



## Literatur Review : Analisis Strategi Dan Kinerja PT. Telkom Indonesia

Fahri Rachmad Husaeni<sup>1</sup>, Nuruddin Arraniri<sup>2</sup>, Muhammad Sulhanuddin<sup>3</sup>, Shinta Zulfa Zerlita<sup>4</sup>, Ines Heidiani Ikasari<sup>5\*</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Ilmu Komputer, Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[sanemi100203@gmail.com](mailto:sanemi100203@gmail.com), <sup>2</sup>[kingleomesiah10@gmail.com](mailto:kingleomesiah10@gmail.com),

<sup>3</sup>[home1234567890987654321home@gmail.com](mailto:home1234567890987654321home@gmail.com), <sup>4</sup>[zerlita2lf@gmail.com](mailto:zerlita2lf@gmail.com), <sup>5\*</sup>[dosen01374@unpam.ac.id](mailto:dosen01374@unpam.ac.id)

(\* : coresponding author)

**Abstrak** - Review ini merupakan analisis mendalam terhadap lima jurnal yang membahas berbagai aspek strategi dan kinerja PT. Telkom Indonesia Tbk. Fokus utama review ini mencakup analisis kinerja keuangan, strategi pemasaran pada segmen government, manajemen stakeholder dalam program Corporate Social Responsibility (CSR), serta strategi public relations (PR) pada menjaga citra instansi. Analisis ini memakai teknik kuantitatif serta kualitatif, dengan data yang diperoleh dari laporan keuangan, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil review menunjukkan bahwa PT. Telkom Indonesia menghadapi tantangan dalam pengelolaan aset dan likuiditas, strategi pemasaran B2B, serta menjaga citra perusahaan di tengah persaingan industri telekomunikasi. Meskipun begitu, Telkom berhasil menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan upaya membangun loyalitas pelanggan melalui berbagai program CSR dan strategi komunikasi yang efektif.

**Kata Kunci:** Kinerja Keuangan, Strategi Pemasaran, CSR, Public Relations, Manajemen Stakeholder

**Abstract** - This review is an in-depth analysis of five journals that discuss various aspects of the strategy and performance of PT. Telkom Indonesia Tbk. The main focus of this review includes analysis of financial performance, marketing strategy in the government segment, stakeholder management in the Corporate Social Responsibility (CSR) program, and public relations (PR) strategy in maintaining the agency's image. This analysis uses quantitative and qualitative techniques, with data obtained from financial reports, interviews, observations, and documentation. The results of the review show that PT. Telkom Indonesia faces challenges in asset and liquidity management, B2B marketing strategies, and maintaining the company's image amidst competition in the telecommunications industry. Even so, Telkom has succeeded in demonstrating its commitment to social responsibility and efforts to build customer loyalty through various CSR programs and effective communication strategies.

**Keywords:** Financial Performance, Marketing Strategy, CSR, Public Relations, Stakeholder Management

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

PT. Telkom Indonesia Tbk ialah lembaga telekomunikasi terbesar di Indonesia yang beroperasi di sektor teknologi informasi dan komunikasi. Dalam menghadapi perkembangan teknologi dan persaingan yang semakin ketat, Telkom dituntut untuk terus meningkatkan kinerja keuangan, memperkuat strategi pemasaran, serta membangun hubungan yang kuat dengan stakeholder dan masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi berbagai strategi yang diterapkan oleh Telkom dalam mendukung pertumbuhan bisnis dan menjaga citra perusahaan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Telkom menghadapi tantangan dalam mengelola kinerja keuangan, terutama dari segi likuiditas dan profitabilitas. Selain itu, segmen government menghadapi hambatan dalam ekspansi pasar karena keterbatasan anggaran dan proses birokrasi. Di sisi lain, Telkom juga memiliki tanggung jawab sosial dengan program CSR yang memiliki tujuan untuk menaikkan kemakmuran masyarakat.

### 1.2 Tujuan Review

Review ini memiliki tujuan yaitu:



1. Mengamati kerja bidang keuangan PT. Telkom Indonesia pada periode 2020-2022.
2. Mengevaluasi strategi pemasaran B2B di segmen government Telkom Witel Yogyakarta.
3. Mengkaji pengelolaan stakeholder pada bidang CSR PT. Telkom Indonesia.
4. Menilai strategi public relations yang diterapkan dalam menjaga citra perusahaan.

### **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kapabilitas keuangan PT. Telkom Indonesia pada periode 2020-2022?
2. Apa strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Telkom Indonesia pada segmen government?
3. Bagaimana PT. Telkom mengelola stakeholder melalui program CSR?
4. Bagaimana cara public relations PT. Telkom dalam menjaga nama lembaga?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Menilai kinerja keuangan PT. Telkom Indonesia berdasarkan analisis rasio keuangan.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis strategi pemasaran segmen government untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.
3. Mengevaluasi bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada peningkatan kemakmuran masyarakat.
4. Menilai efektivitas strategi komunikasi public relations dalam menjaga serta meningkatkan nama lembaga.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **2.1 Kriteria Seleksi**

Kriteria seleksi jurnal yang digunakan dalam review ini meliputi:

- Jurnal yang membahas PT. Telkom Indonesia secara spesifik.
- Jurnal yang diterbitkan dalam rentang waktu 2023-2024.
- Fokus utama pada topik kinerja keuangan, strategi pemasaran, CSR, dan public relations.

### **2.2 Strategi Pencarian**

Pencarian jurnal dilakukan melalui database jurnal nasional dan internasional, serta portal akademik seperti Google Scholar, Sinta, dan ProQuest. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian meliputi:

- “Kinerja Keuangan PT. Telkom Indonesia”
- “Strategi Pemasaran B2B PT. Telkom”
- “Corporate Social Responsibility PT. Telkom”
- “Strategi Public Relations PT. Telkom”

### **2.3 Proses Evaluasi**

Setiap jurnal dievaluasi berdasarkan relevansi topik, metode penelitian yang digunakan, serta hasil dan kontribusi penelitian terhadap pemahaman mengenai kinerja dan strategi PT. Telkom Indonesia.

## **3. ANALISA DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Tinjauan Literatur**

**Tema 1: Analisis Kinerja Keuangan PT. Telkom Indonesia (2020-2022)**



**Metode Penelitian:**

- Pendekatan kuantitatif deskriptif dengan analisis data sekunder dari laporan keuangan PT. Telkom.  
Hasil:
- Likuiditas perusahaan belum optimal, tercermin dari rasio lancar (current ratio) yang fluktuatif.
- Solvabilitas menunjukkan perbaikan dengan menurunnya Debt to Asset Ratio (DAR).
- Return on Assets (ROA) serta Return on Equity (ROE) mengalami penurunan, menandakan efisiensi penggunaan modal perlu ditingkatkan.

**Tema 2: Strategi Pemasaran Segmen Government**

**Metode Penelitian:**

- Pendekatan kualitatif melalui wawancara dengan account manager dan supervisor.  
Hasil:
- Fokus pada pemasaran B2B melalui personal selling dan direct selling.
- Tantangan utama adalah keterbatasan anggaran dan proses birokrasi pemerintah.

**Tema 3: Manajemen Stakeholder dalam Program CSR**

**Metode Penelitian:**

- Studi kasus kualitatif interpretatif.

**Hasil:**

- Telkom mengelompokkan stakeholder dalam empat kategori: bronze, silver, gold, dan platinum.
- Stakeholder diprioritaskan berdasarkan urgensi dan kedekatan dengan perusahaan.

**Tema 4: Tanggung Jawab Sosial dan Kesejahteraan Masyarakat**

**Metode Penelitian:**

- Analisis data sekunder menggunakan metode indeks pengungkapan CSR.

**Hasil:**

- PT. Telkom mencapai tingkat pengungkapan CSR 100% pada tahun 2015 dan rata-rata 88% di tahun-tahun lainnya.

**Tema 5: Strategi Public Relations**

**Metode Penelitian:**

- Pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara dan dokumentasi.

**Hasil:**

- Telkom menjaga citra perusahaan melalui media relations, CSR, dan komunikasi internal-eksternal.

**3.2 Diskusi**

**Analisis Kesenjangan**

- Likuiditas Telkom belum optimal dan perlu peningkatan dalam pengelolaan aset lancar.
- CSR telah berjalan efektif, namun perlu lebih terintegrasi dengan kebutuhan masyarakat lokal.



## **4. KESIMPULAN**

### **4.1 Kesimpulan**

Hasil review lima jurnal menunjukkan bahwa PT. Telkom Indonesia memiliki performa yang bervariasi di berbagai aspek:

1. **Kinerja Keuangan** – Likuiditas dan profitabilitas belum optimal, meskipun solvabilitas menunjukkan perbaikan. Rasio keuangan seperti ROA dan ROE menurun, menandakan efisiensi modal yang perlu ditingkatkan.
2. **Strategi Pemasaran** – Segmen government menghadapi kendala anggaran dan persaingan. Strategi pemasaran B2B melalui personal selling dan direct selling cukup efektif, tetapi perlu inovasi untuk memperluas pasar.
3. **Manajemen Stakeholder dalam CSR** – Program CSR memberikan dampak positif, dengan tingkat pengungkapan mencapai 100% pada 2015. Telkom berhasil mengelola stakeholder melalui program kemitraan dan bina lingkungan.
4. **Strategi Public Relations** – PR Telkom efektif dalam menjaga nama lembaga, tetapi masih perlu penguatan dalam transparansi dan manajemen krisis.

### **4.2 Saran:**

1. **Perbaiki Pengelolaan Aset dan Modal** – Fokus pada peningkatan likuiditas dan efisiensi penggunaan modal.
2. **Inovasi Produk Segmen Government** – Kembangkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pemerintah dan optimalkan pendaftaran di E-Katalog.

## **REFERENCES**

- Airlangga Sukmana Teja Bratama, Choiria Anggraini. *Analisis Strategi Manajemen Stakeholder PT.Telkom Indonesia Dalam Program Corporate Social Responsibility*. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/19511/18889>
- Lisa Listiyani, Anas Hidayat. *Analisis Strategi Pemasaran Segment Government PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan*. <https://ejournal-nipamof.id/index.php/EBISMAN/article/view/78>
- Ramadhan Putra Ardianto. *Strategi Komunikasi Public Relations PT.Telkom Indonesia TBK di Jakarta dalam Menjaga Citra Perusahaan*. <https://journal.appisi.or.id/index.php/konsensus/article/view/372>
- Selmiati Tiranda, Elisabet Pali, Adriana M.Marampa. *Analisis Kinerja Keuangan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Tahun 2020-2022*. <https://ukitoraja.id/index.php/jumek/article/view/214>
- Wati. *ANALISIS BENTUK PERTANGGUNGJAWAB SOSIAL PADA PT.TELKOM INDONESIA,Tbk TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT*. <https://journal.stiem.ac.id/index.php/jurakun/article/viewFile/515/337>