

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi dan pembahasan pada riset ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Diversifikasi usaha yang diproksikan dengan Indeks Herfindahl tidak berpengaruh terhadap *firm value* pada sektor *hospitality* di Indonesia. Hal ini terjadi karena Indeks Herfindahl merupakan sebuah informasi tersirat yang dapat mengukur efektivitas strategi bisnis perusahaan dalam hal meminimalisir resiko. Dimana tidak semua investor memperhatikan hal tersebut dan cenderung lebih memperhatikan *competitive advantage* yang dimiliki oleh setiap perusahaan sebagai indikator prospek keuangan perusahaan di masa mendatang.
2. Aktivitas CSR tidak berpengaruh terhadap *firm value* karena sebagian besar perusahaan *hospitality* di Indonesia belum rutin melakukan aktivitas CSR. Adapun perusahaan yang rutin melakukan aktivitas CSR masih disalurkan dalam bentuk donasi atau sumbangan yang penerapannya diasumsikan terlihat tidak kredibel sehingga pemegang saham tidak menganggap kegiatan ini sebagai sinyal yang tidak dapat dipercaya.
3. *Green product* yang diproksikan melalui penerapan 3R (*reduce, reuse, recycle*) tidak berpengaruh terhadap *firm value* karena investor di Indonesia menanggapi isu lingkungan hanya sentiment sementara dan lebih mengutamakan kualitas pelayanan yang diberikan yang dinilai lebih berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini didukung dengan minimnya kepedulian masyarakat pada kebersihan serta keterbatasan fasilitas pendukung di area wisata.

4. Hasil riset juga menunjukkan bahwa *foreign ownership* dapat memperlemah pengaruh aktivitas CSR terhadap *firm value*. Hal ini dikarenakan asing lebih mengutamakan kerja sama untuk meningkatkan kualitas pelayanan, serta aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan *hospitality* di Indonesia rata-rata masih dalam bentuk pemberian donasi yang dianggap investor asing dapat mengurangi keuntungan perusahaan.
5. Kepemilikan asing tidak dapat memoderasi *green product* terhadap *firm value* pada perusahaan *hospitality* di Indonesia. Hal ini dikarenakan rata-rata kepemilikan asing pada saham perusahaan *hospitality* di Indonesia cenderung masih rendah yaitu sebesar 14,80% selain itu penerapan 3R belum didukung oleh fasilitas di berbagai tempat wisata.
6. Variabel struktur modal tidak berpengaruh terhadap *firm value* karena sebagian besar perusahaan *hospitality* di Indonesia melakukan pinjaman untuk peremajaan fasilitas mengingat 74% atau 28 perusahaan bergerak pada bidang perhotelan sehingga dampaknya belum dapat dirasakan secara langsung bagi para *stakeholder*.
7. Variabel ukuran dan usia perusahaan berpengaruh negatif terhadap *firm value hospitality* di Indonesia selama periode penelitian. Hal ini dikarenakan sebagian besar perusahaan *hospitality* bergerak pada bidang perhotelan sehingga sebagian besar asetnya berupa aset tetap dan usianya juga sudah cukup tua. Kondisi ini membuat perusahaan memerlukan biaya perawatan yang lebih besar sehingga dianggap kurang menguntungkan bagi para investor.

## V.2 Keterbatasan Penelitian

Riset ini hanya menggunakan data *annual & finance report* perusahaan *hospitality* dengan periode pengamatan 2017-2020 yang terdapat pada website bursa efek Indonesia dan website perusahaan. Namun ada beberapa

perusahaan *hospitality* yang tidak menerbitkan laporan tahunan sehingga membuat data penelitian ini menjadi *unbalanced*. Selain itu hasil penelitian menunjukkan *Adjusted R-squared* yang relatif kecil. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa masih ada faktor lain selain variabel *independent* dalam riset ini yang belum dipertimbangkan atau dipakai oleh peneliti.

### V.3 Saran

#### V.3.1 Bagi Perusahaan

Dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan hendaknya masing-masing perusahaan *hospitality*:

- a. Melakukan pertimbangan dalam melakukan strategi diversifikasi sehingga diversifikasi yang dilakukan dapat memberikan keuntungan yang lebih.
- b. Manajemen perusahaan lebih memperhatikan *competitive advantage* yang dapat diciptakan melalui kerjasama dengan jaringan internasional yang lebih berpengalaman dalam pengelolaan pada bidang *hospitality*, memperhatikan fasilitas, lokasi usaha, kecakapan sumber daya manusia serta rating sebagai cerminan reputasi perusahaan. Manajemen perusahaan sebaiknya juga rutin dalam menerbitkan laporan tahunan sebagai bentuk transparansi yang membuat investor percaya.
- c. Manajemen perusahaan sebaiknya melakukan aktivitas CSR dalam bentuk *social response* (aktivitas CSR yang dilakukan merupakan dorongan internal dan berusaha membangun relasi kemitraan) seperti penciptaan *eco village* sehingga lebih terlihat kredibel bagi para investor.
- d. Manajemen perusahaan sebaiknya mulai memperhatikan penerapan 3R dalam menjalankan usahanya karena ada indikasi *behavior shifting* dimana wisatawan cenderung mencari akomodasi dan fasilitas wisata yang terjamin kebersihannya sesuai prinsip CHSE (*cleaning, healthy, safety & environment sustainability*) setelah adanya pandemi.

- e. Manajemen perusahaan lebih bijak lagi dalam menggunakan pinjaman sebagai pendanaan dan pengembangan SDM untuk meningkatkan kualitas layanan usaha.
- f. Manajemen perusahaan memanfaatkan aset yang dimiliki sebaik mungkin, melakukan pembaruan fasilitas, sarana dan prasarana serta senantiasa memperhatikan standar pelayanan yang diberikan, melakukan perluasan usaha di tempat yang strategis dan memiliki keunikan sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan serta menarik minat para investor.

### V.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Keterbatasan dalam riset ini alangkah baiknya disempurnakan melalui penambahan sampel perusahaan yang mencakup semua jenis perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia serta penambahan variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti menambahkan faktor ekonomi makro, lokasi usaha, kemitraan, reputasi perusahaan dan sebagainya.

### V.3.3 Bagi Investor

Sebelum investor menginvestasikan dananya pada perusahaan sektor *hospitality* hendaknya investor mempertimbangkan untuk berinvestasi pada perusahaan yang melakukan diversifikasi usaha apakah diversifikasi usaha yang dilakukan memberikan dampak positif atau justru sebaliknya. Investor sebaiknya mulai berinvestasi pada perusahaan *hospitality* yang menerapkan 3R, mengingat setelah terjadinya pandemi terjadi *behavior shifting* dimana wisatawan cenderung mencari akomodasi dan fasilitas wisata yang terjamin kebersihannya sesuai prinsip CHSE (*cleaning, healthy, safety & environment sustainability*).

### **V.3.4 Bagi Pemerintah Daerah dan Pusat**

Pemerintah daerah dan pusat sebaiknya berkoordinasi untuk membentuk regulasi terkait implementasi *green economy* bagi perusahaan *hospitality*. Pemerintah daerah dan pusat hendaknya mengakomodasi fasilitas yang layak di berbagai tempat wisata sehingga para wisatawan sadar akan menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan. Pemerintah daerah dan pusat dapat menetapkan kebijakan seperti pemberian pajak bagi perusahaan yang tidak menerapkan 3R dalam aktivitas bisnisnya mengingat pentingnya 3R untuk menjaga kelestarian lingkungan.

### **V.3.5 Bagi Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif**

Kemenparekraf sebaiknya membantu mempromosikan perusahaan sektor *hospitality* yang telah mengimplementasikan 3R kepada para wisatawan mancanegara sehingga para wisatawan memiliki pengalaman yang berbeda.

### **V.3.6 Bagi Asosiasi Perhimpunan Hotel & Restoran Indonesia**

Asosiasi Perhimpunan Hotel & Restoran Indonesia sebaiknya membantu mengedukasi pentingnya *green economy* untuk keberlanjutan usaha.