

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di dalam menghadapi era globalisasi, perkembangan dunia perusahaan sangat pesat sehingga menimbulkan persaingan yang ketat dengan perusahaan-perusahaan lainnya untuk meningkatkan kinerjanya dalam menghadapi perkembangan yang selalu berubah dengan cepat dan dinamis. Sebuah perusahaan dikatakan telah menjadi perusahaan publik apabila perusahaan tersebut telah melakukan proses penawaran umum atau disebut dengan *go public*. Banyak alasan yang melatarbelakangi mengapa perusahaan memutuskan untuk menjadi perusahaan publik, salah satunya adalah kemungkinan akses terhadap pihak eksternal, semakin besar dan semakin dikenal oleh banyak pihak. Perusahaan akan disebut dengan perusahaan tercatat jika telah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek.

Menurut Darmadji dan Hendy (dalam Niluh Andayani 2017:2) *Go public* adalah proses pencatatan saham di Bursa Efek selanjutnya akan ditawarkan kepada masyarakat umum. Bagi perusahaan yang telah *go public* laporan keuangan bersifat terbuka, yang berarti laporan keuangan tersebut telah dipublikasikan sehingga dapat dilihat oleh masyarakat umum terutama bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

*Go public* merupakan alternatif yang di pilih oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan modal guna meningkatkan laba yang akan diperoleh. Pelaksanaan *go public* diharapkan dapat memperkuat struktur permodalan perusahaan. Sementara itu sesuai dengan perkembangan perekonomian yang begitu pesat serta kemajuan teknologi, khususnya dalam teknologi komunikasi, maka pemerintah mendirikan industri jasa telekomunikasi di Indonesia yang salah satunya di kenal dengan PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia. Tbk.

PT.Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan penyedia jasa telekomunikasi di Indonesia dengan bidang usaha utamanya yaitu tower telekomunikasi. Sebagai perusahaan yang telah *go public*, PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk diharapkan mempunyai prospek yang lebih baik didunia telekomunikasi untuk masa sekarang dan masa yang akan datang. Berikut dapat dilihat jadwal relisting dari PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

Tabel 1.1  
Jadwal Relisting PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk

No.	Kegiatan	Tahun
1.	Pendirian Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk	27 April 2001
2.	Penawaran Umum atau <i>Go Public</i>	09 April 2018
4.	Pencatatan di Bursa Efek Indonesia (BEI)	09 April 2018

Sumber : idx.co.id dan [www.gihon-indonesia.com](http://www.gihon-indonesia.com),2021.

*Go public* artinya perusahaan telah memutuskan untuk menjual sahamnya kepada publik dan siap untuk dinilai oleh publik secara terbuka. *Go Public* atau penawaran umum merupakan kegiatan yang dilakukan emiten untuk menjual sekuritas kepada masyarakat, berdasarkan tata cara yang diatur undang-undang dan peraturan pelaksanaannya. Dalam tujuan *go public* adalah sebagai salah satu sarana pendanaan jangka panjang. Jangka Panjang maksudnya karena setiap dana yang diperoleh dari investor maka akan terus dan dijadikan sebagai modal kerja oleh perusahaan tersebut. Dan selama perusahaan masih berjalan normal dan sehat maka selama itu pula dananya digunakan.

Kondisi perusahaan yang baik akan menjadi kekuatan perusahaan untuk bertahan dan berkembang untuk mencapai tujuan. Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dimasa sekarang dan masa yang akan datang perusahaan perlu meningkatkan efektifitas dan efisienisi usahanya. Semakin efektif dan efisien pihak manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan, maka akan meningkat pula

kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba atau profit. Untuk mengetahui perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik atau tidak adalah melalui analisis kinerja keuangan. Analisis kinerja keuangan dapat dilakukan berdasarkan analisis rasio keuangan. Maka penulis menggunakan rasio keuangan yang terdiri dari rasio likuiditas dan rasio profitabilitas. Rasio likuiditas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Current Ratio* (CR). Rasio profitabilitas yang akan digunakan adalah *Net Profit Margin* (NPM), *Gross Profit Margin* (GPM), *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE). Penilaian kinerja perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan. Jadi dalam menilai kinerja perusahaan, laporan keuangan dapat digunakan sebagai ukuran atau tolak ukur tertentu. Berikut disajikan kondisi laporan kinerja keuangan sebelum dan sesudah *go public* pada PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia Tbk di tahun 2017 sebelum *go public* dan di tahun 2019 sesudah *go public*.

Table 1.2

Laporan Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah *Go Public*  
 Pada PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia Tbk  
 Tahun 2017 dan 2019

Laporan Keuangan	Tahun		
	Sebelum <i>Go Public</i>	<i>Saat Listing</i>	Sesudah <i>Go Public</i>
	2017	2018	2019
Total Asset	Rp. 423.313.769.000	Rp. 485.156762.000	Rp. 740.433.237.000
CR	31.86 %	72.33 %	66.66 %
NPM	39.36 %	45.46 %	54.77 %
GPM	61.57 %	78.45 %	80.54 %
ROA	8.66 %	10.18 %	8.57 %

ROE	24.54 %	12.60 %	10.56 %
-----	---------	---------	---------

Sumber : PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia. Tbk, data diolah (2021).

Dari Tabel 1.2 dapat dilihat dari kondisi adanya peningkatan pada total asset sebelum *go public* dengan sesudah *go public*. Pada total asset terjadi kenaikan dari Rp. 423.313.769.000 ke Rp. 740.433.237.000. Peningkatan ini menandakan adanya kinerja keuangan yang baik pada PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kondisi ini tentunya akan memberi dampak yang baik pada perusahaan sebab ada nya kenaikan sehingga akan menarik banyak investor untuk memiliki PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Pada sisi *current ratio* terjadi kenaikan *current ratio* pada PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk dari 31.86 % ke 66.66 %. Kondisi ini menandakan adanya kenaikan pada utang perusahaan. Kenaikan ini menandakan bahwa lemah nya kemampuan perusahaan sehingga beban utang perusahaan mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan ini tentunya akan sangat berdampak buruk pada kinerja keuangan perusahaan. Beban utang yang tinggi dapat membuat kinerja perusahaan menurun dan akan berpotensi untuk membuat perusahaan dapat bangkrut. Pada sisi profitabilitas seperti NPM dan GPM perusahaan terlihat adanya kenaikan pada laba bersih dan laba kotor perusahaan. Kenaikan laba bersih dan laba kotor ini akan memberi dampak yang baik bagi perusahaan. Kenaikan akan memberi dampak yang baik pada kinerja keuangan perusahaan. Namun, pada ROA dan ROE perusahaan PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk terjadi penurunan dimana ROA perusahaan mengalami penurunan sedikit dan ROE perusahaan mengalami penurunan yang cukup tinggi dimana ROE turun dari 24.54 % ke 10.56 %. Dengan adanya penurunan ini menandakan bahwa lemah nya kinerja keuangan PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk sehingga akan memberi dampak yang buruk pada perusahaan ke depannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

**“ Analisis Kinerja Keuangan Sebelum Dan Sesudah *Go Public* (Studi Kasus Pada PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk ) ”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja keuangan PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk sebelum melakukan *go public*?
2. Bagaimana kinerja keuangan PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk sesudah melakukan *go public*?
3. Apakah terdapat perbedaan kinerja keuangan yang peningkatannya signifikan sebelum dan sesudah melakukan *go public* pada PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Kinerja keuangan PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk sebelum melakukan *go public*.
2. Kinerja keuangan PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk sesudah melakukan *go public*.
3. Perbedaan kinerja keuangan sebelum dan sesudah melakukan *go public* pada PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan untuk membuat keputusan investasi pada saat membeli saham PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk dengan tujuan memperoleh return yang diharapkan.

2. Perusahaan

Bagi perusahaan yang bersangkutan, dapat dijadikan sebagai acuan dalam memperbaiki kinerja keuangannya, dalam menetapkan kebijakan-kebijakan pengambilan keputusan dengan peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

3. Akademis

Sebagai tambahan sumber informasi tambahan referensi dan literature dibidang masalah keuangan, jika dilihat dari rasio keuangan, sehingga lebih lanjut bermanfaat bagi penelitian berikutnya yang berkaitan

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 LANDASAN TEORI**

##### **2.1.1 Pengertian *Go Public***

*Go Public* merupakan peristiwa penting dalam perusahaan. *Go public* atau penawaran umum adalah kegiatan penawaran efek yang dilakukan oleh emiten untuk menjual efek kepada masyarakat berdasarkan tata cara yang diatur dalam undang-undang dan peraturan pelaksanaannya. *Go Public* adalah salah satu cara perusahaan mendapatkan dana dalam rangka ekspansi usahanya dengan melakukan penawaran umum saham atau sekarang lebih dikenal dengan istilah *Initial Public Offering* (IPO). Istilah *go public* atau IPO tidak lain adalah istilah hukum yang ditujukan bagi kegiatan suatu emiten untuk memasarkan, menawarkan dan menjual saham-saham dan obligasi kepada masyarakat umum. Dalam istilah pasar modal, *go public* sering disebut sebagai IPO (*Initial Public Offering*), yaitu penawaran pasar perdana kepada masyarakat.

Menurut Sunariyah, (2010:20), *go public* atau perusahaan terbuka adalah peristiwa penawaran saham yang dilakukan oleh perusahaan (emiten) kepada masyarakat umum (investor) untuk pertama kalinya. Hal ini berarti bahwa perusahaan tersebut sudah merupakan milik masyarakat pemegang saham dari perusahaan yang bersangkutan. Secara mudah perusahaan yang sudah *go public* mudah dikenali oleh masyarakat, karena di belakang nama perusahaan ditambahkan istilah “Tbk” (terbuka), sedangkan dalam bahasa Inggris ditambahkan istilah “Plc” (*Public Listed Company*). *Go public* mempunyai makna kesediaan pemegang saham mayoritas atau pendiri untuk mengajak masyarakat menjadi pemegang saham perusahaan, bukan sekedar menjual saham perusahaan ke masyarakat luas melainkan juga menerbitkan saham baru dan menjualnya. Dana yang didapatkan digunakan untuk kepentingan pengembangan perusahaan yaitu untuk ekspansi hingga membayar hutang.

Salah satu ketentuan dalam melakukan penawaran umum adalah perusahaan harus terbuka terhadap segala aspek dalam perusahaan. Keterbukaan informasi (transparansi) menjadi awal dari pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*). Pengelolaan perusahaan yang baik seharusnya dapat meningkatkan produktivitas perusahaan. Produktivitas yang meningkat disertai dengan meningkatnya hasil penjualan dan juga kemampuan perusahaan dalam meminimalkan beban yang menyertainya diharapkan dapat berdampak positif terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan.

#### 2.1.2 Manfaat *Go Public*

Manfaat *go public* menurut panduan *go public* Bursa Efek Jakarta dalam (Inayah, 2011:9) adalah sebagai berikut :

1. Memperoleh sumber pendanaan baru.
2. Memberikan *competitive advantage* untuk pengembangan usaha.
3. Melakukan merger atau akuisisi perusahaan lain dengan pembiayaan melalui penerbitan saham baru.
4. Peningkatan kemampuan *going concern*. Kemampuan *going concern* bagi perusahaan adalah kemampuan untuk tetap dapat bertahan dalam kondisi apapun.
5. Meningkatkan citra dan nilai perusahaan. Dengan *go public*, perusahaan akan selalu mendapat perhatian dari media dan komunitas keuangan.
6. Memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk turut serta memiliki saham perusahaan

#### 2.1.3 Keuntungan dan Kerugian Penawaran Umum atau *Go Public*

Perusahaan-perusahaan yang hendak melakukan penawaran umum perlu mempertimbangkan beberapa faktor untung dan rugi dari penawaran umum atau *go public*. Adapun keuntungan dari *go public* diantaranya adalah :

1. Kemudahan meningkatkan modal dimasa mendatang
2. Meningkatkan likuiditas bagi pemegang saham
3. Nilai pasar perusahaan diketahui

4. Dapat melakukan penawaran efek di pasar sekunder
5. Meningkatkan publisitas perusahaan
6. Kemampuan untuk mengadopsi karyawan dengan menaarkan opsi

Disamping keuntungan dari *go public*, juga terdapat beberapa kerugian yang timbul yaitu sebagai berikut :

1. Biaya laporan yang meningkat karena perusahaan memiliki kewajiban untuk menyerahkan laporan kuartal dan tahunan kepada regulator
2. Ketakutan untuk diambil alih
3. Adanya tambahan biaya untuk mendaftarkan efek pada penawaran umum
4. Hilangnya kontrol terhadap persoalan manajemen, karena terjadi dilusi kepemilikan saham.
5. Keharusan untuk mengumumkan besarnya pendapatan perusahaan dan pembagian deviden.

#### 2.1.4 Proses *Go Public*

Proses *go public*, secara sederhana dikatakan sebagai kegiatan penawaran saham atau efek lainnya yang dilakukan oleh emiten untuk menjual saham atau efek kepada masyarakat berdasarkan tata cara yang diatur oleh UU pasar modal dan peraturan pelaksanaannya. Dalam melakukan *go public* atau penawaran umum dapat dikelompokkan menjadi 4 tahap Nor Hadi, tahapan-tahapan yang dilalui oleh perusahaan yang melakukan *go public* yaitu :

##### 1. Tahapan persiapan

Tahapan ini merupakan tahapan awal dalam rangka mempersiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan proses *go public*. Pada tahap persiapan ini yang paling utama yang harus dilakukan perusahaan adalah melakukan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). RUPS bagi sebuah perusahaan merupakan hak penting dan merupakan kaidah yang diatur dari UU persero terbatas. Setelah memperoleh persetujuan dari pemegang saham, perusahaan segera menghubungi dan memilih menjamin emisi yang akan menjamin *feel* saat *go public*.

## 2. Tahapan pengajuan pernyataan pendaftaran

Struktur pasar modal setelah dikeluarkannya Undang-undang No.21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah lembaga yang independen dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya, bebas dari campur tangan lain, kecuali untuk hal-hal yang secara tegas diatur dalam undang-undang Nomor 21 Tahun 2011. Dalam hal ini Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berfungsi untuk menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan dalam sektor keuangan.

## 3. Tahapan penjualan saham

Dalam konteks penjualan saham melalui mekanisme *go public* disebut dengan penjualan saham dipasar perdana atau biasa disebut dengan pasar perdana. Penjualan saham dalam pasar perdana mekanismenya diatur oleh penjamin emisi. Perusahaan yang akan tercatat di Bursa Efek Indonesia penjualan saham dalam *go public* ini, waktunya relative terbatas atau tiga hari saja. Hingga tahap *go public* ini, perusahaan sudah dinyatakan sebagai perusahaan umum atau publik. Gelar di belakang perusahaan menjadi Tbk (singkatan dari terbuka).

## 4. Tahapan pencatatan di Bursa Efek Indonesia

Setelah melakukan *go public* atau penawaran umum, perusahaan yang sudah menjadi emiten itu akan langsung akan mencatatkan sahamnya maka perlu diperhatikan adalah apakah perusahaan yang melakukan *go public* tersebut memenuhi ketentuan dan persyaratan yang berlaku di Bursa Efek Indonesia.

### **2.2 Konsekuensi *Go Public***

Keputusan perusahaan untuk *go public* selain memberikan manfaat yang sangat besar, juga memberikan konsekuensi yang besar pula menurut panduan *go public* Bursa Efek Jakarta dalam (Inayah, 2011), yaitu :

1. Berbagi kepemilikan yaitu dengan menjual saham kepada publik, maka persentase kepemilikan pemegang saham pendiri akan berkurang. Banyak perusahaan yang hendak *go public* merasa khawatir kehilangan kontrol atau kendali perusahaan.
2. Mematuhi peraturan pasar modal yang berlaku.
3. Pasar modal menerbitkan berbagai peraturan yang pada dasarnya akan membantu perusahaan untuk dapat berkembang dengan cara yang baik di masa mendatang.
4. Untuk mendapatkan modal dari masyarakat bagi perusahaan maksudnya perusahaan yang menjual sahamnya dimasyarakat akan dapat menerima keuntungan atau dana yang lebih besar.

#### 2.2.1 Alasan Perusahaan *Go Public*

Penawaran umum atau di sebut dengan *Go Public* adalah salah satu strategi perusahaan untuk mendapatkan tambahan modal. Ada lima tujuan perusahaan melakukan untuk menawarkan sahamnya kepada masyarakat yaitu sebagai berikut:

1. Memperbaiki struktur modal
2. Meningkatkan kapasitas produksi
3. Perluasan pemasaran
4. Memperluas hubungan bisnis
5. Meningkatkan kualitas manajemen

#### 2.2.2 Perbedaan Perusahaan *Go Public* dan Perusahaan Yang Tidak *Go Public*

Menurut Tjipto Darmaji dalam Nurliah (2012:30), adapun perbedaan perusahaan *go public* dan perusahaan yang tidak *go public* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2.1

Perbedaan perusahaan *Go Public* dan Perusahaan yang Tidak *Go Public*

No	Aspek	Perusahaan <i>Go Public</i>	Perusahaan Tidak <i>Go Public</i>
1	Persyaratan pengungkapan minimum	Mutlak ditaati	Tidak mutlak
2	Jumlah pemegang saham	Lebih dari 300 pemegang saham	Biasanya terbatas
3	Kewajiban menyampaikan laporan	Mutlak	Tidak mutlak
4	Pemisahan antara pemilik dan manajemen	Merupakan kebutuhan	Buka kebutuhan mendesak
5	Penggantian kepemilikan saham	Tinggi	Rendah
6	Tindakan manajemen	Menjadi perhatian masyarakat	Tidak selalu menarik perhatian masyarakat

Sumber: Tjipto Darmadji dalam Nurliah, (2012:30)

## 2.3 Kinerja Keuangan

### 2.3.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan gambaran dari pencapaian keberhasilan perusahaan, dapat diartikan sebagai hasil yang telah dicapai atas berbagai aktivitas yang telah dilakukan. Ketajaman hasil suatu analisis keuangan sangat bergantung pada beberapa faktor diantaranya kelengkapan tingkat terperinci data dan metode pengklasifikasian informasi. Kinerja perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan tersebut beroperasi secara efektif dan efisien untuk menghasilkan laba yang optimal. Menurut Harmono dalam Fitri Hutabarat (2018:15), kinerja keuangan merupakan usaha yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk mengetahui kinerja perusahaan untuk mengetahui kinerja suatu perusahaan

dengan mengevaluasi efektivitas dan efisiensi dari aktivitas perusahaan pada masa periode tertentu. Kinerja keuangan juga merupakan sebagai suatu prospek atau masa depan perusahaan dalam pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.

Ada beberapa tahap dalam menganalisa kinerja keuangan suatu perusahaan secara umum, diantaranya, melakukan *review* terhadap data laporan keuangan, melakukan perbandingan terhadap hasil hitungan yang diperoleh, melakukan penafsiran terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan, dan mencari dan memberikan pemecahan masalah terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan Menurut Rudianto (2013:189), kinerja keuangan merupakan hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu. Kinerja keuangan perusahaan adalah prestasi yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan dalam perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat melihat prospek, pertumbuhan dan potensi perkembangan baik perusahaan dengan mengandalkan sumber daya yang ada. Tujuan analisis keuangan adalah untuk membantu menunjukkan kelemahan dan kekuatan dalam bidang fungsional dari sudut pandang kondisi.

Analisis keuangan merupakan salah satu saran paling penting untuk menilai kekuatan perusahaan tersebut. Analisis keuangan menyediakan suatu ukuran bagi manajer tentang jalannya perusahaan dibandingkan dengan prestasinya pada tahun-tahun yang lalu dan dengan pesaingnya. Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila telah mencapai standard dan tujuan yang telah ditetapkan. Untuk menilai kondisi keuangan dan prestasi perusahaan, analisis keuangan memerlukan beberapa tolak ukur. Tolak ukur yang sering digunakan adalah rasio atau disebut indeks, yang menghubungkan dua data keuangan yang satu dengan yang lainnya. Analisis rasio keuangan dapat memperbandingkan rasio sekarang dengan yang lalu dan yang akan datang untuk perusahaan yang sama (perbandingan internal).

Jika rasio keuangan disajikan dalam bentuk suatu daftar untuk periode beberapa tahun, perubahan-perubahan dan menetapkan apakah telah terdapat suatu perbaikan atau bahkan sebaliknya didalam kondisi keuangan dan prestasi

perusahaan selama jangka waktu tersebut. Kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu aspek penilaian yang fundamental mengenai kondisi keuangan perusahaan yang dapat dilakukan berdasarkan analisis terhadap rasio-rasio keuangan perusahaan yang dilihat dari rasio-rasio keuangan likuiditas, leverage, dan profitabilitas.

Dengan menggunakan metode analisis seperti rasio-rasio ini akan dapat menjelaskan atau memberikan gambaran tentang baik atau buruknya keadaan atau posisi keuangan suatu perusahaan. Dengan rasio keuangan pula dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan keuangan perusahaan. Untuk melakukan analisis terhadap rasio-rasio keuangan, dibutuhkan rasio-rasio keuangan yang mencerminkan aspek-aspek tertentu.

Secara umum dapat dikatakan bahwa kinerja keuangan adalah prestasi yang dapat dicapai oleh perusahaan dibidang keuangan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan. Disisi lain kinerja keuangan menggambarkan kekuatan struktur keuangan suatu perusahaan dan sejauh mana aset yang tersedia, perusahaan sanggup meraih keuntungan. Hal ini berkaitan erat dengan kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien.

### 2.3.2 Pengukuran Kinerja Keuangan

Menurut Hery (2015:25), pengukuran kinerja keuangan merupakan suatu usaha formal untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dan posisi kas tertentu. Dengan pengukuran kinerja keuangan ini dapat dilihat dari prospek pertumbuhan dan perkembangan keuangan perusahaan dari mengandalkan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dikatakan berhasil apabila perusahaan telah mencapai suatu kinerja tertentu telah ditetapkan.

Pengukuran kinerja keuangan berperan penting sebagai sarana atau indikator dalam rangka memperbaiki kegiatan operasional perusahaan. Dengan perbaikan kinerja operasional diharapkan bahwa perusahaan dapat mengalami

pertumbuhan keuangan yang lebih baik dan dapat bersaing dengan perusahaan lain lewat efisiensi dan efektifitas.

### 2.3.3. Manfaat Kinerja Keuangan

Manfaat penilaian kinerja keuangan menurut Marsel Pogoh dalam Fitri Hutabarat (2018:16), pengukuran kinerja keuangan dapat dimanfaatkan oleh manajemen untuk :

1. Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara maksimum.
2. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
3. Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.
4. Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.

## 2.4 Analisis Laporan Keuangan

### 2.4.1 Pengertian Laporan Keuangan

Menurut Hery (2015:132), analisis laporan keuangan merupakan suatu proses untuk membedah laporan keuangan ke dalam unsur-unsurnya dan menelaah masing-masing dari unsur tersebut dengan tujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman yang baik dalam laporan keuangan itu sendiri. Analisis laporan keuangan dapat membantu manajemen untuk mengidentifikasi kekurangan dan kelemahan yang ada dan kemudian membuat keputusan yang rasional untuk memperbaiki kinerja perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Harahap (2014:25), mengatakan bahwa kegiatan analisis laporan keuangan merupakan salah satu media untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak, lebih baik, akurat, dan dijadikan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan.

Dalam hal laporan keuangan, sudah merupakan kewajiban setiap perusahaan untuk membuat dan melaporkan keuangan perusahaannya pada suatu periode tertentu. Dengan adanya laporan keuangan, dapat diketahui posisi perusahaan terkini setelah menganalisis laporan keuangan tersebut dianalisis. Laporan keuangan berfungsi sebagai alat informasi yang menghubungkan perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan, yang menunjukkan kondisi Kesehatan keuangan perusahaan dan kinerja perusahaan.

#### 2.4.2 Tujuan dan Manfaat Analisis Laporan Keuangan

Secara umum, tujuan dan manfaat dari dilakukannya analisis laporan keuangan adalah :

1. Untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu, baik aset, liabilitas, ekuitas, maupun hasil usaha yang telah dicapai selama beberapa periode.
2. Untuk mengetahui kelemahan-kelemahan yang menjadi kekurangan perusahaan.
3. Untuk mengetahui kekuatan-kekuatan yang menjadi keunggulan perusahaan.
4. Untuk menentukan langkah-langkah perbaikan yang perlu dilakukan dimasa mendatang, khususnya yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan saat ini.
5. Untuk melakukan penilaian kinerja manajemen.
6. Sebagai pembanding dengan perusahaan sejenis, terutama mengenai hasil yang telah dicapai.

Menurut Hery (2016:133), adapun tujuan dan manfaat dari dilakukannya analisis laporan keuangan adalah :

1. Untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu, baik aset, liabilitas, ekuitas, maupun hasil usaha yang telah dicapai selama beberapa periode.

2. Untuk mengetahui kelemahan-kelemahan yang menjadi kekurangan perusahaan.
3. Untuk mengetahui kekuatan-kekuatan yang menjadi keunggulan perusahaan.
4. Untuk menentukan langkah-langkah perbaikan yang perlu dilakukan di masa mendatang, khususnya yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan saat ini.
5. Untuk melakukan penilaian kinerja manajemen.
6. Sebagai perbandingan dengan perusahaan sejenis, terutama mengenai hasil yang telah dicapai.

#### 2.4.3 Hasil Analisis Perbandingan Laporan Keuangan

Menurut Khasmir (2011:7), hasil perbandingan laporan keuangan dapat ditunjukkan dalam bentuk :

1. Jumlah dalam rupiah
2. Jumlah penurunan dalam rupiah
3. Jumlah kenaikan dalam rupiah
4. Perbandingan dalam presentase
5. Perbandingan dalam bentuk rasio

### **2.5 Analisis Rasio Keuangan**

#### 2.5.1 Pengertian Rasio Keuangan

Analisis rasio adalah suatu angka yang menunjukkan hubungan antara unsur-unsur dalam laporan keuangan. Analisis rasio dapat di tinjau dari berbagai sudut dengan kepentingannya. Menurut Horne dan John (2012:163), rasio keuangan adalah indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi dan diperoleh dengan membagi satu angka lainnya. Rasio keuangan adalah alat ukur yang digunakan untuk menilai kinerja keuangan dan kondisi keuangan perusahaan. Rasio keuangan merupakan analisis dari laporan keuangan yang tujuannya untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola angka-angka yang ada. Untuk menilai kinerja keuangan pada sebuah perusahaan dibutuhkan alat analisis. Alat analisis yang mudah untuk digunakan dan dipahami adalah dengan

menggunakan rasio. Perusahaan menggunakan rasio ini untuk mengumpulkan dan membandingkan laporan keuangan disetiap laporan keuangan lainnya.

Menurut Khasmir (2012:104), rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antar komponen yang ada diantara laporan keuangan.

Menurut Samryn (2011:409), rasio keuangan adalah suatu cara membuat perbandingan data keuangan perusahaan menjadi lebih berarti. Rasio keuangan menjadi dasar untuk menjawab beberapa pertanyaan penting mengenai kesehatan keuangan dari perusahaan.

Menurut Warsidi dan Bambang dalam Fitri Lita Kusumawati (2014:16), menyatakan bahwa analisis rasio keuangan merupakan instrument analisis prestasi perusahaan yang menjelaskan berbagai hubungan dan indikator keuangan atau prestasi operasi dimasa lalu dan membantu menggambarkan trend pola perusahaan tersebut, untuk kemudian menunjukkan resiko dan peluang yang melekat pada perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Hery (2016:25), rasio keuangan merupakan suatu perhitungan rasio dengan menggunakan laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Untuk memperkecil risiko kesalahan dalam melakukan analisis rasio keuangan maka diperlukan prinsip kehati-hatian. Dengan prinsip kehati-hatian ini diharapkan bisa membantu mengurangi kelemahan yang ada dalam analisis rasio keuangan. Dengan melakukan analisis rasio keuangan secara berkala memungkinkan manajemen perusahaan untuk secara efektif menetapkan langkah-langkah perbaikan, efisiensi, ataupun antisipasi terhadap kemungkinan memburuknya kondisi keuangan perusahaan, termasuk memanfaatkan kelebihan kas yang ada untuk kepentingan dan tujuan strategi perusahaan.

Melalui pendapat para ahli diatas maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa rasio keuangan adalah sebuah kegiatan untuk menganalisis

laporan keuangan pada sebuah perusahaan dengan menghubungkan dua angka pada bagian-bagian tertentu.

### 2.5.2 Jenis-Jenis Rasio Keuangan

Dalam menganalisis dapat dilakukan dengan menggunakan rasio-rasio keuangan dan dalam rasio keuangan tersebut terdapat berbagai jenis-jenis rasio keuangan. Dari berbagai jenis rasio, perusahaan akan memilih rasio sesuai kebutuhan karena terkadang tidak semua rasio digunakan oleh perusahaan. Menurut Sjahrial Demawa dalam Leo Hutabarat (2016:27), Rasio keuangan yang bisa digunakan terdiri dari 6 (enam) kategori adalah :

1. Rasio likuiditas (*Liquidity Ratio*), yaitu mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek bila jatuh tempo. Dalam prakteknya, ada banyak manfaat yang dapat diperoleh dari rasio likuiditas, baik bagi pihak-pihak kepemilikan perusahaan, manajemen perusahaan, maupun para pemangku kepentingan lainnya yang terkait dengan perusahaan, seperti investor, kreditor, dan supplier.
2. Rasio aktivitas (*Activity Ratio*), yaitu mengukur seberapa efektif perusahaan dalam menggunakan sumber dayanya.
3. Rasio liabilitas (*Leverage Ratio*), yaitu mengukur sejauh mana perusahaan telah dibiayai oleh utang.
4. Rasio kemampuan menghasilkan laba (*Profitability Ratio*), yaitu untuk mengukur hasil (*return*) dan memberikan informasi untuk jangka waktu Panjang.
5. Rasio pertumbuhan (*Growth Ratio*), yaitu mengukur kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya dalam pertumbuhan ekonomi dan industri yang meliputi :
  1. Penjualan
  2. Laba bersih setelah pajak
  3. Laba per lembar saham
  4. Dividen per lembar saham

5. Harga pasar per lembar saham
6. Rasio penilaian, yaitu mengukur kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai pasar, atau ukuran yang paling lengkap tentang prestasi perusahaan. Rasio dalam analisis laporan keuangan adalah angka yang menunjukkan hubungan antara satu unsur dengan unsur lainnya dalam laporan keuangan. Secara individual, angka rasio akan menjadi tidak bermanfaat, kecuali angka rasio tersebut dibandingkan dengan rasio yang memang layak dijadikan sebagai dasar pembandingan maka analisis tidak dapat menyimpulkan apakah rasio itu menunjukkan kondisi keuangan dan kinerja perusahaan yang baik atau sebaliknya.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang melakukan penelitian mengenai *go public* atau penawaran umum sebagai berikut:

Tabel 2.2  
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Riski Ekawani (2016)	Analisis kinerja perusahaan sebelum dan sesudah <i>Initial Public Offering</i> di Bursa Efek Indonesia.	Current ratio, total assets turnover, net profit margin, dan debt to equity.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan perusahaan sebelum dan sesudah Initial Public Offering (IPO) tahun 2011-2013 di Bursa Efek Indonesia baik dalam rasio likuiditas, rasio aktivitas, rasio profitabilitas maupun rasio solvabilitas.

Tabel 2.3  
 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
2.	Nur Inayah (2011)	Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum dan Sesudah Go Public pada PT Jasa Marga Tbk di BEI Periode Tahun 2004-2010	Likuiditas, dan profitabilitas.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa laporan dari perusahaan sebelum dan sesudah <i>go public</i> mengalami dan mencoba suatu peningkatan penting, dari perbandingan kemampuan cenderung untuk mempunyai perluasan dari bukit yang rendah drastic sesudah <i>go public</i> , sedangkan likuiditas dan profitabilitas perbandingan cenderung meningkat setelah menjadi umum dibanding sebelum <i>go public</i> .

Tabel 2.4  
 Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3.	M A Cahya Lestarin (2014)	Analisis kinerja keuangan pada PT.Garuda Indonesia (Persero) Tbk antara sebelum dan sesudah <i>Initial Public Offering</i> (IPO) selama periode 2008-2013	Return On Equity (ROE), Return On Investment (ROI), Cash Ratio, Current Ratio, Collectin Periods (CP), Total Asset Turn Over (TATO), Ratio total modal sendiri terhadap total asset (TMS terhadap TA)	Hasil penelitiannya rata-rata kinerja keuangan PT.Garuda Indonesia Tbk sebelum dan sesudah IPO periode 2008-2013 mengalami perubahan sebelum dan sesudah IPO karena tetap berada pada posisi tertinggi selama periode 2008-2013.

Tabel 2.5  
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Radita Tri Cahyani (2017)	Analisis kinerja keuangan sebelum dan sesudah perusahaan melakukan IPO (Initial Public Offering) di Bursa Efek Indonesia (studi pada perusahaan yang listing di BEI tahun 2013)	Current ratio (CR), Quick ratio (QR), Debt ratio (DR), Debt to equity ratio (DER), Return on investment (ROI), Return on equity (ROE).	Dari hasil penelitian ini, dilihat dari rasio CR, QR, DER, ROI, ROE, yang menyatakan adanya perbedaan signifikan sebelum dan sesudah perusahaan melakukan IPO dapat diterima. Namun dilihat dari rasio DR menunjukkan perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah perusahaan melakukan IPO ditolak.

Sumber : Jurnal yang diolah kembali oleh peneliti, 2021.

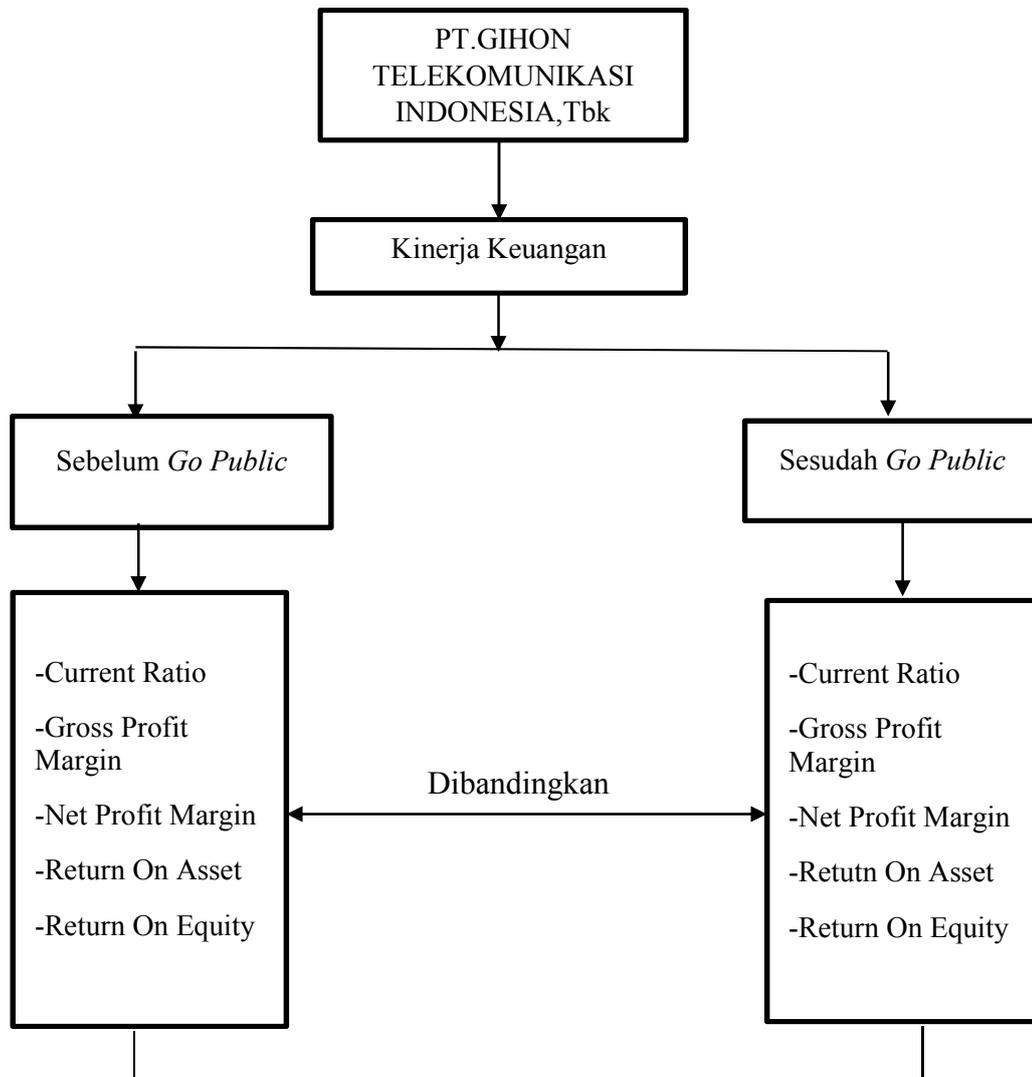
## 2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan. Kerangka berpikir ini disusun dengan berdasarkan pada tinjauan pustaka dan memiliki hasil penelitian yang relevan. Kerangka berpikir dalam penelitian ini akan membandingkan perbedaan kinerja

keuangan sebelum dan sesudah *go public*. PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan perusahaan yang telah *go public* pada tahun 2019.

Dengan berubahnya PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk menjadi perusahaan *go public*, dimana tahun 2017 merupakan keadaan 1 tahun sebelum *go public* dan di tahun 2019 merupakan keadaan 1 tahun sesudah *go public*. Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian ini, maka kerangka berfikir dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1  
Kerangka Pemikiran



## 2.8 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1: Terdapat peningkatan kinerja keuangan sebelum melakukan *go public* pada PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk.
- 2: Terdapat peningkatan kinerja keuangan sesudah melakukan *go public* pada PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk.
- 3: Terdapat perbedaan kinerja keuangan sebelum *go public* 2017 dan sesudah melakukan *go public* 2019 pada PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan komparatif. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada perusahaan PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk sebelum dan sesudah *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

#### **3.2 Data dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif yang diperoleh dari laporan keuangan dan dokumentasi dari perusahaan PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk 1 tahun sebelum *go public* dan 1 tahun sesudah *go public* yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia melalui website PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk dan situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

#### **3.3 Populasi Penelitian Dan Sampling Penelitian**

##### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2016:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk sejak perusahaan berdiri hingga saat ini.

##### **3.3.2 Sampel**

Pada penelitian ini tujuan penggunaan sampel adalah peneliti dapat memperoleh data yang dapat mencerminkan keadaan populasi dengan biaya penelitian yang lebih murah dan waktu yang lebih cepat. Dalam penelitian ini sampel yang akan digunakan adalah 1 tahun sebelum *Go Public* di tahun 2017 dan 1 tahun sesudah *Go Public* di tahun 2019.

### 3.3. Definisi Operasional

Defenisi operasional variabel adalah suatu defenisi yang diberikan kepada suatu variable dengan tujuan memberi arti pada suatu kegiatan atau membernarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur Variabel tersebut. Adapun variabel beserta defenisi operasionalnya dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.2  
Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Indikator Skala	Skala
1.	<i>Current Ratio</i>	$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$	Rasio
2.	<i>Net Profit Margin</i>	$NPM = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$	Rasio
3.	<i>Gross Profit Margin</i>	$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$	Rasio
4.	<i>Return On Asset</i>	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$	Rasio
5.	<i>Return On Equity</i>	$ROE = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$	Rasio

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan jenis dari penelitian adalah analisis deskriptif dan analisis komparatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis menggunakan teknik dokumentasi yang datanya diambil dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yakni [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### 3.5 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan dalam pembahasan pada penulisan ini sebagai berikut :

#### 3.5.1 Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mendeskripsikan angka-angka dalam laporan keuangan ke dalam tulisan kemudian dari hasil pendeskripsian tersebut, data dapat diolah dan dianalisis untuk membandingkan suatu kondisi dengan kondisi lainnya, dalam hal ini yang akan dibandingkan adalah kinerja keuangan sebelum dan sesudah *go public* pada PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Menurut Moh. Nazir (2011:54), metode penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, *factual* dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

#### 3.5.2 Analisis Komparatif

Penelitian komparatif atau perbandingan yang penelitian ini bertujuan untuk membedakan atau membandingkan hasil penelitian antara dua atau lebih kelompok penelitian. Menurut Sugiyono (2014:54), penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan keadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau dua waktu yang berbeda. Dalam hal ini analisis komparatif digunakan untuk membandingkan kinerja keuangan sebelum *go public* dengan sesudah *go public* dengan menggunakan uji komparatif paired sample T – Test. Uji komparatif paired sample T – Test digunakan karena sampel memiliki keterkaitan ≠ satu sama lain sehingga uji komparatif paired sample T – Test lebih cocok digunakan. Ada pun kaidah pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji ini adalah :

1.  $H_0 = 0$ , artinya tidak terdapat perbedaan kinerja sebelum *go public* 2017 dan sesudah melakukan *go public* 2019 pada PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia Tbk.

2.  $H_1 \neq 0$ , artinya terdapat perbedaan kinerja sebelum go public 2017 dan sesudah melakukan *go public* 2019 pada PT. Gihon Telekomunikasi Indonesia Tbk

Ada pun kaidah pengambilan keputusan adalah :

1. Jika nilai sig  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  di tolak
2. Jika nilai sig  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  di terima