BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

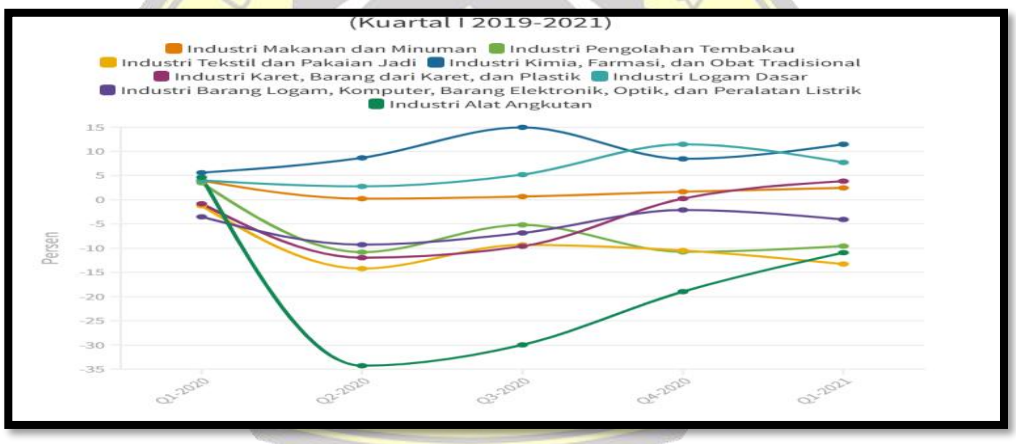
Pada tahun 2020 pandemi COVID-19 mulai melanda negara Indonesia sehingga berdampak kepada semua sektor industri termasuk juga industri makanan dan minuman, sehingga pemerintah mengambil kebijakan untuk menanggulangi pandemi COVID-19 seperti menerapkan *Physical distancing*, *lockdown*, pemberlakuan zona wilayah, pembatasan kapasitas ruangan serta aturan protokol kesehatan. Hal ini memberikan dampak negatif dalam industri makanan dan minuman sehingga menurunkan penjualan bagi industri ini. Untuk menanggulangi fenomena pandemi COVID-19 industri makanan dan minuman harus bisa beradaptasi dengan perubahan kondisi tersebut dengan cara menerapkan layanan pesan antar dan *takeaway* sehingga perusahaan yang dijalankan tetap bisa bertahan.

Akhir tahun 2021 COVID-19 sudah mencapai penghujungnya, di mana pandemi yang berlangsung selama 2 tahun mulai dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022, dikarenakan sudah adanya vaksin yang sudah di produksi masal dan tersebar di seluruh Indonesia. Meskipun begitu pandemi COVID-19 ini menjadi salah satu permasalahan yang harus dihadapi karena berkurangnya pendapatan, kurangnya tenaga karyawan dan biaya operasional tinggi.

Banyak perusahaan yang mulai melakukan inovasi dengan harapan bisa bertahan saat pandemi COVID-19, salah satu contohnya adalah *virtual restaurant* dan *takeaway*, hal ini dilakukan untuk menekan biaya operasional yang tinggi serta mendukung efisiensi sumber daya yang ada. Bukan hanya itu krisis ekonomi tersebut memberikan pola bisnis yang baru sehingga dapat memberikan referensi untuk konsumen yang menginginkan keamanan, kenyamanan dan kesehatan. tanpa harus berpindah dari satu lokasi ke lokasi yang lain.

Gambar 1

Grafik Penjualan



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2025

Selain pandemi COVID-19 banyak juga tantangan ekonomi yang harus di hadapi, salah satunya adalah isu boikot produk suatu perusahaan, boikot produk adalah cara bagi para konsumen untuk melakukan protes terhadap tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan di era globalisasi, kejadian ini sering muncul ketika terjadi keadaan luar biasa yang tidak sesuai dengan norma

yang berlaku pada sebuah wilayah maupun negara, termasuk isu internasional yang terjadi pada saat itu.

Dalam dunia bisnis, isu boikot produk mempunyai dampak negatif yang sangat signifikan terhadap citra perusahaan sehingga mempengaruhi loyalitas pelanggan, semua Pencapaian yang sudah dibangun bisa hilang karena ada isu boikot sehingga dapat mengurangi pendapatan perusahaan karena sangat sulit mengembalikan kepercayaan para konsumen yang dapat berujung kebangkrutan. Karena tindakan ini dapat mengubah posisi keuangan perusahaan dengan menekan permintaan produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga dapat mengurangi pendapatan dan kesehatan keuangan perusahaan.

Seperti yang sudah dijelaskan di atas baik pada masa pandemi, pasca pandemi dan juga isu boikot, PT. Fast Food Indonesia Tbk (KFC) juga mengalami masa krisis tersebut, dalam masa pandemi KFC menunjukkan kemampuannya yang luar biasa untuk beradaptasi, seperti melakukan layanan pesan antar, pemesanan secara *online* dan *takeaway*, mereka mengenalkan layanan *drive-thru* dan *contactless delivery* dengan tujuan untuk mengurangi kontak fisik secara langsung, selain membuat inovasi pada pelayanan KFC juga melakukan inovasi pada menu yang ditawarkan dengan bentuk paket-paket ekonomis yang di sesuaikan dengan kebutuhan para pelanggan saat pandemi berlangsung, pendekatan ini sebagai bukti bahwa KFC mampu memahami situasi pasar dengan baik dan cermat.

Gambar 2

Strategi KFC

Sumber: Marketeers, 2025

Selain Pandemi COVID-19, isu boikot juga tertuju pada PT. Fast Food Indonesia Tbk (KFC) yang muncul sekitar pertengahan tahun 2023, hal ini dipicu oleh seruan untuk memboikot produk yang dianggap mempunyai afiliasi dengan salah satu Negara yang melakukan pelanggaran HAM dan Genosida, walaupun KFC Indonesia telah membuat pernyataan bahwa mereka tidak mempunyai keterkaitan dengan Negara tersebut, sentimen boikot yang dilemparkan pelanggan di Indonesia kepada KFC Indonesia memberikan dampak yang signifikan terhadap kesehatan keuangan perusahaan.

Gambar 3

Isu Boikot KFC

Sumber: Market bisnis.com, 2025

Menanggapi isu boikot yang sudah mengarah pada KFC Indonesia, PT. Fast Food Indonesia Tbk, secara resmi menyatakan bahwa perusahaan tidak memiliki keterkaitan atau terafiliasi dengan Negara mana pun yang melanggar HAM, mereka juga menegaskan bahwa seluruh saham perusahaan didominasi oleh pihak Indonesia, serta sebagai komitmen dalam hal tersebut, perusahaan juga menyerukan dukungan kepada kebijakan pemerintah terkait konflik internasional di timur tengah dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan kemanusiaan, dengan menempuh langkah ini perusahaan berharap dapat menepis isu keterkaitan dengan Negara yang melanggar HAM.

Gambar 4

Boikot Terhadap KFC

Sumber: Independensi.com, 2023

Setelah melewati fase krisis yang menyerang PT. Fast Food Indonesia Tbk, Berikut adalah tabel yang menyajikan perincian pendapatan PT. Fast Food Indonesia Tbk, secara umum pendapatan bisa di bilang stabil, data yang di sajikan di mulai tahun 2020 di mana pada tahun tersebut pandemi COVID-19 mulai melanda Indonesia yang berdampak pada berbagai sektor ekonomi, tetapi perusahaan ini tetap menunjukkan stabilitas dalam pendapatannya

karena ada kenaikan pendapatan setiap tahunnya, dan kenaikan paling signifikan terjadi pada tahun 2022 tepatnya pasca pandemi COVID-19 dengan persentase 21,01%.

Tabel 1

Pendapatan PT. FAST FOOD INDONESIA

No	Tahun	Pendapatan	Persentase	Keterangan
1	2020	Rp 4.840.363.775	-	
2	2021	Rp 4.840.596.018	0,0048%	Naik
3	2022	Rp 5.857.474.313	21,01%	Naik
4	2023	Rp 5.935.004.692	1,32%	Naik

Sumber : IDX BEI, 2025

Sedangkan pada triwulan pertama tahun 2024 terjadi penurunan pendapatan sebesar 21,01% dengan nominal -Rp. 245.307.571, hal ini dikarenakan adanya isu boikot mulai yang menyerang perusahaan, dampak boikot dapat mempengaruhi minat dan kepercayaan konsumen, padahal perusahaan sudah menyangkal kalau PT. Fast Food Indonesia Tbk, tidak pernah terafiliasi dengan Negara mana pun yang melanggar HAM dan Genosida.

Tabel 2

Pendapatan Triwulan 1 2024 PT. FAST FOOD INDONESIA

No.	Tahun	Pendapatan	Persentase	Keterangan
1	2023	Rp1.423.917.055		
2	2024	Rp1.178.609.484	-17,23%	-Rp245.307.571

Sumber : IDX BEI, 2025

Setiap perusahaan mempunyai kesehatan keuangan berbeda-beda tergantung pada kondisi perusahaan, semakin baik kesehatan keuangan perusahaan maka semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk bisa berkembang, tingkat kesehatan keuangan bisa diukur dengan cara menggunakan analisis rasio keuangan. Analisis rasio keuangan adalah alat untuk mengetahui dan mengevaluasi kinerja keuangan suatu perusahaan dalam mendapatkan pendapatan serta memenuhi semua kewajibannya baik jangka pendek ataupun jangka panjang, rasio keuangan biasanya digunakan untuk mengetahui secara detail kondisi kesehatan keuangan dengan cara kolaborasikan hubungan antara setiap pos-pos laporan keuangan yang ada seperti laporan laba rugi, neraca dan juga laporan arus kas. Analisis rasio ini juga digunakan untuk investasi, alokasi sumber daya dan juga untuk menilai risiko yang akan dihadapi. Ada empat metode yang digunakan untuk menghitung analisis rasio keuangan yaitu, rasio keuangan Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas dan Aktivitas.

Peneliti terdahulu dapat membuktikan bahwa analisis rasio keuangan dapat digunakan sebagai alat indikator untuk mengetahui kesehatan keuangan. Sehingga memudahkan pihak internal maupun eksternal untuk mengambil

keputusan dalam mengambil kebijakan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Amri (2018) menyatakan tentang Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Incipna Indonesia, berdasarkan hasil penelitian rasio likuiditas dapat dikatakan tidak baik karena perusahaan mengalami kesulitan dalam melunasi kewajiban lancar dengan menggunakan aset lancar yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan solvabilitas cukup baik di mana setiap tahunnya mengalami peningkatan, hal ini disebabkan karena rendahnya belanja perusahaan yang bersumber dari pinjaman. Berdasarkan aktivitas cukup baik di mana setiap tahunnya mengalami peningkatan keadaan ini harus dipertahankan agar penggunaan aset perusahaan semakin efektif dan efisien. Sedangkan berdasarkan profitabilitas baik hal ini menunjukkan meningkatnya keuntungan atau laba yang di hasilkan dalam perusahaan. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa analisis rasio keuangan dapat dijadikan dasar dalam untuk menilai baik buruknya kesehatan keuangan perusahaan.

Sama seperti penelitian Lena Agustin dan Nida Auliana Umami (2024) menyatakan tentang Analisis Rasio Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan pada PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul, Tbk periode 2020-2023. Dari hasil penelitiannya dapat di simpulkan bahwa meskipun kondisi keuangan perusahaan secara keseluruhan baik, ada ruang untuk perbaikan dalam efisiensi dan profitabilitas. Oleh karena itu, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan kinerja keuangan sehingga pihak internal perusahaan dapat merencanakan dan mengatur strategi pemasaran untuk meningkatkan laba perusahaan.

berdasarkan dari uraian di atas, kita mengetahui bahwa PT. Fast Food Indonesia Tbk (KFC) bisa bertahan dari krisis pandemi, pasca pandemi dan isu boikot, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Tingkat Kesehatan Keuangan PT. FAST FOOD INDONESIA Tbk (Study Kasus KFC Indonesia Tahun 2021-2023) "

B. Rumusan Masalah

Bagaimana kesehatan keuangan PT. Fast Food Indonesia Tbk, (KFC Indonesia) jika dilihat dari Analisis rasio keuangan tahun 2021-2023?

C. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis kesehatan keuangan pada PT. Fast Food Indonesia Tbk, (KFC Indonesia) tahun 2021-2023.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan kontribusi bagi beberapa pihak terkait, antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat menghasilkan tambahan ilmu dan pengetahuan, serta dapat menerapkan teori yang diperoleh saat melakukan penelitian terkait analisis rasio keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk setelah wisuda.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan akan memberikan informasi yang bermanfaat bagi PT. Fast Food Indonesia Tbk, (KFC Indonesia) khususnya dalam analisis laporan keuangan untuk menilai kesehatan keuangan.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi baru bagi Kepustakaan Universitas Merdeka Pasuruan terutama di bidang manajemen keuangan.

4. Bagi Pihak Lain atau Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa memperluas khazanah pengetahuan, dan juga dapat menjadi sumber referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya, sehingga dapat dikembangkan lebih lanjut.