

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pentingnya investasi di pasar modal menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hal ini tercermin dari pertumbuhan jumlah investor yang tercatat di BEI. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), per 13 Februari 2025, jumlah investor pasar modal Indonesia mencapai 15,35 juta *Single Investor Identification* (SID), meningkat 3,20% dibandingkan akhir tahun 2024. Mayoritas investor ini merupakan generasi muda di bawah usia 40 tahun, yang merefleksikan minat dan partisipasi aktif kalangan muda dalam aktivitas investasi.

Semakin banyak perusahaan yang memperdagangkan sahamnya di pasar modal, yang merupakan cerminan dari meningkatnya minat berinvestasi. Tabel di bawah ini menampilkan statistik dari Bursa Efek Indonesia, yang menunjukkan bahwa jumlah perusahaan yang terdaftar terus meningkat selama lima tahun terakhir.

Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan Terdaftar di BEI 2020 - 2024

No	Tahun	Jumlah Perusahaan	Perusahaan Baru	Nilai Kapitalisasi Pasar (Triliun Rupiah)
1	2020	713	51	6.970
2	2021	766	54	8.256
3	2022	825	59	9.499
4	2023	903	79	11.674
5	2024	943	41	12.336

(Sumber : Bursa Efek Indonesia. (2024). *IDX yearly statistics 2024*.  
<https://www.idx.co.id>)

Pasar modal di Indonesia berkembang dengan baik dan menarik investor, seperti yang terlihat dari meningkatnya jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang terdaftar dan nilainya juga terus berkembang. Pasar modal memungkinkan mereka yang memiliki uang lebih untuk menanamkannya ke berbagai aset dengan harapan memperoleh keuntungan, menurut Yulianthini (2019). Pada saat yang sama, bisnis dapat menggunakan pendapatan ini untuk mendorong pembangunan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memperluas operasi mereka.

Nilai perusahaan, yang menunjukkan stabilitas dan prospek jangka panjang kesuksesan suatu perusahaan, merupakan faktor penting yang perlu dipertimbangkan investor ketika membuat pilihan investasi. Dalam memilih investasi, investor mempertimbangkan nilai perusahaan, di antara hal-hal lainnya (Tiari & Adiputra, 2023). Salah satu cara untuk mengevaluasi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan adalah dengan melihat nilai pasarnya, yang sangat berguna untuk perusahaan publik. Menurut Setiawan dan Yudiaatmaja (2025), nilai perusahaan merupakan cerminan yang baik tentang bagaimana pasar memandang manajemen dan stabilitas keuangan perusahaan, serta kinerja keuangan saat ini dan masa depan. Untuk tetap unggul dalam persaingan, nilai perusahaan harus meningkat dari waktu ke waktu (Lumban Gaol & Sulindawati, 2024). Menurut Anggarista dkk. (2024), nilai perusahaan merupakan cerminan dari kemampuannya

untuk memberikan manfaat bagi investor. Potensi kekayaan pemegang saham tumbuh sebanding langsung dengan harga saham suatu perusahaan (Sartono, 2010).

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai jumlah semua aset, yang didanai oleh saham atau utang, sebagaimana diukur oleh nilai pasar (Brigham dan Houston, 2014). Salah satu cara umum untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan nilai bagi pemangku kepentingan adalah dengan melihat nilai ini. Ketika pemegang saham menikmati kemakmuran, seperti yang terlihat dari peningkatan nilai bisnis, optimalisasi nilai perusahaan tercapai (Permatasari & Musmini, 2023). Pengembalian investasi (ROI) yang diprediksi berbanding lurus dengan nilai perusahaan, menjadikannya faktor penting dalam pilihan investasi dan keuangan.

Dengan mempertimbangkan pentingnya nilai perusahaan sebagai indikator kinerja dan keberlanjutan jangka panjang, maka upaya untuk menaikkan nilai perusahaan jadi prioritas strategis dalam pengambilan keputusan keuangan. Maka itu, pemahaman terkait faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan jadi sangat relevan. Menurut Kasmir (2022), investor dan kreditor menggunakan rasio keuangan seperti PBV dan PER untuk menilai kinerja dan nilai perusahaan sebelum membuat keputusan investasi. Dengan melihat rasio keuangan bisa memberikan gambaran terkait kepercayaan investor terhadap pasar modal. Pada tabel berikut kita dapat melihat rasio tersebut yang dipisahkan sesuai sektor kegiatan sesuai klasifikasi pada Bursa Efek Indonesia.

Tabel 1.2 PER dan PBV Sektor-Sektor di BEI 2023-2024

NO	Sektor	PER		PBV	
		2024	2023	2024	2023
1	Industrials	8,09	9,61	0,84	0,99
2	Energy	8,51	8,20	2,74	1,03
3	Properties & Real Estate	9,25	13,93	1,35	0,56
4	Transportation & Logistic	10,69	9,95	5,68	1,04
5	Infrastructures	11,81	11,05	3,79	0,98
6	Basic Materials	13,20	11,99	2,57	0,98
7	Consumer Non-Cyclicals	15,24	14,79	1,74	1,56
8	Consumer Cyclical	16,37	15,50	1,69	0,93
9	Financials	17,62	15,49	1,77	0,90
10	Technology	18,70	16,89	2,25	1,52
11	Healthcare	21,86	22,23	2,94	1,85

Keterangan : PER = *Price to Earning Ratio*, PBV = *Price to Book Value*

(Sumber : Bursa Efek Indonesia. (2024). *IDX yearly statistics* 2024.

<https://www.idx.co.id>)

Tabel di atas memperlihatkan rerata nilai perusahaan tahun 2023-2024 menunjukkan angka di atas 1 untuk PBV yang mengindikasikan bahwa investor masih sangat percaya terhadap pasar modal dalam menempatkan dananya untuk investasi dan ini memperlihatkan investor melihat nilai perusahaan sebagai salah satu faktor dalam keputusan investasi mereka. Dari sebelas sektor yang terdapat pada BEI, sektor *Consumer Cyclical* (Barang Konsumen Non-Primer) punya peran strategis dalam merefleksikan dinamika pertumbuhan ekonomi dan perilaku konsumsi masyarakat alhasil penting untuk dilaksanakan pembahasan lebih lanjut. Menurut Tandelilin (2017), sektor-sektor yang berkaitan dengan konsumsi masyarakat dapat menjadi indikator penting terhadap perubahan siklus ekonomi, karena tingkat konsumsi merupakan komponen utama dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Fahmi (2020) juga menerangkan bahwa sektor konsumsi

non-primer memiliki sensitivitas tinggi terhadap perubahan pendapatan masyarakat, ketika daya beli meningkat maka permintaan kepada barang dan jasa non-primer cenderung naik signifikan, alhasil mendorong peningkatan laba perusahaan di sektor tersebut. Sementara itu, Sartono (2018) menekankan bahwasanya kinerja sektor konsumsi non-primer menjadi salah satu cerminan dari kepercayaan konsumen terhadap prospek ekonomi jangka menengah dan panjang. Maka itu, menganalisis sektor Consumer Cyclical tidak hanya penting untuk memahami kondisi keuangan perusahaan, tetapi juga untuk menilai stabilitas ekonomi dan potensi pertumbuhan pasar modal di masa mendatang.

Sektor ini menunjukkan pertumbuhan nilai perusahaan yang cukup baik, tercermin dari peningkatan rasio *Price to Book Value* (PBV) dari 0,93 pada tahun 2023 menjadi 1,69 pada tahun 2024. PBV merupakan indikator yang dipergunakan untuk menilai sebesar apakah pasar menghargai nilai suatu perusahaan diperbandingkan nilai bukunya. Rasio PBV di atas satu umumnya merefleksikan bahwasanya pasar menilai perusahaan punya prospek pertumbuhan dan kinerja yang lebih baik dari nilai aset bersihnya (Brigham & Houston, 2010). Kenaikan PBV ini mengindikasikan meningkatnya kepercayaan investor terhadap perusahaan-perusahaan di sektor tersebut, yang bisa terpengaruhi oleh pemulihan daya beli masyarakat, peningkatan konsumsi domestik, serta keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan efisiensi dan strategi pertumbuhan. Menurut teori sinyal (*signaling theory*), nilai perusahaan yang tinggi bisa berfungsi sebagai sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan punya prospek dan kinerja yang menjanjikan (Spence, 1973). Maka itu, peningkatan PBV dalam sektor ini tidak

hanya merefleksikan kinerja historis yang baik, tetapi juga ekspektasi investor terhadap potensi penciptaan nilai yang berkelanjutan.

Sektor *Consumer Cyclicals* (Barang Konsumen Non-Primer) memiliki beberapa sub sektor, salah satu diantaranya adalah Jasa Konsumen yang merupakan sub sektor untuk kategori perusahaan yang bidang usahanya bergerak pada penyediaan layanan atau jasa. Suatu industri utama dalam sub sektor ini adalah industri pariwisata dan rekreasi, yang mencakup perusahaan-perusahaan yang menyediakan layanan perjalanan, perhotelan, hiburan, serta destinasi wisata. Industri yang dimaksud dalam tulisan ini adalah kategori pada BEI yang mengklasifikasikan perusahaan terdaftar sesuai sektor, sub sektor, industri dan sub industri.

Industri pariwisata dan rekreasi ini sangat bergantung pada pola konsumsi masyarakat dan pertumbuhan ekonomi, alhasil termasuk ke dalam kategori *cyclical*. Kinerja dan nilai perusahaan pada industri pariwisata dan rekreasi sangat dipengaruhi oleh fluktuasi permintaan konsumen, kondisi makroekonomi, serta sentimen investor terhadap prospek sektor jasa. Pariwisata dan rekreasi merupakan salah satu bidang industri yang terus mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu. Industri pariwisata dan rekreasi ini bahkan jadi andalan di beberapa daerah di Indonesia, sekaligus merupakan penggerak ekonomi utama di daerah tersebut. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik jumlah perjalanan wisata nasional selama tahun 2023 mencapai 7,52 juta perjalanan dan nilai devisa dari sektor pariwisata mencapai sejumlah USD 14 miliar atau setara dengan Rp 218,4 triliun (kurs Rp. 15.600). Hal ini menunjukkan betapa besarnya potensi dari sektor

pariwisata, dan juga yang melatarbelakangi banyak investor tertarik dengan perusahaan di bidang ini untuk berinvestasi.

Menurut Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Sementara menurut Goeldner & Ritchie (2009), pariwisata mencakup berbagai layanan dan produk yang berkaitan dengan perjalanan, akomodasi, makanan, transportasi, dan hiburan yang ditujukan untuk wisatawan. Pariwisata juga diartikan oleh Suprihardjo, R. (2009) sebagai kegiatan yang melibatkan perjalanan individu atau kelompok ke tempat tertentu untuk menikmati keindahan alam, budaya, dan atraksi wisata lainnya yang punya nilai ekonomi dan sosial. Berdasarkan pengertiannya di atas, pariwisata merupakan sektor ekonomi yang erat kaitannya dengan jasa, dimana sektor ini sangat menitikberatkan pada layanan yang diberikan kepada konsumennya.

Di sisi lain rekreasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia yang berfungsi untuk memberikan penyegaran baik secara fisik maupun mental setelah melakukan aktivitas rutin. Menurut Yoeti (2006), rekreasi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menyegarkan kembali jasmani dan rohani seseorang melalui aktivitas yang menyenangkan dan menghibur, dilaksanakan pada waktu senggang setelah menjalani rutinitas sehari-hari. Selaras terhadap hal tersebut, Pendit (2002) mendefinisikan rekreasi sebagai kegiatan yang dilaksanakan individu atau kelompok untuk memperoleh kesenangan, hiburan, serta penyegaran jasmani dan rohani, yang umumnya dilaksanakan di luar lingkungan tempat tinggal.

Haryono (1996) juga menerangkan bahwa rekreasi merupakan aktivitas bebas yang dilaksanakan atas dasar keinginan sendiri untuk memperoleh kesenangan, kepuasan, dan mengisi waktu luang secara positif. Berdasarkan uraian di atas, berkesimpulan rekreasi pada hakikatnya adalah kegiatan sukarela yang memberikan kesenangan dan penyegaran jasmani maupun rohani, serta berperan penting dalam menjaga keseimbangan dan kualitas hidup seseorang.

Pariwisata dan rekreasi memiliki keterkaitan yang sangat erat, karena keduanya berorientasi pada upaya pemenuhan kebutuhan manusia akan kesenangan, hiburan, serta penyegaran jasmani dan rohani. Rekreasi merupakan salah satu motivasi utama seseorang melakukan kegiatan wisata, di mana individu berpergian ke suatu tempat dengan tujuan untuk beristirahat, bersantai, serta melepaskan diri dari rutinitas kehidupan sehari-hari, alhasil pariwisata dan rekreasi tidak dapat dipisahkan sebagai satu kesatuan industri. Pariwisata dan rekreasi merupakan industri yang beroperasi dibidang jasa dan layanan, alhasil industri ini sangat rentan kepada faktor eksternal, misalnya Pandemi. Pandemi Covid-19 yang melanda dunia sejak awal tahun 2020 merupakan tantangan besar bagi industri pariwisata dan rekreasi, hal tersebut menyebabkan penurunan secara drastis kunjungan wisatawan dan aktivitas rekreasi yang diakibatkan oleh terdapatnya pembatasan perjalanan dan kebijakan *lockdown* di berbagai negara, termasuk Indonesia. Menurut data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dari seluruh pintu masuk Indonesia milik Badan Pusat Statistik, tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 16.106.954 kunjungan, sementara tahun 2020 jumlah kunjungan turun menjadi 8.105.846 kunjungan atau turun sejumlah 50,33%.

Hal ini menunjukkan betapa rentannya industri pariwisata dan rekreasi terhadap faktor eksternal seperti Covid-19.

Pasca pandemi, industri pariwisata dan rekreasi dihadapkan pada tantangan besar untuk bangkit kembali, di mana pemulihan ekonomi di sektor ini menjadi fokus utama banyak pemerintah dan pelaku usaha. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah melakukan berbagai upaya untuk mendukung pemulihan industri pariwisata, seperti program stimulus ekonomi, promosi pariwisata domestik, dan kampanye keamanan perjalanan. Namun, proses pemulihan ini tidak berlangsung tanpa hambatan, karena industri ini masih sangat rentan kepada perubahan kondisi ekonomi global. Pemulihan pasca pandemi Covid-19 ini menjadi tolak ukur kemampuan perusahaan dalam mengatasi berbagai hambatan yang terjadi sekaligus membuktikan nilai dari perusahaan tersebut. Maka itu, penting bagi perusahaan di industri pariwisata dan rekreasi untuk mengelola keuangan dengan bijak guna memperkuat posisi mereka di pasar modal dan memaksimalkan nilai perusahaan mereka untuk menarik minat para investor.

Nilai perusahaan merupakan faktor yang signifikan bagi para investor ketika memutuskan untuk menginvestasikan sumber daya dalam suatu perusahaan (Satriawan et al., 2024), namun nilai perusahaan ini tidak dapat terlihat langsung khususnya di industri pariwisata dan rekreasi. Kondisi ini disebabkan karena terdapat praktek-praktek mempercantik laporan keuangan perusahaan yang dilaksanakan manajemen alhasil mengaburkan nilai perusahaan sebenarnya. Perencanaan pajak dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi nilai

perusahaan. Menurut Siti Resmi (2017), perencanaan pajak adalah upaya yang dilaksanakan oleh wajib pajak untuk menata dan mengatur aktivitas usahanya alhasil kewajiban perpajakan bisa diminimalkan, tetapi tetap dalam batas-batas yang diizinkan oleh peraturan perundang-undangan perpajakan. Meskipun tidak semua upaya penghindaran pajak bersifat ilegal, praktik ini tetap dapat menyebabkan berkurangnya penerimaan negara (Suryatna et al., 2023). Tujuan utama dari perencanaan pajak ini adalah untuk mencapai efisiensi pajak dan mengurangi beban pajak tanpa melanggar hukum. Sementara menurut Hoffman (1961), perencanaan pajak adalah tindakan manajemen yang dirancang untuk mengurangi kewajiban pajak perusahaan atau individu dengan tetap mematuhi ketentuan hukum yang diberlakukan. Menurut *planned behavior theory* (Ajzen, 2005), menerangkan bahwa setiap perilaku yang dilaksanakan seseorang tidak akan terjadi tanpa terdapatnya intensi dari perilaku tersebut. Seperti perencanaan pajak yang merupakan sebuah perilaku yang dilaksanakan manajemen untuk dapat memberikan keuntungan ekonomis bagi perusahaan alhasil laba perusahaan bisa meningkat. Dengan meningkatnya laba perusahaan, dapat mengindikasikan nilai suatu perusahaan dihargai tinggi pada pasar modal, dengan begitu perencanaan pajak sukses untuk dapat menaikkan nilai perusahaan.

Penelitian Tambahani et al. (2021) yang meneliti pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan khususnya pada sektor manufaktur, memperlihatkan perencanaan pajak memengaruhi positif dan tidak signifikan kepada nilai perusahaan. Hasil studi ini selaras terhadap penelitian Hawa et al. (2023) yang menemukan hasil serupa. Namun studi yang dilaksanakan oleh Muslim dan Junaidi

(2020) dengan mengambil sampel perusahaan pertambangan, menunjukan hal yang berbeda yaitu perencanaan pajak tidak memengaruhi pada nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan terdapat inkonsistensi dari studi terdahulu terkait pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan, alhasil perlu dilaksanakan penelitian dan pembahasan yang lebih dengan menggunakan sampel yang berbeda untuk dapat melihat pengaruh perencanaan pajak kepada nilai perusahaan lebih luas.

Selain perencanaan pajak, manajemen laba juga memengaruhi kepada nilai perusahaan. Santoso dan Wahyuningtias (2017) dalam penelitiannya Pengaruh Manajemen Laba kepada nilai Perusahaan pada Sektor Perbankan yang Terdaftar di BEI menemukan bahwa pada perusahaan sektor perbankan, manajemen laba memengaruhi positif kepada nilai perusahaan, karena investor cenderung memberikan respons positif kepada stabilitas laba yang ditampilkan. Manajemen laba itu sendiri menurut Scott (2015) diartikan sebagai tindakan yang dilaksanakan oleh manajer untuk memilih kebijakan akuntansi tertentu atau memanipulasi transaksi dengan tujuan memengaruhi laba bersih yang dilaporkan. Scott menekankan bahwa tindakan ini sering kali dilaksanakan untuk memenuhi ekspektasi pasar atau kontrak yang berbasis pada laba, seperti kompensasi manajemen atau perjanjian utang. Manajemen laba mengacu pada praktik yang dilaksanakan oleh manajemen perusahaan untuk memanipulasi atau menyesuaikan laporan keuangan guna mencapai target laba tertentu. Praktik ini dapat dilaksanakan dengan berbagai cara, seperti pengakuan pendapatan yang lebih cepat atau penundaan pengakuan biaya.

Manajemen laba biasanya diukur dengan metode Akumulasi AkruaI (*Total Accruals Approach*) yaitu selisih antara laba akuntansi dan arus kas operasi, di mana manajemen dapat mengubah waktu pengakuan pendapatan atau pengeluaran untuk mengelola laporan laba. Untuk mengetahui akrual total yang akurat digunakan model Jones (1991) dalam pengukurannya yaitu model yang dipergunakan untuk memisahkan akrual diskresioner dari akrual total. Model ini mendeteksi potensi manipulasi dengan membandingkan akrual aktual dengan akrual yang diharapkan berdasarkan perubahan dalam pendapatan dan aset tetap. Menurut penelitian Riswandi dan Yuniarti (2020), manajemen laba memengaruhi positif kepada nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2017. Penelitian Tamara Putri (2019) juga menemukan hasil yang serupa pada perusahaan Industri Manufaktur. Hasil yang berbeda dikemukakan oleh Lestari dan Ningrum (2018) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Manajemen Laba dan *Tax Avoidance* kepada nilai Perusahaan dengan Kualitas Audit sebagai Variabel Moderasi. Peneliti menemukan bahwa manajemen laba tidak memengaruhi kepada nilai perusahaan, hal ini berbeda dengan dua penelitian sebelumnya. Perbedaan ini menunjukkan terdapat *inkosistensi* dalam hasil penelitian, alhasil dipandang perlu untuk mendalami lebih lanjut. Meskipun manajemen laba dapat meningkatkan laba jangka pendek, praktik ini juga dapat menimbulkan risiko bagi perusahaan, terutama jika dilaksanakan secara agresif dan tidak transparan. Maka itu, penting untuk meneliti apakah manajemen laba memiliki dampak positif atau negatif kepada nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Terdapat sejumlah aspek keuangan yang berkontribusi terhadap nilai suatu perusahaan, dan salah satunya adalah likuiditas. Kemampuan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek merupakan ukuran likuiditas suatu perusahaan. Likuiditas didefinisikan oleh Harahap (2010) sebagai kemampuan suatu bisnis untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya ketika jatuh tempo dengan menggunakan aset lancarnya. Menurut Harahap, kemampuan perusahaan untuk mengelola arus kas dan membayar tagihan jangka pendeknya tepat waktu merupakan tanda likuiditas yang sangat baik. Sementara itu, likuiditas didefinisikan oleh Munawir (2010) sebagai kemampuan suatu organisasi untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek yang akan segera jatuh tempo. Savitri dan Prayudi (2025) memberikan sudut pandang alternatif, dengan berpendapat bahwa likuiditas adalah kemampuan untuk dengan cepat mengubah aset menjadi uang tunai tanpa mengalami penurunan nilai yang substansial. Untuk mendapatkan kepercayaan dari kreditor dan investor, suatu perusahaan harus menunjukkan bahwa ia dapat menjaga keuangan dan operasinya tetap stabil, yang merupakan fungsi dari likuiditas yang baik. Akibatnya, pasar modal memandang nilai perusahaan dengan lebih baik.

Penelitian Aprilianingsih et al. (2024) yang berjudul Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Likuiditas Kepada nilai Perusahaan menunjukan likuiditas yang diukur dengan Current Ratio memengaruhi positif kepada nilai perusahaan. Menurut Teori Sinyal Spence (1973), yang menyatakan bahwa investor dapat menggunakan likuiditas perusahaan sebagai sinyal untuk mengukur kualitas dan prospek bisnis, temuan ini sejalan dengan teori tersebut.

Likuiditas (Rasio Lancar) tidak berdampak pada nilai bisnis, menurut penelitian terpisah oleh Ambarwati dan Vitaningrum (2021) dan Fadillah dkk. (2021), yang mencapai kesimpulan yang identik. Penelitian pada berbagai jenis perusahaan diperlukan karena hasil yang tidak konsisten dari studi-studi ini, yang menunjukkan bahwa pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan masih bergantung pada jenis sampel.

Pada industri pariwisata dan rekreasi, faktor-faktor seperti perencanaan pajak, manajemen laba, dan likuiditas menjadi sangat relevan karena karakteristik industri ini yang bersifat musiman dan sangat rentan kepada fluktuasi ekonomi global. Industri pariwisata dan rekreasi ini seringkali mengalami periode puncak dan sepi yang dipengaruhi oleh musim liburan, cuaca, serta kebijakan perjalanan internasional. Ketergantungan yang tinggi terhadap musim membuat pendapatan dalam industri ini tidak stabil sepanjang tahun, alhasil perencanaan keuangan yang matang menjadi kunci bagi perusahaan untuk dapat bertahan di periode sepi dan memaksimalkan pendapatan di periode ramai. Selain itu, sektor ini juga sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal yang tidak selalu dapat dikendalikan oleh perusahaan, seperti kondisi ekonomi global yang memengaruhi daya beli wisatawan, kebijakan pemerintah yang terkait dengan pariwisata dan regulasi lingkungan, serta perubahan preferensi konsumen yang bergerak cepat mengikuti perkembangan gaya hidup dan teknologi. Bencana alam, seperti gempa bumi atau tsunami, serta pandemi global seperti COVID-19, juga dapat menghancurkan permintaan wisata secara tiba-tiba, menimbulkan tantangan besar bagi keberlanjutan industri ini.

Maka itu, perencanaan pajak yang tepat dapat membantu perusahaan meminimalkan beban pajak saat pendapatan menurun, sementara manajemen laba diperlukan untuk memastikan kinerja keuangan tetap stabil dan transparan. Likuiditas yang baik memungkinkan perusahaan untuk tetap memiliki kas yang cukup guna bertahan menghadapi ketidakpastian ekonomi dan tetap memenuhi kewajiban jangka pendek. Selain itu, perencanaan pajak dan manajemen laba merupakan suatu keputusan strategis yang dilaksanakan manajemen untuk memengaruhi nilai perusahaannya. Sementara likuiditas merupakan hal yang paling mudah dalam melihat kesehatan suatu perusahaan.

Perencanaan pajak, manajemen laba, dan likuiditas merupakan faktor yang memegang peranan penting dalam menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan industri pariwisata dan rekreasi dalam jangka panjang. Berdasarkan situs resmi BEI terdapat 50 perusahaan yang beroperasi di bidang ini. Adapun perkembangan harga saham rerata dari sektor ini pada hari terakhir diperdagangkan di BEI bisa terlihat melalui tabel di bawah ini.

Tabel 1.3 Harga Saham Rata-rata Perusahaan di Industri Pariwisata dan Rekreasi

No	Sub Bidang	Harga Rata-Rata Saham Per Lembar				
		2020	2021	2022	2023	2024
1	Hotel, Resor dan Kapal Pesiar	335.44	357.89	366.83	301.52	586.63
2	Agen Perjalanan	567.33	548.00	608.67	620.75	593.50
3	Fasilitas Rekreasi & Olah Raga	1,251.33	1,513.33	1,378.00	872.50	612.80
4	Rumah Makan	1,161.00	1,822.88	1,255.70	1,033.40	630.27

Keterangan : Harga dalam Rupiah (Rp)

(Sumber : Data diolah dari BEI ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)))

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai perusahaan industri pariwisata dan rekreasi mengalami fluktuasi dari tahun 2020 sampai dengan 2024. Kecenderungan meningkat hanya terjadi pada sub bidang Hotel, Resor dan Kapal Pesiar, sementara kecenderungan turun terjadi pada sub bidang Agen Perjalanan, Fasilitas Rekreasi dan Olah Raga serta Rumah Makan. Pemilihan sampel perusahaan dari industri pariwisata dan rekreasi yang terdaftar di BEI penting dalam studi ini, karena karakteristik unik yang dimiliki sektor ini. Fluktuasi pendapatan yang tinggi, ketergantungan pada likuiditas, serta kebijakan pajak dan ekonomi dari pemerintah menjadikan sektor ini relevan untuk diteliti.

Studi ini berpotensi memberikan wawasan tentang bagaimana bisnis terkait pariwisata menangani masalah-masalah ini untuk meningkatkan harga saham mereka. Selain itu, masih kurang penelitian tentang bagaimana strategi pajak, manajemen laba, dan likuiditas memengaruhi nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang bergerak di bisnis pariwisata dan rekreasi. Manufaktur, keuangan, dan real estat telah menjadi fokus utama studi-studi sebelumnya. Di sisi lain, ada beberapa hal yang membedakan industri pariwisata dari industri lainnya. Sektor ini cenderung lebih sensitif kepada perubahan kondisi ekonomi makro, fluktuasi nilai tukar, serta kebijakan fiskal dan moneter. Selain itu, berdasarkan analisis nilai perusahaan dan studi terdahulu masih terdapat perbedaan hasil, maka peneliti berminat untuk melakukan penelitian kembali kepada nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh perencanaan pajak, manajemen laba, dan likuiditas dengan sampel perusahaan industri pariwisata dan rekreasi.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Terdapatnya fluktuasi nilai perusahaan pada industri pariwisata dan rekreasi yang terdaftar BEI tahun 2020-2023. Hal ini diduga dipengaruhi oleh dinamika operasional dan strategi keuangan, termasuk didalamnya aspek perencanaan pajak, manajemen laba, dan likuiditas. Berdasarkan penelusuran belum banyak studi yang secara spesifik mengkaji faktor-faktor tersebut menggunakan perusahaan industri pariwisata dan rekreasi yang terdaftar BEI sebagai sampel penelitiannya.
- 1.2.2 Terdapatnya indikasi perencanaan pajak yang dilaksanakan perusahaan berpotensi memengaruhi nilai perusahaan melalui efisiensi beban pajak, namun hasil penelitian sebelumnya menunjukkan inkonsistensi antara hubungan perencanaan pajak dan nilai perusahaan, alhasil dibutuhkan penelitian lebih lanjut terutama pada industri pariwisata dan rekreasi.
- 1.2.3 Terdapatnya indikasi praktik manajemen laba pada perusahaan industri pariwisata dan rekreasi yang terdaftar BEI tahun 2020-2023. Penelitian Tamari Putri (2019) memperlihatkan perusahaan pada industri manufaktur yang terdaftar BEI periode 2015-2017 menggunakan manajemen laba sebagai strategi untuk meningkatkan kinerja keuangan yang terlihat. Pada pariwisata dan rekreasi, data

empiris terkait pengaruh manajemen laba kepada nilai perusahaan masih terbatas, alhasil diperlukan kajian lebih lanjut.

1.2.4 Terdapatnya perbedaan pendapat terkait peran likuiditas sebagai indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek, memengaruhi kepada nilai perusahaan. Pada industri pariwisata dan rekreasi peran likuiditas belum banyak dilaksanakan penelitian alhasil perlu untuk dilaksanakan kajian lanjutan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, maka studi ini dibatasi tiga variabel yang memengaruhi nilai suatu perusahaan yaitu perencanaan pajak, manajemen laba dan likuiditas. Selain itu untuk sampel yang dipergunakan adalah perusahaan dengan kategori industri pariwisata dan rekreasi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Tercatat terdapat 50 perusahaan yang beroperasi di sektor ini, adapun periode laporan keuangan yang dipergunakan adalah tahun 2020 sampai dengan 2023 dengan data yang diambil melalui laman resmi PT. BEI (<https://www.idx.co.id/id>).

Data yang dipergunakan dalam studi ini bersifat sekunder dan didapat melalui laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang berasal dari sumber lain, seperti wawancara atau survei, tidak digunakan. Hal ini dilaksanakan untuk membatasi atau memfokuskan studi ini agar terjadi kesamaan makna terhadap hal dasar yang menjadi inti studi ini.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam studi ini adalah:

- 1.4.1 Apakah perencanaan pajak memengaruhi terhadap nilai perusahaan industri pariwisata dan rekreasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2023?
- 1.4.2 Apakah manajemen laba memengaruhi terhadap nilai perusahaan industri pariwisata dan rekreasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2023?
- 1.4.3 Apakah likuiditas memengaruhi terhadap nilai perusahaan industri pariwisata dan rekreasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2023?
- 1.4.4 Apakah perencanaan pajak, manajemen laba, dan likuiditas memengaruhi secara simultan kepada nilai perusahaan industri pariwisata dan rekreasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2023?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari studi ini adalah untuk menganalisa:

- 1.5.1 Pengaruh perencanaan pajak kepada nilai perusahaan industri pariwisata dan rekreasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2023.
- 1.5.2 Pengaruh manajemen laba kepada nilai perusahaan industri pariwisata dan rekreasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2023.
- 1.5.3 Pengaruh likuiditas kepada nilai perusahaan industri pariwisata dan rekreasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2023.

1.5.4 Pengaruh perencanaan pajak, manajemen laba, dan likuiditas secara simultan kepada nilai perusahaan industri pariwisata dan rekreasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2023.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian bisa memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

### **1.6.1 Manfaat teoritis**

Dengan menganalisis pengaruh dari perencanaan pajak, manajemen laba dan likuiditas dapat memberikan perspektif lain dalam manajemen perusahaan, serta studi ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan untuk pengembangan pengetahuan yang berkaitan dengan nilai suatu perusahaan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Dengan memahami hubungan antara perencanaan pajak, manajemen laba dan likuiditas suatu perusahaan bisa memberikan perspektif lain dalam menetapkan nilai suatu perusahaan yang dapat digunakan manajemen ataupun investor dalam pengambilan keputusan mereka terkait masa depan perusahaan ataupun keputusan investasi terutama di industri pariwisata dan rekreasi.