

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia termasuk Indonesia pada awal tahun 2020 memberikan dampak besar terhadap berbagai sektor, terutama pada sub sektor pariwisata yang mencakup akomodasi serta makanan dan minuman. Sub sektor pariwisata ini termasuk yang paling signifikan terdampak akibat kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat (PPKM) yang mengakibatkan penurunan kinerja dan pertumbuhan ekonomi secara umum (Mayasari et al. 2022). Di tengah tantangan tersebut, perusahaan pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, termasuk dalam sektor konsumen non primer, menghadapi tantangan dalam mempertahankan nilai perusahaannya. Padahal, pariwisata merupakan salah satu sektor andalan perekonomian nasional yang berperan penting dalam menyumbang devisa, menciptakan lapangan kerja, serta mendorong pertumbuhan wilayah (Fadilla, 2024). Meskipun sempat menurun, kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mengalami tren positif, dari 2,23% di tahun 2020 menjadi 4,10% di tahun 2023 dan diproyeksikan mencapai 4,50% di tahun 2024. Kenaikan ini juga tercermin dalam peringkat daya saing pariwisata Indonesia yang meningkat dari posisi 32 di tahun 2021 menjadi 22 di tahun 2024 (Afrielda, 2024).

Tabel 1. 1 Perusahaan Pariwisata yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2023

NO	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	KPIG	PT. MNC Land Tbk
2	MAPB	PT. Map Boga Adiperkasa Tbk
3	JSPT	PT Jakarta Setiabudi Internasional Tbk
4	FAST	PT. Fast Food Indonesia Tbk

NO	Kode Saham	Nama Perusahaan
5	BLTZ	PT. Graha Layar Prima Tbk
6	SRAJ	PT. Surya Permata Andalan Tbk
7	BUVA	PT. Bukit Uluwatu Villa Tbk
8	PJAA	PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk
9	ARTA	PT. Arthavest Tbk
10	SHID	PT. Hotel Sahid Jaya International Tbk
11	JIHD	PT. Jakarta International Hotels & Development Tbk
12	BOLA	PT. Bali Bintang Sejahtera Tbk
13	PZZA	PT. Sarimelati Kencana Tbk
14	UANG	PT. Pakuan Tbk
15	PANR	PT. Panorama Sentrawisata Tbk
16	EAST	PT. Eastparc Hotel Tbk
17	BAYU	PT. Bayu Buana Tbk
18	SEMA	PT. Satria Mega Kencana Tbk
19	ESTA	PT. Esta Multi Usaha Tbk
20	PSKT	PT. Red Planet Indonesia Tbk
21	DTON	PT. Destinasi Tirta Nusantara Tbk
22	MINA	PT. Sanurhasta Mitra Tbk
23	JGLE	PT. Graha Andrasentra Propertindo Tbk
24	HRME	PT. Menteng Heritage Realty Tbk
25	IKAI	PT. Intikeramik Alamasri Industri Tbk
26	NICK	PT. Andalan Perkasa Abadi Tbk
27	FITT	PT. Hotel Fitra International Tbk
28	DFAM	PT. Dafam Property Indonesia Tbk
29	AKKU	PT. Anugerah Kagum Karya Utama Tbk
30	PGLI	PT. Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk
31	PLAN	PT. Planet Properindo Jaya Tbk

Sumber: Bursa Efek Indonesia, diolah penulis (2024)

Tabel 1.1 menunjukkan daftar 31 perusahaan sektor pariwisata yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), mencakup berbagai bidang seperti perhotelan, restoran, hiburan, dan agen perjalanan. Pandemi Covid-19 pada awal 2020 memberikan dampak besar terhadap sub sektor ini, terutama akibat kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat yang menyebabkan penurunan drastis dalam aktivitas wisata. Meskipun sempat terpuruk, data menunjukkan adanya pemulihan yang positif, tercermin dari peningkatan kontribusi pariwisata

terhadap PDB nasional serta membaiknya peringkat daya saing pariwisata Indonesia di tingkat global. Sektor pariwisata menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan terhadap perekonomian nasional dan pendapatan wilayah dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data Santika, (2024), kontribusi sektor ini terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. 1 Nilai dan Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PDB Indonesia (2020–2024)

Sumber: Laporan Kinerja Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020-2024

Grafik tersebut memperlihatkan tren kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dari tahun 2020 hingga 2024. Pada tahun 2020, kontribusi riil sektor pariwisata terhadap PDB berada di angka 2,23%, jauh di bawah target yang telah ditetapkan yaitu sebesar 4,0%, yang mencerminkan dampak awal dari terjadinya pandemi COVID-19 terhadap aktivitas pariwisata. Kondisi ini berlanjut pada 2021 dengan capaian sebesar 2,3% dari target 2,4%. Pemulihan mulai terlihat pada tahun 2022 ketika capaian berhasil menyamai target sebesar 3,6%. Tren positif ini terus berlanjut di tahun 2023, bahkan melebihi target 4,1% dengan capaian aktual 3,90% (angka sementara). Untuk tahun 2024, ditetapkan target sebesar 4,5%, dengan harapan sektor pariwisata terus

menunjukkan pemulihan dan menjadi kontributor penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Data ini mencerminkan keberhasilan sejumlah kebijakan strategis, seperti peningkatan infrastruktur pariwisata, promosi destinasi unggulan, serta relaksasi regulasi perjalanan, dalam mendorong kebangkitan sektor pariwisata pascapandemi. Kenaikan tersebut menunjukkan bahwa sektor pariwisata mulai kembali menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional. Jika tren positif ini berlanjut, maka sektor pariwisata diharapkan dapat kembali berperan signifikan dalam memperkuat perekonomian Indonesia, seiring dengan meningkatnya kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara.



Gambar 1. 2 Data Pertumbuhan Perusahaan Pariwisata Indonesia 2020-2023
Sumber: Laporan keuangan perusahaan di BEI, diolah Peneliti (2025)

Gambar 1.2 menunjukkan data pertumbuhan perusahaan pariwisata di Indonesia selama periode 2020 hingga 2023, yang diolah dari 31 perusahaan dengan pendekatan rata-rata tahunan. Pada tahun 2020, sektor ini mengalami kontraksi sebesar -0,053%, mencerminkan dampak signifikan dari pandemi COVID-19 yang menyebabkan pembatasan mobilitas, penurunan jumlah wisatawan, serta penutupan sementara berbagai destinasi wisata.

Memasuki tahun 2021, sektor ini mulai menunjukkan tanda-tanda

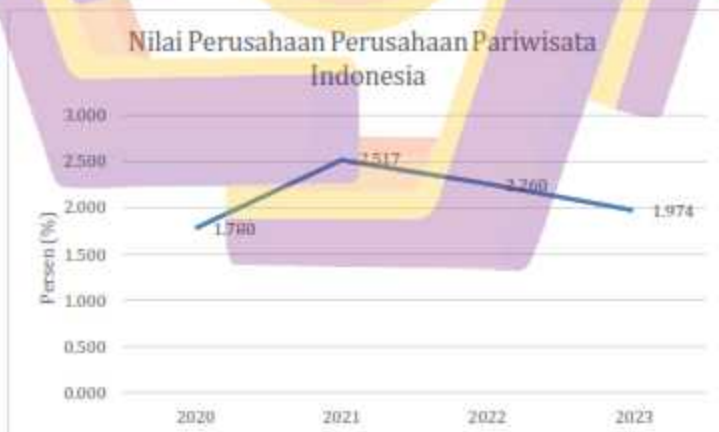
pemulihan meskipun masih terbatas, dengan pertumbuhan sebesar 0,098%, yang didorong oleh pelonggaran kebijakan pembatasan dan mulai pulihnya aktivitas wisata dalam skala terbatas. Namun, pada tahun 2022 dan 2023, pertumbuhan perusahaan pariwisata tercatat stagnan, masing-masing hanya sebesar 0,006% dan 0,010%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sektor pariwisata tidak lagi mengalami kontraksi, proses pemulihannya berjalan lambat dan belum sepenuhnya kembali ke level sebelum pandemi. Data ini mengindikasikan bahwa sektor pariwisata masih menghadapi tantangan struktural dalam proses pemulihan, dan memerlukan strategi yang lebih intensif untuk mendorong pertumbuhan yang lebih signifikan dalam jangka panjang.

Nilai-nilai dalam Gambar 1.2 diperoleh dari pengolahan data laporan keuangan 31 perusahaan pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2023. Nilai tahun 2020 sebesar -0,053, misalnya, berasal dari total pertumbuhan perusahaan sebesar -1,637 yang dibagi 31. Prosedur ini dilakukan untuk setiap tahun dan variabel, dan hasil perhitungan dibulatkan hingga tiga angka di belakang koma untuk konsistensi grafik dan kemudahan pembacaan. Keberlangsungan suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kinerja operasional, namun juga oleh persepsi pasar terhadap nilai perusahaan tersebut dalam era persaingan global dan dinamika ekonomi yang terus berubah. Nilai perusahaan menjadi indikator penting yang menggambarkan seberapa besar keyakinan investor terhadap prospek dan kesehatan finansial suatu entitas bisnis (Putri & Hernawati, 2024).

Di pasar modal Indonesia, khususnya setelah masa pemulihan pasca pandemi tahun 2020 hingga 2023, terjadi pergeseran pola investasi dan fokus investor terhadap perusahaan yang mampu menunjukkan kinerja dan strategi bisnis yang

berkelanjutan. Perusahaan di sektor pariwisata menghadapi tantangan ganda yakni memulihkan operasi sekaligus meyakinkan investor melalui peningkatan nilai perusahaan. Menurut Depinatalia & Jibrail (2025), nilai perusahaan mencerminkan efisiensi manajemen dalam mengelola sumber daya dan sangat berkaitan dengan harga saham di pasar modal.

Pertumbuhan tidak hanya mencerminkan peningkatan kapasitas produksi atau pendapatan, tetapi juga mencerminkan kemampuan perusahaan dalam merespons perubahan lingkungan bisnis secara adaptif dan strategis. Pertumbuhan perusahaan secara teoritis merupakan refleksi dari ekspansi yang dilakukan untuk meningkatkan volume usaha, pangsa pasar, dan keuntungan. Pada jangka panjang, pertumbuhan menjadi indikator kunci dalam menilai keberhasilan suatu entitas bisnis. Perusahaan yang bertumbuh menunjukkan kemampuan dalam berinovasi, meningkatkan efisiensi operasional, serta menjaga keberlanjutan bisnisnya (Janah & Tampubolon, 2024).



Gambar 1. 3 Data Nilai Perusahaan Pariwisata Indonesia 2020- 2023
Sumber: Laporan keuangan perusahaan di BEI, diolah Peneliti (2025)

Gambar 1.3 menunjukkan data nilai perusahaan sektor pariwisata di

Indonesia dari tahun 2020 hingga 2023, yang merefleksikan dinamika kinerja pasar dan persepsi investor terhadap prospek industri ini. Pada tahun 2020, nilai perusahaan tercatat sebesar 1,780, menggambarkan tekanan besar yang dialami sektor ini akibat pandemi COVID-19, termasuk penurunan pendapatan, ketidakpastian tinggi, serta meningkatnya risiko bisnis. Nilai ini mencerminkan persepsi pasar yang negatif terhadap sektor pariwisata di tengah krisis global. Memasuki tahun 2021, terjadi lonjakan nilai perusahaan menjadi 2,517, yang menunjukkan mulai pulihnya kepercayaan investor seiring dengan pelonggaran mobilitas dan adaptasi industri terhadap protokol kesehatan. Namun, pada tahun 2022, nilai perusahaan menurun menjadi 2,260, yang mengindikasikan adanya penyesuaian pasar terhadap ekspektasi pertumbuhan yang lebih realistis meskipun sektor ini masih berada dalam jalur pemulihan. Di tahun 2023, nilai perusahaan kembali turun menjadi 1,974, yang meskipun lebih rendah dari dua tahun sebelumnya, tetap mencerminkan posisi yang lebih baik dibandingkan tahun pertama pandemi. Penurunan bertahap ini dapat menunjukkan adanya tekanan dari faktor eksternal maupun internal, seperti ketidakpastian global dan penyesuaian terhadap model bisnis pascapandemi. Secara keseluruhan, data ini mengilustrasikan dinamika pasar yang fluktuatif namun tetap mencerminkan potensi pemulihan jangka panjang sektor pariwisata.

Salah satu aspek manajerial yang turut memengaruhi persepsi investor terhadap nilai dan pertumbuhan perusahaan adalah kebijakan dividen. Kebijakan ini tidak hanya berkaitan dengan distribusi laba, namun juga berfungsi sebagai alat komunikasi strategis antara perusahaan dengan investornya. Pembagian dividen yang konsisten dan berkelanjutan seringkali diartikan sebagai sinyal positif bahwa perusahaan memiliki arus kas yang stabil serta prospek laba yang menjanjikan

(Ratih & Surasmi, 2025). Berdasarkan teori sinyal (signaling theory), manajemen memanfaatkan kebijakan dividen untuk menyampaikan informasi tersembunyi mengenai kondisi finansial perusahaan yang belum tentu dapat ditangkap dari laporan keuangan semata. Dengan demikian, kebijakan dividen menjadi penentu penting dalam membentuk persepsi pasar, terlebih pada perusahaan yang tengah berada dalam fase pertumbuhan. Namun, perusahaan juga harus bijak menyeimbangkan antara kebutuhan untuk menarik investor dengan kebutuhan pendanaan internal guna mendukung ekspansi bisnis terutama di sektor pariwisata yang padat modal dan sedang berupaya pulih pasca krisis.

Nilai-nilai dalam Gambar 1.3 merupakan hasil perhitungan Price to Book Value (PBV) masing-masing perusahaan, yang kemudian dirata-ratakan setiap tahun. PBV dihitung dari rasio antara harga saham dan nilai buku per saham. Seluruh nilai yang ditampilkan dalam grafik ini merupakan hasil pengolahan peneliti sendiri dari laporan keuangan 31 perusahaan pariwisata yang terdaftar di BEI. Sebagai contoh, pada tahun 2021, total PBV dari seluruh perusahaan adalah 78,0177 yang dibagi dengan 31 perusahaan, menghasilkan rata-rata sebesar 2,517. Perhitungan ini dilakukan secara konsisten untuk tiap tahun, dan semua nilai dibulatkan hingga tiga angka di belakang koma untuk menjaga kejelasan dan keterbacaan grafik (Brigham & Houston, 2022; Ross Westerfield & Jordan, 2021).



Gambar 1. 4 Data Kebijakan Dividen Perusahaan Pariwisata Indonesia 2020-2023
Sumber: Laporan keuangan perusahaan di BEI, diolah Peneliti (2025)

Gambar 1.4 menggambarkan data kebijakan dividen perusahaan pariwisata di Indonesia selama periode 2020 hingga 2023, berdasarkan rata-rata tahunan dari 31 perusahaan. Pada tahun 2020, kebijakan dividen tercatat sebesar 0,321%, menunjukkan bahwa meskipun sektor ini terdampak signifikan oleh pandemi COVID-19, sebagian perusahaan tetap mempertahankan pembagian dividen dalam skala terbatas. Hal ini bisa diartikan sebagai menjaga kepercayaan investor meski dalam kondisi penuh ketidakpastian. Pada tahun 2021, kebijakan dividen justru menurun menjadi 0,253%, mencerminkan langkah konservatif perusahaan dalam mengelola arus kas dan mempertahankan likuiditas di tengah pemulihan yang masih rapuh.

Tren penurunan berlanjut di tahun 2022, dengan kebijakan dividen turun menjadi 0,216%, yang mengindikasikan bahwa perusahaan lebih memprioritaskan reinvestasi dan penguatan struktur keuangan daripada distribusi laba. Namun, pada tahun 2023, kebijakan dividen mengalami peningkatan menjadi 0,551%, mencerminkan mulai pulihnya profitabilitas dan keyakinan manajemen terhadap stabilitas arus kas dan prospek pertumbuhan sektor pariwisata. Pergerakan ini

menunjukkan bahwa meskipun kebijakan dividen sempat mengalami fluktuasi, arah kebijakan di tahun terakhir mengindikasikan optimisme dan kepercayaan terhadap kondisi keuangan perusahaan yang mulai membaik. Selain kebijakan dividen, faktor lain yang tidak kalah penting dalam memengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal mencerminkan bagaimana perusahaan membiayai aktivitas operasional dan investasinya, baik melalui modal sendiri maupun utang. Keputusan mengenai struktur pendanaan ini akan memengaruhi risiko finansial dan tingkat pengembalian yang diharapkan investor. Berdasarkan teori trade-off, perusahaan berusaha menemukan titik optimal antara manfaat penggunaan utang seperti penghematan pajak dan risiko yang menyertainya seperti kemungkinan gagal bayar (Safira et al., 2024). Ketidakseimbangan dalam struktur modal dapat berdampak langsung pada persepsi pasar, baik secara positif maupun negatif. Terutama pada sektor pariwisata yang memerlukan pembiayaan besar untuk proyek-proyek jangka panjang, struktur modal menjadi elemen vital dalam menjaga nilai perusahaan.

Nilai-nilai yang ditampilkan dalam Gambar 1.4 adalah hasil pengolahan data sekunder dari laporan keuangan 31 perusahaan pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Rata-rata kebijakan dividen dihitung dengan menjumlahkan Dividend Payout Ratio (DPR) masing-masing perusahaan pada tahun tersebut, kemudian membaginya dengan 31 perusahaan.



Gambar 1. 5 Data Struktur Modal Perusahaan Pariwisata Indonesia 2020-2023
Sumber: Laporan keuangan perusahaan di BEI, diolah Peneliti (2025)

Gambar 1.5 menampilkan data rata-rata tahunan mengenai struktur modal dan pertumbuhan perusahaan pariwisata Indonesia dari tahun 2020 hingga 2023, berdasarkan 31 perusahaan yang menjadi sampel. Pada tahun 2020, struktur modal tercatat sebesar 0,820%, sementara laju pertumbuhan perusahaan mengalami kontraksi yang signifikan, yaitu -5,30%. Hal ini mencerminkan dampak berat pandemi COVID-19 terhadap sektor pariwisata, di mana banyak perusahaan menghadapi tantangan besar dalam menjaga kestabilan finansial dan ketidakpastian ekonomi yang menyebabkan pembekuan ekspansi. Memasuki tahun 2021, struktur modal mengalami kenaikan menjadi 1,242%, dengan pertumbuhan perusahaan yang kembali positif sebesar 3,21%. Ini menunjukkan langkah awal pemulihan sektor, di mana perusahaan mulai memperkuat posisi keuangan dan menyesuaikan strategi untuk merespons perubahan pasar.

Pada tahun 2022, struktur modal meningkat lebih signifikan menjadi 1,564%, mencerminkan optimisme pasar dan pemulihan permintaan pariwisata domestik serta internasional. Namun, pada tahun 2023, terjadi penurunan sedikit menjadi 1,184%, meskipun tetap mencerminkan fase pemulihan yang solid dan kesiapan sektor untuk tumbuh lebih berkelanjutan. Data ini menggambarkan

bagaimana perusahaan pariwisata Indonesia bertransformasi dan beradaptasi secara finansial dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar. Nilai dalam Gambar 1.5 diperoleh dari perhitungan Debt to Equity Ratio (DER) yang menunjukkan proporsi utang terhadap ekuitas perusahaan. DER dihitung dengan membagi total utang dengan total ekuitas masing-masing perusahaan, lalu dirata-ratakan. Semua angka dalam grafik ini diperoleh dari data laporan keuangan 31 perusahaan pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2023.

Beberapa penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap nilai perusahaan menghasilkan temuan yang bervariasi tergantung pada sektor dan waktu penelitian. Febriansyah (2023) menemukan bahwa kebijakan dividen memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sementara Sari & Irawati(2023) mendapati bahwa pada sektor pariwisata, profitabilitas dan ukuran perusahaan justru berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Noviera et al. (2024) dalam konteks industri material dasar, menekankan pentingnya struktur modal sebagai variabel dominan. Namun, kajian menyeluruh yang mengintegrasikan pertumbuhan, dividen, dan struktur modal secara simultan khusus pada sektor pariwisata di masa pasca pandemi masih sangat terbatas.

Dengan demikian, fokus penelitian ini adalah menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan, kebijakan dividen, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan sektor pariwisata yang tercatat di BEI selama periode 2020 hingga 2023. Diharapkan hasil kajian ini dapat memberikan sudut pandang baru yang relevan terkait strategi keuangan di masa pemulihan ekonomi serta menjadi referensi ilmiah dalam pengembangan studi keuangan di sektor pariwisata

Indonesia.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan literatur dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana faktor-faktor internal perusahaan memengaruhi nilai perusahaan di sektor pariwisata yang sedang dalam fase pemulihan. Sektor pariwisata memiliki karakteristik unik yang sangat sensitif terhadap dinamika eksternal, seperti pandemi dan perubahan regulasi perjalanan, sehingga memerlukan strategi keuangan yang adaptif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis oleh manajemen, investor, dan pemangku kepentingan lainnya dalam menilai arah pertumbuhan, pembagian dividen, serta penggunaan struktur pembiayaan yang optimal. Di tengah ketidakpastian global dan kebutuhan akan keberlanjutan bisnis, pemahaman terhadap faktor-faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan menjadi sangat krusial bagi daya saing jangka panjang sektor pariwisata Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini adalah belum jelasnya bagaimana pengaruh pertumbuhan perusahaan, kebijakan dividen, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan sektor pariwisata yang terdaftar di BEI pada periode 2020–2023. Meskipun sektor ini mulai pulih dari dampak pandemi COVID-19, laju pertumbuhannya masih lambat, nilai perusahaan berfluktuasi, dan strategi keuangan perusahaan belum konsisten, sehingga diperlukan analisis mendalam untuk memahami hubungan ketiga faktor tersebut dalam mendukung pemulihan dan meningkatkan kepercayaan investor. Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap

nilai perusahaan pariwisata Indonesia pada tahun 2020-2023?

2. Apakah kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pariwisata Indonesia pada tahun 2020-2023?
3. Apakah struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pariwisata Indonesia pada tahun 2020-2023?
4. Apakah secara simultan pertumbuhan perusahaan, kebijakan dividen, dan struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pariwisata Indonesia pada tahun 2020-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pariwisata Indonesia.
2. Menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pariwisata Indonesia.
3. Menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pariwisata Indonesia.
4. Menganalisis pengaruh simultan ketiga variabel independen (pertumbuhan perusahaan, kebijakan dividen, dan struktur modal) terhadap nilai perusahaan pariwisata Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi, Menambah khasanah literatur mengenai hubungan antara faktor faktor keuangan dan nilai perusahaan, khususnya di sektor pariwisata.
2. Bagi Praktisi dan Manajer, Memberikan wawasan strategis dalam

pengambilan keputusan terkait pengelolaan pertumbuhan, kebijakan dividen, dan struktur modal untuk meningkatkan nilai perusahaan.

3. Bagi Investor, Menjadi acuan dalam menilai kinerja keuangan dan prospek investasi pada perusahaan pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.5 Sistematika Bab

Untuk memberikan pemahaman yang sistematis mengenai penelitian ini, penulisan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka, Menguraikan teori-teori yang mendasari penelitian serta hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III Metodologi Penelitian, Menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, sumber dan teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, Menyajikan hasil analisis data serta pembahasan yang mendalam mengenai temuan penelitian.

BAB V Kesimpulan dan Saran, Merangkum hasil penelitian, menyimpulkan temuan utama, dan memberikan rekomendasi bagi pengembangan ke depan.