

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam dan budaya. Potensi inilah yang menjadi faktor pendukung dalam pengembangan pariwisata di Indonesia. Pariwisata merupakan sektor penting dalam perekonomian negara dan memiliki posisi strategis dalam berbagai kebijakan pembangunan. Berdasarkan RPJMN 2015-2019, pariwisata merupakan dimensi pembangunan sektor unggulan dengan prioritas yang masuk dalam strategi pembangunan nasional. Sejalan dengan hal tersebut, dalam RPJMN 2020-2024 disebutkan bahwa salah satu strategi dalam transformasi ekonomi adalah pengembangan destinasi unggulan. Kebijakan tersebut diharapkan dapat meningkatkan devisa pariwisata dari USD 19,3 miliar di tahun 2018 menjadi USD 30 miliar di tahun 2024. Kedepannya perekonomian nasional tidak lagi dapat mengandalkan sektor minyak dan gas sebagai andalan penyumbang devisa, sebab cadangan minyak dan gas pada saatnya akan habis dan tidak dapat diperbaharui (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

Dilihat dari capaian sektor pariwisata nasional pada periode 2015-2019 terhadap PDB nasional terus meningkat dan mencapai target, sehingga pariwisata sebagai *leading sector* tercatat menduduki peringkat sebagai penyumbang devisa setelah industri sawit (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020). Selain jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat dari tahun ke tahun, jumlah tenaga kerja yang terserap juga mengalami peningkatan dari 10,36 juta orang di tahun 2015 menjadi 12,7 juta orang di tahun 2018. Berikut ini adalah tabel target dan capaian sektor pariwisata nasional.

Tabel 1.1. Target dan capaian sektor pariwisata tahun 2015-2019

INDIKATOR	2015			2016			2017			2018			2019		
	T	R	C	T	R	C	T	R	C	T	R	C	T	R	C
Kontribusi Pada PDB Nasional	4.32 %	4.26 %	100.47 %	4.50 %	4.13 %	91.78 %	5.00 %	5.00 %	100.00 %	5.25 %	5.25 %	100.00 %	5.50 %	*4.8 %	87.27 %
Devisa (Tribun Rp)	144	175.71	122.02 %	172	176.23	102.46 %	200	202.13	101.07 %	223	224	100.45 %	280	*197	70.36 %
Jumlah Tenaga Kerja (Juta Orang)	11.4	10.36	90.88 %	11.8	12.28	104.07 %	12	12.6	105.00 %	12.6	12.7	100.79 %	13	*12.9	99.23 %
Indeks Daya Saing (Wef)	#50	#50	100 %	n.a	n.a	n.a	#40	#42	95.24 %	n.a	n.a	n.a	30	40	75.00 %
Wisatawan Mancanegara (Juta Kunjungan)	10	10.41	104.10 %	12	12.02	100.17 %	15	14.04	93.60 %	17	15.81	93.00 %	20	16.1	80.50 %
Wisatawan Nusantara (Juta Perjalanan)	255	256.42	100.56 %	260	264.33	101.67 %	265	270.82	102.20 %	270	303.5	112.41 %	275	*290	105.45 %

#Indeks daya saing hanya dilakukan 2 (dua) tahun sekali

* = Angka proyeksi sementara, berdasarkan RKP 2021

T: Target; R: Realisasi; C: Capaian

Sumber: (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014)

Pertumbuhan pada industri pariwisata ini tentunya membuka peluang bagi bertumbuhnya investasi di sektor tersebut. Selain itu kondisi demikian dapat menjadi optimisme tersendiri bagi para pelaku bisnis di bidang pariwisata untuk meningkatkan kinerjanya guna mewujudkan apa yang menjadi tujuan pemerintah dalam RPJMN. Sayangnya harapan tersebut masih belum mampu diwujudkan oleh beberapa perusahaan di sektor hotel, pariwisata, dan restoran. Jika kita tinjau dari kinerja perusahaan dalam bentuk laba, maka masih banyak perusahaan yang mengalami kerugian bahkan sebelum pandemi Covid-19 melanda. Selain itu, di tahun 2022 pasca pandemi Covid-19 dimana pariwisata Indonesia mulai tumbuh, akan tetapi masih ada sekitar 60% perusahaan di sektor tersebut yang masih mengalami kerugian. Rata-rata laba per tahun selama periode penelitian menunjukkan trend yang menurun, seperti yang tertera pada Tabel 1.2 di bawah ini. Bahkan salah satu perusahaan seperti PT Anugerah Kagum Karya Utama Tbk (AKKU) mengalami kerugian selama periode penelitian berlangsung.

Tabel 1.2. Laba (rugi) Perusahaan selama 2017-2022

No	Kode Emiten	Laba (rugi) Perusahaan (dalam juta rupiah)					
		2017	2018	2019	2020	2021	2022
1	AKKU	(19.454)	(9.639)	(163.705)	(8.728)	(121.904)	(35.756)
2	ARTA	11.596	7.498	629	(11.209)	(12.521)	(302)
3	BAYU	32.946	39.649	47.449	1.245	306	42.927
4	BUVA	(39.113)	13.855	(113.422)	(1.189.598)	(361.012)	(198.801)
5	FAST	166.999	212.011	241.548	(377.185)	(295.738)	(77.448)
6	ICON	15.162	30.836	36.306	5.703	237	(22.917)
7	IKAI	(43.578)	71.284	(71.717)	(75.056)	(57.547)	(35.291)
8	INPP	147.427	122.894	2.081.142	(483.535)	(28.446)	69.492
9	JGLE	8.543	(16.147)	(111.009)	(111.300)	(101.505)	(758.291)
10	JHD	192.517	158.379	144.145	(62.541)	(113.618)	132.575
11	JSPT	179.213	466.896	143.509	(235.773)	(333.366)	(52.194)
12	KPIG	1.315.234	665.479	274.135	258.813	144.521	179.502
13	MAPB	94.457	120.530	165.726	(164.799)	(9.927)	146.296
14	MINA	1.213	1.967	1.078	(9.803)	(4.778)	(3.498)
15	NASA	(20.042)	258	(549)	(6.527)	(4.933)	(279)
16	PANR	36.090	(25.037)	(22.517)	(215.674)	(134.810)	29.384
17	PDES	30.500	2.865	(15.087)	(87.394)	(62.989)	1.152
18	PGLI	1.477	4.300	5.395	(5.184)	9.402	6.396
19	PJAA	224.155	222.347	233.034	(393.866)	(276.381)	152.500
20	PNSE	27.729	(10.061)	(13.701)	(50.605)	(42.086)	(12.506)
21	PSKT	(33.311)	(20.167)	(14.268)	(29.022)	(12.133)	(7.420)
22	PTSP	10.246	19.726	28.655	(49.010)	(17.620)	9.766
23	PUDP	6.018	5.727	4.344	(23.445)	(17.734)	279.003
24	SHID	1.458	1.717	(12.677)	(51.975)	(41.782)	(31.237)
Rata-rata		97.812	86.965	119.518	(140.686)	(79.015)	(7.789)

Kondisi demikian tentunya menjadi perhatian bagi perusahaan agar terus mengupayakan pengembangan kinerja perusahaan yang dapat dilakukan baik secara internal maupun eksternal. Secara internal dapat ditunjukkan dari kekuatan perusahaan dalam memperoleh laba, menutupi biaya operasional serta memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham. Sedangkan secara eksternal perusahaan mampu memberikan prospek masa depan kepada pemegang saham yang kemudian disebut nilai perusahaan (Wira, 2021).

Nilai perusahaan sendiri merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Meningkatkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan laba untuk meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan dan pemegang saham. Sehingga nilai perusahaan dapat dijadikan acuan investor untuk berinvestasi. Ada banyak faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya yaitu kinerja keuangan perusahaan. Analisis kinerja keuangan dapat digunakan untuk menilai nilai perusahaan (Daryanto, 2022). Informasi kinerja perusahaan yang dapat dilihat dari laporan keuangan sangat dibutuhkan oleh para investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi saham di perusahaan tersebut. Karena jika perusahaan yang menerbitkan saham tersebut memiliki kinerja yang baik, maka harga saham tersebut cenderung naik (Wira, 2021).

Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan masih menjadi topik yang banyak diperbincangkan dan diperdebatkan oleh banyak peneliti, hal ini dikarenakan banyak temuan yang berbeda pada banyak penelitian yang ada. Diantaranya pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Secara teoritis likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya. Likuiditas yang tinggi dapat menimbulkan resiko biaya modal yang rendah apabila dana-dana di perusahaan dapat digunakan dengan baik, sehingga investor akan melihat itu sebagai sinyal positif (Lubis et al., 2017). Kemampuan perusahaan untuk menutupi kewajiban jangka pendeknya akan direspon positif oleh pasar, tingkat likuiditas yang tinggi ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang sangat baik dengan risiko operasi yang rendah dan pengembalian yang rendah (Santosa et al., 2020). Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, artinya semakin tinggi rasio likuiditas suatu perusahaan maka semakin tinggi kewajiban perusahaan yang ditanggung oleh aktiva lancar, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat (Jihadi et al., 2021). Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan juga dikemukakan oleh (Dj et al., 2007; Dwipa et al., 2020; Marsha & Murtaqi, 2017; Sondakh, 2019).

Disisi lain nilai likuiditas yang tinggi menunjukkan banyak dana perusahaan yang menganggur yang pada akhirnya mengurangi kemampuan laba perusahaan (Gultom et al., 2013). Oleh karenanya tidak sedikit hasil penelitian yang

mengemukakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. (Santosa et al., 2020) menyebutkan bahwa meskipun likuiditas menunjukkan tingkat keamanan kreditur jangka pendek, namun hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan hal ini dikarenakan peningkatan likuiditas mengganggu profitabilitas tetapi berpengaruh positif terhadap risiko operasional. (Setiawan & Rahmawati, 2020) juga menguji pengaruh likuiditas yang diproksikan dengan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan dan mendapatkan hasil bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa dengan LDR yang tinggi maka kredit yang akan dikucurkan juga tinggi, meskipun kondisi demikian menguntungkan bagi perusahaan, namun kemungkinan tidak tertagihnya hutang juga tinggi sehingga nilai perusahaan juga akan menurun.

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, atau dapat dikatakan juga sebagai ukuran efektifitas manajemen perusahaan dalam menggunakan aset maupun modalnya untuk menghasilkan keuntungan. Penelitian terkait pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan juga masih terdapat banyak perbedaan hasil temuan. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Dwipa et al., 2020; Jihadi et al., 2021; Lubis et al., 2017; Oktiwiati & Nurhayati, 2020; Tauke et al., 2017). Perusahaan yang mampu menghasilkan laba besar dan stabil akan menarik para investor, oleh karenanya profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat (Lubis et al., 2017). Selain itu profitabilitas menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan profitabilitas yang tinggi mencerminkan bahwa kinerja perusahaan baik, sehingga terbentuk sentimen positif dari pemegang saham (Setyawati, 2019). Akan tetapi di lain sisi, beberapa penelitian mendapatkan hasil bahwa profitabilitas menunjukkan hubungan negatif terhadap nilai perusahaan (Robiyanto et al., 2020; Sugiarto & Santosa, 2018).

Faktor lain yang banyak dibahas oleh banyak peneliti sebagai variabel yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu variabel makroekonomi. Pertumbuhan

pariwisata menjadi salah satu variabel makroekonomi yang secara khusus dibahas dalam ranah industri pariwisata dan perhotelan. Beberapa studi sebelumnya banyak menggunakan *tourist arrivals* sebagai proksi untuk pengembangan pariwisata (Bogdan, 2019; M. H. Chen, 2007; Demir et al., 2017; Irani et al., 2021) . (M. H. Chen, 2007) memperkenalkan tingkat pertumbuhan total kedatangan turis asing sebagai faktor makro penting lainnya yang dapat mempengaruhi pengembalian saham hotel China, mengingat pertumbuhan pariwisata yang luar biasa di China. Hasil empiris menunjukkan bahwa ekspansi pariwisata memiliki pengaruh positif akan tetapi secara statistik tidak signifikan berpengaruh terhadap kinerja saham perhotelan. Ekspansi pariwisata juga berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi nasional, dimana kondisi tersebut mengarah pada peningkatan penjualan dan pendapatan yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Sebagai konsekuensinya, maka akan berhubungan dengan saham perusahaan (M. H. Chen & Kim, 2010). Penelitian (Hadi et al., 2020) berhasil membuktikan pengaruh *tourist arrival* terhadap kinerja saham. Dalam penelitiannya disebutkan bahwa pengaruh *tourist arrival* yang signifikan secara statistik terhadap indeks pariwisata merupakan bukti pentingnya pengunjung/wisatawan bagi sektor pariwisata. Selain itu diungkapkan pula bahwa *tourist arrival* merupakan penentu jangka panjang dari kinerja saham pariwisata Amerika Serikat. Dalam penelitian lain, (Irani et al., 2021) memaparkan hasil temuannya yang menunjukkan bahwa *tourist arrival* memiliki dampak besar yang berpengaruh terhadap kinerja saham di industri pariwisata, perhotelan, dan rekreasi. Pertumbuhan pariwisata digunakan dalam banyak penelitian sebagai variabel yang dicari pengaruhnya terhadap saham ataupun return saham. Akan tetapi masih belum ditemukan studi yang secara eksplisit menguji bagaimana pengaruh pertumbuhan pariwisata terhadap persepsi para investor atau dengan kata lain nilai perusahaan sektor hotel maupun pariwisata. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti mencoba menguji pengaruh pertumbuhan pariwisata terhadap nilai perusahaan. Harapannya, variabel tersebut mampu berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan.

Variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan pun menjadi beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan umumnya menggambarkan total aset yang dimilikinya. Total aset mencerminkan seluruh

sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Semakin besar sumber daya yang dimiliki perusahaan maka semakin besar skala/ukuran perusahaan, begitupun sebaliknya jika semakin kecil sumber daya yang dimiliki perusahaan maka semakin kecil pula ukuran perusahaan (Tauke et al., 2017). Ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural dari total aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa semakin besar ukuran perusahaan akan menarik para investor untuk menanamkan sahamnya sehingga meningkatkan nilai perusahaan (Sondakh, 2019). Penelitian tersebut sejalan dengan temuan beberapa penelitian lainnya (Maghfirandito & Adiwibowo, 2022; Santosa, 2020). Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Tauke et al., 2017) yang justru menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Masih dalam nada serupa, (Dwipa et al., 2020; Rusnaeni et al., 2022) dalam penelitiannya juga gagal menunjukkan pengaruh positif dan signifikan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Usia perusahaan menunjukkan eksistensi perusahaan dan tingkat kematangan dalam mengelola perusahaan sehingga mampu bersaing dan bertahan hingga saat ini. Usia perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan usia perusahaan yang semakin matang menunjukkan banyaknya pengalaman perusahaan dalam menghadapi fluktuasi perekonomian (Tunggal & Ngatno, 2018). Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh (Soleman et al., 2022). Namun kontradiktif dengan penelitian sebelumnya, (C. Dewi & Susanto, 2022) justru menunjukkan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Adanya perbedaan hasil penelitian dari beberapa variabel yang telah diuraikan di atas, memungkinkan adanya faktor lain yang turut andil mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga peneliti memasukkan variabel kualitas audit sebagai variabel moderasi yang diduga dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel likuiditas, profitabilitas, terhadap nilai perusahaan. Kualitas audit sebagai bagian dari penerapan *good corporate governance* turut mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan dalam keberjalanan suatu perusahaan, biasanya terdapat konflik kepentingan antara pemegang saham dengan agen selaku pengelola

(manajemen perusahaan) yang timbul karena setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertimbangkan tingkat kemakmuran yang dikehendaknya. Oleh karenanya, audit dibutuhkan untuk mengurangi ketidakselarasan informasi yang terdapat antara manajer dan para pemegang saham dengan menggunakan bantuan pihak luar untuk memberikan pengesahan terhadap laporan keuangan (T. Dewi et al., 2016). Auditor independen memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi laporan keuangan yang handal dan kredibel bagi para pemangku kepentingan. Sehingga peranan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan publik pada informasi laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan. Penilaian atas kinerja keuangan perusahaan seperti likuiditas dan profitabilitas dapat menjadi sinyal bagi para investor, maka peran auditor independen terkait penilaian kewajaran informasi dapat menambah kepercayaan pasar atas informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan (Hapsari, 2017). Dalam sejumlah literatur menyebutkan bahwa kualitas audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (E. P. Dewi & Husain, 2020; Nafi'ah & Sopi, 2020). (Hapsari, 2017) dalam penelitiannya menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kualitas audit sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor perbankan dengan periode penelitian 2014-2016. Dengan menggunakan regresi linier, penelitian tersebut berhasil membuktikan bahwa kualitas audit mampu memoderasi profitabilitas dan nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian tersebut, (Fitriyani & Wahidahwati, 2023) menunjukkan hasil yang serupa yaitu kualitas audit mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut (Fitriyani & Wahidahwati, 2023) menjelaskan bahwa informasi keuangan yang diaudit akan meningkatkan kualitas informasi menjadi handal dan kredibel sehingga ROA yang menjadi sinyal bagi pasar akan semakin kuat mempengaruhi nilai perusahaan dengan keberadaan auditor independen yang berkualitas. Temuan penelitian yang menggunakan kualitas audit sebagai variabel moderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan masih belum banyak dibahas, dan mayoritas hanya menggunakan ROA sebagai proksi dari kinerja keuangan. Sehingga penelitian ini mencoba mengembangkan penelitian sebelumnya dengan menambahkan variabel lain dari kinerja keuangan perusahaan yaitu likuiditas.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan, usia perusahaan, dan kualitas audit terhadap nilai perusahaan, yang hingga saat ini terdapat perbedaan hasil penelitian. Studi ini juga mencoba memasukkan faktor ekonomi lain yaitu jumlah total kunjungan wisatawan sebagai proksi dari pengembangan pariwisata. Variabel ini diharapkan memiliki pengaruh langsung pada sektor hotel, restaurant, dan pariwisata. Selain itu peneliti tertarik untuk menyelidiki peran kualitas audit dalam memoderasi hubungan antara likuiditas, profitabilitas, terhadap nilai perusahaan. Sehingga diharapkan penelitian ini mampu mengisi celah penelitian, berkontribusi dalam memberikan lebih banyak wawasan dan menambah literatur tentang hubungan likuiditas, profitabilitas, dan pertumbuhan pariwisata terhadap nilai perusahaan dengan kualitas audit sebagai variabel moderasi.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Perkembangan pariwisata menunjukkan *trend* yang terus meningkat bahkan menjadi salah satu sektor strategis nasional yang diharapkan dapat meningkatkan devisa Negara dan berbagai *multiplier effect* dari tumbuhnya sektor tersebut. Akan tetapi harapan tersebut belum mampu direspon baik oleh perusahaan sektor tersebut yang ditunjukkan dengan banyaknya perusahaan yang merugi sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 melanda.

Faktor lain yang turut mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya kinerja keuangan, ukuran perusahaan, usia perusahaan, dan kualitas audit. Pengaruh faktor tersebut terhadap nilai perusahaan masih menjadi topik penelitian yang menarik karena adanya perbedaan hasil penelitian dari banyaknya penelitian yang ada. Selain itu masih belum banyak dibahas terkait pengaruh moderasi kualitas audit terhadap hubungan antara kinerja perusahaan dengan nilai perusahaan. Variabel makroekonomi lain yang diproksikan dengan jumlah kunjungan wisatawan juga turut berpengaruh terhadap saham sektor pariwisata dalam beberapa literatur, namun belum secara spesifik dibahas pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh rasio likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor hotel, resataurant, dan pariwisata?
2. Bagaimana pengaruh rasio profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor hotel, resataurant, dan pariwisata?
3. Bagaimana pengaruh *tourist arrival* terhadap nilai pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata?
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata?
5. Bagaimana pengaruh umur perusahaan terhadap nilai pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata?
6. Bagaimana pengaruh kualitas audit terhadap nilai pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata?
7. Apakah kualitas audit mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata?
8. Apakah kualitas audit mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata.
2. Menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata.
3. Menganalisis pengaruh *tourist arrival* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata.
4. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata.
5. Menganalisis pengaruh umur perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata.
6. Menganalisis pengaruh kualitas audit terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata.

7. Menganalisis apakah kualitas audit mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata
8. Menganalisis apakah kualitas audit mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor hotel, restaurant, dan pariwisata

1.4 Batasan Penelitian

Batasan dalam penelitian ini diantaranya:

- Periode penelitian dibatasi mulai dari tahun 2017 hingga 2022
- Penilaian kinerja keuangan dilakukan dengan menggunakan indikator profitabilitas, likuiditas.
- Variabel nilai perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin's-Q
- Sampel perusahaan yang digunakan yaitu yang perusahaan hotel, restaurant, dan pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

1.5 Manfaat Penelitian

- Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan dan memperkaya pemahaman dalam menganalisis bisnis menggunakan laporan keuangan.
- Bagi kalangan akademis, diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan rujukan penelitian berikutnya.
- Bagi perusahaan, diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang dapat mempertimbangkan keputusan atau kebijakan perusahaan jika dihadapkan pada kondisi serupa.