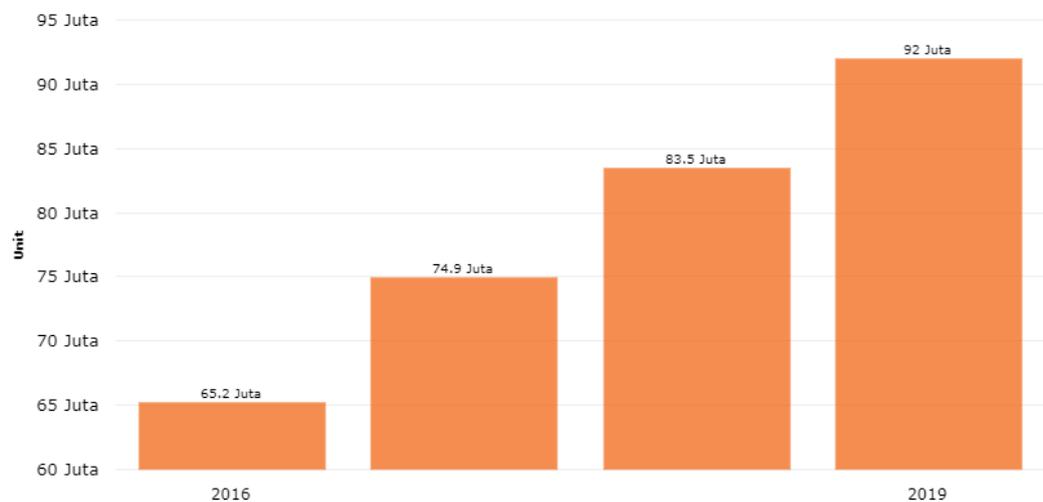


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Dalam beberapa tahun ini tidak dapat dipungkiri bahwa pengguna *smartphone* di Indonesia meningkat pesat setiap tahunnya, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga lanjut usia pun menggunakan *smartphone*. Saat ini penggunaan *smartphone* tidak hanya untuk melakukan komunikasi saja, dapat juga digunakan untuk hiburan, konektivitas, pekerjaan, dan kegiatan lainnya.



Gambar 1.1

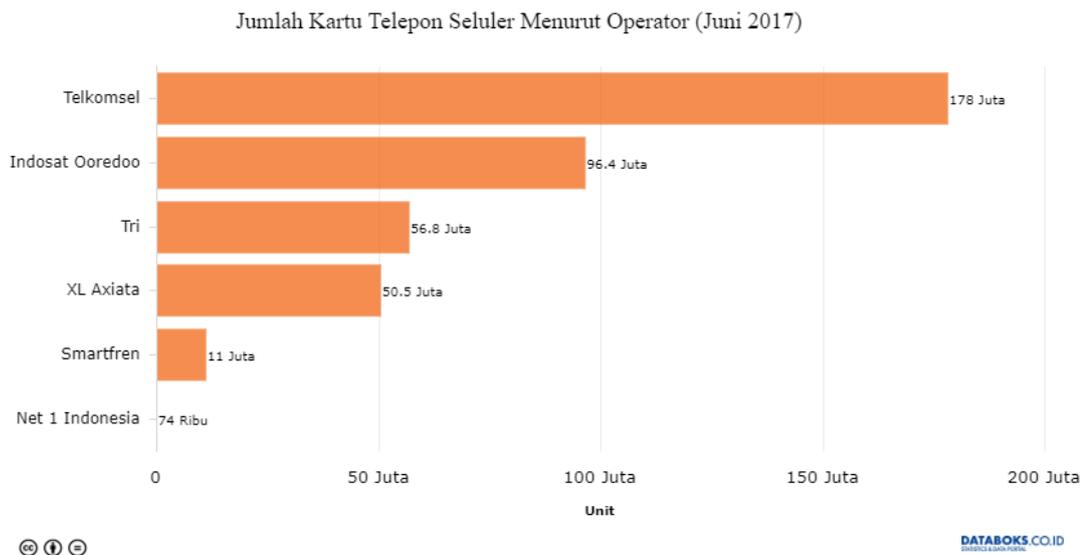
Data pengguna *smartphone* di Indonesia

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/08/pengguna-smartphone-di-indonesia-2016-2019>

Smartphone berbeda dengan telepon genggam, bila telepon genggam hanya bisa digunakan untuk melakukan panggilan suara (telepon) dan pesan singkat, lain halnya dengan *smartphone*. *Smartphone* dibekali dengan lebih banyak fitur yang dapat memanjakan para penggunanya. *Smartphone* dapat melakukan panggilan telepon, mengirim pesan teks, gambar, suara, dokumen, video dan hal lainnya dengan biaya yang lebih murah dan lebih mudah daripada telepon genggam. Selain itu *smartphone* dibekali dengan kamera yang sangat memumpuni, menyediakan browser, layar yang lebar sehingga lebih memudahkan para penggunanya.

Pesatnya penggunaan *smartphone* di Indonesia membuat banyak perusahaan operator telekomunikasi bersaing merebut pangsa pasar, meningkatkan jumlah pengguna, dan mempertahankan pengguna yang sudah ada.

Berikut ini adalah daftar operator seluler yang ada di Indonesia beserta penggunaannya pada tahun Juni 2017.



Gambar 1.2

Data penyedia operator telekomunikasi beserta pengguna di Indonesia

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/10/12/berapa-jumlah-kartu-telepon-seluler-yang-beredar>

Perusahaan-perusahaan penyedia operator telekomunikasi terus bersaing dan berusaha untuk bertahan dalam persaingan pasar dengan cara melakukan penawaran produk yang membuat para konsumen tertarik seperti paket data seluler yang murah, kuota berbagai ukuran, dan juga sinyal yang menjangkau hingga ke pelosok negeri.

Dalam situasi seperti ini akan memacu sebuah perusahaan untuk terus melakukan inovasi dan strategi agar perusahaan bisa bertahan dan bersaing dengan perusahaan lainnya. Strategi yang tepat akan menjadi salah satu kunci agar perusahaan tetap bertahan didalam persaingan yang ketat bahkan akan membawa perusahaan lebih berkembang. Untuk menjadi perusahaan yang besar dan kuat dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya melalui

pengembangan usaha. Salah satu langkah yang dapat dilakukan dalam pengembangan usaha adalah merger dan akuisisi.

Alasan lain sebuah perusahaan melakukan merger atau akuisisi adalah untuk melakukan diversifikasi. Melalui merger atau akuisisi, perusahaan dapat melakukan diversifikasi produk bisnis tanpa harus memulainya dari nol (awal). Secara keseluruhan, perusahaan yang melakukan merger atau akuisisi juga bisa meminimalisir tingkat risiko karena risikonya dibagi kepada kedua belah pihak. perusahaan juga melakukan merger atau akuisisi bertujuan untuk menghemat biaya pajak.

Selain untuk ekspansi bisnis, perusahaan melakukan merger bisa jadi dikarenakan untuk mengatasi masalah yang dialami oleh perusahaan tersebut, misalnya masalah sumber daya manusia, minimnya modal, masalah keuangan, dan masalah lainnya. Banyak perusahaan melakukan merger atau akuisisi untuk memperbaiki manajemennya, dan pada akhirnya kembali untuk kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

Sebuah perusahaan melakukan merger atau akuisisi biasanya pertanda bahwa perusahaan tersebut sudah berada pada titik jenuh dengan kondisi bisnisnya saat ini. Terkadang adanya ancaman bangkrut juga bisa semakin mendorong sebuah perusahaan untuk melakukan merger atau akuisisi. Kamaludin (2015) menuliskan bahwa terdapat 13 alasan perusahaan melakukan merger dan akuisisi yaitu nilai sinergi, modal kerja, finansial, penjualan, manajemen profesional, kompetisi efektif, skala ekonomi, persaingan, posisi pemegang saham, resiko industri baru, kapasitas utang, penyebaran resiko, pertumbuhan.

Serfianto, R., Hariyani, I. & Citra Yustisia C. (2011) mengatakan bahwa ada dua cara untuk perusahaan melakukan pengembangan agar bisa tetap bersaing yaitu melalui pengembangan dari dalam (*internal growth*) dan pengembangan dari luar (*external growth*). Pengembangan dari dalam dilakukan dengan cara meningkatkan dari sumber daya yang sudah dimiliki perusahaan itu sendiri, sedangkan pengembangan dari luar dilakukan dengan memeluas (ekspansi) usaha dengan merger / akuisisi baik dengan perusahaan dalam satu bidang industri yang sama maupun dengan perusahaan dalam bidang industri yang berbeda.

Utami (2011) mendefinisikan bahwa ukuran keberhasilan akuisisi sebagai satu kegiatan strategi dapat dilihat baik melalui pencapaian *market share* maupun dari pencapaian yang lebih baik atas rasio-rasio keuangan di antaranya: rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas. Rasio keuangan menggambarkan kepada penganalisis tentang baik buruknya keadaan atau posisi keuangan suatu perusahaan terutama apabila angka rasio tersebut diperbandingkan dengan angka rasio perbandingan yang digunakan sebagai standar. Munawir (2007) mendefinisikan bahwa analisis rasio keuangan adalah teknik untuk menganalisis hubungan dari pos tertentu dalam neraca atau laporan laba rugi secara individual atau kombinasi dari kedua laporan tersebut. Menurut Harahap (2006) bahwa analisis laporan keuangan adalah menguraikan pos-pos laporan keuangan menjadi unit-unit informasi yang lebih kecil dan melihat hubungannya yang bersifat signifikan atau yang mempunyai makna antara satu dengan yang lain baik antara data kuantitatif maupun data non kuantitatif

dengan tujuan untuk mengetahui kondisi keuangan lebih dalam yang sangat penting dalam proses menghasilkan keputusan yang tepat. Dengan demikian membandingkan kinerja perusahaan sebelum dan sesudah akuisisi akan dapat diketahui apakah akuisisi dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan atau tidak.

PT. XL Axiata Tbk (dahulu PT. Excelcomindo Pratama Tbk), atau disingkat XL, adalah sebuah perusahaan operator telekomunikasi seluler di Indonesia. XL mulai beroperasi secara komersial pada tanggal 8 Oktober 1996, dan merupakan perusahaan swasta pertama yang menyediakan layanan telepon seluler di Indonesia. XL memiliki dua lini produk GSM, yaitu XL Prabayar dan XL Pascabayar. Selain itu XL juga menyediakan layanan korporasi yang termasuk *Internet Service Provider (ISP)* dan VoIP. (<https://www.xl.co.id/about-us/our-company>)

PT. XL Axiata Tbk. didirikan pada tanggal 6 Oktober 1989 dengan nama PT. Grahametropolitan Lestari, bergerak di bidang perdagangan dan jasa umum. Enam tahun kemudian, Perseroan mengambil suatu langkah penting seiring dengan kerja sama antara Rajawali Group – pemegang saham PT. Grahametropolitan Lestari – dan tiga investor asing (NYNEX, AIF, dan Mitsui). Nama Perseroan kemudian berubah menjadi PT. Excelcomindo Pratama Tbk dengan bisnis utama di bidang penyediaan layanan teleponi dasar. (<https://www.xl.co.id/about-us/our-company>)

Pada tahun 1996, XL mulai beroperasi secara komersial dengan fokus cakupan area di Jakarta, Bandung dan Surabaya. Hal ini menjadikan XL

sebagai perusahaan tertutup pertama di Indonesia yang menyediakan jasa teleponi dasar bergerak seluler. Bulan september 2005 merupakan suatu tonggak penting untuk Perseroan. Dengan mengembangkan seluruh aspek bisnisnya, XL menjadi perusahaan publik dan tercatat di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia). Kepemilikan saham XL saat ini mayoritas dipegang oleh TM Internasional Berhad melalui *Indocel Holding Sdn Bhd* (83,8 %) dan *Emirates Telecommunications Corporation (Etisalat)* melalui *Etisalat International Indonesia Ltd* (16,0%). XL pada saat ini merupakan penyedia layanan telekomunikasi seluler dengan cakupan jaringan yang luas di seluruh wilayah Indonesia bagi pelanggan ritel dan menyediakan solusi bisnis bagi pelanggan korporat. (<https://www.xl.co.id/about-us/our-company>)

Pada tahun 2014 PT XL Axiata Tbk (XL) telah menyetujui keputusan untuk melakukan merger dan akuisisi dengan PT Axis Telekom Indonesia (Axis). Hal itu dilakukan XL untuk mendapatkan spectrum tambahan di 1.800 MHz agar dapat digunakan untuk membangun jaringan data. Frekuensi 1.800 MHz digunakan sebagai sumber masa depan untuk layanan 4G sehingga dengan mengakuisisi Axis adalah langkah yang strategis untuk mendapatkan frekuensi tersebut. Hingga saat ini XL telah memiliki jaringan LTE (*Long Term Evolution*) di 36 kota tersebar di Indonesia dan tentunya akan semakin digunakan lagi ke depannya. (<http://www.tribunnews.com> , <https://finance.detik.com> , <https://techno.okezone.com> , <https://tekno.kompas.com>)

PT Axis Telekom Indonesia (Axis) setuju di akuisisi oleh PT XL Axiata Tbk (XL) karena sejak awal tahun 2013, pemegang saham perusahaan Axis sudah tidak lagi mengucurkan dana sehingga Axis mengalami kesulitan aspek keuangan termasuk membayar BHP Frekuensi. Bila tak ada penyelamatan, Axis kemungkinan tidak akan mampu membayar Bea Hak Penggunaan (BHP) Frekuensi kepada pemerintah. Itu artinya, negara terancam tidak mendapat pemasukan. Selain itu, 17 juta pelanggan Axis akan terancam tidak bisa menikmati layanan Axis. Sehingga, secara tidak langsung penyelamatan Axis juga menyelamatkan pelanggan.

(<https://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/02/17/1344015/Merger.dan.Akuisisi.Selamatkan.Axis.>)

Dengan pengalaman lebih dari 22 tahun beroperasi di pasar Indonesia, PT XL Axiata Tbk. (XL) merupakan salah satu penyedia layanan seluler terkemuka di Indonesia. Saat ini, XL dipandang sebagai salah satu penyedia layanan seluler untuk data dan teleponi terkemuka di Indonesia.

Oleh karena itu peneliti ingin mengangkat topik bagaimana perbedaan kinerja keuangan perusahaan sebelum dan sesudah merger dan akuisi dengan studi kasus PT. XL Axiata Tbk. (XL) dan PT. Axis Telekom Indonesia (Axis) dengan melihat kondisi keuangan dan membandingkan rasio-rasio keuangan seperti *current ratio*, *leverage ratio*, *debt to equity ratio*, *total asset turn over*, *operating margin ratio*, *return on asset*, *net profit margin ratio*, *return on equity*. Penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti terdahulu seperti oleh Hamungkasi (2017), Ismawati & Budiwinarto (2015), Utami (2011),

Gunawan & Sukartha (2013), Aulina (2011), Esterlina & Firdausi (2017), Novaliza & Djajanti (2013), Aprilita, Tjandrakirana, Aspahami (2013), Sundari (2016), Aprilia (2015) dengan cara membandingkan kinerja finansial perusahaan yang melakukan akuisisi dengan menggunakan rasio keuangan. Hasil penelitian Hamungkasi (2017) menunjukkan bahwa ada dua rasio yang memiliki perbedaan secara signifikan yaitu *debt to equity ratio* dan *debt to total asset ratio*. Sedangkan untuk rasio lainnya tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Utami (2011), Gunawan & Sukartha (2013), Novaliza & Djajanti (2013), Aprilita & Aspahami (20xx), Sundari (2016), Aprilia (2015) yang menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada kinerja keuangan antara sebelum dan sesudah merger dan akuisisi.

Dari bukti-bukti empiris hasil penelitian yang sudah ada, peneliti ingin mengetahui apakah akuisisi yang dilakukan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, khususnya jika dilihat dari periode tertentu dan bagaimanakah sebenarnya kinerja perusahaan yang melakukan akuisisi. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan merger dan akuisisi pada perusahaan PT. XL Axiata Tbk (XL) yang mengakuisisi PT. Axis Telekom Indonesia (Axis) dengan judul **“Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan yang Melakukan Akuisisi Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**

(Studi kasus PT. XL Axiata Tbk. (XL) dan PT. Axis Telekom Indonesia

(Axis))

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan dari latar belakang diatas, dapat dirumuskan rumusan masalah yang telah diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi keuangan berdasarkan rasio-rasio keuangan pada perusahaan PT. XL Axiata Tbk. (XL) sebelum mengakuisisi PT. Axis Telekom Indonesia (Axis)?
2. Bagaimana kondisi keuangan berdasarkan rasio-rasio keuangan pada perusahaan PT. XL Axiata Tbk. (XL) setelah mengakuisisi PT. Axis Telekom Indonesia (Axis)?
3. Apakah terdapat perbedaan kondisi keuangan sebelum dan sesudah akuisisi pada perusahaan PT. XL Axiata Tbk. (XL)?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan dari penelitian diatas, dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Dapat mengetahui kondisi keuangan berdasarkan rasio-rasio keuangan pada PT. XL Axiata Tbk. (XL) sebelum mengakuisisi PT. Axis Telekom Indonesia (Axis).
2. Dapat mengetahui kondisi keuangan berdasarkan rasio-rasio keuangan PT. XL Axiata Tbk. (XL) setelah mengakuisisi PT. Axis Telekom Indonesia (Axis).
3. Dapat mengetahui perbedaan kondisi keuangan sebelum dan sesudah akuisisi pada perusahaan PT. XL Axiata Tbk. (XL).

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Setelah dilakukan penelitian ini diharapkan bisa berguna dan bermanfaat bagi :

A. Perusahaan

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan lain agar mereka mengetahui bagaimana dampak untuk kondisi perusahaan setelah merger dari 2 perusahaan, sehingga perusahaan sudah siap dengan risiko-risiko yang akan dihadapi bila melakukan akuisisi.

B. Investor

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi para investor karena dengan analisis rasio keuangan dapat diketahui bagaimana kondisi keuangan perusahaan yang dimerger yang akan menjadi tempat mereka untuk berinvestasi apakah layak atau tidak layak untuk di investasikan dan investor juga lebih paham apa saja risiko-risiko yang akan dialami oleh perusahaan sehingga tidak perlu khawatir akan investasi yang akan mereka tanamkan di perusahaan ini.

C. Pemegang saham

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pemegang saham yang ingin melakukan ekspansi perusahaan dengan melakukan akuisisi atau merger karena mereka akan terkena dampak dari kebijakan merger tersebut sehingga mereka akan lebih paham apa saja risiko-risiko yang akan terjadi setelah merger dan bagaimana mengatasipasinya.

D. Manajemen perusahaan

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak internal khususnya dari segi manajemen perusahaan yang terkena dampak merger, mereka diharapkan dapat menyiapkan strategi-strategi yang tepat untuk mengatasi risiko dari merger dua perusahaan yang berarti penyatuan dua manajemen yang berbeda menjadi satu manajemen saja.

