

ANALISIS KINERJA KEUANGAN BERBASIS MARKET SHARE PADA INDUSTRI TELEKOMUNIKASI DI INDONESIA (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BEI 2011-2015)

ANALYSIS OF FINANCIAL PERFORMANCE BASED ON TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY MARKET SHARE IN INDONESIA (CASE STUDY IN TELECOMMUNICATION COMPANIES LISTED IN BEI 2011-2015)

Oleh:

Frenky Sampetua Siburian¹
Tommy Parengkuan²
Joubert Maramis³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

e-mail:

[1frenkysiburian24@gmail.com](mailto:frenkysiburian24@gmail.com)

[2tparengkuan197@gmail.com](mailto:tparengkuan197@gmail.com)

[3barensmaramis@yahoo.com](mailto:barensmaramis@yahoo.com)

Abstrak: Kinerja keuangan merupakan hal penting yang harus diteliti karena kinerja keuangan merupakan cermin dari kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber keuangannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan berbasis market share pada perusahaan telekomunikasi yang termasuk dalam papan utama di Bursa Efek Indonesia berdasarkan hasil dari Analisa rasio keuangan dan market share terhadap kinerja keuangan perusahaan selama periode 2011-2015. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian deskriptif dengan menganalisis laporan keuangan menggunakan data kuantitatif dan teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah rasio keuangan, yaitu Rasio Likuiditas, Rasio Solvabilitas, Rasio Aktivitas, Rasio Profitabilitas Rasio Pasar dan Market Share. Uji Anova dan Independent digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Kata kunci : Analisa Laporan Keuangan, Analisa Rasio Keuangan, Analisa Market Share.

Abstract: Financial performance is an important thing to be examined because financial performance is a reflection of the company's ability to manage its financial resources. This study aims to determine whether there is a significant difference between the financial performance of market share based financial performance on telecommunications companies that are included in the main board on the Indonesia Stock Exchange based on the results of the analysis of financial ratios and market share on the financial performance of the company during the period 2011-2015. The research method used by the writer is descriptive research by analyzing the financial statements using quantitative data and data analysis technique used by the researcher is financial ratios, that is Liquidity Ratio, Solvency Ratio, Activity Ratio, Profitability Ratio of Market Ratio and Market Share. Anova and Independent tests were used to test the research hypothesis.

Keywords: Financial Statement Analysis, Financial Ratio Analysis and Market Share Analysis.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya dalam persaingan industri dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang bersangkutan. Salah satu indikator penting dalam persaingan industri adalah daya tarik bisnis (*business attractiveness*). Indikator daya tarik tersebut dapat diukur dari profitabilitas industri. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba. Investor dan kreditor berkepentingan mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba saat ini maupun di masa yang akan datang. Semakin tinggi rasio ini akan menarik pendatang baru untuk masuk dalam industri (Woelfel, 1995). Indikator lain dalam persaingan industri adalah posisi relatif perusahaan dalam persaingan industri. Indikator posisi perusahaan dalam persaingan industri dapat diukur dari pangsa pasar (*market share*). Semakin tinggi pangsa pasar mencerminkan kekuatan perusahaan dalam persaingan pasar. Semakin tinggi pangsa pasar atau semakin tinggi penjualan relatif perusahaan dalam industri berarti semakin tinggi penerimaan perusahaan yang merupakan komponen penting dalam perhitungan laba.

Mulyadi (2007) kinerja keuangan ialah penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya. Bagi suatu perusahaan kinerja dapat digunakan sebagai alat ukur dalam menilai keberhasilan usahanya, juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan perencanaan dimasa yang akan datang. Salah satu alat yang dipakai untuk mengetahui kondisi keuangan adalah berwujud laporan keuangan yang disusun pada setiap akhir periode yang berisi pertanggungjawaban dalam bidang keuangan atas berjalannya suatu usaha. Data keuangan yang dimaksud adalah data yang tercermin dalam suatu laporan finansial, yang memberikan gambaran tentang keuangan suatu perusahaan, yang terdiri dari Neraca, Laporan Rugi Laba serta laporan-laporan keuangan lainnya. Para investor membutuhkan suatu metode pengukuran kinerja keuangan yang sesuai dengan kondisi nyata. Adapun tujuannya adalah untuk mengetahui kekuatan dari perusahaan tersebut, untuk mendorong aktivitas-aktivitas perusahaan yang cenderung mampu memberikan pembeda kinerja keuangan, Lusthaus (1999) dan Kurniawati faktor-faktor yang bisa mempengaruhi kinerja perusahaan diantaranya faktor eksternal, motivasi organisasi, dan kapasitas organisasi. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Memba et.al dalam penelitian Nofianti (2012) bahwa kinerja perusahaan dapat tercermin dari peningkatan penjualan, laba, asset dan perbaikan dalam pengelolaan keuangan dan sumber daya lainnya. Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang meneliti mengenai biaya-biaya pemasaran dan omzet penjualan, terutama penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2012) yang menyatakan bahwa biaya promosi yang termasuk dalam biaya pemasaran dan volume penjualan, menurut (Suad Husnan, 1998) rasio keuangan berhubungan dengan persaingan industri. *Market share* merupakan sebuah indikator tentang apa yang dilakukan sebuah perusahaan terhadap kompetitornya dengan dukungan perubahan-perubahan dalam sales dalam melihat market share suatu merek dengan pesaing terbesar bentuk relative market share dikonstruksikan sebagai pangsa pasar suatu merek dengan pangsa pasar pesaing terbesarnya. *Market share* bertujuan untuk mendapatkan kekuatan perbandingan di dalam pasar (*competitive market power*), *market share* memberikan cara untuk melakukan benchmark (perbandingan) dari share atau *brand* perusahaan terhadap kompetitor terbesarnya.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan:

1. Untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi berdasarkan tingkat klasifikasi *market share*.
2. Untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan yang termasuk dalam *market share* tinggi versus sedang.
3. Untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan yang termasuk dalam *market share* tinggi versus rendah.
4. Untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan yang termasuk dalam *market share* sedang versus rendah.

TINJAUAN PUSTAKA

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan – aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Seperti dengan membuat suatu laporan keuangan yang telah memenuhi standard dan ketentuan dalam Standar Akuntansi Keuangan

(SAK) atau *General Accepted Accounting Principle* (GAAP), dan lainnya (Fahmi, 2011:2). Untuk mengetahui posisi keuangan suatu perusahaan serta hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan tersebut, perlu adanya analisis terhadap laporan keuangan dari perusahaan yang bersangkutan. Menurut Mamduh dan Halim (2003), suatu analisis laporan keuangan perusahaan pada dasarnya karena ingin mengetahui tingkat profitabilitas (keuntungan) dan tingkat risiko atau tingkat kesehatan suatu perusahaan. Analisis Laporan Keuangan bertujuan untuk mengetahui apakah keadaan keuangan, hasil usaha kemajuan keuangan perusahaan memuaskan atau tidak memuaskan. Analisis dilakukan dengan mengukur hubungan antar unsur laporan keuangan dan bagaimana perubahan unsur-unsur itu dari tahun ke tahun untuk mengetahui perkembangannya.

Rasio Likuiditas

Kasmir (2008:143) Rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek.

1. Rasio lancar (*Current Ratio*)

Merupakan rasio untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya atau hutang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan dengan aktiva lancar yang dimilikinya, yaitu dengan perbandingan antara jumlah aktiva lancar dengan hutang lancar.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 1 \text{ Kali}$$

2. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar utang lancar (utang jangka pendek) yang harus segera dipenuhi dengan aktiva lancar yang tersedia dalam perusahaan tanpa memperhitungkan nilai persediaan (*inventory*).

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 1 \text{ kali}$$

3. Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio kas atau *cash ratio* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar hutang.

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\%$$

Rasio Solvabilitas

Menurut Kasmir (2010, h151) rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya seberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Pengukuran rasio solvabilitas terdiri dari.

1. Rasio Hutang (*Debt to Assets Ratio*)

Rasio ini menunjukkan seberapa besar dari keseluruhan aktiva perusahaan yang dibelanjai oleh hutang atau seberapa besar proporsi antara kewajiban yang dimiliki dengan kekayaan yang dimiliki.

$$\text{Debt To Assets Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aktiva}} \times 100$$

2. Rasio Hutang Terhadap Ekuitas (*Debt To Equity Ratio*)

Rasio ini digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas sehingga rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan pinjaman (kreditor) dengan pemilik perusahaan.

$$\text{Debt To Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100$$

Time Interest Earned

Rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memenuhi pembayaran bunga bagi kreditor.

$$\text{Interest Earned} = \frac{\text{EBIT Time}}{\text{Beban bunga}} \times 1$$

Rasio Aktivitas

Menurut Kasmir (2008:187) Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya. Pengukuran rasio aktivitas terdiri dari.

1. Perputaran Piutang (Receivable Turn Over)

Rasio ini menunjukkan seberalama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.

$$\text{Receivable Turn Over} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata-Rata Piutang}} \times 1 \text{ kali}$$

2. Fixed Assets Turn Over

Rasio ini merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode.

$$\text{Fixes Assets Turn Over} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva Tetap}} \times 1 \text{ kali}$$

3. Perputaran Total Aktiva (Total Asset Turnover)

Rasio ini merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap jumlah aktiva .

$$\text{Total Assets Turn Over} = \frac{\text{Penjualan Total}}{\text{Total Aktiva}} \times 1$$

Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2008:208) Rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini menunjukkan gambaran tentang tingkat efektivitas pengelolaan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Pengukuran rasio aktivitas terdiri dari:

1. Net Profit Margin

Net Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba bersih setelah bunga dan pajak atas penjualan neto pada suatu periode tertentu.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100$$

2. Tingkat Pengembalian Investasi (Return On Assets)

Rasio ini mengukur keuntungan yang diperoleh dari hasil kegiatan perusahaan (*net income*) dengan jumlah investasi atau aktiva yang digunakan setelah dikurangi bunga dan pajak (EAIT) untuk menghasilkan keuntungan yang diinginkan (*total assets*).

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100$$

3. Tingkat Pengembalian Ekuitas (Return On Equity)

Hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih (*net income*) sesudah pajak dengan modal sendiri.

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}} \times 100$$

Rasio Pasar

Rasio ini merupakan rasio yang lazim dan yang khusus dipergunakan dipasar modal yang menggambarkan situasi atau keadaan prestasi perusahaan di pasar modal Sofyan Syafri Harahap (2001:301).

1. Price Earning Ratio (PER atau P/E Ratio) *Price Earning Ratio* mengukur kesediaan investor untuk membayar setiap uang (dollar) laba yang diperoleh perusahaan.

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Harga Pasar Saham Biasa}}{\text{Earning per Share}}$$

2. Price Book Value menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut (Tjiptono & Hendy, 2008:141).

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

$$\text{Nilai buku (book value)} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Biasa yang Beredar}}$$

Market Share

Pangsa pasar (*Market Share*) dapat diartikan sebagai pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan terhadap total penjualan para pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu (William J.S, 1984). Jika suatu perusahaan dengan produk tertentu mempunyai pangsa pasar 35%, maka dapat diartikan jika penjualan total produk-produk sejenis dalam periode tertentu adalah sebesar 1000 unit, maka perusahaan tersebut melalui produknya akan memperoleh penjualan sebesar 350 unit. Besarnya pangsa pasar setiap saat akan berubah sesuai dengan perubahan selera konsumen, atau berpindahannya minat konsumen dari suatu produk ke produk lain (Charles W. Lamb, 2001).

$$\text{Pangsa pasar} = \frac{\text{Volume Penjualan Perusahaan}}{\text{Total Penjualan Industri}} \times 100\%$$

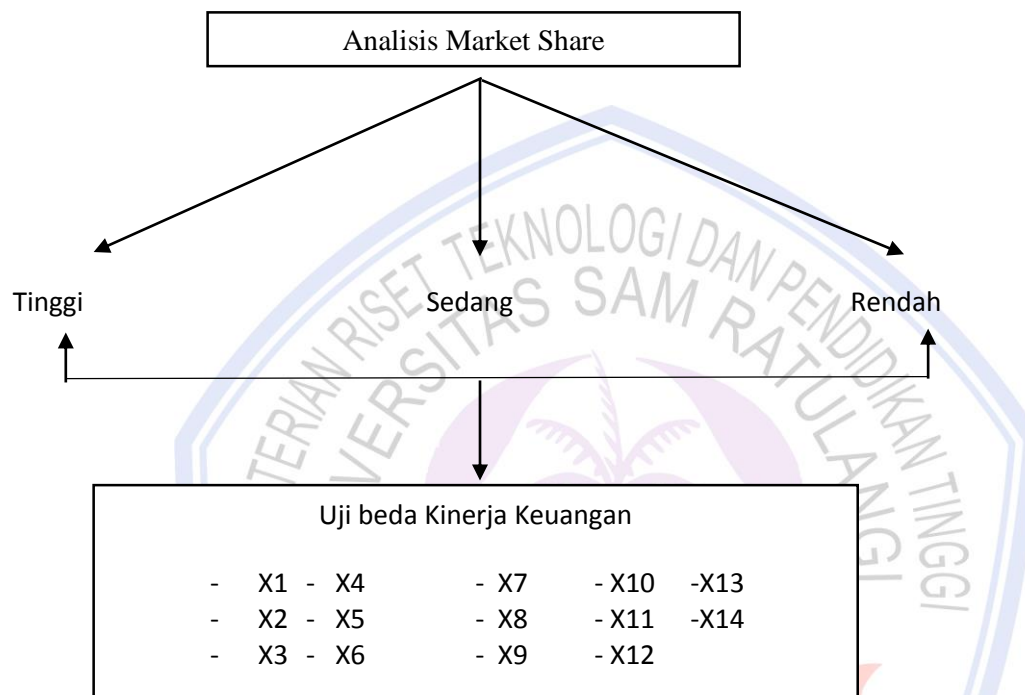
Penelitian Terdahulu

Silvi Junita dan Siti Khairani (2011) melakukan penelitian tentang Analisis Kinerja Perusahaan Dengan Menggunakan Analisa Rasio Keuangan Pada Perusahaan Telekomunikasi. untuk menganalisis kinerja keuangan

pada perusahaan telekomunikasi yang termasuk dalam papan utama di Bursa Efek Indonesia berdasarkan hasil dari analisa rasio keuangan terhadap laporan keuangan masing-masing perusahaan selama periode 2008-2011. Metode analisis yang digunakan adalah Rasio Keuangan yaitu Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas, Profitabilitas.

Mia Rusliyanti Saputri, Amie Kusumawardhani (2016) melakukan penelitian tentang Analisis Pengaruh Konsentrasi Pasar, Pangsa Pasar, Dan Rasio Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Swasta Nasional Devisa Di Indonesia Tahun 2010-2014. Hasil analisis menunjukkan bahwa disimpulkan variabel konsentrasi pasar berpengaruh positif terhadap ROA.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Hipotesis Penelitian

Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Diguga terdapat perbedaan kinerja keuangan antara perusahaan telekomunikasi berdasarkan klasifikasi market share
- H2 : Diduga terdapat perbedaan kinerja keuangan antara perusahaan yang masuk dala market share tinggi versus sedang
- H3 : Diduga terdapat perbedaan kinerja keuangan antara perusahaan yang masuk dala market share tinggi versus rendah
- H4 : Diduga terdapat perbedaan kinerja keuangan antara perusahaan yang masuk dala market share sedang versus rendah

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan sampel yang satu dengan sampel yang lain, baik sampel independen (bebas) maupun sampel yang berpasangan. Penelitian yang membandingkan independen disebut penelitian komparatif sampel independen, sedangkan penelitian yang membandingkan sampel yang berpasangan disebut penelitian komparatif berpasangan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penulis akan melakukan penelitian pada Bursa Efek Indonesia Perwakilan Manado. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Januari 2017 sampai dengan Februari 2017

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan Industri Telekomunikasi yang telah di audit dari 6 perusahaan yang terdaftar namun yang hanya sesuai kriteria hanya 5 yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:149). Populasi ada 6 perusahaan tetapi yang sesuai kriteria yang masuk hanya 5.

Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data yang digunakan adalah:

1. Dokumentasi

Definisi Operasional

Definisi operasional memberikan pengertian terhadap konstruk atau memberikan variabel dengan menspesifikasikan kegiatan atau tindakan yang diperlukan peneliti untuk mengukur. Dilihat dari sudut pandang hubungannya variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Pangsa pasar (*Market Share*) dapat diartikan sebagai bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, atau prosentasi penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan para pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu (William J.S, 1984). Pangsa pasar dapat dihitung dengan rumus.

$$\text{Pangsa pasar} = \frac{\text{Volume Penjualan Perusahaan}}{\text{Total Penjualan Industri}} \times 100\%$$

2. Kinerja Keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan – aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.

Metode Analisa Data

Metode analisis data yang digunakan adalah model analisis one way anova dan independent t sample dengan bantuan *software* SPSS 22 (*Statistik Product and Services Solution*).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis 1 ANOVA

ANOVA

Rasio

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5893704,900	2	2946852,450	1,657	,193
Within Groups	362714225,704	204	1778010,910		
Total	368607930,604	206			

Sumber: Pengolahan SPSS 22.

Selanjutnya untuk melihat apakah ada perbedaan kinerja keuangan berdasarkan pangsa pasar (*market share*) dari ketiga kelompok perusahaan tersebut. Kita lihat tabel ANOVA, dari tabel itu pada kolom Sig. diperoleh nilai 0,193. Dengan demikian kita menerima H_0 , sehingga kesimpulan yang didapatkan adalah H_1

ditolak karena tidak terdapat perbedaan kinerja keuangan berdasarkan pangsa pasar (*market share*) probabilitas > dari target/standar 5% (0,05), sehingga H_0 disetujui H_a ditolak.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis 2 Uji Beda Tinggi vs Sedang

		Independent Samples Test									
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper	
Rasio	Equal variances assumed	4,722	,031	-,329	137	,743	-2,37172	7,20878	-16,62660	11,88315	
	Equal variances not assumed			-,331	96,702	,742	-2,37172	7,17455	-16,61177	11,86832	

Sumber: Pengolahan SPSS 22.

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung adalah 0,329 dan bertanda negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah, maka dapat disimpulkan H_2 ditolak karena terdapat perbedaan kinerja keuangan berdasarkan Market Share signifikan apabila $Sig\ t < 5\%$ H_a diterima $> 5\%$ H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat perbedaan kinerja keuangan berdasarkan market share tersebut.

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis 3 Uji Beda Tinggi vs Rendah

		Independent Samples Test									
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper	
Rasio	Equal variances assumed	4,942	,028	-1,287	135	,200	-360,45559	280,01007	-914,22934	193,31817	
	Equal variances not assumed			-1,278	67,015	,206	-360,45559	282,07635	-923,48001	202,56883	

Sumber: Pengolahan SPSS 22.

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung adalah 1,287 dan bertanda negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah, maka dapat disimpulkan H_3 dikatakan tidak memiliki perbedaan kinerja keuangan Berdasarkan Market Share signifikan apabila $Sig\ t < 5\%$ H_a diterima $> 5\%$ H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan H_3 ditolak karena tidak terdapat perbedaan kinerja keuangan berdasarkan market share tersebut.

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis 4 Uji Beda Sedang vs Rendah

		Independent Samples Test									
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper	
Rasio	Equal variances assumed	4,816	,030	-1,288	136	,200	-358,08386	278,05058	-907,94579	191,77806	
	Equal variances not assumed			-1,269	67,072	,209	-358,08386	282,13590	-921,21843	205,05070	

Sumber: Pengolahan SPSS 22.

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung adalah 1,288 dan bertanda negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah, maka dapat disimpulkan H4 dikatakan tidak memiliki perbedaan kinerja keuangan Berdasarkan Market Share signifikan apabila Sig t <5% Ha diterima >5% Ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan H4 ditolak karena tidak terdapat perbedaan kinerja keuangan berdasarkan market share tersebut.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pangsa pasar (*market share*) tidak memiliki perbedaan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Artinya bahwa pangsa pasar (*market share*) tidak mempengaruhi kinerja keuangan Perusahaan Telekomunikasi. Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Mehari dan Aemiro (2013) kinerja dari setiap perusahaan tidak hanya berperan untuk meningkatkan nilai pasar perusahaan tetapi juga mengarah terhadap pertumbuhan seluruh sektor yang akhirnya mengarah kepada kemakmuran ekonomi secara keseluruhan. Kinerja perusahaan yang baik umumnya dapat dilihat melalui profitabilitas dari suatu laporan keuangan perusahaan. Profitabilitas secara umum didefinisikan sebagai kemampuan bisnis untuk memanfaatkan aset untuk menghasilkan pendapatan dengan cara yang efisien.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari uji one way anova pangsa pasar (*market share*) tidak memiliki perbedaan kinerja keuangan berdasarkan market share terhadap kinerja keuangan perusahaan Telekomunikasi yang termasuk dalam market share 2011-2015. Hal tersebut dibuktikan dari hasil perhitungan SPSS yang diperoleh nilai sig sebesar 0,384. Dengan demikian kita menerima Ho.
2. Berdasarkan hasil uji independent sampel t test tidak terdapat perbedaan kinerja keuangan berdasarkan market share terhadap kinerja keuangan perusahaan Telekomunikasi 2011-2015.

Saran

Saran terhadap penelitian ini adalah:

1. Manajer yang menginginkan peningkatan kinerja keuangan saat ini perlu mengurangi biaya ekspansi dan meningkatkan intensitas modal.
2. Pihak manajemen perusahaan harus memiliki strategi perusahaan yang mumpuni agar laba dan aktiva yang diperoleh perusahaan mengalami peningkatan secara terus menerus, sehingga secara otomatis return on asset perusahaan pun akan mengalami peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Presindo. Yogyakarta.
- Ariyanto, Taufik (2004), *"Persaingan Pangsa Pasar Dalam Industry Perbankan."* Jakarta.
- Charles J. Woelfel, 1995, *"Memantau Kesehatan Perusahaan Melalui Laporan Keuangan"*, cetakan pertama, Abdi Tandur. Jakarta
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. *"Pemasaran."* Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Dony Abdul Chalid dan Liyu Adhikasari Sulung (2007) *Struktur Pasar dan Profit Manufaktur Indonesia. Usahawan* No 12 th XXXVI. 28-35.
- Fahmi, Irham. 2011. *"Standar Akuntansi Keuangan, Panduan Bagi Akademisi, Manajer Dan Investor Untuk Menilai Dan Menganalisis Bisnis Dari Aspek Keuangan."* Bandung, Alfabeta.

Hanafi, 2004. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE UGM

Harahap, Sofyan Syafri. 2009. *“Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan”*. RajaGrafindo Persada. Jakarta.

Ikatan Akuntan Indonesia. 2007. *“Standar Akuntansi Keuangan.” Edisi 2007*. Penerbit: Salemba Empat . Jakarta.

Jogiyanto, 2004. *“Metodologi Penelitian Bisnis”*, BPFE, Yogyakarta.

Kasmir, 2008. *“Analisis Laporan Keuangan.”* Edisi Pertama, PT Rajawali Pers, Jakarta.

Kasmir. 2010. *“Pengantar Manajemen Keuangan.”* Kencana Prenada Media Group. Jakarta:

Kotler, Philip, 1993, *“Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jakarta: PT Rosdakarya.

