

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan telekomunikasi di Indonesia khususnya telekomunikasi selular memiliki prospek yang tinggi. Hal ini didukung oleh rendahnya penetrasi telekomunikasi selular di Indonesia. Berdasarkan data tahun 2006, penetrasi telekomunikasi selular di Indonesia 30% (lihat tabel 1.1). Jumlah ini masih lebih tinggi jika dibandingkan dengan India yang penetrasi telekomunikasi selularnya sebesar 28%. Meskipun demikian, jumlah ini masih sangat rendah jika dibandingkan dengan negara tetangga khususnya Singapura dan Malaysia yang penetrasi telekomunikasi selularnya mencapai 98% dan 81%.

Menurut *Frost & Sullivan*, sebuah lembaga riset internasional, penetrasi pasar telekomunikasi di Indonesia untuk tahun 2009 mencapai 63 %. Jumlah ini meningkat 62,16% dibandingkan dengan tahun 2006 yang mencapai 37% (30% untuk telepon selular dan 7% untuk telepon tetap, lihat tabel 1.1). Meskipun demikian, karena kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa rata-rata pengguna pengguna aktif di Indonesia memiliki 1,3 kartu SIM, maka penetrasi pasar sebenarnya masih berada pada kisaran angka 40%.

Penetrasi pelanggan yang rendah tidak berarti jumlah keseluruhan pelanggan telekomunikasi selular rendah. Menurut hasil perhitungan yang dilakukan oleh *Wireless Intelligent* pada bulan Juni 2008, jumlah pelanggan selular di Indonesia menempati peringkat keenam dunia dengan jumlah pelanggan selular mencapai 135 juta pelanggan (lihat tabel 1.2). Posisi pertama diduduki oleh China dengan 585 juta pelanggan, kemudian India di peringkat dua dengan 291 juta pelanggan.

Tabel 1.1
Penetrasi Telekomunikasi di Beberapa Negara

Negara	Penetrasi	
	Telepon Tetap	Telepon Selular
Singapura	43%	98%
Malaysia	21%	81%
Thailand	11%	55%
China	27%	33%
Jepang	48%	70%
Korea	46%	81%
Indonesia	7%	30%
India	2%	28%
Philipina	4%	44%
Pakistan	20%	-
Vietnam	19%	-

Sumber: <http://www.wordpress.com>
2006

Tabel 1.2
Sepuluh Negara dengan Jumlah Pengguna Telepon Selular Terbesar Versi
Wireless Intelligent

No	Negara	Jumlah Pengguna Telepon Selular
1	China	585 Juta
2	India	291 Juta
3	Amerika	259 Juta
4	Rusia	172 Juta
5	Brazil	144 Juta
6	Indonesia	135 Juta
7	Jepang	103 Juta
8	Jerman	103 Juta
9	Italia	90 Juta
10	Pakistan	86 Juta

Sumber: <http://www.detiknet.com>
2008

Besarnya konsumsi teknologi komunikasi serta masih rendahnya penetrasi selular mendorong munculnya perusahaan-perusahaan di bidang telekomunikasi di Indonesia yang saling bersaing dalam menyediakan sarana dan prasarana komunikasi, baik untuk komunikasi suara, video maupun data. Dibandingkan dengan negara-negara lain, Indonesia merupakan negara dengan jumlah operator selular terbesar di dunia. Hingga tahun 2009, sudah ada sepuluh operator selular, baik yang

berlisensi *mobile selular* maupun FWA, yang melayani 225 juta masyarakat Indonesia (lihat tabel 1.3). Jumlah ini mengungguli China dan India yang hanya memiliki 3 dan 5 operator, padahal jumlah penduduk Indonesia jauh lebih sedikit dibandingkan kedua negara tersebut (lihat tabel 1.4).

Tabel 1.3
Operator Selular, Lisensi Teknologi, Produk dan Jumlah Pelanggan Selular

No	Operator Selular	Lisensi Teknologi	Produk	Jumlah Pelanggan Selular
1	PT. Telkomsel	GSM Mobile Selular	kartuHALO, Kartu AS, simPATI	58 juta
2	PT. Indosat	GSM/CDMA Mobile & FWA	IM3, Matrix, Mentari, StarOne	32 juta
3	PT. Excelcomindo	GSM Mobile Selular	Jempol, Bebas, XPLOR	24 juta
4	PT. Telkom	CDMA FWA	Flexi	9 juta
5	PT. Bakrie	CDMA FWA	Esia, Wifone	6 juta
6	PT. Mobile-8	CDMA Mobile & FWA	Fren, Hepi	4 juta
7	PT. HCPT	GSM Mobile Selular	3	2.3 juta
8	PT. Sinarmas	CDMA Mobile Selular	Smart	1 juta
9	PT. NTS	GSM Mobile Selular	Axis	600 ribu
10	PT. Sampoerna	CDMA Mobile Selular	Ceria	400 ribu

Sumber: Kumpulan berbagai sumber
2008

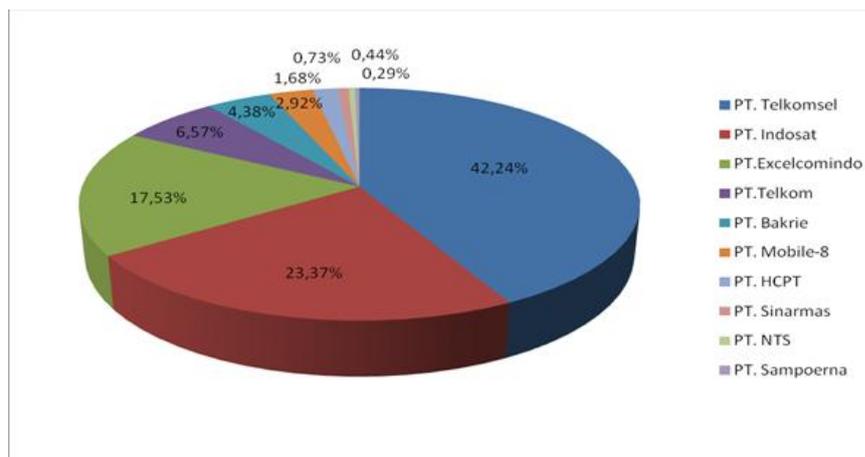
Tabel 1.4
Perbandingan Jumlah Operator Selular dengan Jumlah Penduduk di Beberapa Negara

No	Negara	Jumlah Operator	Jumlah Penduduk
1	China	3	1.300 juta
2	India	5	1.080 juta
3	Indonesia	10	225 juta
4	Pakistan	5	154 juta
5	Philipina	4	86 juta
6	Korea Selatan	4	48 juta
7	Malaysia	3	25 juta
8	Taiwan	3	23 juta
9	Hongkong	6	7 juta
10	Singapura	3	4 juta

Sumber: <http://www.wordpress.com>
2008

Kesepuluh operator selular seperti yang disebutkan dalam tabel 1.3 saling bersaing untuk menguasai pangsa pasar selular di Indonesia. Hingga tahun 2008, *market share* operator selular di Indonesia masih dikuasai oleh Telkomsel, Indosat dan Excelcomindo. Ketiga perusahaan yang berlisensi *mobile selular* ini menguasai 83,14% dari keseluruhan *market share* operator selular di Indonesia (lihat bagan 1.1). Operator selular lain yang juga berlisensi *mobile selular* mempunyai peluang yang sangat kecil untuk menguasai pangsa pasar karena perbandingan jumlah pelanggan yang sangat jauh dibandingkan dengan ketiga operator penguasa tersebut. Sementara itu Telkom dan Bakrie, dua operator yang berlisensi FWA yang dikuasai oleh teknologi *Code Division Multiple Access* (CDMA), menguasai 10,59% *market share* operator selular di Indonesia. Keunggulan dari CDMA adalah lebih memiliki masa depan dari sisi *capital expenditure* (CAPEX) dan *operation expenditure* (OPEX) yang jauh lebih murah dibandingkan dengan operator GSM.

Bagan 1.1
Komposisi *Market share* Operator Selular di Indonesia



Sumber: Kumpulan berbagai sumber
2008

Bakrie Telecom Tbk (BTEL) merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi di Indonesia yang memiliki kesempatan untuk menjaring para calon pelanggan selular potensial. Perusahaan yang didirikan pada tahun 1993 dengan nama PT. Radio Telepon Indonesia dan berganti nama menjadi Bakrie Telecom Tbk (BTEL) pada tahun 2003 ini menyediakan layanan jaringan tetap lokal tanpa kabel dengan mobilitas terbatas (*fixed wireless access (FWA) with limited mobility*) berteknologi CDMA 2000 1x dengan merek dagang Esia.

Bakrie Telecom Tbk (BTEL) mampu menguasai sekitar 6,29% pelanggan selular di Indonesia atau sekitar 7,3 juta pelanggan hingga akhir 2008. Jumlah ini meningkat 62,22% dari tahun sebelumnya yang hanya 4,5 juta pelanggan. BTEL bahkan menargetkan jumlah pelanggan tumbuh menjadi 10,5 juta pelanggan pada tahun 2009 dan 14 juta pelanggan pada tahun 2010. Hal ini ditunjang dengan pengembangan daerah layanan di berbagai kota di Indonesia seperti: Manado, Balikpapan, Pontianak, Jambi, Pematang Siantar, dan Cilacap.

Berbagai penghargaan bergengsi diraih Bakrie Telecom Tbk (BTEL) sebagai bukti kesuksesan manajemennya, antara lain:

1. “*Investor Awards 2008*” sebagai Emiten dengan Kinerja Terbaik di sektor Infrastruktur dari Majalah Investor (April 2008).
2. “*Indonesia Golden Ring Awards 2008*” sebagai *The Most Innovative Marketing Program* dari para wartawan Telekomunikasi (April 2008).
3. Lima penghargaan “*The Best Contact Center 2008*” dari *Indonesian Contact Center Association* (Mei 2008):
 - *Platinum Award* untuk “*The Best Contact Center Contribution*”
 - *Gold Award* untuk “*The Best Contact Center Operational*”

- Dua *Gold* dan *Silver Award* untuk “*The Best Manager & Supervisor*”
4. “*The Most Promising Service Provider of The Year*” dari *Frost & Sullivan Asia Pacific ICT Awards* (Mei 2008). Bakrie Telecom merupakan penerima award dari Indonesia pertama sepanjang sejarah *Frost & Sullivan ICT Awards* yang pada tahun 2008 dilaksanakan untuk kelima kalinya.
 5. Dua penghargaan “*Indonesian Cellular Show Awards 2008*” (Juni 2008):
 - Untuk kategori “*The Best Tariff*”
 - Untuk kategori “*The Best CDMA Operator*” atas kriteria inovasi, pertumbuhan pelanggan, kinerja, kualitas suara dan layanan kepada pelanggan
 6. “*The Most Prospective Brand in Indonesia*” untuk kategori *CDMA Cellular Provider* dari Majalah SWA dan MARS (Agustus 2008).
 7. “*Indonesian Customer Satisfaction Awards (ICSA) 2008*” untuk kategori *SIM Card Prabayar* dan *FWA Pascabayar* dari majalah SWA dan Frontier (September 2008).
 8. “*Best Achievement*” untuk kategori FWP dari *BRTI Awards*. (November 2008)
 9. Pemenang *Top Brand Award 2009* untuk kategori Kartu CDMA Prabayar & Pascabayar. Penghargaan ini menunjukkan posisi dan kinerja ESIA sebagai merek yang sangat kuat dalam benak konsumen sehingga mampu berada pada “*Top of Mind Share, Top of Market Share, dan Top of Commitment Share*”.

Prospek perusahaan yang baik serta kesuksesan manajemen Bakrie Telecom Tbk (BTEL) seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, menjadi daya tarik yang tersendiri bagi para investor. Dalam menentukan pilihan investasinya, para investor dapat melakukan analisis laporan keuangan sebagai salah satu cara untuk menilai kondisi keuangan perusahaan. Menurut John J Wild (2005), analisis laporan

keuangan terdiri atas analisis akuntansi dan analisis keuangan. Analisis akuntansi merupakan proses evaluasi sejauh mana akuntansi perusahaan mencerminkan realita ekonomi. Menurut Dwi Martiani (2009), analisis yang dilakukan sebelum melakukan analisis keuangan atas laporan keuangan perusahaan ini diperlukan karena beberapa faktor antara lain: kelemahan standar akuntansi, penggunaan estimasi manajemen, karakteristik kualitatif laporan keuangan, serta adanya *earning management*. Sedangkan analisis keuangan merupakan penggunaan laporan keuangan untuk menganalisis posisi dan kinerja keuangan perusahaan serta untuk menilai kinerja keuangan di masa depan. Menurut Dwi Prastowo dan Rifka (2008:5), tujuan pertama pelaporan keuangan adalah menyediakan informasi yang bermanfaat kepada investor, kreditor dan pemakai lainnya, baik yang sekarang maupun pemakai potensial dalam pembuatan keputusan investasi, kredit, dan keputusan sejenis lainnya secara rasional. Beberapa alat yang dapat digunakan dalam melakukan analisis laporan keuangan antara lain: analisis laporan keuangan komparatif, analisis laporan keuangan berukuran sama (*common-size*), dan analisis rasio.

Beberapa penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa analisis laporan keuangan khususnya analisis rasio keuangan bermanfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan. Menurut Winakor dan Smith (1930), Altman (1968), Dambolena dan Khoury (1980), Whittred dan Zimmer (1984), Robertson (1985), serta Thomson (1991), rasio keuangan dapat memprediksi kebangkrutan perusahaan. Sedangkan menurut O'conner (1973), Ou dan Penman (1989), Barlev dan Livnal (1990), serta Nuraini (2000), rasio keuangan dapat memprediksi keuntungan saham. Sementara itu Freeman dkk (1982), Penman (1992), Machfoedz (1994), serta Zainudin dan Hartono (1999) menyatakan bahwa rasio keuangan dapat memprediksi perubahan laba.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis bermaksud mengevaluasi kinerja keuangan Bakrie Telecom Tbk (BTEL) dengan mengambil judul “**Analisis Akuntansi dan Keuangan untuk Mengevaluasi Kinerja Keuangan Bakrie Telecom Tbk (BTEL) Tahun 2005-2008**”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka topik permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana kinerja keuangan Bakrie Telecom Tbk (BTEL) untuk tahun 2005-2008 berdasarkan hasil analisis akuntansi dan analisis keuangan?”

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah “untuk mengetahui bagaimana kinerja keuangan Bakrie Telecom Tbk (BTEL) untuk tahun 2005-2008 berdasarkan hasil analisis akuntansi dan analisis keuangan”.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat mempertajam kemampuan penulis dalam menganalisis laporan keuangan.
2. Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi (mengenai) pencapaian hasil keuangan, profitabilitas dan prospek perusahaan dalam kaitannya dengan keputusan akuisisi, merger dan divestasi.

3. Bagi Investor dan Kreditor, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi kinerja keuangan Bakrie Telecom Tbk (BTEL) tahun 2005-2008 sebagai bahan masukan dalam rangka menentukan keputusan investasi dan pemberian kredit.