



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

**Analisis Rasio Profitabilitas Perusahaan Telekomunikasi Sebelum,
Saat, dan Sesudah Pandemi COVID-19**

Skripsi

Oleh

Gianisa Mentari Putri

6082001146

Bandung

2024



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

**Analisis Rasio Profitabilitas Perusahaan Telekomunikasi Sebelum,
Saat, dan Sesudah Pandemi COVID-19**

Skripsi

Oleh

Gianisa Mentari Putri

6082001146

Pembimbing

Dr. Maria Widyarini, S.E, M.T.

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Gianisa Mentari Putri
Nomor Pokok : 6082001146
Judul : Analisis Rasio Profitabilitas Perusahaan Telekomunikasi Sebelum,
Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada (Selasa/16 Januari/2024)
Dan dinyatakan **LULUS**

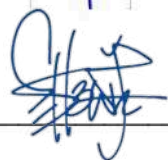
Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Sanerya Hendrawan, Ph.D

: 

Sekretaris
Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

: 

Anggota
Shelvi, S.AB., M.M.

: 

Mengesahkan,
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

DAFTAR PERBAIKAN NASKAH SKRIPSI

Nama : Gianisa Mentari Putri
Nomor Pokok Mahasiswa : 6082001146
Program Studi : Administrasi Bisnis
Pembimbing : Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T. (20010949) Pembimbing
Tunggal
Hari dan tanggal ujian skripsi : Selasa tanggal 16 Januari 2024
Judul (Bahasa Indonesia) : Analisis Rasio Profitabilitas Perusahaan Telekomunikasi Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19
Judul (Bahasa Inggris) : The Analysis of Profitability Ratio at Telecommunication Company Before, Now and After The Pandemic of COVID-19.

1. Perbaikan Judul Skripsi menjadi (**Judul harus ditulis lengkap menggunakan huruf besar kecil/Title Case**)

Judul (Bahasa Indonesia) Analisis Rasio Profitabilitas Perusahaan Telekomunikasi Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19
Judul (Bahasa Inggris) The Analysis of Profitability Ratio at Telecommunication Company Before, Now and After The Pandemic of COVID-19.

2. Perbaikan Umum (meliputi : cara merujuk, daftar pustaka, teknis editing) :

Judul tabel, penempatan judul tabel
Daftar Pustaka, penggunaan capital pada judul referensi

3. Perbaikan di Bab 1 Identifikasi Masalah, penggunaan tanda tanya
4. Perbaikan di Bab 2 Tabel operasional, perbaikan tabel
5. Perbaikan di Bab 3 #N/A
6. Perbaikan di Bab 4 kesimpulan, menjawab kesimpulan berdasarkan research question
saran, menjawab saran berdasarkan temuan dari research question
7. Perbaikan di Bab 5 #N/A

DOKUMEN INI TIDAK PERLU DITANDATANGANI LAGI

Bandung, 16 Januari 2024

Ketua Program Studi,

kaprodi_jap.fisip@unpar.ac.id

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Penguji,

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Penguji (Pembimbing),

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

Penguji,

Shelvi, S.AB., M.M.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Gianisa Mentari Putri

NPM : 6082001146

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Rasio Profitabilitas Perusahaan Telekomunikasi Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 4 Januari 2024



Gianisa Mentari Putri

ABSTRAK

Nama : Gianisa Mentari Putri
NPM : 6082001146
Judul : Analisis Rasio Profitabilitas Perusahaan Telekomunikasi Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19

Pandemi COVID-19 memberikan dampak besar bagi seluruh sektor bisnis dengan diberlakukannya *Social distancing* hingga PSBB, sektor telekomunikasi mendapatkan dampak yang cukup baik karena meningkatnya permintaan pada produk dan layanan perusahaan telekomunikasi. Penerapan kebijakan pembatasan sosial dari sisi bisnis menjadikan perusahaan telekomunikasi mencetak kenaikan kinerja keuangan khususnya pada profit yang didapat.

Analisis rasio profitabilitas merupakan cara bagi perusahaan untuk mengetahui keuntungan yang didapat selama melakukan proses operasional melalui analisis pada jumlah rasio *gross profit margin*, *net profit margin*, *return on assets*, *return on equity* dan *return on sales*. Pada penelitian ini penulis menggunakan analisis horizontal untuk membandingkan data keuangan dalam satu periode dan analisis vertikal untuk membandingkan data keuangan dalam satu laporan keuangan. Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode statistik deskriptif dan metode pengumpulan datanya dengan melakukan dokumentasi terhadap data sekunder. Sampel yang diteliti oleh penulis adalah laporan keuangan perusahaan periode 2019, 2020, 2021 dan 2022 pada PT XL Axiata Tbk, PT Smartfren Telecom Tbk, PT Indosat Tbk dan PT Telkom Indonesia Tbk.

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat perbedaan yang signifikan maupun persamaan antara *gross profit margin*, *net profit margin*, *return on assets*, *return on equity* dan *return on sales* pada tiga fase berbeda yaitu sebelum, saat dan sesudah Pandemi COVID-19.

Kata Kunci: Rasio Profitabilitas, Industri Telekomunikasi, Uji Beda, Covid -19

ABSTRACT

Name : Gianisa Mentari Putri
Student Number : 6082001146
Title : *The Analysis of Profitability Ratio at Telecommunication Company Before, Now and After The Pandemic of COVID-19*

The COVID-19 Pandemic has had several impacts on the business sector through the practice of Social Distancing, either by PSBB. Nevertheless, these impacts include positive reviews by examining telecommunication companies' demand for products and services. This action was performed because of the policy change by COVID-19 that caused telecommunication companies to increase financial performance, especially in the receiving profitability.

Profitability ratio analysis is how the company could know the profit gained through the operational process by analyzing the ratio count of gross profit margin, net profit margin, return on assets, return on equity, and return on sales. In this research, other analyzing techniques are used, such as horizontal analysis for periods of data comparison and vertical analysis for comparisons of financial statements. Despite this analysis, this research also uses statistical descriptive methods and documentation on secondary data. 2019, 2020, 2021, and 2022 PT XL Axiata Tbk, PT Smartfren Telecom Tbk, PT Indosat Tbk, dan PT Telkom Indonesia Tbk. financial statements are the samples used in this research.

By this research on three different phases, namely before, during, and after the COVID-19 pandemic, it could be stated that a significant distinction or similarity could be seen among gross profit margin, net profit margin, return on assets, return on equity, and return on sales.

Key Words: Profitability Ratio, Telecommunication Industry, T Test, Covid -19

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat serta anugrah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir yang berjudul “Analisis Rasio Profitabilitas Perusahaan Telekomunikasi Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana (S-1) pada program studi Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat pada skripsi ini karena keterbatasan yang dimiliki, namun percayalah bahwa penulis mengerjakan skripsi ini dengan kegigihan dan sepuh hati. Penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, saran, bimbingan serta doa dalam proses penulisan ini.

Bandung, 4 Januari 2024

Penulis,

Gianisa Mentari Putri

UCAPAN TERIMA KASIH

Maka pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati ingin menyampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Allah SWT atas kasih dan sayang-Nya selalu memberikan rezeki berupa kesehatan dan kesempatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat pada waktunya.
2. Kedua orangtua, Gatot Wasono dan Dian Rosdiana serta ade Gina Namira Salsabila yang saya sayangi karena telah memberi dukungan dan doa yang tulus kepada penulis.
3. Kepada nenek saya Ati Ratiwi yang memberikan dukungan serta motivasi dalam masa perkuliahan
4. Ibu Maria Widyarini, S.E, M.T. selaku dosen pembimbing skripsi atas waktu, tenaga dan perhatiannya dalam membimbing dan mengarahkan selama proses penulisan skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Politik yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik yang telah membantu proses administrasi selama masa perkuliahan.
7. Kepada seluruh keluarga saya yang sudah mendoakan dan mendukung saya selama masa perkuliahan.
8. Kepada sepupu saya Niken dan Nicko yang telah mendoakan serta mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada Kaye yang sudah menemani, mendukung dan menjadi tempat untuk berkeluh kesah dan berbagi canda tawa hingga saat ini.
10. Kepada Vallen, Ferina dan Ryan yang sudah menemani saya dari awal menjadi mahasiswa baru hingga saat ini.
11. Kepada Nafa, Meira, Akiela, Bella, Syifa yang sudah menemani dan mendukung saya selama proses perkuliahan hingga saat ini.
12. Kepada Alia, Nidya, Dustin, Rafa, Azzahra, Nadhira, Leo dan Yola yang telah menjadi teman sejak SMP dan terus ada hingga saat ini.
13. Teman-teman Administrasi Bisnis yang telah memberikan kesan dan telah menjadi bagian dari cerita perkuliahan saya
14. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat ditulis satu persatu, terima kasih atas bantuan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan baik dalam isi maupun sistematikanya, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang membangun selalu penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Objek Penelitian.....	7
1.5 Batasan Penelitian.....	15
BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI	16
2.1 Teori dan Konsep yang Relevan.....	16
2.1.1 Analisis Laporan Keuangan.....	16
2.1.2 Analisis Rasio Keuangan.....	17
2.1.3 Rasio Profitabilitas.....	19
2.1.4 Theoretical Framework.....	22
2.2 Metodologi Penelitian.....	23
2.2.1 Metode Penelitian.....	23
2.2.2 Instrumentasi Penelitian.....	23
2.2.3 Proses Pengumpulan Data.....	27
2.3 Teknik Analisis Data.....	28
2.3.1 Statistik Deskriptif.....	29
2.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	30
2.3.3 Uji Hipotesis.....	32
BAB 3 HASIL DAN TEMUAN	35
3.1 Hasil Penelitian.....	35
3.1.1 Rasio Profitabilitas Perusahaan Sektor Telekomunikasi Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19.....	35
3.1.2 Statistik Deskriptif.....	48
3.1.3 Uji Normalitas.....	51
3.1.4 Uji Homogenitas.....	54
3.1.5 Uji Beda.....	57
3.2 Pembahasan.....	72
3.2.1 Perbandingan Rasio Gross Profit Margin.....	72

3.2.2 Perbandingan Rasio Net Profit Margin.....	75
3.2.3 Perbandingan Rasio Return on Assets.....	78
3.2.4 Perbandingan Rasio Return on Equity.....	81
3.2.5 Perbandingan Rasio Return on Sales.....	84
BAB 4 KESIMPULAN DAN IMPLIKASI.....	88
4.1 Kesimpulan.....	88
4.2 Rekomendasi.....	90
4.3 Implikasi.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Perusahaan Sektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI.....	2
Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel.....	24
Tabel 2.2 Populasi Penelitian.....	26
Tabel 2.3 Sampel Penelitian.....	27
Tabel 3.1 Statistik Deskriptif.....	48
Tabel 3.2 Uji Normalitas Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19.....	51
Tabel 3.3 Uji Homogenitas Gross Profit Margin Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19.....	54
Tabel 3.4 Uji Homogenitas Net Profit Margin Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19.....	55
Tabel 3.5 Uji Homogenitas Return on Assets Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19.....	55
Tabel 3.6 Uji Homogenitas Return on Equity Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19.....	56
Tabel 3.7 Uji Homogenitas Return on Sales Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19.....	56
Tabel 3.8 Hasil Pengujian ANOVA Gross Profit Margin Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19.....	57
Tabel 3.9 Hasil Pengujian ANOVA Net Profit Margin Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19.....	58
Tabel 3.10 Hasil Pengujian ANOVA Return on Assets Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19.....	58
Tabel 3.11 Hasil Pengujian ANOVA Return on Equity Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19.....	59
Tabel 3.12 Hasil Pengujian ANOVA Return on Sales Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19.....	60
Tabel 3.13 Uji Post Hoc Test Sebelum, Saat dan Sesudah Pandemi COVID-19.....	61
Tabel 3.14 Uji Post Hoc Test Terhadap Gross Profit Margin Sebelum Pandemi COVID-19.....	63
Tabel 3.15 Uji Post Hoc Test Terhadap Gross Profit Margin Saat Pandemi COVID-19.....	64
Tabel 3.16 Uji Post Hoc Test Terhadap Gross Profit Margin Sesudah Pandemi COVID-19.....	64
Tabel 3.17 Uji Post Hoc Test Terhadap Net Profit Margin Sebelum Pandemi COVID-19.....	65
Tabel 3.18 Uji Post Hoc Test Terhadap Net Profit Margin Saat Pandemi COVID-19.....	66
Tabel 3.19 Uji Post Hoc Test Terhadap Net Profit Margin Sesudah Pandemi COVID-19.....	66
Tabel 3.20 Uji Post Hoc Test Terhadap Return on Assets Sebelum Pandemi COVID-19.....	67
Tabel 3.21 Uji Post Hoc Test Terhadap Return on Assets Saat Pandemi COVID-19.....	67
Tabel 3.22 Uji Post Hoc Test Terhadap Return on Assets Sesudah Pandemi COVID-19.....	68
Tabel 3.23 Uji Post Hoc Test Terhadap Return on Equity Sebelum Pandemi COVID-19.....	69
Tabel 3.24 Uji Post Hoc Test Terhadap Return on Equity Saat Pandemi COVID-19.....	69
Tabel 3.25 Uji Post Hoc Test Terhadap Return on Equity Sesudah Pandemi COVID-19.....	70
Tabel 3.26 Uji Post Hoc Test Terhadap Return on Sales Sebelum Pandemi COVID-19.....	71
Tabel 3.27 Uji Post Hoc Test Terhadap Return on Sales Saat Pandemi COVID-19.....	71
Tabel 3.28 Uji Post Hoc Test Terhadap Return on Sales Sesudah Pandemi COVID-19.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo PT XL Axiata Tbk.....	8
Gambar 1.2 Logo PT Smartfren Tbk.....	10
Gambar 1.3 Logo PT Indosat Tbk.....	12
Gambar 1.4 Logo PT Telkom Indonesia Tbk.....	13
Gambar 2.1 Theoretical Framework.....	22
Gambar 2.2 Proses Pengumpulan Data.....	27
Gambar 3.1 Grafik Rasio Gross Profit Margin PT XL Axiata Tbk, PT Smartfren Tbk, PT Indosat Tbk, dan PT Telkom Indonesia Tbk Sebelum Pandemi COVID-19.....	36
Gambar 3.2 Grafik Rasio Net Profit Margin PT XL Axiata Tbk, PT Smartfren Tbk, PT Indosat Tbk, dan PT Telkom Indonesia Tbk Sebelum Pandemi COVID-19.....	39
Gambar 3.3 Grafik Rasio Return on Assets PT XL Axiata Tbk, PT Smartfren Tbk, PT Indosat Tbk, dan PT Telkom Indonesia Tbk Sebelum Pandemi COVID-19.....	41
Gambar 3.4 Grafik Rasio Return on Equity PT XL Axiata Tbk, PT Smartfren Tbk, PT Indosat Tbk, dan PT Telkom Indonesia Tbk Sebelum Pandemi COVID-19.....	44
Gambar 3.5 Grafik Rasio Return on Sales PT XL Axiata Tbk, PT Smartfren Tbk, PT Indosat Tbk, dan PT Telkom Indonesia Tbk Sebelum Pandemi COVID-19.....	46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia menjadi salah satu negara yang terkena dampak pandemi sejak pertama kali kasusnya diumumkan pada 2 Maret 2020 oleh Presiden Joko Widodo (Djalante et al., 2020). Dalam menghadapi fenomena ini, pemerintah telah membuat kebijakan untuk mengatasi permasalahan ini dengan memberlakukan *Social Distancing* untuk seluruh masyarakat sejauh minimal dua meter yang bertujuan untuk menjaga jarak aman untuk tidak melakukan kontak langsung dengan orang lain dan menghindari pertemuan massal (Buana D.R, 2020). Kebijakan tersebut memberi dampak negatif hampir di seluruh sektor di seluruh dunia, termasuk ekonomi, pariwisata, transportasi hingga sosial. Khusus sektor ekonomi bisnis, pemerintah Indonesia maupun perusahaan harus membuat regulasi atau kebijakan baru (strategi bisnis) untuk menyeimbangkan jalannya bisnis sebagai akibat dari Pandemi COVID-19 ini. Sebaliknya, pada sektor telekomunikasi, pandemi justru memberikan peluang bisnis baru sebagai akibat diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB). PSBB membuat masyarakat menjadi sulit bersosialisasi secara tatap muka, sehingga sosialisasi virtual menjadi satu-satunya. Untuk dapat terkoneksi secara virtual, dibutuhkan jaringan dan paket data, akibatnya beberapa perusahaan provider telekomunikasi seperti Indosat, Telkom, XL dan FREN mengalami kenaikan penjualan dan profit yang signifikan.

Sektor Telekomunikasi menjadi salah satu sektor usaha di bidang teknologi, lewat penawaran produk dan layanan telekomunikasi, membantu perekonomian Indonesia saat

Pandemi COVID-19 terjadi. Pada awal tahun 2019 minat masyarakat terhadap penggunaan produk dan layanan telekomunikasi masih rendah, dilihat dari Pendapatan Penjualan Sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Tabel 1.1 Pendapatan Perusahaan Sektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI

KODE	PENDAPATAN						
	2019	selisih	2020	selisih	2021	selisih	2022
EXCL	25,132,628,000,000	3.37%	26,009,095,000,000	2.78%	26,754,050,000,000	8.19%	29,141,994,000,000
FREN	6,987,804,620,572	25.72%	9,407,882,876,396	10.03%	10,456,828,821,565	6.66%	11,202,578,877,954
ISAT	26,117,533,000,000	6.47%	27,925,661,000,000	11.03%	31,388,311,000,000	32.86%	46,752,319,000,000
TLKM	135,567,000,000,000	0.66%	136,462,000,000,000	4.71%	143,210,000,000,000	2.78%	147,306,000,000,000

Sumber : Data olahan penulis, 2023

Tabel 1.1 merupakan data pendapatan dari empat perusahaan sektor telekomunikasi pada tahun 2019, 2020, 2021, dan 2022. Terdapat kenaikan pendapatan yang signifikan saat memasuki awal pandemi, seperti PT. XL Axiata Tbk. (Hingga di tahun 2020 hingga 2021 saat terjadi Pandemi COVID-19 pendapatan terus meningkat sebesar 11,0EXCL) yang mengalami kenaikan tertinggi hingga 37% diikuti dengan PT. Smartfren Telecom Tbk. (FREN) yang mengalami kenaikan sebesar 25,72%. 3% oleh PT. Indosat Tbk. (ISAT) sebagai yang terbesar lalu diikuti dengan PT. Smartfren Telecom Tbk. (FREN) sebesar 11,03%. Tahun 2022 yaitu pasca pandemi pendapatan perusahaan di sektor ini rata-rata tetap mengalami kenaikan namun tidak sebesar di tahun sebelumnya yaitu yang terkecil oleh PT. Telkom Indonesia Tbk. (TLKM) sebesar 2,78%.

Penerapan kebijakan *social distancing* di masa itu membuat kantor menerapkan pertemuan tatap muka secara virtual dengan rekan kerja, kerabat, dan keluarga. *Social distancing* mendorong penggunaan produk dan layanan telekomunikasi meningkat secara

signifikan. Penerapan kebijakan pembatasan sosial dari sisi bisnis menjadikan perusahaan telekomunikasi mencetak kenaikan kinerja keuangan. Pasca Pandemi COVID-19 secara tidak langsung membentuk perilaku masyarakat baru dan mempengaruhi pasar secara tidak langsung. Salah satu bentuk perubahan yang terjadi saat pandemi dan masih berlangsung sampai saat ini adalah kebiasaan ‘rapat virtual’ masih dijalankan di banyak perusahaan, kebutuhan privasi data, meningkatnya pengalaman perbankan digital, munculnya konferensi virtual. Untuk menopang kebutuhan akan digitalisasi, perlu adanya teknologi pendukung. Masyarakat mulai bergantung pada produk dan layanan telekomunikasi. Perilaku baru yang muncul saat pandemi dan melekat pada masyarakat sampai saat ini adalah *work from home* dan *work from anywhere* karena dirasa lebih efisien dan efektif. Selain itu, kebiasaan belanja online juga mengalami peningkatan dan banyak dilakukan oleh Gen Z dan Gen Milenial. Beberapa bentuk pembelajaran juga masih ada yang menerapkan *online learning*.

Permintaan masyarakat semakin tinggi terhadap layanan telekomunikasi karena kebutuhan masyarakat akan gaya hidup digital dengan akses data internet selama Pandemi COVID-19 mendorong peningkatan kinerja emiten sektor telekomunikasi. Turina Farouk, SVP-Head of Corporate Communications PT Indosat Tbk. (ISAT) mengungkapkan bahwa selama masa pandemi ini Indosat mencatat kenaikan signifikan khususnya aplikasi pada *messaging, social media, video streaming* hingga pada aplikasi *gaming*. Berdasarkan persentase wilayah operasional Telkomsel di Sumatera bagian Utara juga Selatan dan Jawa Barat mengalami peningkatan penggunaan layanan data dengan pertumbuhan sekitar 35% dibanding hari normal (Setyanto, 2020). Dengan adanya pertumbuhan yang signifikan tersebut Head of Equity Research PT BNI

Sekuritas, Kim kwie Sjamsudin merekomendasikan saham telekomunikasi karena dengan adanya pertumbuhan layanan telekomunikasi dan penggunaan internet akan terus meningkat dan menghadirkan peluang besar untuk berpotensi tumbuh di era normal baru. (Sidik, 2020)

Dengan adanya permintaan konsumen yang meningkat pada kebutuhan layanan telekomunikasi maka secara langsung sektor telekomunikasi di Indonesia berkembang pesat dari tahun ke tahun terlepas dari adanya berbagai tantangan yang harus dihadapi. Hal ini membuat sektor telekomunikasi mengalami perkembangan dengan terus menyempurnakan layanan dan produk yang mereka tawarkan pada konsumen. Sebanyak 52% pelaku usaha sektor telekomunikasi mengalami kenaikan hingga 14% dibandingkan tahun sebelumnya dengan tingkat optimisme mencapai angka 43%. Adanya peningkatan penghasilan tersebut dihasilkan dari tingginya permintaan konsumen, hasil survei global Grant Thornton. (Cahyadi, 2021)

Salah satu indikator kinerja bisnis dapat dilihat dari kinerja keuangan, seperti penempatan modal, kegiatan arus kas, pengendalian piutang baik jangka pendek dan panjang, pengendalian utang jangka pendek dan panjang, pemanfaatan aset dan kegiatan operasional finansial lainnya. Dengan adanya kenaikan permintaan konsumen terhadap layanan atau produk perusahaan telekomunikasi secara tidak langsung membuat operasional finansial perusahaan menjadi lebih kompleks. Pada saat pandemi, belanja modal perusahaan mengalami kenaikan karena adanya tuntutan pelanggan lama dan pelanggan baru akibat pemberlakuan *social distancing*. Setelah pandemi, kebiasaan yang terbentuk juga tidak banyak mengalami perubahan, justru semakin menuntut peningkatan kualitas layanan telekomunikasi yang diberikan. Akibatnya, perusahaan perlu

memperhatikan kinerja keuangan ini untuk tetap beriringan dengan permintaan konsumen agar tetap menjadi seimbang terhadap apa yang didapat dan dikeluarkan oleh perusahaan.

Kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat dari analisis kinerja rasio keuangan perusahaan, seperti rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu (Kasmir 2019:144). Rasio profitabilitas pada dasarnya melihat kinerja keuangan dari empat jenis rasio yaitu *Gross Profit Margin*, *Net Profit Margin*, *ROA* dan *ROE*. *Gross Profit Margin* ditujukan untuk melihat bagaimana pencapaian laba kotor perusahaan; *Net Profit Margin* melihat pencapaian laba bersih yang didapatkan perusahaan; *Return on Assets* (ROA) untuk mengetahui kepemilikan aset yang dimiliki perusahaan; *Return on Equity* untuk mengetahui kepemilikan ekuitas perusahaan dan *Return on Sales* yaitu menghitung bagaimana pendapatan penjualan perusahaan terhadap laba yang didapat perusahaan.

Pandemi memberikan tiga warna capaian kinerja profitabilitas yang dilihat secara fase sebelum terjadi pandemi, saat terjadi pandemi dan berakhirnya pandemi. Dalam tiga fase yang dihadapi oleh perusahaan telekomunikasi ini pastinya memiliki hasil yang cukup signifikan, dimana pada sebelum Pandemi COVID-19 permintaan masyarakat masih rendah karena masyarakat belum memiliki minat terhadap layanan dan produk telekomunikasi. Diketahui bahwa PT Telkom Indonesia Tbk tahun 2020-2021 yaitu 38.25% dan PT Indosat Tbk mengalami kerugian drastis di tahun 2020 sebesar 52.03% dan mampu menaikkan laba kembali pada kisaran 88% selama tahun 2021. Dari data laporan tersebut, beberapa perusahaan sektor telekomunikasi yang mengalami fluktuasi laba menjadi bukti fenomena kinerja keuangan perusahaan khususnya profitabilitas. Hal tersebut disebabkan adanya penggunaan akses digital yang dianggap naik semasa

pandemi. (Esomar & Christianity, 2021). Hingga saat terjadi Pandemi COVID-19 mengalami peningkatan minat dengan pesat karena produk dan layanan telekomunikasi ini menjadi salah satu kebutuhan penting saat itu sehingga seluruh masyarakat memutuskan untuk membeli maupun berlangganan pada perusahaan telekomunikasi. Setelah satu tahun kebelakang saat Pandemi COVID-19 sudah mereda, situasi menjadi normal kembali namun perilaku masyarakat yang timbul menjadi keberlanjutan akibat Pandemi COVID-19 untuk tetap menjadikan produk atau layanan telekomunikasi ini menjadi kebutuhan penting untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Menurut Direktur Jenderal Aplikasi dan Informatika Kominfo, Samuel Abrijani mengungkapkan sektor teknologi dan telekomunikasi diproyeksikan masih akan tetap tumbuh namun tidak setinggi saat terjadi Pandemi Covid-19 karena berbagai aktivitas masyarakat yang dilakukan secara konvensional dipaksa berubah pada kemunculan pandemi didukung pengguna seluler yang terus meningkat dan masyarakat yang mulai melek digital juga semakin bertambah (Rakhmayanti, 2023). Seharusnya hal tersebut tidak membuat perusahaan telekomunikasi mengalami penurunan pada profitnya yang cukup signifikan jika dibanding saat melihat fase awal yaitu sebelum adanya Pandemi COVID-19.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana rasio profitabilitas perusahaan telekomunikasi sebelum Pandemi COVID-19?
2. Bagaimana rasio profitabilitas perusahaan telekomunikasi saat Pandemi COVID-19?
3. Bagaimana rasio profitabilitas perusahaan telekomunikasi setelah Pandemi COVID-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi dalam pertanyaan, maka terdapat tujuan penelitian dari permasalahan tersebut, diantaranya yaitu :

1. Mengetahui perbandingan dan menganalisis bagaimana rasio profitabilitas perusahaan telekomunikasi sebelum Pandemi COVID-19.
2. Mengetahui perbandingan dan menganalisis bagaimana rasio profitabilitas perusahaan telekomunikasi saat Pandemi COVID-19.
3. Mengetahui perbandingan dan menganalisis bagaimana rasio profitabilitas perusahaan telekomunikasi setelah Pandemi COVID-19.

1.4 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengambil objek perusahaan telekomunikasi di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yaitu Perusahaan Terbuka (PT) yang memiliki saham diperdagangkan di pasar saham dan kepemilikannya tersebar di antara berbagai pemegang saham. Perusahaan tersebut yaitu PT XL Axiata Tbk (EXCL), PT Smartfren Telecom Tbk (FREN), PT Indosat Tbk (ISAT), PT Telkom Indonesia Tbk (TLKM).

1. PT XL Axiata Tbk (EXCL)



Gambar 1.1 Logo PT XL Axiata Tbk
Sumber : <https://www.xlaxiata.co.id/bisnis/>

Merupakan perusahaan telekomunikasi terkemuka di Indonesia didirikan pada tahun 1989 dengan nama PT Grahametropolitan Lestari lalu pada tahun 1995 diubah namanya menjadi PT Excelcomindo Pratama, dan kemudian dikenal dengan nama xl. Pada tahun 2013, setelah pengambilalihan mayoritas saham oleh Axiata Group perusahaan ini menjadi PT XL Axiata Group. Perusahaan ini menyediakan layanan konvergensi dengan jaringan kuat dan pada tahun 2015, mereka memperkenalkan jaringan 4G LTE berkala nasional dan diperluas ke 5G pada Q3 2021. Perusahaan ini memiliki berbagai layanan produk utama yaitu XL Prabayar, XL Prioritas, XL Home, XL Business Solutions, AXIS, dan Line.On. Saat ini, saham PT XL Axiata Tbk dimiliki oleh Axiata Investments (Indonesia) (64.4%) yang tergabung dalam Axiata Group Berhad, Malaysia dan publik (33.6%). Perusahaan ini melakukan merger dengan PT Axis Telekom pada tahun 2013 dan dipertahankan serta memposisikan merek AXIS sebagai produk bagi kelas bawah, anak muda, pengguna data dan bertarif terjangkau dengan pesaingnya yaitu Indosat

sedangkan XL akan diposisikan melawan Telkomsel. Berikut tujuan, visi dan nilai inti PT XL Axiata Tbk :

Tujuan :

Mendekatkan dunia dengan cara yang simpel untuk kehidupan yang lebih baik.

Visi :

Converged operator in Indonesia.

Nilai inti :

1. *Uncompromising integrity*, saya hanya melakukan hal yang benar, bekerja sama dengan tim dan meminta saran atas ketidakjelasan.
2. *Team synergy*, saya mendengarkan, memahami, sebelum mempertanyakan, dan membantu untuk mencapai solusi terbaik.
3. *Simplicity*, melaksanakan dengan cara yang simpel, adaptif, cepat, dan andal.
4. *Exceptional performance*, saya memberikan yang terbaik dan bersama-sama kita akan menang.

Kapitalisasi Pasar PT XL Axiata Tbk menunjukkan nilai pembukaan sebesar 2.070 dan penutupan sebelumnya sebesar 2.070. Dilanjut dengan kapitalisasi pasar sebesar 26.666.676 dengan volume 19.201.100 (saham). Nilai kapitalisasi perusahaan tersebut terdapat pada peringkat kapitalisasi 6 dari 15 pasar industri terkait dan 72 dari 903 dari pasar semua perusahaan. Hingga 8 Desember 2023 PT XL Axiata Tbk berhasil mendapatkan nilai transaksi sebesar 13.071.899.648.

2. PT Smartfren Telecom Tbk (FREN)

The logo for PT Smartfren Tbk, featuring the word "smartfren" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letter "n" is followed by a small red square.

Gambar 1.2 Logo PT Smartfren Tbk

Sumber : <https://www.logo.wine/logo/Smartfren>

Didirikan pada tahun 2002 dengan nama PT Mobile-8 Telecom, awalnya berfokus pada layanan telekomunikasi tetap nirkabel dan memasuki pasar telekomunikasi seluler pada tahun 2007 menjadi PT Smart Telecom. Perusahaan ini merupakan satu-satunya perusahaan penyedia layanan di jaringan 4G sepenuhnya dan telah didaulat menjadi official telco partner untuk brand-brand smartphone global ternama. Pada awal juni 2013, Smartfren merilis layanan terbaru yang berlabel SMART PLAN bagi pengguna *smartphone*. Dengan layanan ini pelanggan mendapat paket layanan internet, telepon dan SMS gratis yang dapat digunakan pada operator lain. Maret 2013 juga perusahaan mendapatkan keluhan hingga mencapai 3200 kali melalui akun Facebook resminya karena layanan yang diberikan oleh Smartfren bermasalah hampir di seluruh Indonesia. Layanan yang diberikan PT Smartfren Tbk selain penggunaan provider adalah produk smartphone dan tablet yaitu Andromax V, Andromax C, New Andromax I, Smartfren Andromax U, Alcatel Onetouch D920, HTC One SC dan Windows Phone Huawei Ascend W1-C00 yang dapat

mendukung aktivitas mobile. Produk smartphone dari Smartfren yaitu Windows Phone Huawei Ascend W1-C00 yang pertama diluncurkan berbasis Windows 8. Berikut visi dan misi dari PT Smartfren Tbk :

Visi :

Paling dicintai dan dipercaya oleh pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan.

Misi :

Memperkaya kehidupan pelanggan kami melalui produk dan layanan inovatif yang dimungkinkan oleh jaringan 4G LTE terluas dan paling dapat diandalkan di Indonesia.

Kapitalisasi Pasar PT Smartfren Tbk menunjukkan nilai pembukaan sebesar 52 dan penutupan sebelumnya sebesar 52 Dilanjut dengan kapitalisasi pasar sebesar 17.104.787 dengan volume 154.992.000 (saham). Nilai kapitalisasi perusahaan tersebut terdapat pada peringkat kapitalisasi 7 dari 15 pasar industri terkait dan 93 dari 903 dari pasar semua perusahaan. Hingga 8 Desember 2023 PT Smartfren Tbk berhasil mendapatkan nilai transaksi sebesar 1.011.790.01.

3. PT Indosat Tbk (ISAT)



Gambar 1.3 Logo PT Indosat Tbk

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Indosat_Ooredoo_Hutchison.png

Merupakan perusahaan telekomunikasi yang didirikan sejak tahun 1967 dengan menjadi penyedia layanan telekomunikasi terbesar di Indonesia. PT Telkom Indonesia Tbk (TLKM). Indosat merupakan salah satu pelopor di industri telekomunikasi di Indonesia. Indosat terus melakukan inovasi termasuk pengembangan jaringan 4G dan 5G untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin meningkat. PT indosat menjadi penyedia penuh layanan jaringan (*Full Network Service Provide/FNSP*). Dengan menggabungkan layanan selular, telepon rumah dan MIIDI-nya ke dalam satu organisasi. PT Indosat memposisikan dirinya menjadi penyedia jasa telekomunikasi dengan tawaran produk yang menyeluruh di Indonesia. Berikut visi dan misi dari PT Indosat Tbk :

Visi :

Menjadi perusahaan telekomunikasi digital yang paling dipilih di Indonesia.

Misi :

Menghadirkan pengalaman digital kelas dunia, menghubungkan dan memberdayakan masyarakat Indonesia.

Kapitalisasi Pasar PT Indosat Tbk menunjukkan nilai pembukaan sebesar 9.375 dan penutupan sebelumnya sebesar 9.375. Dilanjut dengan kapitalisasi pasar sebesar 75.990.756 dengan volume 2.794.800 (saham). Nilai kapitalisasi perusahaan tersebut terdapat pada peringkat kapitalisasi 1 dari 15 pasar industri terkait dan 23 dari 903 dari pasar semua

perusahaan. Hingga 8 Desember 2023 PT Indosat Tbk berhasil mendapatkan nilai transaksi sebesar 8.062.680.064.

4. PT Telkom Indonesia Tbk (TLKM)



Gambar 1.4 Logo PT Telkom Indonesia Tbk

Sumber : <https://www.telkom.co.id/sites>

Merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Perusahaan ini merupakan perusahaan telekomunikasi terbesar dan terkemuka di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1856. Telkom juga terlibat dalam pengembangan infrastruktur telekomunikasi, termasuk serat optik dan teknologi broadband yang juga aktif dalam menciptakan solusi digital serta inovasi di berbagai sektor industri. PT Telkom Indonesia Tbk menguasai dan mendominasi lebih dari 60% pangsa pasar *broadband* di Indonesia yang mencapai lebih dari 19 juta pelanggan. Produk yang dimiliki PT Telkom Indonesia Tbk adalah *mobile* melalui entitas anak perusahaan Telkomsel, *fixed service*, *wholesale and international*, *network infrastructure*, *enterprise digital*,

dan *consumer digital*. Berikut *purpose*, visi dan misi dari PT Telkom Indonesia Tbk :

Purpose :

Mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku kepentingan.

Visi :

Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat.

Misi :

1. Mempercepat pembangunan infrastruktur dan *platform digital* cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat
2. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa
3. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

Kapitalisasi Pasar PT XL Axiata Tbk menunjukkan nilai pembukaan sebesar 3.940 dan penutupan sebelumnya sebesar 3.910. Dilanjut dengan kapitalisasi pasar sebesar 390.305.086 dengan volume 61.476.300 (saham). Nilai kapitalisasi perusahaan tersebut terdapat pada peringkat kapitalisasi 1 dari 7 pasar industri terkait dan 6 dari 903 dari pasar semua perusahaan. Hingga 8 Desember 2023, PT Telkom Indonesia Tbk berhasil mendapatkan nilai transaksi sebesar 99.062.202.368.

Dalam analisisnya peneliti akan menganalisis rasio profitabilitas dari tiga fase yang menjadi faktor pada profitabilitas perusahaan. Menggunakan empat perusahaan telekomunikasi besar yang mendominasi di Indonesia sebagai sampel pada tiga periode waktu yang berbeda : sebelum Pandemi COVID-19, saat Pandemi COVID-19, dan setelah Pandemi COVID-19. (rentang waktu tahun 2019 - 2022).

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini akan membatasi analisis laporan keuangan perusahaan pada periode tertentu yaitu sebelum, saat, dan setelah Pandemi COVID-19. Lingkup perusahaan yang akan diteliti akan dibatasi pada sekelompok perusahaan telekomunikasi yang merupakan perusahaan terbuka yang memiliki saham yang kepemilikannya tersebar di pasar saham yaitu empat perusahaan yang mendominasi di Indonesia. Rasio profitabilitas yang akan menjadi fokus yaitu Gross Profit Margin, Net Profit Margin, Return on Assets, Return on Equity, dan Return on Sales.

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini bersumber dari laporan keuangan perusahaan yang dibagikan secara publik dan sumber data lain yang relevan. Pembatasan ini mempertimbangkan keterbatasan akses terhadap data internal perusahaan. Metode analisis akan disusun dengan mengambil pendekatan tren waktu atau perbandingan antara periode yang berbeda. Melalui batasan-batasan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai dampak Pandemi COVID-19 terhadap profitabilitas perusahaan sektor telekomunikasi.