

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DAN ANALISA DATA**

#### **4.1 Penyajian Data**

##### **4.1.1. Sejarah Perusahaan**

Dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis, perusahaan berharap agar kegiatan bisnisnya berjalan dalam keadaan baik dan mendapatkan untung / profit. Namun, semua itu tentu membutuhkan alat pengukur agar dapat diketahui tentang kelayakan posisi keuangan.

Ratio keuangan dianggap penting oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk karena Ratio merupakan salah satu jenis alat ukur yang digunakan untuk menganalisis laporan keuangan perusahaan, sehingga perusahaan dapat menganalisa baik dan buruknya posisi keuangan suatu perusahaan, dan dapat menilai tingkat keberhasilan Manajemen dalam menjalankan suatu usaha.

Pada tanggal 23 Oktober 1856, pemerintahan kolonial Belanda melakukan pengoperasian layanan jasa telegram elektromagnetik pertama di Indonesia, yang menghubungkan wilayah Jakarta (Batavia) dan wilayah Bogor. Peristiwa ini merupakan sebagai awal sejarah Telkom dan ditetapkannya tanggal 23 Oktober sebagai hari jadi Telkom. Pada tahun 1884 pemerintah kolonial Belanda membentuk badan swasta "*Post en Telegraafdienst*" untuk menyediakan layanan pos dan telegram.

Pada tahun 1906, pemerintah kolonial belanda membentuk sebuah lembaga pemerintah yang mengatur layanan pos dan telekomunikasi di Indonesia, dan Telepon (*Post, Telegraph en Telephone Dienst / PPT*). Pada tahun 1961, status jawatan berubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel).

Pada tahun 1965, pemerintah memisahkan jasa pos dan telekomunikasi menjadi perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos & Giro) serta Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi).

Pada tahun 1974 PN Telekomunikasi berubah menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi Indonesia (Perumtel), yang melayani jasa telekomunikasi domestik dan internasional, dan selanjutnya PT Industri Telekomunikasi Indonesia (PT INTI) yang memproduksi perangkat telekomunikasi memisahkan diri menjadi perusahaan independen.

Pada tahun 1991, Perumtel berubah menjadi perseroan terbatas dengan nama Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) berdasarkan PP No.25 Tahun 1991. Kegiatan usaha tersebut dibagi dalam 12 Wilayah Telekomunikasi (Witel) yang kemudian pada tahun 1995 ditata ulang menjadi tujuh Divisi Regional (Divre), yaitu Divre I Sumatera, Divre II Jakarta dan sekitarnya, Divre III Jawa Barat, Divre IV Jawa Tengah dan DI Yogyakarta, Divre V Jawa Timur, Divre VI Kalimantan, dan Divre VII Indonesia Bagian Timur.

Pada 26 Mei 1995, bersama Indosat mendirikan Telkomsel. Pada tanggal 14 November 1995, dilakukan Penawaran Umum Perdana saham (*Initial Public Offering / IPO*) di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia) dan Bursa Efek Surabaya (BES). Saham tersebut juga tercatat di NYSE dan LSE dalam bentuk *American Depositary Shares (ADS)* dan *publicly offered without listing (POWL)* di Jepang.

Pada tahun 1999, Undang Undang Nomor 36/1999 tentang Penghapusan Monopoli Penyelenggaraan Telekomunikasi yang berlaku efektif pada September 2000, memfasilitasi masuknya pemain baru sehingga mendorong persaingan usaha di industri telekomunikasi.

Pada tahun 2001, Telkom mengakuisisi 35% saham Telkomsel dari PT Indosat sebagai bagian restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia, yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara Telkom dengan Indosat. Dengan transaksi ini, Telkom mengendalikan 77,7% saham Telkomsel. Indosat kemudian mengambil alih 22,5% saham di Satelindo dan 37,7% saham di PT Lintasarta Aplikanusa. Pada saat yang sama, Telkom kehilangan hak eksklusif sebagai satu-satunya operator layanan telepon tetap di Indonesia.

Pada tahun 2002, Telkom melakukan divestasi 12,72% saham Telkomsel kepada Singapore Telecom Pte, Ltd (SingTel Mobile), sehingga Telkom memiliki 65% saham Telkomsel. Telkom membeli seluruh saham Pramindo melalui tiga tahap, yaitu 30% saham pada saat ditandatangani

perjanjian jual-beli pada tanggal 15 Agustus 2002, 15% pada tanggal 30 September 2003 dan sisanya 55% saham pada tanggal 31 Desember 2004.

Pada tahun 2004, Telkom meluncurkan layanan sambungan langsung internasional untuk telepon tidak bergerak dengan kode akses 007. Pada tahun 2005, Satelit Telkom-2 diluncurkan untuk menggantikan seluruh layanan transmisi satelit yang sebelumnya dilayani oleh Satelit Palapa B-4. Peluncuran ini menjadikan jumlah satelit yang telah diluncurkan oleh Telkom menjadi delapan satelit, termasuk Satelit Palapa A-1.

Pada tahun 2009, Telkom bertransformasi dari perusahaan Infokom menjadi perusahaan penyelenggara TIME. *Image* baru diperkenalkan kepada public dengan menampilkan logo dan *tagline*. Pada tahun 2010, Proyek kabel serat optik bawah laut

JaKaLaDeMa yang menghubungkan Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Denpasar, dan Mataram telah berhasil dirampungkan pada April 2010. Perseroan yang baru "*the world in your hand*".

Pada tahun 2011, Reformasi infrastruktur telekomunikasi melalui proyek Telkom Nusantara Super Highway yang menyatukan Nusantara mulai dari Sumatera hingga Papua, serta proyek *True Broadband Access* yang menyediakan akses internet berkapasitas 20-100 Mbps untuk pelanggan di seluruh Indonesia.

Pada tahun 2012, Telkom meningkatkan penetrasi *broadband* melalui pembangunan Indonesia Wi-Fi untuk merealisasikan *Indonesia Digital*

*Network* (“IDN”). Telkom juga telah melakukan perubahan portofolio bisnis dari TIME menjadi TIMES untuk meningkatkan *business value creation*.

Pada tahun 2013, Telkom mulai beroperasi di tujuh negara termasuk Hong Kong-Macau, Timor Leste, Australia, Myanmar, Malaysia, Taiwan, dan Amerika Serikat. Telkom melalui entitas anak Telkomsel adalah operator pertama di Indonesia yang meluncurkan layanan 4G secara komersial di bulan Desember 2014.

#### **4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan**

Visi dan Misi tercantum dalam rencana jangka panjang perusahaan yang disetujui Dewan Komisaris pada 30 Mei 2014 melalui Surat Keputusan Dewan Komisaris No 11/KEP/DK/2014/RHS dan perubahannya disetujui pada tanggal 31 Desember 2014 melalui Surat Keputusan Dewan Komisaris No 18/KEP/DK/2014/RHS.

##### **a. Visi Perusahaan**

*To become a leading Telecommunication, Information, Media, Edutainment and Services (Times) player in the region.*

Yaitu menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan Telekomunikasi, Inforamasi, Media, Edutainment dan Jasa (Times) yang terkemuka di kawasan Asia.

## **b. Misi Perusahaan**

- Menyediakan layanan “*More for less*” Times (Suatu model bisnis baru yang mengutamakan benefit lebih tinggi dari harga).
- Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

### **Penjelasan Visi dan Misi:**

*Leading* memiliki arti kinerja kami pada aspek finansial (pendapatan dan laba) dan kapitalisasi pasar termasuk dalam kelompok operator telekomunikasi unggulan (baik yang hanya memiliki portofolio telekomunikasi maupun TIMES) di kawasan regional.

Region memiliki arti kawasan Asia, sehingga kinerja Telkom akan dibandingkan dengan para operator telekomunikasi di kawasan Asia.

*More for Less* adalah suatu model bisnis baru yang mengutamakan benefit lebih tinggi dari harga. Model bisnis ini sering disebut sebagai Paradox Marketing, yaitu memberikan benefit atau *value* yang lebih banyak (*more*) dengan harga yang lebih rendah (*for less*).

Kualitas layanan dan pelayanan dikembangkan berdasarkan Telkom *Quality System* yang berbasis standar internasional. Telkom melakukan pengelolaan bisnis dengan menggunakan metode dan alat bantu terbaik yang diterapkan oleh perusahaan - perusahaan kelas dunia sehingga diharapkan dapat menjadi perusahaan terbaik di Indonesia dan *role model* bagi perusahaan lain.

### **4.1.3. Tujuan Perusahaan**

#### 1. Tujuan Jangka Pendek

- Melakukan inovasi di sector – sector selain Telekomunikasi serta membangun sinergi diantara seluruh produk.

#### 2. Tujuan Jangka Panjang

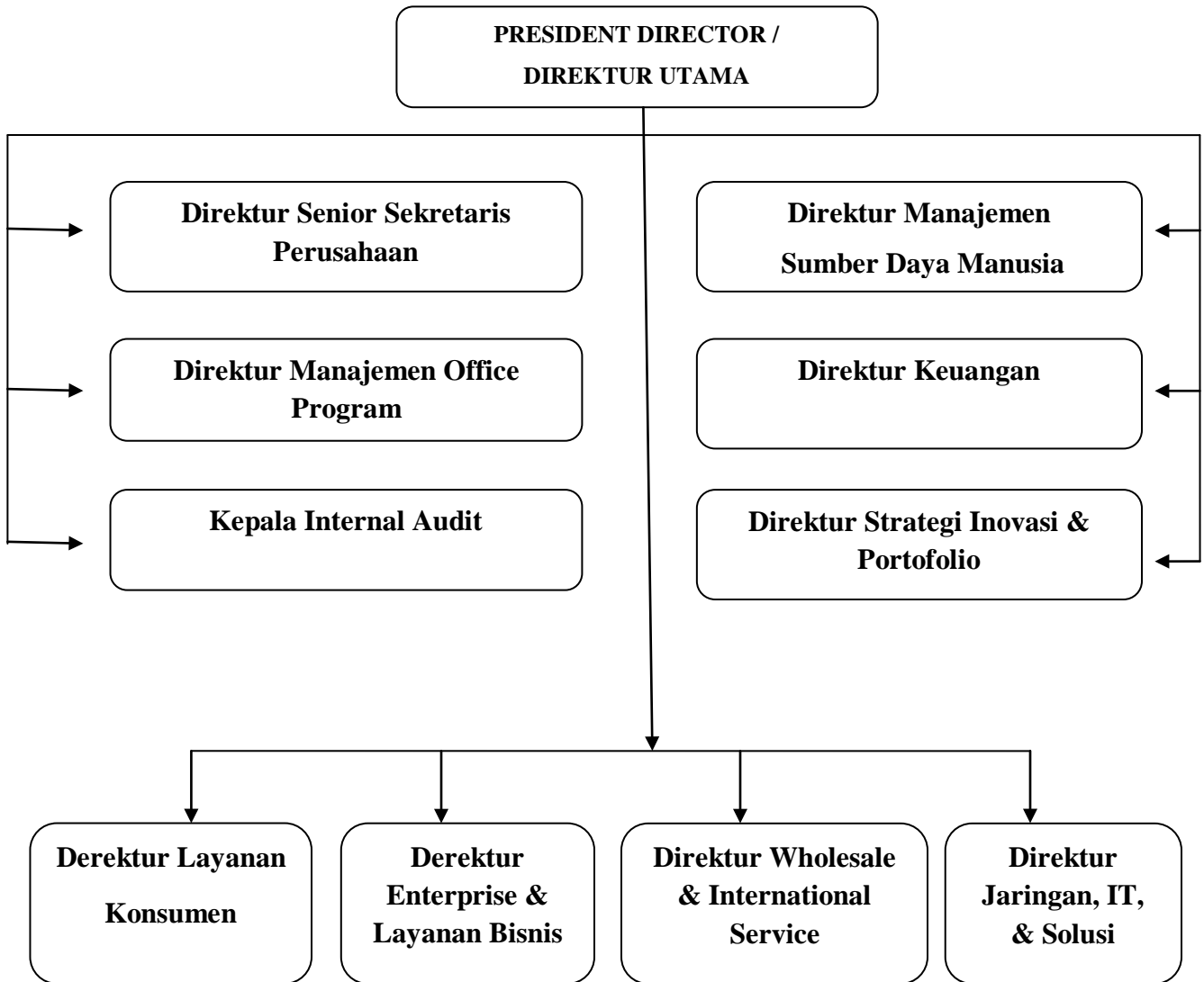
- Menciptakan posisi terdepan dengan memperkuat bisnis legacy dan meningkatkan bisnis new wave.
- Meningkatkan reputasi Perusahaan serta menjaga kestabilan eksistensi Perusahaan.

### **4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan**

Organisasi adalah sekelompok orang dalam suatu wadah untuk mewujudkan suatu tujuan bersama.

Menurut Stoner (2010;15) Organisasi adalah “suatu pola hubungan – hubungan yang melalui mana orang – orang dibawah pengarahan atasan mengejar tujuan bersama”. Sedangkan James D.Mooney (2010;21) Organisasi adalah “bentuk setiap perserikatan manusia untuk mencapai tujuan bersama”.

Pelaksanaan kegiatan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh bentuk atau struktur organisasi dari perusahaan itu sendiri. Dengan adanya struktur organisasi, maka setiap orang akan bekerja secara terarah dan terkendali. Struktur organisasi menggambarkan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang jelas, sehingga tujuan perusahaan yang telah ditetapkan dapat tercapai.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Telekomunikasi Indonesia Tbk.

Sumber : PT Telekomunikasi Indonesia Tbk.



#### 4.1.5 Job Description (Uraian Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab)

Dalam adopsi sebuah pendekatan *holding company* ke dalam pengelolaan korporasi, Telkom akan tersedia *productive flexibility* bagi seluruh entitas bisnis Telkom sesuai dengan karakteristik masing-masing unit. Dalam rangka implementasi pengelolaan korporasi dengan berkarakteristik *holding company*, maka:

1. Peran *corporate office* difokuskan pada *Corporate Level Strategy* (*directing strategy, portfolio strategy* dan *parenting strategy*)
2. *Parenting style* disesuaikan dengan karakteristik dan tingkat *maturity* entitas bisnisnya.
3. *Empowerment* entitas bisnis sesuai dengan karakteristiknya.

Selain itu untuk mewadahi mekanisme pengelolaan *parenting* terhadap seluruh portfolio Telkom secara *Group*, maka telah dibentuk *Board of Executive* yang beranggotakan seluruh Direksi Telkom dan beberapa *Chief of Business*. *Chief of Business* merupakan sebutan untuk posisi “*senior business expert*” yang ditempatkan sejajar dengan Direksi Telkom untuk melaksanakan peran sebagai penasehat dalam merumuskan keputusan-keputusan *corporate level strategy*, mengupayakan harmonisasi hubungan antara entitas anak dengan Telkom sebagai *parent*.

Lingkup dan Tanggung Jawab Direksi :

### **1. Direktur Utama**

Memimpin dan mengelola Perusahaan sejalan dengan tujuan dan target Perusahaan,

Memperbaiki tingkat efisiensi dan efektivitas Perusahaan, mempertahankan dan mengelola, serta menjaga asset – asset Perusahaan, dan bertanggung jawab terhadap manajemen dan kepemilikan, termasuk kesepakatan dengan pihak ketiga.

### **2. Direktur Manajemen Sumber Daya Manusia (Human Capital Management / HCM)**

Fokus pada manajemen SDM Perusahaan serta penyelenggaraan operasional SDM secara terpusat melalui unit Human Capital Center, Human Capital Policy, Organization Development, Industrial Relations serta pengendalian operasi unit Telkom Corporate University Center, Assessment Center Indonesia serta Community Development Center, dan bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

### **3. Direktur Keuangan ("KEU")**

Fokus pada pengelolaan manajemen keuangan perusahaan melalui unit Corporate Finance, Management Accounting, Investor Relations, Financial Logistic Policy, Risk and Process Management serta mengendalikan operasi keuangan secara terpusat melalui unit Finance, Billing and Collection Center dan Supply Center, dan bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

#### **4. Direktur Strategi Inovasi & Portfolio ("ISP")**

Fokus pada pengelolaan *Corporate Strategic Planning, Strategic Investment Department, Synergy Department, Innovation Strategy* dan pengendalian operasi unit-unit: Divisi Digital Business dan Innovation and Design Center, dan bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

#### **5. Direktur Sekretaris Perusahaan**

Menjadi penasihat untuk pihak eksekutif dalam memahami strategi Perusahaan dan menjadi juru bicara kepada public, bila diperintahkan Manajemen, dan bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

#### **6. Direktur Manajemen Office Program**

Membangun program keamanan komputer organisasi secara keseluruhan. Selain itu juga bertanggung jawab untuk member contoh yang baik kepada karyawan dalam menjaga keamanan computer, dan bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

#### **7. Kepala Internal Audit**

Membantu Direksi meliputi pemeriksaan / audit, penilaian, penyajian, evaluasi, saran perbaikan serta mengadakan kegiatan konsultasi kepada unit kerja untuk dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawab secara efektif dan efisien sesuai dengan kebijakan yang ditentukan oleh perusahaan. Melakukan analisis dan evaluasi efektifitas system pengendalian intern pengelolaan dan pelaksanaan kegiatan pada

perusahaan serta memberikan saran perbaikan yang efektif, dan bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

**8. Direktur Jaringan, IT, & Solusi**

Fokus pada pengelolaan Infrastructure Strategy and Governance, IT Strategy and Governance, dan Solution serta pengendalian operasicunit-unit melalui Divisi IT dan Service Solution, Divisi Network of Broadband, Divisi Wireless Broadband serta Divisi Broadband, dan bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

**9. Direktur Wholesale & International Service ("WINS")**

Fokus pada pengelolaan fungsi penanganan bisnis segmen *wholesale* dan nternational, serta pengendalian operasional Divisi Wholesale Services dan bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

**10. Direktur Enterprise & Business Service ("EBIS")**

Fokus pada pengelolaan Marketing & Operation Alignment, Enterprise Business Strategy, Enterprise Service, Business Service serta pengelolaan Divisi Enterprise Services, Divisi Business Services dan Divisi Government Services, dan bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

**11. Direktur Pelayanan Konsumen / Consumer Service ("CONS")**

Fokus dalam pengelolaan Consumer Product Planning, Consumer Relationship Management, Consumer Marketing & Sales dan Consumer Service Supervision, dan bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

#### 4.1.6 Kegiatan Perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk :

Perseroan menyediakan layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi selular, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan *edutainment*, termasuk *cloud-based* dan *server-based managed services*, layanan *e-Payment* dan *IT enabler, Commerce* dan layanan portal lainnya.

Telkom terus melakukan inovasi di sektor-sektor selain telekomunikasi serta membangun sinergi di antara seluruh produk, layanan dan solusi. Untuk meningkatkan *business value*, pada tahun 2012, Telkom mengubah portofolio bisnis menjadi TIMES (*Telecommunication, Information, Media Edutainment & Service*). Untuk menjalankan portofolio bisnis tersebut, berdasarkan BoE mengelompokkan entitas anak menjadi empat kelompok, yaitu bisnis selular dipimpin oleh Telkomsel, bisnis internasional dipimpin oleh Telin, bisnis multimedia dipimpin oleh Telkom Metra, dan bisnis infrastruktur dipimpin oleh Telkom Infra.

Layanan :

##### 1. Telecommunication

Memberikann layanan *fixed services (fixed phone, fixed broadband* dan *Wi-Fi)*, *mobile services (full dan limited mobility)*, *network &*

*infrastructure services (interconnection & international traffic, network service, satelit dan tower).*

## **2. Information**

Layanan informasi terdiri dari *platform services (managed application & SI, BPM, e-payment, premise integration, data center & cloud, M2M ), big data* dan *ecosystem solution (e-health, e-logistic, e-tourism, e-transportation dan e-governance).*

## **3. Media dan Edutainment**

Layanan Media dan Edutainment ini menawarkan *digital life, digital home, dan digital advertising.*

## **4. Services**

Services menjadi salah satu model bisnis Perseroan yang berorientasi kepada pelanggan. Ini sejalan dengan *Customer Portfolio* kami kepada pelanggan *Personal, Consumer/Home, Business, Enterprise, Wholesale,* dan Internasional

## **4.2 Analisis Data**

### **4.2.1 Masalah yang dihadapi perusahaan**

PT. Telkom Indonesia adalah perusahaan yang besar sehingga kemungkinan besar maka banyak kerugian yang timbul serta sering terjadinya miss communication. Maka yang menjadi permasalahan adalah bagaimana

kebijakan Manajemen PT Telkom Indonesia dalam memajukan Perusahaan sehingga mencapai tingkat keberhasilannya, padahal banyak pesaingnya.

#### **4.2.2 Sebab – Sebab terjadinya masalah**

Tingkat persaingan antar operator di Indonesia mengalami peningkatan. Dan pelanggan telepon seluler juga menikmati manfaat dari persaingan tersebut.

#### **4.2.3 Akibat masalah yang dihadapi**

Seperti kita ketahui bahwa struktur pasar yang biasanya dilihat dari jumlah pelaku dan pangsa pasarnya akan menentukan *market conduct* atau perilaku perusahaan, yang pada akhirnya mempengaruhi kinerja perusahaan. Biasanya semakin bertambahnya jumlah penjual maka persaingan akan meningkat sehingga keuntungan akan menurun.

#### **4.2.4 Pemecahan masalah (versi perusahaan)**

Penetapan harga yang lebih terjangkau oleh konsumen , jumlah produk yang dijual lebih berkualitas, melakukan investasi, melakukan promosi periklanan, penerapan teknologi baru dan inovasi.

#### **4.2.5 Perhitungan Rasio Keuangan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk**

##### **A. Rasio Likuiditas PT Telekomunikasi Indonesia Tbk**

Rasio likuiditas adalah rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek, meliputi:

$$\begin{aligned}
 \text{Current Ratio (CR)} &= \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Kewajiban lancar}} \\
 \text{Quick Test Ratio (QTR)} &= \frac{\text{Kas+Investasi jangka pendek+ piutang dagang bersih}}{\text{Kewajiban lancar}} \\
 \text{Net Working Capital (NWC)} &= \frac{\text{Aktiva lancar-Kewajiban Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}
 \end{aligned}$$

*Rule of thumb* (pedoman) dalam menganalisis adalah *current ratio* antara 100% s.d. 200%. Di atas 200% berarti banyak aktiva menganggur (Darsono dan Ashari, 2010:52).



Tabel.4.1 Rasio Likuiditas PT. Telekomunikasi Indonesia Tahun 2014 – 2013

Keterangan	Tahun	
	2014	2013
Kas	17.672.000.000	14.696.000.000
Persediaan	9.568.000.000	12.248.000.000
Investasi Jangka Pendek	57.000.000	105.000.000
Piutang Dagang Bersih	6.465.000.000	6.026.000.000
Aktiva Lancar	33.762.000.000	33.075.000.000
Kewajiban Lancar	31.786.000.000	28.437.000.000
<i>Current Ratio (CR)</i>	106%	116%
<i>Quick Test Ratio (QTR)</i>	76%	73%
<i>Net Working Capital (NWC)</i>	6.2%	16%

Sumber : Olahan Penulis

## B. Rasio Solvabilitas PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

Rasio solvabilitas adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jika perusahaan tersebut dilikuidasi.

Rasio ini meliputi :

$$\text{Debt to Assets Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aktiva}}$$

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

$$\text{Equity Multiplier (EM)} = \frac{\text{Total Aktiva}}{\text{Total Ekuitas}}$$

$$\text{Interest Coverage (IC)} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Biaya Bunga}}$$

*Rule of thumb* dari rasio solvabilitas adalah maksimal 100%. Artinya perusahaan banyak mengandalkan modal dari dalam, bukan utang (Darsono dan Ashari, 2005:54).

Tabel.4.2 Ratio Solvabilitas PT Telekomunikasi Indonesia Tbk tahun 2014 – 2013

Keterangan	Tahun	
	2014	2013
Total Aktiva	140.895.000.000	127.000.000.000
Total Kewajiban	54.770.000.000	50.527.000.000
Total Ekuitas	86.125.000.000	77.424.000.000
EBIT	28.784.000.000	27.149.000.000
Beban Bunga	1.814.000.000	1.504.000.000
<i>Debt to Assets Ratio (DAR)</i>	38,87%	39,78%
<i>Debt to Equity Ratio (DER)</i>	64%	65%
<i>Equity Multiplier (EM)</i>	163,5%	164%
<i>Interest Coverage (IC)</i>	16 kali	18 kali

Sumber : Olahan Penulis

### C. Rasio Profitabilitas PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

Rasio profitabilitas adalah rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio ini meliputi:

$$\text{Gross Profit Margin (GPM)} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

<i>Return On Equity (ROE)</i>	=	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Rata - Rata Ekuitas}}$
<i>Earning Per Share (EPS)</i>	=	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$
<i>Payout Ratio (PR)</i>	=	$\frac{\text{Deviden Kas}}{\text{Laba Bersih}}$
<i>Retention Ratio (RR)</i>	=	$\frac{\text{Laba Ditahan}}{\text{Laba Bersih tahun berjalan}}$
<i>Productivity Ratio (PR)</i>	=	$\frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Rata - Rata Aktiva}}$

*Rule of thumb* pada setiap rasio ini adalah bahwa hasil perhitungan rasio harus lebih besar dari bunga deposito berjangka satu tahun.”Jika hasil perhitungan rasio lebih kecil dari suku bunga satu tahun, maka hasil investasi yang dilakukan lebih kecil daripada investasi pada deposito berjangka” (Darsono dan Ashari, 2005:56).

Tabel 4.3 Ratio Profitabilitas PT Telekomunikasi Indonesia Tbk tahun 2014 - 2013

Keterangan	Tahun	
	2014	2013
Penjualan Bersih	90.770.000.000	85.546.000.000
HPP	29.377.000.000	27.846.000.000
Laba Kotor	28.784.000.000	27.149.000.000
Laba Ditahan	43.601.000.000	14.118.000.000
Total Aktiva	140.895.000.000	127.951.000.000
Total Ekuitas	86.125.000.000	77.424.000.000
Jumlah Saham yang Beredar	100.800.000.000	100.800.000.000
Dividen Kas	9.943.000.000	7.813.000.000
Laba Bersih	29.966.000.000	29.483.000.000
Laba Bersih Tahun Berjalan	21.446.000.000	20.290.000.000
Rata - Rata Aktiva	134.423.000.000	127.951.000.000
Rata – Rata Ekuitas	81.774.500.000	77.424.000.000
GPM	31,71%	31,73%
NPM	33,01%	34,46%
ROA	21,26%	23,04%
ROE	36,64%	38,05%
EPS (Rp)	0,297	0,292
<i>Payout Ratio</i>	33,1%	26,5%
<i>Retention Ratio</i>	203,3%	69,58%
<i>Productivity Ratio</i>	67,73%	66,85%

Sumber : Olahan Penulis

#### D. Rasio Aktivitas PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

Rasio aktivitas adalah rasio yang menggambarkan aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan operasinya. Rasio ini meliputi:

$$\text{Receivable Turn Over (RTO)} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Piutang Dagang}}$$

$$\text{Rata-rata Hari Pengumpulan Piutang} = \frac{360}{\text{Receivable Turnover}}$$

$$\text{Inventory Turn Over (ITO)} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Persediaan}}$$

$$\text{Lama Persediaan Mengendap} = \frac{360}{\text{Inventory Turnover}}$$

$$\text{Total Assets Turn Over (TATO)} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

*Rule of thumb receivable turn over* adalah sekitar 6-12 kali sehingga waktu mengendap piutang adalah 30 sampai dengan 60 hari. Untuk persediaan, stok berkisar

30-45 hari. *Total asset turn over* bagi perusahaan yang produktif harus di atas 1 (Darsono dan Ashari, 2005:59).

Tabel 4.4 Rasio Aktivitas PT Telekomunikasi Indonesia Tahun 2014 - 2013

Keterangan	Tahun	
	2014	2013
Penjualan Bersih	90.770.000.000	85.546.000.000
Piutang Dagang	6.465.000.000	6.026.000.000
Harga Pokok Penjualan	29.377.000.000	27.846.000.000
Persediaan	9.568.000.000	12.248.000.000
Total aktiva	140.895.000.000	127.951.000.000
<i>Receivable Turn Over</i> (RTO)	15 Kali	14 Kali
Rata – Rata Penerimaan Piutang (RPP)	24 Hari	26 Hari
<i>Inventory Turn Over</i> (ITO)	3 Kali	2 Kali
Lama Persediaan Mengendap (LPM)	120 Hari	180 Hari
<i>Total Asset Turn Over</i> (TATO)	0,64 Kali	0,67 Kali

Sumber : Olahan Penulis

#### 4.2.6 Interpretasi

##### 1) Rasio Likuiditas PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

Berdasarkan tabel 4.1, dapat dilihat bahwa besarnya rasio lancar (*Current Ratio*) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk pada tahun 2013 adalah 116% dan pada tahun 2014 adalah 106%. Rasio ini menggambarkan bahwa setiap Rp 1 utang lancar dijamin dengan aktiva lancar sebesar Rp 1.16 untuk tahun 2013 dan Rp 1.06 untuk tahun 2014. Hal tersebut menunjukkan bahwa PT Telekomunikasi

Indonesia Tbk mampu membayar kewajiban jangka pendeknya dengan aktiva lancar yang dimiliki.

*Quick Test Ratio* (QTR) atau rasio cepat PT Telekomunikasi Indonesia Tbk pada tahun 2013 adalah 73% dan pada tahun 2014 adalah 76%. Itu artinya rasio cepat menunjukkan peningkatan dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2014.

Sementara rasio modal kerja bersih atau *Net Working Capital* (NWC) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk mengalami penurunan dari tahun 2013 ke tahun 2014 yaitu dari 16% menjadi 6,2%. Hal ini dapat dilihat pada aktiva lancar yang meningkat dan kewajiban lancar yang ikut meningkat pula.

## 2) Rasio Solvabilitas PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

Berdasarkan tabel 4.2, *Debt to Assets Ratio* (DAR) atau rasio utang terhadap aktiva PT Telekomunikasi Indonesia Tbk pada tahun 2013 adalah 39,78% dan pada tahun 2014 adalah 38,87%. Maksud dari rasio ini adalah bahwa pada tahun 2013 PT Telekomunikasi Indonesia Tbk menggunakan dana dari kreditur sebesar 39,78% dan pada tahun 2014 sebesar 38,87% dari total aktiva yang dimilikinya. Persentase DAR yang menunjukkan dibawah 100% Artinya perusahaan banyak mengandalkan modal dari dalam, bukan utang.

Tabel 4.2 juga menunjukkan rasio utang terhadap modal atau *Debt to Equity Ratio* (DER) pada tahun 2013 adalah 65% dan pada tahun 2014 adalah 64%. Artinya setiap Rp 1 modal perusahaan menjamin utang perusahaan senilai Rp 0.65 untuk tahun 2013 dan Rp 0.64 untuk tahun 2014. Semakin kecil rasio ini berarti semakin besar jumlah aktiva yang didanai oleh modal perusahaan.



*Equity Multiplier* (EM) juga mengalami penurunan selama tahun 2013 ke tahun 2014. Sementara itu, rasio *Interest Coverage* (IC) perusahaan pada tahun 2013 adalah 164 kali dan pada tahun 2014 adalah 163,5 kali. Semakin besar rasio ini menunjukkan bahwa laba yang tersedia untuk membayar biaya bunga juga semakin besar.

Dapat disimpulkan bahwa rasio solvabilitas PT Telekomunikasi Indonesia Tbk selama dua tahun adalah baik, dimana perusahaan mampu membayar semua kewajibannya apabila perusahaan dilikuidasi.

### 3) Rasio Profitabilitas PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

Berdasarkan tabel 4.3, dapat dilihat *Gross Profit Margin* (GPM) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk pada tahun 2013 adalah 31,73% dan tahun 2014 adalah 31,71%. Itu artinya bahwa setiap Rp 1 penjualan menghasilkan laba kotor sebesar Rp 0,3173 pada tahun 2013 dan Rp 0,3171 pada tahun 2014.

Berbeda halnya dengan *Net Profit Margin* (NPM) perusahaan yang berfluktuasi selama kurun waktu dua tahun yakni tahun 2013 sebesar 34,46% dan pada tahun 2014 sebesar 33,01%. Persentase ini menggambarkan bahwa setiap Rp 1 penjualan menghasilkan laba bersih Rp 0,3446 pada tahun 2013 dan Rp 0,3301 pada tahun 2014.

Tabel 4.3 juga menunjukkan *Return on Asset* (ROA) pada tahun 2013 sebesar 23,04% dan pada tahun 2014 sebesar 21,26%. Ini berarti setiap Rp 1 aktiva mampu menghasilkan laba bersih Rp 0,2304 pada tahun 2013 dan Rp 0,2126 pada tahun 2014.

Sedangkan *Return on Equity* (ROE) pada tahun 2013 sebesar 38,05% dan tahun 2014 sebesar 36,64%. Persentase ini menggambarkan bahwa setiap Rp 1 modal mampu menghasilkan Rp 0,3805 pada tahun 2013 dan pada tahun 2014 menghasilkan Rp 0,3664.

Sementara besarnya pengembalian modal untuk satu lembar saham atau *Earning Per Share* (EPS) pada tahun 2013 sebesar Rp 0,292 dan pada tahun 2014 sebesar Rp 0,297. Kemudian *Payout Ratio* perusahaan pada tahun 2013 sebesar 26,5% dan pada tahun 2014 sebesar 33,1%. Rasio ini menggambarkan persentase dividen kas yang diterima oleh pemegang saham terhadap laba bersih yang diperoleh perusahaan.

*Retention Ratio* perusahaan pada tahun 2013 sebesar 69,58% dan pada tahun 2014 sebesar 203,3%. Rasio ini menggambarkan persentase laba bersih yang digunakan untuk penambahan modal perusahaan.

*Productivity Ratio* perusahaan pada tahun 2013 sebesar 66,85% dan pada tahun 2014 sebesar 67,73%. Rasio ini menggambarkan kemampuan operasional perusahaan dalam menjual dengan aktiva yang dimilikinya.

#### **4) Rasio Aktivitas PT Telekomunikasi Indonesia Tbk**

Berdasarkan tabel 4.4, dapat dilihat *Receivable Turn Over* (RTO) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk pada tahun 2013 adalah 14 kali dan pada tahun 2014 adalah 15 kali, maka rata-rata penerimaan piutang atau lamanya piutang dapat diubah menjadi kas adalah 26 hari pada tahun 2013 dan pada tahun 2014

adalah sama yaitu 24 hari. Hal ini menunjukkan bahwa PT Telekomunikasi Indonesia Tbk sangat cepat mengkonversi piutang menjadi kas.

Sedangkan *Inventory Turn Over* (ITO) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk pada tahun 2013 adalah 2 kali dan pada tahun 2014 adalah 3 kali, maka rata-rata jangka waktu persediaan mengendap di gudang adalah 180 hari pada tahun 2013 dan 120 hari pada tahun 2014. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sangat cepat menjual persediaan yang dimiliki.

Sementara *Total Assets Turn Over* (TATO) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk pada tahun 2013 adalah 0,67 kali dan pada tahun 2014 adalah 0,64 kali. Dengan melihat rasio ini, kita bisa mengetahui efektivitas penggunaan aktiva dalam menghasilkan penjualan tidak cukup 1. Itu artinya perusahaan selama dua tahun kurang produktif.