

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Virus Corona19 yang telah menyebar ke seluruh dunia termasuk Indonesia pertama kali pada bulan Maret 2020 yang menimbulkan dampak buruk dan terus berlanjut hingga sekarang. Akibatnya, perekonomian Indonesia mengalami kontraksi (negatif) setelah kuartal II tahun 2020 yang berujung pada resesi. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada kuartal III tahun 2020 negatif 3,49% (Djumena dan Fauzia, 2020). Sebagian besar sektor industri mengalami penurunan akibat pandemi dan kebijakan pemerintah terkait PSBB dan PPKM yang mengharuskan semua layanan sektor usaha, gaya hidup, bekerja, kegiatan belajar mengajar dan bersosialisasi beralih ke digital. Namun, industri jasa telekomunikasi dapat bertahan dan berkembang pesat selama pandemi. Untuk itu pemerintah, operator telekomunikasi dan para pemangku kepentingan melakukan langkah-langkah yang adaptif untuk mengatasi situasi pandemi. Badan Pusat Statistik mencatat bahwa Produk Domestik Bruto di sektor industri jasa telekomunikasi meningkat sebesar 6,87% atau menjadi Rp172,39 triliun pada kuartal II tahun 2021 jika dibandingkan dengan kuartal II tahun 2020. Jumlah tersebut berkontribusi sebanyak 4,4% untuk Produk Domestik Bruto nasional yang mencapai Rp4.175,44 triliun (Sinaga, 2021).

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang memberikan kontribusi besar di masa pandemi Covid-19. Telkom mencatat kinerja yang baik dari tahun 2019 ke tahun 2020 melalui pertumbuhan yang positif dari sisi pendapatan dan laba bersih. Pendapatan naik 0,7% dari Rp135,57 triliun menjadi Rp 136,46 triliun. Laba bersih naik 11,5% dari Rp18,66 triliun menjadi Rp20,80 triliun. (Wareza, 2021).

Namun berbeda dengan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, PT First Media Tbk justru mengalami kerugian laba pada kuartal III tahun 2020 mencapai Rp71,13 miliar yang meningkat sebesar 104% dari kuartal III tahun 2019 dengan nilai kerugian sebesar Rp34,8 miliar. First Media nyatanya sudah mencatat

kerugian sejak tahun 2017-2019 terlepas dari kondisi pandemi covid-19 yang terjadi sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data ikhtisar keuangan PT First Media

(dalam jutaan rupiah)

Laporan Laba Rugi	2019	2018	2017
Pendapatan	248.909	983.271	1.070.700
Laba (rugi) kotor	104.347	(122.630)	(166.414)
Laba (rugi) tahun berjalan	(256.057)	(4.187.434)	(1.494.888)

Sumber : First Media tahun 2017-2019

Berdasarkan data tersebut dari tahun 2017-2019 First Media mengalami penurunan pendapatan setiap tahunnya, sedangkan pada tahun 2019 rugi tahun berjalan mengalami penurunan. First Media mencatatkan kerugian bersih sebesar Rp256,38 miliar pada akhir tahun 2019, mengalami penurunan jika dibandingkan pada akhir tahun 2018 dengan rugi bersih sebesar Rp3,49 triliun (Pamela, 2021).

Kemudian kinerja perusahaan di industri jasa telekomunikasi yang memiliki aset besar cenderung meningkat selama semester I tahun 2021. Terdapat enam perusahaan di industri jasa telekomunikasi yang memiliki aset di atas Rp30 triliun yaitu PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM), PT Sarana Menara Nusantara Tbk (TOWR), PT Tower Bersama Infrastruktur Tbk (TBIG), PT XL Axiata Tbk (EXCL), PT Smartfren Telecom Tbk (FREN), dan PT Indosat Tbk (ISAT).

Gambar 1.1 Kinerja Perusahaan di Industri Jasa Telekomunikasi

Code	Name	Total Aset semester I/2021 (triliun)	Pendapatan semester I/2021 (triliun)	Pendapatan semester I/2020 (triliun)	Growth (%)	Laba bersih tahun berjalan semester I/2021 (triliun)	Laba bersih tahun berjalan semester I/2020 (triliun)	Growth (%)
TOWR	Sarana Menara Nusantara Tbk.	34,65	3,97	3,69	7,78	1,70	1,32	29,18
TLKM	Telkom Indonesia (Persero) Tbk.	263,98	69,48	66,86	3,92	16,92	15,43	9,64
TBIG	Tower Bersama Infrastructure Tbk.	41,84	2,97	2,58	15,29	0,69	0,54	28,24
ISAT	Indosat Tbk.	70,39	14,98	13,45	11,39	5,64	-0,32	1.875,86
FREN	Smartfren Telecom Tbk.	41,77	4,95	4,30	15,05	-0,45	-1,22	63,02
EXCL	XL Axiata Tbk.	67,49	12,97	13,08	-0,83	0,72	1,74	-58,94

sumber : laporan keuangan yang diolah oleh DataIndonesia.id

Berdasarkan laporan keuangan dari enam perusahaan tersebut, PT XL Axiata Tbk (EXCL) mencatatkan penurunan laba bersih sebesar 58,94% pada

semeser I tahun 2021 menjadi Rp715,69 miliar dari periode sebelumnya Rp 1,74 triliun. PT Smartfren Telecom Tbk (FREN) mengalami penyusutan kerugian sebesar 63,02%, pada semester I tahun 2021 kerugian menjadi Rp451,91 miliar jika dibandingkan periode sebelumnya kerugian sebesar Rp1,22 triliun. PT Indosat Tbk (ISAT) membukukan pertumbuhan laba bersih sebesar 1.875% pada semester I tahun 2021 menjadi sebesar Rp5,64 triliun dari periode sebelumnya rugi Rp317,66 miliar. PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM) mengalami peningkatan laba bersih sebesar 9,64% pada semester I tahun 2021 menjadi Rp16,92 triliun dari Rp15,43 triliun. PT Tower Bersama Infrastruktur Tbk (TBIG) mengalami kenaikan laba bersih sebesar 28,24% pada semester I tahun 2021 menjadi Rp689,84 miliar dari Rp537,92 miliar. PT Sarana Menara Nusantara Tbk (TOWR) mencatatkan kenaikan laba bersih sebesar 29,18% menjadi Rp1,7 triliun dari Rp1,32 triliun (Winarni, 2021).

Jika dilihat dari beberapa perusahaan yang ada di industri jasa telekomunikasi yang memiliki kenaikan laba bersih, mampu atau tidak perusahaan menciptakan nilai tambah bagi penyandang dana dan pemegang saham dimasa pandemi saat ini. Untuk itu, *Economic Value Added*, *Market Value added*, dan *Financial Value Added* digunakan sebagai alat ukur kinerja keuangan. *Economic Value Added* digunakan untuk melihat bagaimana pihak manajemen perusahaan dapat menciptakan nilai tambah ekonomi dari modal yang telah diinvestasikan oleh penyandang dana. Kemudian *Market Value Added* digunakan untuk mengetahui bagaimana perusahaan menciptakan kemakmuran dan kekayaan dimasa depan yang menggambarkan ekspektasi pemegang saham, dengan meningkatkan nilai pasar saham perusahaan yang melebihi modal ekuitas yang disetorkan oleh pemegang saham. Nilai pasar mencerminkan keputusan pasar terkait bagaimana manajer dapat melakukan investasi modal yang sesuai dan mengubahnya menjadi investasi yang lebih besar. Sedangkan *Financial Value Added* sangat membantu manajemen dalam membuat keputusan, (1) keputusan operasional (*Operating Decision*) digunakan untuk memperoleh *operating profit margin* atas penjualan. (2) keputusan pembiayaan (*Financing Decision*) mengharuskan perusahaan menentukan sumber pendanaan yang paling efisien yang akan tercermin dalam biaya modal yang dibayarkan dalam jangka waktu

tertentu, biaya modal sebagai faktor yang mengurangi nilai pendapatan yang diterima, semakin rendah biaya modal yang ditanggung perusahaan, semakin tinggi nilai kas yang diterima, sehingga nilai *Financial Value Added* semakin tinggi. (3) keputusan investasi (*Investment Decision*) merupakan keputusan manajemen mengenai pilihan investasi yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan dengan mempertimbangkan sumber pendanaan yang mempengaruhi struktur modal perusahaan.

Kesenjangan pada hasil penelitian terdahulu yang menggunakan alat ukur kinerja keuangan *Economic Value Added* dan *Market Value Added* yang dilakukan oleh Sari dan Wijayantini (2018) pada industri rokok di Indonesia periode 2013-2016, hasilnya menunjukkan *Economic Value Added* sebagai alat ukur kinerja keuangan pada perusahaan rokok tidak berhasil menciptakan nilai tambah ekonomi untuk para penyandang dana, sedangkan *Market Value Added* sebagai alat ukur kinerja keuangan pada perusahaan rokok berhasil menciptakan nilai tambah pasar untuk para pemegang saham. Sedangkan penelitian yang dilakukan Malhamah dan Octavera (2018) pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2011-2015, hasilnya menunjukkan dengan menggunakan alat ukur kinerja keuangan *Economic Value Added* 10 perusahaan berhasil meningkatkan nilai tambah ekonomi bagi para penyandang dana. Sedangkan dengan alat ukur kinerja keuangan *Market Value Added*, tiga perusahaan berhasil menciptakan nilai tambah pasar bagi para pemegang sahamnya, dan tujuh perusahaan gagal dalam menciptakan nilai tambah pasar bagi pemegang saham.

Dari kedua penelitian tersebut terjadi ketidaksesuaian, *Economic Value Added* yang digunakan sebagai alat ukur kinerja keuangan untuk perusahaan rokok di Indonesia hasilnya perusahaan gagal menciptakan nilai tambah ekonomi bagi para penyandang dana, namun sebaliknya ketika *Economic Value Added* yang digunakan sebagai alat ukur kinerja keuangan untuk perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman hasilnya perusahaan berhasil menciptakan nilai tambah ekonomi untuk para penyandang dana. Sedangkan *Market Value Added* yang digunakan sebagai alat ukur kinerja keuangan untuk perusahaan rokok di Indonesia hasilnya perusahaan berhasil menciptakan nilai tambah pasar untuk para pemegang saham, namun sebaliknya ketika *Market Value Added* yang

digunakan sebagai alat ukur kinerja keuangan untuk perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman hasilnya 7 dari 10 perusahaan gagal dalam menciptakan nilai tambah pasar untuk para pemegang saham.

Sebagai alat ukur kinerja keuangan, *Economic Value Added* dan *Market Value Added* jika digunakan oleh perusahaan atau industri yang berbeda memungkinkan dalam menciptakan nilai tambah atau bahkan tidak berhasil menciptakan nilai tambah. Dalam penelitian ini *Economic Value Added*, *Market Value Added* dan tambahan *Financial Value Added* sebagai alat ukur kinerja keuangan yang akan digunakan pada industri jasa telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti, karena industri jasa telekomunikasi sangat berpengaruh untuk mendukung perkembangan dan pertumbuhan digital di era saat ini. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini berjudul “*Economic Value Added, Market Value Added, dan Financial Value Added* Sebagai Alat Ukur Kinerja Keuangan Pada Industri Jasa Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021“

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

- 1) Seberapa besar *Economic Value Added (EVA)* sebagai alat ukur kinerja keuangan periode 2018-2021?
- 2) Seberapa besar *Market Value Added (MVA)* sebagai alat ukur kinerja keuangan periode 2018-2021?
- 3) Seberapa besar *Financial Value Added (FVA)* sebagai alat ukur kinerja keuangan periode 2018-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

- 1). Untuk mengetahui seberapa besar *Economic Value Added (EVA)* sebagai alat ukur kinerja keuangan periode 2018-2021.
- 2). Untuk mengetahui seberapa besar *Market Value Added (MVA)* sebagai alat ukur kinerja keuangan periode 2018-2021.

- 3). Untuk mengetahui seberapa besar *Financial Value Added (FVA)* sebagai alat ukur kinerja keuangan periode 2018-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1). Bagi Kepentingan Ilmu

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan literatur kepustakaan dan referensi atau memberikan informasi yang relevan dalam penyusunan untuk pengembangan penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

- 2). Bagi Kebijakan Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam mengambil keputusan, membuat kebijakan dan peraturan atas fenomena yang terjadi.

- 3). Bagi Masyarakat Luas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat luas terkait alat ukur kinerja keuangan dengan metode *Economic Value Added*, *Market Value Added*, dan *Financial Value Added*.