

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Telkom) merupakan perusahaan penyelenggara bisnis T.I.M.E (*Telecommunication, Information, Media and Edutainment*) yang terbesar di Indonesia. Pengabdian Telkom berawal pada 23 Oktober 1856, tepat saat dioperasikannya layanan telekomunikasi pertama dalam bentuk pengiriman telegraf dari Batavia (Jakarta) ke Buitenzorg (Bogor). Selama itu pula Telkom telah mengalami berbagai transformasi. Transformasi terakhir sekaligus yang disebut dengan *NEW TELKOM Indonesia* adalah transformasi dalam bisnis, transformasi infrastruktur, transformasi sistem dan model operasi dan transformasi sumber daya manusia. Transformasi tersebut resmi diluncurkan kepada pihak eksternal bersamaan dengan *New Corporate Identity* Telkom pada tanggal 23 Oktober 2009, pada hari ulang tahun Telkom yang ke 153. Telkom juga memiliki tagline baru, *The World in Your Hand*.

1.1.2 Visi dan Misi Telkom

Adapun visi dan misi Telkom sebagai berikut:

1. Visi

“To become a leading InfoCom player in the region”

Telkom berupaya untuk menempatkan diri sebagai perusahaan *InfoCom* terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik.

2. Misi

Telkom mempunyai misi memberikan layanan " *One Stop InfoCom Services with Excellent Quality and Competitive Price and to be the Role Model as the Best Managed Indonesian Corporation* " dengan jaminan bahwa pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik, berupa kemudahan, produk dan jaringan berkualitas, dengan harga kompetitif.

1.1.3 Logo Telkom

GAMBAR 1.1

LOGO PERUSAHAAN PT TELKOM Tbk



Logo Lama Telkom



Logo Baru Telkom

Sumber : PT. TELKOM Indonesia, Tbk

Telkom melakukan perubahan logo seiring dengan transformasi yang dilakukan. Perubahan logo lama menjadi baru bersifat total, mulai dari warna, huruf hingga lambang. Tampilannya lebih modern, berlatar belakang warna putih, lingkaran biru dan telapak tangan dengan lima jari berwarna oranye menyatu.

Logo baru Telkom mencerminkan brand positioning *Life Confident* dimana keahlian dan dedikasi akan diberikan bagi semua pelanggan untuk mendukung kehidupan mereka dimanapun mereka berada. Brand positioning ini didukung oleh *service culture* baru yaitu: *expertise, empowering, assured, progressive dan heart*.

Untuk lebih mengenal logo ini, ada baiknya kita memaknai arti dari simbol-simbol tersebut.

- a. *Expertise* : makna dari lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru Telkom yaitu TIME (*Telecommunication, Information, Media & Edutainment*).
- b. *Empowering* : makna dari tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar.
- c. *Assured* : makna dari jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat
- d. *Progressive* : kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dan awal yang baru.
- e. *Heart* : simbol dari telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan.
- f. Selain simbol, warna-warna yang digunakan adalah : *Expert Blue* pada teks Telkom melambangkan keahlian dan pengalaman yang tinggi
- g. *Vital Yellow* pada telapak tangan mencerminkan suatu yang atraktif, hangat, dan dinamis *Infinite sky blue* pada teks Indonesia dan lingkaran bawah mencerminkan inovasi dan peluang yang tak berhingga untuk masa depan.

1.2 Latar Belakang Penelitian

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (TELKOM) yang merupakan perusahaan penyelenggara informasi dan telekomunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap yang terbesar di Indonesia. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom), melakukan transformasi bisnis secara fundamental yang diikuti juga dengan diperkenalkannya corporate identity baru untuk menyambut era baru Telkom sebagai satu-satunya perusahaan T.I.M.E (*Telecommunication, Information, Media and Edutainment*) di Indonesia.

Transformasi kali ini adalah yang paling besar sepanjang sejarah Telkom karena bersifat fundamental, menyeluruh dan terintegrasi yang

menyentuh empat aspek dasar perusahaan, yakni Transformasi Bisnis, Transformasi Infrastruktur, Transformasi Sistem dan Model Operasi dan Transformasi *Human Resources*. Transformasi perusahaan didorong oleh beberapa hal:

- 1) Pertama, perubahan dari lifestyle, gaya hidup pelanggan.
- 2) Kedua, perubahan dari sisi teknologi. Teknologi dulu yang hanya *narrowband* menjadi *broadband*. Dari yang *fixed* menjadi *mobile*.
- 3) Ketiga, perubahan peta kompetisi. Pemegang lisensi dulu hanya satu, sekarang sebelas.
- 4) Keempat, telekomunikasi sendiri sudah menjadi komoditas biasa.

Bila dirinci, transformasi kali ini meliputi empat hal:

- 1) Transformasi bisnis dan produk dari POTS (*derivative product*), *multimedia service* atau biasa juga disebut FMM (*Fixe, Multimedia, Mobile*) menjadi TIME (Telecommunication, Information, Multimedia dan Edutainment).
- 2) Transformasi infrastruktur yaitu melakukan transisi dari jaringan *legacy* saluran kabel tetap (*fixed wireline*) ke NGN (*next generation network*)
- 3) Transformasi system, mulai dari sistem billing, monitoring, jaringan dan customer.
- 4) Transformasi sumber daya manusia.

Adapun tujuan dari transformasi di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Transformasi bisnis dan produk, Transformasi bisnis Telkom merupakan sesuatu yang tak dapat dihindari. Beberapa hal menjadi pemicunya. Simak saja, saat ini tengah terjadi berbagai perubahan mendasar, mulai dari lingkungan bisnis (kompetisi dan regulasi), teknologi hingga gaya hidup. Jadi, perubahan bersifat mutlak guna menjawab tantangan lingkungan bisnis yang baru. Perubahan fundamental ini tak terelakkan mengingat layanan wireline yang

berbasis PSTN (public switch telephone network) sedang menghadapi fase menurun, seiring berubahnya gaya hidup masyarakat, karenanya perlu direvitalisasi. Perubahan ini untuk menjaga pertumbuhan kompetitif Telkom secara bersinambung.

- 2) Transformasi infrastruktur, tujuannya adalah untuk memenuhi *requirement*. TELKOM melakukan transisi dari jaringan *legacy* ke NGN. Next Generation Networking (NGN) adalah suatu konsep jaringan berbasis paket yang menyediakan kerangka kerja sangat luas meliputi penyatuan berbagai arsitektur dan teknologi yang memungkinkan penyediaan berbagai jenis layanan meliputi suara, data maupun video (*triple play*). Transformasi ini, yang dilakukan secara bertahap, mencakup infrastruktur, metode layanan *new wave* dan metode operasi jaringan termasuk modernisasi jaringan infrastruktur ke infrastruktur IP. *New wave* adalah bisnis baru di industri teknologi komunikasi informasi yang tidak hanya mengandalkan sektor telekomunikasi, tetapi beralih ke konten, portal, media dan solusi teknologi informasi. Tujuan utama dari transformasi NGN adalah pengurangan biaya operasional (*opex*) dan belanja modal (*capex*) untuk penggunaan *bandwidth* yang tersedia dengan lebih efisien sehingga dapat menawarkan layanan baru, layanan yang bervariasi, arsitektur jaringan, dan merampingkan peralatan. Target Telkom untuk menjadi penyedia layanan NGN lengkap pada tahun 2014.
- 3) Transformasi sistem dan bisnis model bertujuan meluaskan jangkauan pasar Telkom. Hal tersebut menyangkut sistem prosedural dan sistem produksi yang dikembangkannya. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bisnis informasi, Telkom senantiasa berusaha untuk memanfaatkan seluas mungkin penggunaan teknologi dalam pengelolaan perusahaan. Pada tahun 2009 hampir seluruh titik dalam *value-chain* perusahaan telah terintegrasi dalam jaringan teknologi

informasi. Selain untuk pengoperasian jaringan seluruh infrastruktur alat produksi, semua aspek penting dalam manajemen perusahaan seperti keuangan, logistik, sumber daya manusia termasuk juga pelayanan kepada karyawan, pelanggan, pemasok dan stakeholders lainnya telah memanfaatkan jaringan teknologi informasi Telkom. Manajemen Telkom yakin bahwa penerapan Teknologi Informasi (TI) secara luas dalam perusahaan akan secara langsung meningkatkan penerapan tata kelola perusahaan menjadi lebih baik lagi, karena di samping akan mendorong terselenggaranya prinsip pokok transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, kemandirian dan kewajaran juga akan memudahkan sosialisasi, pengawasan dan penegakannya (enforcement).

- 4) Transformasi SDM basisnya pengembangan kompetensi. Dalam beberapa tahun terakhir, Telkom melakukan perubahan mendasar dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia (“SDM”) dengan cara mengubah konsep *human resources* menjadi *human capital*. Tujuan perubahan konsep dari *human resources* ke *human capital* adalah untuk memberikan kesempatan berkarir yang lebih luas bagi karyawan yang berkinerja baik, sehingga kualitas dan profesionalisme karyawan dapat dikembangkan. Dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, Telkom telah mengubah cara berpikir dalam pengelolaan SDM dengan menjadikan departemen SDM sebagai Penjaga Nilai (“*Guard of Value*”) yang mempunyai lima peran utama (ahli administratif, karyawan yang unggul, agen perubahan, *partner bisnis* strategis dan pemimpin SDM). Dengan melakukan hal tersebut, maka Telkom berharap agar semangat dan loyalitas karyawan dapat meningkat sehingga mereka dapat memberikan kontribusi terbaik bagi perusahaan.

TELKOM adalah penyedia utama layanan telekomunikasi lokal, domestik, dan internasional di Indonesia, serta penyedia layanan telepon

seluler terkemuka melalui kepemilikan mayoritas Perusahaan pada anak perusahaan, Telkomsel. Visi Telkom adalah menjadi perusahaan InfoComm terkemuka dikawasan regional melalui penyediaan berbagai layanan komunikasi. Pada tanggal 31 Desember 2009, perusahaan memiliki kurang lebih 105,1 juta pelanggan yang terdiri dari 8,4 juta sambungan telepon tidak bergerak kabel dan 15,1 juta sambungan telepon tidak bergerak nirkabel serta Telkomsel memiliki 81,6 juta pelanggan telepon seluler. Perusahaan juga menyediakan beragam layanan komunikasi lain, termasuk layanan interkoneksi jaringan telepon, multimedia, data dan layanan terkait komunikasi internet, sewa transponder satelit, sirkuit langganan, jaringan pintar dan layanan terkait, televisi kabel dan layanan *VoIP*.

Hasil usaha perusahaan selama tiga tahun untuk periode 2007 sampai 2009 mencerminkan pertumbuhan pada pendapatan usaha. Pada periode 2007 sampai 2009, pertumbuhan pendapatan usaha dikontribusi oleh pendapatan seluler. Pertumbuhan pendapatan seluler terutama dicerminkan dari pertumbuhan jumlah pelanggan seluler. Dari 2008 ke 2009, pertumbuhan pendapatan operasi dikontribusikan oleh pendapatan seluler dan pendapatan data, internet dan jasa teknologi informatika.

Hasil usaha Perusahaan dari tahun 2007 hingga 2009 juga menunjukkan pertumbuhan beban usaha yang signifikan. Pertumbuhan beban usaha dipicu oleh beban operasi, pemeliharaan dan jasa telekomunikasi, beban penyusutan serta beban umum dan administrasi. Pertumbuhan beban penyusutan dan beban usaha, pemeliharaan dan beban jasa telekomunikasi terutama disebabkan oleh penambahan BTS dan TRX baru Telkomsel, dan peningkatan kapasitas jaringan untuk mendukung peningkatan jumlah pelanggan. Pertumbuhan beban umum dan administrasi terutama disebabkan peningkatan amortisasi *goodwill* dan aset tidak berwujud lainnya dan juga beban penagihan.

Dari sisi kinerja, dalam lima tahun terakhir Telkom yang kini makin menggurita dengan total 31 ribu karyawan, terus bertumbuh. Per akhir September 2009, Telkom mencatat kenaikan pendapatan sebesar Rp 2,46 triliun atau 5,5% dibanding periode yang sama sebelumnya. Total pendapatan pada periode itu sebesar Rp 47,11 triliun, sedangkan periode yang sama tahun lalu Rp 44,65 triliun. Sebagian besar kenaikan ini disumbangkan oleh kenaikan pendapatan seluler sebesar Rp 2,76 triliun atau 15,1%. Adapun pendapatan data, Internet, dan jasa teknologi informatika naik sebesar Rp 1,53 triliun atau 14,1%. Sesuai dengan perkembangan zaman, tentu ada yang menurun, yakni pendapatan telepon tetap dan interkoneksi turun masing-masing sebesar Rp 1,08 triliun atau 14,5% dan Rp 899 miliar atau 13,5%. Sebagai catatan, untuk layanan bisnis dan telepon tetap Telkom masih menjadi market leader dengan pelanggan telepon tetap mencapai 24,3 juta (15,9 juta diantaranya adalah pelanggan Flexi), sehingga total pelanggan Telkom Group mencapai 106,3 juta. Pelanggan Flexi tumbuh sebesar 19 persen, yang didukung oleh peningkatan BTS (Base Transceiver Station) yang mencapai 22,1 persen menjadi 5.543 unit pada akhir Maret 2010. Pada periode yang sama, BTS selular mencapai 32.243 unit, sehingga total BTS Telkom Group mencapai 37.786 unit. Laba bersih Telkom meningkat, hingga kuartal III/2009 labanya mencapai Rp 9,3 triliun, sedangkan periode yang sama tahun lalu Rp 8,92 triliun.

Berikut akan ditampilkan tabel pendapatan usaha Telkom antara tahun 2007 sampai 2009.]

GAMBAR 1.2

LAPORAN LABA-RUGI KONSOLIDASIAN

(dalam miliar Rupiah, kecuali untuk laba bersih per lembar saham dan laba bersih per ADS)

	31 Des 2004	31 Des 2005	31 Des 2006	31 Des 2007	31 Des 2008
Jumlah Pendapatan Usaha	33.943	41.807	51.294	59.440	60.689
Jumlah Beban Usaha	19.360	24.636	29.701	32.967	38.382
EBITDA*	21.899	25.660	31.716	37.067	34.621
LABA USAHA	14.588	17.171	21.593	26.473	22.307
(Beban) Penghasilan lain-lain bersih	(1.830)	(929)	400	(877)	(1.995)
LABA SEBELUM PAJAK	12.749	16.242	21.994	25.596	20.312
LABA BERSIH	6.615	7.994	11.006	12.857	10.619
Laba bersih persaham	328,10	396,51	547,15	644,08	537,73
Laba Bersih per ADS (40:1 saham biasa: ADS)	13.124,14	15.860,25	21.885,00	25.763,20	21.509,20

LAPORAN LABA-RUGI KONSOLIDASI TELKOM TAHUN 2008

Sumber : PT. TELKOM Indonesia, Tbk

GAMBAR 1.3



Tabel Laporan Laba - Rugi Konsolidasian
(dalam miliar Rupiah, kecuali untuk laba bersih per lembar saham dan laba bersih per ADS)

	31 Des 2005	31 Des 2006	31 Des 2007	31 Des 2008	31 Des 2009
Jumlah Pendapatan Usaha	41.307	51.294	59.440	60.689	64.597
Jumlah Beban Usaha	24.536	29.701	32.967	33.332	41.994
EBITDA *	25.660	31.716	37.067	34.621	36.560
LABA USAHA	17.171	21.593	26.473	22.437	22.803
(Beban) Penghasilan lain-lain bersih	(929)	400	(377)	(1.995)	(254)
LABA SEBELUM PAJAK	16.242	21.994	25.596	20.312	22.349
LABA BERSIH	7.994	11.006	12.857	10.619	11.532
Laba bersih per saham dasar	396,51	547,15	644,08	537,73	576,13
Laba Bersih per ADS (40 saham seri B per ADS)	15.860,25	21.886,00	25.763,20	21.509,20	23.045,20

LAPORAN LABA-RUGI KONSOLIDASI TELKOM TAHUN 2009

Sumber : PT. TELKOM Indonesia, Tbk

GAMBAR 1.4

LAPORAN LABA-RUGI KONSOLIDASI TELKOM TAHUN 2010

Laporan Laba-Rugi Konsolidasian

(dalam miliar Rupiah, kecuali untuk laba bersih per lembar saham car laba bersih per ADS)

	Tahun yang berakhir 31 Desember				
	2006 ^(*)	2007 ^(**)	2008 ^(**)	2009 ^(**)	2010
Jumlah Pendapat Usaha	54.748	62.583	64.166	67.678	68.629
Jumlah Beban Usaha	32.980	36.093	41.729	44.890	46.138
EBITDA ^(**)	31.902	37.200	34.770	36.762	37.102
LABA USAHA	21.768	26.590	22.437	22.788	22.491
(Beban) Penghasilan lain-lain bersih	258	(721)	(2.038)	(341)	(1.075)
LABA SEBELUM PAJAK	22.026	25.369	20.399	22.447	21.416
LABA BERSIH	11.029	13.043	10.672	11.399	11.537
Laba bersih per saham dasar	548,3	653,4	540,4	579,5	586,5
Laba Bersih per ADS (40:1 saham biasa: ADS)	21.932,9	26.136,4	21.615,2	23.180,8	23.461,6

Sumber : PT. TELKOM Indonesia, Tbk

Untuk laporan keuangan Telkom sebelum transformasi yang ditunjukkan oleh Gambar 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan usaha Telkom sebesar 60 miliar rupiah dan laba bersih Telkom sebesar 10 miliar rupiah. Untuk laporan keuangan Telkom pada saat terjadi transformasi yang ditunjukkan oleh Gambar 1.4 dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan usaha dan laba bersih Telkom meningkat menjadi 64 miliar rupiah dan 11 miliar rupiah. Untuk laporan keuangan Telkom sesudah transformasi yang ditunjukkan oleh Gambar 1.5 dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan usaha Telkom meningkat menjadi 68 miliar rupiah dan laba bersih Telkom tidak mengalami perubahan.

Untuk analisis laporan keuangan, perlu diadakan perhitungan terhadap rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio aktivitas, rasio profitabilitas, rasio pertumbuhan, dan rasio nilai pasar untuk mengetahui kinerja keuangan Telkom sebelum dan sesudah transformasi. Jadi sangat penting bagi seorang manajer untuk mengetahui kinerja keuangan dengan menggunakan alat analisis rasio keuangan, agar manajer bisa mengantisipasi dan memperbaiki jika keadaan finansialnya tidak sesuai dengan tujuan.

Jika dilihat dari teori siklus perusahaan, Telkom sedang berada di posisi *mature*. Untuk mengantisipasi agar tidak masuk ke titik penurunan, transformasi merupakan hal yang mutlak dilakukan. Transformasi yang dilakukan itu juga diharapkan mampu membuat kinerja keuangannya terdongkrak, sehingga Telkom memiliki peluang bisnis yang lebih besar. Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui apakah transformasi yang dilakukan oleh Telkom mampu mewujudkan harapannya dengan mengadakan penelitian berjudul **Perbandingan Kinerja Keuangan PT. Telkom Sebelum dan Sesudah Transformasi.**

1.3 Perumusan Masalah

Dari uraian di atas, maka perumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimanakah kinerja keuangan Telkom sebelum transformasi?
2. Bagaimanakah kinerja keuangan Telkom sesudah transformasi?
3. Apakah terdapat perbedaan kinerja keuangan Telkom secara keseluruhan sebelum dan sesudah transformasi?
4. Apakah terdapat perbedaan kinerja keuangan Telkom sebelum dan sesudah transformasi untuk setiap rasio keuangan:
 - a. Apakah terdapat perbedaan *current ratio* Telkom sebelum dan sesudah transformasi?
 - b. Apakah terdapat perbedaan *debt to equity ratio* Telkom sebelum dan sesudah transformasi?
 - c. Apakah terdapat perbedaan *total assets turnover* Telkom sebelum dan sesudah transformasi?
 - d. Apakah terdapat perbedaan *net profit margin* Telkom sebelum dan sesudah transformasi?
 - e. Apakah terdapat perbedaan kenaikan penjualan Telkom sebelum dan sesudah transformasi?
 - f. Apakah terdapat perbedaan *dividen yield* Telkom sebelum dan sesudah transformasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kinerja keuangan Telkom sebelum transformasi.
2. Mengetahui kinerja keuangan Telkom sesudah transformasi.
3. Untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan Telkom secara keseluruhan sebelum dan sesudah transformasi.
4. Untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan Telkom sebelum dan sesudah transformasi untuk setiap rasio keuangan:
 - a. Untuk mengetahui perbedaan *current ratio* Telkom sebelum dan sesudah transformasi?
 - b. Untuk mengetahui perbedaan *debt to equity ratio* Telkom sebelum dan sesudah transformasi?
 - c. Untuk mengetahui perbedaan *total assets turnover* Telkom sebelum dan sesudah transformasi?
 - d. Untuk mengetahui perbedaan *net profit margin* Telkom sebelum dan sesudah transformasi?
 - e. Untuk mengetahui perbedaan kenaikan penjualan Telkom sebelum dan sesudah transformasi?
 - f. Untuk mengetahui perbedaan *dividen yield* Telkom sebelum dan sesudah transformasi?

1.5 Kegunaan Penelitian

- 1) Manfaat Teoritis
 - a. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, baik di dalam maupun di luar Lembaga Perguruan Tinggi.
 - b. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dasar perluasan penelitian dan penambahan wawasan untuk pengembangannya.

2) Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak manajemen perusahaan, penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan analisis perbandingan kinerja keuangan.
- b. Bagi Investor dapat mengetahui pengaruh transformasi terhadap kinerja keuangan perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika yang digunakan peneliti sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini dibahas mengenai rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan ruang lingkup penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini dibahas mengenai jenis penelitian, tahapan penelitian, pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibahas mengenai karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menyimpulkan hasil pembahasan dan memberikan saran.