

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan pesat dalam dunia ilmu pengetahuan dan teknologi, bidang telekomunikasi juga mengalami kemajuan yang sangat pesat. Komunikasi merupakan suatu hal yang penting yang dianggap mampu membantu hidup manusia. Sejak ditemukannya alat komunikasi, gerak hidup manusia menjadi berubah lebih mudah dan terasa dekat. Salah satu alat komunikasi yang digunakan saat ini adalah telepon rumah.

Semakin lama pola pikir konsumen berubah seiring perkembangan jaman. Konsumen yang dulunya hanya menggunakan alat komunikasi, disebut telepon, kini mulai beralih menggunakan telepon seluler. Telepon seluler mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan telepon rumah, yaitu bisa dibawa kemanapun kita pergi. Lambat laun telepon rumah mulai ditinggalkan konsumen sehingga perusahaan penyedia jasa layanan telekomunikasi dapat mengambil peluang baru dari keinginan-keinginan dan kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi.

Pilihan-pilihan teknologi telekomunikasi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Teknologi GSM (*Global System for Mobile community*) yang mendominasi pasaran terkenal tarifnya yang mahal serta kecepatan akses datanya hanya 64 Kbps akan tetapi memiliki jaringan yang luas hingga ke pelosok negeri sebab

telah lama beroperasi di Indonesia. Kemudian telepon seluler yang berbasis teknologi CDMA (*Code Division Multiple Access*) yang beroperasi menggunakan lisensi telepon saluran tetap (*fixed wireless*) memiliki tarif jauh lebih rendah dibanding dengan tarif telepon seluler yang berbasis GSM. CDMA ini memiliki kekurangan mobilitas masih terbatas dan masih terjadi *blank spot* serta *drop call* karena jangkauannya yang terbatas. Teknologi CDMA mampu mengurangi suara berisik di latar belakang atau yang dihasilkan karena percakapan silang, memastikan kualitas suara yang lebih baik dan terus diperluas oleh mikroprosesor yang ada dalam telepon seluler. Teknologi CDMA juga menyediakan kapasitas suara dan komunikasi data, memungkinkan lebih banyak pelanggan untuk terhubung pada waktu bersamaan serta memungkinkan untuk tugas-tugas multimedia. Teknologi CDMA mengkonsumsi tenaga listrik yang kecil sehingga memungkinkan untuk memperpanjang daya tahan baterai dan waktu bicara dapat lebih lama. Selain itu, rancangan teknologi CDMA menjadikan CDMA aman dari upaya penyadapan. (www.x-phones.com/www/art_detail.php?=3088)

Melihat kondisi konsumen seperti itu, perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi mulai berlomba-lomba mengeluarkan telepon seluler dengan jenis CDMA demi memuaskan konsumen. Perusahaan-perusahaan tersebut antara lain :

1. PT. Telekomunikasi Tbk., dengan produk TelkomFlexi
2. PT. Indosat Tbk., dengan produk StarOne,
3. Bakrie Telecom, dengan produk Esia
4. Mobile-8 Telecom, dengan produk Fren.

Banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang komunikasi berbasis CDMA mengakibatkan persaingan semakin ketat. Mereka bersaing dengan berbagai cara dengan menawarkan berbagai fasilitas yang menarik dan kemudahan-kemudahan bagi pelanggannya. Semua itu dilakukan untuk dapat menarik perhatian konsumen sehingga diharapkan dapat menarik calon konsumen menjadi konsumen potensial atau konsumen tetap. Di Indonesia total pelanggan CDMA sampai dengan Juni 2008 berkisar 16.3 juta pelanggan. Hal ini menunjukkan peningkatan yang sangat fantastis, dimana jumlah pengguna sebanyak 7,8 juta pada akhir 2006 meningkat menjadi sebanyak 14,4 juta pada akhir 2007. Peningkatan tersebut telah menjadikan Indonesia menjadi negara dengan pertumbuhan pelanggan 3G CDMA terbesar di Asia Pasifik. Hal ini dinyatakan James Person, *Chief Operating Officer CDG (CDMA Development Group)*.

PT. Telekomunikasi Tbk, atau yang biasa dikenal dengan sebutan PT. TELKOM merupakan perusahaan informasi dan komunikasi (InfoCom) serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap (*full service and network provider*) yang terbesar di Indonesia. Produk dan layanan TELKOM menjadi dua yaitu produk dan layanan untuk korporat dan produk dan layanan untuk personal, yang meliputi jasa telepon tetap kabel (*fixed wire line*), jasa telepon tetap nirkabel (*fixed wireless*), jasa telepon bergerak (*mobile service*), data & internet serta jasa multimedia lainnya. Semua produk tersebut jelas bertujuan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan berkomunikasi.

Produk dari TELKOM yang berkaitan dengan CDMA adalah TelkomFlexi. TelkomFlexi ada dua jenis yaitu Flexi Trendy (prabayar) dan Flexi Classy (pascabayar). TelkomFlexi mulai diperkenalkan pada bulan Desember 2002 dan secara komersial mulai diluncurkan Mei 2003. Dalam rangka meningkatkan kualitas dan cakupan jaringan, TELKOM sudah melakukan migrasi frekuensi dari 1.900 MHz ke 800 MHz untuk DKI Jakarta, Jabar, dan Banten yang meliputi 645 BTS sehingga sekarang frekuensi TelkomFlexi di seluruh Indonesia semuanya berada pada 800 MHz.

Dalam upaya meningkatkan daya saing, TELKOM melakukan penurunan tarif, salah satunya ialah tarif TelkomFlexi, dimana tarif TelkomFlexi terus menerus diturunkan bahkan TELKOM memberlakukan tarif flat untuk sejumlah layanan TelkomFlexi. Pemberlakuan tarif flat ini membuat posisi TELKOM dalam persaingan bisnis komunikasi semakin kompetitif. Kebijakan ini merujuk pada formula dalam Peraturan Menteri (PM) Nomor 15 Tahun 2008 tentang Tata Cara Penetapan Tarif Jasa Teleponi Dasar yang Disalurkan melalui Jaringan Tetap. Kebijakan itu menetapkan tarif dasar TelkomFlexi berdasarkan lima jenis layanan, yaitu hubungan antarsesama pengguna TelkomFlexi (*onnet*); hubungan antara TelkomFlexi dan telepon rumah kabel (PSTN, *public switch telephone network*) dan *fixed wireless access* (FWA) non-Flexi, hubungan antara TelkomFlexi dan layanan seluler (*offnet mobile*), serta hubungan pesan singkat (SMS). Berdasarkan kebijakan tersebut, maka pada tanggal 1 Agustus 2008 TELKOM memberlakukan tarif baru bagi pengguna TelkomFlexi. Beberapa layanan

hubungan di-flat-kan, diantaranya hubungan OffNet Flexi Classy dengan Seluler Non-Lokal yang semula Rp400 hingga Rp1250 per 30 detik menjadi Rp625 per 30 detik. Bahkan tarif SMS dari Flexi Classy ke operator lain mengalami penurunan dari semula Rp250 per SMS menjadi Rp136 per SMS. Demikian juga tarif SMS Flexi Trendy ke operator lain turun dari semula Rp318 per SMS menjadi Rp150 per SMS.

Sebelumnya, pada Mei 2007 TELKOM juga sempat memberlakukan tarif flat pada percakapan SLJJ (Sambungan Langsung Jarak Jauh) antar sesama pengguna flexi (on-net) diseluruh wilayah Jakarta, Jawa Barat dan Banten. Dengan pemberlakuan tarif SLJJ on-net ini, maka untuk percakapan antar flexi Jakarta-Bandung, atau antara Serang-Cirebon misalnya, hanya akan dikenakan biaya Rp 49/menit atau sama dengan tarif percakapan lokal antarpengguna flexi. Bahkan pada tanggal 5 Agustus 2008 TELKOM memberlakukan tarif Rp 0 atau gratis di wilayah Jawa Barat, Jakarta dan Banten. Kebijakan ini seharusnya berakhir tanggal 31 Desember 2008 tetapi diperpanjang, bahkan diperluas ke Yogyakarta, dimana seluruh pelanggan TelkomFlexi di Jakarta dapat menelepon ke sesama pelanggan TelkomFlexi di Yogyakarta dengan tarif gratis.

Keputusan TELKOM untuk memberlakukan tarif flat didasari berbagai pertimbangan. Pertama, tren ke depan pasar tampaknya akan lebih memilih pendekatan tarif dengan struktur flat. Kedua, struktur flat yang sederhana akan mudah diingat sehingga membantu pelanggan dalam mengendalikan biaya komunikasinya. Ketiga, dengan semakin banyaknya operator yang juga

memberlakukan tarif flat, maka pemberlakuan tarif flat pada TelkomFlexi akan memudahkan pelanggan TelkomFlexi melakukan perbandingan. Keempat, membuat posisi TELKOM dalam peta persaingan bisnis telekomunikasi semakin kompetitif.

Kebijakan PT. TELKOM dengan memberlakukan tarif flat terbukti dapat meningkatkan pengguna telepon TelkomFlexi dengan angka yang sangat signifikan, dimana pada tahun 2009 ini tercatat bahwa pengguna TelkomFlexi di Indonesia mencapai angka 13 juta. Berdasarkan angka ini TELKOM masih memimpin pasar dan dapat mengungguli perusahaan lain yang sejenis.

Tetapi disamping itu, pada tahun 2008 TELKOM mengalami penurunan laba. Menurut laporan keuangan yang dikeluarkan oleh Divisi *Fixed Wireless Network (FWN)*, pencapaian EBITDA Triwulan III tahun 2008 tercatat sebesar Rp.332,891 juta yang berarti mengalami penurunan yang sangat signifikan, yaitu sebesar 26% dibandingkan EBITDA dari periode yang sama pada tahun 2007 sebesar Rp.415,233 juta.

Adapun penelitian terdahulu yang sejenis telah dilakukan oleh Andi Muhammad Haidir (2005) dari UNPAD dengan judul “Pengaruh Penetapan Nilai Harga Transfer terhadap Kinerja Keuangan Divisi”, dengan nilai harga transfer sebagai variabel X dan kinerja keuangan divisi sebagai variabel Y, dengan sub variabel Y nya ialah ROI. Dalam penelitiannya, Andi menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari penetapan harga transfer terhadap kinerja keuangan divisi. Terdapat beberapa perbedaan

dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, dimana penulis menetapkan kebijakan tarif TelkomFlexi sebagai variabel X dengan ARPU (*average revenue per user*) atau rata-rata pendapatan dari tiap pelanggan Flexi sebagai indikatornya, dan variabel Y nya ialah kinerja keuangan divisi dengan sub variabel nya ialah *EBITDA margin*. Dalam prakteknya, penetapan harga transfer hanya berpengaruh pada antardivisi di suatu perusahaan (intern), sedangkan penetapan kebijakan tarif selain berpengaruh terhadap kondisi intern perusahaan, juga berpengaruh faktor diluar perusahaan, khususnya pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada PT. TELKOM dengan judul **“PENGARUH KEBIJAKAN TARIF TELKOM FLEXI TERHADAP KINERJA KEUANGAN DIVISI (Studi Kasus Pada Divisi *Fixed Wireless Network* PT.TELKOM)”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kebijakan tarif TelkomFlexi di PT.TELKOM?
2. Bagaimana kondisi kinerja keuangan Divisi FWN di PT. TELKOM setelah adanya kebijakan tarif baru?
3. Seberapa besar pengaruh kebijakan tarif TelkomFlexi terhadap kinerja keuangan divisi?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui dan mempelajari tentang kebijakan tarif di PT. TELKOM.
2. Mengetahui kinerja keuangan Divisi FWN di PT. TELKOM melalui analisis rasio.
3. Mengetahui besarnya pengaruh kebijakan tarif TelkomFlexi terhadap kinerja keuangan divisi.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara langsung maupun tidak langsung, dimana penulis melakukan penelitian bagi masyarakat terutama pihak-pihak yang memerlukan, serta bagi penulis sendiri. Adapun manfaat-manfaat tersebut dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
 - a. Penelitian ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh sidang Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
 - b. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kebijakan tarif terhadap kinerja keuangan divisi.

2. Bagi Pembaca

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh kebijakan tarif terhadap kinerja keuangan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan referensi untuk penelitian dengan topik yang serupa.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat membantu perusahaan dalam memberikan alternatif-alternatif yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam proses penetapan tarif.