

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penyelenggaraan jasa telekomunikasi adalah kegiatan penyediaan atau pelayanan jasa telekomunikasi yang memungkinkan terselenggaranya telekomunikasi (UU No.36/1999 Tentang Telekomunikasi). Pengoperasian pertama telegraf elektromagnetik oleh kolonial Belanda pada tahun 1856 menjadi awal perkembangan industri jasa telekomunikasi di Indonesia. Pada periode 1906, dibentuk lembaga pemerintah untuk mengendalikan jasa pos dan telekomunikasi di Indonesia. Pada tahun 1965 terjadi pemisahan jasa pos dan telekomunikasi sehingga ditangani oleh dua perusahaan negara, yaitu PN. Pos dan Giro dan PN. Telekomunikasi. Pada tahun 1974 PN Telekomunikasi kemudian terbagi menjadi dua perusahaan, yaitu PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (PT. INTI) yang memproduksi perangkat telekomunikasi dan Perusahaan Umum Telekomunikasi (PERUMTEL) untuk melayani jasa telekomunikasi domestik dan internasional. Pada tahun 1980 bisnis telekomunikasi internasional diambil alih oleh Penanaman Modal Asing (PMA) dengan nama PT. Indonesian Satellite Corporation (INDOSAT) dan PT. PERUMTEL berubah menjadi PT. Telekomunikasi Indonesia (TELKOM).

Pada tahun 1984, telekomunikasi selular mulai diperkenalkan di Indonesia. Pada tahun 1999, diresmikan Undang- Undang Telekomunikasi (UU No.36/1999) mengenai liberalisasi sektor telekomunikasi yang mendorong meningkatnya iklim persaingan di dalam industri jasa telekomunikasi Indonesia. Pada bulan Juli 2003 dibentuk Badan Regulasi Telekomunikasi Independen (BRTI) yang berfungsi untuk mengatur, memantau dan mengontrol praktek industri telekomunikasi. Pada tahun 2004 pemerintah menegaskan peraturan anti monopoli dan persaingan tidak sehat yang terjadi pada industri telekomunikasi Indonesia. Pada tahun 2009 terjadi tren konsolidasi, merger dan akuisisi pada perusahaan operator selular, sehingga pemerintah kembali mengatur ketentuan mengenai konsolidasi, merger dan akuisisi agar tidak mengarah pada praktek monopoli dan persaingan tidak sehat. Sampai tahun 2013, tercatat 370 perusahaan entitas dan inti yang beroperasi di sektor jasa telekomunikasi di Indonesia, sehingga

tidak semua perusahaan telekomunikasi akan diteliti dalam penelitian ini. Berikut ini merupakan gambaran umum objek penelitian yaitu enam perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2013:

1. PT. Telekomunikasi (TELKOM) Indonesia Tbk.

PT. TELKOM Indonesia Tbk. adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) jasa telekomunikasi pertama dan terbesar di Indonesia. PT. TELKOM Indonesia Tbk. beroperasi sejak tahun 1955, diresmikan dengan nama PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. pada tanggal 24 September 1991 dan terdaftar di BEI pada *subsector telecommunication* tanggal 14 November 1995. Dengan lima portofolio bisnis yang terdiri dari *Telecommunication, Information, Media, Edutainment* dan *Services (TIMES)*, PT. TELKOM Indonesia Tbk. memiliki visi *to become a leading TIMES player in the region* dan misi untuk menyediakan layanan *more for less TIMES*, serta menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia. Beberapa jenis layanan telekomunikasi yang ditawarkan PT. TELKOM Indonesia Tbk. adalah sambungan telepon kabel tidak bergerak *Plain Ordinary Telephone Service (POTS)*, telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi data, *broadband*, satelit, penyewaan jaringan dan interkoneksi, jasa telekomunikasi seluler GSM dan CDMA yang dilayani oleh anak perusahaan Telkomsel, *Value Added Services (VAS)* dan *Managed Application/IT Outsourcing (ITO)*, *e-Payment* dan *IT enabler Services (ITeS)*, *Free To Air (FTA)* dan *Pay TV*, serta *Ring Back Tone (RBT)*, *SMS Content*, portal dan lain-lain.

2. PT. Indonesian Satellite Corporation (INDOSAT) Tbk.

PT. INDOSAT Tbk. secara resmi beroperasi pada tanggal 10 November 1967 sebagai perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) pertama di Indonesia dan terdaftar di BEI pada *subsector telecommunication* tanggal 19 Oktober 1994. PT. INDOSAT Tbk. memiliki visi *to be the customer's preferred choice for all information and communication needs* dan misi *to provide and develop innovative and high quality products, services and solutions which offer the best value to our customers, to continuously enhance shareholders value, and to provide a better quality of life for our stakeholders*. Jenis layanan telekomunikasi yang ditawarkan PT. INDOSAT Tbk. adalah jasa telekomunikasi seluler GSM dan CDMA, jasa multimedia (*pay TV*), komunikasi

data dan internet (midi), penyewaan transponder satelit, VSAT NET/IP dan VSAT link, jasa telekomunikasi tetap, serta jasa nilai tambah (VAS) yang mencakup pusat pemulihan bencana (DRC) INDOSAT dan pusat data (*Data Center*).

3. PT. XL Axiata Tbk.

PT. XL Axiata Tbk. (sebelumnya PT. Excelcomindo) resmi beroperasi pada tanggal 6 Oktober 1989 dan terdaftar di BEI pada *subsector telecommunication* tanggal 29 September 2005. PT. XL Axiata Tbk. merupakan perusahaan hasil konsolidasi dari Grup Axiata terhadap PT. Exelcomindo Indonesia. PT. XL Axiata Tbk. memiliki pernyataan visi untuk menjadi juara selular Indonesia dan menetapkan misi untuk memuaskan pelanggan, memuaskan pemegang saham, dan memuaskan karyawan. Jenis layanan telekomunikasi yang ditawarkan PT. XL Axiata Tbk. adalah jasa telekomunikasi selular GSM, jasa interkoneksi selular, dan jasa penyewaan BTS.

4. PT. Bakrie Telecom Tbk.

PT. Bakrie Telecom Tbk. resmi beroperasi pada tanggal 13 Agustus 1993 dan terdaftar di BEI pada *subsector telecommunication* tanggal 3 Februari 2008. PT. Bakrie Telecom Tbk. merupakan perusahaan telekomunikasi milik Grup Bakrie Brother Indonesia yang pertama kali hadir sebagai pelopor penyedia jasa telekomunikasi sekuler CDMA di Indonesia. PT. Bakrie Telecom Tbk. memiliki visi untuk menghubungkan semua generasi dengan dunia digital dan misi untuk memberikan pengalaman unik menyenangkan bagi pengguna dalam berinteraksi dengan dunia informasi komunikasi dan hiburan. Jenis layanan dan produk telekomunikasi yang ditawarkan PT. Bakrie Telecom Tbk. adalah layanan telekomunikasi selular CDMA, layanan interkoneksi, dan produk handset telekomunikasi selular.

5. PT. Smartfren Telecom Tbk.

PT. Smartfren Telecom Tbk. (sebelumnya PT. Smart Telecom Tbk) resmi beroperasi pada 16 Desember 2002. PT. Smartfren Telecom Tbk. terdaftar di BEI pada *subsector telecommunication* tanggal 29 November 2006. PT. Smartfren Telecom Tbk. merupakan hasil konsolidasi sejumlah modal yang ditempatkan dan disetor penuh oleh PT. Mobile-8 Indonesia kepada PT. Smart Telecom Tbk. pada tahun 2011. PT.

Smartfren Telecom Tbk. memiliki visi *to become a leading operator that provides sustainable return to all stakeholders* dan misi *to provide best value for money data and voice service propositions to our subscribers while maintaining technological leadership and excellent customer experience*. Jenis layanan dan produk telekomunikasi yang ditawarkan PT. Smartfren Telecom adalah layanan data interkoneksi Connex dengan *paket bundling*, layanan telekomunikasi seluler CDMA, dan produk handset telekomunikasi seluler.

6. PT. Inovisi Infracom Tbk.

PT. Inovisi Infracom Tbk. resmi beroperasi pada 11 Mei 2007 dan terdaftar di BEI pada *subsector telecommunication* pada tanggal 3 Juli 2009. PT. Inovisi Infracom Tbk. memiliki visi *to growth enable* dengan misi menjalankan perusahaan investasi infrastruktur yang terdiversifikasi dengan bisnis di bidang telekomunikasi, energi dan sumber daya alam, minyak dan gas bumi, listrik dan rekayasa teknik, pelayaran dan logistik, investasi *real estate*, konsesi jalan tol, internet, media serta bisnis *e-commerce*. Portofolio investasi PT. Inovisi Infracom Tbk. adalah Teknologi Media dan Telekomunikasi (TMT) yang meliputi infrastruktur telekomunikasi, jaringan sosial dan komunikasi, solusi *e-payment* dan pasar online. PT. Inovisi Infracom Tbk. membangun infrastruktur untuk industri telekomunikasi dengan memberikan berbagai solusi mendasar untuk operator telekomunikasi baru seperti sistem MVNO (*Mobile Virtual Network Operator*) hingga membangun operator yang membutuhkan peningkatan dan pengoptimalan VAS (*Value Added Services*) dan ARPU (*Average Revenue per User*).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Industri jasa telekomunikasi Indonesia termasuk sektor industri yang menarik untuk diteliti. Sektor industri jasa telekomunikasi Indonesia memiliki prospek konsumen yang luas dan terus berkembang didorong oleh fanatisme masyarakat Indonesia kepada perkembangan teknologi yang terus berganti dan bertambah fitur setiap harinya serta pertumbuhan jumlah penduduk yang terus meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut menyebabkan tingginya persaingan yang terjadi pada industri jasa telekomunikasi Indonesia. Perusahaan – perusahaan telekomunikasi nasional dan

penanaman modal asing berusaha untuk memaksimalkan nilai yang diberikan dengan menekan biaya dan harga, serta melakukan iklan besar – besaran demi merebut pangsa pasar yang tinggi, hingga mengarah pada persaingan tidak sehat sampai kepada tren konsolidasi, merger dan akuisisi. Namun praktek tersebut kenyataannya tidak menimbulkan titik jenuh industri. Sampai tahun 2013, belum dapat diketahui titik jenuh industri jasa telekomunikasi di Indonesia. Sebaliknya industri jasa telekomunikasi masih menarik dilihat dari banyaknya jumlah perusahaan yang menyediakan berbagai jenis jasa telekomunikasi di Indonesia.

Tabel 1.1
Jumlah Penyelenggara Jasa Telekomunikasi di Indonesia

Jenis Jasa Telekomunikasi	Jumlah Perusahaan
Jasa Teleponi Dasar	2
Jasa Nilai Tambah Teleponi Panggilan Premium (<i>Premium Call</i>)	18
Jasa Nilai Tambah Teleponi Pusat Layanan Informasi (<i>Call Center</i>)	10
Jasa Nilai Tambah Teleponi Kartu Panggil (<i>Calling Card</i>)	9
Jasa Multimedia Jasa Akses Internet (<i>Internet Service Provider</i>)	244
Jasa Multimedia Jasa Interkoneksi Internet (<i>Network Access Point</i>)	50
Jasa Multimedia Jasa Internet Teleponi Untuk Keperluan Publik	26
Jasa Multimedia Jasa Sistem Komunikasi Data	11
Total	370

Sumber: Data Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia Direktorat Telekomunikasi 2013
(<http://dittel.kominfo.go.id/>)

Dari Tabel 1.1 diketahui bahwa sampai akhir tahun 2013 tercatat ada 370 perusahaan termasuk entitas anak dan inti penyelenggara jasa telekomunikasi di Indonesia berdasarkan jenis jasa telekomunikasinya. Namun banyaknya perusahaan dalam industri jasa telekomunikasi Indonesia juga tidak mengindikasikan titik jenuh

pertumbuhan industri. Situs web *Indonesia Finance Today* (<http://www.ift.co.id/>) pada 26 November 2013 memberitakan bahwa Asosiasi Telekomunikasi Selular Indonesia (ATSI) menilai industri telekomunikasi pada tahun 2014 akan tumbuh sebesar 7%-8%. Pertumbuhan tersebut didorong oleh pertumbuhan *Gross Domestic Product* (GDP) Indonesia yang diperkirakan masih bisa tumbuh di atas 6% per tahun. Alex J Sinaga, Ketua ATSI, mengatakan pertumbuhan industri telekomunikasi pada 2014 diperkirakan masih akan positif karena ada kecenderungan perkembangan yang semakin sehat ditunjang oleh makro ekonomi yang baik.

Menanggapi kecenderungan pertumbuhan tersebut, diberitakan situs web *Pialang Indonesia* (<http://www.pialangindonesia.com/>) pada 27 November 2013 bahwa Arif Yahya, Direktur Utama PT. TELKOM Indonesia Tbk. telah menganggarkan belanja modal atau *capital expenditure* (CAPEX) sebesar 20% dari pendapatan atau senilai sekitar US\$20 miliar. Lain halnya dengan Presiden Direktur PT. Bakrie Telecom, Jastiro Abi pada 28 Desember 2013 oleh situs web *Indotellko* (<http://indotelko.com>) menyatakan bahwa perseroan tersebut menyiapkan CAPEX sekitar US\$ 25 juta hingga US\$ 30 juta untuk meningkatkan operasionalnya pada tahun 2014. Sementara pada 4 Januari 2014 situs web *Investasi Kontan* (<http://investasi.kontan.co.id/>) mengabarkan bahwa Direktur Utama PT. INDOSAT Tbk., Alexander Rusli, di tahun 2014 akan menganggarkan CAPEX sama dengan tahun sebelumnya yakni sebesar Rp. 8 triliun, sedangkan Hasnul Suhaimi, Direktur Utama PT. XL Axiata Tbk. belum mempublikasikan jumlah pasti CAPEX untuk tahun 2014 yang akan lebih rendah dibandingkan dengan tahun 2013 yaitu sebesar Rp. 8 triliun - Rp. 9 triliun. Berita lainnya pada 5 Maret 2014 dalam situs web *Market Bisnis* (<http://market.bisnis.com/>) mengabarkan bahwa Antony Susilo, Direktur Keuangan PT. Smartfren Telecom, Tbk. mengalokasikan CAPEX pada 2014 sebesar US\$120 juta hingga US\$130 juta. Kemudian berita situs web *Tribunnews* (<http://www.tribunnews.com/>) pada 16 April 2014 memberitakan bahwa Sekretaris Perusahaan PT. Inovisi Infracom Tbk. Dria Soetomo menganggarkan US\$ 30 juta untuk modal kerja dan CAPEX perseroan pada unit bisnis telekomunikasi, media dan teknologi.

Dari berbagai sumber berita tersebut dapat diketahui arah kebijakan beberapa perusahaan telekomunikasi besar di Indonesia menanggapi kesempatan pertumbuhan adalah dengan merencanakan belanja modal atau *capital expenditure* (CAPEX) dengan harapan memaksimalkan tingkat pertumbuhan perusahaan (*growth rate*). Memaksimalkan tingkat pertumbuhan perusahaan (*growth rate*) merupakan salah satu sasaran (*objective*) perusahaan (Smith, 1983:6). Dalam teori ekonomi, berbagai jenis perusahaan dipandang sebagai unit – unit badan usaha yang mempunyai tujuan yang sama, yaitu “mencapai keuntungan yang maksimum” (Sukirno, 2010:192). Maka dari itu dapat ditarik pernyataan bahwa pertumbuhan perusahaan merupakan suatu peluang yang akan selalu diusahakan oleh setiap perusahaan demi mencapai keuntungan yang maksimum.

Ukuran utama dari pertumbuhan dalam siklus bisnis adalah jumlah *output* (Griffin & Ebert, 2007:30). Jumlah *output* adalah jumlah total barang dan jasa yang diproduksi oleh sebuah sistem ekonomi selama satu periode tertentu. Peningkatan jumlah *output* diharapkan dapat memaksimalkan keuntungan. Meningkatkan *output* dapat dilakukan dengan pemaksimalan manfaat, penggantian atau penambahan faktor produksi. Salah satu faktor produksi adalah modal atau *capital* (Sukirno, 2010:193). Maka, dalam rangka meningkatkan *output* untuk mengejar target pertumbuhan perusahaan akan menganggarkan pemaksimalan manfaat, penggantian atau penambahan modal. Kegiatan penganggaran modal atau yang disebut dengan *capital budgeting*. *Capital budgeting is the process of evaluating and selecting long term investment that are consistent with the firms goal of maximizing owner wealth* (penganggaran modal adalah proses mengevaluasi dan memilih investasi jangka panjang yang konsisten dengan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan pemilik) (Gitman, 2009:380). Investasi jangka panjang yang dimaksud dalam kegiatan *capital budgeting* adalah keputusan *capital expenditure* (CAPEX).

Menurut Gitman (2009:380) *capital expenditure* (CAPEX) *is an outlay of funds by the firm that is expected to produce benefits over a period of time greater than one year* (belanja modal adalah pengeluaran perusahaan yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan sepanjang periode lebih dari satu tahun). Objek pengeluaran perusahaan yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan sepanjang periode lebih

dari satu tahun adalah aktiva tetap. Riyanto (2010:121) meninjau pengeluaran untuk aktiva tetap merupakan usul untuk investasi penggantian, investasi penambahan kapasitas, investasi penambahan jenis produk baru, dan atau investasi lain – lain. Termasuk investasi lain – lain adalah investasi nilai tambah lainnya yang dapat meningkatkan nilai kepuasan konsumen, kepuasan kerja karyawan dan pemegang kepentingan lainnya.

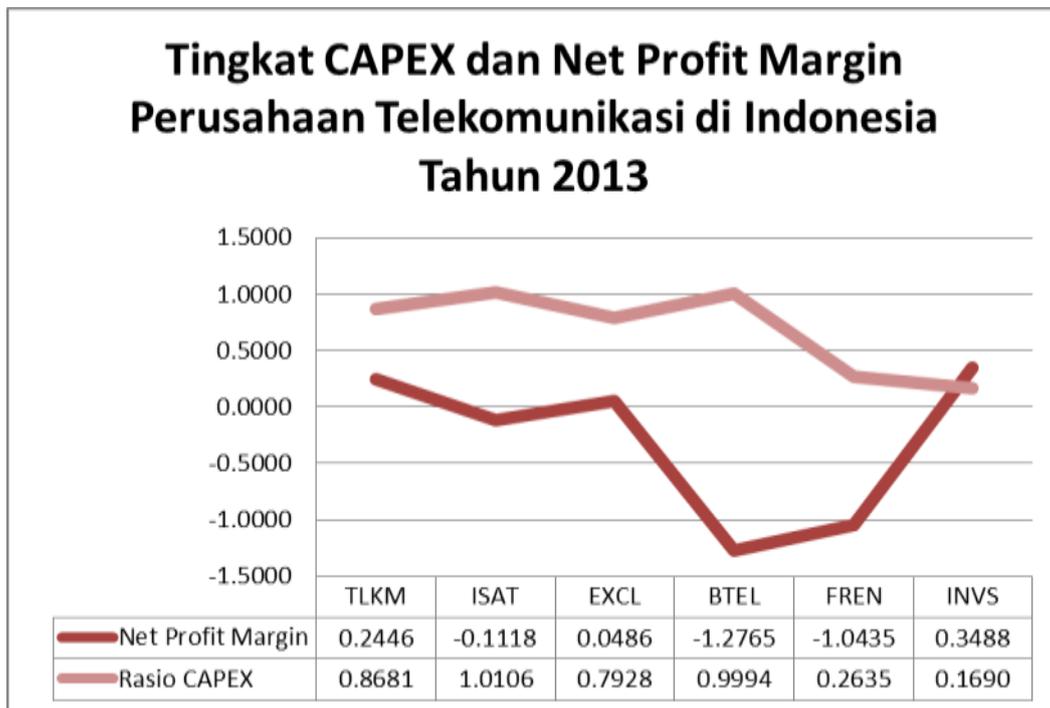
Investasi dalam aktiva tetap menyangkut harapan terhadap peningkatan tingkat laba berkesinambungan hingga beberapa periode waktu yang akan datang. Tingkat laba dapat diukur dengan *net profit margin* (NPM) yang merupakan perbandingan antara laba bersih dan penjualan bersih. Perbandingan antara laba bersih dan penjualan bersih menunjukkan efektivitas perusahaan untuk menghasilkan porsi laba dari penjualannya. Sehingga semakin tinggi NPM perusahaan dari rata – rata NPM industri menunjukkan perusahaan memiliki biaya operasional yang rendah dan harga jual yang tinggi. Biaya operasional yang rendah dan harga jual yang tinggi ditunjang oleh kebijakan perusahaan mengelola CAPEX. Oleh karena itu NPM merupakan ukuran terbaik untuk tingkat laba apabila dihubungkan dengan CAPEX.

Tabel 1.2

**Rasio CAPEX dan Net Profit Margin Perusahaan Telekomunikasi di Indonesia
Tahun 2013**

Perusahaan Telekomunikasi	<i>Net Fix Assets</i> (dalam jutaan Rupiah)	<i>Earning After Tax</i> (dalam jutaan Rupiah)	Rasio CAPEX	<i>Net Profit Margin</i>
TLKM	86.761.000	20.290.000	86.81%	24.46%
ISAT	42.625.700	-1.675.379	101.06%	-11.18%
EXCL	30.928.452	1.032.817	79.28%	4.86%
BTEL	7.497.765	-1.520.576	99.94%	-127.65%
FREN	9.802.049	-1.544.863	26.35%	-104.35%
INVS	8.877.450	266.811	16.90%	34.88%

Sumber: Data Olahan Peneliti dari Laporan BEI 2013



Gambar 1.1 Grafik Tingkat CAPEX dan *Net Profit Margin* Perusahaan Telekomunikasi di Indonesia tahun 2013

Sumber: Data Olahan Peneliti dari Laporan BEI 2014

Namun seperti data yang tersaji pada Tabel 1.2 dan Gambar 1.1, mengindikasikan bahwa tingkat CAPEX menghasilkan tingkat laba yang berbeda – beda pada masing – masing perusahaan telekomunikasi di Indonesia pada Tahun 2013. Tingkat CAPEX PT. TELKOM INDONESIA Tbk. (“TLKM”) sebesar 86.81% menghasilkan tingkat laba sebesar 24.46%. Sementara tingkat CAPEX PT. Inovisi Infracom Tbk. (“INVS”) pada Tahun 2013 yaitu sebesar 16.90% dapat menghasilkan tingkat laba sebesar 34.88%. Tingkat CAPEX PT. INDOSAT Tbk. (“ISAT”) yang tinggi sebesar 101.06% menghasilkan rugi sebesar 11.18%. Berbeda dengan PT. Bakrie Telecom Tbk. (“BTEL”) dengan tingkat CAPEX sebesar 99.94% membuat kerugian besar dengan tingkat laba negatif 127.65%. Lain halnya fenomena yang muncul pada PT. Smartfren Telecom Tbk. (“FREN”) dengan tingkat CAPEX sebesar 26.35%, menghasilkan rugi sebesar 104.35%. Sementara PT. XL Axiata Tbk. (“EXCL”) dengan tingkat CAPEX sebesar 79.28% hanya bisa menghasilkan keuntungan sebesar 4.86%.

Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa keputusan CAPEX tidak selalu memiliki korelasi yang tinggi dengan tingkat laba. Penelitian terdahulu yang dilakukan Kim Sungsoo (2002) pada 27 industri minyak dan gas, kimia, mesin dan komputer, peralatan elektronik dan alat transportasi di United Kingdom (UK) menyimpulkan bahwa CAPEX yang meningkat tidak selalu mengindikasikan peningkatan laba perusahaan di masa mendatang. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Murhadi (2009) pada 20 perusahaan sektor utama yang terdiri dari industri pertanian, perkebunan dan pertambangan di Indonesia menyimpulkan bahwa CAPEX tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat laba perusahaan.

Walaupun begitu bukan berarti CAPEX tidak menjadi faktor penting penentu tingkat laba perusahaan. Callen, Livnat dan Ryan (1996) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki rasio yang besar pada CAPEX akan menikmati *abnormal* return yang positif di masa mendatang. Kepentingan peran CAPEX juga membuat kesimpulan pada penelitian Boquest (1998) menyatakan bahwa faktor penting yang membedakan perusahaan yang menang dan yang kalah adalah kualitas dari investasi yang mengacu pada keputusan CAPEX perusahaan. Kedudukan CAPEX juga dipertegas oleh penelitian Chung et al (1998) pada 425 data CAPEX perusahaan yang dilansir Jurnal *Wall Street* dan Lexis Nexis di negara - negara G14 menyimpulkan bahwa bukti empiris sangat mendukung hipotesis kualitas peluang investasi yang menentukan harga pasar (nilai) perusahaan lebih bereaksi terhadap keputusan CAPEX daripada afiliasi industri. Oleh karena itu, perlu ditinjau beberapa penelitian dan teori yang menghubungkan CAPEX dengan tingkat laba.

Pada penelitian Sudiyatno dan Puspitasari (2010) pada 116 perusahaan manufaktur di Indonesia, terdapat hubungan di mana *Return on Asset* (ROA) berhubungan erat dengan tingkat laba yang diproksi dengan nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Fitri (2013) pada 118 perusahaan manufaktur di Indonesia menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara peningkatan CAPEX terhadap peningkatan ROA perusahaan. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan Jiang et al (2006) pada 357 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Taiwan Stocks Exchange menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara CAPEX dengan ROA yang merupakan indikasi bagi kinerja perusahaan. Menurut McConnel dan Muscarella

(1985), apabila CAPEX dihubungkan dengan kinerja perusahaan, maka tingkat CAPEX yang maksimal akan memaksimalkan kinerja perusahaan dan secara lebih luas akan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan industri negara. Maka dari itu kinerja perusahaan diperlukan untuk memediasi pengaruh CAPEX terhadap tingkat laba perusahaan.

Dari hasil sejumlah teori, penelitian, studi terdahulu serta survey dan dokumentasi artikel, diketahui terdapat fenomena menarik dari keputusan CAPEX yang dilakukan perusahaan telekomunikasi di Indonesia dalam menanggapi kesempatan pertumbuhan. Prediksi mengenai industri jasa telekomunikasi yang diperkirakan oleh ATSI akan tumbuh diketahui dari data historikal kinerja perusahaan yang menunjukkan peluang tren pertumbuhan pada tingkat laba. Namun, tren tersebut tidak selalu akan menjadi kenyataan apabila tidak disertai dengan keputusan tepat yang diambil perusahaan untuk mengusahakan pertumbuhan. Salah satu keputusan penting yang harus dibuat perusahaan untuk menanggapi kesempatan pertumbuhan adalah keputusan CAPEX. Namun, keputusan CAPEX juga harus didukung oleh peningkatan kinerja perusahaan dalam memanfaatkan aset – asetnya agar dapat menghasilkan tingkat laba yang maksimum. Maka dari itu sangat menarik bagi peneliti untuk meneliti hubungan antara CAPEX, kinerja perusahaan dan tingkat laba pada perusahaan telekomunikasi di Indonesia. Oleh karena itu penelitian ini berjudul “**Pengaruh *Capital Expenditure* terhadap Tingkat Laba dengan *Return on Asset* Sebagai Variabel Moderator pada Perusahaan Jasa Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013**”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diungkapkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana CAPEX pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2009-2013?
2. Bagaimana *return on asset* perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2009-2013?

3. Bagaimana tingkat laba perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2009-2013?
4. Apakah CAPEX dan ROA secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat laba perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2009-2013?
5. Apakah CAPEX dan ROA secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat laba perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2009-2013?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diungkapkan, maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui CAPEX pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2009-2013.
2. Untuk mengetahui *return on asset* perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2009-2013.
3. Untuk mengetahui tingkat laba perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2009-2013.
4. Untuk mengetahui adakah pengaruh signifikan CAPEX dan ROA secara simultan terhadap tingkat laba perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2009-2013.
5. Untuk mengetahui adakah pengaruh signifikan CAPEX dan ROA secara parsial terhadap tingkat laba perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2009-2013.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam:

1. Aspek Teoritis

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pembanding hasil penelitian, sehingga dapat digunakan untuk melihat konsistensi hasil penelitian. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan

pengembangan ilmu, sehingga dapat muncul pengertian dan pemahaman yang lebih dalam pada bidang ilmu manajemen keuangan.

2. Aspek Praktis

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat evaluasi kinerja perusahaan dan bahan pertimbangan dalam membuat keputusan mengenai CAPEX. Bagi investor, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai hubungan CAPEX, ROA dan tingkat laba, sehingga investor dapat mempertimbangkan arah keputusan investasi mereka. Sedangkan bagi institusi pendidikan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan serta referensi pengetahuan yang lebih luas mengenai aplikasi konsep manajemen keuangan dalam realita yang terjadi pada bidang praktisi keuangan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab. Penjelasan materi yang terdapat pada masing – masing bab secara garis besar adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab I terdapat pembahasan mengenai gambaran objek penelitian yaitu enam perusahaan telekomunikasi yang menjadi objek penelitian. Selanjutnya pada bab I diungkapkan mengenai latar belakang penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab II terdapat uraian mengenai rangkuman teori serta konsep yang berhubungan dengan masalah yang dibahas, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian serta ruang lingkup penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab III terdapat penjelasan mengenai jenis penelitian, operasional variabel dan skala pengukuran pada penelitian, populasi dan sampel pada penelitian, data dan teknik pengumpulan data pada penelitian, metode analisis data pada penelitian serta metode analisis statistik dan metode pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV terdapat pembahasan dan analisa menggunakan sejumlah metode penelitian yang terdapat pada bab III mengenai objek penelitian spesifik yaitu data dari enam perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2009-2013.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V terdapat kesimpulan hasil pembahasan dan analisa dari bab IV serta sejumlah saran yang berkaitan dengan hasil pembahasan dan analisa yang dilakukan dalam penelitian.