

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Berikut ini merupakan gambaran umum mengenai objek penelitian yang terdiri dari tiga perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, PT. Indosat, Tbk, dan PT. XL Axiata, Tbk.

1.1.1 PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, berikut ini akan diuraikan mengenai profil, visi dan misi, serta produk dan layanan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

1.1.1.1 Profil PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk



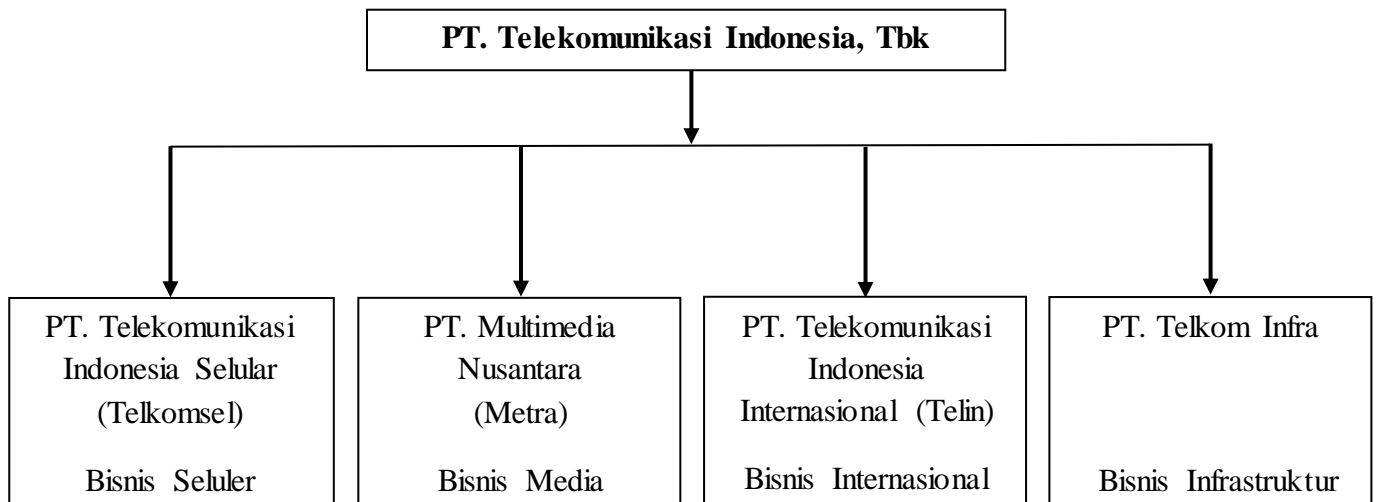
Gambar 1.1 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

(Sumber: telkom.co.id)

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan satu-satunya BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan dan jaringan telekomunikasi terintegrasi terbesar di Indonesia yang melayani jutaan pelanggan dengan rangkaian layanan telekomunikasi lengkap meliputi sambungan telepon kabel tidak bergerak, telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data (telkom.co.id, 2016 diakses pada 13 Juni 2016).

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan *edutainment*, termasuk *cloud-based* and *server-based managed services*, layanan *e-Payment* dan *IT enabler*, *e-Commerce* serta layanan portal lainnya. Untuk menjalankan layanan-layanan tersebut, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk memiliki kelompok usaha yang disebut sebagai *Telkom Group* dengan beranggotakan empat anak perusahaan yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia Selular

(Telkomsel) yang membawahi bisnis seluler, PT. Multimedia Nusantara (Metra) yang membawahi bisnis media, PT. Telekomunikasi Indonesia Internasional (Telin) yang membawahi bisnis internasional, dan PT. Telkom Infra yang membawahi bisnis infrastruktur (Gambar 1.2) (telkom.co.id, 2016 diakses pada 13 Juni 2016).



Gambar 1.2 Struktur Telkom Group

(Sumber: Laporan Tahunan, 2015)

Didirikan pada tanggal 23 Oktober 1856, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk telah beberapa kali mengalami perubahan nama. Pada 14 November 1995, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk menjadi perusahaan publik dan melakukan penawaran saham perdana (*Initial Public Offering*). Pada saat itu saham PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Bursa Efek Surabaya (BES), *New York Stock Exchange* (NYSE) dan *London Stock Exchange* (LSE) serta diperdagangkan tanpa pencatatan (*Public Offering Without Listing*) di *Tokyo Stock Exchange* (Data yang diolah).

Saat ini, pemegang saham mayoritas PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk yaitu Pemerintah Republik Indonesia dengan kepemilikan sebesar 52,55% dimana 47,45% sisa sahamnya dimiliki oleh publik. Per tanggal 30 Desember 2015, harga saham PT. Telekomunikasi Indonesia pada hari terakhir perdagangan BEI di tahun 2015 ditutup pada harga Rp 3.105,- dengan kapitalisasi pasar senilai Rp 312.984,- miliar (Laporan Tahunan, 2015).

1.1.1.2 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Visi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk adalah sebagai berikut:

“Be the King of Digital in the Region” (Menjadi Pemimpin *Digital* di Nusantara).

Sedangkan misi dari PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk adalah sebagai berikut:

“Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization” (Memimpin Inovasi dan Globalisasi *Digital* Indonesia).

(telkom.co.id, 2016 diakses pada 13 Juni 2016).

1.1.1.3 Produk dan Layanan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Tabel 1.1

Produk dan Layanan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

<i>My Phone</i>	<ul style="list-style-type: none">• TELKOM SLJJ• TELKOM SLI (007)• TELKOM Special Service• TELKOM Global (01017)
<i>My Broadband</i>	<ul style="list-style-type: none">• Indihome• Flash• Blackberry
<i>My Mobile</i> (Telkomsel)	<ul style="list-style-type: none">• KartuHalo• Kartu AS• simPATI
<i>My TV</i>	<ul style="list-style-type: none">• UseeTV.com• UseeTV Cable
<i>Network and Infrastructure Service</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Interconnection and International Traffic</i>• <i>Network Service, Satelit dan Tower</i>
<i>Digital</i>	<ul style="list-style-type: none">• Telkomsel <i>Digital Lifestyle</i>• Telkomsel <i>Digital Advertising</i>• T-Cash• Blanja.com

(Sumber: Laporan Tahunan, 2015)

1.1.2 PT. Indosat, Tbk

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai PT. Indosat, Tbk, berikut ini akan diuraikan mengenai profil, visi dan misi, serta produk dan layanan PT. Indosat, Tbk.

1.1.2.1 Profil PT. Indosat, Tbk



Gambar 1.3 Logo PT. Indosat, Tbk

(Sumber: indosatooredoo.com)

PT. Indosat, Tbk awalnya didirikan sebagai perusahaan penanaman modal asing pertama di Indonesia yang menyediakan layanan telekomunikasi internasional melalui satelit internasional pada 20 November 1967. Pada tahun 1980, PT. Indosat, Tbk berkembang menjadi perusahaan telekomunikasi internasional pertama yang dibeli dan dimiliki 100% oleh pemerintah Republik Indonesia. Hingga pada 1994, PT. Indosat, Tbk menjadi perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan *New York Stock Exchange* (indosatooredoo.com, 2016 diakses pada 15 Februari 2016).

Pada tahun 2009, Qtel atas nama Ooredoo Asia Pte. Ltd. membeli saham seri B sebanyak 24,19% dari publik sehingga menjadi pemegang saham mayoritas PT. Indosat, Tbk dengan persentase kepemilikan sebesar 65%, disusul dengan publik sebesar 20,71% dan Pemerintah Indonesia sebesar 14,29%. PT. Indosat, Tbk kemudian resmi berganti sebutan nama menjadi Indosat Ooredoo pada tahun 2015 (indosatooredoo.com, 2016 diakses pada 15 Februari 2016).

Saat ini, pemegang saham mayoritas PT. Indosat, Tbk yaitu Ooredoo Asia Pte. Ltd dengan kepemilikan sebesar 65% dimana 14,29% saham lainnya dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, 5,39% dimiliki oleh Skagen AS dan 15,32% dimiliki oleh publik. Per tanggal 30 Desember 2015, harga saham PT. Indosat, Tbk pada hari terakhir perdagangan BEI di tahun 2015 ditutup pada harga Rp 5.500,- dengan kapitalisasi pasar senilai Rp 29.887,- miliar (Laporan Tahunan, 2015).

1.1.2.2 Visi dan Misi PT. Indosat, Tbk

Visi PT. Indosat, Tbk adalah sebagai berikut:

Menjadi perusahaan telekomunikasi *digital* terdepan di Indonesia.

Sedangkan misi dari PT. Indosat, Tbk adalah sebagai berikut:

- Layanan dan produk yang membebaskan;
- Jaringan data yang unggul;
- Memperlakukan pelanggan sebagai sahabat;
- Transformasi *Digital*.

(Laporan Tahunan, 2015).

1.1.2.3 Produk dan Layanan PT. Indosat, Tbk

Tabel 1.2
Produk dan Layanan PT. Indosat, Tbk

<i>Personal</i>	<ul style="list-style-type: none">• iM3 Ooredoo• Matrix Ooredoo• Mentari Ooredoo
Layanan Internasional	<ul style="list-style-type: none">• <i>Outbond Roamers</i>• <i>Indosat Flatcall 01016</i>• IDD-001&IDD-008• SMS Internasional
Bisnis	<ul style="list-style-type: none">• <i>Mobile</i>• Solusi Konvergensi• Mesin ke Mesin• Layanan Teknologi Informasi• Konektivitas• Satelit
<i>Digital</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Cipika Bookmate</i>• <i>Cipika Stores</i>• <i>Cipika Play</i>• Dompetku

(Sumber: Laporan Tahunan, 2015)

1.1.3 PT. XL Axiata, Tbk

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai PT. XL Axiata, Tbk, berikut ini akan diuraikan mengenai profil, visi dan misi, serta produk dan layanan PT. XL Axiata, Tbk.

1.1.3.1 Profil PT. XL Axiata, Tbk



Gambar 1.4 Logo PT. XL Axiata, Tbk

(Sumber: xl.co.id)

PT. XL Axiata, Tbk awalnya didirikan pada tanggal 6 Oktober 1989 sebagai perusahaan dagang dan jasa umum dengan nama PT. Grahametropolitan Lestari. PT. XL Axiata, Tbk memasuki sektor telekomunikasi pada tanggal 8 Oktober 1996 setelah mendapatkan izin operasi GSM 900 dan secara resmi merupakan perusahaan swasta pertama yang menyediakan layanan telepon seluler di Indonesia. Pada September 2005, PT. XL Axiata, Tbk melakukan penawaran saham perdana dan menjadi perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pada 16 November 2009, RUPSLB PT. XL Axiata, Tbk menetapkan perubahan nama perusahaan dari PT. Excelcomindo Pratama, Tbk menjadi PT. XL Axiata, Tbk. Di tahun 2013, PT. XL Axiata, Tbk mencapai kesepakatan untuk mengakuisisi PT. Axis Telekom Indonesia (Axis). Perusahaan ini mengambil alih 95 persen saham Saudi Telecom Company di Axis. Saat ini, mayoritas saham PT. XL Axiata, Tbk dimiliki oleh Axiata melalui Axiata Investments (Indonesia) Sdn. Bhd (66,43%) dan sisanya dipegang oleh publik (33,57%) (xl.co.id, 2016 diakses pada 15 Februari 2016). Per tanggal 30 Desember 2015, harga saham PT. XL Axiata, Tbk pada hari terakhir perdagangan BEI di tahun 2015 ditutup pada harga Rp 3.650,- dengan kapitalisasi pasar senilai Rp 31.176,- miliar (Laporan Tahunan, 2015).

1.1.3.2 Visi dan Misi PT. XL Axiata, Tbk

Visi PT. XL Axiata, Tbk adalah sebagai berikut:

Menjadi yang terdepan dalam memberikan pengalaman menggunakan *mobile internet* yang mudah dengan harga yang lebih murah untuk masyarakat Indonesia dimana *brand* XL memiliki daya tarik yang kuat untuk anak muda.

Sedangkan misi dari PT. XL Axiata, Tbk adalah sebagai berikut:

Membuat hidup yang lebih bermakna bagi masyarakat Indonesia melalui kemudahan koneksi *digital*.

(xl.co.id, 2016 diakses pada 2 September 2016).

1.1.3.3 Produk dan Layanan PT. XL Axiata, Tbk

Tabel 1.3
Produk dan Layanan PT. XL Axiata, Tbk

Prabayar	<ul style="list-style-type: none">• XL• XL Star
Pascabayar	<ul style="list-style-type: none">• XL Prio <i>Broadband</i>• XL Prio <i>Mobile</i>
Internet dan <i>Broadband</i>	<ul style="list-style-type: none">• Combo Xtra• HotRod• HotRod Prioritas• XL <i>Go</i>• XL <i>Home</i>
Internasional	<ul style="list-style-type: none">• <i>Data Roaming</i>• XL <i>Pass</i>• Promo Haji
Layanan <i>Mobile</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>M-Insurance</i>• <i>M-Ads</i>• <i>M-Banking</i>• XL Tunai• My XL

(Sumber: Laporan Tahunan, 2015)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan masyarakat untuk saling berhubungan satu sama lain telah menyebabkan peningkatan pengguna layanan telekomunikasi di Indonesia tiap tahunnya. Hampir setiap masyarakat di Indonesia memiliki akses telekomunikasi, menjadikannya sebagai suatu kebutuhan primer yang tak dapat dipisahkan dari segala aktifitasnya. Tuntutan jaman membuat teknologi telekomunikasi mengalami berbagai perkembangan mulai dari layanan *voice, short message service*, data, hingga berbagai layanan *digital* lainnya (bumn.go.id, 2015 diakses pada 29 September 2016).

Berdasarkan Tabel 1.4, jumlah pengguna layanan telekomunikasi di Indonesia terus meningkat dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Pada tahun 2014, angka pengguna layanan seluler telah melebihi jumlah penduduk di awal tahun yang berjumlah 251 juta penduduk (metrotvnews.com, 2015 diakses pada 16 Februari 2016). Pertumbuhan pengguna ini sejalan dengan pertumbuhan industri telekomunikasi, mengingat telah berlakunya UU No. 36 tahun 1999 yang merubah pengelolaan sektor telekomunikasi dari monopoli menjadi kompetisi sehingga saat ini Indonesia memiliki 10 perusahaan telekomunikasi berbasis jaringan tetap dan atau seluler yang beroperasi, lima di antaranya telah tercatat sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia (BEI) (atsi.or.id, 2015 diakses pada 16 Februari 2016).

Tabel 1.4

Data Pengguna Layanan Telekomunikasi di Indonesia

Tahun	Pengguna Layanan Telekomunikasi			Total Pengguna
	Broadband (Tetap dan Seluler)	Seluler	Telepon Tetap	
2011	55.000.000	210.391.300	23.068.884	233.460.184
2012	63.000.000	236.800.000	26.990.339	263.790.339
2013	71.200.000	270.000.000	16.228.799	286.228.799
2014	88.100.000	281.963.665	14.179.162	296.142.827
2015	100.000.000	308.200.000	10.277.000	318.477.000

Sumber: Data yang diolah.

Perusahaan-perusahaan berbasis jaringan tetap dan atau seluler yang tercatat pada subsektor telekomunikasi tersebut di antaranya ialah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, PT. Indosat, Tbk, PT. XL Axiata, Tbk, PT. Smartfren Telecom, Tbk,

dan PT. Bakrie Telecom, Tbk (idx.co.id, 2016 diakses pada 3 Oktober 2016). Namun terhitung sejak tanggal 1 Agustus 2016, PT. Bakrie Telecom, Tbk merupakan satu-satunya perusahaan telekomunikasi tercatat di BEI yang data laporan keuangan tahunannya sudah tidak dapat diakses pada *website* manapun.

Dari empat perusahaan yang tercatat dan memiliki laporan tahunan, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, PT. Indosat, Tbk, dan PT. XL Axiata, Tbk adalah tiga perusahaan telekomunikasi yang merupakan operator penguasa industri telekomunikasi di Indonesia dengan jumlah pengguna dan laba yang besar tiap tahunnya (inet.detik.com, 2015 diakses pada 17 Februari 2016). Berdasarkan hasil laporan tahunan, dalam kurun waktu lima tahun terakhir, ketiga perusahaan tersebut menguasai rata-rata 96,4% pangsa pasar telekomunikasi dimana masing-masing perusahaan menguasai lebih dari 17% pasar telekomunikasi seperti dijelaskan dalam Tabel 1.5.

Tabel 1.5

Jumlah Pengguna Layanan Telekomunikasi

Perusahaan Telekomunikasi yang Tercatat di BEI Tahun 2011-2015

Perusahaan	Jumlah Pengguna					Rata-Rata Persentase Pengguna 5 Tahun Terakhir
	2011	2012	2013	2014	2015	
Telkom	137.178.000 (56,4%)	165.342.000 (58,9%)	167.914.000 (56,1%)	189.303.000 (58,6%)	210.687.000 (63,2%)	58,6%
Indosat	51.928.884 (21,4%)	58.674.339 (20,9%)	59.711.799 (19,9%)	63.277.162 (19,6%)	69.700.000 (20,9%)	20,5%
XL	46.359.000 (19,1%)	45.750.000 (16,3%)	60.549.000 (20,2)	58.300.000 (18,1%)	42.100.000 (12,6%)	17,3%
Smartfren	7.647.000 (3,1%)	10.996.000 (3,9%)	11.332.000 (3,8%)	11.931.000 (3,7%)	11.029.000 (3,3%)	3,6%
Total	243.112.884 (100%)	280.762.339 (100%)	299.506.799 (100%)	322.811.162 (100%)	333.516.000 (100%)	100%

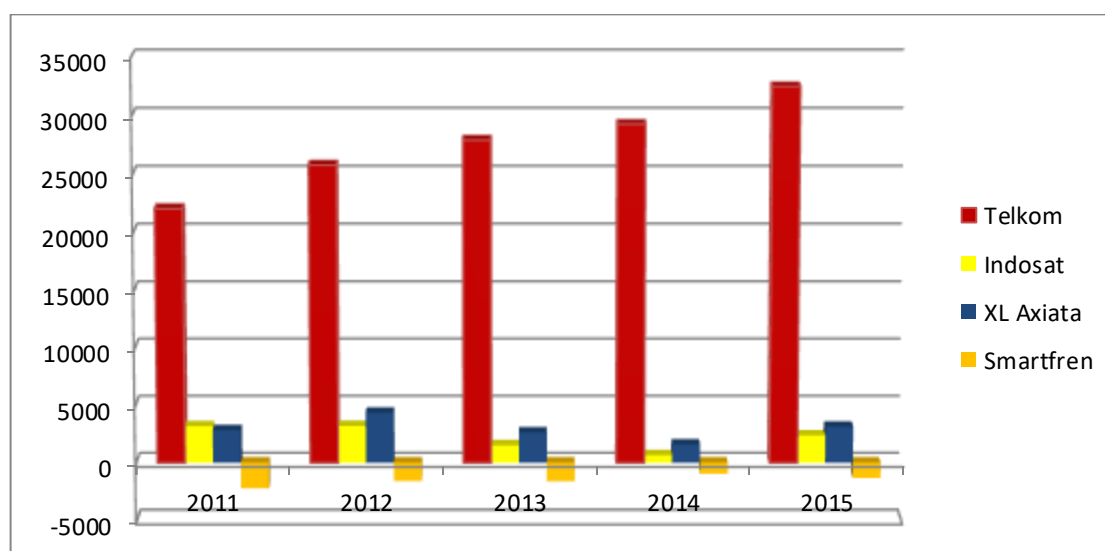
Sumber: Laporan Tahunan Perusahaan Telekomunikasi.

Kinerja penjualan tiga perusahaan penguasa pasar tersebut juga berhasil membukukan laba usaha dibandingkan dengan perusahaan lainnya yaitu PT. Smartfren Telecom, Tbk yang selalu memperoleh kerugian usaha dalam kurun waktu lima tahun

terakhir (Grafik 1.1). Pada tahun 2015, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, PT. Indosat, Tbk dan PT. XL Axiata, Tbk, berhasil membukukan peningkatan laba usaha sebesar 11% hingga 265%. PT. Indosat, Tbk membukukan peningkatan laba usaha tertinggi yaitu sebesar 265% menjadi Rp 2.362,- miliar, disusul oleh PT. XL Axiata, Tbk yang membukukan peningkatan laba usaha sebesar 98% menjadi Rp 3.139,- miliar pada tahun 2015. Sementara PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk selaku satu-satunya perusahaan yang membukukan peningkatan laba usaha dalam kurun waktu lima tahun terakhir, hanya mengalami peningkatan sebesar 11% menjadi Rp 32.418,- miliar pada tahun 2015, sebagaimana dijelaskan dalam Gambar 1.5.

Gambar 1.5

**Laba Usaha Perusahaan Telekomunikasi yang Tercatat di BEI Tahun 2011-2015
(Dalam Miliaran Rupiah)**



Sumber: Laporan Tahunan dan Data yang diolah.

Pengguna layanan telekomunikasi yang terus mengalami peningkatan dan tak akan menyusut menyebabkan potensi saham industri telekomunikasi akan terus berkembang pada masa yang akan datang sehingga menarik para investor untuk berinvestasi pada industri telekomunikasi (inet.detik.com, 2015 diakses pada 17 Februari 2016). Hal tersebut dibuktikan dengan realisasi investasi yang masuk ke Indonesia sepanjang semester I-2015 yang mencapai Rp 259,7 Triliun atau naik sebesar 16,6% dibandingkan periode yang sama tahun lalu dengan sektor industri terbesar yang dibanjiri investasi adalah transportasi, gudang, dan telekomunikasi dengan nilai Rp 28,4 Triliun dari total investasi (finance.detik.com, 2015 diakses pada 16 Februari 2016).

Berdasarkan Gambar 1.5, dari empat perusahaan telekomunikasi yang memiliki laporan tahunan dan tercatat di BEI, hanya PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, PT. Indosat, Tbk, dan PT. XL Axiata, Tbk yang selalu membukukan laba usaha dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Laba usaha inilah yang digunakan perusahaan untuk menunjukkan hasil kerjanya sebagai bahan pertimbangan investor dalam melakukan investasi (Josep, 2016). Secara garis besar, penilaian kinerja keuangan perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan laporan keuangan. Analisis rasio keuangan merupakan metode analisis kinerja keuangan yang paling banyak digunakan di Indonesia, khususnya pada rasio tingkat pengembalian investasi atau ROI (Manik, 2016).

Meskipun rasio keuangan yang digunakan memiliki fungsi dan kegunaan yang cukup banyak bagi perusahaan namun rasio keuangan memiliki banyak kelemahan dan keterbatasan. Kelemahan tersebut di antaranya adalah karena rasio-rasio keuangan mengabaikan adanya biaya modal. Pengukuran kinerja yang mengabaikan biaya seluruh modal, tidak dapat mengungkapkan bagaimana perusahaan yang sukses telah berkorban untuk menciptakan nilai bagi pemiliknya. Hal ini secara tidak langsung akan mengabaikan kepentingan investor yang telah menanggung risiko dengan menanamkan modalnya, untuk mengatasi permasalahan tersebut maka dikembangkan konsep *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) (Sonia, 2014).

Economic Value Added atau nilai tambah ekonomis dapat melengkapi analisis rasio keuangan karena dapat mengukur kinerja secara tepat dengan memperhatikan sepenuhnya kepentingan dan harapan penyedia dana (kreditur dan pemegang saham). Dengan menghitung nilai EVA, perusahaan dapat melihat suatu gambaran mengenai peningkatan atau penurunan nilai laba ekonomis yang sebenarnya tercipta dari kerjanya sehingga diketahui posisi perusahaan menurut sudut pandang investor, apakah perusahaan telah menjadi *wealth creator* atau *wealth destroyer* (Gulo dan Ermawati, 2011).

Nilai EVA yang positif menunjukkan bahwa perusahaan mampu memberikan nilai tambah kepada para pemegang saham, serta mampu mengelola utang dengan baik sehingga biaya modal rata-rata perusahaan menjadi efisien dan perusahaan dapat meningkatkan laba operasional. EVA mampu mendorong manajer berpikir untuk memilih investasi yang memaksimalkan pengembalian dengan biaya modal yang minimum sehingga nilai perusahaan bisa ditingkatkan (Harida, 2015).

Selain konsep EVA, penilaian kinerja perusahaan juga dapat dilakukan dengan konsep *Market Value Added* atau MVA. MVA menunjukkan kinerja pasar dari suatu perusahaan yang dapat menggambarkan seberapa besar kemampuan perusahaan atas modal yang dimiliki investor karena melibatkan harga saham sebagai komponen utamanya. Harga saham mencerminkan kekuatan interaksi antara pembeli dan penjual. Semakin tinggi laba perusahaan, harga saham pun akan direspon positif oleh pasar. Semakin positif nilai MVA, menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik, karena telah berhasil melakukan penambahan nilai atas modal yang dipercayakan investor kepada perusahaan (*wealth creator*)(Gulo dan Ermawati, 2011).

Ketika EVA atau MVA digunakan untuk mengevaluasi kinerja manajerial sebagai bagian dari program kompensasi intensif, EVA adalah ukuran yang umum digunakan. Alasan pertama, EVA menunjukkan nilai tambah yang terjadi selama suatu tahun tertentu. Kedua, EVA dapat diterapkan pada masing-masing divisi atau unit-unit yang lain dari sebuah perusahaan besar, sedangkan MVA harus diterapkan untuk perusahaan secara keseluruhan (Budiati, 2014).

Hal inilah yang menjadi kelebihan metode EVA dibandingkan metode MVA. Tetapi untuk perusahaan yang telah *go public*, MVA akan lebih efektif dalam mengukur kinerja keuangan dibandingkan EVA, karena MVA menunjukkan persepsi pasar saham atas perusahaan (Budiati, 2014). Dengan demikian EVA berbeda dengan MVA, dimana EVA merupakan penilaian atas kinerja perusahaan secara internal, sedangkan MVA merupakan penilaian eksternal atas kinerja perusahaan.

Secara sistematis EVA berhubungan dengan nilai pasar sehingga merupakan alat penilaian kinerja yang berguna untuk memahami ekspektasi investor (Sharma dan Kumar, 2010). Selain itu, EVA secara teoritis dan empiris terbukti memiliki korelasi yang erat dengan setiap perubahan dan penciptaan nilai MVA. Jika kinerja suatu perusahaan mengalami penurunan maupun peningkatan yang dicerminkan oleh EVA, maka akan berdampak pada nilai pasar perusahaan yang dicerminkan oleh MVA yang merupakan harapan atau ekspektasi dari investor terhadap kinerja masa yang akan datang suatu perusahaan (Salbiah, 2012).

Meningkatnya EVA pada suatu perusahaan akan menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya karena dengan adanya nilai tambah, perusahaan dikategorikan sebagai perusahaan yang memiliki reputasi baik. Perusahaan yang

menghasilkan EVA juga menjadi nilai plus, karena belum tentu perusahaan dengan pendapatan dan laba yang tinggi tiap tahunnya memiliki nilai tambah ekonomis dari kegiatan operasional yang dijalankannya sehingga tujuan perusahaan menjadi kurang maksimal (Ratnasari, 2013).

1.3 Perumusan Masalah

Pengguna layanan telekomunikasi yang terus mengalami peningkatan dan tak akan menyusut menyebabkan potensi saham industri telekomunikasi akan terus berkembang pada masa yang akan datang sehingga menarik para investor untuk berinvestasi pada industri telekomunikasi. Metode yang dapat digunakan investor sebagai pertimbangan berinvestasi yaitu dengan melihat rasio keuangan namun rasio keuangan memiliki beberapa kelemahan di antaranya mengabaikan adanya biaya modal sehingga menyulitkan untuk mengetahui apakah perusahaan telah menciptakan nilai tambah atau belum. Untuk mengatasi kelemahan tersebut konsep pengukuran kinerja keuangan berdasarkan nilai tambah (*value added*) yaitu EVA dan MVA dikembangkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengetahui kinerja keuangan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, PT. Indosat, Tbk, dan PT. XL Axiata, Tbk sebagai tiga perusahaan penguasa industri telekomunikasi Indonesia yang membukukan laba usaha pada tahun 2011-2015 menggunakan metode EVA dan MVA. Hal tersebut karena perusahaan yang memperoleh laba belum tentu mendapatkan nilai EVA dan MVA yang positif. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DENGAN METODE *ECONOMIC VALUE ADDED (EVA)* DAN *MARKET VALUE ADDED (MVA)* PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK, PT. INDOSAT TBK, DAN PT XL AXIATA TBK PERIODE 2011-2015”**.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, topik pembahasan permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja keuangan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, PT. Indosat Tbk, dan PT. XL Axiata Tbk periode 2011-2015 berdasarkan metode *Economic Value Added*?

2. Bagaimana kinerja keuangan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, PT. Indosat Tbk, dan PT. XL Axiata Tbk periode 2011-2015 berdasarkan metode *Market Value Added*?
3. Bagaimana perbandingan kinerja keuangan antara PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, PT. Indosat Tbk, dan PT. XL Axiata Tbk periode 2011-2015 berdasarkan metode *Economic Value Added* dan *Market Value Added*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, PT. Indosat Tbk, dan PT. XL Axiata Tbk periode 2011-2015 berdasarkan metode *Economic Value Added*.
2. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, PT. Indosat Tbk, dan PT. XL Axiata Tbk periode 2011-2015 berdasarkan metode *Market Value Added*.
3. Untuk mengetahui perbandingan kinerja keuangan antara PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, PT. Indosat Tbk, dan PT. XL Axiata Tbk periode 2011-2015 berdasarkan metode *Economic Value Added* dan *Market Value Added*.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penulisan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kegunaan teoritis maupun praktis.

1. Aspek Teoritis

Sebagai bahan pembelajaran yang dapat menambah wawasan, memperluas pandangan, serta meningkatkan pengetahuan penulis mengenai analisis *Economic Value Added* dan *Market Value Added*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau masukan bagi para peneliti dengan objek yang serupa.

2. Aspek Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi investor dan perusahaan telekomunikasi. Bagi investor, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan investasi di ketiga perusahaan telekomunikasi tersebut dan bagi perusahaan

telekomunikasi diharapkan dapat memberi kontribusi yang baik dalam proses menilai kinerja perusahaan pada aspek keuangan.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian untuk membatasi dan memperjelas permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan laporan penelitian ini yaitu:

1. Objek penelitian adalah tiga perusahaan telekomunikasi yang merupakan operator penguasa industri telekomunikasi di Indonesia yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, PT. Indosat, Tbk, dan PT. XL Axiata, Tbk.
2. Periode penelitian yaitu tahun 2011-2015.
3. Variabel penelitian yang digunakan adalah *Economic Value Added* dan *Market Value Added*.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penelitian ini dilaporkan secara terperinci dalam lima bab dengan urutan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

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

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka mengenai teori-teori yang relevan dengan topik yang dibahas dan mendukung pemecahan permasalahan serta kerangka pemikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai karakteristik penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mengemukakan tentang hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran.