan oleh kreditur industri (Horijah, 2021). Analisis rasio *leverage* melalui DAR ini penting untuk memahami risiko keuangan yang dihadapi perusahaan pariwisata. Tingkat *leverage* yang tinggi dapat mengindikasikan risiko yang lebih besar bagi investor. Namun, *leverage* juga dapat menjadi alat untuk

meningkatkan pertumbuhan perusahaan jika dikelola dengan bijak. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana *leverage* mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan pariwisata.

Likuiditas atau yang lebih sering dikenal dengan rasio likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendek perusahaan. Kewajiban jangka pendek merupakan jumlah yang harus dibayar dalam jangka waktu kurang dari 12 bulan misalnya hutang dividen, hutang gaji, hutang bunga, dan lain-lain. Likuiditas menjadi perhatian serius pada perusahaan karena likuiditas memainkan peranan penting dalam kesuksesan perusahaan (Dzulhijar, 2021). *Current Ratio* (CR) dapat mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dan memberikan pandangan positif bagi investor, bahwa kondisi keuangan perusahaan dalam keadaan baik karena perusahaan memiliki dana untuk memenuhi kewajibannya jangka pendeknya. Akan tetapi di sisi lain, tingkat *Current Ratio* (CR) yang terlalu tinggi akan berpengaruh negatif pada kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba sehingga nantinya akan mempengaruhi nilai perusahaan (Hilda Syakinah et al. 2023). perusahaan yang memiliki likuiditas baik dapat membuktikan bahwa perusahaan tersebut dapat melakukan pembayaran kewajiban dengan tepat waktu.

Perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya dapat mengurangi tingkat risiko yang dirasakan oleh investor dan kreditor. Persepsi ini dapat memengaruhi penilaian pasar terhadap risiko perusahaan,

dan pada gilirannya, dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Pada penelitian (Sukarya & Baskara, 2019), (Dwipa, Kepramareni, & Yuliasuti, 2020), (Oktaviarni, Murni, & Suprayitno, 2019), dan (Farizki, Suhendro, & Masitoh, 2021) membuktikan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian (Ndruru, Silaban, Sihaloho, Manurung, & Sipahutar, 2020) dan (Chasanah, 2019) yaitu likuiditas (*Current Ratio*) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas dapat diartikan sebagai tolak ukur perusahaan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Nilai profitabilitas yang baik dapat menarik bagi para investor karena hal tersebut merupakan gambaran perusahaan yang baik untuk kedepannya. Tujuan utama dari profitabilitas adalah untuk memperoleh laba yang maksimal untuk perusahaan dan meninjau keuntungan serta kelemahan yang dimiliki perusahaan disetiap periode (Trijayanti 2019). Semakin tinggi nilai ROA, semakin efektif dalam memberikan pengembalian kepada investor. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai ROA, maka semakin banyak laba yang dihasilkan perusahaan. Jika nilai ROA cenderung menurun, perusahaan akan mengalami kerugian (Hilda Syakinah et al. 2023). Semakin besar aktivitas penjualan dan investasi yang dilakukan maka akan semakin besar juga rasio profitabilitas yang akan didapatkan perusahaan.

Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang konsisten dan meningkat dapat menjadi faktor pendorong pertumbuhan nilai pasar perusahaan.

Investor sering kali mencari perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang stabil dan berkelanjutan. Kenaikan profitabilitas yang diimbangi oleh pertumbuhan pendapatan dan laba bersih dapat mendorong kenaikan harga saham, yang berkontribusi pada nilai pasar perusahaan. Pada penelitian (Siagian, Asrini, & Wijoyo, 2022), (Detama & Laily, 2021), (Putri & Miftah, 2021), dan (Apriantini, Widhiastuti, & Novitasari, 2022) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian dari (Farizki, Suhendro, & Masitoh, 2021) dan (Panjaitan, Amanda, & Liviani, 2020) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk menganalisis faktor yang memengaruhi nilai perusahaan (Hilda Syakinah et al. 2023; Putri and Prasetyo 2024; Trijayanti 2019). Namun, penelitian tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi. Hasil penelitian (Trijayanti 2019) menunjukkan bahwa variabel *leverage* yang menggunakan Debt to asset ratio (DAR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan yang menggunakan price to book value (PBV). Didukung oleh temuan penelitian oleh (Putri and Prasetyo 2024). Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh (Hilda Syakinah et al. 2023) menunjukkan bahwa rasio *Leverage* yang dikurir dengan DAR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas merupakan indikator yang digunakan dalam mengukur kewajiban jangka pendeknya. Penelitian (Dewi Permana and Sudiyatno 2023) dan (Hilda Syakinah et al. 2023) menunjukkan bahwa rasio lancar (*Current*

Ratio) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian oleh (Rosalia Maharani et al. 2022) serta (Putri and Prasetyo 2024) menemukan bahwa rasio lancar berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Disamping likuiditas profitabilitas juga menjadi salah satu faktor dalam nilai perusahaan.

Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA diaplikasikan dalam standarisasi kinerja suatu perusahaan. Hasil penelitian (Ipo et al. 2021) dan (Lutfita and Takarini 2021) mengindikasikan korelasi positif antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Akan tetapi, penelitian (Rosalia Maharani et al. 2022) menunjukkan korelasi negatif antara kedua variabel tersebut.

Penelitian ini memiliki perbedaan signifikan dibandingkan penelitian terdahulu, terutama dalam fokus dan metodologi. Sementara penelitian sebelumnya cenderung menganalisis pengaruh *leverage*, likuiditas, dan profitabilitas secara terpisah atau dalam konteks industri yang lebih luas, penelitian ini secara khusus memfokuskan pada sektor pariwisata, khususnya hotel dan restoran, yang memiliki karakteristik unik dalam hal struktur modal dan arus kas. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode Debt to Asset Ratio (DAR) untuk mengukur *leverage*, yang memberikan perspektif berbeda dibandingkan metode lain seperti Debt to Equity Ratio (DER) yang sering digunakan dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini juga menekankan pada analisis mendalam tentang bagaimana ketiga faktor tersebut berinteraksi

dan mempengaruhi nilai perusahaan dalam konteks dinamis industri pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 - 2024.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
- b. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
- c. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
- d. Apakah Profitabilitas, Likuiditas dan *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Menuguji dan menganalisis pengaruh Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- b. Menguji dan menganalisis pengaruh Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- c. Menguji dan menganalisis pengaruh *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- d. Memahami pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini dimaksud dapat memberikan beberapa manfaat antara lain :

1. Bagi teoritisi

a. bagi peneliti

penelitian ini berguna untuk memperoleh ilmu pengetahuan tentang *leverage* ukuran perusahaan dan profitabilitas

b. bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat memberikan komitmen ilmiah terhadap para peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian lebih banyak di bidang nilai suatu perusahaan khususnya perusahaan subsektor pariwisata, resto dan perhotelan yang terdaftar di bursa saham Indonesia.

2. Bagi praktis

a. Bagi perusahaan yang terdaftar bursa efek indonesia

Penelitian mengenai *Leverage*, ukuran perusahaan, dan Profitabilitas ini diharapkan dapat memberikan pengaruh terhadap pemilik perusahaan untuk meningkatkan kinerja internal perusahaan agar mampu meningkatkan nilai perusahaan.

b. Bagi investor

Penelitian ini seharusnya menjadi alasan untuk memilih pilihan usaha untuk kemungkinan pendukung keuangan dan kemungkinan pendukung keuangan dengan menilai penghargaan organisasi berdasarkan data tentang pengaruh, ukuran perusahaan, dan produktivitas yang penting untuk mengetahui nilai perusahaan.

