

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pada era digital ini, dengan perkembangan teknologi sangat pesat dan berdampak pada perkembangan telekomunikasi di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengguna internet dan alat telekomunikasi yang terus meningkat. Pengguna internet dan alat telekomunikasi bukan anak muda saja melainkan semua kalangan. Menurut Bohang (2018) sebanyak 49,52 persen pengguna internet antara lain usia 19 hingga 34 tahun, 29,55 persen usia 35 hingga 54 tahun, 16,68 persen oleh remaja berusia 13 hingga 18 tahun, dan 4,24 persen oleh orang tua di atas 54 tahun. Peningkatan pengguna dibuktikan dengan meningkatnya pengguna *smartphone* dari tahun 2017 sebesar 143 juta pengguna menjadi 175 juta pengguna pada tahun 2019, kenaikan sebesar 32 juta atau 22,37 persen (Muslim, 2019).

Perkembangan sektor telekomunikasi dapat juga dilihat dengan munculnya *e-commerce* dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan telekomunikasi sehingga banyak perusahaan yang kegiatan usahanya dari toko secara fisik menjadi toko secara *online*. Silvi (2017) menyatakan bahwa salah satu keuntungan *e-commerce* adalah adanya pengurangan biaya operasional. Biaya operasional yang dimaksud adalah biaya pencahayaan, penyewaan, penempatan, dan penyimpanan ulang toko. Adanya pendapat lain yang meyakinkan bahwa biaya operasional memang menjadi faktor pendukung dari kemunculan *e-commerce* yaitu menurut Softwareseni (2019) bahwa biaya operasional menjadi *entry barrier* bagi pelaku bisnis untuk masuk ke pasar.

Karena biaya operasional sudah dapat berkurang, maka akan banyak pemain baru yang bermunculan di pasar.

E-commerce sendiri memiliki potensi yang sangat besar di Indonesia dan bahkan bisa menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia ke depannya (Kominfo, 2015). Bisa dikatakan menjadi tulang punggung perekonomian karena perkembangan *e-commerce* Indonesia merupakan tercepat di dunia, dengan pertumbuhan 78 persen pada tahun 2018, pengguna internet yang banyak juga mendukung *e-commerce* untuk berkembang (Widowati, 2019). Banyaknya *e-commerce* bukan hanya didukung dari berkurangnya biaya operasional dan modal dari bisnis tersebut, melainkan dari pergantian gaya hidup masyarakat Indonesia yang sekarang menyukai belanja *online*. Pergantian gaya hidup ini dapat dibuktikan dengan adanya inovasi teknologi dan informasi di berbagai sektor, maka menjadi merubah gaya hidup masyarakat menjadi gaya hidup yang konsumtif (Muzakir, 2018).

Banyaknya *e-commerce* yang bermunculan memiliki ide yang sangat inovatif, dengan begitu pemerintah mendukung penuh pertumbuhan *e-commerce*. Menurut Kominfo (2015) bahwa pada tahun 2020, revolusi bisnis *online* Indonesia diprediksi akan meningkatkan Pendapatan Domestik Bruto sebesar 22 persen. Melihat perkembangan *e-commerce* di Tiongkok, maka memungkinkan hal yang sama terjadi di Indonesia, karena Indonesia dan Tiongkok memiliki karakter yang serupa. Rudiantara selaku Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dan merupakan profesional di bidang telekomunikasi juga berharap bahwa *e-commerce* dapat terus dikembangkan dan mendukung perekonomian Indonesia dan dapat menjadi

kekuatan ekonomi baru dunia pada tahun 2020 (Kominfo, 2015). Selain di bidang bisnis atau *e-commerce*, telekomunikasi juga sudah sangat melekat dalam kegiatan sehari – hari, seperti seseorang sangat mudah untuk mendapatkan informasi, berkomunikasi, berbisnis, belajar, dan menikmati hiburan. Tidak hanya oleh perorangan, tetapi telekomunikasi juga digunakan oleh lembaga pemerintah, organisasi, dan lembaga pendidikan. Dengan begitu muncullah beberapa istilah seperti *e-learning*, *e-marketing*, *e-dictionary*, dan lain sebagainya (Komputeraddict, 2017).

Seperti pada era digital ini dilihat banyaknya perusahaan yang menggunakan alat pembayaran dengan alat komunikasi dan sudah tidak menggunakan uang secara fisik atau biasa disebut *cashless* atau *fintech*. Dibuktikan dengan pada tahun 2014 perusahaan mengadakan suatu *event* untuk memperkenalkan kehidupan *cashless* kepada masyarakat, pada tahun 2017 ada sekitar Rp7 triliun, awal tahun 2018 menjadi Rp12,3 triliun transaksi elektronik (Venture, 2019). *Cashless* bukan hanya untuk alat pembayaran belanja saja, tetapi masyarakat juga bisa memberikan uang untuk pengamen secara *cashless*, dengan cara *scan barcode* dengan aplikasi Gopay (Nasrulkhak, 2019). Perkembangan teknologi sangat besar, sehingga kegiatan yang biasa kita lakukan menggunakan uang secara fisik, bisa menjadi pembayaran secara *cashless*.

Perkembangan teknologi dan telekomunikasi juga dirasakan pada industri di Indonesia, karena Indonesia sedang menuju industri 4.0 yang memperkenalnya *Internet of Things* (IoT) yang memiliki tujuan agar dapat mempermudah industri dalam proses operasinya karena adanya proses komunikasi antara mesin, perangkat, sensor, dan

manusia melalui jaringan internet. Dengan adanya Indonesia menuju industri 4.0, maka pemerintah akan membantu perusahaan telekomunikasi dalam memberikan pelayanan yang terbaik karena operator telekomunikasi memegang peran yang sangat penting dalam proses Indonesia menuju industri 4.0 (Baenanda, 2019).

Melihat dari penjelasan di atas, maka perusahaan telekomunikasi menjadi sangat penting untuk mengalami kemajuan di Indonesia, maka dengan begitu akan banyak para investor yang ingin berinvestasi pada perusahaan telekomunikasi yang ada dan semakin banyaknya konsumen yang akan menggunakan provider telekomunikasi. Maka pentingnya mengetahui kinerja perusahaan telekomunikasi yang ada di Bursa Efek Indonesia untuk mengetahui manakah perusahaan yang memiliki kinerja paling baik dan akan meningkatkan daya tarik bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan telekomunikasi dan mempermudah konsumen untuk mengetahui provider telekomunikasi manakah yang akan dipilih.

Untuk mengetahui apakah kinerja perusahaan itu baik atau tidaknya, perusahaan melakukan analisis keuangan dari data keuangan yang tercatat pada laporan keuangan, alat yang biasa digunakan untuk menganalisis adalah rasio (Inggitbelajar, 2014). Rasio – rasio itu antara lain rasio profitabilitas, rasio likuiditas, rasio solvabilitas, dan rasio aktivitas.

Dalam penelitian ini, rasio yang akan digunakan adalah EVA, ROI, dan ROE. Metode EVA dan ROI digunakan karena sering terjadi kesalahan dalam mengukur kinerja perusahaan, dimana perusahaan dilihat memiliki kinerja yang baik dari satu sisi, tetapi tidak baik dari sisi lainnya. Sehingga untuk mendapatkan hasil kinerja

perusahaan yang terbaik, maka perusahaan menggunakan perbandingan dua rasio yaitu EVA dan ROI (Novia, 2018). Metode ROE digunakan karena hasilnya dapat menjadi acuan investor untuk berinvestasi (Nababan, 2018). Selain itu juga alasan lain dari penggunaan ketiga rasio tersebut karena ingin adanya pembeda dengan penelitian sebelumnya oleh (Sulistyaningsih, 2017), yang melakukan analisis kinerja keuangan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 – 2014 menggunakan metode EVA dan penelitian oleh Lahallo (2018), yang melakukan analisis kinerja keuangan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008 – 2017 dengan metode analisis laporan keuangan yang terdiri dari rasio likuiditas , rasio solvabilitas , rasio aktivitas , dan rasio profitabilitas, tetapi hanya meneliti tiga perusahaan telekomunikasi yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk , PT. Indosat Tbk , dan PT. XL Axiata Tbk.

Pada penelitian ini yang menjadi pembeda dengan penelitian sebelumnya adalah perusahaan yang akan diteliti dan metode yang digunakan. Perusahaan yang akan diteliti adalah perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia yaitu PT. XL Axiata Tbk, PT. Smartfren Telecom Tbk, PT. Indosat Tbk, dan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, yang pada penelitian lain tidak diambil keempat perusahaan tersebut, hanya mengambil beberapa perusahaan. Metode yang digunakan adalah EVA, ROI, dan ROE. Untuk periode waktu yang digunakan adalah lima tahunan yaitu tahun 2013 sampai dengan tahun 2017. Jenis penelitian ini ada komparatif, dimana dalam penelitian ini akan membandingkan kinerja perusahaan telekomunikasi manakah yang lebih baik dibandingkan dengan kinerja perusahaan telekomunikasi yang lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka penulis akan melakukan analisis kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi PT. XL Axiata Tbk, PT. Smartfren Telecom Tbk, PT. Indosat Tbk, dan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk menggunakan metode EVA, ROI, dan ROE dari laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan – perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Maka pokok permasalahan yang didapatkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi PT. XL Axiata Tbk, PT. Smartfren Telecom Tbk, PT. Indosat Tbk, dan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk menggunakan metode ROI periode 2013 – 2017.
2. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi PT. XL Axiata Tbk, PT. Smartfren Telecom Tbk, PT. Indosat Tbk, dan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk menggunakan metode ROE periode 2013 – 2017.
3. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi PT. XL Axiata Tbk, PT. Smartfren Telecom Tbk, PT. Indosat Tbk, dan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk menggunakan metode EVA periode 2013 – 2017.
4. Menganalisis kinerja keuangan perusahaan PT. XL Axiata Tbk, PT. Smartfren Telecom Tbk, PT. Indosat Tbk, dan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk dari tahun ke tahun periode 2013 – 2017.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang didapatkan di atas, maka terdapat tujuan yang penelitian ini adalah:

1. Ingin mengetahui kinerja keuangan dari perusahaan telekomunikasi PT. XL Axiata Tbk, PT. Smartfren Telecom Tbk, PT. Indosat Tbk, dan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk menggunakan metode – metode EVA, ROI, dan ROE periode 2013 – 2017.
2. Ingin mengetahui manakah perusahaan telekomunikasi yang memiliki kinerja keuangan yang lebih baik dari tahun ke tahun dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 – 2017.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan didapat dari penelitian ini , antara lain:

1. Bagi perusahaan

Manfaat yang akan didapatkan oleh perusahaan telekomunikasi yang digunakan untuk penelitian ini adalah perusahaan dapat mengetahui bagaimana kinerja perusahaan dari tahun ke tahun dan mengetahui apa saja yang menjadi kekurangan dan kelebihan dari perusahaan sehingga diharapkan bisa memberikan kemudahan dalam mengambil keputusan keuangan.

2. Bagi investor

Manfaat bagi investor dapat mengetahui kinerja perusahaan mana yang lebih baik dan memberikan nilai tambah bagi para investor sehingga diharapkan dapat mempermudah investor dalam memilih perusahaan yang memiliki kinerja terbaik.

3. Bagi penulis

Manfaat yang diterima bagi penulis adalah penulis dapat mempraktikkan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama menjalankan perkuliahan dan menganalisis laporan keuangan sebuah perusahaan telekomunikasi dan juga dapat memberikan saran atau solusi untuk permasalahan pada kinerja keuangan perusahaan tersebut.

4. Bagi pembaca

Bagi pembaca diharapkan mendapatkan ilmu dari hasil penelitian ini. Selain itu juga diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan atau pembanding bagi penelitian yang akan dilakukan oleh pembaca.

