

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan industri telekomunikasi seluler membuat persaingan dalam industri tersebut semakin meningkat. Persaingan yang terjadi tidak terlepas dari ditetapkannya peraturan pemerintah tentang Undang-Undang Telekomunikasi No 36 Tahun 1999 yang mulai diberlakukan sejak 8 September tahun 2000. Inti dari Undang-Undang tersebut secara garis besar menghapus dominasi pasar telekomunikasi oleh PT Telkom dan PT Indosat selaku perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Peraturan ini membuat adanya pesaing baru di penyedia jasa layanan operator telepon seluler dan adanya kebebasan para operator penyedia jasa layanan operator telepon seluler untuk masuk ke dalam pasar industri telekomunikasi seluler, maka persaingan di dalam industri telepon seluler semakin ketat.

Perkembangan industri telekomunikasi seluler di Indonesia ditandai dengan jumlah pelaku usaha maupun pelanggan layanan telekomunikasi yang terus meningkat. Hal ini tidak lepas dari kebijakan persaingan bebas yang diterapkan serta keterbukaan dalam penanaman modal di Indonesia termasuk dalam bidang telekomunikasi khususnya telekomunikasi seluler. Berawal dari PT Indosat kemudian PT Telkomsel yang merupakan anak perusahaan dari PT Telkom lalu Excelcomindo (XL) adalah perusahaan swasta pertama yang muncul dalam industri seluler di Indonesia. Pada tahun 2004 muncul Mobile-8 sebagai pesaing baru di industri ini,

dengan basis teknologi yang berbeda yaitu CDMA dan diikuti dengan perusahaan lainnya.

Tabel 1.1, menunjukkan para penyelenggara telepon di Indonesia pada tahun 2010. Berdasarkan Tabel 1.1, terlihat bahwa jumlah penyelenggara operator di Indonesia hingga Tahun 2010 menjadi 8 penyelenggara operator seluler.

**Tabel 1.1**  
**Penyelenggara Telepon Seluler (Bergerak) di Indonesia Tahun 2010-2015**

No	Nama Operator	Tahun					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	PT. Telkomsel	-	-	-	-	-	-
2	PT. Indosat	-	-	-	-	-	-
3	PT. XL-Axiata	-			3)*	-	-
4	PT. Mobile-8	-	1)*		-	-	-
5	PT. Sampoerna Telekomunikasi Indonesia (STI)	-	-				
6	PT. Natrindo Telepon Seluler	-					
7	PT. Hutchison CP Telecommunication	-	-	-	-	-	-
8	Smart Telecom	-					
9	PT. Bakrie Telecom	-		2)*	-	-	-

Sumber : Data Statistik Bidang Pos dan Telekomunikasi diolah (2010-2015)

Keterangan:

- 1) PT. Mobile-8 merger dengan PT Smart Telecom menjadi Smartfren Tahun 2011.
- 2) PT. STI merger dengan PT. Bakrie Telecom Tahun 2012.
- 3) PT. Natrindo merger dengan XL Tahun 2013.

Menurut Jaya (2008) semakin banyaknya perusahaan masuk ke dalam industri akan meningkatkan persaingan di dalam industri. Masuknya penyelenggara operator seluler baru semakin meningkatkan persaingan dalam industri ini. Didukung dengan kelebihan teknologi yang lebih *mobile*, layanan operator lebih variatif, penggunaan telepon yang lebih multifungsi (termasuk internet dan jejaring sosial) serta strategi *co-branding* juga mendorong perkembangan jumlah pelanggan telepon seluler bergerak juga sangat cepat.

**Tabel 1.2**  
**Perkembangan Jumlah Pelanggan Telepon Bergerak Seluler Prabayar dan Pasca bayar tahun 2006-2010 (juta jiwa)**

Operator	Tahun				
	2006	2007	2008	2009	2010*
Telkomsel	35.597.000	47.890.000	65.299.991	81.643.532	94.010.449
Indosat	16.704.729	24.545.422	36.510.246	33.136.521	44.217.600
XL -Axiata	9.527.970	15.469.000	26.015.517	31.438.377	40.350.874
Mobile 8	1.825.888	3.012.801	2.701.914	2.805.842	2.240.388
STI	134.713	310.464	784.343	636.686	348.527
Natrindo	12.715	4.788	3.234.800	4.105.156	9.729.464
Hutchison	N.A	2.039.406	4.500.609	7.311.000	16.270.000
Smart Telecom	N.A	115.000	1.530.823	2.599.665	3.978.127
<b>Jumlah</b>	<b>63.803.015</b>	<b>93.386.881</b>	<b>140.578.243</b>	<b>163.676.961</b>	<b>211.145.429</b>

Sumber : Data Statistik Bidang Pos dan Telekomunikasi, Semester II (2010)

Keterangan : \* Semester II tahun 2010

Berdasarkan Tabel 1.2, terlihat bahwa jumlah pelanggan telepon bergerak seluler yang pada tahun 2006 baru mencapai sekitar 63 juta, maka pada tahun 2010 telah meningkat hampir 3,5 kali lipat (350%) menjadi sekitar 211,1 juta pelanggan. Pada tahun 2010 jumlah pelanggan telepon bergerak seluler ini sudah meningkat 29%

dibanding tahun sebelumnya. Berdasarkan Tabel 1.2, terlihat ada tiga operator yang memiliki jumlah pelanggan terbesar, yaitu Telkomsel, Indosat dan XL-Axiata di mana jumlah pelanggan untuk ketiga operator ini menunjukkan peningkatan secara proposional dalam lima tahun terakhir.

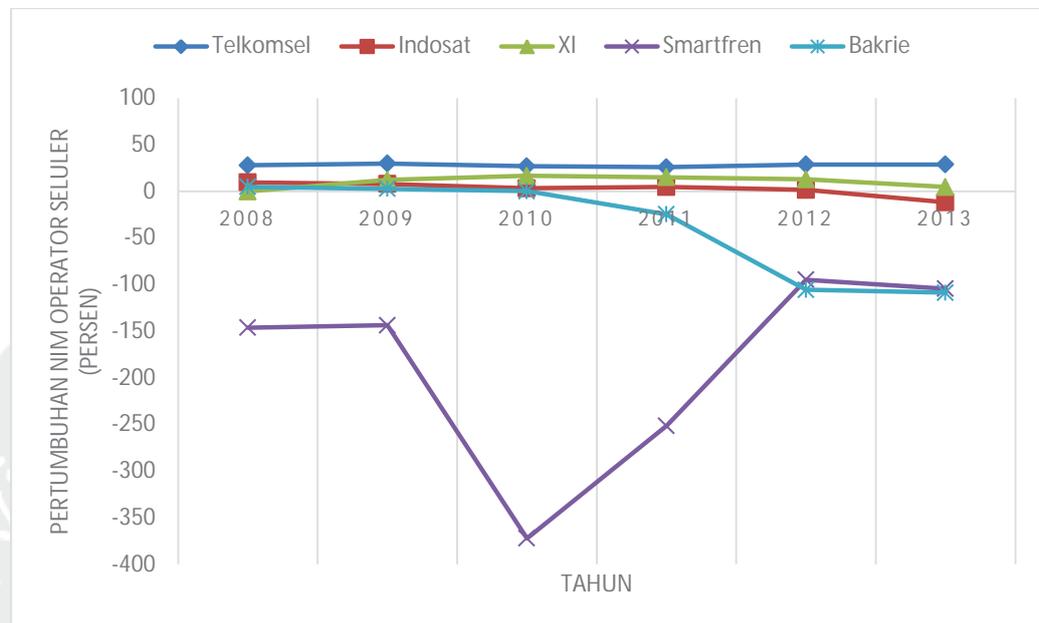
Perkembangan industri telekomunikasi seluler membuat terjadi peningkatan persaingan dalam industri telepon seluler. Persaingan ini membuat masing-masing operator melakukan persaingan harga satu dengan yang lainnya. Pada akhirnya persaingan menjadi sudah tidak sehat dikarenakan terlalu banyak pemain yang masuk ke dalam operator seluler membuat pertumbuhan keuntungan tidak memuaskan. Biaya untuk pemeliharaan jaringan semakin tinggi sedangkan harga harus selalu murah (Maulana, 2014).

Pangsa pasar pada perusahaan jaringan telepon seluler menjadi penting karena dapat melihat kondisi di mana seberapa besar kekuatan setiap perusahaan menguasai pasarnya. Pada pangsa pasar setiap perusahaan tersebut menggambarkan seberapa besar keuntungan yang dicapai oleh perusahaan jaringan telepon seluler dengan pencapaian dari hasil penjualannya (jumlah pelanggannya). Pada perusahaan jaringan telepon seluler dapat diketahui bahwa perusahaan jaringan telepon seluler ada pada persaingan oligopoli. Hal ini mengakibatkan kondisi persaingan pada setiap perusahaan menjadi tergantung pada setiap tindakan pesaingnya, perusahaan jaringan telepon seluler cenderung pada persaingan harga. Harga yang murah menjadi salah satu cara perusahaan jaringan telepon seluler untuk mendapatkan pelanggan yang banyak, dengan cara ini perusahaan mendapat keuntungan dari total jumlah

pelanggan. Dengan kondisi persaingan yang terjadi ketika harga yang cenderung selalu murah maka yang dirugikan adalah konsumen, hal yang terjadi adalah layanan jaringan yang kurang maksimal karena kondisi biaya pemeliharaan jaringan semakin tinggi.

Akibat persaingan yang tinggi mengakibatkan beberapa perusahaan operator seluler bergabung untuk kelangsungan industri telekomunikasi seluler di Indonesia. Tanggal 23 Maret 2011 PT Mobile-8 Telecom Tbk (FREN) bergabung dengan PT Telecom. Kedua perusahaan operator telekomunikasi seluler tersebut menggabungkan merek dagang dan logo baru mereka secara bersama dengan nama Smartfren dengan pertimbangan dilakukannya kerjasama penggunaan merek dagang dan logo bersama tersebut adalah untuk efisiensi biaya di mana secara bertahap perseroan akan mampu memperkuat posisinya di tengah persaingan industri telekomunikasi (Agus, 2010). Selanjutnya perusahaan operator yang sepakat untuk bekerjasama adalah Natrindo (Axis) dengan XL pada tanggal 26 September 2013. Sampoerna Telekomunikasi Indonesia bekerjasama dengan Bakrie Telecom yang berbeda penyelenggara yaitu telepon tetap nirkabel (CDMA).

Perkembangan industri telekomunikasi seluler dapat dilihat melalui kinerja operator telekomunikasi seluler, dalam penelitian ini yang menjadi indikator kinerja pada operator telepon seluler adalah *Net Income Margin* (NIM) di mana penerimaan pendapatan ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap pendapatan usaha perusahaan operator telepon seluler bergerak. Berdasarkan Gambar 1.1 pada industri operator seluler dapat dilihat perkembangan NIM tiga operator.



Sumber: Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Tahun 2008-2013

**Gambar 1.1** Pertumbuhan *Net Income Margin* / Marjin laba bersih tahun 2008-2013

Pada tahun 2008-2013 NIM Telkomsel jauh di atas Indosat dan XL hal ini menarik karena nilai NIM Telkomsel cukup stabil dibanding 2 pesaingnya. Sedangkan Indosat sendiri menjadi operator seluler yang rendah pertumbuhan NIM nya dan mengalami penurunan dalam 6 tahun terakhir hal ini diduga strategi perusahaan masih belum baik. Selanjutnya dapat dilihat pertumbuhan NIM XL mengalami pertumbuhan yang signifikan pada tahun 2009-2010 tetapi mengalami penurunan setelah tahun 2010. Jika dibandingkan setelah beberapa perusahaan merger belum mampu menambah keuntungan yang didapatkan.

Berdasarkan penjelasan grafik 1.1 terlihat bahwa nilai dari NIM untuk setiap perusahaan berfluktuasi, menarik diteliti apakah perubahan NIM dipengaruhi struktur pasar pada perusahaan telekomunikasi seluler.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada penjelasan yang telah disampaikan dalam bagian latar belakang, maka rumusan masalah yang telah disusun dalam penelitian ini adalah:

Apakah pangsa pasar (*Market Share*) berpengaruh terhadap kinerja

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

Untuk mengetahui apakah pangsa pasar (*Market Share*) berpengaruh terhadap kinerja.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini dapat diharapkan dapat memberikan manfaat untuk:

- 1) Bahan acuan dan referensi serta pembandingan studi/penelitian yang terkait dengan sektor industri seluler
- 2) Bagi perusahaan sebagai bahan informasi untuk perkembangan usaha ke depannya dan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian lanjutan.

- 3) Acuan bagi pemerintah dalam menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan industri seluler.

#### **1.4. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka dapat disusun suatu hipotesis sebagai berikut:

*Market Share* (MS) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Net Income Margin* (NIM).

#### **1.5. Sistematika Penulisan**

Dalam bagian ini disajikan rencana sistematika penulisan dari skripsi, sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas mengenai landasan teori konseptual dan studi riset yang terkait.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai data dan sumber data, alat analisis dan batasan operasional yang digunakan dalam penelitian ini.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang sifatnya terpadu mengenai permasalahan yang ada dalam Industri Seluler di Indonesia.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran yang dinyatakan secara terpisah.

