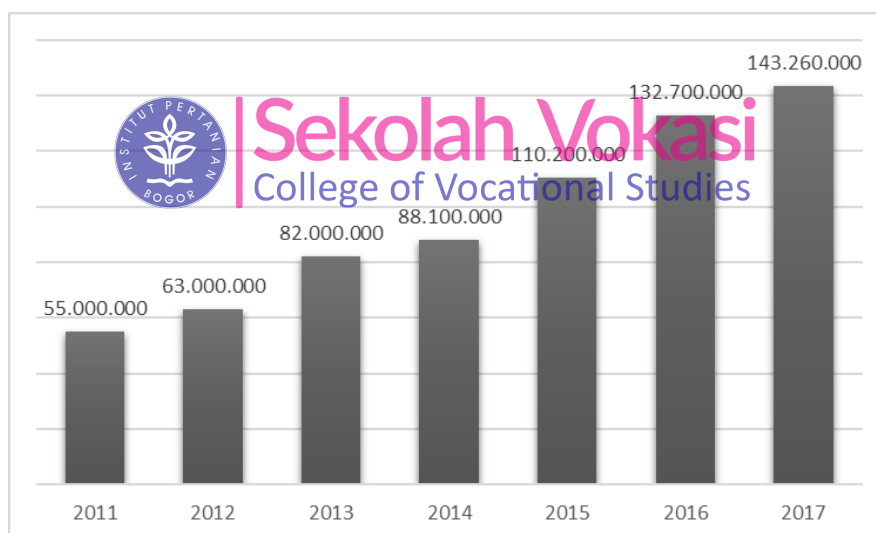


1 PENDAHULUAN

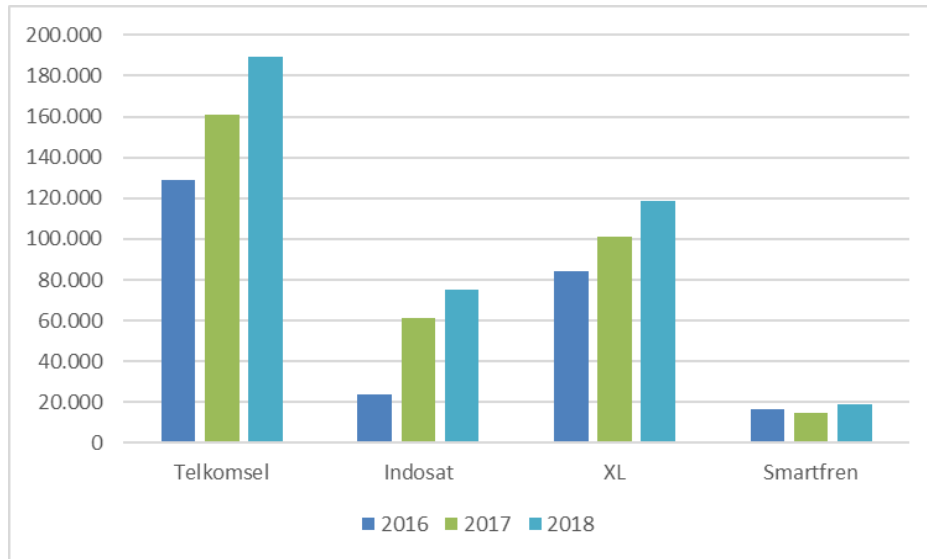
1.1 Latar Belakang

Industri telekomunikasi adalah salah satu industri bisnis yang bergerak secara dinamis, kompetitif dan berkembang pesat. Kepala Puslitbang SDPPPI (2019) mengatakan pergeseran telekomunikasi *legacy* (*voice* dan SMS) menjadi telekomunikasi berbasis data didukung oleh perkembangan internet yang begitu masif. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sebesar 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 % yang sudah terhubung ke internet dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa masyarakat Indonesia, tumbuh 10,12% dari tahun 2017 masyarakat Indonesia yang menggunakan internet sebesar 143,26 juta jiwa atau sebesar 54,68% menunjukkan bahwa kebutuhan akan internet semakin tinggi dalam menunjang kualitas kehidupan bermasyarakat.



Gambar 1 Grafik Pengguna Internet pada tahun 2011 – 2017
Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018)

Dengan kenaikan pengguna layanan internet setiap tahunnya (Gambar 1) membuat perusahaan-perusahaan telekomunikasi saling berkompetisi dalam memperebutkan *market share*, salah satunya dengan cara memberikan layanan sinyal yang kuat dan stabil. Hal ini dapat terealisasi jika perusahaan memiliki perangkat *base transceiver station* yang cukup dan bekerja dengan optimal yang tersebar di Indonesia. Setiap tahun perusahaan-perusahaan telekomunikasi menganggarkan *capital expenditure* (capex) yang sebagian besar digunakan untuk membangun menara BTS di tempat yang potensial, padat pelanggan, dan daerah yang belum terjangkau oleh perusahaan dan juga mengganti perangkat yang mulai tidak layak untuk digunakan.



Gambar 2 Grafik Jumlah Menara Pemancar Setiap Operator

Sumber: katadata

Berdasarkan data yang diolah katadata dengan data dari Bursa Efek Indonesia tahun 2018 (Gambar 2), PT Telekomunikasi Indonesia memiliki jumlah BTS terbanyak sebesar 189.000 unit terbanyak diantara empat operator lainnya. PT XL Axiata memiliki BTS sebanyak 118.600 unit menempatkannya sebagai perusahaan dengan jumlah BTS kedua terbanyak meningkat 17% dari 101.104 BTS pada tahun 2017 disusul dengan PT Indosat Tbk dan Smartfren Telecom, masing-masing memiliki BTS sebanyak 74.900 dan 19.000 unit pada 2018.

Sebagai perusahaan dengan BTS terbanyak, PT Telekomunikasi Indonesia memiliki jangkauan daerah lebih luas membuatnya sebagai pilihan utama masyarakat yang berada di daerah jauh dari pusat kota. Walaupun demikian berdasarkan hasil analisis RHB Sekuritas (2018) PT XL Axiata memiliki pengguna internet lebih banyak sebesar 60% dari total pelanggan, sedangkan PT Telekomunikasi Indonesia hanya sebesar 40% dari total pelanggan yang menggunakan internet, sisanya masih menggunakan *voice* dan SMS. Dapat disimpulkan bahwa PT XL Axiata menjadi pilihan masyarakat sebagai provider penyedia data. Dengan konsentrasi PT XL Axiata dalam membangun dan mengembangkan infrastrukturnya dengan menambah jumlah BTS dan mengganti perangkat yang sudah tidak mendukung untuk memperluas dan memperkuat jangkauan jaringannya akan berdampak pada meningkatnya citra positif perseroan dalam kualitas layanan data, terutama untuk jangkauan layanan dan kekuatan sinyal. Hal itu akan dibuktikan dengan meningkatnya nilai parameter *Net Promoter Score* (NPS) sebagai salah satu indikator penilaian persepsi pelanggan terhadap operator seluler.

Dalam menambah jumlah dan mengganti perangkat BTS tidak hanya menggunakan anggaran perusahaan yang sedikit, oleh karena itu untuk dibutuhkan sebuah sistem untuk menghindari penyimpangan maupun penyelewengan dalam pengadaan perangkat BTS ini maka dilakukan pemisahan tugas tugas antar bagian yang terkait untuk menghindari persekongkolan, dan untuk menghindari adanya *mark up* terhadap harga yang semestinya dibutuhkan otorisasi. Pengadaan perangkat hanya di pemasok terpilih agar terkendali. Tanpa adanya sistem

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



pengadaan yang baik perusahaan dapat merugi dengan jumlah yang tidak sedikit dan menjadi tidak terkontrol. Dengan demikian, sistem yang baik dapat mencegah terjadinya penyimpangan atau penyelewengan. Selain itu, sistem pengadaan yang baik juga dapat menyediakan data yang lebih akurat untuk pengambilan keputusan dalam pengadaan selanjutnya. Sehingga sangat jelas bahwa sistem pengadaan berperan sangat penting bagi perusahaan, maka penulis mengambil tugas akhir dengan judul **“Sistem Akuntansi Pengadaan Perangkat Base Transceiver Station pada PT XL Axiata Tbk”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka rumusan masalah dalam penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Bagaimana kebijakan pengadaan perangkat *base transceiver station* pada PT XL Axiata?
2. Bagaimana sistem akuntansi yang terkait dengan pengadaan perangkat *base transceiver station* pada PT XL Axiata?
3. Bagaimana sistem pengendalian internal terhadap pengadaan perangkat *base transceiver station* pada PT XL Axiata?



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

1.3 Tujuan

Tujuan penulisan tugas akhir pada PT XL Axiata ini adalah sebagai berikut:

1. Menguraikan kebijakan pengadaan perangkat *base transceiver station* pada PT XL Axiata
2. Menguraikan sistem akuntansi pengadaan perangkat *base transceiver station* pada PT XL Axiata
3. Menguraikan sistem pengendalian internal terhadap pengadaan perangkat *base transceiver station* pada PT XL Axiata

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai, maka tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
Penulisan Tugas Akhir ini dapat dapat menambah dan pengetahuan mengenai apa saja unsur-unsur yang membentuk sistem pengadaan ini pada perusahaan telekomunikasi dan sebagai bahan literatur bagi civitas akademika SV IPB maupun institusi lain.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penulis
Mengetahui secara lebih mendalam bagaimana proses pembelian barang yang bersifat strategis pada skala perusahaan yang besar.



- b. Mahasiswa
Memperoleh pengetahuan akan bagaimana keadaan dilapangan dari materi yang telah dipelajari dan sebagai referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian tentang sistem akuntansi pembelian.
- c. Perusahaan
Sebagai bahan pengetahuan tentang gambaran persepsi mahasiswa akan sistem yang berjalan pada perusahaan.

2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Akuntansi, Sistem, dan Sistem Akuntansi

Akuntansi dapat didefinisikan sebagai seperangkat yang mempelajari perkerayaan penyediaan jasa berupa informasi keuangan kuantitatif unit-unit organisasi dalam suatu lingkungan negara tertentu dan cara penyampaian (pelaporan) informasi tersebut kepada pihak yang berkepentingan untuk dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan ekonomik (Surwadjono, 2014)

Baridwan (2010) mendefinisikan sistem merupakan suatu kesatuan yang terdiri dari bagian-bagian yang disebut subsistem yang berkaitan dengan tujuan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.

Sistem akuntansi adalah kumpulan elemen yaitu formulir, jurnal, buku besar, buku pembantu, dan laporan keuangan yang akan digunakan oleh manajemen untuk mencapai tujuan perusahaan (Sujarweni, 2015). Sedangkan menurut Mulyadi (2016) Sistem akuntansi adalah organisasi formulir, catatan, dan laporan yang dikoordinasikan sedemikian rupa untuk menyediakan informasi keuangan yang dibutuhkan oleh manajemen guna memudahkan pengelolaan perusahaan.

Bedasarkan pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa sistem akuntansi adalah organisasi formulir, catatan, dan laporan yang saling berkaitan secara berkesinambungan untuk memberikan informasi kepada pihak yang berkepentingan sebagai dasar pengambilan keputusan dan mempermudah pengelolaan perusahaan.

2.2 Tujuan Sistem Akuntansi

Menurut Mulyadi (2016) dalam pengembangan sistem akuntansi untuk suatu perusahaan, terdapat beberapa tujuan umum dari sistem akuntansi adalah sebagai berikut:

1. Untuk menyediakan informasi bagi pengelola kegiatan usaha baru.
2. Untuk memperbaiki informasi yang dihasilkan oleh sistem yang sudah ada, baik mengenai mutu, ketepatan penyajian, maupun struktur informasinya.
3. Untuk memperbaiki pengendalian akuntansi dan pengecekan intern, yaitu untuk memperbaiki tingkat keandalan (*reliability*) informasi akuntansi dan untuk