

# Bab I

## Pendahuluan

### I.1 Latar belakang penelitian

Denison mengungkapkan bahwa suatu perusahaan dikatakan berkinerja baik dengan tolak ukur pada : (1) *capital gain*, (2) *quality*, (3) *innovation*, (4) *market*, (5) *sales growth*, dan (6) *employee satisfaction*. Umumnya kinerja perusahaan sering dilihat dari *capital gain*. *Capital gain* merupakan keuntungan dari hasil jual beli saham berupa kelebihan nilai jual dari nilai beli saham. Kondisi ini biasanya terjadi pada perusahaan yang *go public* atau perusahaan terbuka yang menjual saham di pasar modal atau bursa efek. (Suara Merdeka, 14/03/2005)

Setiap perusahaan atau lembaga yang bersifat terbuka (*go public*) dituntut memberikan kinerja yang tidak hanya bernilai bagi perusahaannya sendiri, melainkan masyarakat luas. Perusahaan terbuka belum tentu memiliki kinerja yang bagus, hal itu tergantung dari kondisi perusahaan seperti kinerja keuangan dan manajemen perusahaan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka perlu adanya penilainya yang harus dilakukan untuk menentukan sejauh mana kinerja sebuah perusahaan.

Dewasa ini salah satu alat ukur kinerja yang diyakini keandalannya adalah *Economic Value Added* (EVA). Konsep *Economic Value Added* adalah pengukuran kinerja perusahaan yang harus mempertimbangkan harapan pada penyandang dana secara adil dengan mempertimbangkan biaya modal rata – rata tertimbang (*Weighted Average Cost of Capital*). *Economic Value Added* bertujuan untuk mengukur dan juga memaksimalkan nilai dari sebuah perusahaan. EVA juga mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan alat ukur yang lain, sebagai berikut :

1. EVA merupakan suatu ukuran kinerja perusahaan yang dapat berdiri sendiri tanpa memerlukan ukuran lain misalnya perbandingan dengan menggunakan perusahaan sejenis.
2. Hasil perhitungan EVA mendorong pengalokasian dana perusahaan untuk investasi dengan biaya modal yang rendah. (Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol.7, No.1, 1-10,7/9/2007)

PT Telekomunikasi Indonesia (PERSERO) Tbk., yang selanjutnya disebut TELKOM merupakan perusahaan penyelenggara jasa telekomunikasi terbesar di Indonesia dan tengah berkembang menjadi perusahaan informasi dan komunikasi (*InfoCom*) yang menyediakan jasa dan jaringan telekomunikasi (*full service and network provider*) TELKOM menyediakan jasa *InfoCom* baik secara langsung maupun melalui perusahaan asosiasi, mencakup antara lain jasa telepon tetap (*fixed wireless*), jasa telepon – tetap nirkabel (*fixed wireless*), jasa telepon bergerak (selular), *view (Pay TV and Cable TV)*, layanan internet dan multimedia, serta layanan korporat lainnya. Perseroan saat ini sebagai pemegang saham mayoritas di PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel), PT dayamitra Telekomunikasi (Dayamitra), PT indonusa Telemedia (Indonusa), PT infomedia Nusantara (Infomedia), dan PT Graha Saran Duta (GSD). TELKOM juga merupakan pemegang saham minoritas pada beberapa perusahaan asosiasi lainnya.

Alasan penelitian memilih PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan pemimpin pasar dalam penyelenggara jasa telekomunikasi terbesar di Indonesia dan masih terus berkembang menjadi perusahaan informasi dan komunikasi (InfoCom). Dewasa ini perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi sedang marak bermunculan di negeri kita dengan meluncurkan sejumlah produk bagi pengguna telepon

selular misalnya seperti Flexi, Mentari, Im3, Star One, XL Bebas, XL Jempol, Esia, Fren, Three, Axis dan sebagainya. Untuk menghadapi semua persaingan yang berdatangan tersebut maka salah satu cara yang dapat ditempuh PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk adalah dengan membuktikan kinerja keuangannya kepada investor, masyarakat dan pihak berkepentingan lainnya. Jika kinerja keuangan perusahaan tetap baik maka investor dapat merasa aman di tengah persaingan yang terjadi antara perusahaan telekomunikasi tersebut.

Mengingat pentingnya PT Telekomunikasi Indonesia Tbk dalam menyediakan informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan, terutama untuk memenuhi keinginan pihak yang berkepentingan dan untuk mendapatkan hasil perhitungan nilai ekonomi perusahaan realistis maka digunakan *Economic Value Added* sebagai salah satu alat ukur yang menghasilkan informasi yang dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan. Dalam rangka menyediakan informasi tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Penggunaan metode *Economic Value Added* (EVA) dalam mengukur kinerja keuangan pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk.”

## **I.2 Identifikasi masalah**

Adapun masalah dalam penelitian ini yang dirumuskan sebagai berikut ini:

1. Bagaimana penilaian kinerja keuangan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk selama ini?
2. Bagaimana kinerja keuangan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk bila diukur dengan menggunakan metode *Economic Value Added*(EVA)?

3. Apakah hasil analisis terhadap kinerja keuangan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk berdasarkan laporan arus kas mendukung hasil dari kinerja berdasarkan *Economic Value Added* (EVA)?

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian mengenai permasalahan di atas adalah untuk :

1. Mengetahui penilaian kinerja PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk
2. Mengetahui bagaimana kinerja keuangan Telekomunikasi Indonesia, Tbk bila diukur dengan EVA.
3. Mengetahui apakah laporan arus kas dapat mendukung hasil dari kinerja berdasarkan EVA.

### **I.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya :

1. Bagi penulis, berharap dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah dan dapat membandingkan teori dengan konsep sebenarnya, serta untuk menambah wawasan dan memperdalam pengetahuan penulis mengenai bagaimana suatu perusahaan dengan menggunakan metode EVA dalam mengukur kinerja keuangannya.

2. Bagi perusahaan, dengan adanya penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk memahami bagaimana mengevaluasi kinerja bisnis yang mempertimbangkan tujuan investor pada umumnya.
3. Bagi pihak yang berkepentingan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak berkepentingan baik investor maupun calon investor yang akan menanamkan modalnya di perusahaan.

### **I.5 Kerangka pemikiran**

Bagi sebuah perusahaan, modal merupakan hal penting untuk kelangsungan dan berkembangnya suatu perusahaan. Bagi perusahaan yang sudah *go public* akan menerbitkan saham untuk menambah modal perusahaan agar mampu bersaing dengan perusahaan di tingkat nasional maupun internasional. Kondisi ini merupakan tantangan bagi banyak perusahaan untuk menarik investor/pemegang saham untuk menginvestasikan dananya di perusahaan mereka. Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mengelola modal yang disetor oleh para investor dalam rangka kemajuan perusahaan, perlu adanya pengukuran terhadap kinerja perusahaan.

Menurut Ajay Patel (2002) suatu sistem penilaian kinerja berusaha untuk memenuhi kebutuhan dari pihak yang berkepentingan yang berbeda dari organisasi perusahaan dengan menciptakan ukuran – ukuran strategis seperti berikut ini :

1. Ukuran hasil dan pemicu

Ukuran hasil dan pemicu sangat berkaitan. Ukuran hasil mengindikasikan hasil dari suatu strategi. "indikator yang terlambat" yang memberitahukan apa yang

telah terjadi, dan hanya menunjukkan hasil akhir. Ukuran pemicu merupakan ”indikator yang mendahului” yang menunjukkan kemajuan dalam bidang – bidang kunci dalam mengimplementasikan suatu strategi ; dapat digunakan ditingkat yang lebih rendah dan mengindikasikan perubahan – perubahan yang signifikan yang akhirnya akan mempengaruhi hasil.

## 2. Ukuran keuangan dan non keuangan

Selama tahun 1980-an, banyak industri yang dipicu oleh perubahan dalam bidang non keuangan, seperti kualitas dan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

## 3. Ukuran internal dan eksternal

Perusahaan harus mencapai keseimbangan antara ukuran – ukuran eksternal, seperti kepuasan pelanggan, dengan ukuran – ukuran dari proses bisnis internal, seperti hasil produksi.

## 4. Pengukuran pemicu perubahan

Aspek yang paling penting dari sistem pengukuran kinerja adalah kemampuannya untuk mengukur hasil dan pemicu sedemikian rupa sehingga menyebabkan organisasi bertindak sesuai dengan strateginya.(Anthony & Vijay, 2002)

Para pemegang saham merupakan pemilik kepentingan (Stakeholders) yang penting dalam perusahaan. Menurut Paul A. Dierks(2002) ada beberapa alasan mengapa penciptaan nilai pemegang saham menjadi sangat penting dalam perusahaan :

- a) mengurangi risiko pengambilalihan (*takeover*).
- b) mengurangi biaya modal, sehingga memungkinkan investasi yang lebih cepat untuk pertumbuhan masa depan. (Anthony & Vijay, 2002)

Jadi, mengoptimalkan nilai pemegang saham merupakan tujuan penting bagi suatu perusahaan. Menurut majalah *Fortune* (1998), yang memperlihatkan 1000 perusahaan yang mampu menciptakan kekayaan bagi pemegang saham, menunjukkan bahwa perusahaan – perusahaan dengan EVA tinggi cenderung memperlihatkan nilai tambah pasar ( *Market Value Added* – MVA) yang tinggi atau keuntungan yang tinggi bagi para pemegang saham.

**Tabel 1.1 1000 peringkat perusahaan berdasarkan penghasilan EVA**

Peringkat tahun 1998	4 besar teratas	Tambahan nilai pasar (\$)	EVA (\$)
1	General Electric	\$195830	\$1917
2	Coca - Cola	158247	2615
3	Microsoft	143740	2781
4	Merck	107418	1921

Sumber : “*America`s greates wealth creators,*” *Fortune* 9 November 1998.

**Tabel 1.2 perusahaan 5 peringkat terbawah berdasarkan penghasilan EVA**

Peringkat tahun 1998	Perusahaan 5 peringkat terbawah	Tambahan nilai pasar (\$)	EVA (\$)
996	Harford Financial Services Group	\$(1524)	\$(435)
997	Kmart	(2257)	(167)
998	RJR Nabisco	(9530)	(1140)
999	Loews	(10081)	(1350)
1000	General Motors	(13876)	(4120)

Sumber : “*America`s greates wealth creators,*” *Fortune* 9 November 1998.

Dewasa ini salah satu alat ukur kinerja yang diyakini kehandalannya adalah *Economic Value Added* (EVA). Konsep *Economic Value Added* adalah pengukuran

kinerja perusahaan yang harus mempertimbangkan harapan pada penyandang dana secara adil dengan mempertimbangkan biaya modal rata – rata tertimbang (*Weighted Average Cost of Capital*). *Economic Value Added* bertujuan untuk mengukur dan juga memaksimalkan nilai dari sebuah perusahaan. EVA juga mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan alat ukur yang lain, sebagai berikut :

1. EVA merupakan suatu ukuran kinerja perusahaan yang dapat berdiri sendiri tanpa memerlukan ukuran lain misalnya perbandingan dengan menggunakan perusahaan sejenis.
2. Hasil perhitungan EVA mendorong pengalokasian dana perusahaan untuk investasi dengan biaya modal yang rendah.

Disamping manfaat yang dijelaskan di atas, EVA merupakan pengukur yang sangat penting karena dapat digunakan sebagai signal terjadinya *Financial Distress* pada suatu perusahaan (Salmi & Virtanen 2001). Jika suatu perusahaan tidak dapat memperoleh profit di atas *required of return*, maka EVA akan menjadi negatif, dan hal ini merupakan *warning* akan terjadinya *financial distress* bagi perusahaan tersebut.

Selain berbagai keunggulan, konsep EVA juga memiliki kelemahan – kelemahan yang antara lain (Mirza, 1997) :

1. EVA hanya mengukur hasil akhir, konsep ini tidak mengukur aktivitas – aktivitas penentu.
2. EVA terlalu bertumpu pada keyakinan bahwa investor sangat mengandalkan pendekatan fundamental dalam mengkaji dan mengambil keputusan untuk menjual atau membeli saham tertentu padahal faktor – faktor lain terkadang lebih dominan.

## **I.6 Batasan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, penulis membatasi masalah sebagai berikut :

1. Metode analisis yang digunakan secara khusus dalam mengukur kinerja keuangan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk adalah *Economic Value Added*
2. Data yang digunakan berdasar kepada laporan keuangan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2007

## **I.7 Waktu dan Lokasi penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini dimulai pada bulan agustus 2008 sampai dengan selesai.

Penelitian dilakukan di kantor PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, yang berlokasi di jalan Sunda no 64 Bandung, Jawa Barat.