

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan pariwisata dan hotel memiliki prospek bisnis yang menjanjikan untuk jangka panjang. Letak geografis di Indonesia dan juga pesona alamnya yang sangat menarik menjadikan peluang besar bagi pengusaha untuk berinvestasi pada sektor pariwisata dan hotel. Keindahan Indonesia seharusnya menjadi suatu kekuatan untuk menarik para wisatawan asing maupun lokal untuk berdestinasi di Indonesia. Namun, hal tersebut belum bisa menjadi daya tarik tersendiri dikarenakan beberapa faktor yang menghambat perkembangan pariwisata di Indonesia.

Pada tahun 2015 jumlah wisatawan asing yang berdestinasi ke Indonesia sudah memenuhi target yakni sebanyak 10 juta wisatawan asing tapi angka tersebut masih jauh di bawah jumlah wisatawan asing di negara Singapura sebanyak 15 juta dan jumlah wisatawan asing negara Malaysia sebanyak 27 juta. Ketertinggalan Indonesia disebabkan karena beberapa faktor seperti : Infrastruktur yang kurang layak menjadi permasalahan utama yang menyebabkan wisatawan kurang menarik berdestinasi ketempat yang susah dijangkau karena akan mengeluarkan biaya lebih untuk logistik serta mengurangkan kelancaran perjalanan dalam pariwisata. Terutama di wilayah Timur Indonesia yang masih kurang adanya bandara, pelabuhan, jalan, dan hotel. Serta kurangnya konektivitas di dalam dan antar pulau yang berkemungkinan terdapat wilayah wisata menarik namun masih sulit dijangkau.

Pada tahun yang sama yakni 2015 sektor pariwisata Indonesia berkontribusi sebesar 4% dari total perekonomian. Pada tahun 2019, pemerintah Indonesia menargetkan menjadi 8% dari PDB, hal ini dianggap menjadi target yang ambisius yang mengimplikasikan dalam kurun waktu 4 tahun.

Saat ini pemerintahan akan berfokus pada perbaikan infrastruktur (termasuk infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi), akses, kesehatan dan

kebersihan. Melakukan pengembangan dan pembenahan pada 10 tempat destinasi wisata prioritas (Borobudur, Mandalika, Labuan Bajo, Bromo-Tengger-Semeru, Kepulauan Seribu, Toba, Wakatobi, Tanjung Lesung, Morotai, dan Tanjung Kelayang). Menggunakan konsep *single destination single management*. Untuk kali ini pemerintah membentuk badan otoritas nasional dalam mengelola destinasi prioritas tersebut.

Selain melakukan pembenahan terhadap tempat pariwisata, Pemerintah Indonesia juga melakukan kebijakan lainnya seperti: pada tahun 2015 pemerintah memberikan tambahan Akses Bebas Visa ke Indonesia kepada warga di 45 negara (Peraturan Presiden No. 69/2015 Tentang Bebas Visa Kunjungan) guna untuk meeningkatkan jumlah wisatawan. Pemerintah juga memberikan peraturan baru tentang kapal-kapal pesiar dan Yacht. Peraturan ini menghapuskan kewajiban cabotage untuk kapal-kapal pesiar dan yacht internasional, yang berarti bahwa kapal-kapal pesiar internasional kini bisa menaikkan dan menurunkan penumpang di lima pelabuhan Indonesia, seperti: Tanjung Priok (Jakarta), Tanjung Perak (Surabaya), Belawan (Medan), Soekarno-Hatta (Makassar), dan Benoa (Bali). Sebelum ada peraturan baru ini, hanya kapal-kapal Indonesia yang diizinkan secara legal untuk menaikkan dan menurunkan penumpang di perairan Indonesia. Pemerintah juga sedang gencar melakukan promosi pariwisata Indonesia melalui program Kampanye Wonderful Indonesia dan Pesona Indonesia.

Semua upaya pemerintah dalam meningkatkan dunia pariwisata di Indonesia memberikan hasil baik. Terbukti dengan data peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) dalam survey terbarunya menyebutkan bahwa :

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Asing

No.	Tahun	Wisatawan Jumlah Asing
1.	2013	8,80 Juta
2.	2014	9,44 Juta
3.	2015	10,41 Juta
4.	2016	11,52 Juta
5.	2017	14,04 Juta

Sumber data: Data Badan Pusat Statistik (BPS)

Jumlah wisatawan tersebut di atas menunjukkan bahwa Indonesia mengalami kenaikan jumlah wisatawan asing setiap tahunnya. Angka kenaikan tersebut bukan hanya berdampak baik bagi perusahaan pariwisata, namun juga berdampak baik bagi perusahaan perhotelan. Karena setiap wisatawan asing yang berdestinasi ke Indonesia pasti membutuhkan penginapan seperti villa atau hotel. Jadi, semakin banyak jumlah wisatawan asing yang berdestinasi ke Indonesia, maka semakin tinggi pula jumlah pengunjung hotel dan villa.

Namun, kenaikan jumlah wisatawan asing tersebut tidak dapat menjadi tolak ukur suatu perusahaan pariwisata dan perhotelan dalam menilai suatu kinerja keuangannya. Manajemen keuangan perusahaan pariwisata dan perhotelan yang telah *go public* wajib memaparkan laporan keuangan secara jelas, sistematis, mudah dipahami, relevan, dan transparan. Guna sebagai bahan pengambilan keputusan investor dalam menginvestasikan dananya. Guna sebagai bahan perhitungan untuk menganalisis kinerja keuangan suatu perusahaan dengan menggunakan analisis rasio keuangan diantaranya, Rasio Likuiditas, Rasio Rasio Aktivitas, Rasio Solvabilitas, dan Rasio Profitabilitas.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PARIWISATA DAN HOTEL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE TAHUN 2014-2017”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Kinerja Keuangan Perusahaan Pariwisata dan Hotel yang Terdaftar di BEI periode tahun 2014-2017 ditinjau dari Rasio Likuiditas, Rasio Aktivitas, Rasio Solvabilitas, dan Rasio Profitabilitas.

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan Pariwisata dan Hotel yang terdaftar di BEI periode tahun 2014-2017 ditinjau dari Rasio Likuiditas, Rasio Aktivitas, Rasio Solvabilitas, dan Rasio Profitabilitas.

1.4 Manfaat

1.4.1 Bagi Penulis

Supaya mengetahui hasil kinerja keuangan perusahaan pariwisata yang kemudian dijadikan bahan penilaian perusahaan.

1.4.2 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan guna sebagai perbaikan kinerja keuangan perusahaan.

1.4.3 Bagi Investor

Sebagai informasi kinerja keuangan suatu perusahaan kepada investor untuk mengetahui bagaimana keadaan keuangan perusahaan.

