

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri telepon seluler mengalami perkembangan yang pesat dalam satu dekade terakhir ini, baik di negara maju ataupun sedang berkembang. Telepon pada awalnya merupakan barang mewah, sehingga hanya kelompok tertentu yang bisa menikmatinya, tapi sekarang setiap orang dapat dengan mudah mendapatkannya, baik dalam sarana telekomunikasi telepon tetap ataupun telepon seluler.

Saat ini di Indonesia telah hadir 9 operator seperti dilihat pada tabel 1. yaitu Telkom, Telkomsel, Indosat, Excelcomindo (XL), Hutchison (3), Smartfren, Sampoerna Telecommunication (Ceria), Bakrie Telecom (Esia) (sebelumnya Lippo Telecom), dan AXIS (Saudi Telecon Company dan Natrindo Telepon Selular). Dari Sembilan operator tersebut jumlah pelanggan telepon bergerak sebanyak 178 juta pelanggan, jumlah pelanggan telepon tetap kabel sebanyak 8 juta pelanggan dan jumlah pelanggan telepon tetap *wireless* sebanyak 27 juta pelanggan pada tahun 2010. Jumlah pelanggan tersebut meningkat lebih dari 25% pada tahun 2011. Dari sepuluh operator itu hanya tiga operator yang memiliki pangsa pasar lebih dari 10% yaitu Telkomsel, Indosat dan Excelcomindo.

Hal ini menyebabkan tingkat persaingan antar operator di Indonesia mengalami peningkatan, sehingga para pelanggan telepon seluler juga menikmati manfaat dari persaingan tersebut.

Tabel 1.1 Jumlah pelanggan jasa telekomunikasi di Indonesia (dalam ribuan)

No	Operator	Jumlah pelanggan			Layanan
		2011	2010	2009	
1	PT Telekomunikasi seluler Tbk	107.000	88.316	81.643	Telepon seluler, multimedia, data, internet
2	PT Indosat Tbk	51.700	44.300	28.707	Telepon seluler, telepon tetap, multimedia, data, internet
3	PT Excelcomindo Pratama(XL) Tbk	46.359	40.351	31.438	Telepon seluler, multi media, data , internet
4	PT Telekomunikasi Indonesia Tbk	22.837	26.464	23.516	Telepon seluler, telepon tetap, nirkabel, telepon umum, internet
5	PT Smartfren Tbk	7.647	2.273	2.873	Telepon seluler, multimedia, data, internet
6	PT Bakrie Telecom (esia) Tbk	14.700	13.000	10.600	Telepon tetap nirkabel, telepon seluler, multimedia, data, internet
7	PT sampoerna Telecommunication (ceria)	n.a	n.a	n.a	Telepon seluler, multimedia, internet
8	STC dan Natrindo (Axis)	n.a	n.a	n.a	Telepon seluler, multimedia, data, internet
9	PT Hutchison (3)	n.a	n.a	n.a	Telepon seluler, multimedia, data, internet
Jumlah		250.243	214.704	178.777	

*)n.a = *Not available*

Sumber : Laporan Tahunan Perusahaan Telekomunikasi *Go public*

Tabel 1.1 menunjukkan pertumbuhan jumlah pelanggan telepon seluler yang terus mengalami peningkatan dari tahun 2009 hingga 2011, dengan rata-rata kenaikan jumlah pelanggan 16 % pertahun. Pada tahun 2011 jumlah pelanggan telepon seluler mencapai titik tertinggi yaitu 250 juta pelanggan, melampaui

jumlah penduduk Indonesia yang hanya 240 juta jiwa. Pertumbuhan di sektor industri telekomunikasi mulai mencapai titik jenuh. Persaingan yang ketat tidak hanya terjadi pada perang tarif telepon, sms dan paket data internet, tetapi juga pada pelayanan masing-masing operator dalam memberikan jasa telekomunikasi yang ditawarkannya, sehingga dengan persaingan yang sangat ketat ini, hanya perusahaan dengan pelayanan dan kinerja keuangan terbaik yang akan dapat bertahan dalam industri ini.

Terlepas dari perang tarif yang semakin tajam di antara perusahaan telekomunikasi, kinerja mereka dalam pasar modal juga semakin membaik. Beberapa perusahaan telekomunikasi yang menjadi emiten di pasar modal adalah Telkom, Indosat, Excelcomindo Pratama, Bakrie Telecom, dan Smartfren Telecom. Kinerja mereka yang semakin membaik ini disebabkan oleh berkembangnya pengguna telepon di Indonesia, sehingga pendapatan usaha dan laba bersih emiten tersebut meningkat. Hal ini tentu saja membuat sektor telekomunikasi menjadi sektor yang menarik untuk para investor atau penanam saham. Potensi bisnis di sektor telekomunikasi masih cukup besar, bahkan sampai tahun 2011 operator-operator telekomunikasi terkemuka seperti Telkom, Indosat, dan Bakrie Telecom mampu menghasilkan pendapatan usaha sampai triliunan rupiah.

Tabel 1.2 Kinerja emiten sektor telekomunikasi (dalam milyar rupiah)

Nama Emiten	Pendapatan usaha		
	2011	2010	2009
PT Telekomunikasi Indonesia Tbk	62.683	64.166	67.678
PT Indosat Tbk	20.576	19.796	18.824
PT Excelcomindo Pratama Tbk	18.921	17.637	13.880
PT Bakrie Telkom Tbk	3.195	3.447	3.433
PT Smartfren Tbk	954	504	376
	Laba Bersih		
PT Telekomunikasi Indonesia Tbk	11.701	11.536	11.332
PT Indosat Tbk	716	647	1.498
PT Excelcomindo Pratama Tbk	2.830	2.891	1.709
PT Bakrie Telkom Tbk	(-25)	10	98
PT Smartfren Tbk	(1.557)	(1.402)	(724)

Sumber : Laporan Tahunan Perusahaan Telekomunikasi *Go public*

Asosiasi Telekomunikasi Seluler Indonesia (ATSI) mengatakan bahwa pertumbuhan industri telekomunikasi menurun 3-4 persen, dari sekitar 10 persen pada 2010 menjadi 6-7 persen pada 2011. Direktur utama PT XL Axiata Tbk Hasnul Suhaimi mengatakan penurunan tersebut terjadi akibat pasar yang mulai jenuh. Jumlah SIM *card* aktif lebih dari 240 juta, pasar mulai jenuh karena pendapatan suara turun dan kontribusi pertumbuhan suara besar, pertumbuhan total jadi melambat. Industri telekomunikasi di Indonesia diprediksi akan terus tumbuh walau berjalan lambat.

Menurut Ketua Asosiasi Telepon Seluler Indonesia (ATSI) Sarwoto Atmosutarno, pertumbuhan dari tahun 2011 hanya 1%, dan pada tahun 2012 pertumbuhan di telekomunikasi diprediksi akan mencapai 8%, atau paling tinggi 9% . Naik dibandingkan tahun 2011 berkisar 7%. dari pertumbuhan industri telekomunikasi tersebut pemasukan terbesar berasal dari layanan data. Angkanya bisa mencapai 20% dari pendapatan setiap operator. Strategi persaingan akan berubah dari yang

basic ke mobile data, sebesar 20% pendapatan operator akan mengalir dari layanan data. Pendapatan total yang dihasilkan dari industri telekomunikasi ini sendiri mencapai Rp 200 triliun untuk tahun 2011.

Meskipun terjadi penurunan, akan tetapi investasi portofolio saham industri telekomunikasi masih tetap menarik dan dapat dikategorikan sebagai industri yang baik, industri ini hanya kalah dengan sektor pertambangan. Hanya saja yang perlu diperhatikan adalah masalah belanja investasi yang masih terpaut pada mata uang dollar, ketika nilai tukar rupiah melemah investasi pun semakin berat. Untuk mengetahui kinerja perusahaan telekomunikasi mana yang baik, terlebih dengan adanya penurunan tarif pada tahun 2008, diperlukanlah pengukuran kinerja masing-masing perusahaan agar investor mengetahui dengan jelas keadaan perusahaannya dilihat dari sisi kepentingan masyarakat seperti perubahan harga, perubahan layanan, dan cakupan jaringan juga perlu dilihat dari sisi keuangan atau tingkat profitabilitas.

Cara mengukur kinerja perusahaan yaitu dengan melihat kondisi keuangan perusahaan. Menurut Zainul Arifin (2004) ada beberapa metode yang sering digunakan para Investor, Kreditor, dan Pemegang saham untuk mengukur kinerja keuangan, diantaranya dengan menggunakan metode pengukuran Rasio keuangan yang meliputi *profitability ratio*, *Liquidity ratio*, *Solvability ratio*, *Activity ratio*, *Growth ratio*, dan *Market ratio*. Namun jumlahnya yang banyak seringkali menimbulkan kesulitan dalam menilai kinerja perusahaan yang baik dan tidak baik, akibatnya memungkinkan terjadinya *window dressing*. Guna menghindari terjadinya hal tersebut maka digunakan EVA sebagai ukuran tunggal keuangan

dengan penekanan pada *cost of capital*. EVA memiliki beberapa kelebihan dibandingkan alat ukur kinerja keuangan dengan menggunakan rasio keuangan yaitu prinsip EVA memberikan sistem pengukuran yang baik untuk menilai suatu kinerja dan prestasi keuangan manajemen perusahaan, karena EVA berhubungan langsung dengan nilai pasar sebuah perusahaan, sehingga pihak manajemen perusahaan dapat melakukan banyak hal untuk menciptakan nilai tambah.

Adanya *Economic Value Added* (EVA) menjadi relevan untuk mengukur kinerja yang berdasarkan nilai karena EVA adalah ukuran nilai tambah ekonomis yang dihasilkan oleh perusahaan sebagai akibat dari aktivitas atau strategi manajemen. Dengan adanya EVA, pemilik perusahaan atau dalam hal ini adalah pemegang saham dapat mengetahui ada tidaknya tingkat pengembalian yang ia peroleh, sesuai atau tidak dengan biaya modal yang telah dikeluarkan (Linawati, 1999). Metode EVA dapat menjadi alternatif penilaian kinerja keuangan perusahaan. Selain historis perusahaan, saat ini investor ingin melihat kemampuan manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan, karena historis perusahaan bukan sebuah jaminan bahwa perusahaan itu akan bertahan untuk jangka waktu yang lama.

1.2. Perumusan Masalah

Untuk memperoleh modal melalui bursa saham, perusahaan harus dapat menunjukkan kinerja keuangannya. Industri yang bergerak di bidang telekomunikasi harus memiliki strategi dalam bersaing, karena semakin banyaknya perusahaan serupa yang memiliki kinerja yang semakin baik.

Analisis *Economic Value Added* (EVA) diharapkan dapat memberikan informasi lebih bagi investor untuk berinvestasi disektor telekomunikasi. Berdasarkan uraian diatas, permasalahan dapat dirumuskan adalah “Apakah kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi yang tercatat di BEI dengan menggunakan pendekatan EVA menunjukkan kriteria kinerja keuangan yang baik?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengevaluasi kinerja perusahaan telekomunikasi yang tercatat dalam BEI dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA).
2. Memberikan referensi bagi investor dalam berinvestasi pada saham-saham perusahaan telekomunikasi yang tercatat dalam indeks BEI.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk semua kalangan, seperti bagi para investor sebagai referensi dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi.

Manfaat bagi manajer adalah menjadi sebuah pedoman untuk mengetahui keberhasilannya dalam mengelola perusahaan.

1.4. Kerangka Pemikiran

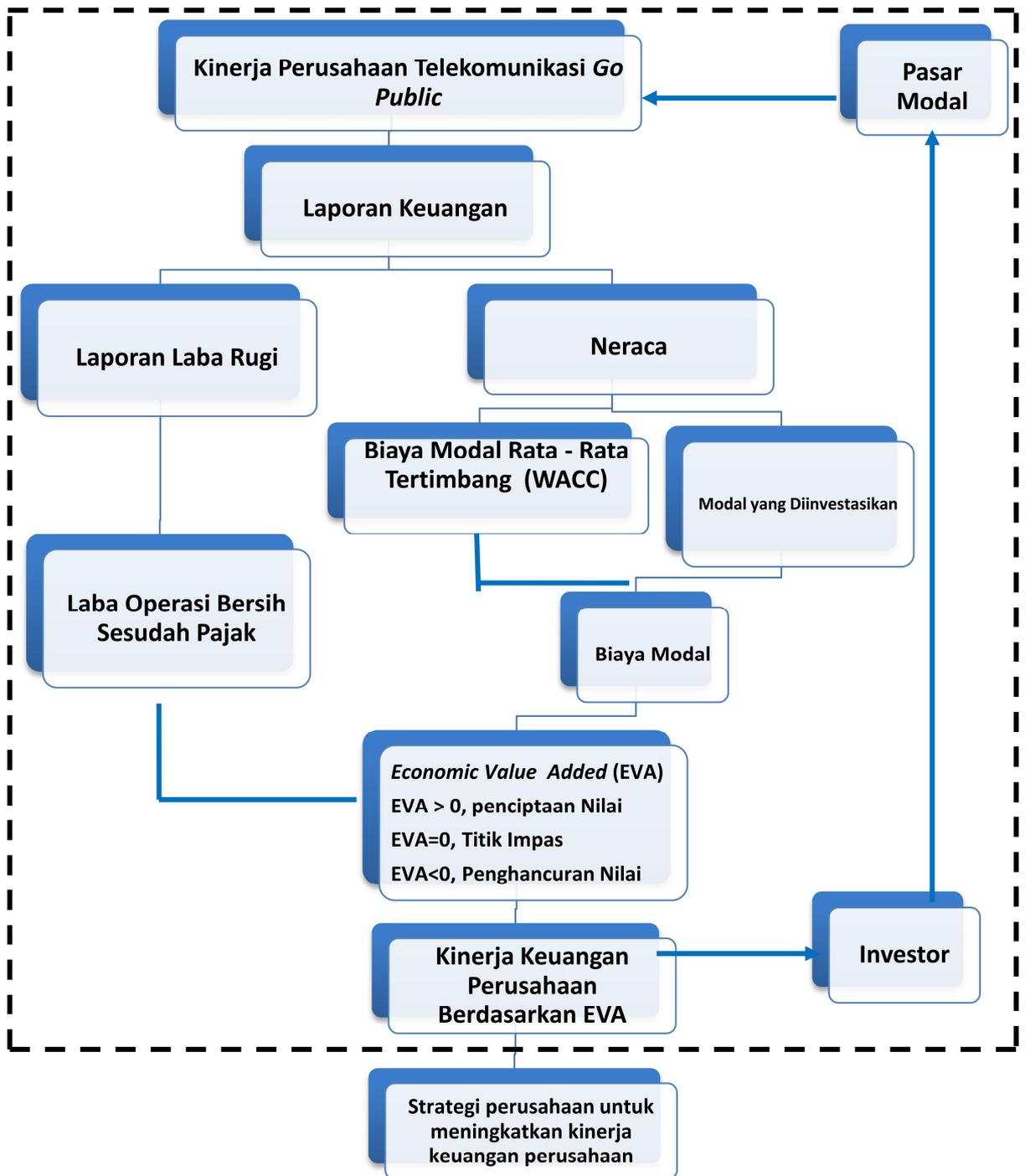
Dalam sebuah perusahaan, pengukuran terhadap kinerja keuangan merupakan hal yang penting untuk menilai seberapa baik kemampuannya untuk menghasilkan laba dan meningkatkan nilai perusahaan. Konsep yang dapat mengukur seberapa besar kesejahteraan maupun kekayaan yang berhasil diciptakan kepada investor atas modal yang telah diberikan adalah *Economic Value Added* (EVA). EVA adalah nilai tambah ekonomis yang diciptakan perusahaan dari kegiatan atau strateginya selama periode tertentu (Stewart, 1993) dalam Doni (2004).

Prinsip EVA memberikan sistem pengukuran yang baik untuk menilai suatu kinerja dan prestasi keuangan manajemen perusahaan karena EVA berhubungan langsung dengan nilai pasar sebuah perusahaan. Selain itu menurut Young dan O'Byrne (2001) aplikasi manajerial dari teori ini lebih mudah diakses oleh manajer perusahaan yang tidak terlatih dengan baik dalam keuangan atau tidak pernah memikirkannya. Sumber utama yang diperlukan dalam penghitungan EVA adalah laporan keuangan, berupa laporan laba rugi, neraca, dan deviden yang terdapat di keterangan laporan keuangan. Cara penghitungannya didapat dari laba operasi bersih sesudah pajak (*Net Operating Profit After Tax/ NOPAT*) dikurangi biaya modal.

NOPAT merupakan selisih antara laba atau rugi bersih tahun berjalan dengan beban bunga. Sementara biaya modal adalah perkalian antara *Weighted Average Cost of Capital* (WACC) dan modal yang diinvestasikan.

Modal yang diinvestasikan merupakan penjumlahan dari total utang dan ekuitas serta dikurangi utang beban. Sementara WACC dihitung dari penyesuaian atas ekuitas dan utang yang dipakai, WACC menggunakan bobot dari masing-masing elemen ekuitas dan utang dengan melibatkan biaya utang dan biaya ekuitas. Lalu setelah seluruh komponen EVA diketahui dibuatlah perhitungan untuk mendapatkan nilai EVA (Young & O'byrne, 2001).

Setelah nilai EVA didapatkan, dapat dilihat kinerja keuangan perusahaan sehingga dapat dibuatlah saran untuk mendapatkan nilai EVA yang baik yang berarti nilainya positif. EVA dalam hal penetapan tujuan membantu manajemen untuk berpedoman pada penambahan nilai. EVA dapat menjadi dasar dalam penganggaran modal (*capital budgeting*) tentang penilaian sebuah proyek. Proyek dengan EVA positif akan diterima, dan sebaliknya proyek dengan EVA negatif akan ditolak. Dalam hal ini *Economic Value Added* menjadi kriteria penting untuk menilai kinerja manajemen. Batasan penelitian ini adalah mengetahui nilai EVA pada periode 2007-2011 perusahaan telekomunikasi, dan memberikan saran kepada perusahaan untuk meningkatkan nilai EVA dan kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar 1.



Keterangan :
 ----- = Batas Penelitian

Gambar 1.1 Skema Kerangka pemikiran

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini hanya akan mengamati kinerja keuangan perusahaan ditinjau dari aspek keuangan. Aspek lainnya yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan tidak diamati dalam penelitian ini.

1.6 Hipotesis

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan permasalahan yang telah dirumuskan, maka hipotesis yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

Hipotesis : Kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi yang tercatat dalam BEI dengan menggunakan pendekatan EVA menunjukkan kriteria kinerja keuangan yang baik.