

**ANALISIS RASIO LIKUIDITAS
DAN DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA
PT. TELKOM INDONESIA TBK
PERIODE 2021-2024**

Ahmad Syukri, Krisnaldy, Veta Lidya Delimah Pasaribu

dosen01772@unpam.ac.id, iddosen01890@unpam.ac.id, Veta01889@unpam.ac.id

Dosen Universitas Pamulang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rasio keuangan untuk menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Penelitian ini berkaitan dengan objek penelitian yaitu pada perusahaan dalam periode tertentu. Dengan mengumpulkan data informasi yang berkaitan dengan perusahaan dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif yaitu melakukan pengumpulan data dan pengolahan data-data keuangan sebuah perusahaan dalam bentuk laporan keuangan yang termuat dalam situs www.idx.co.id dan juga dari situs resmi PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk langsung yaitu <https://www.telkom.co.id/sites>. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Berdasarkan Hasil Analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk dari segi Rasio Likuiditas dari hasil Perhitungan Keuangan selama 5 (lima) periode dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 dengan nilai kuantitatifnya sebagai berikut: *Current Ratio* berturut-turut 104,8%; 93,5%; 71,5%; 67,3%; 88,6%. *Quick Ratio* berturut-turut 103,4%; 92,4%; 70,5%; 65,9%; 87,5%, belum memenuhi standar industri sedangkan *Cash Ratio* pada tahun 2017 adalah sebesar 55,4%, telah memenuhi standar industri, dan pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 adalah sebesar 37,6%; 31,2%; 29,8%, belum memenuhi standar industri, kemudian ditahun 2021 adalah sebesar 55,4% yaitu telah memenuhi standar industri. Kemudian dari segi Rasio Profitabilitas dengan menggunakan perhitungan *Net Profit Margin* (NPM) adalah sebesar 25,5%; 20,6%; 20,3%; 21,7%; 23,7%, telah memenuhi standar industri, *Return On Investmen* (ROI) adalah sebesar 16,5%; 13,1%; 12,5%; 12,0%; 12,2%, dan *Return On Equity* (ROE) berturut-turut nilainya sebesar 29,2%; 23,0%; 23,5%; 24,5%; 23,3%, keduanya belum memenuhi standar industri. Hasil Analisa dari Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Kinerja Keuangan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk dapat dikatakan dalam keadaan Kurang Sehat.

Kata Kunci : Rasio Likuiditas, Rasio Profitabilitas, dan Kinerja Keuangan

ABSTRACT

This study aims to analyze financial ratios to assess the company's financial performance at PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. This research relates to the object of research, namely the company in a certain period. By collecting information data related to the company and adapted to the research objectives. The method used in this study is a quantitative descriptive research method, namely collecting company data and processing financial data from a financial report contained on the www.idx.co.id website and also from the official website of PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk directly, namely <https://www.telkom.co.id/sites>. The type of data used is secondary data. Based on the results of the analysis of this study shows that the financial performance of PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk in terms of the Liquidity Ratio from the results of Financial Calculations for 5 (five) periods from 2017 to 2021 with the quantitative values as follows: Current Ratio is 104.8%, respectively; 93.5%; 71.5%; 67.3%; 88.6%. Quick Ratio 103.4% respectively; 92.4%; 70.5%; 65.9%; 87.5%, has not met industry standards while the Cash Ratio in 2017 was 55.4%, has met industry standards, and in 2018 to 2020 it was 37.6%; 31.2%; 29.8%, has not met the industry standard, then in 2021 it is 55.4%, which has met the industry standard. Then in terms of Profitability Ratios using the calculation of Net Profit Margin (NPM) is 25.5%; 20.6%; 20.3%; 21.7%; 23.7%, has met industry standards, Return On Investment (ROI) is 16.5%; 13.1%; 12.5%; 12.0%; 12.2%, and the Return On Equity (ROE) values are 29.2%, respectively; 23.0%; 23.5%; 24.5%; 23.3%, both of which do not meet industry standards. The results of the analysis of this study can be concluded that the financial performance of PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk can be said to be in an unhealthy condition.

Keywords: *Liquidity Ratio, Profitability Ratio, and Financial Performance.*

I. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi yang begitu cepat membuat masyarakat lebih kritis dalam berfikir untuk mengikuti perkembangan informasi ekonomi. Salah satu informasi ekonomi yang digunakan adalah informasi keuangan dari suatu perusahaan, yaitu berupa laporan keuangan yang digunakan

bagi perusahaan bersangkutan untuk melaporkan keadaan dan kondisi keuangannya kepada pihak-pihak yang berkepentingan, terutama bagi pihak investor, kreditur, dan pihak manajemen perusahaan itu sendiri. Pihak perusahaan dituntut untuk menyajikan informasi laporan keuangan tersebut dengan jelas dan lengkap agar dapat digunakan secara optimal oleh para pemakainya.

Selain itu perkembangan dunia ekonomi yang semakin cepat juga menuntut suatu pengelolaan perusahaan yang baik. Bagi pihak manajemen, pengetahuan yang baik tentang akuntansi akan membantu dalam pengelola *financial* perusahaan. Kondisi keuangan perusahaan dapat diketahui dari laporan keuangan perusahaan, yakni neraca dan laporan laba rugi serta laporan keuangan lainnya yang mendukung. Untuk dapat mengetahui posisi keuangan perusahaan dapat dilakukan dengan melakukan analisis terhadap neraca, sedangkan analisis laporan laba-rugi dapat memberikan gambaran tentang hasil usaha dari perusahaan yang bersangkutan.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang telekomunikasi, informasi, dan media digital. Dalam menjalankan perannya bagi masyarakat, apalagi disaat ini berbagai aspek di kehidupan masyarakat bertransformasi tanpa henti

menuju digitalisasi, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk dituntut untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan, dengan memberikan solusi-solusi digital yang berkualitas dan pengalaman masyarakat yang terbaik, dengan kapabilitas digital yang kuat dan tinggi, serta terus berinovasi dalam mengadopsi teknologi informasi dan digital.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk juga memiliki *platform* tempat belanja online yang terus di kembangkan yaitu blanja.com, sebagai bagian dari ekosistem ekonomi digital, yang diharapkan dapat mendorong pemasaran berbagai produk secara lebih cepat, mudah, murah, dan menjangkau wilayah lebih luas. Ketiga komponen IDN tersebut bersama ekosistem pendukungnya merupakan fondasi utama Telkom dalam melangkah maju menjadi yang terdepan dalam membangun ekonomi digital Indonesia. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk memiliki

kinerja perusahaan yang terus meningkat, hingga pada tahun 2019 PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk membuahkan hasil yang baik dengan profitabilitas yang cukup menggembirakan ditengah berbagai tekanan dunia usaha di tingkat nasional maupun global, dimana pada saat itu merupakan mulainya masa pandemi Covid-19.

Pandemi Covid-19 telah berdampak pada masyarakat dan dari berbagai sektor dalam skala yang besar karena sebelumnya belum pernah terjadi. Bagi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. hambatan yang terjadi akibat pandemi Covid-19 justru dipandang sebagai peluang untuk mempercepat akselerasi digital, dengan memberikan layanan dan solusi di bidang teknologi informasi, dan komunikasi. Sebagai bagian dari komponen bangsa, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. memiliki semangat baru untuk membantu masyarakat dan

Pemerintah Indonesia dalam menghadapi pandemi dan bangkit kembali menghadapi masa depan. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. memberikan berbagai layanan dan solusi kepada seluruh masyarakat dengan dukungan infrastruktur *digital connectivity, digital platform*, dan *digital services*. Secara garis besar, rasio likuiditas dan rasio profitabilitas merupakan salah satu indikator penting dari laporan keuangan. Sehingga apabila rasio likuiditas dan rasio profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan hasil yang baik, maka kinerja perusahaan akan menunjukkan hasil yang baik pula. Dikarenakan begitu pentingnya analisis rasio keuangan tersebut bagi pihak-pihak yang berkepentingan baik pihak internal, maupun eksternal perusahaan terhadap posisi keuangan maupun kinerja perusahaan yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk menyajikan penulisan tugas akhir ini dengan judul

“Analisis Rasio Likuiditas Dan Rasio

Profitabilitas Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pada PT.

Telekomunikasi Indonesia

Perumusan Masalah

Berdasarkan judul yang telah dibuat yaitu “Analisis Rasio Likuiditas Dan Rasio Profitabilitas Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk”, dan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana likuiditas pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk periode 2021-2024 ?
- b. Bagaimana profitabilitas pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk periode 2021-2024 ?
- c. Bagaimana kinerja keuangan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk yang diukur dengan menggunakan rasio likuiditas dan rasio profitabilitas periode 2021-2024 ?

2. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui:

- II. Untuk mengetahui rasio likuiditas pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk periode 2021-2024
- III. Untuk mengetahui rasio profitabilitas pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk periode 2021-2024
- IV. Untuk mengetahui kinerja keuangan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk dengan menggunakan rasio likuiditas dan rasio profitabilitas periode 2021-2024

Tinjauan Pustaka

Manajemeen Keuangan

Manajemen diperlukan oleh semua organisasi agar tujuan organisasi dapat tercapai. Dengan manajemen yang baik organisasi dapat mengatur semua kegiatan

yang ada didalam organisasi (2017:2) menyatakan bahwa manajemen keuangan berkaitan dengan pengelolaan keuangan seperti anggaran, perencanaan keuangan, kas, kredit, analisis investasi, serta usaha memperoleh dana. Sementara Dadang Prasetyo Jatmiko (2017:1) manajemen keuangan berkaitan dengan perencanaan, pengarahannya, pemantauan, pengorganisasian dan pengendalian sumber daya keuangan suatu perusahaan.

Menurut Irham Fahmi (2014:02) Manajemen Keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumberdaya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan. Sedangkan menurut David Wijaya (2018:3) manajemen keuangan merupakan integrasi dari *science* dan *art* yang mencermati, dan menganalisa tentang upaya seorang manajer *financial* dengan menggunakan seluruh SDM perusahaan untuk mencari *funding*, mengelola *funding*, dan membagi *funding* dengan *goal* mampu memberikan laba atau *welfare* bagi para pemilik saham dan keberkelanjutan (*sustainability*) bisnis bagi entitas ekonomi.

Pendapat lain dikemukakan oleh Kariyoto (2018:3) manajemen keuangan merupakan integrasi dari *science* dan *art* yang mencermati, dan menganalisa tentang upaya seorang manajer *financial* dengan menggunakan seluruh SDM perusahaan untuk mencari *funding*, mengelola *funding*, dan membagi *funding* dengan *goal* mampu memberikan laba atau *welfare* bagi para pemilik saham dan keberkelanjutan (*sustainability*) bisnis bagi entitas ekonomi.

Menurut Sutrisno (2017:3), manajemen keuangan merupakan semua aktivitas

perusahaan yang berhubungan dengan pembelanjaan yang terdiri dari tiga usaha, yaitu:

Usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah.

Usaha untuk menggunakan data tersebut secara efisien. Dan Efisiensi pengalokasian dana dalam kegiatan usaha. Berdasarkan beberapa pengertian manajemen keuangan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian dari manajemen keuangan adalah salah satu fungsi dari manajemen mengenai segala aktivitas didalam perusahaan yang berhubungan dengan semua kegiatan dalam mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana yang bertujuan untuk memberikan kesejahteraan bagi para pemegang saham di perusahaan tersebut.

Menurut Prastowo yang dikutip oleh (Rusnawati dan Maulana, 2020: 83) menyebutkan unsur dari kinerja keuangan perusahaan adalah unsur yang berkaitan secara langsung dengan pengukuran kinerja perusahaan yang

disajikan pada laporan laba rugi, penghasilan bersih seringkali digunakan sebagai ukuran kinerja atau sebagian dasar bagi ukuran lainnya.

Menurut Fahmi (2017: 142) kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan dengan baik dan benar. Seperti dengan membuat suatu laporan keuangan yang telah memenuhi standart dan ketentuan dalam SAK (Standar Akuntansi Keuangan) atau GAAP (General Accepted Accounting Principle), dan lainnya.

Kinerja keuangan merupakan suatu usaha formal untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dan posisi kas tertentu. Dengan pengukuran kinerja keuangan, dapat dilihat prospek pertumbuhan dan perkembangan keuangan perusahaan. Perusahaan dikatakan berhasil apabila perusahaan telah mencapai suatu kinerja tertentu yang telah ditetapkan (Hery, 2018: 25).

b. Manfaat Kinerja Keuangan

Manfaat dari penilaian kinerja bagi manajemen sebagaimana yang telah

dipaparkan oleh (Efriyanti dkk, 2012: 301) adalah:

- 1) Mengukur prestasi yang dicapai oleh suatu organisasi dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatannya.
- 2) Selain digunakan untuk melihat kinerja organisasi secara keseluruhan, maka pengukuran kinerja juga dapat digunakan untuk menilai kontribusi suatu bagian dalam pencapaian tujuan secara keseluruhan
- 3) Dapat digunakan sebagai dasar penentuan strategi perusahaan untuk masa yang akan datang.
- 4) Memberi petunjuk dalam pembuatan keputusan dan kegiatan organisasi pada umumnya dan divisi atau bagian organisasi pada khususnya.
- 5) Sebagai dasar penentuan kebijaksanaan penanaman modal agar dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan .

Kinerja Keuangan dapat diukur dengan menggunakan analisis rasio. Analisis rasio dapat menyingkap hubungan sekaligus menjadi dasar perbandingan yang menunjukkan kondisi atau kecenderungan yang tidak dapat dideteksi

bila hanya melihat komponen-komponen rasio itu sendiri.

c. Analisis Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan dapat dinilai dengan beberapa alat analisis. Berdasarkan tekniknya, analisis keuangan dapat dibedakan menjadi 8 macam, yaitu menurut (Jumingan, 2016: 242):

- 1) Analisis perbandingan laporan keuangan, merupakan teknik analisis dengan cara membandingkan laporan keuangan dua periode atau lebih dengan menunjukkan perubahan, baik dalam jumlah (absolute) maupun dalam persentase (relatif).
- 2) Analisis Trend (tendensi posisi), merupakan teknik analisis untuk mengetahui tendensi keadaan keuangan apakah menunjukkan kenaikan atau penurunan.
- 3) Analisis Persentase per Komponen (common size), merupakan teknik analisis untuk mengetahui persentase investasi pada masing-masing aktivitas terhadap keseluruhan atau total aktiva maupun utang.
- 4) Analisis sumber dan penggunaan modal kerja, merupakan teknik analisis untuk mengetahui besarnya sumber dan

penggunaan modal kerja melalui dua periode waktu yang dibandingkan.

5) Analisis sumber dan penggunaan kas, merupakan teknik analisis untuk mengetahui kondisi kas disertai sebab terjadinya perubahan kas pada suatu periode waktu tertentu.

6) Analisis rasio keuangan, merupakan teknik analisis keuangan untuk mengetahui hubungan diantara pos-pos tertentu dalam neraca maupun dalam laporan laba rugi baik secara individu maupun secara simultan.

7) Analisis perubahan laba kotor, merupakan teknik analisis untuk mengetahui posisi laba dan sebab-sebab terjadinya perubahan laba.

8) Analisis Break Event Point, merupakan teknik analisis untuk mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

V. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu

dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2017: 59). Adapun penerapan penelitian deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui kinerja keuangan PT. Telekomunikasi Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2021-2024.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Prosesnya berawal dari teori, selanjutnya diturunkan menjadi hipotesis penelitian yang disertai pengukuran dan operasional konsep, kemudian generalisasi empiris yang bersandar pada statistik, sehingga dapat disimpulkan sebagai temuan penelitian.

3.2 Tempat dan Jadwal Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang terdaftar di BEI periode 2021-2024 dengan pengambilan data melalui website www.idx.co.id. dan <https://www.telkom.co.id/sites>. Berupa data sekunder bersifat times series.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai pada bulan April s/d Juli 2022. Peneliti memilih melakukan penelitian karena PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk sebagai perusahaan terbaik dari perusahaan dalam

bidang usaha, jenis barang dan jasa telekomunikasi dan informasi.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dimana metode penelitian ini merupakan metode penelitian yang terfokus menjelaskan tentang objek penelitian dan pembahasan apa adanya yang dilakukan dengan cara pengamatan/observasi, wawancara, dan mempelajari dokumen – dokumen.

Hasil dan Pembahasan

1) Apabila dilihat dari hasil perhitungan rasio likuiditas maka dapat kita lihat bahwa dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 Current Ratio PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk kurang mencapai standar industri dikarenakan tingkat kenaikan aktiva lancar tidak mengalami kenaikan maka perusahaan dalam keadaan kurang sehat. Sedangkan apabila dilihat dari perhitungan rasio profitabilitasnya Net Profit Margin (NPM) PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 pada tabel diatas menunjukkan bahwa tiap tahunnya selalu mengalami fluktuasi, akan tetapi presentase yang dicapai selalu melebihi standar industri, sehingga perusahaan dapat dikatakan dalam keadaan sangat sehat.

2) Jika dilihat dari hasil perhitungan rasio likuiditas pada posisi Quick Ratio PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk tahun periode 2017 sampai dengan tahun 2021 tidak mencapai standar industri dikarenakan tingkat aktiva lancar mengalami penurunan sedangkan tingkat kenaikan persediaan dan hutang lancar mengalami kenaikan maka perusahaan dapat dikatakan dalam keadaan kurang sehat. Kemudian jika dilihat dari Return On Investment (ROI) PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 kurang mencapai standar

industri, karena kemampuan tingkat pengembalian investasi perusahaan berkurang sehingga perusahaan dapat dikatakan kurang sehat.

3) Dan jika dilihat pada posisi Cash Ratio dari perhitungan rasio likuiditas pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk tahun 2017 mencapai standar industri, dikarenakan tingkat kenaikan kas per tahunnya lebih besar dari tingkat kenaikan hutang lancarnya, maka perusahaan dikatakan dalam keadaan sangat sehat. Akan tetapi pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 Cash Ratio tidak mencapai standar industri. Hal ini disebabkan karena jumlah kas dan tingkat kenaikan pertahunnya lebih kecil dibandingkan dengan hutang lancarnya, maka perusahaan dikatakan dalam keadaan kurang sehat. Kemudian pada tahun 2021 cash ratio mengalami kenaikan kembali dan mencapai standar industri, dengan begitu dapat dikatakan perusahaan dalam keadaan sangat sehat. Sedangkan perhitungan rasio profitabilitas perusahaan pada posisi Return On Equity (ROE) PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 tidak mencapai standar industri, dikarenakan modal yang dimiliki belum mampu untuk menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham, dalam kondisi ini perusahaan dikatakan dalam keadaan kurang sehat.

Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam melakukan proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor agar dapat lebih diperhatikan dalam bagi peneliti-peneliti yang akan datang guna lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya.

Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain sebagai berikut :

1. Sulit memperdalam data. Hal ini disebabkan alat utama dalam pengumpulan data adalah instrumen, sehingga peneliti kesulitan untuk mendapatkan data lebih dan yang tertulis didalamnya.
2. Lama dalam proses perencanaan penelitian. Sebelum mencari data langsung yang valid, peneliti harus mempersiapkan perencanaan penelitian secara ketat dalam wujud proposal penelitian. Kegiatan ini sering kali memakan waktu yang cukup lama. Adanya keterbatasan waktu penelitian yang singkat.

VI. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini yang berhubungan dengan “Analisis Rasio Likuiditas Dan Rasio Profitabilitas Untuk Mengukur Kinerja keuangan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk”. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Rasio Likuiditas

Analisis rasio keuangan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk selama 5 (lima) tahun terakhir yaitu periode tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 diukur dengan menggunakan rasio likuiditas dengan menggunakan perhitungan Current Ratio belum memenuhi standar industri dengan nilai 104,8%; 93,5%; 71,5%; 67,3%; 88,5%. Kemudian Quick Ratio pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, belum memenuhi standar industri dengan nilai sebesar 103,4%; 92,0%; 70,5%; 65,9%; 87,5%. Dan Cash Ratio pada tahun 2017 adalah sebesar 55,4%, telah memenuhi standar industri,

sedangkan ditahun 2018 sampai 2020 adalah 37,6%; 31,2%; 29,8%, belum memenuhi standar industri , akan tetapi ditahun 2021 dengan nilai 55,4%, yang berarti telah memenuhi standar industri.

2. Rasio Profitabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan analisis Rasio profitabilitas yang diukur dengan menggunakan Net Profit Margin (NPM) PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 telah memenuhi standar industri dengan nilai 25,5%; 20,6%; 20,3%; 21,7%; 23,7%. Sedangkan Return On Investment (ROI) yang dihasilkan selama 5 (lima) tahun terakhir yaitu periode 2017 sampai dengan 2021 belum memenuhi standar industri dengan nilai sebesar 16,5%; 13,1%; 12,5%; 12,0%; 12,2%. Begitu pula dengan Return On Equity (ROE) yang dihasilkan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk hasil perhitungannya belum memenuhi standar industri dengan nilai 29,2%; 23,0%; 23,5%; 24,5%; 23,3%.

3. Kinerja Keuangan Dari Segi Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas

Kinerja keuangan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk dilihat dari segi rasio likuiditas dari hasil perhitungan laporan keuangan selama 5 (lima) tahun terakhir yaitu dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 yang diukur dengan menggunakan perhitungan current ratio, dan quick ratio dikategorikan dalam keadaan “Kurang Sehat”, sedangkan untuk cash ratio ditahun 2017 dikategorikan dalam keadaan “Sangat Sehat”, tetapi ditahun 2018 sampai 2020 dikategorikan dalam keadaan “Kurang Sehat”, kemudian ditahun 2021 keadaan naik kembali dan dikategorikan dalam keadaan “Sangat Sehat”.

Kinerja keuangan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk dilihat dari segi rasio profitabilitas yang diukur dengan menggunakan perhitungan Net Profit Margin (NPM) selama 5 (lima) tahun terakhir yaitu tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 dikategorikan dalam keadaan “Sangat Sehat”, sedangkan untuk perhitungan Return On Investmen (ROI), dan Return On Equity (ROE) dikategorikan dalam keadaan “Kurang Sehat”. digital sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan untuk kebutuhan hidupnya.

Saran

Perusahaan diharapkan mampu menambah aktiva lancarnya dari modal sendiri tanpa harus menambah hutang lancarnya agar perusahaan dapat memenuhi kewajiban lancarnya tepat pada waktunya saat sudah jatuh tempo sehingga loyalitas relasi terhadap perusahaan dapat tetap terjaga.

2. Perusahaan diharapkan dapat lebih meningkatkan lagi kinerja keuangan perusahaan yang didasarkan dari segi perhitungan rasio likuiditas dan rasio profitabilitasnya yang selalu berfluktuasi dari tiap tahunnya, agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan bahkan bisa tumbuh dan berkembang lebih baik lagi dan tentunya didukung dengan manajemen yang baik pula.

3. Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan Likuiditas dan Profitabilitas dengan cara meningkatkan aktiva lancarnya dengan meminimalisir hutang lancarnya, serta turun langsung kelapangan untuk memastikan apa saja kepentingan yang diperlukan oleh para konsumennya. Hal ini dimaksud sebagai strategi penjualan untuk meningkatkan penjualan agar lebih baik lagi dengan memperluas jangkauan pembukaan

didalam negeri maupun di kancah International..

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Digital Marketing Strategies in Marketing Evangeline Products to Increase Company Competitiveness at PT. Griff Prima Abadi. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(4), 175-184.
- Agatha, D. C., & Pasaribu, V. L. D. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK PERALATAN RUMAH TANGGA BERBAHAN PLASTIK PADA PT. BE BEST INTERNATIONAL DI KOTA TANGERANG. *Jurnal Penelitian Terapan Ilmu Multidisiplin*, 1(3), 37-45.
- Amalia, A. F., & Pasaribu, V. L. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasien Klinik Jakarta Dental Project. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(9), 13703-13726.
- Apriliani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of the Application of Customer Relationship Management to Support Skincare Repurchase Interest on the Tiktok WJ LOVE Platform. *International Journal of Asian Business and Development*, 1(4), 231-244.
- Ariqa, N., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Effect of Service Quality and Company Image on Customer Satisfaction of Ubasyada Cooperative in Ciputat Market, South Tangerang. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(3), 277-290.
- Alfadillah, M. R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Effective Promotion Strategies in Online Transportation Companies Impacting Their Use. *International Journal of Asian Business and Development*, 1(4), 245-254.

- Al Jabar, L., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Strategic Leadership Role of Foundation Leaders in Improving the Quality of Education at Various Levels Education: Case Study on Bi Ashokal Hajar Foundation. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 63-85.
- Darmawan, M. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kopi Melati Ciputat. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1106-1117.
- Erpan, A. A., & Pasaribu, V. L. D. Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng 1 Liter pada Indomaret Babakan Pocis Fzc6 Parung Bogor. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 3(1), 90-103.
- Fahrezi, M. R., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Effect of Service Prices and Service Quality on Consumer Satisfaction at PT. Paramita Ban Workshop Cipete, South Jakarta Period 2023. *Global Journal Indexing*.
- Fatrecia, S. T., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Digital Marketing Strategy Brand Awareness in Increasing Sales in the Fashion Industry Based on Online Data. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, 4(1), 81-96.
- Fernando, J., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Pintu Kamar Mandi PVC terhadap Keputusan Pembelian pada PD. Amin Makmur Sejati di Pondok Kacang Timur. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 696-706.
- Frawesti, M., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Effect of Service Quality and Price on Consumer Purchasing Decisions at Alfamart Lebak Picung Branch Rangkasbitung. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(9), 585-598.
- Hakim, A. R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Customer Satisfaction of Mortar Cement at PT. Alam Gemilang Ghaizi Rangkasbitung. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, 4(1), 67-80.
- Hasan, M. A., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Jakmart di PD. Pasar Jaya Kendari. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1158-1174.
- Hardiansyah, N. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Analysis of Healthy Alert Personal Selling Strategy at PT Mitra Antar Putra in South Jakarta. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(2), 101-118.
- Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).
- Hidayat, L., & Pasaribu, V. L. D. (2025). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN PRODUK JASA VAKSIN DAN GROOMING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PETSHOP SAVANA DI REMPOA. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(5), 9041-9052.
- Jalaludin, H., & Pasaribu, V. L. D. (2025). ANALISIS PEMASARAN SOSIAL DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PEMBENTUKAN TITIK UNIT BANK SAMPAH DIGITAL DI KOTA SERANG BANTEN. *Jurnal Penelitian Terapan Ilmu Multidisiplin*, 1(3), 190-204.
- Lidya, V., & Pasaribu, D. (2018). Analysis of the Effect of Promotion, Product Quality and Packaging Design on Purchasing Decisions. *Lamongan Islamic University*.
- Makarim, F., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Factors of Customer Purchasing Power for Fashion Products

- in the Digital Era. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(6), 345-356.
- Mulyadi, M., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 147-154.
- Muttaqin, A. K., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Online pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen S1 Reguler C Kamis Universitas Pamulang). *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 943-970.
- Nabila, D. P., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Service Quality and Price on Purchasing Decisions at Rika Motor Workshop in Johar Baru, Central Jakarta. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences*, 4(2), 287-306.
- Qurbani, D., & Pasaribu, V. L. D. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Nasabah Prudential Syariah pada PT. Futuristik Artha Gemilang (Studi kasus di kantor cabang agensi Prudential Syariah PT. Futuristik Artha Gemilang Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 121-135.
- Pahrudin, P., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Influence of Work Motivation and Work Discipline on Employee Performance at PT Tunas Mekar Farm, Bogor Regency. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(2), 172-186.
- Pangestu, D. P., & Pasaribu, V. L. D. (2025). QRIS Ease of Access Strategy and its Impact on Public Interest in Digital Payment in Sumbermulyo Village, Pesanggaran, Banyuwangi. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(4), 197-208.
- Pasaribu, V. L. D. (2023). The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction (CV. Herina Catering). *International Journal of Integrative Sciences*, 2(8), 1223-1238.
- Pasaribu, V. L. D., Septiani, F., Rahayu, S., Lismiatun, L., Arief, M., Juanda, A., ... & Rahim, R. (2021). Forecast Analysis of Gross Regional Domestic Product based on the Linear Regression Algorithm Technique. *TEM Journal*, 10(2), 620-626.
- Pasaribu, V. L. D., & Haryoko, U. B. (2023). Analysis of the Effect of Customer Satisfaction of Internet Service Providers Using Structural Equation Modeling. *International Journal of Integrative Sciences*, 2(9), 1445-1458.
- PASARIBU, V. L. D. (2015). ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP PERSEPSI MEREK YANG BERDAMPAK KEPADA KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION MEREK VASELINE. *Sumber*, 130771(1,160,097 ,156), 1-22.
- Pasaribu, V. L. D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'Cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan. *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 19(2), 156-167.
- Pasaribu, V. L. D. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Hand And Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Carrefour Pamulang, Tangerang Selatan). *J. Pemasar. Kompetitif*, 1(4), 77-92.
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor

TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37-49.

- Pasaribu, V. D., & Prayoga, M. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Baju Batik Hem Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Home Industri Batik Sahara Indah. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 77-83.
- Pasaribu, V. L. D., & Setiawan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Optik Sejahtera Depok. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 155-163.
- Pasaribu, V. L. D., & Husein, M. A. (2024). The Influence of Product Quality and Prices on Government Brand Products (Foodstation) on Purchasing Decisions at Jakmart Pasar Jaya Cikini. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(4), 199-210.
- Puspitasari, D., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Service Quality and Promotion on Purchasing Decisions at Emado's Restaurant at PT. Emado's Kebab Indonesia, Ceger Raya Branch-Pondok Aren, South Tangerang. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences*, 4(2), 273-286.
- Ramadhani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Qualitative Study on the Implementation of the Partnership Model Without Capital in the Development of AA Cilok Business. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, 4(1), 97-110.
- Septiani, F., Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., & Rahayu, S. (2023). The Marketing Strategy of Saving and Loan Cooperatives in South Tangerang: the Use of SWOT Analysis. *International Journal of Integrative Sciences*, 2(9), 1479-1490.
- Situmorang, D. H., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Dujourex closet. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1360-1372.
- Sunatajaya, H., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Electronic Word of Mouth and Product Quality on the Decision to Purchase Car Carpet Products at CJ Accessories Stores at BSD Autopart. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(8), 529-542.
- Sutiawan, A., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Effect of Price and Promotion on Consumer Satisfaction at Avocado Kocok 88 Entrepreneurship, Poris Indah Branch. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(6), 329-344.
- Ramadhani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Qualitative Study on the Implementation of the Partnership Model Without Capital in the Development of AA Cilok Business. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, 4(1), 97-110.
- Tifani, R. A., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Analysis of Customer Satisfaction Based on Product Quality at Segitiga Bermuda Coffee and Eatery Pamulang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(7), 2467-2478.
- Yuda, A. P. (2024). The Influence of Brand Awareness and Word of Mouth on the Decision to Use the FLIP Application (Case Study of Young Mothers in the dBestMom Community). *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(2), 89-100.
- Yulianty, I. N., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Influence of Promotion and Price on Buyer Satisfaction of Luwak White Coffee Products at Pondok Aren Distributors. *Asian Journal of Applied*

Business and Management, 3(2), 161-172.

Wagiman, A. O., & Pasaribu, V. L. D. (2026). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penggunaan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada Bengkel Las Jaya Mandiri Steel. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 4(2), 731-741.

Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN.

Gumilang, R.R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri.

Jasri, Arfan, N., Hasanuddin., & Hasan, H.A.(2022) Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Abdurrahman,. Firdaus, D., & Nugroho, A.A. (2023) Variasi Model Pemasaran di Era Digital

Budiantini, A., Sutihat, A. & Risthi, A. (2023) Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Untuk Meningkatkan Profit UMKM

Avriyanti, Shinta.(2020)Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Di Era Industri 4.0

Daftar Pustaka

Purnomo, D., Rakhmadani, D.P., Lubis, M.R.H., & Purbaya, M.E (2022). Optimasi Kata Kunci SEO Untuk Peningkatan Pemasaran Digital

Febriyantoro, M.T. & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha