

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang mempunyai keinginan untuk mencapai tujuan dalam menjalankan usahanya. Kemampuan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan merupakan suatu prestasi bagi manajemen perusahaan tersebut. Salah satu karakteristik yang penting dari perusahaan adalah manajemen yang baik. Jika perusahaan dikelola dengan baik dapat meningkatnya kinerja perusahaan, kinerja perusahaan dapat dilihat melalui laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan perusahaan memberikan informasi mengenai kondisi keuangan perusahaan, seperti hasil pendapatan perusahaan, posisi keuangan perusahaan, modal perusahaan. Informasi pada laporan keuangan yang telah dievaluasi sangat diperlukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan seperti investor, direktur, manajer, kreditur dan pemerintah. Dalam menilai kinerja perusahaan dapat memerlukan tolak ukur, tolak ukur yang sering digunakan ada rasio atau membandingkan dua data keuangan yang satu dengan yang lainnya. Rasio dapat memberikan gambaran atau menjelaskan kepada penganalisa tentang baik atau buruknya kondisi keuangan suatu perusahaan. Menilai baik atau buruknya kondisi keuangan suatu perusahaan dengan cara membandingkan rasio keuangan perusahaan dengan angka rasio yang digunakan sebagai standard.

Perkembangan pesat teknologi informasi dan telekomunikasi atau teknologi digital tidak dapat dihindarkan, teknologi digital menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Di Indonesia, perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi mengalami banyak kemajuan. Hal ini dapat dilihat dan dirasakan kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi dan dibidang teknologi.

Badan Pusat Statistik (BPS) merilis perkembangan pembangunan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia di tahun 2016. Meski Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) Indonesia tahun 2016 naik menjadi 4,34 (skala 1-10) dari tahun sebelumnya di level 3,88, posisi Indonesia masih berada jauh di negara-negara pesaing utama di Asia Tenggara seperti Malaysia, Singapura, Filipina, Thailand dan Vietnam. Indeks itu menunjukkan Indonesia berada pada peringkat 111 dari 176 negara (kominfo.kepriprov.go.id).

Komunikasi sangat penting bagi kehidupan masyarakat, saat ini banyak masyarakat menggunakan telepon seluler hal ini menyebabkan banyak *merk* kartu seluler baru yang mulai bermunculan. Fenomena ini menjadikan bisnis teknologi komunikasi dan informasi menjadi area bisnis yang menjanjikan. Perusahaan telekomunikasi selalu mengeluarkan produk-produk terbaru yang lebih canggih dan nyaman, hal itu merupakan strategi untuk merebut pasar. Kondidi persaingan yang ketat antara penyedia jasa layanan telekomunikasi berdampak pada perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk

yang dihasilkan. Persaingan antar penyedia jasa layanan telekomunikasi yang terjadi di Indonesia adalah perang tarif.

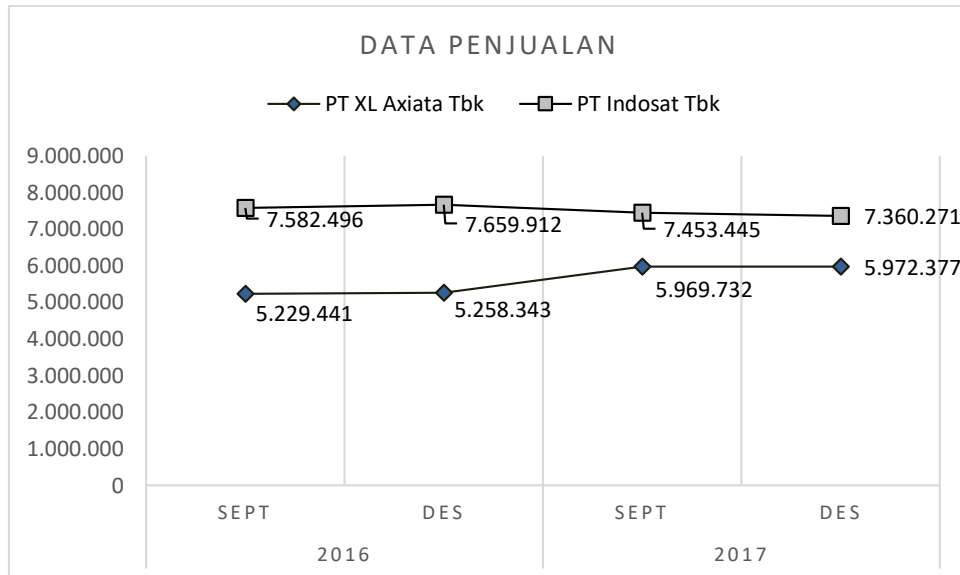
Persaingan industri telekomunikasi semakin tidak sehat akibat perang tarif yang berkepanjangan, perang tarif yang selama ini bergulir untuk memperebutkan basis pelanggan menekan kinerja operator (Wahjudi, 2018). Perang tarif dilakukan untuk mendapatkan konsumen, dengan harga tarif yang murah seolah-olah konsumen diuntungkan dengan mendapatkan tarif yang murah. Selain itu rapor management kepada pemegang saham juga terlihat bagus, ini disebabkan meningkatnya jumlah market share. Namun, jika perang tarif dilakukan dalam jangka panjang maka akan merusak industri telekomunikasi (Leonardo, 2017). Deklarasi perang tarif dimulai sejak Indosat merilis paket Freedom Combo 5.0 dan diikuti XL Axiata merilis paket Super Ngobrol Baru, kedua paket yang dikeluarkan oleh PT Indosat Tbk dan PT XL Axiata Tbk menawarkan tarif telepon lintas operator Rp1 per detik. Jika perang tarif dilakukan terus menerus, profitabilitas perseroan akan terganggu dan akan berdampak pada pendapatan dan laba bersih. Pendapatan merupakan penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan seperti penjualan, jika aktivitas penjualan tidak dikelola dengan baik maka dapat merugikan perusahaan.

PT Indosat Tbk berdiri sejak tahun 1967 sebagai perusahaan penanaman modal asing pertama di Indonesia yang menyediakan layanan telekomunikasi internasional melalui satelit internasional. Tahun 1980, Indosat berkembang menjadi perusahaan telekomunikasi internasional pertama yang dibeli dan

dimiliki 100% oleh Pemerintah Indonesia. Pada tahun 1994, PT Indosat Tbk menjadi perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan New York Stock Exchange. Persaingan yang semakin ketat antar operator, mengharuskan operator membuat inovasi yang tepat agar konsumen tertarik terhadap produk yang dikeluarkan. Salah satu cara yang dilakukan oleh PT Indosat Tbk pada tahun 2017 yaitu merilis paket Freedom Combo 5.0 yang menawarkan menelpon dengan tarif Rp1 per detik ke semua operator.

PT XL Axiata Tbk mulai beroperasi secara komersial pada 8 Oktober 1996 dan merupakan perusahaan swasta pertama yang menyediakan layanan telepon seluler di Indonesia. Pada tahun 2005, PT XL Axiata Tbk terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pada 16 November 2016, terjadi perubahan nama perusahaan dari PT Excelcomindo Pratama Tbk menjadi PT XL Axiata Tbk. PT XL Axiata Tbk terus mendorong penggunaan layanan data bagi para penggunanya, PT XL Axiata Tbk juga meluncurkan produk yang memberikan manfaat maksimal. Pada tahun 2017, PT XL Axiata Tbk merilis paket Super Ngobrol Baru yang menawarkan menelpon Rp1 per detik ke operator lain.

Garfik I.1
Data Penjualan



Data diolah oleh penulis

PT XL Axiata Tbk dan PT Indosat Tbk mengeluarkan produk yang sama berupa paket yang menawarkan menelpon Rp1 per detik pada Juli 2017 hingga Desember 2017. Dalam grafik diatas, penjualan PT Indosat Tbk lebih tinggi dibandingkan penjualan PT XL Axiata Tbk pada tahun 2016 (saat belum mengeluarkan paket yang menawarkan menelpon Rp1 per detik) dan tahun 2017 (saat mengeluarkan paket yang menawarkan menelpon Rp 1 per detik). Penjualan PT XL Axiata Tbk dalam periode Juli-Desember 2017 mengalami peningkatan dari periode Juli-Desember 2016. Sedangkan penjualan PT Indosat Tbk periode Juli-Desember 2017 mengalami penurunan dibandingkan periode Juli-Desember 2016.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang tingkat rasio pofitabilitas, tingkat rasio aktivitas dan penjualan

perusahaan tersebut dalam penulisan yang berjudul “**Analisis Perbandingan Rasio Profitabilitas, Rasio Aktivitas dan Trend Penjualan PT XL Axiata Tbk dan PT Indosat Tbk**”.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat rasio profitabilitas dan rasio aktivitas PT XL Axiata Tbk sebelum dan pada saat perang tarif?
2. Bagaimana tingkat rasio profitabilitas dan rasio aktivitas PT Indosat Tbk sebelum dan pada saat perang tarif?
3. Bagaimana perbandingan rasio profitabilitas dan rasio aktivitas PT XL Axiata Tbk dan PT Indosat Tbk?
4. Bagaimana trend penjualan periode Januari-Juni 2017 dan Juli-Desember 2017 antara PT XL Axiata Tbk dan PT Indosat Tbk?

C. Tujuan dan Manfaat Penulisan

1. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui tingkat rasio profitabilitas dan rasio aktivitas PT XL Axiata Tbk sebelum dan pada saat perang tarif.
- b. Untuk mengetahui tingkat rasio profitabilitas dan rasio aktivitas PT Indosat Tbk sebelum dan pada saat perang tarif.
- c. Untuk mengetahui perbandingan rasio profitabilitas dan rasio aktivitas PT XL Axiata Tbk dan PT Indosat Tbk.

- d. Untuk mengetahui trend penjualan periode Januari-Juni 2017 dan Juli-Desember 2017 antara PT XL Axiata Tbk dan PT Indosat Tbk.

2. Manfaat Penulisan

Manfaat yang diharapkan dari adanya penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a) Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan digunakan sebagai dasar informasi tambahan dalam penelitian tambahan dalam penelitian lebih lanjut dibidang yang sama dalam waktu yang akan datang, khususnya analisis rasio keuangan.

- b) Praktis

- 1) Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi perusahaan untuk membuat kebijakan dalam bidang yang keuangan perusahaan.

- 2) Sebagai tolak ukur bagi manajemen perusahaan untuk menilai apakah perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain dibidang usaha yang sama.