

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang perindustrian, industri merupakan kegiatan perekonomian yang melibatkan pengelolaan bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi untuk menghasilkan produk dengan nilai tambah guna pemakaian oleh konsumen. Hal ini mencakup berbagai kegiatan seperti perancangan dan rekayasa dalam konteks industri. Meskipun definisi industri umumnya terkait dengan manufaktur, sebenarnya istilah ini mencakup semua kegiatan produktif dan komersial manusia dalam ranah ekonomi yang luas. Karena sifat ekonomi yang beragam, klasifikasi industri dapat bervariasi (Indonesia 2014)

Dalam pandangan W. Hunzieker (Yoeti, 2004:38), industri pariwisata diartikan sebagai "*Tourism enterprises refer to any business entities that, through the integration of diverse production methods, offer goods and services specifically tailored for tourism purposes,*" yang berarti bahwa industri pariwisata mengacu pada entitas bisnis apa pun yang, melalui integrasi berbagai metode produksi, menawarkan barang dan jasa yang secara khusus disesuaikan untuk keperluan pariwisata.

Kebangkitan industri pariwisata dan ekonomi kreatif semakin meningkat setelah pandemic ini, meskipun belum mencapai tingkat seperti sebelum terjadinya wabah. Berdasarkan statistik Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengunjung wisatawan internasional pada triwulan I tahun 2023 berjumlah 2,5 juta orang, meningkat signifikan sebesar 508,87% dibanding periode yang sama tahun 2022. Kementerian Pariwisata dan Kreatif Perekonomian memperkirakan jumlah total kedatangan wisatawan asing pada akhir tahun ini akan mencapai sekitar 9 juta. Sebagai salah satu pilar ekonomi Indonesia dan kontributor utama devisa, sektor

pariwisata memiliki peran penting. Laporan Tren dan Kebijakan Pariwisata 2022 oleh OECD menyebutkan bahwa pada tahun 2019, industri pariwisata menyumbang 5,0% PDB Indonesia, menurut Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2023).

Industri Pariwisata ini melibatkan perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam produksi atau distribusi produk dan jasa kepada konsumen, tetapi memiliki sifat siklus yang berkaitan langsung dengan pertumbuhan ekonomi. Beberapa entitas bisnis di dalam Industri Pariwisata telah melistkan saham mereka di bursa saham, yang berarti bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk menjual kepemilikan sahamnya kepada publik, memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berinvestasi dalam perusahaan tersebut. Perusahaan yang melibatkan publik atau Go-Public merupakan korporasi yang memberikan kesempatan kepada masyarakat umum untuk membeli sahamnya dan resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Industri pariwisata berpotensi signifikan untuk meningkatkan cadangan devisa negara tidak termasuk industri minyak dan gas. Keindahan alam Indonesia, warisan sejarah, dan kekayaan seni budayanya dapat menarik perhatian wisatawan mancanegara. Untuk mencapai kesuksesan dalam sektor ini, perlu dikembangkan dan dibangun sektor-sektor lain, baik secara langsung ataupun tak langsung, guna mendukung industri pariwisata. Berikut adalah daftar perusahaan yang terdaftar di sektor pariwisata:

**Tabel 1.1 Daftar Perusahaan Pariwisata Yang Terdaftar Di BEI**

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
1	PT Anugerah Kagum Karya Utama Tbk	AKKU
2	PT Arthavest Tbk	ARTA
3	PT Bukit Uluwatu Villa Tbk	BUVA
4	PT Citra Putra Realty Tbk	CLAY
5	PT Dafam Property Indonesia Tbk	DFAM

6	PT Eastparc Hotel Tbk	EAST
7	PT Esta Multi Usaha Tbk	ESTA
8	PT Hotel Fitra International Tbk	FITT
9	PT Hotel Mandarine Regency Tbk	HOME
10	PT Saraswati Griya Lestari Tbk	HOTL

*Sumber: IDX Channel (2023).*

Informasi penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber, antara lain BPS, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Statista, laporan keuangan perusahaan pariwisata, dan temuan penelitian sebelumnya.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Chatoth (2007) mengatakan bahwa Perusahaan memerlukan seni manajemen korporasi untuk membuat keputusan yang dapat memenuhi kepentingan stakeholder dan mendapatkan profit jangka panjang yang optimal. Strategi korporasi memiliki dua dimensi yaitu pertumbuhan dan likuiditas, yang menentukan investasi dan likuiditas aset perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Organisasi korporasi dibentuk untuk mencapai tujuan baik organisasi publik maupun organisasi swasta dalam bidang bisnis. Perusahaan dapat berbentuk tertutup atau terbuka dan harus menyesuaikan diri dengan kemampuan perusahaan. (Aji et al. 2023)

Indonesia merupakan negara dengan pariwisata yang menarik baik domestik maupun internasional dan memiliki prospek pertumbuhan yang tinggi (Ramadhani et al., 2022). Meskipun potensi sektor pariwisata di Indonesia sangat besar, namun saat ini belum memberikan kontribusi yang sesuai dengan harapan dalam pembangunan Indonesia. Sektor pariwisata memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Dengan adanya sektor pariwisata,