

BAB IV

SIMPULAN

Berdasarkan analisis terkait kinerja keuangan perusahaan untuk tahun 2019-2020 dan strategi usaha perusahaan untuk tahun 2019-2020 yang telah dilakukan pada PT Kino Indonesia Tbk, PT Siantar Top Tbk dan PT Mayora Indah Tbk maka penulis memberikan simpulan sebagai berikut.

1. Kinerja keuangan perusahaan subsektor produksi makanan dan minuman pada masa sebelum Covid-19 yang diukur menggunakan analisis rasio keuangan cukup baik. Hasil dari analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kinerja keuangan PT Mayora Indah Tbk lebih baik dibandingkan dengan PT Kino Indonesia Tbk dan PT Siantar Top Tbk.
2. Kinerja keuangan perusahaan subsektor produksi makanan dan minuman selama Covid-19 yang diukur menggunakan analisis rasio keuangan kurang baik. Hasil dari analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kinerja keuangan PT Mayora Indah Tbk paling buruk dibandingkan dengan PT Siantar Top Tbk dan PT Kino Indonesia Tbk. Hal ini sangat berbanding terbalik dengan tahun sebelumnya di mana kinerja keuangan PT Mayora Indah Tbk sangat baik. Penurunan kinerja keuangan pada tahun 2020 disebabkan

3. masuknya virus Covid-19 ke Indonesia sehingga diberlakukan pembatasan sosial di masyarakat yang membuat terhambatnya kegiatan ekonomi.
4. Kino melakukan beberapa strategi dalam menjaga kinerja perusahaan. Pada masa pandemi Covid-19, Kino lebih memfokuskan produksi produk yang masih memiliki permintaan tinggi dari konsumen. Produk yang sudah memiliki pasar menurun akan dikurangi jumlah produksinya, selain itu Kino juga gencar melakukan pemasaran lewat media digital dalam mendorong penjualannya guna menjaga kinerja perusahaannya.
5. Siantar mengambil beberapa strategi guna menjaga kinerja perusahaan di tengah gempuran pandemi Covid-19. Siantar lebih fokus meningkatkan kelas dan kualitas produknya dalam mencapai target penjualannya. Selain itu, Siantar juga fokus dalam hal distribusi produknya baik di pasar domestik maupun di luar negeri.
6. Strategi yang diambil Mayora adalah lebih fokus dalam mengambil media atau channel yang tepat dalam pemasaran produknya agar cocok dengan perilaku konsumen. Mayora juga fokus dalam mengembangkan produk-produk prioritasnya sehingga dapat memberi kontribusi untuk kemajuan bisnisnya. Selain itu, Mayora juga gencar melakukan ekspansi bisnisnya, dimulai dari mengamati area dan geografi yang memiliki potensi besar dan layak untuk dijadikan sasaran ekspansi perusahaan.