

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan jasa merupakan entitas yang menghasilkan pendapatan dari menjual jasa atau layanannya yang bersifat non-fisik, sehingga produksinya tidak melibatkan produk fisik yang nyata (Mikrad dan Budi, 2020). Jasa adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu. Dalam industri jasa, terdapat beberapa sub-sektor, salah satunya adalah sub-sektor pariwisata, hotel, dan restoran. Saat ini, banyak investor yang mulai tertarik untuk berinvestasi di sektor ini karena laju pertumbuhannya yang berfluktuasi..

Indonesia merupakan salah satu negara di Asia yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya sehingga menjadi salah satu destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan dalam negeri. Di beberapa negara sektor pariwisata menempati urutan paling atas sebagai sektor yang banyak menyumbang devisa untuk negaranya. Peran sektor pariwisata nasional sangat penting sejalan dengan kebijakan pemerintah untuk membangun ekonomi berkelanjutan di masa mendatang.

Sub sektor pariwisata, hotel dan restoran merupakan salah satu sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sektor ini memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi negara Indonesia. Namun pada awal tahun 2020 dunia digemparkan oleh virus Covid-19, sejak saat itu sektor ini mengalami kemunduran

yang drastis dampak dari pandemi Covid-19. Penyebaran virus ini memperlambat pertumbuhan perekonomian baik secara nasional maupun dunia. Sejak adanya instruksi untuk menjaga jarak social atau social distancing dan aktivitas dialihkan untuk dirumah saja. Akibat dari keputusan tersebut sektor pariwisata, hotel dan restoran menjadi lesu, hal ini mempengaruhi perolehan pendapatan dan juga kondisi kesehatan perusahaan.

Sektor pariwisata, hotel dan restoran memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian nasional. Undang – undang Nomor 10 tahun 2009 Pasal 14 menyebutkan bahwa sektor pariwisata meliputi beberapa usaha pariwisata yaitu seperti daya tarik wisata, kawasan pariwisata serta jasa makan dan minum (Aliansyah dan Hermawan, 2019). Sektor ini memiliki potensi besar untuk berkembang.

Dampak dari perkembangan dunia pariwisata ini mampu menghasilkan pertumbuhan perekonomian nasional yang cepat dalam menyediakan lapangan pekerjaan yang mampu meningkatkan standar hidup serta meningkatkan produktivitas suatu negara. Meskipun memiliki potensi yang besar untuk berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi tetapi sektor pariwisata ini masih di hadapkan dengan berbagai masalah yang sedang dihadapi pertama seperti dampak pandemic covid-2019 sehingga mengalami penurunan yang drastis dari segi jumlah wisatawan. Kedua, persaingan global yang diakibatkan dengan kurangnya inovasi produk wisata menjadikan Indonesia harus terus bersaing dengan negara negara lain di kawasan Asia Tenggara dan negara lainnya dalam menarik wisatawan.

Saat ini, sektor pariwisata, hotel, dan restoran sedang dikembangkan oleh pemerintah karena dianggap memiliki peran penting dalam pembangunan Indonesia, khususnya sebagai salah satu sektor pendapatan daerah maupun negara. Devisa yang diterima Indonesia dari sektor pariwisata setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2019, sektor pariwisata menyumbang devisa sebesar USD 16,91 miliar, menjadikannya penyumbang terbesar ketiga setelah minyak bumi dan gas serta minyak kelapa sawit.

Namun, akibat pandemi Covid-19 pada tahun 2020, terjadi penurunan drastis, dengan devisa pariwisata hanya mencapai USD 3,32 miliar. Saat ini, banyak perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata, hotel, dan restoran mengalami penurunan nilai perusahaan, yang tidak sejalan dengan program pembangunan infrastruktur yang dilakukan oleh pemerintah.

Menurut Hidayat dan Khatimah (2022), nilai perusahaan adalah penilaian yang diberikan investor untuk keberhasilan perusahaan yang tercermin melalui harga saham. Menurut Firdaus (2020) nilai perusahaan merupakan nilai yang ada di perusahaan tentang kinerja perusahaan, baik kinerja manajemen saat ini maupun kinerja manajemen untuk kedepannya.

Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan sangat penting bagi seluruh perusahaan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama dari perusahaan. Selain itu, terdapat beberapa faktor internal yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu kinerja keuangan, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan

penjualan. Beberapa faktor tersebut memiliki pengaruh yang tidak konsisten terhadap p nilai perusahaan.

Menurut Novianti dan Hakim (2019) profitabilitas adalah suatu cara untuk menilai secara tepat tingkat pengembalian yang akan didapat dari aktivitas investasinya. Profitabilitas dapat dioperasikan mencari nilai *Return On Asset* (ROA) dimana semakin tinggi rasio ini maka akan semakin baik produktivitas dalam memperoleh keuntungan bersih. Memahami profitabilitas perusahaan memberikan gambaran tentang efektivitas manajemen dalam memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan bisnis.

Menurut Agustin dan Wahyuni (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur. Sedangkan menurut Ananda dan Lisiantara (2022) profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor pertambangan. Tingkat profitabilitas tidak selalu menyebabkan nilai perusahaan meningkat hal tersebut bisa saja disebabkan karena perusahaan kurang menginvestasikan laba yang diperoleh.

Namun, untuk mendapatkan gambaran yang lebih utuh tentang kesehatan dan potensi pertumbuhan perusahaan, kita juga perlu mempertimbangkan ukuran perusahaan. Menurut Indrianty et al (2024) ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan keadaan atau karakteristik organisasi atau perusahaan yang ditentukan berdasarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Budiyo dan Purba (2021) ukuran perusahaan yakni suatu skala yang bisa

diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan sesuai dengan berbagai macam cara diantara total asset, nilai pasar saham dan lain-lain.

Hasil penelitian menurut Sinaga dan Hermi (2023) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Pranoto, et al (2024) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan perusahaan kurang efisien dalam menjalankan operasional manajemennya. Ukuran perusahaan dapat dijadikan sinyal positif oleh para investor karena dianggap mampu memberikan tingkat pengembalian investasi yang tinggi. Ukuran perusahaan yang lebih besar memiliki kemampuan menghasilkan laba yang lebih tinggi karena didukung aset dan sumber daya yang lebih besar.

Selain dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan, nilai perusahaan juga dapat digambarkan dengan pertumbuhan penjualan suatu perusahaan. Menurut Zannah et al. (2021), pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi pada periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan di masa depan. Menurut Tanjaya dan Nazir (2021), sales growth atau pertumbuhan penjualan adalah pengukuran yang mengukur penjualan tahun berjalan dikurangi dengan penjualan tahun lalu, kemudian dibandingkan dengan penjualan tahun lalu. Sukadana dan Triaryati (2018) menyatakan bahwa dari besar tingkat pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memperkirakan seberapa besar laba yang akan dihasilkan.

Naik turunnya tingkat pertumbuhan merupakan faktor yang harus diperhatikan karena akan berpengaruh terhadap laba perusahaan. Semakin tinggi

pertumbuhan penjualan, semakin besar peluang peningkatan laba perusahaan dan memberikan pertumbuhan penjualan yang positif. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Sunjana (2019) mengemukakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena perusahaan yang memiliki pertumbuhan baik akan mendapatkan profit yang tinggi pula sehingga menunjukkan peningkatan pada nilai suatu perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ismawanti (2023) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hal tersebut disebabkan karena semakin besar pertumbuhan penjualan maka semakin besar pula biaya yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan. Untuk memahami lebih lanjut pengaruh antara kinerja keuangan, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Berikut ini disampaikan table daftar perusahaan sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Tabel 1. 1
Pariwisata Hotel dan Restoran Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
(Periode 2019-2023)

No	Nama Perusahaan	Tahun	Profitabilitas (ROA) %	Ukuran Perusahaan (Total Aset)	Pertumbuhan Penjualan %	Nilai Perusahaan %
1	Bukit Uluwatu Villa Tbk (BUVA)	2019	-2.71	29.06	20.22	1.10
		2020	-52.24	28.45	-802.30	1.10
		2021	-19.38	28.25	-10.55	1.20
		2022	-10.78	28.24	72.81	1.20
		2023	1.00	28.17	39.17	1.22
2	Destinasi Nusantara (PDES)	2019	-3.23	13.02	-11.46	7.75
		2020	-25.59	12.74	-529.90	7.75
		2021	-21.45	12.57	-690.23	2.17
		2022	0.83	12.49	93.85	1.51
		2023	13.83	12.49	59.08	1.10
3	Pembangunan Graha Indah (PGLI)	2019	6.46	11.41	-12.16	3.26
		2020	-5.83	11.37	-48.42	2.38
		2021	9.47	11.52	7.89	4.46
		2022	5.68	11.61	28.79	3.14
		2023	-113.20	10.72	-4.77	1.49
4	Pembangunan Jaya Ancol Tbk (PJAA)	2019	5.46	15.23	5.50	3.94
		2020	-9.31	15.21	-228.02	2.52
		2021	-6.01	15.30	-6.38	2.24
		2022	1.74	15.17	59.35	2.88
		2023	4.11	15.14	24.80	3.80
5	Estpare Hotel Tbk (EAST)	2019	2.93	12.63	15.65	1.84
		2020	2.00	12.48	-72.86	1.20
		2021	4.64	12.47	27.34	1.92
		2022	10.83	12.52	40.98	1.90
		2023	51.29	13.09	18.72	2.98
6	Pioneerindo Gourmet International Tbk	2019	7.29	12.77	13.06	4.55
		2020	-12.40	12.85	-93.51	3.71
		2021	-5.46	12.69	11.93	7.00
		2022	3.36	12.58	23.87	3.50
		2023	5.54	12.70	10.94	2.59

Sumber: Diolah Melalui Annual Report, 2024

Keterangan Tabel :

	Fenomena dan gap empiris X1 terhadap Y
	Fenomena dn gap empiris X2 terhadap Y
	Fenomena dn gap empiris X3 terhadap Y

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa persentase profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Dengan kata lain, variabel-variabel tersebut mengalami peningkatan dan penurunan. Fenomena ini menunjukkan beberapa data yang bertolak belakang dengan teori yang ada, sehingga terjadi ketidaksesuaian antara teori dan fakta yang terjadi di lapangan untuk periode 2019 hingga 2023.

Pada tahun 2019 hingga 2020 pada sub sektor pariwisata, hotel dan restoran di beberapa perusahaan umumnya mengalami fluktuasi. Penurunan penjualan dan penurunan angka kunjungan wisatawan di beberapa emiten diatas karena pandemik covid-19. Yang menyebabkan adanya himbauan kepada masyarakat untuk tetap tinggal di rumah dan menghindari bepergian atau keluar rumah untuk sesuatu yang tidak mendesak. Selain itu karena beralihnya beragam kegiatan seperti rapat, training, hingga seminar yang dulu dilaksanakan di hotel menjadi kegiatan yang dilakukan secara virtual. *Industry.co.id*

Pada tahun 2020, sub-sektor pariwisata, hotel, dan restoran di beberapa perusahaan mengalami penurunan profitabilitas yang diukur menggunakan ROA. Salah satu contohnya adalah PT Bukit Uluwatu Villa Tbk (BUVA). Penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk penurunan aktivitas bisnis yang signifikan, sehingga pendapatan dari kamar dan hotel menurun, menyebabkan perusahaan mengalami kerugian sebesar Rp. 50,47 miliar (*kompas.com*).

Meskipun rasio profitabilitas PT Bukit Uluwatu Villa Tbk (BUVA) menurun pada tahun 2020, nilai perusahaan tetap meningkat dari -2,71 pada tahun 2019 menjadi -52,24 pada tahun 2021. Beberapa alasannya adalah yang pertama,

pemulihan pasar dan optimisme. Nilai perusahaan sering kali mencerminkan ekspektasi masa depan. Setelah mengalami penurunan yang tajam pada tahun 2020, pasar mungkin mulai pulih dan menunjukkan optimisme terhadap pemulihan sektor pariwisata dan perhotelan. Harapan untuk rebound pasca- pandemi dapat meningkatkan valuasi perusahaan meskipun profitabilitas jangka pendek sedang menurun. Kedua, meskipun kinerja operasional menurun, aset-aset BUVA seperti properti hotel dan resor yang dimiliki tetap memiliki nilai yang tinggi. Dalam jangka panjang, aset-aset ini dianggap sebagai investasi berharga yang bisa menghasilkan pendapatan signifikan setelah kondisi pasar membaik (*IDN Financials*).

Pada tahun 2019 hingga 2023 beberapa perusahaan di sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada pertumbuhan penjualan mereka beberapa mengalami peningkatan, namun nilai perusahaan terus menurun. Hal itu disebabkan karena factor internal dimana manajemen kurang efektif dalam menghadapi perubahan kondisi pasar, kurangnya efisiensi dalam operasi perusahaan, persaingan tinggi sehingga menyebabkan peningkatan biaya dan penurunan keuntungan. Itulah sebabnya emiten tersebut mengalami penurunan nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang menurun pada beberapa emiten ini masih berupaya bangkit di tengah tekanan pasar modal yang masih berlanjut.

Cnbcindonesia.com

Pada PT Pioneerindo, pada tahun 2023 terjadi peningkatan profitabilitas, namun nilai perusahaannya mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya persepsi pasar dan sentimen investor. Meskipun rasio

profitabilitas menunjukkan peningkatan, persepsi pasar dan sentimen investor terhadap prospek perusahaan bisa menurun. Ini bisa disebabkan oleh kekhawatiran terhadap kemampuan perusahaan mempertahankan kinerja jangka panjang, perubahan dalam manajemen, atau masalah lain yang mempengaruhi kepercayaan investor. Selain itu, kompetisi dan dinamika industri turut berperan. Industri makanan dan minuman cepat saji sangat kompetitif. Jika terjadi peningkatan persaingan atau munculnya pemain baru yang kuat, ini bisa menurunkan nilai perusahaan meskipun profitabilitas membaik. Peningkatan biaya bahan baku atau distribusi juga dapat mempengaruhi margin keuntungan dan prospek jangka panjang, dan utang yang tinggi dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Profitabilitas yang optimal mencerminkan efisiensi keuangan perusahaan, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan, pada akhirnya, meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang lebih besar sering kali disertai dengan lebih banyak sumber daya dan stabilitas yang lebih tinggi, yang berkontribusi signifikan pada peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, pertumbuhan penjualan yang positif mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran dan operasional, yang pada gilirannya dapat meningkatkan laba serta memperkuat nilai perusahaan, khususnya dalam sub-sektor pariwisata, hotel, dan restoran.

Berdasarkan penjelasan di atas, tergambar fenomena yang mencerminkan ketidaksesuaian antara teori dan fakta yang terjadi di lapangan dalam sub-sektor pariwisata, hotel, dan restoran. Meskipun seharusnya profitabilitas yang menurun sejalan dengan penurunan nilai perusahaan, namun pada beberapa kasus, nilai perusahaan justru meningkat. Begitu pula dengan pertumbuhan penjualan yang

tidak selalu berdampak langsung pada nilai perusahaan sesuai dengan teori yang ada. Fenomena ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara teori yang menjadi landasan dan kondisi aktual yang terjadi pada perusahaan-perusahaan di sektor tersebut.

Ketidaksesuaian ini menjadi sebuah masalah yang perlu diteliti lebih lanjut karena berpotensi menimbulkan ketidakpastian bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Adanya kesenjangan antara teori dan praktik dalam hubungan antara profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan menimbulkan kebutuhan akan penelitian yang mendalam untuk memahami faktor-faktor apa yang sebenarnya memengaruhi nilai perusahaan dalam konteks sub-sektor pariwisata, hotel, dan restoran.

Dalam konteks ini, gap research terletak pada kurangnya pemahaman tentang bagaimana hubungan antara variabel-variabel kunci tersebut sebenarnya berlangsung dalam konteks spesifik sub sektor tersebut, terutama dalam menghadapi dinamika eksternal seperti pandemi COVID-19 dan persaingan global. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dengan menggali lebih dalam tentang hubungan antara kinerja keuangan, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan dalam konteks sub sektor pariwisata, hotel, dan restoran. Pada penjelasan diatas maka terjadi ketidaksesuaian antara teori dengan fakta yang ada, dimana seharusnya jika pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan maka nilai perusahaan mengalami peningkatan juga.

Fenomena yang muncul pada 6 perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2023 menunjukkan fluktuasi dalam perkembangan ROA, yang disebabkan oleh kurangnya kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan aset untuk menghasilkan laba. Sementara itu, perkembangan ukuran perusahaan juga mengalami naik turun, memengaruhi tingkat kepercayaan investor dalam menanamkan modal. Perubahan nilai perusahaan, baik penurunan maupun kenaikan, memiliki dampak langsung pada kemakmuran pemegang saham.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti merasa tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang masalah tersebut, sehingga pada penelitian kali ini peneliti mengambil **judul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Pariwisata, Hotel dan Restoran Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Periode 2019-2023).**

1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa terdapat beberapa fenomena pada perusahaan pada sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia disebabkan karena penurunan penjualan dan penurunan angka kunjungan wisatawan di beberapa emiten di atas akibat pandemi covid-19 pada tahun 2019 hingga 2021. Penurunan profitabilitas yang diakibatkan

oleh faktor penurunan aktivitas bisnis menyebabkan berkurangnya minat konsumen terhadap sektor pariwisata, hotel, dan restoran.

1. Untuk nilai perusahaannya rata-rata dari setiap perusahaan mengalami penurunan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, hasil tersebut menunjukkan adanya permasalahan yang dikarenakan kurangnya inovatif pasca pandemi dari perusahaan terkait yang dilampirkan sebelumnya.
2. Ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan di sub sektor pariwisata, hotel dan restoran mengalami fluktuasi, hal ini disebabkan karena kurangnya kemampuan suatu perusahaan dalam menggunakan aktiva secara efektif dan efisien untuk menghasilkan laba.
3. Pada periode 2019-2023 rata-rata banyak perusahaan yang mengalami penurunan dan kenaikan pada setiap indikator. Baik disebabkan karena pelemahan nilai tukar rupiah terhadap dollar sehingga menyebabkan peningkatan beban pokok perusahaan maupun disebabkan karena manajemen kurang efektif dalam menghadapi perubahan kondisi pasar, kurangnya efisiensi dalam operasi perusahaan, persaingan tinggi sehingga menyebabkan peningkatan biaya dan penurunan keuntungan

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perkembangan profitabilitas pada perusahaan sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 hingga 2023
2. Bagaimana perkembangan ukuran perusahaan pada perusahaan sub sektor pariwisata hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun

2019 hingga 2023 Bagaimana perkembangan pertumbuhan penjualan pada perusahaan sub sektor pariwisata hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 hingga 2023

3. Bagaimana perkembangan pertumbuhan penjualan pada perusahaan sub sektor pariwisata hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 hingga 2023 Bagaimana perkembangan pertumbuhan penjualan pada perusahaan sub sektor pariwisata hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 hingga 2023
4. Bagaimana perkembangan nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor pariwisata hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 hingga 2023
5. Seberapa besar pengaruh secara parsial ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor pariwisata hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 hingga 2023
6. Seberapa besar pengaruh secara parsial pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor pariwisata hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 hingga 2023
7. Seberapa besar pengaruh secara simultan profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 hingga 2023.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data dan menyajikan informasi terkait dengan Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Pariwisata, Hotel, dan Restoran yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023. Peneliti juga bertujuan untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama proses penelitian ini.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui perkembangan profitabilitas pada perusahaan sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023
2. Mengetahui perkembangan ukuran perusahaan pada perusahaan sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023
3. Mengetahui perkembangan pertumbuhan penjualan pada perusahaan sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023
4. Mengetahui perkembangan nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023
5. Mengetahui besarnya pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas secara parsial pada perusahaan sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023

6. Mengetahui besarnya pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas secara parsial pada perusahaan sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023
7. Mengetahui besarnya pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan secara simultan pada perusahaan sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait, termasuk manajemen perusahaan, pemegang saham, dan calon investor yang berencana untuk menginvestasikan modalnya dalam perusahaan tersebut. Oleh karena itu, data yang diperoleh melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang berguna bagi pihak-pihak terkait dalam proses pengambilan keputusan perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Bagi peneliti sendiri, penyelenggaraan penelitian ini memberikan kesempatan untuk memperluas pemahaman terkait dengan fokus penelitian, yakni nilai perusahaan. Untuk para calon peneliti yang tertarik dengan topik serupa, hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan panduan yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya dengan tema yang hampir serupa.

