

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri yang kompetitif membuat setiap perusahaan berupaya meningkatkan angka penjualan demi mengoptimalkan keuntungan. Berbagai strategi dilakukan untuk mewujudkan hal tersebut yaitu dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas produk, meningkatkan biaya promosi, serta menerapkan kebijakan dalam penjualan (Anwar, 2019:69). Secara umum, penjualan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu penjualan secara tunai dan penjualan secara kredit. Penjualan tunai merupakan transaksi jual beli dengan membayarkan sejumlah uang sesuai dengan harga yang sudah ditetapkan secara langsung. Sedangkan penjualan secara kredit adalah transaksi jual beli dengan pembayaran dilakukan secara bertahap oleh pembeli setelah produk diterima. Sehingga dalam hal ini, perusahaan memiliki piutang kepada pembelinya (Anwar, 2019:69).

Sebuah perusahaan bisa kehilangan pelanggan jika tidak memberikan kemudahan pembelian secara kredit. Artinya bahwa investasi dalam bentuk piutang adalah hal wajib yang perlu dilakukan agar perusahaan mampu bertahan (Kakuru dalam Gamlath, 2021:6). Di samping itu, piutang memiliki peran penting dalam aset lancar perusahaan karena piutang umumnya menjadi bagian terbesar kedua setelah persediaan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu memiliki kebijakan kredit dan syarat pembayaran yang baik agar pengelolaan piutang tetap terjaga. Namun di sisi lain, piutang yang tidak tertagih tepat waktu dapat menyebabkan masalah keuangan seperti kebutuhan akan pembiayaan jangka pendek atau

tambahan untuk membiayai operasional harian. Selain itu, jika perusahaan kesulitan membayar kewajibannya kepada pemasok, masalah keuangan bisa semakin memburuk dan pada akhirnya akan berdampak pada tingkat profitabilitas perusahaan (Gamlath, 2021:2).

Profitabilitas merupakan kemampuan yang dicapai oleh perusahaan untuk menghasilkan laba dalam satu periode tertentu. Analisis profitabilitas bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan, baik dalam hubungannya dengan penjualan, aset, maupun dengan modal sendiri. Hasil profitabilitas dapat dijadikan sebagai tolak ukur ataupun gambaran mengenai efektivitas kinerja manajemen keuangan ditinjau dari keuntungan yang diperoleh dibandingkan dengan hasil penjualan dan investasi perusahaan (Hayat *et al.*, 2021:96). Semakin besar perputaran piutang maka semakin besar risiko, akan tetapi bersamaan dengan itu akan memperbesar profitabilitas (Sawir dalam Muhibah, 2020:465). Di samping itu, jika perusahaan memiliki rata-rata periode pengumpulan piutang lebih cepat, maka akan berakibat pada biaya dana rata-rata yang tertanam pada piutang menjadi lebih kecil dan pada akhirnya profit perusahaan semakin tinggi (Anwar, 2019:78). Akan tetapi, dalam kegiatan operasional perusahaan, beberapa piutang tidak dapat ditagih atau tidak dapat direalisasikan. Beberapa faktor penyebab piutang tidak dapat ditagih yaitu lemahnya perusahaan dalam memantau proses kredit atau adanya kegagalan debitur dalam mengelola keuangannya sehingga muncul peristiwa di luar kendali seperti bencana alam dan ketidakstabilan ekonomi suatu negara (Tambunan, 2021:67).

Seiring dengan pentingnya peran pengelolaan piutang dan kaitannya dalam peningkatan profitabilitas perusahaan, maka menarik untuk dapat menganalisis hal tersebut terutama pada sektor industri yang sedang bertumbuh secara konsisten di Indonesia saat ini yaitu industri telekomunikasi. Dalam lima tahun terakhir, tercatat bahwa penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia menunjukkan perkembangan yang pesat. Perkembangan yang paling signifikan terlihat pada penggunaan internet dalam rumah tangga yang mencapai angka 86,54 persen. Di samping itu, pertumbuhan penggunaan internet dalam rumah tangga ini diikuti pula oleh pertumbuhan penduduk yang memiliki telepon seluler mencapai 67,88 persen pada tahun 2022. Terdapat 1.615 perusahaan penyelenggara telekomunikasi di Indonesia yang terdiri dari penyelenggara jaringan tetap, jaringan bergerak, jasa telekomunikasi dan telekomunikasi khusus. Jumlah tersebut meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya berjumlah 1.307 perusahaan. Peningkatan tersebut tidak lepas dari kebijakan persaingan bebas dan keterbukaan yang diterapkan pemerintah dalam metode penanaman modal pada industri telekomunikasi di Indonesia khususnya telekomunikasi seluler.

Sektor informasi dan komunikasi (infokom) atau teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di Indonesia tumbuh sebesar 7,57% pada tahun 2024, lebih baik dibandingkan dengan ekonomi nasional yang hanya mencapai 5,05%. Selain itu, hasil studi komprehensif yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia yang berjudul “Kontribusi Penetrasi Internet Telkomsel Terhadap Perekonomian Indonesia” menjelaskan bahwa

penyediaan akses internet khususnya Telkomsel terbukti berhasil memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 1,6% pada tahun 2023. Operator seluler memiliki peran penting dalam pemberdayaan pelaku usaha di era digital ini. Melalui penetrasi internet, pelaku usaha dapat terintegrasi dengan berbagai platform *e-commerce* dan *social-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas sehingga mampu meningkatkan pendapatan, terbukti dengan rata-rata penjualan mencapai 36,1% dan 44,7% dari total penjualan.

Perusahaan telekomunikasi terus gencar mengimplementasikan berbagai strategi untuk meningkatkan penjualan melalui pengembangan produk seperti layanan pascabayar maupun internet rumah (*home WiFi*) bagi masyarakat dan pemerintah. Jumlah pelanggan pascabayar yang dimiliki oleh PT Telkom Indonesia mencapai 7,6 juta pada kuartal III tahun 2024 atau bertambah 200.000 pengguna dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu. Sementara itu, PT Indosat Tbk melayani 1,4 juta pelanggan dan PT XL Axiata Tbk melayani 1,7 juta pelanggan pascabayar. Dari beragamnya perusahaan telekomunikasi yang ada, hanya beberapa entitas yang terdaftar dan dapat diamati kinerja keuangannya melalui badan resmi pasar modal Bursa Efek Indonesia yaitu Bakrie *Telecom* Tbk, XL Axiata Tbk, Smartfren Telecom, Indosat Tbk, Telkom Indonesia (Persero) Tbk, Jasnita Telekomindo Tbk, *First Media* Tbk dan *Link Net* Tbk. Pada kuartal kedua 2024, tiga operator telekomunikasi besar yaitu Indosat, XL, dan Telkomsel, mencatatkan pendapatan yang solid mencapai total Rp60,6 triliun, naik 1,5% dari kuartal sebelumnya dan 3,9% dari tahun lalu. PT Indosat Tbk memimpin dengan

pertumbuhan pendapatan tertinggi, naik 11,1% dibandingkan tahun lalu, didorong oleh peningkatan rata-rata pendapatan per pengguna (ARPU) sebesar 7,3% menjadi Rp38,4 ribu. Meskipun angka pendapatan positif di semua lini, kinerja laba bersih lebih beragam. PT Telkom Indonesia mencatatkan laba bersih sebesar 5,7 triliun, turun 5,7% dari kuartal sebelumnya dan 9,9% dari tahun lalu. Secara keseluruhan, ketiga operator tersebut mencatat laba bersih gabungan sebesar Rp7,6 triliun.

Berdasarkan penjelasan yang penulis paparkan di atas dan dalam rangka mengetahui pentingnya mengelola piutang untuk menghindari kerugian yang tidak diinginkan serta meningkatkan profitabilitas perusahaan, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Analisis Pengelolaan Piutang dalam Upaya Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang tersebut. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana menganalisis pengelolaan piutang dalam upaya meningkatkan profitabilitas pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019–2023?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengelolaan piutang dalam upaya meningkatkan profitabilitas perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019–2023.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini, penulis dapat memperdalam wawasan dan pengetahuan mengenai pengelolaan piutang dalam upaya meningkatkan profitabilitas perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk menganalisis pengelolaan piutang dalam upaya meningkatkan profitabilitas perusahaan.

c. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian dan referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian dengan mengambil topik pengelolaan piutang dalam upaya meningkatkan profitabilitas perusahaan.