

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1.1.1 Sejarah PT. Bakrie Telecom Tbk

PT Bakrie Telecom Tbk (IDX: BTEL) adalah perusahaan operator telekomunikasi berbasis CDMA di Indonesia. Bakrie Telecom memiliki produk layanan dengan nama produk Esia, Wifone, Wimode, dan BConnect. Perusahaan ini sebelumnya dikenal dengan nama PT Radio Telepon Indonesia (Ratelindo), yang didirikan pada bulan Agustus 1993, sebagai anak perusahaan PT Bakrie & Brothers Tbk yang bergerak dalam bidang telekomunikasi di DKI Jakarta, Banten dan Jawa Barat berbasis *Extended Time Division Multiple Access* (ETDMA). Pada bulan September 2003, PT Ratelindo berubah nama menjadi PT Bakrie Telecom, yang kemudian bermigrasi ke CDMA 1x, dan memulai meluncurkan produk Esia. Pada awalnya jaringan Esia hanya dapat dinikmati di Jakarta, Banten dan Jawa Barat, namun sampai akhir 2007 telah menjangkau 26 kota di seluruh Indonesia dan terus berkembang ke kota-kota lainnya. Pada tahun 2006, Bakrie Telecom telah *go-public* dengan mendaftarkan sahamnya dalam Bursa Efek Jakarta.

(sumber: http://id.wikipedia.org/wiki/Bakrie_Telecom).

1.1.2 Sejarah PT. Smartfren Telecom

PT Smartfren Telecom, Tbk. adalah operator penyedia jasa telekomunikasi berbasis teknologi CDMA yang memiliki lisensi selular dan mobilitas terbatas (*fixed wireless access*), serta memiliki cakupan jaringan CDMA EV-DO (jaringan *mobile broadband* yang setara dengan 3G) yang terluas di Indonesia. Smartfren juga merupakan operator telekomunikasi pertama di dunia yang menyediakan layanan CDMA EV-DO Rev. B (setara dengan 3,5G dengan kecepatan unduh s.d. 14,7 Mbps) dan operator CDMA pertama yang menyediakan layanan Blackberry. Jasa dan layanan Smartfren memiliki nilai-nilai (*values*) yaitu sebagai mitra yang terbaik bagi pelanggan dengan menawarkan solusi yang cerdas dalam layanan-layanan telekomunikasi untuk meningkatkan pengalaman hidup pelanggan dalam berkomunikasi. Sebagai operator CDMA yang menyediakan jaringan internet kecepatan tinggi bergerak (*mobile broadband*) yang terluas di Indonesia, Smartfren berkomitmen untuk menjadi penyedia layanan telekomunikasi yang terjangkau bagi masyarakat dengan kualitas terbaik. (sumber: www.smartfren.com)

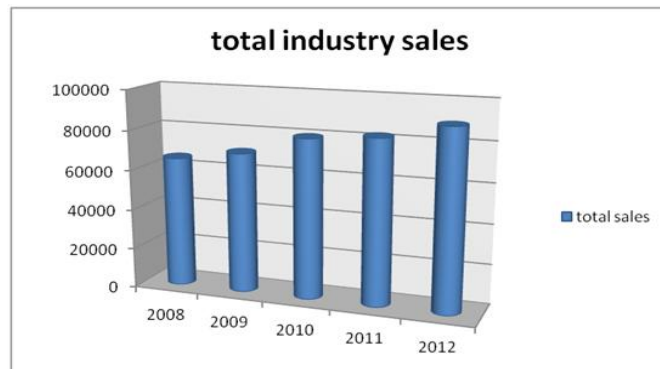
1.2 LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi saat ini setiap negara dituntut untuk semakin maju dan berkembang seiring dengan zaman dimana setiap negara harus mampu mengacu pada perekonomian. Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang sedang berkembang perekonomiannya maka dari itu banyak infrastruktur yang harus dibangun seperti gedung sekolah, perkantoran, rumah sakit, perumahan, tempat perbelanjaan, dan berbagai infrastruktur lain yang bertujuan untuk memajukan perekonomian Indonesia, terutama infrastruktur telekomunikasi. Pembangunan infrastruktur telekomunikasi adalah bagian dari pembangunan nasional yang ditujukan untuk memberikan kemudahan akses informasi bagi masyarakat, dan untuk memajukan perekonomian di Indonesia. Industri telekomunikasi memiliki peranan sangat penting dalam kemajuan perekonomian di Indonesia, *“Telekomunikasi diselenggarakan dengan tujuan untuk mendukung persatuan dan kesatuan bangsa, meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara adil dan merata, mendukung kehidupan ekonomi dan kegiatan pemerintahan, serta meningkatkan hubungan antarbangsa”* (UU No. 36 tahun 1999 Pasal 3 tentang Telekomunikasi).

Didukung oleh pendapat Menkominfo Tifatul Sembiring, berharap agar industri telekomunikasi memberikan manfaat bagi masyarakat dengan menampilkan kemajuan teknologi komunikasi di Indonesia. Manfaat yang dimaksud adalah sebagai motor penggerak ekonomi karena pertumbuhan industri telekomunikasi di Indonesia sudah mencapai lebih dari 10 persen. Menurut Sinaga Ketua Umum ATSI dalam Pitoyo merdeka.com (2013) mengatakan pertumbuhan Industri telekomunikasi sangat tinggi. Menurut Sidik dalam <http://www.datacon.co.id> 2011, Industri telepon seluler berkembang pesat di Indonesia sejak 15 tahun lalu, ini terlihat dari jumlah pelanggan telepon seluler yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Indonesia tercatat menempati posisi keempat di Asia setelah Korea Selatan, China dan Jepang. Menurut Nugraha dalam www.teknojurnal.com 2012 Data terbaru dari Asosiasi Telekomunikasi Seluler Indonesia (ATSI) menunjukkan bahwa jumlah pelanggan seluler di Indonesia per tahun 2011 telah mencapai lebih dari 240 juta pelanggan pada akhir tahun 2011 lalu, naik 60 juta pelanggan dibanding tahun 2010. Angka ini mendekati jumlah penduduk Indonesia yang berjumlah 258 juta penduduk pada Desember 2010.

Industri telekomunikasi dapat dibilang sebagai industri yang akan semakin berkembang. Bayangkan apabila semua koneksi telekomunikasi baik itu telepon genggam hingga layanan internet tidak aktif selama 24 jam. Rasanya hal tersebut hampir tidak mungkin dibiarkan terjadi, karena pada jaman sekarang kebutuhan akan komunikasi jarak jauh sudah seperti kebutuhan pokok. Karena sifat kebutuhan yang bersifat pokok ini, pasar akan layanan telekomunikasi ini seperti sudah terbentuk dengan sendirinya.

Pertumbuhan kebutuhan akan layanan telekomunikasi di Indonesia menjadi semakin prospektif yang dapat dibuktikan dari penjualan pada industri telekomunikasi pada periode 2008-2012 mengalami peningkatan yang konsisten sebagaimana dapat dilihat pada gambar 1.1, sebagai berikut:



Gambar 1.1
Grafik Pertumbuhan Total Penjualan
Industri Telekomunikasi (dalam miliar rupiah)

Sumber: Panca dalam vibiznews.com (2012)

Dalam Industri telekomunikasi Seluler di Indonesia terdapat dua sistem telekomunikasi seluler yaitu *Global Sistem for Mobile communication (GSM)* dan *Code Division Multiple Access (CDMA)*. Operator telekomunikasi seluler di Indonesia berjumlah sembilan perusahaan baik yang menjual produk GSM maupun CDMA.

Tabel 1.1 Operator Telekomunikasi

Perusahaan	GSM	CDMA
Telkom	HALO, SimPATI dan AS	TelkomFlexi
Indosat	Matrix, IM3 dan Mentari	Starone
Hutchison 3	3 (Tri)	-
Bakrie Telecom	-	Esia
Pasifik Satelit Nusantara (PSN)	ByRu Pasti	-
Sampoerna Telekom	-	Ceria (Telah Diakuisisi Bakrie Telecom)
XL	XL	-
Smartfren Telecom	-	Smartfren
AXIS Telekom Indonesia	AXIS	-

Sumber: Data Diolah (2012)

Berdasarkan Tabel 1.1, Operator Telekomunikasi Seluler di Indonesia berjumlah sembilan perusahaan, mulai dari Telkom hingga Axis. Ada beberapa perusahaan yang hanya fokus dengan sistem GSM, sistem CDMA, dan ada juga yang fokus kepada kedua sistem tersebut. Bakrie dan Smartfren merupakan perusahaan yang memiliki fokus pada sistem CDMA, Bakrie dan smartfren merupakan operator telekomunikasi CDMA yang khusus memiliki target pasar telekomunikasi khususnya berbasis CDMA.

Sistem berbasis GSM maupun CDMA memiliki keunggulan dibidang masing-masing, GSM dengan menggunakan teknologi digital yang bekerja dengan mengirimkan paket data berdasarkan waktu, atau yang lebih dikenal dengan istilah *timeslot*. *Timeslot* inilah yang akan digunakan oleh pengguna jaringan GSM secara *temporer* (sementara) yang artinya jalur jaringan GSM sebenarnya sudah ditetapkan, jadi bila ada yang menggunakan dan sudah penuh, yang lain harus rela untuk mengantri. Sedangkan teknologi CDMA tidak menggunakan satuan waktu, melainkan menggunakan sistem kode. Prinsip ini sesuai dengan singkatan CDMA itu sendiri, yaitu *Code Division Multiple Access*. Jadi, sistem CDMA menggunakan kode-kode tertentu yang unik untuk mengatur setiap panggilan yang berlangsung. CDMA memiliki kapasitas jaringan yang lebih besar dibandingkan dengan jaringan GSM. Namun hingga akhir tahun ini, pangsa pasar ponsel CDMA diperkirakan semakin tertinggal dengan ponsel GSM. Berbagai sebab ditengarai menjadi faktor penghambat pertumbuhan ponsel CDMA (Arief dalam merdeka.com (2012).

Diperkuat oleh Hidayat dalam neraca.co.id (2012) Kinerja dari operator berbasis CDMA tidak begitu menggembirakan hingga akhir 2012. Produk-produk ponsel CDMA pun kurang kompetitif dibandingkan ponsel GSM yang terus mengikuti perkembangan teknologi, dan berbagai provider GSM pun sudah mulai kompetitif dalam soal harga, jadi pengguna GSM pun terus bertambah dibandingkan pengguna CDMA. Didukung oleh Wahyu dalam koran-jakarta.com (2013) Operator telekomunikasi berbasis teknologi *code division multiple access* (CDMA) terus mengalami kerugian selama 2012. Kedua pemain CDMA itu adalah PT Bakrie Telecom Tbk (BTEL) dan PT Smartfren Telecom Tbk (FREN). Bakrie Telecom dan Smartfren Telecom dituntut untuk bisa melakukan kegiatan yang bersifat dinamis, kreatif, dan inovatif dalam bekerja serta memperbaiki kinerja keuangan perusahaan dengan melakukan hal yang tepat agar memiliki kinerja keuangan yang semakin membaik yang berarti dapat menghasilkan keuntungan (*profit*) semaksimal mungkin agar dapat mengembangkan perusahaan di dunia industri telekomunikasi Indonesia.

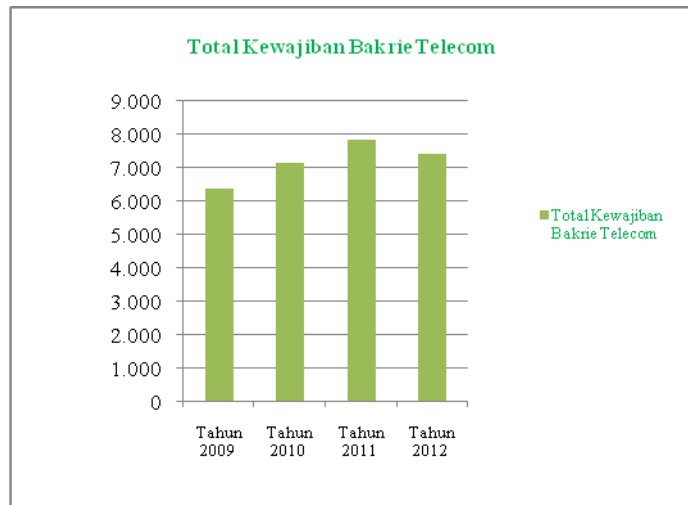
Pada umumnya pendirian suatu perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan (*profit*) yang diperoleh agar kelangsungan hidup usahanya terjamin dan dapat mengembangkan usahanya. Dalam menghadapi persaingan, suatu perusahaan harus

memperhatikan hal yang sangat fundamental yaitu berkenaan dengan permodalan. Pihak perusahaan harus memberikan perhatian penuh dalam masalah penggunaan dana. Penyediaan sumber dana berasal dari sumber internal yang meliputi laba ditahan, dan depresiasi dan sumber eksternal yang meliputi utang jangka panjang, utang jangka pendek, dan modal saham (Riyanto, 2008:210).

Berdasarkan *annual report*, Bakrie Telecom, dalam beberapa tahun terakhir telah menggunakan uang tunai untuk menandai modal kerja, pengeluaran modal dan pembayaran bunga. Sumber pendanaan baik Bakrie dan Smartfren berasal dari aktivitas operasi, utang, pinjaman bank serta penerbitan ekuitas serta pembiayaan vendor. Dari sudut manajemen perusahaan utang dilihat sebagai sumber dana alternatif yang mampu memberikan solusi konstruktif, baik secara jangka pendek dan jangka panjang. Menurut Fahmi (2011: 82) secara umum utang terbagi atas dua macam, yaitu:

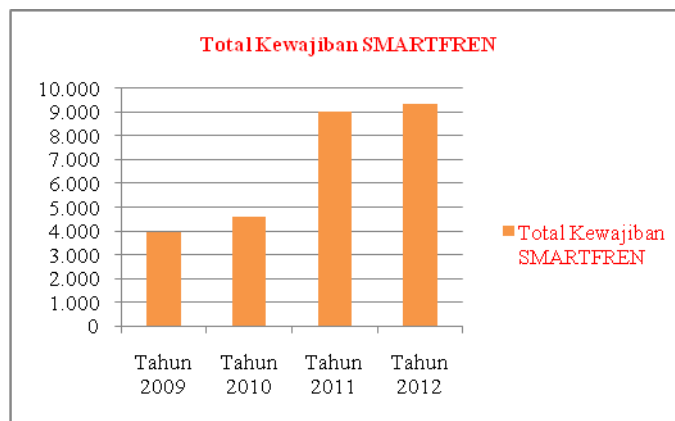
1. Utang Jangka Pendek (*Current Liabilities*)
2. Utang Jangka Panjang (*Non Current Liabilities*).

Dalam penggunaan utang jangka pendek ataupun utang jangka panjang akan menimbulkan kewajiban finansial, baik dalam bentuk pembayaran bunga maupun angsuran pokok pinjaman. Maka dari itu perlu adanya kehati-hatian atas resiko yang diakibatkan dari penggunaan utang tersebut. Peningkatan utang akan secara langsung meningkatkan beban bunga sehingga perusahaan harus mampu menutupi beban tersebut dengan meningkatkan laba operasi dan menjaga likuiditas perusahaan. Beban bunga yang besar akan mengurangi laba operasi yang ada dan akan mengakibatkan penurunan pada laba bersih, sebaliknya jika beban bunga kecil pengaruhnya terhadap laba pun kecil oleh karena itu penggunaan modal sendiri atau modal dari luar sudah tentu harus memperhatikan kondisi perusahaan sehingga tidak terjadi kondisi dimana perusahaan meminjam utang namun kondisi perusahaan tersebut tidak memungkinkan untuk menggunakan utang dan bisa berakibat kesulitan likuiditas jangka panjang yang bisa merugikan perusahaan. (Menurut Fahmi (2011:82) Dan Riyanto (2008:25). Penggunaan Utang merupakan hal yang penting bagi Bakrie dan Smartfren, dilihat dari total kewajiban periode 2007-2012, sebagai berikut:



Gambar 1.2
Total Kewajiban BAKRIE TELECOM
Periode 2009 – 2012

Sumber: Annual Report Bakrie Telecom



Gambar 1.3
Total Kewajiban SMARTFREN TELECOM
Periode 2009 – 2012

Sumber: Annual Report Smartfren

Dari gambar 1.2 dan 1.3, dapat dilihat bahwa Penggunaan Utang yang dilakukan oleh Bakrie Telecom dan Smartfren Telecom setiap tahun mengalami peningkatan, dengan bertujuan untuk meningkatkan profit dan kinerja keuangan perusahaan. Didukung oleh Fahmi (2011:82) Dalam konsep psikologis kepemilikan utang mampu memberi motivasi untuk bekerja secara lebih kreatif dan inovatif untuk mendapatkan profit atau keuntungan sebesar-besarnya. Dan begitu pula sebaliknya jika seseorang tidak memiliki utang kemampuan untuk bekerja secara kreatif dan inovatif akan rendah, dengan alasan tidak adanya tanggung jawab untuk membayar angsuran kredit secara tepat waktu setiap bulannya.

Penggunaan Utang sangat berpengaruh terhadap Profitabilitas, Menurut Hartono (2007:254) dalam Suwitho (2013), menyebutkan bahwa utang itu mengandung resiko. Semakin tinggi resiko suatu perusahaan, semakin tinggi tingkat profitabilitas yang diharapkan sebagai imbalan terhadap tingginya resiko dan sebaliknya semakin rendah resiko perusahaan, semakin rendah tingkat profitabilitas yang diharapkan sebagai imbalan terhadap rendahnya resiko. Menurut Hilmi (2010) Peningkatan utang akan mempengaruhi besar kecilnya laba atau keuntungan bagi perusahaan, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi semua kewajibannya, yang ditunjukkan oleh beberapa bagian modal sendiri yang digunakan untuk membayar seluruh kewajibannya, karena semakin besar penggunaan utang maka akan semakin besar kewajibannya. Jadi, pada intinya jika pinjaman atau utang mengalami perubahan maka profitabilitas suatu perusahaan juga akan mengalami perubahan. Naiknya utang akan menaikkan pula profitabilitas dan sebaliknya turunnya utang juga menurunkan profitabilitas (Suwitho, 2013).

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **"Pengaruh Utang Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Telekomunikasi Berbasis CDMA Periode 2007-2012"**

1.3 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh Utang jangka pendek terhadap profitabilitas pada perusahaan telekomunikasi berbasis CDMA?
2. Apakah terdapat pengaruh Utang jangka panjang terhadap profitabilitas pada perusahaan telekomunikasi berbasis CDMA?
3. Apakah Utang jangka pendek dan Utang jangka panjang berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data guna menjawab masalah penelitian yang telah dirumuskan diatas. Adapun tujuan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Utang jangka pendek terhadap profitabilitas pada perusahaan telekomunikasi berbasis CDMA.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Utang jangka panjang terhadap profitabilitas pada perusahaan telekomunikasi berbasis CDMA.
3. Untuk mengetahui Apakah Utang jangka pendek dan Utang jangka panjang berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas.

1.5 KEGUNAAN PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak terkait, antara lain :

1. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan untuk mengetahui masalah-masalah yang ada dalam perusahaan dan untuk memberikan suatu sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perkembangan perusahaan,
2. Bagi pembaca, sebagai tambahan kepustakaan dalam memperoleh informasi dan sumbangan pemikiran dalam mengembangkan ilmu pengetahuan,
3. Bagi lembaga pendidikan, sebagai bahan masukan apakah materi yang diberikan masih relevan atau tidak bila diterapkan dalam dunia kerja yang sebenarnya,
4. Bagi penelitian berikutnya, sebagai acuan dasar atau acuan melakukan penelitian.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Utang terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan CDMA” terdiri dari 5 bab. Adapun sistematika penulisan nya adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan. Dalam bab ini akan disampaikan gambaran umum objek penelitian, pokok-pokok mengenai latar belakang, pokok permasalahan, tujuan, kegunaan, dan sistematika penulisan. Bab ini memberikan deskripsi tentang permasalahan-permasalahan yang ada pada objek penelitian sebelum dilakukan analisis pembahasan secara komprehensif.

BAB II Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian. Bab ini menerangkan mengenai Utang dan Profitabilitas, jenis-jenis Utang, pengertian profitabilitas, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III Metode Penelitian. Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian meliputi jenis penelitian, variabel operasional tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini membahas mengenai pengaruh utang terhadap profitabilitas melalui laporan keuangan, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Simpulan dan Saran. Bab ini merupakan bab terakhir dari penelitian ini. Dalam bab ini diuraikan mengenai simpulan yang diperoleh dari analisis data yang telah dilakukan serta saran bagi perkembangan PT. Bakrie Telecom dan PT. Smartfren Telecom.

