ABSTRAK

Seluruh perusahaan dituntut untuk terus tumbuh oleh para *stakeholder* perusahaan agar mampu bersaing dengan para pesaing-pesaingnya. Diversifikasi produk adalah salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat terus tumbuh dengan cara membuat lini bisnis baru baik menciptakan produk yang masih sejenis ataupun produk yang benar-benar baru dan berbeda dengan produk utama perusahaan sebelumnya. Selain itu, manfaat dari diversifikasi produk adalah agar perusahaan tidak tergantung pada satu jenis produk saja dan mengurangi risiko ketergantungan perusahaan sehingga saat produk utama perusahaan memasuki tahap *declining*, perusahaan masih memiliki produk lainnya yang mampu diandalkan untuk keberlangsungan perusahaan.

Industri telekomunikasi adalah salah satu area bisnis yang sangat menjanjikan dilihat dari perkembangan teknologi yang terus menerus berkembang dengan pesat selama beberapa dekade belakangan ini. Industri jaringan telekomunikasi ini berawal dari layanan suara dan visual seperti telepon dan mesin fax, hingga berbagai macam konten digital seperti saat ini. PT Telkom Indonesia merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Kondisi industri yang terus berubah dan persaingan pasar yang sangat ketat tidak menghentikan pertumbuhan bisnis Telkom Group. Berdasarkan Laporan Keuangan Konsolidasian PT Telekomunikasi Indonesia, sepanjang tahun 2019 Telkom Group mampu mencetak pendapatan sebesar Rp 135,11 triliun atau meningkat sebesar 3,5% secara *YoY* dibandingkan dengan pendapatan tahun 2018.

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan dari setiap perusahaan yang termasuk kedalam Telkom Group dari tahun 2017 hingga 2020. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini yaitu 10 anak perusahaan dengan kepemilikan langsung yang terkonsolidasi, yaitu Metranet, Telkomsel, Telkom Metra, Mitratel, PINs, Telkom Akses, Telin, Telkomsat, Telkom Infra, dan Telkom Property. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear untuk melakukan tes terhadap hipotesis-hipotesis dengan variable dependennya yaitu *Return on Assets (ROA)* sebagai indikator kinerja bisnis di Telkom Group dan beberapa variable independen seperti *Leverage (LEV)*, Aset tidak berwujud (INT_TA), Diversifikasi berhubungan (REL_DIV), dan Diversifikasi tidak berhubungan (UNREL_DIV).

Kata Kunci: *Telecommunication, Diversification, Related Diversification, Unrelated Diversification, Business Performance, Return on Assets, Leverage, Intangible Assets*