

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Telkomsel berdiri sejak tahun 1995 melayani negeri, menghadirkan akses telekomunikasi kepada masyarakat Indonesia yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Hingga saat ini, Telkomsel memiliki jaringan yang mampu menjangkau lebih dari 98% wilayah populasi di Indonesia mulai dari kawasan perkotaan, kecamatan, daerah perintis, hingga desa perbatasan negeri, baik di gugusan pulau kecil ataupun di hutan pedalaman.

Telkomsel merupakan perusahaan pelopor untuk berbagai teknologi telekomunikasi selular di Indonesia, termasuk yang pertama meluncurkan layanan roaming internasional dan layanan 3G di Indonesia. Selain itu Telkomsel juga merupakan operator yang pertama kali melakukan ujicoba teknologi jaringan pita lebar LTE. Di kawasan Asia, Telkomsel menjadi pelopor penggunaan energi terbarukan untuk menara-menara Base Transceiver Station (BTS). Keunggulan produk dan layanannya menjadikan Telkomsel sebagai pilihan utama pelanggan di seluruh Indonesia.



Gambar 1.1
Logo Telkomsel

Telkomsel terus mengoptimalkan pengembangan layanan di Indonesia dengan memanfaatkan potensi sinergi perusahaan induk PT Telkom (65%) dan SingTel Mobile (35%). Telkomsel terus mengembangkan layanan telekomunikasi selular untuk mengukuhkan posisi sebagai penyedia layanan gaya hidup selular, *a truly mobile lifestyle*.

Telkomsel memiliki komitmen untuk menghadirkan layanan *mobile lifestyle* unggulan sesuai dengan perkembangan jaman dan kebutuhan pelanggan. Telkomsel menghadirkan teknologi agar bangsa Indonesia dapat menikmati kehidupan yang lebih baik di masa mendatang dengan tetap mendukung pelestarian negeri.

Untuk itulah, Telkomsel secara aktif mendorong pemanfaatan energi terbarukan sebagai sumber energi untuk menara BTS serta menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi remaja dan masyarakat yang kurang mampu. Melalui peningkatan kualitas masyarakat dan pelestarian lingkungan, Telkomsel berpartisipasi aktif untuk masa depan bangsa yang lebih baik. (www.telkomsel.com)

1.2. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri telekomunikasi, terutama telepon selular di Indonesia tiap tahun terus meningkat. Perkembangan yang pesat ini menjadikan industri telekomunikasi sebagai industri yang menjanjikan profit besar bagi investornya, apalagi dengan jumlah penduduk dan luas wilayah Indonesia yang besar menjadikan Indonesia sebagai pasar yang baik bagi industri telekomunikasi. Perkembangan industri telekomunikasi ini ditandai dengan jumlah pelaku usaha maupun pelanggan layanan telekomunikasi yang meningkat (Maharani dan Wulandari, 2015).

Berdasarkan PP No.52 tahun 2000 Tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi, sistem penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia meliputi penyelenggaraan jaringan, jasa dan telekomunikasi khusus. Dalam Pasal 9, penyelenggaraan jaringan telekomunikasi terbagi menjadi

jaringan tetap (kabel dan nirkabel) dan jaringan bergerak (selular). Sepanjang sejarah perkembangan sektor telekomunikasi di Indonesia, telah terjadi pergeseran kebutuhan masyarakat Indonesia yang berujung pada perubahan tingkat pertumbuhan dari setiap segmen jaringan telekomunikasi tersebut (Muslim et al, 2010).

Perkembangan dalam bidang telekomunikasi khususnya seluler baik dari sisi perangkat telepon maupun penyelenggaraan jaringan seluler sangat terlihat dari perkembangan jumlah pelanggan jaringan tersebut. Pesatnya pertumbuhan pelanggan seluler menunjukkan tingginya kebutuhan masyarakat terhadap layanan komunikasi seluler di Indonesia.

Tabel 1.1 menunjukkan meningkatnya jumlah pelanggan telepon Indonesia per tahunnya.

Tabel 1.1

Jumlah Pelanggan Telepon Indonesia menurut Jenis Penyelenggaraan Jaringan, 2010-2015

| Jenis Penyelenggaraan Jaringan | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Telekomunikasi dgn Kabel | 9.349.998 | 8.650.716 | 7.667.184 | 10.085.624 | 9.885.971 | 10.378.037 |
| Telekomunikasi tanpa Kabel | 243.779.422 | 279.772.383 | 312.279.336 | 331.709.063 | 341.921.894 | 341.482.747 |
| Telepon Tetap Nirkabel | 32.579.125 | 29.966.764 | 30.315.671 | 18.482.149 | 16.339.003 | 2.534.407 |
| Telepon Selular | 211.200.297 | 249.805.619 | 281.963.665 | 313.226.914 | 325.582.891 | 338.948.340 |
| Jumlah Pelanggan | 253.129.420 | 288.423.099 | 319.946.520 | 341.794.687 | 351.807.865 | 351.860.784 |

Sumber: Publikasi Statistik Indonesia, 2016

Sesuai dengan tabel diatas, menjelaskan bahwa bertambahnya pengguna telepon selular, maka semakin meningkat pula persaingan pada industri telekomunikasi selular. Dimana faktor yang mendorong perkembangan industri telekomunikasi adalah tingginya tingkat persaingan antar perusahaan dalam industri, bergesernya cara pandang para pelaku bisnis di industri ini dalam berkompetisi dan pesatnya perkembangan teknologi yang mengubah cara masyarakat berkomunikasi (Indosat Ooredoo, 2014).

Walaupun menjadi pasar yang menjanjikan, pasar telekomunikasi Indonesia dipenuhi dengan tantangan-tantangan bagi para operator seluler.

Tantangan ini diantaranya disebabkan oleh banyaknya jumlah pemain dalam pasar ini, sehingga menyebabkan persaingan yang kompetitif. Persaingan usaha yang semakin kompetitif membuat perusahaan harus mampu bertahan dari setiap perubahan yang terjadi dan harus selalu berinovasi agar bisa berkembang (Aji, 2014).

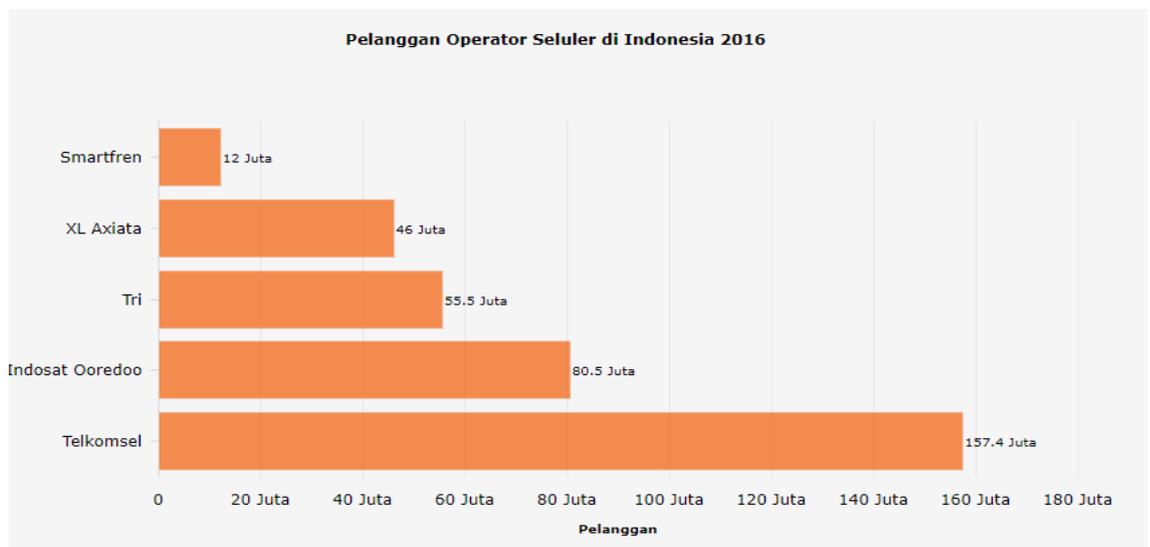
Persaingan yang ketat dan kompetitif pada industri ini membuat tiap pelaku usaha dalam industri ini harus memiliki pemikiran yang kritis dan pemanfaatan pengelolaan sumber daya perusahaan yang tepat dan efisien serta mampu menganalisa peluang usaha secara optimal (Wau et al, 2017). Pelaku usaha diharuskan meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan dan operasional secara efektif dan efisien. Pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien dapat dilakukan dengan analisa aktivitas perusahaan yang telah terjadi untuk melihat kekurangan dan kelebihan usaha serta menganalisa peluang usaha di masa depan. Manajemen keuangan berperan penting dalam pengelolaan keuangan dengan harapan perusahaan dapat memperoleh keuntungan maksimal (Jumingan, 2011:239). Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasinya merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan karena laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan kinerja perusahaan di masa yang akan datang (Fahmi, 2013).

Gambaran *financial performance* suatu perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan yang merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi laporan keuangan suatu perusahaan (Fahmi,2013). PSAK No. 1 (revisi 2009) menyatakan laporan keuangan merupakan salah satu informasi yang sangat penting dalam menilai *financial performance* perusahaan.

Objek penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah PT.Telekomunikasi Selular (Telkomsel) karena perusahaan ini sampai saat ini masih menjadi market leader dalam industri telekomunikasi.

Berdasarkan website berita ekonomi dan bisnis katadata (databoks, 2016), sampai dengan semester I 2016, pelanggan Telkomsel berjumlah 157,4 juta yang merupakan sekitar 46 persen dari total pengguna telepon selular di Indonesia. Hal ini menyebabkan perkembangan Telkomsel ini masih disebut sebagai raja operator telepon selular di Indonesia.

Gambar 1.2 menunjukkan banyaknya pelanggan operator seluler di Indonesia pada tahun 2016 :



Gambar 1.2 Jumlah Pelanggan Operator Seluler di Indonesia 2016

Sumber : Portal berita dan riset Databoks, 2016

Telkomsel memiliki *financial performance* yang sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari laporan keuangan yang dikeluarkan oleh Telkomsel. Berdasarkan laporan keuangan sepanjang tahun 2016, Telkomsel berhasil meraih pendapatan sebesar Rp 86,7 triliun atau naik sebesar 14% dibandingkan periode 2015 sebesar Rp 76,05 triliun. Pendapatan terbesar Telkomsel masih dikuasai oleh bisnis *Legacy* (suara dan SMS) yang mengalami kenaikan sebanyak 4,5% sebesar Rp 56,06 triliun pada 2016 dibandingkan pada tahun 2015 sebesar Rp 53,65 triliun. Sementara itu bisnis digital menghasilkan pendapatan Rp 30,65 triliun yang naik sebanyak 36,9% dibanding periode 2015 sebesar Rp 22,4 triliun. *Earning Before Interest Tax Depreciation Amortization* (EBITDA) pada tahun 2016 sebesar 49,78 triliun yang naik 16,9% dibanding tahun 2015 sebesar

42,6 triliun dengan EBITDA margin sebesar 57,4%. Laba bersih sebesar Rp 28,19 triliun yang naik 26,1% dibanding tahun 2015 sebesar Rp 22,36 triliun. Kinerja dari perusahaan ini dari sisi pendapatan, EBITDA, dan laba bersihnya menjadikan Telkomsel sebagai perusahaan dengan pertumbuhan *triple double-digit growth* (Annual report Telkomsel 2016).

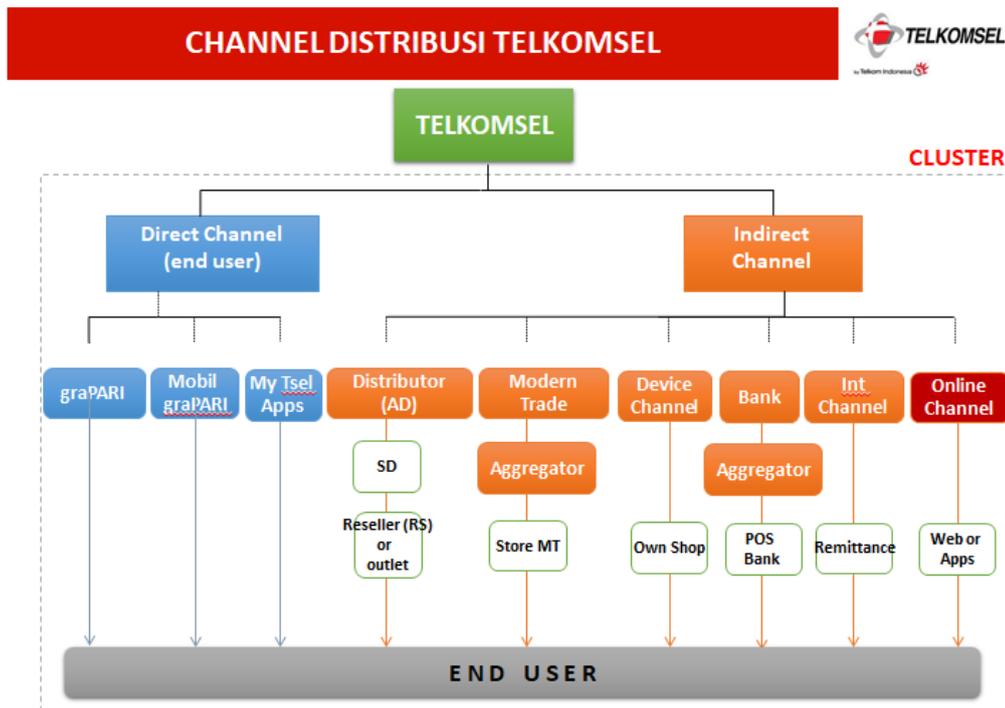
Agar *financial performance* Telkomsel terus meningkat terdapat beberapa alternatif yang dapat dilakukan. Meningkatkan penjualan dengan meningkatkan volume atau harga jual merupakan salah satu alternatif yang dapat menyebabkan *financial performance* membaik, walaupun tidak mencukupi untuk menjamin pada garis bawah membaik (Hertenstein et al., 2005).

Perusahaan harus dapat menjual produknya dengan baik dan tepat agar mampu meningkatkan volume penjualan untuk menghasilkan laba yang diinginkan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Lancarnya aliran barang dari produsen ke konsumen melalui saluran distribusi yang tepat akan menjamin kontinuitas sehingga melalui saluran distribusi yang tepat mampu menguasai daerah pemasaran seluas mungkin. Bila perusahaan salah dalam memilih saluran distribusi maka akan dapat mengganggu kelancaran arus barang ke tangan konsumen. Hal ini terjadi karena konsumen tidak mengenal produk atau juga tersebut ataupun bila sudah mengenalnya tetapi tidak melihatnya di pasar, maka konsumen akan beralih ke barang atau juga lain. Oleh karena itu, pemilihan saluran distribusi yang tepat akan bermanfaat dalam mencapai sasaran penjualan yang diharapkan (Lubis, 2004)

Telkomsel memiliki jaringan dan saluran distribusi yang sangat baik yang digunakan untuk menyediakan layanan mereka agar dapat dinikmati oleh seluruh konsumen di Indonesia. Mereka memiliki saluran distribusi yang luas di seluruh Indonesia dimana 99% dari populasi di Indonesia sudah dapat tercover dengan saluran distribusi yang mereka miliki. Melalui banyak saluran dan partnership dengan berbagai pihak, Telkomsel menerapkan penggunaan saluran distribusi multi-channel,

diantaranya distribusi baik secara langsung (*direct channel*) maupun tidak langsung (*indirect channel*). *Direct channel* ini meliputi penggunaan *My Telkomsel Apps*, *Mobil GraPARI*, dan *GraPARI* dalam menyampaikan layanan, informasi, dan produknya. Sedangkan *indirect channel* melalui beberapa saluran, diantaranya; distributor yang nantinya melalui *Sales Dealer* diberikan kepada *Reseller* atau outlet-outlet tradisional untuk menjualkan produknya kembali, melalui *modern trade*, bank, yang ditengahi oleh *aggregator*, bekerjasama melalui *device channel*, *Internasional channel* untuk memudahkan transaksi konsumen di luar negeri, dan terakhir saluran distribusi yang diterapkan mulai tahun 2016 yaitu melalui *online channel* (Telkomsel, 2016). Berikut gambar 1.3 menunjukkan saluran distribusi produk Telkomsel:

Gambar 1.3 Saluran Distribusi Telkomsel



Sumber : Channel Management Telkomsel, 2016

Selain itu salah satu alternatif yang dapat menyebabkan *financial performance* membaik berdasarkan teori oleh (Hertenstein et al., 2005) selain meningkatkan volume yaitu meningkatkan harga jual. Menurut

Shiplely dan Jobber (2001) dalam jurnal Oke et al (2016), harga merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan dengan baik dalam strategi pemasaran dan persaingan yang juga merupakan penentu utama kinerja industri. Harga merupakan kunci sukses dan profitabilitas suatu industri. Harga sangat penting untuk pertumbuhan dan perluasan produk penjualan karena mampu menarik dan menangkap permintaan yang akan menghasilkan lebih banyak pendapatan suatu perusahaan.

Penetapan harga Telkomsel masih menjadi polemik dalam masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan masih adanya keluhan masyarakat akan penetapan harga yang mahal dengan terjadinya peretasan laman web Telkomsel oleh hacker pada April 2017 lalu yang berisi protes mengenai harga paket data Telkomsel yang dianggap terlalu mahal menggunakan kata-kata kasar (Bohang, 2017). Berdasarkan data yang diketahui, Telkomsel melakukan penetapan harga produknya dengan menggunakan strategi penetapan harga berbasis klaster. Yaitu menetapkan harga secara berbeda di berbagai zona mikro. Penetapan ini di dilakukan berdasarkan berbagai faktor, seperti karakteristik permintaan lokal, jangkauan jaringan dan juga berdasarkan tingkat persaingan (Telkomsel 2016).

Hal lain yang mempengaruhi kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan menurut kutipan Mithas et al (2012) dalam jurnal Lunardi et al (2013) adalah penggunaan Teknologi Informasi (TI). Tiap perusahaan berharap memiliki beberapa dampak positif terhadap keuntungan saat mereka berinvestasi di bidang TI, seperti mencapai pertumbuhan pendapatan dan penghematan biaya.

Pada perusahaan yang sukses umumnya memanfaatkan TI untuk berusaha semakin dekat dengan konsumen, dengan mendekatkan jarak dan waktu sehingga mendekatkan produk perusahaan pada konsumen, disamping itu TI juga digunakan dalam peningkatan kualitas produk dan manajemen perusahaan secara terus-menerus serta dalam proses re-deferensiasi produk untuk memenuhi kebutuhan segmen pasar tertentu

bahkan individu tertentu (Taufiq, 2002). Terlebih pada saat ini industri telekomunikasi sudah mulai sulit berinovasi dan harus mulai mencari sektor lainnya untuk terus berkembang (Kontan, 2017).

Pada 2016, agar terus mampu bersaing dan mempertahankan posisi menjadi *market leader* dalam Industri Telekomunikasi, Direktorat Teknologi Informasi Telkomsel lebih memfokuskan untuk membangun fondasi sebagai perusahaan Digital Bisnis seiring dengan transformasi Telkomsel dari telco tradisional menjadi perusahaan digital, sekaligus memberikan dukungan untuk mengelola dan memelihara bisnis yang ada. (Telkomsel, 2016).

Perusahaan yang berhasil menciptakan kapabilitas TI yang unik dan unggul pada akhirnya akan mampu menikmati *financial performance* yang superior dengan meningkatkan pendapatan perusahaan dan / atau menurunkan biaya perusahaan. Sedangkan perusahaan yang terus menanggung biaya TI namun tidak melakukan pengembangan dalam kemampuan TI akan mengalami kerugian (Bharadwaj, 2000).

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu serta data yang telah dipaparkan, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Saluran Distribusi, Harga, dan Teknologi Informasi terhadap *Financial performance* (Studi Kasus PT.Telekomunikasi Seluler Regional Jawa Barat)”**.

1.3. Perumusan Masalah

Persaingan bisnis di Industri telekomunikasi semakin ketat. Sehingga para pebisnis harus mampu menetapkan strategi yang tepat agar mampu bertahan ditengah sengitnya persaingan (Warni, 2016). Apalagi terlebih pada saat ini industri telekomunikasi sudah mulai sulit berinovasi dan harus mulai mencari sektor lainnya untuk terus berkembang seperti gencarnya pengembangan dalam teknologi informasi dalam jaringan seluler (Portal berita Kontan, 2017).

Persaingan yang ketat dan kompetitif pada industri telekomunikasi membuat pelaku usaha dalam industri ini harus memiliki pemikiran yang kritis dan pemanfaatan pengelolaan sumber daya perusahaan yang tepat dan efisien serta mampu menganalisa peluang usaha secara optimal. Pelaku usaha diharuskan meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan dan operasional secara efektif dan efisien. Menurut Jumingan, pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien dapat dilakukan dengan melakukan analisa aktivitas perusahaan yang telah terjadi untuk melihat kekurangan dan kelebihan usaha serta menganalisa peluang usaha di masa depan (Wau et al, 2017)

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasinya merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan (Fahmi, 2013). Dalam meningkatkan laba, pelaku usaha harus mampu meningkatkan volume penjualan atau harga jual yang merupakan salah satu alternatif yang dapat menyebabkan *financial performance* membaik (Hertenstein et al., 2005).

Upaya untuk meningkatkan *financial performance* tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya saluran distribusi yang terintegrasi dengan baik. Saluran distribusi yang terintegrasi dengan baik ini mampu membawa keuntungan lebih tinggi ke saluran tradisional dan online (Yan et al, 2010).

Menurut data yang telah dipaparkan mengenai saluran distribusi yang digunakan oleh Telkomsel pada saat ini yang mengimplementasikan saluran distribusi *dual channel* secara langsung (*direct*) dan tidak langsung (*indirect channel*). Dimana pengoperasian distribusi saluran ganda, yang terdiri dari saluran tradisional dan saluran online langsung, menurut Levary dan Mathieu (2000) dalam jurnal (Yan et al, 2011) menunjukkan bahwa distribusi dual-channel memiliki peluang terbaik untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

Diketahui berdasarkan penelitian terdahulu, penerapan distribusi multi-channel mampu meningkatkan eksposur dari perusahaan dan penawaran yang mereka berikan kepada pelanggan (Rangaswamy dan Bruggen, 2005; dalam Nguyen, 2017). Selain itu Sharma dan Mehrotra (2007) dalam jurnal yang sama juga membahas upaya strategi multi-channel mampu meningkatkan *brand awareness* yang mengarah pada peningkatan pendapatan dan keuntungan.

Hal ini juga terjadi dalam penelitian sebelumnya pada performansi perusahaan House of Eden, penerapan saluran distribusi *multi-channel* mempengaruhi peningkatan basis pelanggan, peningkatan *turn over*, profitabilitas dan arus informasi yang lebih baik. Dalam penelitian tersebut, distribusi produk *multi-channel* dan manajemen distribusi *multi-channel* cenderung mempengaruhi kinerja perusahaan (Matthew et al, 2012). Sehingga pada penelitian yang dilakukan terhadap Telkomsel, saya mencoba menggunakan indikator-indikator yang terdapat dalam variabel distribusi produk *multi-channel* dalam menciptakan saluran distribusi multi-channel yang terintegrasi dengan baik dan efektif pada penelitian terdahulu ini untuk melihat pengaruh dari saluran distribusi terhadap *financial performance*.

Selain saluran distribusi yang efektif, peningkatan harga jual juga merupakan salah satu cara untuk mendapatkan laba untuk meningkatkan *financial performance*. Harga merupakan salah satu cara untuk meraih keuntungan yang sangat besar. Bahkan harga yang tepat mampu mendongkrak keuntungan lebih cepat daripada meningkatkan volume, sama hal dengan sebaliknya harga yang salah mampu mengerucutkan keuntungan dengan cepat pula sehingga perusahaan harus mampu menetapkan harga yang tepat untuk meningkatkan profitnya sehingga mempengaruhi *financial performance* perusahaan (Marn & Rosiello, 1992). Manajerial harus memantau pasar untuk menentukan harga yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk suatu produk atau layanan, agar mereka berhasil meningkatkan laba mereka (Beredugo dan Mefor, 2012;

dalam jurnal Beredugo dan Etuk, 2014). Sehingga berdasarkan penelitian tersebut, peneliti akan meneliti korelasi antara harga pada Telkomsel atas produk dan layanan yang diberikan terhadap *financial performance*.

Hal lain yang mampu mempengaruhi kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan adalah penggunaan Teknologi Informasi (TI). Bukti dan studi kasus menunjukkan bahwa penggunaan TI yang efektif dan efisien merupakan faktor kunci yang membedakan perusahaan yang sukses dari rekan mereka yang kurang sukses. Misalnya berdasarkan penelitian terdahulu menjelaskan bahwa perusahaan yang berhasil menciptakan kapabilitas TI yang unik dan unggul pada akhirnya akan mampu menikmati *financial performance* yang superior dengan meningkatkan pendapatan perusahaan dan atau menurunkan biaya perusahaan. Sedangkan perusahaan yang terus menanggung biaya TI namun tidak melakukan pengembangan dalam kemampuan TI akan mengalami kerugian (Anandhi S. Bharadwaj, 2000).

Selain itu bukti empiris lainnya yang menggunakan data arsip dari tahun 1998 sampai 2003 untuk lebih dari 400 perusahaan global, menunjukkan bahwa TI memiliki dampak positif pada profitabilitas. Efek melakukan investasi pada TI terhadap penjualan dan profitabilitas lebih tinggi daripada investasi diskresioner lainnya, seperti pada *advertising* dan *R&D*. Secara keseluruhan, penelitian tersebut menyiratkan bahwa perusahaan harus memberikan prioritas yang lebih tinggi pada proyek TI yang memiliki potensi dalam peningkatan pendapatan daripada yang berfokus pada penghematan biaya (Mithas et al, 2012)

Diketahui sampai saat ini Telkomsel terus meningkatkan layanan dan produknya dengan terus melakukan inovasi. Pada 2016, Direktorat Teknologi Informasi Telkomsel memfokuskan diri untuk membangun fondasi perusahaan sebagai perusahaan *Digital Business* seiring dengan transformasi Telkomsel dari telco tradisional ke perusahaan digital, sekaligus memberikan dukungan untuk mengelola dan memelihara bisnis

yang ada. Pengembangan dalam TI pada Telkomsel ini membuat operasional TI lebih efisien, dimana beberapa proses dan pekerjaan TI otomatis memerlukan intervensi manusia minimum. Hal ini telah membantu staf internal TI untuk menangani beban kerja secara lebih efisien, serta mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikannya. Sebagai contoh, pelaporan lead time untuk menghasilkan laporan basis pelanggan harian telah berkurang dari lima jam menjadi tiga jam. Akibatnya, staf TI telah dibebaskan dari kegiatan berulang dan dapat lebih fokus pada kegiatan strategis di mana mereka dapat menambahkan nilai lebih kepada perusahaan, seperti peningkatan kualitas layanan dan terobosan inovasi (Telkomsel, 2016). Hal ini juga berkaitan dengan penelitian terdahulu, investasi dalam Teknologi Informasi mampu meningkatkan performansi organisasional (Cohen dan Olsen, 2013). Sehingga berdasarkan temuan penelitian sebelumnya peneliti akan meneliti bagaimana pengaruh teknologi informasi terhadap *financial performance*.

Oleh sebab itu, pada penelitian ini akan memfokuskan pada pengaruh dari saluran distribusi, harga, dan teknologi informasi terhadap *financial performance* Telkomsel guna mempertahankan *financial performance* Telkomsel agar terus meningkat.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang untuk mempertahankan *financial performance* Telkomsel pada industri telekomunikasi yang semakin kompetitif, peneliti mencari tahu variabel yang mampu mempengaruhi *financial performance* Telkomsel. Dengan demikian pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh saluran distribusi terhadap keunggulan *financial performance*?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap *financial performance*?

3. Bagaimana pengaruh teknologi informasi terhadap *financial performance*?
4. Variabel mana yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap *financial performance*?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh saluran distribusi terhadap *financial performance*.
2. Pengaruh harga terhadap *financial performance*.
3. Pengaruh teknologi informasi terhadap *financial performance*.
4. Untuk mengetahui variabel mana yang memiliki hubungan paling kuat secara positif terhadap *financial performance*.

1.6. Manfaat Penelitian

Salah satu fungsi dari penelitian adalah bisa memberikan manfaat dan kegunaan yang secara nyata akan diterima oleh berbagai pihak yang terkait dengan objek penelitian dan masyarakat secara luas. Dalam penelitian kali ini peneliti berharap bisa memberikan kegunaan, antara lain:

A. Aspek akademis :

1. Penelitian ini dijadikan bahan untuk mengaplikasikan teori yang didapat di bangku perkuliahan dalam kondisi real di lapangan. Saran dalam melatih kemampuan analisis, berpikir secara sistematis dan konseptual.
2. Diharapkan dapat memberikan referensi, wawasan, dan pengetahuan tambahan yang akan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti terhadap masalah yang sejenis.

B. Aspek praktis :

1. Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan, bahan pustaka, dan masukan dalam penelitian selanjutnya terhadap masalah yang sejenis.

2. Diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai salah satu bahan referensi dan sumbangan pemikiran bagi perusahaan Telkomsel untuk dapat mempertahankan kinerja keuangannya agar terus meningkat di masa depan melalui beberapa faktor internal yang mempengaruhinya, dalam penelitian ini saluran distribusi, harga dan teknologi informasi.

1.7. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberi informasi mengenai variabel yang memiliki pengaruh paling kuat dalam *financial performance* suatu perusahaan sehingga perusahaan mampu mengevaluasi variabel tersebut guna meningkatkan dan mempertahankan *financial performance* perusahaan ditengah persaingan yang kompetitif.

Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan memberikan kuisioner kepada karyawan Telkomsel regional Jawa Barat.

1.8. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri atas gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai dasar teori yang dijadikan landasan dalam penelitian, kerangka pemikiran teoritis, hipotesis serta hubungan antar variabel penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi jenis penelitian, sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang objek penelitian, gambaran umum responden, analisis data, dan interpretasi hasil.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian tersebut serta saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN