

BAB I

PENDAHULUAN

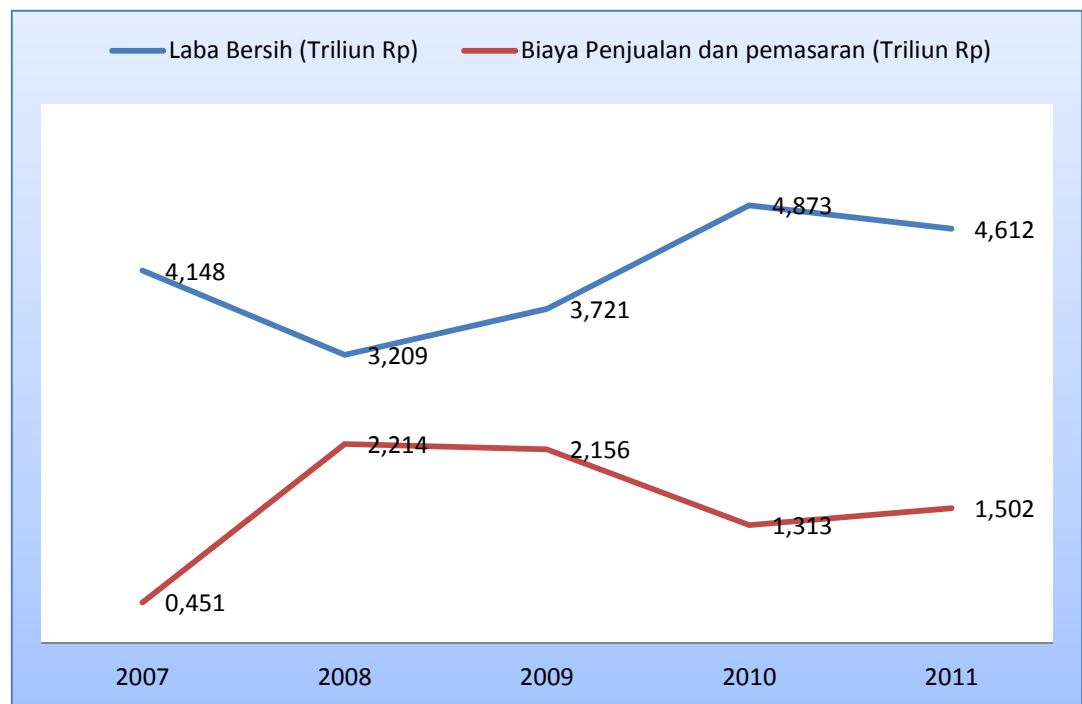
A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan media komunikasi mendukung percaturan bisnis telekomunikasi berkembang menjadi lebih baik, serta menjadi alasan untuk berinvestasi di industri tersebut. Hal ini bisa dilihat dari Permintaan masyarakat yang tinggi akan sarana operator telekomunikasi dan adanya mobilitas yang tinggi oleh konsumen diantara operator. Potensi pengembangan pasar dan peningkatan konsumsi oleh konsumen serta tujuan untuk meningkatkan pendapatan menyebabkan perusahaan-perusahaan telekomunikasi berlomba-lomba untuk memasarkan produk yang dimiliki dengan kelebihan masing-masing. Salah satu cara pemasaran yang banyak dilakukan dalam industri ini yaitu melalui promosi iklan baik di media cetak maupun di media elektronik.

Hasil perusahaan riset Nielsen menyatakan bahwa pada tahun 2011 terjadi peningkatan pengeluaran untuk biaya pemasaran dalam hal ini untuk biaya promosi industri telekomunikasi sebesar 43% menjadi Rp.5,5 triliun. Hal tersebut merupakan kenaikan tertinggi sejak 2006 yang bila dibandingkan Pada tahun 2009 hanya meningkat 16% menjadi Rp.48,5 triliun. Peningkatan

biaya pemasaran industri telekomunikasi merupakan kenaikan terbesar kedua setelah industri keuangan yang mengalami peningkatan sebesar 23% menjadi Rp.59,8 triliun.

Grafik berikut ini merupakan gambaran secara rata-rata mengenai laba bersih serta biaya penjualan dan pemasaran.



Grafik 1.1

Biaya Penjualan dan Pemasaran

Sumber : Data Sekunder yang diolah Penulis

Dari grafik diatas dapat dilihat suatu hasil yang dimana peningkatan biaya penjualan dan pemasaran seharusnya bisa meningkatkan penjualan yang

mendukung peningkatan laba, tetapi dari grafik yang diatas didapatkan hasil yang sebaliknya. Peningkatan biaya pemasaran dan penjualan tidak didukung dengan peningkatan laba. Setiap ada penurunan biaya penjualan dan pemasaran laba yang dihasilkan akan meningkat dan sebaliknya setiap ada peningkatan biaya penjualan dan pemasaran diikuti dengan penurunan laba. Hal ini bisa dilihat dari tahun 2007 dengan biaya penjualan dan pemasaran yang sebesar 451 M, laba yang dihasilkan 4,148 T. Pada tahun 2008 adanya peningkatan biaya 2,214 T tetapi diikuti dengan penurunan laba menjadi 3,209 T. Pada tahun 2009 biaya penjualan dan pemasaran kembali dikurangi ke angka 2,156 T laba yang dihasilkan ternyata meningkat ke angka 3,721 T. Pada tahun 2010 biaya penjualan dan pemasaran semakin dikurangi hingga angka 1,313 T laba yang didapat semakin meningkat dibandingkan dengan tahun 2009 hingga angka 4,873 T. Dan kemudian pada tahun 2011 mencoba kembali untuk sedikit meningkatkan biaya penjualan dan pemasaran ke angka 1,502 T ternyata diikuti dengan penurunan laba ke angka 4,612 T.

Usia atau umur perusahaan juga menjadi faktor yang sering kali dipertimbangkan pada keputusan investasi karena umur perusahaan menggambarkan pengalaman perusahaan dengan asumsi perusahaan yang telah lama berdiri dianggap memiliki resiko yang lebih kecil sehingga aman untuk berinvestasi. Dalam hal ini yang akan dilihat dari perbedaan umur

empat perusahaan besar hingga tahun 2011 diantaranya ISAT 44 tahun, TLKM 37 tahun, EXCL 15 tahun dan BTEL 18 tahun.

Keputusan investasi bisa juga dilihat dari kinerja keuangan dari sisi ukuran perusahaan. salah satu indikator yang sering digunakan yaitu total aset karena nilai total aset yang besar. Perusahaan dengan total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan yang di mana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan memiliki prospek yang baik untuk jangka waktu yang relatif lama juga lebih mampu menghasilkan laba yang lebih tinggi. Perbedaan total aset yang terjadi cukup tinggi hal ini bisa dilihat dari perbedaan total aset yang dimiliki oleh EXCL hanya 31,171 T; TLKM 103,054 T dan ISAT 52,172 T. Bila di bandingkan dengan TLKM kedua perusahaan lainnya, EXCL hanya memiliki sebagian dari yang dimiliki oleh TLKM.

Perkembangan yang terjadi di pasar modal per september 2012 “JAKARTA (IFT) – Kinerja saham PT XL Axiata Tbk (EXCL) selama lima tahun terakhir lebih tinggi dibandingkan kinerja dari saham emiten sejenis, berdasarkan hasil perhitungan Departemen Riset IFT. “¹

Berdasarkan data Bloomberg yang diolah Departemen Riset IFT² “selama lima tahun terakhir harga saham XL Axiata naik hingga 225%,

¹ <http://www.indonesiafinancetoday.com/read/33620/Harga-Saham-XL-Axiata-Paling-Tinggi-Dibanding-Kompetitor>

² **Ibid**

sedangkan harga saham PT Indosat Tbk (ISAT) yang merupakan kompetitor terdekat XL Axiata hanya naik 30,6% dan saham PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM) justru tercatat turun 13,6%”. Bila dibandingkan dengan ke dua perusahaan telekomunikasi lainnya yang masuk 3 besar, EXCL yang hanya memiliki sebagian kecil Aset dan baru masuk ke bidang komunikasi tetapi sudah mampu mencatatkan kinerja yang lebih baik.

Perbedaan-perbedaan dan fenomena yang disebutkan hanya merupakan sebagian kecil dari persaingan dan perkembangan yang ada di industri telekomunikasi ini bila dibandingkan secara keseluruhan untuk semua perusahaan yang bergerak di bidang ini.

Dengan adanya perbedaan biaya yang digunakan untuk penjualan dan pemasaran, umur perusahaan, ukuran perusahaan dalam industri telekomunikasi, serta kinerja yang juga berbeda maka penulis melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PERTUMBUHAN BIAYA PENJUALAN DAN PEMASARAN, UMUR PERUSAHAAN , SERTA UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI DI BEI)”. Untuk melihat pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap pengembalian modal yang diinvestasikan.

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengidentifikasi masalah pada:

- a. Perbedaan total aset yang dimiliki oleh ketiga perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia menjadi masalah ketika EXCL dengan total aset yang lebih kecil mampu mencatatkan kinerja yang lebih baik di bursa saham dalam 5 (lima) tahun terakhir.
- b. Setiap adanya Peningkatan biaya penjualan dan pemasaran laba yang dihasilkan mengalami penurunan dan sebaliknya setiap ada penurunan biaya penjualan dan pemasaran laba yang dihasilkan mengalami peningkatan.
- c. Mobilitas konsumen yang tinggi dari produk perusahaan yang satu ke yang lainya menyebabkan laba yang diperoleh tidak bisa diperkirakan.
- d. Perbedaan waktu masuk ke bidang telekomunikasi membuat investor lebih percaya kepada perusahaan yang telah lama berada di bisnis ini karena diasumsikan memiliki resiko yang lebih kecil dan sudah mampu mencatatkan kinerja yang baik, tetapi hasil yang ada saat ini berbeda dengan asumsi tersebut.

- e. Perbedaan total aset yang dimiliki menyebabkan perusahaan yang baru bergerak dibidang ini membutuhkan lebih banyak pengaturan mengenai modal yang dibutuhkan.
- f. TLKM yang lebih awal berdiri bila dibandingkan dengan EXCL dalam 5 tahun terakhir mengalami penurunan harga saham sebesar 13,6%.
- g. ISAT yang berdiri lebih awal dibandingkan EXCL dalam 5 tahun terakhir hanya mengalami peningkatan harga saham sebesar 30,6%.
- h. Peningkatan harga saham EXCL sebesar 225% karena adanya peningkatan laba menyebabkan investor mulai tertarik untuk mengalihkan dana nya sehingga menyebabkan emiten telekomunikasi lainya menjadi turun.
- i. Asumsi perusahaan dengan ukuran perusahaan yang lebih besar mampu menarik investor menjadi masalah ketika tidak mampu menghasilkan kinerja yang lebih baik dengan perusahaan yang baru.

2. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang ada, penulis mencoba untuk membahas pada pertumbuhan biaya penjualan dan pemasaran, umur perusahaan (*Age*) dan ukuran perusahaan (*size*) yang dalam hal ini ukuran perusahaan akan dilihat dari total aset yang dimiliki untuk melihat pengaruh terhadap

Return On Asset (ROA) dan Pertumbuhan Penjualan sebagai indikator kinerja Perusahaan.

C. Perumusan Masalah

Berikut ini adalah perumusan masalah berdasarkan pembatasan masalah:

1. Bagaimana perkembangan dari setiap emiten dan variabel dalam penelitian ini?
2. Apakah terdapat pengaruh pertumbuhan biaya penjualan dan pemasaran, Umur perusahaan (*Age*), dan ukuran perusahaan (*Size*) secara simultan terhadap *Return On Asset (ROA)* perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI?
3. Apakah terdapat pengaruh pertumbuhan biaya penjualan dan pemasaran, umur perusahaan (*Age*), dan ukuran perusahaan (*Size*) secara parsial terhadap *Return On Asset (ROA)* perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI?
4. Faktor manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi *Return On Asset (ROA)* perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI?
5. Apakah terdapat pengaruh pertumbuhan biaya penjualan dan pemasaran, Umur perusahaan (*Age*), dan ukuran perusahaan (*Size*) secara simultan

terhadap pertumbuhan penjualan perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI?

6. Apakah terdapat pengaruh pertumbuhan biaya penjualan dan pemasaran, umur perusahaan (*Age*), dan ukuran perusahaan (*Size*) secara parsial terhadap pertumbuhan penjualan perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI?
7. Faktor manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi pertumbuhan penjualan perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana perkembangan dari setiap emiten dan variabel dalam penelitian ini.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pertumbuhan biaya penjualan dan pemasaran, umur perusahaan (*Age*), dan ukuran perusahaan (*Size*) secara simultan terhadap *Return On Asset* (ROA) perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pertumbuhan biaya penjualan dan pemasaran, umur perusahaan (*Age*), dan ukuran

perusahaan (*Size*) secara parsial terhadap *Return On Asset* (ROA) perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.

4. Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi *Return On Asset* (ROA) perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pertumbuhan biaya penjualan dan pemasaran, umur perusahaan (*Age*), dan ukuran perusahaan (*Size*) secara simultan terhadap pertumbuhan penjualan perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.
6. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pertumbuhan biaya penjualan dan pemasaran, umur perusahaan (*Age*), dan ukuran perusahaan (*Size*) secara parsial terhadap pertumbuhan penjualan perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.
7. Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi pertumbuhan penjualan perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini kiranya dapat dijadikan informasi untuk bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk pengambilan keputusan yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan menjadi lebih baik.

2. Bagi Investor

Penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam membuat keputusan investasi dengan melihat hasil dari setiap kesimpulan yang dihasilkan mengenai pertumbuhan biaya penjualan dan pemasaran, ukuran perusahaan dan umur perusahaan yang dapat menggambarkan perusahaan seperti apa yang akan menjadi tujuan investasi.

3. Bagi penulis

penelitian ini menjadi suatu syarat untuk mendapatkan gelar S1 Ekonomi

4. Untuk Pembaca

Sebagai bahan informasi yang berguna bagi rekan-rekan semua yang ingin mendalami dan mengembangkan topik penelitian mengenai pertumbuhan biaya penjualan dan pemasaran, ukuran perusahaan (*Size*) dan umur perusahaan (*Age*) suatu perusahaan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menguraikan teori- teori yang digunakan sebagai dasar penelitian untuk melihat sejauh mana teori dapat diterapkan dalam pelaksanaan yang nyata serta mendukung pemecahan masalah dan bab ini diakhiri dengan kerangka pikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel yang diambil, jenis dan sumber data yang digunakan, metode analisis data dan definisi operasional variabel.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini menyajikan profil atau prospektus perusahaan mengenai sejarah singkat perusahaan.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan proses penelitian. Data yang diolah secara komputerisasi akan dianalisa untuk mendapatkan hasil yang nantinya akan disimpulkan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan memuat kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan penelitian, serta saran yang dapat dijadikan sebagai masukan untuk mengatasi masalah yang diteliti dan diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.