

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kinerja perusahaan merupakan salah satu indikator yang penting, tidak saja bagi perusahaan, tapi juga bagi investor. Kinerja adalah gambaran pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan atau program dalam mewujudkan visi, misi, tujuan, dan sasaran organisasi. Secara sederhana, kinerja adalah “prestasi kerja”. Kinerja dapat pula diartikan sebagai “hasil kerja” dari seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi (Rudianto, 2006).

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diukur dan dilihat melalui laporan keuangan dengan cara menganalisis laporan keuangan. Laporan keuangan adalah gambaran tentang hasil atau perkembangan usaha perusahaan. Laporan keuangan tersebut digunakan untuk membantu para pemakai laporan keuangan dalam menilai kinerja perusahaan sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat (Ribo, 2013).

Harahap (2011) mengatakan bahwa kegiatan analisis laporan keuangan merupakan salah satu media untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak, lebih baik, akurat, dan dijadikan sebagai bahan dalam proses pengambilan keputusan. Analisis laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan serta hasil-hasil yang telah dicapai sehubungan dengan pemilihan strategi perusahaan yang akan ditetapkan. Selain itu, dengan melakukan analisis laporan keuangan

perusahaan, maka pimpinan perusahaan dapat mengetahui keadaan finansial perusahaan serta hasil-hasil yang telah dicapai diwaktu lampau dan diwaktu yang sedangberjalan.

Analisis rasio merupakan bentuk atau cara yang umum dipergunakan dalam analisis laporan keuangan. Sedangkan rasio merupakan alat yang dinyatakan dalam arti relatif maupun absolut untuk menjelaskan hubungan tertentu antara faktor-faktor yang lain dalam suatu laporan keuangan. Selanjutnya berdasarkan laporan keuangan yang terdiri dari neraca dan laporan laba rugi akan dapat dilakukan analisis laporan keuangan tersebut dengan menggunakan analisis rasio. Salah satu analisis rasio yang digunakan dalam laporan keuangan adalah Rasio Profitabilitas.

Tujuan dari analisis rasio adalah membantu manajer keuangan memahami apa yang perlu dilakukan oleh perusahaan berdasarkan informasi yang tersedia yang sifatnya terbatas yang berasal dari *financial statement* yaitu dalam hal pembuatan keputusan atau pertimbangan tentang apa yang perlu dicapai oleh perusahaan dan bagaimana prospek yang dihadapi oleh perusahaan di masa yang akan datang (Alwi, 2002:107).

Pertumbuhan suatu perusahaan tergantung dari kelangsungan bisnis serta profitabilitasnya. Profitabilitas menunjukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang merupakan hasil dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan. Rasio profitabilitas mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, semakin tinggi tingkat profitabilitas

maka semakin tinggi kemampuan suatu perusahaan untuk bertahan dalam menjalankan usahanya tersebut.

Gitman (2003) berpendapat bahwa profitabilitas adalah hubungan antara pendapatan dan biaya yang dihasilkan dengan menggunakan aset perusahaan. Profitabilitas biasanya dilihat dari laporan laba rugi yang menunjukkan laporan hasil kinerja perseroan yang diukur dengan rasio profitabilitas. Sedangkan menurut Syafri (2008) berpendapat bahwa rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada. Beberapa indikator yang biasa digunakan untuk mengukur profitabilitas antara lain : *Gross Profit Margin* dan *Net Profit Margin*.

Menurut Syamsuddin (2009) berpendapat bahwa *Gross Profit Margin* merupakan persentase dari laba kotor yang diperoleh dibandingkan dengan penjualan. Semakin besar *Gross Profit Margin* maka akan semakin baik keadaan operasi perusahaan, karena harga pokok penjualan relatif lebih rendah dibandingkan dengan penjualan, demikian sebaliknya. Menurut Margaretha (2011) *Net Profit Margin* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba setelah pajak dari setiap rupiah penjualan. Semakin tinggi *Net Profit Margin* yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba cukup besar. *Net Profit Margin* yang positif menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sehat dan tidak mengalami kerugian.

Analisis laporan keuangan biasanya menggunakan analisis rasio keuangan. Tetapi terdapat metode baru untuk menganalisis laporan keuangan, yaitu metode

Economic Value Added (EVA). Menurut Kamaludin dan Rini dalam Kartikasari (2014) EVA merupakan metode baru yang dapat memperhatikan secara adil ekspektasi penyandang dana dan memberikan tolak ukur seberapa jauh perusahaan telah memberikan nilai tambah kepada pemegang saham dalam suatu periode tertentu.

Definisi EVA secara matematis adalah suatu keuntungan operasi setelah pajak yang dikurangi biaya modal untuk menilai kinerja perusahaan, dengan cara memperhatikan secara adil harapan-harapan para pemegang saham dan kreditor. EVA dapat diperhitungkan dengan laba bersih setelah pajak dikurang biaya modal yang di investasikan. EVA positif menunjukkan bahwa perusahaan telah berada dalam kondisi baik untuk menciptakan kekayaan, karena mampu menghasilkan laba operasi diatas biaya modal.

Maka metode EVA dapat menjadi alat analisis alternatif dalam menilai kinerja keuangan perusahaan (Kartikasari, 2014). Secara umum EVA digunakan untuk menilai kinerja operasional, karena secara *fair* juga mempertimbangkan *required rate of return* yang dituntut oleh para investor dan kreditor. EVA dalam perhitungannya meliputi semua elemen atau unsur-unsur yang terdapat dalam neraca dan laporan laba rugi perusahaan sehingga menjadi komprehensif dan EVA memberikan penilaian yang wajar atas kondisi perusahaan. Karena itu EVA lebih banyak digunakan sebagai penilaian kinerja meskipun perhitungannya lebih kompleks dan rumit (Tunggal, 2007:56).

Penerapan konsep EVA dalam suatu perusahaan akan membuat perusahaan lebih memfokuskan perhatian pada penciptaan nilai perusahaan. Hal ini merupakan keunggulan EVA dibandingkan dengan metode perhitungan yang lain. Selain itu, penggunaan EVA dapat dijadikan acuan mengingat EVA memberikan informasi dalam hal biaya modal sebagai kompensasi atas dana yang digunakan untuk membiayai investasi tersebut (Gulo dan Ermawati dalam Kartikasari, 2014).

Saat ini, perkembangan teknologi yang semakin modern diikutijuga dengan perkembangan teknologi telekomunikasi yang semakin canggih. Kebutuhan akan adanya perangkat telekomunikasi yang dapat menunjang kehidupan manusia pun senantiasa berkembang (Bayu, 2014). Hal ini cukup membuktikan bahwa teknologi telekomunikasi telah menjadi kebutuhan penduduk Indonesia, karena teknologi telekomunikasi merupakan sarana yang tepat untuk membuat jarak antara penduduk Indonesia menjadi lebih dekat tanpa harus bertatap muka langsung. Sehingga dewasa ini peran para pelaku industri yang bergerak dalam bidang telekomunikasi semakin terasa nyata, dan banyaknya para pelaku industri di bidang telekomunikasi ini mengakibatkan munculnya persaingan.

Persaingan yang terjadi menuntut setiap perusahaan baik yang baru berdiri maupun yang telah berdiri sejak lama untuk selalu mengembangkan strategi agar dapat mempertahankan perusahaan. Berbagai produk-produk teknologi komunikasi terbaru selalu muncul setiap waktu dari tiap-tiap perusahaan komunikasi, mengeluarkan produk teknologi komunikasi baru yang lebih nyaman

dan canggih merupakan strategi yang sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang komunikasi untuk dapat merebut pasar. Karena tujuan utama didirikan perusahaan selaku entitas bisnis adalah mendapatkan keuntungan yang digunakan untuk kelangsungan usaha. Selain itu, upaya tersebut jugadiharapkan dapat menciptakan peningkatan kinerja keuangan yangsenantiasa baik agar aktivitas perusahaan dapat terus berjalan (Kountur dan Untu, 2015).

Keadaan keuangan yang baik dapat mengurangi risiko-risiko keuangan perusahaan sehingga dapat membuat investor lebih tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Manajer keuangan perusahaan bertugas untuk mengambil keputusan yang tepat agar kondisi keuangan perusahaan dapat selalu berada dalam keadaan yang stabil, yang dapat diperoleh dari menganalisis laporan keuangan perusahaan (Kountur dan Untu, 2015).

Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mengelola modal yang disetor oleh para investor dalam rangka kemajuan perusahaan, diperlukan adanya pengukuran terhadap kinerja perusahaan. Berbagai aspek perlu dipertimbangkan dalam pengukuran kinerja ini, terutama dari pihak-pihak yang menginvestasikan dananya. Hal ini untuk mengetahui sejauh mana perusahaan mampu mengelola dana yang berasal dari investor atau pemegang saham, dengan menilai dari seberapa besar *capital gain* yang dapat dihasilkan perusahaan. Semakin tinggi tingkat *capital gain* yang diberikan perusahaan kepada investor maka akan semakin tinggi nilai perusahaan yang tercermin dalam nilai saham di bursa efek (Hanafi dan Putri, 2013).

Perusahaan-perusahaan telekomunikasi yang *go public* antara lain adalah PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, PT Bakrie Telecom Tbk, PT XL Axiata Tbk, PT Smartfren Telecom Tbk, dan PT. Indosat Tbk (Sumber:<http://www.sahamok.com/>). Perusahaan-perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang saat ini sedang menghadapi persaingan industri yang ketat dan memiliki prospek yang cukup baik, mengingat pada saat ini teknologi telekomunikasi telah menjadi kebutuhan dari penduduk Indonesia. Dengan menggunakan teknologi telekomunikasi, akan memudahkan penduduk Indonesia untuk berkomunikasi satu sama lain meskipun dengan jarak jauh. Bahkan saat ini telekomunikasi juga banyak digunakan sebagai kebutuhan utama dalam dunia bisnis (Bayu, 2014).

Hal tersebut terlihat dari data jumlah pelanggan telepon Indonesia menurut jenis penyelenggaraan jaringan tahun 2009-2018:

Tabel 1.1

Jumlah pelanggan telepon Indonesia menurut jenis penyelenggaraan jaringan tahun 2009-2018.

| Jenis penyelenggaraan jaringan | 2009 | 2010 | 2011 |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Telekomunikasi dengan kabel | 8,423,973 | 8,349,998 | 8,650,716 |
| Telekomunikasi tanpa kabel | 190,083,815 | 243,779,422 | 279,772,383 |
| a. Telepon tetap nirkabel | 26,406,854 | 32,579,125 | 29,966,764 |
| b. Telepon selular | 163,676,961 | 211,200,297 | 249,805,619 |
| Jumlah pelanggan | 198,507,788 | 252,192,420 | 288,423,099 |
| Jenis penyelenggaraan jaringan | 2012 | 2013 | 2014 |
| Telekomunikasi | 7,667,184 | 10,085,624 | 9,885,971 |

| | | | |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| dengan kabel | | | |
| Telekomunikasi tanpa kabel | 312,279,336 | 331,709,063 | 341,482,747 |
| a. Telepon tetap nirkabel | 30,315,671 | 18,482,149 | 16,339,003 |
| b. Telepon selular | 281,963,665 | 313,226,914 | 325,948,340 |
| Jumlah pelanggan | 319,946,520 | 341,794,687 | 351,807,865 |
| Jenis penyelenggaraan jaringan | 2015 | 2016 | 2017 |
| Telekomunikasi dengan kabel | 10,378,037 | 10,752,912 | 11,053,303 |
| Telekomunikasi tanpa kabel | 341,482,747 | 385,573,398 | 435,193,605 |
| a. Telepon tetap nirkabel | 2,534,407 | 0 | 0 |
| b. Telepon selular | 338,948,340 | 385,573,398 | 431,193,605 |
| Jumlah pelanggan | 351,860,784 | 396,326,310 | 446,246,908 |

Sumber: Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Perusahaan Penyelenggaraan Jaringan Telekomunikasi, dikutip dari Publikasi Statistik Indonesia (www.bps.go.id).

Jumlah pelanggan telepon selular di Indonesia terkadang mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Selama periode 2009-2018, jumlah pelanggan telepon selular meningkat hampir dua kali lipatnya dengan pertumbuhan 3,84 persen per tahun. Pelanggan telepon tetap nirkabel mengalami penurunan yang fluktuatif pada tahun 2016 sampai 2017. Pertumbuhan pelanggan telepon nirkabel per tahun selama periode 2009-2018 mengalami penurunan sebesar 0,85 persen. Total pelanggan jaringan telekomunikasi tanpa kabel selama periode 2009-2018 mengalami rata-rata peningkatan sekitar 3,87 persen per tahun. Pertumbuhan pelanggan jaringan telekomunikasi tanpa kabel ini jauh lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan pelanggan telekomunikasi dengan kabel yang hanya sekitar 1,07 persen per tahun.

Fakta di atas mencerminkan terjadinya pergeseran budaya komunikasi telepon di Indonesia dalam satu dekade terakhir, dari penggunaan teknologi komunikasi telepon kabel menjadi teknologi komunikasi tanpa kabel.

Dengan adanya persaingan yang ketat diantara perusahaan-perusahaan telekomunikasi, terdapat risiko persaingan usaha yang berdampak pada kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi. Bagaimana tidak, saat ini perusahaan-perusahaan telekomunikasi sedang mengeluarkan inovasi sebagai suatu strategi agar dapat menarik hati pelanggan atau konsumen. Selain itu, perang tarif pun dilakukan meskipun tidak semua perusahaan telekomunikasi ikut terlibat. Dalam memasarkan produk yang mereka jual kepada pengguna telekomunikasi di Indonesia sudah melanggar batas-batas etika dalam berusaha (Sumber: Selular.id).

Dikutip dari Selular.Id, Dalam pernyataan resmi yang Selular terima, IDTUG (*Indonesia Telecommunication User Group*) memandang perlu untuk menghimbau kepada operator-operator layanan telekomunikasi untuk bersaing secara sehat, karena sekarang ini ditenggarai sudah melanggar Pasal 19 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Pasal 17 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Disamping itu, melihat yang terjadi akhir-akhir ini IDTUG memandang perlu untuk mengambil sikap agar hal ini tidak terus berlangsung sehingga akan merugikan operator dan pengguna telekomunikasi di Indonesia, karena pada prinsipnya pengguna memerlukan pilihan yang bervariasi agar pengguna dapat

mendapatkan layanan dan harga yang sesuai, sehingga level *playing field* antar operator menjadi seimbang dan operator tidak fokus hanya dengan menggunakan “*Price War*” untuk mendapatkan pelanggan tetapi dengan carameningkatan “*Quality Of Service*”.(Sumber: <http://selular.id/news/2016/06/persaingan-operator-dinilai-cenderung-brutaldan-sudah-melanggar-aturan/>).

Dari berita tersebut dapat disimpulkan bahwa persaingan yang ketat bisa jadi akan menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat, seperti melakukan monopoli. Sehingga akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Hal itu menyebabkan performa perusahaan menurun jika manajer keuangan tidak mengambil keputusan secara tepat, dan juga akan membuat investor berpikir ulang jika akan menanamkan sahamnya.

Tujuan utama perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi adalah mengoptimalisasi kinerja dengan cara memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Maka dari itu penelitian ini mengambil perusahaan telekomunikasi *go public* sebagai objek penelitiannya agar dapat diketahui perusahaan manakah yang terbaik jika dilihat dari kinerja keuangannya. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peniliti ingin melakukan penelitian mengenai **“Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Kinerja Keuangan dengan Menggunakan Metode *Economic Value Added* (EVA) pada Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa efek Indonesia Periode 2009-2018”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti ingin menguji Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas terhadap Kinerja Keuangan dengan Menggunakan Metode *Economic Value Added* (EVA), sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *Gross Profit Margin* (GPM) terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2018 ?
2. Bagaimana pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2018 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini adalah memberikan jawaban atas rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi tujuan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Gross Profit Margin* terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan *Economic Value Added* pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2018.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Net Profit Margin* terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan *Economic Value Added* pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2018.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, diantaranya:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang sejenis khususnya yang berkaitan dengan pengukuran kinerja keuangan suatu perusahaan melalui analisis laporan dan mengembangkan wawasan pengetahuan mengenai analisis pengaruh profitabilitas terhadap kinerja keuangan menggunakan metode EVA.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan informasi peneliti mengenai penilaian kinerja keuangan perusahaan.

b. Bagi Pihak Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan dan tindakan yang tepat berkaitan dengan perbaikan kondisi keuangan dan kelangsungan suatu perusahaan.

c. Bagi Pemegang Saham dan Calon Investor

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi untuk pertimbangan investasi pada saham perusahaan Telekomunikasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini akan disusun berdasarkan penulisan sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang landasan teori yang menjadi dasar dari penelitian dan penelitian terdahulu yang di jadikan dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian ini. Selanjutnya di uraikan dan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian yang akan di uji.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang variabel penelitian, dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, metode pengumpulan data serta metode analisis data.

Bab IV : Hasil dan Analisis

Bab empat ini berisi hasil dan pembahasan yang menjelaskan deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil.

Bab V : Penutup

Bab lima berisi penutup yang berisi simpulan dari hasil analisis *Gross Profit Margin (GPM)* dan *Net Profit Margin (NPM)* terhadap Kinerja Keuangan dengan menggunakan Metode *Economic Value Added (EVA)* pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2009-2018, keterbatasan penelitian, dan saran.

