BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan jaringan telekomunikasi. Salah satu perusahaan yang menyediakan jasa jaringan telekomunikasi yaitu PT. Telekomunikasi, Tbk dan PT. Indosat, Tbk. PT. Telekomikasi sendiri merupakan perusahaan penyelenggara pelayanan informasi dan telekomunikasi dengan layanan terlengkap dan jaringan terbesar di Indonesia. Sedangkan PT. Indosat, Tbk merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Setiap perusahaan pada umumnya bertujuan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan memperoleh keuntungan maksimum untuk jangka waktu yang tidak terbatas. Kerbehasilan mencapai tujuan perusahaan tergantung dari berbagai faktor yang mempengaruhinya. Salah satu faktor utama yang penting adalah sumber daya manusia. Adapun tujuan perusahaan yang sangat penting bagi sebagian besar perusahaan yaitu memperoleh laba dengan menggunakan sumber-sumber ekonomi yang dimilikinya.

Hasil operasi perusahaan diukur dengan membandingkan antara pendapatan perusahaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut dalam satu periode akuntansi, sedangkan keberhasilan perusahaan dalam mencapai suatu tujuan sangat tergantung pada ketepatan manajemen dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu, seorang pimpinan dalam usaha mencapai

tujuan perusahaan harus mampu melaksanakan fungsi manajemen dengan baik, yaitu meliputi perencanaan, penkoordinasian, pengorganisasian serta pengawasan. Jadi manajer mempunyai peranan yang sangat besar sekali dalam usaha mencapai tujuan perusahaan.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang sama yaitu sama-sama ingin mendapatkan, menguasai, mempertahankan pasar yang telah dimiliki suatu perusahaan. Setiap perusahaan yang ingin mendapatkan pasar, selalu berusaha untuk memikirkan bagaimana cara dan strategi dalam kegiatan pemasaran tersebut. Hal tersebut harus direncanakan dan disiapkan dengan baik. Pada penelitian ini akan membahas tentang hubungan biaya iklan dan pendapatan, dan iklan seringkali menjadi perhatian penting karena untuk memasang iklan dengan posisi yang strategis memerlukan biaya yang cukup besar. Besarnya biaya iklan tersebut dapat mendorong perusahaan untuk berhati – hati dan bijaksana dalam menggunakan dananya agar dapat bersaing, iklan merupakan salah satu elemen promosi yang dipakai perusahaan untuk mengenal dan memperkuat posisi produknya di pasaran.

Seringkali iklan menjadi perhatian penting karena selain posisinya yang strategis (mampu menjangkau konsumen secara luas) juga memerlukan biaya yang cukup besar. Besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk periklanan (terutama iklan di media televisi) menjadikan perusahaan harus berhati-hati dan lebih bijak dalam membelanjakan dananya. Iklan sebagai salah satu elemen promosi merupakan suatu strategi yang umum dipakai oleh perusahaan untuk mengenalkan dan memperkuat posisi produk di tengah persaingan bisnis yang

semakin mengglobal. Meski demikian, seringkali iklan menjadi sumber pengeluaran yang besar tanpa mampu memberikan return yang memuaskan.

Dengan kondisi seperti ini, banyak perusahaan kartu selular yang menggunakan iklan di media massa terutama media televisi sebagai media penyampai suatu pesan atau informasi kepada masyarakat luas. Menurut Nielsen Media Research, pada tahun 2010 hingga sampai dengan 2011 perusahaan provider kartu perdana GSM dengan belanja iklan yang cukup besar ialah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dan PT. Indosat, Tbk. Dengan demikian, kedua perusahaan tersebut berlomba – lomba untuk bersaing demi menguasai pasar.

Pada umumnya setiap perusahaan menjalankan usaha untuk meraih keuntungan yang maksimal. Upaya perusahaan untuk mencari keuntungan yaitu dengan cara mengenalkan produknya melalui iklan agar dapat menguasai pasar serta dapat diminati oleh para konsumen yaitu masyarakat. Mahalnya biaya iklan membuat perusahaan mendapatkan keuntungan yang tidak maksimal. Padahal , dengan adanya biaya iklan diharapkan mampu menghasilkan pendapatan yang lebih maksimal. Harga jual yang ditentukan oleh perusahaan dipengaruhi oleh biaya – biaya yang nilainya berfluktuasi. Dengan demikian, pendapatan usaha pada setiap perusahaan berubah – ubah di tiap tahunnya.

Hal ini menunjukkan, bahwa penggunaan biaya iklan secara efektif merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan usaha perusahaan. Salah satu cara untuk menghasilkan manfaat saat ini dan masa yang akan datang (bagi perusahaan yang berorientasi laba atau profit oriented), perusahaan harus melakukan berbagai usaha untuk meminimumkan biaya yang dibutuhkan dalam

mencapai manfaat tersebut. Dengan demikian, biaya perusahaan harus ditekan, tetapi harus dikelola secara strategis penggunaannya. Umumnya, perusahaan – perusahaan penyedia jasa telekomunikasi di Indonesia bersaing melalui iklan – iklan yang biayanya cukup besar. Besarnya biaya iklan yang dikeluarkan oleh perusahaan agar iklan yang dikeluarkan mampu memikat masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk memakai produk dari PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk yaitu Telkomsel (simPATI) dan PT. Indosat, Tbk yaitu Indosat Oredoo.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Hubungan antara hubungan biaya iklan pada pendapatan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dan PT. Indosat, Tbk.

1.2. Penjelasan Judul

a. Analisis

Analisis adalah penyelidikan pada suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.

b. Hubungan

Hubungan adalah objek satu dengan lainnya yang memiliki keterkaitan agar saling melengkapi dan digunakan untuk menghubungkan antara hasil dengan hasil.

c. Biaya Iklan

Biaya iklan adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan atau memperkenalkan produknya kepada masyarakat.

d. Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya, kebanyakan hasilnya berasal dari penjualan produk atau jasa kepada pelanggan.

e. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk adalah perusahaan penyelenggara pelayanan informasi dan telekomunikasi dengan layanan terlengkap dan jaringan terbesar di Indonesia.

f. PT. Indosat, Tbk

PT. Indosat, Tbk adalah salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka penulis merumuskan masalah yaitu :

a. Bagaimana biaya iklan yang terjadi pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dan PT. Indosat, Tbk.”
b. Bagaimana biaya iklan yang terjadi pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dan PT. Indosat, Tbk.”
c. Bagaimana hubungan antara biaya iklan dengan pendapatan pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dan PT. Indosat, Tbk

1.4. Tujuan Penelitian

a. Berdasarkan uraian pada latar belakang, adapun tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui hubungan antara biaya iklan yang dikeluarkan dengan

pendapatan yang diterima pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dan PT. Indosat, Tbk, dan

b. Untuk mengetahui hubungan efektivitas biaya dengan laporan tahunan pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dan PT. Indosat, Tbk.

1.5. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Bagi Perusahaan :

Dapat mengetahui bagaimana hubungan antara biaya dengan pendapatan dalam perusahaan.

b. Manfaat Bagi STIE Perbanas Surabaya :

Untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya dengan membuat laporan penelitian secara ilmiah dan sistematis. Serta dapat memperluas wawasan dan pandangan mahasiswa atau mahasiswi terhadap prospek kemajuan teknologi dan perkembangan informasi tentang hubungan biaya iklan dengan pendapatan pada perusahaan.

c. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya :

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tentang hubungan biaya iklan dengan pendapatan perusahaan bagi peneliti selanjutnya.

1.6. Metode Penelitian

Dalam penelitian dan penyusunan ini jenis metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif adalah metode

yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih. (Sugiyono, 2010)

1.6.1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data sekunder laporan keuangan perusahaan-perusahaan melalui website www.idx.com, selain itu menggunakan studi pustaka untuk menggali informasi dan data yang diperlukan. Sesuai dengan tujuan penelitian penulis ingin mengetahui besarnya hubungan antara biaya iklan terhadap pendapatan pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dan PT. Indosat, Tbk tahun 2011 sampai dengan 2015. Maka sampel yang digunakan untuk diuji dan dianalisis adalah data biaya iklan pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dan PT. Indosat, Tbk selama 5 tahun yaitu dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015.

1.6.2. Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan ini lebih mengarah dan tidak menyimpang dari pokok pembahasannya, maka ruang lingkup pembahasan hanya di atasi pada uraian sebagai berikut :

1. Objek dalam penelitian ini adalah pengeluaran yang terkait dengan biaya iklan dan penerimaan yang terkait dengan pendapatan.
2. Subjek dalam penelitian ini adalah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dan PT. Indosat, Tbk

1.6.3. Teknik Analisis

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan tidak menggunakan alat uji statistik.

Namun dilakukan dengan menginterprestasikan tabel – tabel, grafik atau angka – angka yang ada kemudian melakukan uraian dan penafsiran. Tahapan pada penelitian ini adalah enggumpulkan data sekunder laporan keuangan dengan cara mendownload laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia (BEI), menginterprestasikan biaya iklan dan pendapatan, menarik kesimpulan dari hasil analisis.