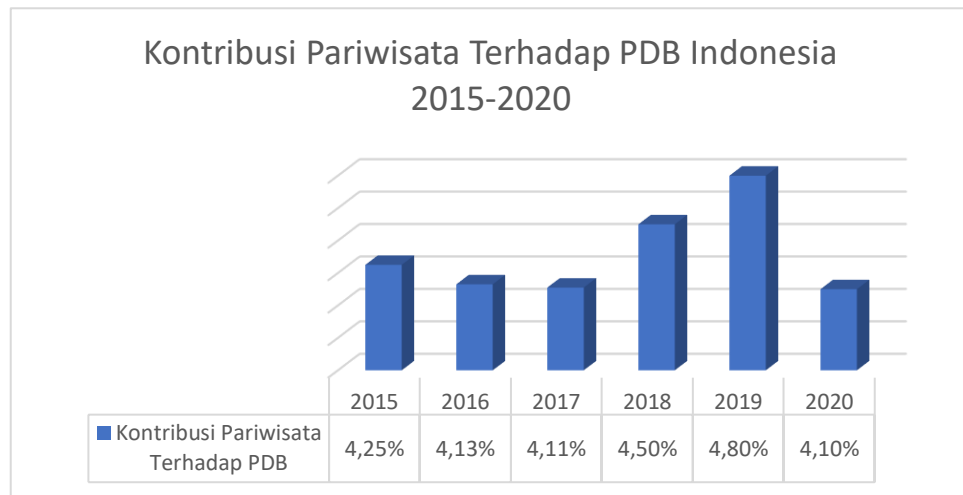


# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara kepulauan dengan berbagai keindahan alam serta keunikan budaya, adat istiadat, suku dan bahasa daerah sehingga cukup diminati oleh wisatawan mancanegara sebagai destinasi liburannya. Potensi ini dapat menjadi modal bagi industri pariwisata dan perhotelan agar dapat tetap mempertahankan eksistensi bisnisnya. Peran industri pariwisata nasional semakin penting, mengingat kontribusi yang diberikannya melalui penerimaan devisa dapat memberikan dampak yang cukup besar terhadap pengembangan dan *income* daerah, serta mampu menyerap investasi dan tenaga kerja yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia (Kemenparekraf, 2019). Kontribusi industri pariwisata terhadap perekonomian Indonesia masih cukup rendah dan bernilai satu digit merujuk pada laporan kinerja kementerian pariwisata sebagai berikut:



Sumber: Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata (diolah kembali penulis)

**Gambar 1 Grafik Kontribusi Pariwisata Terhadap PDB Indonesia  
Tahun 2015-2020**

Berdasarkan gambar 1 tersebut, dapat terlihat bahwa kontribusi pendapatan sektor pariwisata terhadap PDB Indonesia masih kurang dari 5% dan perkembangannya bersifat fluktuatif. Kontribusi pariwisata terhadap PDB Indonesia paling tinggi terjadi pada tahun 2019 yakni 4,80%.

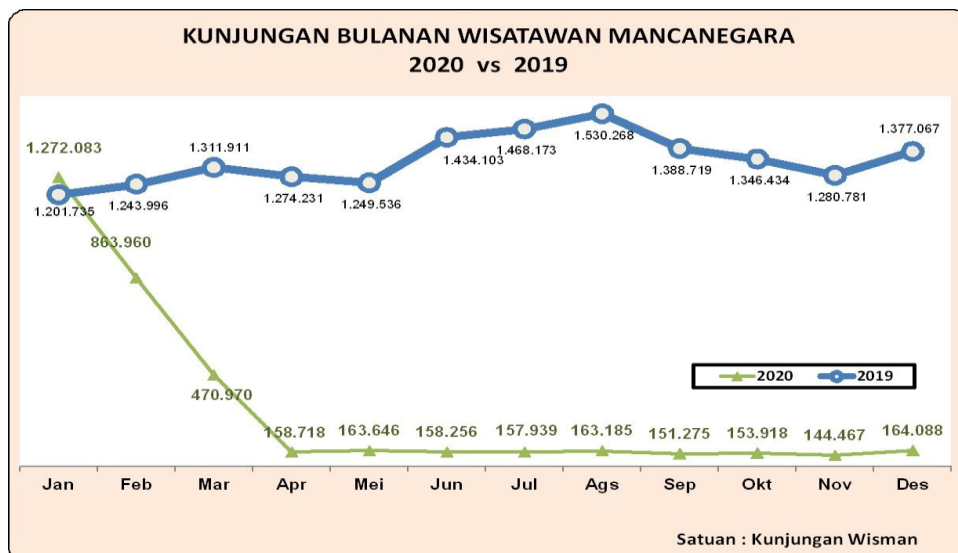
Yeni Ekowati, 2022

*ANALISIS PERFORMA HOSPITALITY INDUSTRY DI INDONESIA DALAM KERANGKA GREEN ECONOMY*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Magister Manajemen  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) - [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Namun kontribusi pendapatan sektor pariwisata terhadap PDB pada tahun 2020 turun sebesar 0,7% dari tahun sebelumnya, serta menjadi kontribusi pendapatan yang terendah. Sektor pariwisata terkena dampak yang sangat berat karena pandemi serta berbagai kebijakan yang diberlakukan pemerintah untuk mengendalikan laju penularan covid-19 tersebut, hal tersebut diungkapkan oleh Menparekraf (2020). Padahal sektor pariwisata mempunyai *multiplier effect* terbesar bagi perekonomian. Menurut Budhiana (2020) pada tahun 2018, realisasi investasi industri pariwisata baru mencapai 80,43%. Namun, sumbangan devisa industri pariwisata terus mengalami peningkatan sebesar 15,4% pada tahun 2018 jika di rupiahkan sumbangan devisa industri ini mencapai Rp 229,5 triliun. Penyerapan tenaga kerja industri pariwisata turut meningkat sebesar 10% dari angkatan kerja atau 12,7 juta orang. Saat terjadi pandemi covid-19 industri pariwisata terkena dampak yang cukup parah dan turut memberikan dampak pada beberapa sub sektor industri seperti *hospitality industry*, industri penerbangan, industri ritel, dan lain-lain.

*Hospitality industry* merupakan salah satu industri yang harus berjuang keras dalam mempertahankan bisnisnya, karena adanya beberapa kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah saat terjadi pandemi, hal ini disampaikan oleh Maulana Yusran selaku Sekjen Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (Librianty, 2021). Adapun kebijakan pemerintah yang turut memberikan dampak pada *hospitality industry* seperti: kebijakan PPKM (pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat) dimana masyarakat dihimbau oleh pemerintah untuk mengurangi mobilitas keluar rumah, memberlakukan jam operasional kantor, adanya kebijakan WFH (*work from home*), serta pemerintah juga sempat menutup akses wisatawan untuk masuk ke Indonesia. Berikut ini data kunjungan bulanan wisman ke Indonesia pada tahun 2019 dan 2020:

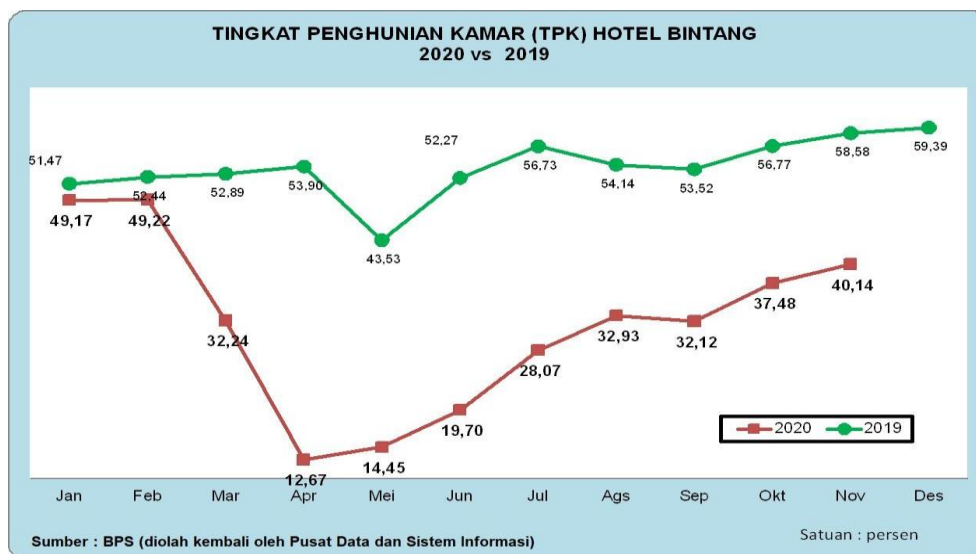


Sumber: BPS (diolah kembali oleh Pusat Data dan Sistem Informasi)

Gambar 2 Grafik Kunjungan Bulanan Wisman 2020 Vs 2019

Berdasarkan gambar 2 terlihat bahwa kedatangan wisman ke Indonesia pada tahun 2019 berfluktuatif namun cenderung mengalami peningkatan. Pada tahun 2020 kunjungan wisman ke Indonesia mengalami penurunan cukup signifikan pada periode Februari sampai dengan April. Terutama saat isu virus covid 19 mulai diberitakan di Indonesia pada Maret 2020 dimana ditemukannya kasus pertama (Velarosdela, 2021). Berdasarkan grafik bulanan tersebut dapat dihitung bahwa total wisatawan mancanegara tahun 2019 berjumlah 16.108.600 kunjungan sementara tahun 2020 berjumlah 4.052.923, jika dipersentasekan terjadi penurunan sebesar 74,84%. Kondisi ini juga membuat industri-industri yang berkaitan dengan sektor pariwisata harus berjuang dengan keras dalam mempertahankan usahanya salah satunya seperti, *hospitality industry* yang terkena dampak negatif berupa sepi pengunjung sehingga membuat pendapatan pada *hospitality industry* yang meliputi perhotelan, restoran dan tempat rekreasi mengalami penurunan dan berimplikasi pada penurunan keuntungan. Menurut Sutrisno Iwantono selaku Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia menyatakan selama tahun 2020 1.033 restoran di Indonesia resmi tutup permanen karena tidak mampu bertahan (Cahyadi, 2021). Usaha perhotelan juga harus berjuang karena rendahnya *occupancy rate*, berikut

ini grafik perbandingan *occupancy rate* (TPK) hotel berbintang pada tahun 2019-2020:

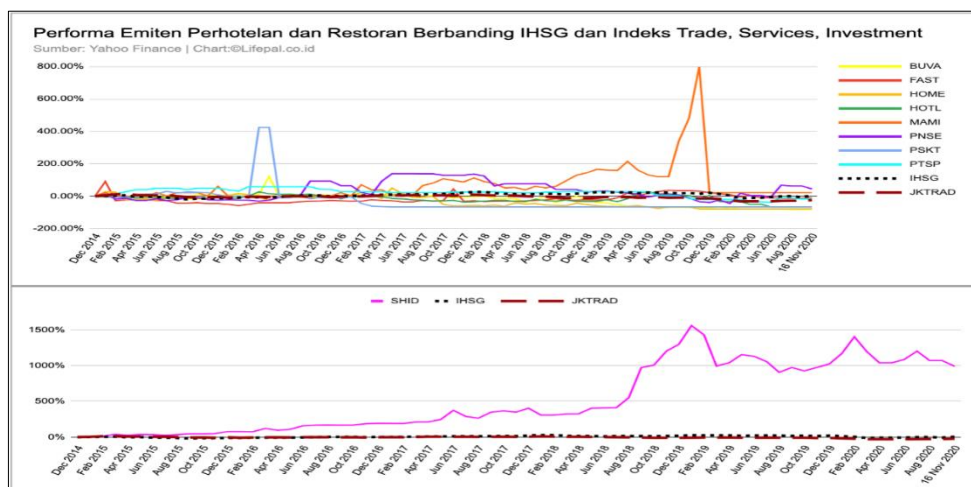


Gambar 3 Grafik Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Berbintang 2020 Vs 2019

Berdasarkan gambar 3 terlihat bahwa *occupancy rate* hotel berbintang di Indonesia pada tahun 2019 lebih tinggi daripada tahun 2020. Efek pandemi covid 19 terlihat jelas dalam grafik sepanjang tahun 2020. Sejak bulan Maret 2020, tingkat penghunian kamar (*occupancy rate*) terjun bebas hingga berada pada titik terendah di bulan April 2020 yaitu sebesar 12,67%. Grafik tren tingkat penghunian kamar hotel berbintang ini berbanding lurus dengan tingkat kedatangan wisman ke Indonesia. *Occupancy rate* perlahan mengalami peningkatan pada bulan Mei 2020 namun masih dibawah rata-rata tahun 2019.

Peningkatan *occupancy rate* ini terjadi karena, pemerintah mulai mengizinkan *hospitality industry* untuk membuka kembali usahanya dengan memenuhi standar kesehatan serta adanya upaya dari manajemen *hospitality industry* membuat program *delivery online*, *cashless payment*, *staycation* atau program untuk isolasi mandiri bagi masyarakat lokal, tentunya dengan menerapkan protokol kesehatan yang lengkap sesuai dengan instruksi dari pemerintah serta pedoman yang ditentukan oleh WHO (*World Health Organization*).

Hal ini dilakukan oleh manajemen *hospitality industry* karena, industri ini tidak bisa berharap terlalu lebih dari kunjungan wisatawan mancanegara saat pandemi melanda Indonesia untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungannya. Keuntungan merupakan tujuan jangka pendek yang ingin dicapai sedangkan tingginya nilai perusahaan termasuk kedalam target jangka panjang setiap entitas bisnis tidak terkecuali pada semua perusahaan yang bergerak pada sektor *hospitality industry*. *Stock price* merupakan salah satu indikator pembentuk *firm value* (Fauzy et al., 2019). Hal ini dikarenakan, *firm value* memberikan gambaran kesuksesan perusahaan yang dinilai dari naiknya harga saham di masa depan bagi para investor. Berikut ini grafik performa keuangan dilihat dari fluktuasi *stock price* emiten-emiten *hospitality* tahun 2014-2020:



Sumber: Yahoo Finance

Gambar 4 Grafik Performa Emiten *Hospitality* dengan IHSIG dan JKTRAD

Berdasarkan gambar 4 dapat terlihat bahwa terdapat tiga emiten perhotelan yang memiliki performa di atas IHSIG dan *indeks trade service investment* dalam periode tahun 2016-2020 yakni PT: Mas Murni Indonesia Tbk (MAMI) yang mengelola *Garden Palace Hotel*; Pudjiadi & Sons Tbk (PNSE) yang mengelola *Jayakarta Hotel* serta *Hotel Sahid Jaya Internasional Tbk* (SHID). Sementara emiten lainnya memiliki performa di bawah indeks. Penurunan harga saham beberapa emiten di *hospitality industry* ini mencerminkan penurunan nilai perusahaan.

Yeni Ekowati, 2022

ANALISIS PERFORMA HOSPITALITY INDUSTRY DI INDONESIA DALAM KERANGKA GREEN ECONOMY

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Magister Manajemen  
[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) - [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)

Memaksimalkan nilai perusahaan serta mempertahankan keberlanjutan bisnis merupakan tujuan manajemen keuangan. Nilai suatu perusahaan dapat dibuktikan dengan *market value* atau *book value* perusahaan terhadap ekuitas yang dimilikinya. Nilai perusahaan biasanya direpresentasikan melalui konsep nilai intrinsik, dimana *firm value* tidak sekedar harga sekumpulan aset, melainkan intensitas bisnis yang memiliki kemampuan dalam menghasilkan *profit* dimasa depan (Ponto, 2013). Fluktuasi nilai perusahaan dipengaruhi berbagai faktor diantaranya faktor fundamental makro dan mikro perusahaan yang sering digunakan sebagai dasar oleh para investor dalam membuat keputusan investasi (R. P. Sari et al., 2020). Adapun faktor fundamental makro terdiri atas kondisi perekonomian, kondisi politik, lingkungan, hukum, sosial, budaya, keamanan, pendidikan serta kondisi lainnya diluar kendali perusahaan yang berdampak signifikan untuk perubahan nilai perusahaan (Claude et al., 1996). Faktor fundamental mikro merupakan faktor yang berdampak signifikan pada nilai perusahaan yang berasal dari *internal* perusahaan serta bisa dikendalikan sehingga dapat digunakan untuk kepentingan perkembangan usaha di masa depan (Hwihanus dan Ramadhani, 2019).

Ditengah ketidakstabilan ekonomi sebagai dampak dari adanya pandemi covid 19 pemerintah Indonesia menghimbau para pelaku usaha untuk melakukan ekspansi sehingga usaha yang dijalankan dapat *sustainable*. Saat memberikan sambutan UOB Economic Outlook, Bapak Jokowi (Presiden Indonesia) mengatakan pandemi yang sedang dihadapi saat ini harus dijadikan sebagai momentum transformasi ekonomi Indonesia terutama dalam pengembangan *sustainability economy*, *green economy*, dan *blue economy* (Humas, 2021). Ketua Dewan Komisioner OJK, Wimboh Santoso sependapat dengan Presiden Indonesia, dimana *green economy* merupakan suatu upaya pendorong pertumbuhan ekonomi, mengurangi disparitas, mendorong strategi investasi baru dalam mendukung transformasi di seluruh sektor usaha (Haryati, 2021).

Menurut Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN), Suharso Monoarfa *green economy* akan berperan sebagai *game changer* dalam transformasi pertumbuhan ekonomi yang dapat mengeluarkan Indonesia dari *middle income trap* dan mendorong kualitas sumber daya manusia Indonesia (Muslimawati, 2021). *Green economy* erat kaitannya dengan “*use value*”, kualitas serta “*regeneration*” tidak “*exchange value*”, akumulasi dari uang, material atau kuantitas dari tiap individu, komunitas, maupun ekosistem (UNEP, 2009). Berdasarkan pengertian tersebut dapat terlihat bahwa *green economy* sejalan dengan *triple bottom line* yakni gagasan yang dapat diaplikasikan oleh perusahaan agar lebih mengutamakan kepentingan *stakeholder* daripada kepentingan *shareholder* dengan memperhatikan keberlangsungan laba, keberlangsungan masyarakat, serta keberlangsungan lingkungan hidup (Limijaya et al., 2014). Merujuk pada Surat Edaran OJK(SEOJK) No.30 / SEOJK.04 / 2016 setiap perusahaan wajib mengutarakan informasi terkait bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan pada *annual report* maupun menerbitkannya secara terpisah dalam *sustainability report* sebagai bentuk tanggung jawabnya kepada para *stakeholder* (OJK, 2016).

Menurut Darmin Nasution selaku Menteri Koordinator Bidang Perekonomian (2016), selama belasan tahun industri pariwisata sulit untuk berkembang, sehingga industri ini perlu investor asing dalam upaya peningkatan standar kualitas layanan (Syahrul, 2016). Pendapat ini dikuatkan oleh Haryadi Sukamdani selaku Ketua PHRI yang menyampaikan bahwa proporsi kepemilikan asing pada industri pariwisata tidak boleh menguasai pasar domestik, namun kenaikan nilai investasi ini diharapkan dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja sehingga pemerataan pendapatan masyarakat dapat tercapai (Caturini, 2017).

Faktor *green economy* yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu: diversifikasi usaha, aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), *green product*, dan lain-lain. Diversifikasi merupakan strategi melalui penambahan satu segmen produk atau usaha dalam menjalankan operasional perusahaan (Wildan & Yulianti, 2021). Strategi

diversifikasi yang dilakukan perusahaan bertujuan memenangkan persaingan di pasar melalui persebaran produk di masyarakat (Adiono, 2013).

Bentuk komitmen sukarela perusahaan untuk pengembangan sosial, perlindungan lingkungan, penghormatan terhadap hak-hak dasar, dan penerapan pemerintah terbuka dengan mendamaikan kepentingan dalam pendekatan keseluruhan kualitas dan keberlanjutan merupakan penjabaran dari *Corporate Social Responsibility* (Komisi Komunitas Eropa, 2001). Tanggung jawab sosial harus diperhatikan oleh setiap perusahaan karena keadaan keuangan perusahaan belum mampu memberikan jaminan bahwa *firm value* dapat tumbuh secara berkelanjutan atau *sustainable* (Santiara Dewi & Sudaryati, 2020).

*Green product* adalah terobosan yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya (Iqbal, 2019). *Green product* terdiri atas sejumlah perangkat keras dan lunak seperti teknologi yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan produk ramah lingkungan yang hemat energi, minim polusi dan limbah (King and Lenox, 2002; Chen, 2006; Lin, 2014).

Riset milik Delbufalo et al., (2016); Mehmood et al., (2019); mengungkapkan bahwa diversifikasi berdampak positif terhadap kinerja pasar perusahaan. Selain itu diversifikasi perusahaan berpengaruh langsung terhadap *firm value* serta memiliki pengaruh tidak langsung melalui *growth opportunity* terhadap *firm value* (Setianto, 2020). Diversifikasi perusahaan dengan persentase *insider ownership* yang besar memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap *firm value* (Talukdar et al., 2021). Sementara (Wildan & Yulianti, 2021); (Susanto & Putri, 2021) berpendapat bahwa diversifikasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap *firm value*.

Damas et al.,(2021); Ioannidis,(2021); Tang, (2018); Xie, (2019) menyatakan strategi produk melalui *green product* dapat meningkatkan performa perusahaan. Namun Yao et al., (2019) berasumsi bahwa inovasi *green product* berpengaruh negatif terhadap *firm value*. Anggara et al.,(2021); Arvitariani,(2018) menyatakan kepemilikan asing dalam struktur



saham mampu memoderasi implementasi *green product* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Sementara (Santioso et al., 2020; Elisabet & Mulyani, 2019; Putra & Wirakusuma, 2017) mengungkapkan bahwa CSR tidak berpengaruh bagi *firm value*. Riset tersebut bertentangan dengan riset yang dilakukan oleh (Arvitariani, 2018; Gunawan & Yuanita, 2018; Kim, 2018) yang mengungkapkan CSR berpengaruh positif pada kinerja keuangan. Arco-Castro et al., 2020 mengungkapkan aktivitas CSR yang disalurkan melalui suatu yayasan, komite CSR serta penjamin eksternal lebih mempengaruhi nilai perusahaan daripada tanggung jawab sosial perusahaan melalui pemberian donasi. Menurut (Putra & Wirakusuma, 2017) kepemilikan asing dalam struktur saham mampu memperkuat pengaruh aktivitas CSR terhadap nilai perusahaan. Sementara menurut (Arvitariani, 2018; Gunawan & Yuanita, 2018; Kim et al., 2018) kepemilikan asing dalam struktur saham tidak dapat memoderasi aktivitas CSR terhadap *firm value* maupun kinerja keuangan.

Paparan tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh diversifikasi usaha, aktivitas *corporate social responsibility* (CSR) dan *green product* terhadap *firm value* pada *hospitality industry* di Indonesia. Riset ini berusaha mengembangkan riset sebelumnya yang terletak pada variabel aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan serta *green product* yang menekankan pada konsep *green economy* dengan memperhatikan ekonomi, masyarakat dan lingkungan serta fokus pada riset ini adalah sektor *hospitality industry*. Riset ini menggunakan variabel struktur modal, ukuran, serta usia perusahaan sebagai variabel kontrol. Riset turut memperhatikan aspek kepemilikan asing sebagai pemoderasi aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) & *green product* berbasis lingkungan terhadap *firm value*. Di Indonesia sendiri pemerintah telah memberikan landasan hukum yang jelas agar setiap perusahaan turut berkontribusi secara aktif terhadap lingkungan sekitar, namun masih terdapat perusahaan yang menganggap aktivitas tersebut merupakan beban bagi perusahaan.

## I.2 Perumusan Masalah

1. Apakah diversifikasi usaha berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada *hospitality industry* di Indonesia pada tahun 2017-2020?
2. Apakah aktivitas CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada *hospitality industry* di Indonesia pada tahun 2017-2020?
3. Apakah *green product* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada *hospitality industry* di Indonesia pada tahun 2017-2020?
4. Apakah kepemilikan asing dapat memoderasi aktivitas CSR terhadap nilai perusahaan pada *hospitality industry* di Indonesia pada tahun 2017-2020?
5. Apakah kepemilikan asing dapat memoderasi *green product* terhadap nilai perusahaan pada *hospitality industry* di Indonesia pada tahun 2017-2020?

## I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan riset ini adalah supaya dapat menganalisis:

1. Bagaimana pengaruh diversifikasi usaha terhadap nilai perusahaan pada *hospitality industry* di Indonesia pada tahun 2017-2020.
2. Bagaimana pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada *hospitality industry* di Indonesia pada tahun 2017-2020.
3. Bagaimana pengaruh *green product* terhadap nilai perusahaan pada *hospitality industry* di Indonesia pada tahun 2017-2020.
4. Bagaimana pengaruh kepemilikan asing sebagai variabel pemoderasi antara aktivitas CSR terhadap nilai perusahaan pada *hospitality industry* di Indonesia pada tahun 2017-2020.
5. Bagaimana pengaruh kepemilikan asing sebagai variabel pemoderasi antara *green product* terhadap nilai perusahaan pada *hospitality industry* di Indonesia pada tahun 2017-2020.

## I.4 Manfaat Hasil Penelitian

### 1. Aspek Teoritis

Penulis berharap, riset ini bisa menghasilkan penelitian yang efektif dan relevan terkait permasalahan yang sedang berlangsung saat ini sehingga dapat memperkaya *studi literatur* terkait *stakeholder theory* dan *legitimacy theory* yang diterapkan pada *hospitality industry* sebagai upaya peningkatan nilai perusahaan.

### 2. Aspek Praktis

Penulis berharap hasil riset bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan pihak-pihak terkait yang dibahas dalam riset ini:

- a. Manajemen Perusahaan dalam menerapkan konsep *green economy* sebagai upaya untuk meningkatkan *firm value* dan keberlanjutan usaha.
- b. Investor dalam menanamkan modalnya pada *hospitality industry* dengan prospek lebih baik.
- c. Pemerintah Daerah dalam menjalin kerjasama dengan *hospitality industry* sebagai upaya peningkatan pendapatan asli daerah (PAD)
- d. Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif dalam menjalin kerjasama dengan *hospitality industry* dalam upaya memajukan sektor pariwisata Indonesia.
- e. Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia dalam menjalin kerjasama dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan keberlanjutan usaha.