

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Penelitian menganalisis pengaruh financial distress dan financial leverage terhadap harga saham yang dilakukan pada 5 perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu: PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM), PT Indosat Tbk (ISAT), PT XL Axiata Tbk (EXCL), PT Smartfren Tbk (FREN), PT Bakrie Telecom Tbk (BTEL).

4.1.1 PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM)

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode “TLK”.

Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas.

Kegiatan usaha TelkomGroup bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya.

Saat ini TelkomGroup mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya.

Berikut penjelasan portofolio bisnis TelkomGroup:

1. Mobile

Portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel, dengan merk Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.

2. Fixed

Portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan *brand* IndiHome.

3. Wholesale & International

Produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *network service*, Wi-Fi, VAS, *hubbing data center* dan *content platform*, data dan internet, dan *solution*.

4. Network Infrastructure

Produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastruktur dan tower.

5. Enterprise Digital

Terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*.

6. Consumer Digital

Terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti *e-commerce* (blanja.com), video/TV dan *mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan *digital life service* seperti *digital life style* (Langit Musik dan VideoMax), *digital payment* seperti TCASH, *digital advertising and analytics* seperti bisnis *digital advertising* dan solusi *mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan *Internet of Things* (IoT). Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan transformasi perusahaan, Telkom memiliki visi dan misi baru yang diberlakukan sejak 2016, yaitu:

Visi : *Be the King of Digital in the Region*

Misi : *Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization*

4.1.2 PT Indosat Tbk (ISAT)

PT Indosat Tbk., sebelumnya bernama PT Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Persero), (IDX: ISAT, NYSE: IIT) adalah sebuah perusahaan penyedia layanan telekomunikasi yang lengkap dan terbesar kedua di Indonesia untuk jasa seluler (Matrix, Mentari dan IM3). Sejarah PT. INDOSAT Tbk Indosat didirikan pada tahun 1967 sebagai Perusahaan Modal Asing, dan memulai operasinya pada tahun 1969. Pada tahun 1980 Indosat menjadi Badan Usaha Milik Negara yang seluruh sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Hingga sekarang, Indosat menyediakan layanan seluler, telekomunikasi internasional dan layanan satelit bagi penyelenggara layanan broadcasting.

PT Satelit Palapa Indonesia (Satelindo) didirikan pada tahun 1993 di bawah pengawasan PT Indosat. Satelindo beroperasi pada tahun 1994 sebagai operator GSM. Pendirian Satelindo sebagai anak perusahaan Indosat

menjadikannya sebagai operator GSM pertama di Indonesia yang mengeluarkan kartu Prabayar Mentari dan Pascabayar Matrix.

Pada tanggal 19 Oktober 1994 Indosat mulai memperdagangkan sahamnya di Bursa Efek di Indonesia dan Amerika Serikat New York Stock Exchange.

Memasuki abad ke-21, Pemerintah Indonesia melakukan deregulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, TELKOM tidak lagi memonopoli telekomunikasi Indonesia. Pada tahun 2001 Indosat mendirikan PT Indosat Multi Media Mobile (IM3) dan menjadi pelopor GPRS dan multimedia di Indonesia, dan pada tahun yang sama Indosat memegang kendali penuh PT Satelit Palapa Indonesia (Satelindo).

Visi: Menjadi perusahaan Telekomunikasi digital terdepan di Indonesia.

Misi

1. Layanan dan produk yang membebaskan
2. Jaringan data yang unggul
3. Memperlakukan pelanggan sebagai sahabat
4. Transformasi digital

4.1.3 PT XL Axiata Tbk (EXCL)

Dengan pengalaman lebih dari 17 tahun beroperasi di pasar Indonesia, PT XL Axiata Tbk. (XL) merupakan salah satu penyedia layanan seluler terkemuka di Indonesia. Saat ini, XL dipandang sebagai salah satu penyedia layanan seluler untuk Data dan Teleponi terkemuka di Indonesia.

XL memulai usaha sebagai perusahaan dagang dan jasa umum pada tanggal 6 Oktober 1989 dengan nama PT Grahame Metropolitan Lestari. Pada tahun 1996, XL memasuki sektor telekomunikasi setelah mendapatkan izin operasi GSM 900 dan secara resmi meluncurkan layanan GSM. Dengan

demikian, XL menjadi perusahaan swasta pertama di Indonesia yang menyediakan layanan telepon seluler.

Pada September 2005, XL melakukan Penawaran Saham Perdana (IPO) dan mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta (BEJ) yang sekarang dikenal sebagai Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada saat itu, XL merupakan anak perusahaan Indocel Holding Sdn. Bhd., yang sekarang dikenal sebagai Axiata Investments (Indonesia) Sdn. Bhd., yang seluruh sahamnya dimiliki oleh TM International Sdn. Bhd. (TMI) melalui TM International (L) Limited. Pada tahun 2009, TMI berganti nama menjadi Axiata Group Berhad (Axiata) dan di tahun yang sama PT Excelcomindo Pratama Tbk. berganti nama menjadi PT XL Axiata Tbk. untuk kepentingan sinergi. Saat ini, mayoritas saham XL dimiliki oleh Axiata melalui Axiata Investments (Indonesia) Sdn. Bhd (66,4 %) dan sisanya dipegang oleh publik (33,6 %).

Sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi seluler terkemuka di Indonesia, melalui jangkauan jaringan dan layanan yang luas di seluruh Indonesia, XL Axiata menyediakan layanan bagi pelanggan ritel dan menawarkan solusi bisnis untuk pelanggan korporat. Layanan-layanan ini meliputi Data, Voice, SMS dan layanan bernilai tambah digital.

XL Axiata juga memegang Izin Penyelenggaraan Jasa Penyediaan Konten, Izin Penyelenggaraan Jasa Akses Internet (ISP), Izin Penyelenggaraan Jasa Interkoneksi Internet (NAP), Izin Penyelenggaraan Jasa Internet Teleponi untuk Keperluan Publik (VoIP), Izin Penyelenggaraan Jaringan Tetap Tertutup (Closed Fixed Network/ Leased Line) serta Izin Penerbit E-Money dari Bank Indonesia yang memungkinkan XL Axiata untuk dapat menyediakan jasa pengiriman uang kepada pelanggannya.

Visi : Menjadi operator telekomunikasi nomor satu di Indonesia

Misi : Integritas, Kerjasama, dan Pelayanan

4.1.4 PT Smartfren Tbk (FREN)

PT Smartfren Telecom Tbk (IDX:FREN) merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan telekomunikasi terdepan di Indonesia. Pada tahun 2015, Smartfren berinovasi dengan meluncurkan layanan 4G LTE Advanced komersial pertama di Indonesia, dan di awal tahun 2016, Smartfren kembali mencetak sejarah sebagai perusahaan telekomunikasi pertama di Indonesia yang menyediakan layanan Voice over LTE (VoLTE) secara komersial.

Pada tahun 2017, Smartfren mengukuhkan posisinya sebagai penyedia layanan operator 4G terdepan melalui migrasi pelanggan CDMA menjadi pelanggan 4G, sehingga Perseroan saat ini merupakan satu-satunya operator yang beroperasi di jaringan 4G sepenuhnya. Dengan wilayah cakupan jaringan yang luas, melalui sekitar 15.000 BTS 4G yang tersebar di 200 kota di seluruh Indonesia, Smartfren telah didaulat menjadi *official telco partner* untuk brand-brand smartphone global ternama. Selain itu, Smartfren juga menghadirkan pengalaman layanan data yang fleksibel melalui pilihan paket data yang bervariasi, dan melalui *smartphone* Andromax dan MiFi modem.

Smartfren menawarkan beragam produk serta layanan data dan suara, solusi bisnis dan layanan digital. Smartfren merupakan salah satu unit dari kelompok usaha Sinarmas.

Visi

1. Menjadi operator telekomunikasi terdepan yang mampu memberikan layanan telekomunikasi terbaik bagi seluruh pelanggan.
2. Melakukan inovasi dan memberikan kualitas pelayanan dengan harga yang terjangkau untuk masyarakat Indonesia.

Misi

1. Membangun jaringan berkualitas dunia di tanah air, membangun organisasi yang berbasis pada pelanggan, fleksibel dan cepat.

2. Kami memiliki produk khusus diciptakan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

4.1.5 PT Bakrie Telecom Tbk (BTEL)

Perseroan didirikan pada tahun 1993 dengan nama PT Radio Telepon Indonesia (Ratelindo). Di tahun 2003, Perseroan berganti nama menjadi PT Bakrie Telecom dan tercatat di Bursa Efek Indonesia sejak Februari 2006 dengan kode BTEL. PT Bakrie Telecom Tbk. (BTEL atau Perseroan) adalah perusahaan layanan jaringan tetap lokal tanpa kabel dengan mobilitas terbatas (*Fixed Wireless Access*–FWA) berteknologi CDMA 2000 1x. Pada tahun 2007, Departemen Komunikasi dan Informatika RI mengeluarkan lisensi bagi BTEL untuk bisa beroperasi secara nasional diikuti oleh lisensi untuk menyelenggarakan layanan Sambungan Langsung Internasional (SLI). Pada tahun 2010, BTEL memulai transformasinya dari hanya fokus kepada layanan percakapan dan SMS menjadi penyedia layanan data *Broadband Wireless Access* (BWA) dengan menggunakan teknologi CDMA EVDO Rev. A (*Evolution Data Optimized*).

Pada tahun yang sama, BTEL juga berubah dari suatu perusahaan yang sebelumnya hanya mengutamakan pertumbuhan dan keuntungan usaha menjadi perusahaan yang sangat sadar dan peduli terhadap pelestarian lingkungan.

Pada tahun 2012, BTEL mengintegrasikan merek dagang Aha yang berada di bawah naungan PT Bakrie Connectivity (BCON) dengan merek dagang ESIA yang berada di bawah lingkup BTEL guna mendukung optimalisasi layanan data. Bersatunya dua merek dagang besar ini ditandai dengan BTEL dikenal karena produk dan layanannya yang inovatif , menarik dan senantiasa memimpin pasarnya melalui merek dagang Esia . Peluncuran modem ESIA Max-D pada 1 Juni 2012. Disamping sejalan dengan strategi bisnis awal BTEL sebagai *budget operator*, langkah ini juga

merupakan jawaban Perseroan dalam menghadapi tantangan persaingan industry telekomunikasi yang semakin ketat.

Pada tahun 2013, BTEL mulai mengintensifkan layanannya pada daerah JBB untuk dapat memberikan layanan optimal bagi para pelanggan. Sampai akhir tahun 2014, pelanggan ESIA telah mencapai 11,65 juta yang tersebar di 41 kota, dengan dukungan 2.360 jaringan *Base Transceiver Station* (BTS). Pelayanan kepada pelanggan diberikan 2 lokasi *call center*, 34 Gerai ESIA serta lebih dari 27 *dealer* dan lebih dari 34.000 outlet penjualan di seluruh wilayah jangkauan kami. Sesuai perkembangan teknologi, kini ESIA juga menambah akses pelayanan kepada pelanggan melalui surat elektronik dan situs jejaring sosial. Pada akhir tahun 2014, melalui kolaborasi jaringan bersama Smartfren, BTEL memasuki babak baru untuk bertransformasi dari penyelenggara jaringan dan operator jasa telefoni dasar menjadi penyelenggara jasa telefoni dasar secara kemitraan dengan menggunakan jaringan milik penyelenggara jaringan bergerak seluler. Kolaborasi ini memungkinkan BTEL untuk menggelar teknologi telekomunikasi 4G berbasis *Long Term Evolution* (LTE) yang membuka begitu banyak peluang baru dan membuatnya menjadi pemain telekomunikasi di Indonesia yang berkelas.

Visi

Mimpi kita adalah untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi orang-orang Indonesia dengan menyediakan konektifitas informasi mereka. Kami sangat percaya bahwa meningkatkan akses masyarakat ke dunia luar akan memberdayakan mereka untuk mencapai kehidupan yang lebih baik.

Misi

Kami akan mengikuti strategi pertumbuhan berdasarkan cara unik kami membuat suatu inovasi. Melayani pelanggan persis apa yang mereka inginkan serta harga yang terjangkau dan konektivitas informasi yang tinggi.