

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Sesuai laporan yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia, bahwa Prospek perekonomian dunia yang membaik dan harga komoditas yang meningkat diperkirakan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2017. Pertumbuhan ekonomi 2017 akan membaik ditopang perbaikan keyakinan pelaku industri di sektor riil dan sektor keuangan. Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2017 diproyeksikan meningkat dalam kisaran 5,0-5,4%. Prospek pertumbuhan ekonomi 2017 masih banyak ditopang sektor yang berkaitan dengan permintaan domestik. Pertumbuhan yang tinggi terjadi pada Pengangkutan dan Komunikasi, Keuangan, dan Konstruksi. Lapangan Usaha Pengangkutan dan Komunikasi diperkirakan tetap melanjutkan trend yang positif, dengan pertumbuhan mencapai kisaran 8,7-9,1%, seperti tercantum di dalam Tabel 1.1.

Tabel 1 1 Proyeksi PDB di sisi Lapangan Usaha

Lapangan Usaha	Realisasi 2016	Proyeksi 2017
Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan	3,3	3,0 - 3,4
Pertambangan dan Penggalian	1,1	1,5 - 1,9
Industri Pengolahan	4,3	4,4 - 4,8
Listrik, Gas dan Air Bersih	5,3	5,0 - 5,4
Konstruksi	5,2	5,7 - 6,1
Perdagangan, Hotel dan Restoran	4,1	4,4 - 4,8
Pengangkutan dan Komunikasi	8,4	8,7 - 9,1
Keuangan, Persewaan dan Jasa	7	6,3 - 6,7
Jasa-jasa	4,4	4,7 - 5,1
Produk Domestik Bruto	5	5,0 - 5,4

Sumber : BPS dan Bank Indonesia

Sejalan dengan era ekonomi digital saat ini, di mana indonesia sedang menuju cita-citanya untuk menjadi negara dengan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020 dan berdasarkan laporan yang dipublikasikan oleh Bank

Indonesia bahwa sektor komunikasi diperkirakan menunjukkan trend yang positif di tahun 2017, sehingga object penelitian yang akan dikaji di dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor telekomunikasi. Di Indonesia terdapat 8 perusahaan telekomunikasi yang terus berkembang yaitu, PT Telekomunikasi Indonesia, PT Indosat, PT XL Axiata, PT Bakrie Telecom, PT Natrindo Telepon Seluler, PT Hutchinson CP Telecommunication, PT Sampurna Telekomunikasi, dan PT Smartfren. Dari 8 (delapan) perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia, terdapat 6 (enam) perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu : PT. Bakrie Telecom Tbk (BTEL), PT. XL Axiata Tbk (EXCL), PT. Smartfren Tbk (FREN), PT. Inovisi Infracom Tbk (INVS), PT. Indosat Tbk (ISAT) dan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM) dengan Visi dan Misi dari masing-masing perusahaan dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1 2 Visi dan Misi Perusahaan

Perusahaan	Visi	Misi
PT. Telkom	"Be The King of Digital in The Region"	"Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization"
PT. Indosat	"Menjadi Perusahaan Telekomuniasi Digital Terdepan di Indonesia"	<ol style="list-style-type: none"> 1. Layanan dan Produk Yang Membebaskan 2. Jaringan Data yang Unggul 3. Memperlakukan Pelanggan Sebagai Sahabat 4. Transformasi Digital
PT. Excel Axiata	"Menjadi yang terdepan dalam memberikan pengalaman menggunakan mobile internet yang"	"Membuat hidup yang lebih bermakna bagi masyarakat Indonesia melalui kemudahan koneksi digital"

	mudah dengan harga yang lebih murah"	
PT. Bakri Telecom	To create a better life for Indonesians by providing them information connectivity	To provide affordable and high quality information connectivity
PT. Smartfren	Most loved and trusted by customers, employees and stakeholders.	Enriching our customers' lives through innovative products and services enabled by the widest and most reliable 4G LTE network in Indonesia.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Dalam era ekonomi digital saat ini, Indonesia sedang menuju cita-citanya untuk menjadi negara dengan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020. Dalam sebuah studi yang bertemakan ekonomi digital di ASEAN, Google dan Temasek, salah satu penanam modal asing di Indonesia menyimpulkan bahwa Indonesia berpotensi untuk menjadi negara ekonomi digital terbesar di Wilayah Asia Tenggara, baik dalam industri manufaktur maupun retail. Pesatnya jumlah populasi pengguna Internet menjadi salah satu alasan mengapa Indonesia mendapat sorotan dalam studi yang diusung Google dan Temasek. Berdasarkan studi tersebut, Indonesia mengalami peningkatan populasi pengguna internet sebesar 19% per tahun. Kemungkinan besar pengguna Internet di Indonesia akan mencapai 215 juta jiwa sebelum tahun 2020.

Selain tingginya perkembangan pengguna Internet, Indonesia juga mengalami peningkatan pasar online atau e-commerce. Di tahun 2016 ini, persentase pertumbuhan transaksi e-commerce di Indonesia sudah cukup tinggi,

yakni mencapai 36%. Diprediksi sebelum tahun 2025, e-commerce Indonesia akan meledak mencapai US\$ 81 miliar.

Hasil studi tersebut juga menegaskan hal-hal yang perlu dilakukan Indonesia untuk menggali potensi besar dalam sektor ekonomi digital. Diantaranya peningkatan kualitas jaringan Internet dan perbaikan infrastruktur logistik, penyempurnaan mekanisme pembayaran online, serta membangun kepercayaan yang lebih kuat dengan konsumen. (<http://www.bkpm.go.id>).

Selain fakta dan data tersebut di atas dalam beberapa tahun, industri telekomunikasi di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat serta diproyeksikan akan tetap berkembang secara signifikan. Hal ini terutama disebabkan oleh semakin banyaknya masyarakat yang semakin terbuka oleh teknologi dan media sosial sehingga permintaan atas jaringan internet wireless seperti 3G dan 4G semakin meningkat dan dapat membuka peluang bagi pelaku bisnis telekomunikasi untuk dapat meningkatkan kualitas dan memperluas layanannya. Dengan adanya kebutuhan untuk meningkatkan kualitas layanan maka persaingan antar perusahaan telekomunikasi akan semakin tinggi, yang tentu saja diharapkan agar berdampak pada meningkatnya standar atas kualitas pelayanan, luas jaringan dan inovasi produk. Selain itu, tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia masih relatif rendah dibandingkan dengan negara lain di sekitarnya yang menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk dapat mengembangkan luas layanan mengingat bahwa Indonesia sebagai negara populasi terbesar keempat didunia serta pertumbuhan populasi kelas menengah yang tumbuh pesat dan meningkatnya pendapatan keluarga kalangan menengah yang diharapkan akan berkontribusi secara keseluruhan terhadap perkembangan industri telekomunikasi di Indonesia.

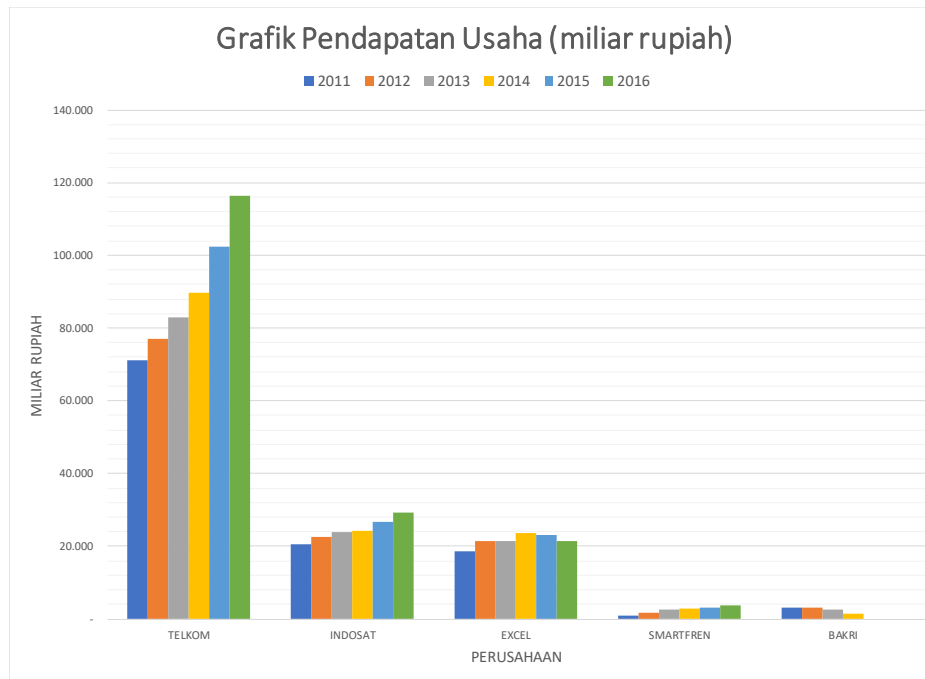
Berdasarkan data-data di atas dan dengan semakin berkembangnya peta persaingan yang semakin tajam dalam pasar yang semakin global, menjadikan suatu perusahaan untuk terus bersaing secara kompetitif dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mengelola modal para investor diperlukan adanya pengukuran terhadap kinerja perusahaan. Biasanya para investor mengukur kinerja perusahaan berdasarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk

menghasilkan keuntungan. Para investor dalam menilai perusahaan tidak hanya melihat dari tingkat pengembalian (*return*) yang dihasilkan, tetapi juga tingkat risiko yang dihadapi oleh perusahaan.

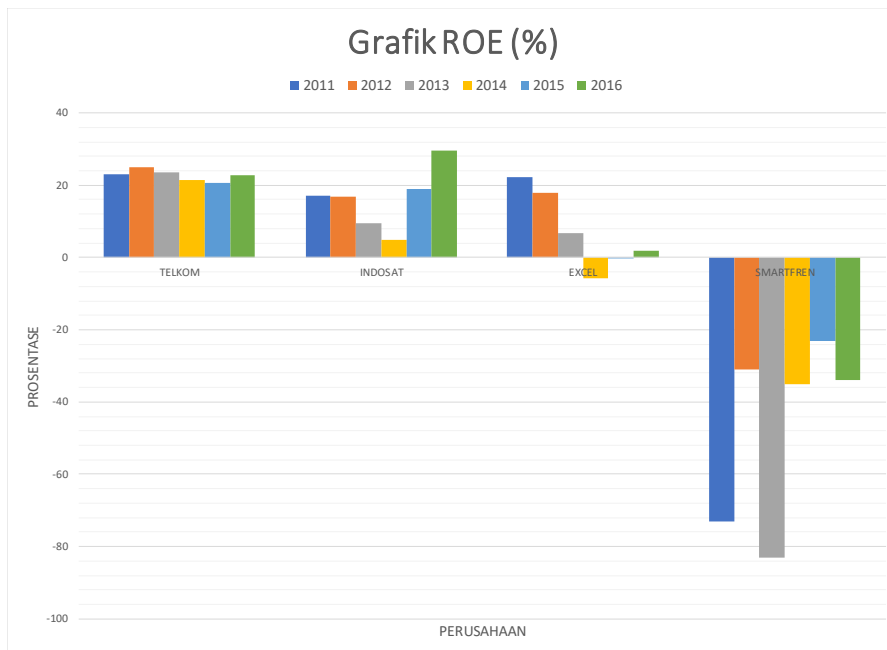
Menghadapi tuntutan investor, para manajer perusahaan harus memikirkan suatu cara untuk mengukur kinerja perusahaan secara tepat karena ukuran yang dipakai dalam penilaian kinerja keuangan perusahaan selama ini sangat beragam. Penilaian Kinerja keuangan pada suatu perusahaan akan sangat bermanfaat bagi para pemegang saham dan pihak manajemen dalam membuat suatu keputusan. Untuk mengukur kinerja keuangan tersebut, terdapat beberapa metode yang biasa digunakan.

Perusahaan yang akan penulis teliti adalah perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi yang memiliki pendapatan usaha yang positif selama tahun 2011 sampai dengan tahun 2016 di mana saat ini sedang menghadapi persaingan yang cukup ketat. Prospek bisnis di bidang informasi dan teknologi terutama industri telekomunikasi memiliki trend yang positif mengingat pada saat ini telekomunikasi menjadi kebutuhan utama masyarakat, khususnya di Indonesia.

Kinerja keuangan untuk masing-masing perusahaan telekomunikasi di Indonesia yang masuk dalam daftar BEI dalam beberapa tahun terakhir dari sisi pendapatan usaha dan ROE dari tahun 2011 - 2016, dapat dilihat pada Gambar 1.1 dan Gambar 1.2.



Gambar 1 1 Grafik Pendapatan Usaha Perusahaan



Gambar 1 2 Grafik ROE Perusahaan

Kinerja perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI, jika dilihat dari pendapatan usaha terus mengalami kemajuan yang signifikan, kecuali PT. Bakri Telecom yang tidak mencatatkan keuntungan pada periode tahun 2015 dan 2016. Akan tetapi laba bersih perusahaan yang terus meningkat belum tentu perusahaan tersebut telah berhasil menciptakan nilai tambah, berdasarkan Gambar 1.2 terlihat bahwa perhitungan nilai ROE beberapa perusahaan mencatatkan nilai yang negatif.

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini bahwa pengukuran kinerja perusahaan yang tercantum di dalam laporan keuangan perusahaan jarang menggunakan perhitungan nilai tambah perusahaan. Oleh karena itu, Penulis tertarik untuk meneliti dan membuat analisis mengenai kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi jika dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah perusahaan.

Pengukuran kinerja keuangan berdasarkan laporan keuangan biasanya dilakukan dengan menggunakan analisis rasio keuangan. Perhitungan dengan menggunakan analisis rasio sangat mudah, akan tetapi terdapat keterbatasan yaitu hasil pengukuran yang tidak akurat karena hanya menggunakan data nilai keuangan historis yang berdasarkan nilai buku tanpa mempertimbangkan nilai pasar dari aset yang dimiliki. Pengukuran yang hanya menganalisa laporan keuangan memiliki kelemahan utama yaitu mengabaikan adanya biaya modal, sehingga sulit untuk mengetahui apakah suatu perusahaan telah berhasil menciptakan nilai atau tidak. Untuk mengatasi kelemahan tersebut telah dikembangkan ukuran kinerja yang lebih menekankan value sehingga perusahaan diharapkan tidak hanya menjadi wealth creator, tetapi juga dapat menjadi value creator.

Pengukuran kinerja yang lebih menekankan value (*value based*) yang telah banyak dikemukakan dalam beberapa tulisan maupun penelitian adalah *Economic Value Added* (EVA). Dengan menggunakan konsep EVA dapat mengukur berapa nilai tambah yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan. Secara sederhana EVA dapat ditafsirkan sebagai pengurangan total biaya modal (*cost of capital*) terhadap laba operasi setelah pajak (*Net Operating Profit After Tax* atau NOPAT). Yang menarik dari konsep EVA ini adalah dimasukkannya atau

diperhitungkannya unsur *cost of capital*. Jika EVA positif menunjukkan perusahaan telah menciptakan nilai dan kekayaan, jika negatif berarti telah menurunkan nilai.

EVA memiliki hubungan dengan penciptaan nilai saham di pasar modal. EVA juga merupakan alat ukur dalam menilai sukses tidaknya perusahaan dalam menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham. EVA merupakan alat ukur ekonomi yang real untuk mengukur tercapai tidaknya tujuan perusahaan. Van Horne (2002:214) mendefinisikan *Economic Value Added* sebagai berikut : “*EVA is the residual income a company earns after capital costs are deducted. More specifically, it is operating profit minus the required dollar amount return for the capital employed.* ”

Fajarwati (2010) dalam penelitiannya tentang Analisis Pengaruh *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA), dan Earning Per Share (EPS) terhadap Return Saham pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia, menyimpulkan bahwa variabel *Economic Value Added* (EVA) tidak berpengaruh signifikan terhadap return saham, sedangkan Faitullah (2014) di dalam penelitiannya mengenai Analisis Pengaruh EPS, ROA, ROE, EVA dan MVA Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Subsektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia menyimpulkan bahwa EVA dan MVA secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Metode yang kedua adalah konsep *Market Value Added* (MVA). MVA dapat menunjukkan kinerja seorang manajer dalam menjalankan fungsinya, yang paling penting yaitu meningkatkan nilai capital yang telah dipercayakan oleh para investor kepada manajemen. MVA adalah indikator eksternal yang mengukur bagaimana perusahaan telah menambah atau mengurangi nilai pasar dari uang tunai yang ditanamkan dalam perusahaan oleh pemegang saham.

MVA merupakan perbedaan antara nilai modal yang ditanamkan di perusahaan sepanjang waktu dari investasi modal, pinjaman, laba ditahan dan uang yang bisa diambil sekarang atau sama dengan selisih antara nilai buku dengan nilai pasar perusahaan. MVA saat ini dianggap menjadi panduan baik untuk menilai manajemen perusahaan publik apakah bagus atau tidak karena MVA menjawab persoalan penting yang dibutuhkan investor atau kemampuan manajemen

perusahaan publik untuk menambah kekayaan mereka. (Young & O 'Byrne, 2001:47).

Dalam penelitiannya Kartini dan Hermawan (2008) menyimpulkan bahwa prosentasi harga saham hanya dipengaruhi oleh EVA dan MVA sebesar 3,3%, sedangkan sisanya sebesar 96,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian. EVA dan MVA secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap return saham.

Berdasarkan uraian di atas penulis mencoba meneliti kinerja keuangan dengan menggunakan metode EVA dan MVA. Untuk membahas lebih lanjut permasalahan ini penulis mengambil judul : "Analisis Perbandingan Kinerja Perusahaan Telekomunikasi di Indonesia dengan menggunakan EVA, dan MVA (Studi Kasus pada PT. Telkom, Tbk, PT. Indosat, Tbk, PT. XL Axiata, Tbk) untuk periode tahun 2011-2016"

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah apakah ada perbedaan kinerja Perusahaan Telekomunikasi apabila dilakukan perhitungan menggunakan EVA dan MVA untuk studi kasus pada PT. Telkom, PT. Indosat dan PT. XL Axiata.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka beberapa pertanyaan penelitian yang dapat diidentifikasi oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kinerja keuangan PT. Telkom, PT. Indosat dan PT. XL Axiata berdasarkan EVA dan MVA pada periode 2011 – 2016
2. Apakah terdapat perbedaan kinerja antara PT. Telkom, PT. Indosat dan PT. XL Axiata berdasarkan penilaian menggunakan EVA.

3. Apakah terdapat perbedaan kinerja antara PT. Telkom, PT. Indosat dan PT. XL Axiata berdasarkan penilaian menggunakan MVA.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka beberapa hal terkait dengan tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kinerja keuangan PT. Telkom, PT. Indosat dan PT. XL Axiata berdasarkan EVA dan MVA pada periode 2011 - 2016
2. Untuk mengetahui perbedaan kinerja antara PT. Telkom , PT. Indosat dan PT. XL Axiata berdasarkan penilaian menggunakan EVA pada periode 2011 - 2016
3. Untuk mengetahui perbedaan kinerja antara PT. Telkom , PT. Indosat dan PT. XL Axiata berdasarkan penilaian menggunakan MVA pada periode 2011 – 2016

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini memberikan pengetahuan mengenai kegunaan dan penerapan metode *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) dalam suatu perusahaan. Khususnya bagi perusahaan Telekomunikasi.
2. Penelitian ini berguna di bidang keuangan dalam menilai kinerja perusahaan dan menerapkan strategi yang tepat, serta diharapkan temuan-temuan yang diperoleh dapat menjadi bahan-bahan pengkajian sebagai penelitian selanjutnya mengenai kinerja keuangan suatu perusahaan

1.6.2 Kegunaan Praktis

Informasi hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

1. Perusahaan, sebagai bahan pertimbangan pelaksanaan analisis keuangan sehingga perusahaan terus mengembangkan strategi bisnisnya dalam meningkatkan kinerja perusahaan
2. Investor, kreditor, pemerintah, maupun pihak penanam modal dalam hal memutuskan untuk melakukan investasi dan melakukan pemantauan kinerja perusahaan.
3. Peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kinerja keuangan

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini berisi rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan secara rinci tentang pembahasan analisis perbandingan kinerja keuangan Perusahaan Telco dengan menggunakan *Economic Value Added* (EVA), dan *Market Value Added* (MVA) periode 2011-2016.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya.