

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kinerja keuangan adalah gambaran kondisi keuangan perusahaan yang dianalisis, sehingga dapat diketahui baik buruknya kondisi keuangan perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja keuangan dalam suatu periode tertentu (Harahap, 2010). Kinerja keuangan merupakan salah satu aspek krusial dalam keberlangsungan dan pertumbuhan sebuah perusahaan, terutama bagi perusahaan makanan cepat saji yang memiliki kompleksitas operasional dan investasi yang signifikan. Tujuan dari kinerja keuangan adalah untuk mengukur kesehatan keuangan suatu organisasi dan kemampuannya dalam mencapai tujuan bisnisnya. Analisis kinerja keuangan yang akurat dan komprehensif menjadi landasan penting bagi manajemen dalam pengambilan keputusan strategis, alokasi sumber daya, serta komunikasi dengan pemangku kepentingan, termasuk investor dan kreditor.

Dalam konteks globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan makanan cepat saji dihadapkan pada berbagai tantangan, mulai dari efisiensi operasional, pengembangan produk, strategi pemasaran hingga pengelolaan risiko keuangan dan operasional. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan nilai tambah (*Value Creation*) bagi pemegang saham menjadi tolak ukur utama keberhasilan (Herawati Limbong et al, 2022). penggunaan pendekatan analisis keuangan yang berfokus pada rasio keuangan seperti likuiditas, solvabilitas dan profitabilitas menjadi semakin relevan untuk digunakan dalam mengukur efisiensi dalam menghasilkan laba perusahaan menjadi semakin relevan untuk menghitung kinerja keuangan suatu perusahaan.

Metode evaluasi kinerja keuangan, seperti rasio-rasio keuangan (likuiditas, solvabilitas dan profitabilitas), memberikan gambaran penting mengenai kondisi keuangan perusahaan, pendekatan ini tetap menjadi instrumen utama yang digunakan oleh banyak perusahaan dan analis keuangan (Priastuti & Senja, 2016). Rasio-rasio ini cenderung berfokus pada kinerja historis dan menggambarkan efisiensi serta efektifitas manajemen dalam mengelola sumber daya yang ada. Hal ini dapat menyebabkan interpretasi yang kurang tepat mengenai kinerja perusahaan, terutama dalam jangka panjang. Dalam beberapa dekade terakhir, meskipun berbagai metode evaluasi kinerja keuangan, pendekatan melalui analisis rasio keuangan, khususnya rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas, tetap menjadi alat yang penting dan relevan untuk menilai kinerja keuangan suatu perusahaan (Chanifah & Budi, 2019). Rasio-rasio ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, struktur permodalan, serta efisiensi dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya (Herawati Limbong et al, 2022).

Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan aset lancar yang dimiliki. Rasio ini sangat penting karena menunjukkan seberapa jauh aset lancar perusahaan dapat menutup utang lancar yang dimiliki. Beberapa indikator utama dalam analisis ini meliputi *current ratio*, *quick ratio*, dan *cash ratio* (Chanifah & Budi, 2019). Rasio keuangan yang sehat adalah indikator vitalis dalam mencerminkan kondisi keuangan yang stabil dan kesiapan perusahaan menghadapi kewajiban jangka pendek tanpa mengganggu operasional bisnis.

Sementara itu, rasio solvabilitas digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang dibandingkan dengan modal sendiri (Herawati Limbong et al, 2022). Rasio ini sangat penting untuk menilai risiko finansial jangka panjang perusahaan. Semakin tinggi tingkat utang terhadap ekuitas atau total aset, maka semakin tinggi pula risiko kebangkrutan apabila terjadi tekanan keuangan. Beberapa rasio utama dalam kategori ini yaitu *debt to asset ratio*, *debt to equity ratio*, dan *interest coverage*.

Selanjutnya, rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya, rasio ini mencerminkan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aset dan modalnya untuk menghasilkan keuntungan (Saputri & Nefwar, 2024). Beberapa ukuran yang digunakan rasio profitabilitas meliputi net profit margin, *return on assets* (ROA), dan *return on equity* (ROE). Rasio ini sangat penting karena menjadi indikator utama daya tarik perusahaan di mata investor serta kemampuan dalam mempertahankan pertumbuhan jangka panjang.

Dengan menggunakan pendekatan analisis rasio keuangan, peneliti mengevaluasi sejauh mana perusahaan mampu mempertahankan kinerja keuangan yang sehat dan kompetitif dalam jangka waktu tertentu. Pendekatan ini memberikan sudut pandang yang lebih operasional dan langsung terhadap data yang tersedia dalam laporan keuangan perusahaan periode 2021-2024 yang dapat diakses pada web idx. Penilaian yang komprehensif terhadap rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas memungkinkan analisis menyeluruh terhadap struktur keuangan, efektivitas pengelolaan aset, dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan

laba. Jika rasio tersebut menunjukkan tren yang positif dan stabil dari periode 2021-2024, maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan berhasil menjaga keseimbangan antara likuiditas, efisiensi operasional, dan struktur keuangan jangka panjang. Hal ini menjadi sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan dikelola dengan efektif dan efisien, serta memiliki potensi pertumbuhan yang berkelanjutan. Sebaliknya, rasio yang menurun atau tidak stabil bisa mengindikasikan adanya masalah dalam pengelolaan keuangan yang dapat berdampak pada kinerja dan kepercayaan investor. Dalam penelitian ini PT Fast Food Indonesia Tbk sebagai objek kajian, yaitu perusahaan yang akan dianalisis kinerja keuangannya menggunakan pendekatan rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas. PT Fast Food adalah perusahaan yang bergerak di sektor makanan dan minuman siap saji, perusahaan ini memiliki karakteristik operasional yang kompleks, termasuk pengelolaan persediaan bahan baku, biaya operasional gerai, dan manajemen arus kas harian.

Meskipun lebih dikenal sebagai perusahaan yang bergerak di sektor ritel makanan siap saji, PT Fast Food Indonesia Tbk juga memiliki sistem operasional berbasis proses produksi dan distribusi yang menuntut efisiensi tinggi mulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan penyajian, hingga pelayanan kepada konsumen. PT Fast Food Indonesia Tbk merupakan pemegang hak waralaba tunggal restoran *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di Indonesia, yang termasuk dalam kategori perusahaan go publik dan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham *FAST* sejak tahun 1993. Perusahaan Go Publik adalah perusahaan yang menjual sebagian sahamnya kepada masyarakat melalui pasar modal (Margaretha & Suhartono, 2016).

Sebagai perusahaan yang terdaftar di pasar modal, PT Fast Food Indonesia Tbk memiliki tanggungjawab yang tinggi terhadap para pemegang saham dan investor publik. Pemegang Saham adalah individu atau lembaga yang memiliki saham dalam suatu perusahaan yang *go public* (Permatasari, 2014). Perusahaan dituntut tidak hanya menghasilkan laba secara akuntansi, namun juga menunjukkan kinerja keuangan yang sehat dan stabil agar dapat memberikan keyakinan kepada investor mengenai keberlanjutan usahanya.

PT Fast Food Indonesia Tbk dikenal sebagai pelopor industri makanan cepat saji di tanah air. Karakteristik uniknya terletak pada fokus usaha yang secara eksklusif bergerak di bidang quick service restaurant (QSR), yaitu layanan makanan cepat saji yang mengutamakan kecepatan penyajian, konsistensi rasa, dan efisiensi operasional. Perusahaan ini telah mengembangkan jaringan gerai yang sangat luas dan tersebar hampir di seluruh provinsi di Indonesia, mulai dari pusat perbelanjaan, rest area, kawasan perkantoran, hingga lokasi strategis di pusat kota. Skala operasional yang besar ini menjadikannya sebagai salah satu pemain utama dalam industri makanan cepat saji dengan kemampuan logistik yang baik untuk mendistribusikan bahan baku ke berbagai daerah. Keunikan lainnya adalah penerapan standarisasi yang ketat dalam setiap proses produksi dan layanan. Semua outlet KFC Indonesia menerapkan resep, prosedur memasak, serta kualitas bahan baku yang seragam agar pelanggan mendapatkan pengalaman yang sama di setiap gerai. Proses perekrutan dan pelatihan karyawan pun dirancang dengan sistematis mengikuti standar global KFC, sehingga pelayanan yang cepat, ramah, dan konsisten dapat terjaga dengan baik. Peralatan modern digunakan untuk

memastikan waktu penyajian yang singkat, sesuai dengan karakter makanan cepat saji yang diharapkan konsumen. Selain itu, PT Fast Food Indonesia Tbk memiliki ciri khas dalam mengadaptasi menu internasional ke dalam selera lokal. Walaupun KFC dikenal dengan ayam gorengnya, di Indonesia perusahaan ini menambahkan menu khas seperti nasi putih, sup, perkedel, sambal pedas, serta berbagai inovasi menu musiman yang relevan dengan tren lokal. Strategi lokalisasi menu ini menjadi salah satu faktor penting yang membuat KFC diterima luas oleh masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan. Karakteristik unik lainnya adalah kemampuan PT Fast Food Indonesia Tbk memadukan konsep cepat saji dengan suasana ramah keluarga. Gerai-gerai KFC Indonesia tidak hanya dirancang untuk memenuhi kebutuhan makanan cepat dan praktis, tetapi juga menawarkan lingkungan yang nyaman bagi keluarga dan anak-anak. Tersedianya area bermain di beberapa gerai, desain interior yang hangat, serta suasana yang bersahabat menjadikan KFC sebagai pilihan tempat makan yang tidak hanya cepat, tetapi juga menyenangkan untuk berkumpul bersama keluarga maupun teman.

PT Fast Food Indonesia Tbk, sebagai salah satu perusahaan makanan dan minuman siap saji terbesar di Indonesia yang mengoperasikan jaringan waralaba KFC menghadapi tantangan dalam mengevaluasi kinerja keuangannya karena ada beberapa permasalahan yang memicu yaitu kerugian finansial yang signifikan, dan penurunan daya beli masyarakat. Kerugian finansial yang signifikan tersebut timbul akibat tingginya biaya operasional tetap seperti sewa lokasi, gaji karyawan, serta biaya distribusi dan logistik yang tidak dapat dikurangi secara langsung saat terjadi penurunan penjualan. Kondisi ini semakin diperburuk oleh ketatnya persaingan di

industri makanan cepat saji yang menuntut perusahaan untuk tetap kompetitif dalam harga dan pelayanan. Untuk menjaga volume penjualan, perusahaan kerap menerapkan promosi atau diskon, namun strategi ini seringkali menekan margin keuntungan yang sudah sempit, sehingga menyebabkan ketidakseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran.

Sementara itu, penurunan daya beli masyarakat juga menjadi faktor eksternal yang sangat memengaruhi kinerja penjualan. Ketidakstabilan ekonomi, kenaikan harga kebutuhan pokok dan tekanan inflasi konsumen lebih selektif dalam membelanjakan penghasilan mereka. Konsumsi makanan cepat saji sebelumnya merupakan pilihan praktis dan terjangkau, kini mulai ditinggalkan oleh sebagian kelompok masyarakat karena dianggap sebagai pengeluaran non-prioritas. Akibatnya, jumlah kunjungan konsumen ke gerai-gerai KFC menurun, yang secara langsung berdampak pada turunnya pendapatan perusahaan. Fenomena ini juga menciptakan tantangan bagi perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional untuk tetap dapat bertahan dalam kondisi pasar yang tidak stabil. Oleh karena itu, perusahaan perlu mencari strategi baru untuk beradaptasi dan tetap relevan di tengah perubahan perilaku konsumen serta kondisi ekonomi yang dinamis.

Tabel 1. 1 Laba/Rugi PT Fast Food Indonesia Tbk

No	Tahun	Rugi
1	2021	295.737.750
2	2022	77.447.669
3	2023	418.212.411
4	2024	798.247.109

Sumber: idx, data diolah, 2025

Dari tabel diatas yang menampilkan laporan keuangan berupa rugi PT Fast Food Indonesia Tbk selama periode 2021-2024, perusahaan mengalami kerugian finansial yang signifikan secara berturut-turut selama 4 tahun. Hal ini mencerminkan tantangann berat yang dihadapi oleh perusahaan, baik dari sisi internal maupun eksternal. Pada tahun 2021, meskipun pembatasan mobilitas sudah mulai dilonggarkan, beban operasional tetap tinggi dan margin keuntungan tetap tertekan, sehingga rugi bersih masih cukup besar yakni Rp. 295.737.750. Tahun 2022 menunjukkan perbaikan kinerja dengan kerugian menurun menjadi Rp. 77.447.669, mencerminkan adanya efisiensi atau peningkatan pendapatan, namun kondisi ini tidak berlanjut. Pada tahun 2023, rugi bersih meningkat kembali ke Rp. 418.212.411 dan pada tahun 2024 kembali memburuk dengan kerugian sebesar Rp. 798.247.109. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan struktural masih belum dapat diatasi sepenuhnya, terutama pada sisi beban operasional tetap yang tinggi seperti gaji, sewa, dan logistik yang sulit dikurangi meskipun pendapatan turun.

Selain mengalami tantangan kerugian finansial diatas, PT Fast Food Indonesia Tbk juga menghadapi tantangan dalam penurunan daya beli masyarakat. Penurunan daya beli masyarakat telah menjadi faktor eksternal yang signifikan dalam memengaruhi kinerja PT Fast Food Indonesia Tbk (FAST) selama periode 2020-2024. Ketidakstabilan ekonomi, kenaikan harga kebutuhan pokok, dan tekanan inflasi secara kolektif telah mengubah perilaku konsumen, mendorong mereka untuk lebih selektif dalam membelanjakan penghasilan. Konsumsi makanan cepat saji, yang sebelumnya dianggap sebagai pilihan praktis dan terjangkau, kini seringkali dianggap sebagai pengeluaran non-prioritas oleh

sebagian masyarakat. Fenomena ini tercermin dalam penurunan jumlah kunjungan konsumen ke gerai-gerai KFC, yang secara langsung berdampak pada pendapatan perusahaan. Untuk menganalisis penurunan daya beli masyarakat terhadap kinerja FAST, kita dapat melihat angka pendapatan dan laba rugi bersih PT Fast Food Indonesia Tbk selama periode 2021-2024 sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Pendapatan dan Laba Rugi PT Fast Food Indonesia Tbk

No	Tahun	Pendapatan Usaha (dalam ribuan IDR)	Total Biaya	Rugi (dalam ribuan IDR)
1	2021	4.840.596.018	5.136.333.768	(295.737.750)
2	2022	5.857.474.313	5.934.921.982	(77.447.669)
3	2023	5.935.004.692	6.353.217.103	(418.212.411)
4	2024	4.875.792.516	5.674.039.625	(798.247.109)

Sumber: idx, data diolah, 2025.

Pada awal tahun 2021, perusahaan masih belum menunjukkan tanda-tanda pemulihan yang kuat, dengan pendapatan yang menurun menjadi Rp 4.840.596.018 dan ini menyebabkan kerugian bersih yang bertambah menjadi Rp 295.737.750. Total biaya sebesar Rp 5.136.333.768 pada tahun ini mencerminkan pengeluaran di awal untuk hal-hal seperti sewa atau iklan, yang belum sepenuhnya menjadi beban di tahun berjalan. Ini mengindikasikan adanya adaptasi strategi perusahaan terhadap kondisi pasar yang berubah, seperti peningkatan layanan pesan antar atau promosi, meskipun beban operasional tetap tinggi. Tren penurunan pendapatan berlanjut hingga tahun 2022, di mana pendapatan mencapai Rp 5.857.474.313, dengan kerugian bersih yang semakin mengecil menjadi Rp 77.447.669. Peningkatan signifikan total biaya menjadi Rp 5.934.921.982 pada periode ini mungkin mencerminkan investasi besar di muka, seperti untuk sewa lokasi baru atau kampanye pemasaran, seiring dengan mulai pulihnya aktivitas masyarakat dan

pelonggaran pembatasan yang sedikit memperbaiki volume pendapatan. Namun, pada tahun 2023, meskipun pendapatan mengalami perkembangan positif menjadi Rp 5.935.004.692, perusahaan kembali mencatat kerugian yang melonjak signifikan menjadi Rp 418.212.411. Peningkatan drastis total biaya menjadi Rp 6.353.217.103 ini bisa menjadi indikasi bahwa perusahaan lebih baik dalam melakukan pengeluaran di muka atau beban dari biaya-biaya tersebut sudah dialokasikan ke periode sebelumnya.

Peningkatan kerugian ini, meskipun diikuti dengan kenaikan pendapatan, bisa menjadi indikasi tekanan margin keuntungan akibat ketatnya persaingan dan kebutuhan untuk tetap mempertahankan harga kompetitif melalui promosi atau diskon intensif, yang pada gilirannya menekan profitabilitas. Puncak tantangan terlihat jelas pada tahun 2024, dimana pendapatan mencapai titik terendah sebesar Rp 4.875.792.516. Kerugian bersih perusahaan justru memburuk secara drastis, mencapai Rp 798.247.109. Sedikit penurunan lanjutan dari total biaya menjadi Rp 5.674.039.625 menunjukkan bahwa perusahaan mungkin sedang menghemat pengeluaran di muka atau menunda investasi strategis akibat kondisi keuangan yang memburuk. Fenomena ini sangat mengkhawatirkan dan secara kuat mendukung narasi penurunan daya beli masyarakat. Pada tahun ini, volume pendapatan secara nominal juga menurun, dan kerugian yang semakin besar menunjukkan bahwa biaya operasional, yang meliputi sewa lokasi, gaji karyawan, serta biaya distribusi dan logistik, tidak dapat diimbangi oleh pendapatan yang dihasilkan. Ini berarti bahwa, meskipun ada upaya untuk menjaga pendapatan melalui strategi penjualan, penurunan daya beli masyarakat dan kompetisi yang

ketat kemungkinan besar memaksa perusahaan untuk mengorbankan margin keuntungan, mengakibatkan ketidakseimbangan yang parah antara pendapatan dan pengeluaran.

Keterbaharuan yang diangkat dalam penelitian ini terletak pada integritas analisis rasio keuangan tradisional (likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas) dengan pendekatan longitudinal yang mempertimbangkan dinamika dampak krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19 dan ketidakstabilan makroekonomi nasional terhadap performa keuangan perusahaan makanan cepat saji. Berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya yang umumnya menggunakan pendekatan rasio keuangan hanya sebagai alat ukur statis dalam satu tahun tertentu atau tidak memperhatikan pengaruh konteks ekonomi, penelitian ini menekankan pada evaluasi menyeluruh selama lima tahun (2021-2024). Selain itu keterbaharuan juga tercermin dari pemilihan objek penelitian, yaitu PT Fast FOOD Indonesia Tbk (sebagai pemegang waralaba KFC Indonesia) yang merupakan entitas publik di sektor makanan dan minuman cepat saji yang paling terdampak oleh pembatasan mobilitas, inflasi pangan, serta perubahan perilaku konsumen selama dan pasca-pandemi. Sebagian besar penelitian terdahulu tentang rasio keuangan masih terfokus pada sektor manufaktur, perbankan, atau perusahaan-perusahaan besar dengan stabilitas pendapatan tinggi. Dengan memfokuskan studi pada industri makanan siap saji yang memiliki karakteristik *high fixed cost and low margin profit* dalam situasi makroekonomi yang fluktuatif, penelitian ini memberikan perspektif terhadap reliabilitas rasio-rasio keuangan sebagai alat ukur daya tahan operasional dan efisiensi finansial dalam kondisi darurat. Pendekatan yang digunakan dalam

penelitian ini juga memperkuat keterbaruannya, karena tidak hanya menggunakan rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas secara konvensional, tetapi juga mengaitkan hasil rasio tersebut dengan faktor-faktor eksternal seperti daya beli masyarakat, laju inflasi, penurunan trafik konsumen, hingga strategi promosi agresif yang berdampak pada margin keuntungan. Penelitian ini juga mengkaji secara kritis bagaimana indikator solvabilitas seperti *Debt to Equity Ratio* (DER) mengalami fluktuasi akibat pembiayaan kembali dan beban operasional tetap yang tinggi. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan pandangan strategis dan holistik terhadap bagaimana indikator keuangan tidak hanya menjadi alat pengukur kinerja internal, tetapi juga sebagai refleksi kemampuan adaptasi dan respons manajerial terhadap guncangan eksternal yang kompleks.

Berdasarkan uraian diatas, diketahui bahwa penelitian sejenis menghasilkan penemuan yang beragam. Sehingga, didapatkan penelitian yang diberi judul **“Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Makanan Cepat Saji Dengan Pendekatan Rasio Likuiditas, Solvabilitas, dan Profitabilitas: Studi kasus pada PT Fast Food Indonesia Tbk Periode 2021-2024”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, penulis menemukan rumusan masalah yang dapat diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kinerja keuangan PT Fast Food Indonesia Tbk yang dilihat dari perhitungan pendekatan rasio likuiditas selama periode 2021-2024?
2. Bagaimanakah kinerja keuangan PT Fast Food Indonesia Tbk yang dilihat dari perhitungan pendekatan rasio solvabilitas selama periode 2021-2024?

3. Bagaimanakah kinerja keuangan PT Fast Food Indonesia Tbk yang dilihat dari perhitungan pendekatan rasio profitabilitas selama periode 2021-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada PT Fast Food Indonesia Tbk bertujuan untuk:

1. Mengetahui kinerja keuangan PT Fast Food Indonesia Tbk berdasarkan perhitungan melalui pendekatan rasio likuiditas selama periode 2021-2024.
2. Mengetahui kinerja keuangan PT Fast Food Indonesia Tbk berdasarkan perhitungan melalui pendekatan rasio solvabilitas selama periode 2021-2024.
3. Mengetahui kinerja keuangan PT Fast Food Indonesia Tbk berdasarkan perhitungan melalui pendekatan rasio profitabilitas selama periode 2021-2024.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman peneliti mengenai konsep evaluasi kinerja keuangan perusahaan pendekatan rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas, serta keterkaitannya dengan penciptaan nilai tambah ekonomi dalam dunia bisnis.

- b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan sebagai referensi ilmiah tambahan. Kontribusi tersebut mencakup dalam pengembangan

teori-teori akuntansi manajemen dan keuangan, khususnya yang berkaitan dengan pengukuran kinerja keuangan berbasis nilai (*value-based performance measurement*), serta memperkaya literatur akademik dalam bidang evaluasi kinerja perusahaan.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan dan menjadi bahan acuan dan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin melakukan studi lanjutan mengenai pengukuran kinerja keuangan dengan pendekatan rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas, baik dengan lingkup *food & beverage* yang berbeda, periode waktu yang lebih panjang, atau dengan mengkombinasikannya melalui metode evaluasi kinerja lainnya, juga melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap struktur biaya dan dampaknya terhadap profitabilitas.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis bagi perusahaan manufaktur dalam mengevaluasi kinerja keuangannya secara lebih objektif dengan pendekatan berbasis nilai (*Value-Based*). Melalui rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas, perusahaan dapat mengetahui sejauh mana kinerja keuangan mereka benar-benar menciptakan nilai tambah ekonomi setelah memperhitungkan biaya modal.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian di PT Fast Food Indonesia Tbk ini memiliki batasan, antara lain:

1. Keterbatasan Data

Data keuangan yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya bergantung

pada laporan keuangan publik yang diterbitkan oleh PT Fast Food Indonesia Tbk periode 2021-2024 serta beberapa sumber yang relevan seperti BEI. Adanya keterbatasan dalam penyajian laporan keuangan dapat mempengaruhi hasil analisis.

2. Pendekatan Tiga Rasio Keuangan

Penelitian ini hanya menggunakan pendekatan rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas sebagai alat evaluasi kinerja keuangan tanpa membandingkan dengan metode kinerja keuangan yang lain. Metode lain mungkin memberikan perspektif rasio keuangan yang berbeda seperti *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA) dan lain-lain.