

## STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS PT SRITEX DALAM MENGHADAPI KEBANGKRUTAN AKIBAT KELALAIAN PEMBAYARAN UTANG

Raudhotus Salimah<sup>1</sup>

Saeful Mujab\*<sup>2</sup>

Salma Hafhisyah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi

\*e-mail: [saeful.mujab@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:saeful.mujab@dsn.ubharajaya.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh PT Sritex dalam menghadapi masalah kebangkrutan akibat kelalaian pembayaran utang dan dampaknya terhadap reputasi perusahaan. Metode penelitian menggunakan tinjauan literatur dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber sekunder, termasuk jurnal ilmiah, berita, laporan perusahaan, dan studi kasus serupa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Sritex menghadapi tantangan besar dalam hal reputasi dan keuangan akibat ketidakmampuan melunasi kewajiban utang. Strategi komunikasi krisis yang efektif diterapkan dengan menekankan transparansi, respons cepat, dan konsistensi pesan kepada pemangku kepentingan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa upaya komunikasi strategis sangat penting untuk memitigasi kerusakan reputasi dan membangun kembali kepercayaan selama krisis keuangan. Rekomendasi diberikan untuk praktik manajemen krisis di masa depan, dengan menekankan pada pengelolaan isu yang proaktif dan tata kelola keuangan yang efisien guna mencegah terulangnya kejadian serupa.

**Kata kunci:** Komunikasi Krisis, Kebangkrutan, Reputasi Perusahaan, Kelalaian Utang, Manajemen Keuangan.

### Abstract

This study examines the crisis communication strategy employed by PT Sritex in addressing bankruptcy issues arising from debt payment defaults and its impact on corporate reputation. The research utilizes a literature review method, drawing from various secondary sources, including scientific journals, news articles, company reports, and similar case studies. Findings indicate that PT Sritex faced significant reputational and financial challenges due to its inability to meet debt obligations. An effective crisis communication strategy was implemented, focusing on transparency, rapid response, and consistent messaging to stakeholders. The study concludes that such strategic communication efforts are critical in mitigating reputational damage and rebuilding trust during financial crises. Recommendations for future crisis management practices are provided, emphasizing proactive issue management and efficient financial governance to prevent recurrence.

**Keywords:** Crisis Communication, Bankruptcy, Corporate Reputation, Debt Default, Financial Management.

## PENDAHULUAN

PT Sri Rejeki Isman Tbk (Sritex) merupakan salah satu perusahaan tekstil terbesar di Asia Tenggara dengan sejarah panjang dalam industri tekstil di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1966 dan telah berkembang pesat menjadi pemain utama di pasar global, melayani kebutuhan tekstil baik domestik maupun internasional. Produk-produk Sritex mencakup pakaian militer, seragam, dan berbagai jenis tekstil yang berkualitas tinggi. Namun, di balik kesuksesan tersebut, PT Sritex menghadapi tantangan besar ketika pada tahun 2021 perusahaan ini mengalami krisis finansial akibat kelalaian pembayaran utang. Peristiwa ini memicu kekhawatiran di kalangan investor, pelanggan, dan masyarakat luas, serta mengancam reputasi yang telah dibangun selama puluhan tahun (Utami et al., 2024).

Krisis keuangan ini bermula dari kesulitan perusahaan dalam melunasi utang sebesar USD 350 juta. Ketidakmampuan untuk membayar utang tepat waktu memunculkan isu kebangkrutan dan memengaruhi persepsi publik terhadap stabilitas keuangan Sritex. Reaksi negatif dari berbagai pihak pun muncul, mulai dari pemegang saham hingga konsumen yang khawatir akan keberlanjutan bisnis perusahaan. Dalam situasi seperti ini, strategi komunikasi krisis menjadi

elemen kunci untuk mengatasi dampak negatif dan memulihkan reputasi perusahaan (Arnova et al., 2024).

Manajemen isu dan komunikasi krisis adalah dua konsep yang saling terkait dalam mengatasi situasi genting yang dihadapi organisasi (Fitri et al., 2021). Manajemen isu berfokus pada identifikasi dan penanganan isu-isu potensial sebelum berkembang menjadi krisis, sementara komunikasi krisis berkaitan dengan cara perusahaan merespons krisis yang sudah terjadi (Muhtadiah & Cangara, 2022). Menurut Coombs (2007) dalam (O'Shea et al., 2022), komunikasi krisis yang efektif melibatkan transparansi, kecepatan dalam merespons, dan konsistensi dalam menyampaikan informasi kepada publik. Dengan menerapkan strategi komunikasi yang baik, perusahaan dapat mengurangi kerugian reputasi dan membangun kembali kepercayaan publik.

Dalam konteks PT Sritex, krisis ini bukan hanya berdampak pada aspek finansial, tetapi juga pada citra perusahaan secara keseluruhan (Faeni & Rahma, 2024). Ketika isu kebangkrutan muncul, media massa dan platform digital menjadi saluran utama yang menyebarkan informasi dan opini publik. Jika tidak dikelola dengan baik, penyebaran informasi negatif dapat memperparah situasi dan merusak hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan (Shabrina et al., 2024). Oleh karena itu, PT Sritex perlu merancang strategi komunikasi krisis yang tepat untuk meredam kepanikan, menjelaskan situasi sebenarnya, dan menunjukkan komitmen perusahaan dalam menyelesaikan masalah (Anggraeni & Aqilah, 2024).

Salah satu tantangan utama dalam menghadapi krisis adalah menjaga kepercayaan dari berbagai pihak. Investor memerlukan jaminan bahwa perusahaan memiliki rencana pemulihan yang jelas, sementara pelanggan ingin memastikan bahwa kualitas produk dan layanan tetap terjaga (Nurdiana & Widiarti, 2021). Dalam situasi krisis, komunikasi yang transparan dan akurat menjadi langkah penting untuk menjawab kekhawatiran ini. Perusahaan harus menyampaikan informasi dengan jujur mengenai penyebab krisis, langkah-langkah yang diambil untuk menyelesaikan masalah, dan prospek ke depan (Siregar et al., 2024).

Selain itu, krisis ini juga memberikan pelajaran berharga tentang pentingnya manajemen risiko dan perencanaan keuangan yang baik. Kelalaian dalam mengelola utang dapat berdampak serius pada keberlanjutan bisnis, terutama di industri yang kompetitif seperti tekstil (Irawan & Perindustrian, 2020). Oleh karena itu, perusahaan perlu memperkuat sistem manajemen risiko dan meningkatkan tata kelola keuangan untuk mencegah terjadinya krisis serupa di masa depan (Anika et al., 2023).

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah studi literatur dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber sekunder, termasuk jurnal ilmiah, berita, laporan tahunan perusahaan, dan studi kasus serupa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh PT Sritex dan mengevaluasi efektivitasnya dalam memitigasi dampak kebangkrutan terhadap reputasi perusahaan. Dengan memahami strategi komunikasi yang digunakan, diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi perusahaan lain dalam menghadapi krisis serupa.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang manajemen isu dan komunikasi krisis, khususnya dalam konteks perusahaan yang menghadapi masalah keuangan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi bagi praktisi komunikasi dan manajemen dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk mengatasi krisis di masa depan. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih siap menghadapi tantangan dan menjaga reputasi di tengah lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan dinamis. Artikel ini akan membahas berbagai aspek strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh PT Sritex, termasuk transparansi informasi, hubungan dengan media, dan pendekatan proaktif dalam menyampaikan pesan kepada publik. Melalui analisis ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana komunikasi krisis dapat membantu perusahaan mengatasi tantangan dan memulihkan reputasi setelah mengalami krisis finansial.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Komunikasi Krisis

Komunikasi krisis adalah upaya strategis untuk mengelola dan menyampaikan informasi selama situasi genting agar dampak negatif dapat diminimalisir. Menurut Coombs (2007) dalam (Hämpke et al., 2022), komunikasi krisis melibatkan pengumpulan, penyampaian, dan pengelolaan informasi secara cepat dan akurat untuk mengurangi kepanikan publik serta menjaga reputasi organisasi. Komunikasi krisis yang efektif memerlukan transparansi, keterbukaan, serta kecepatan dalam merespons. Saat terjadi krisis, perusahaan diharapkan menyampaikan informasi yang jelas tentang situasi yang dihadapi, langkah yang diambil, dan solusi yang direncanakan (Hämpke et al., 2022).

Transparansi dalam komunikasi ini membantu mengurangi spekulasi negatif dan meningkatkan kepercayaan dari publik. Selain itu, perusahaan perlu memiliki tim komunikasi krisis yang terlatih untuk memastikan koordinasi dan konsistensi dalam penyampaian pesan. Komunikasi yang buruk dapat memperburuk situasi dan merusak hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan (O'Shea et al., 2022). Oleh karena itu, penting untuk memahami prinsip-prinsip komunikasi krisis dan menerapkannya dengan baik agar perusahaan dapat keluar dari situasi sulit tanpa kehilangan reputasi yang telah dibangun selama bertahun-tahun.

## 2. Manajemen Isu dalam Menghadapi Krisis

Manajemen isu adalah proses mengidentifikasi, menganalisis, dan menanggapi isu-isu yang berpotensi berkembang menjadi krisis. Heath (1997) dalam (Ndlela & Ndlela, 2019) mendefinisikan manajemen isu sebagai upaya sistematis untuk mendeteksi tanda-tanda awal masalah yang dapat memengaruhi organisasi dan merancang strategi untuk mengatasinya sebelum menjadi krisis. Manajemen isu berfokus pada pengawasan lingkungan internal dan eksternal untuk mendeteksi potensi ancaman sedini mungkin. Dalam konteks PT Sritex, manajemen isu seharusnya melibatkan pemantauan kondisi keuangan perusahaan dan pengelolaan utang secara proaktif agar dapat menghindari kelalaian pembayaran (Ndlela & Ndlela, 2019).

Dengan manajemen isu yang efektif, perusahaan dapat memitigasi risiko sebelum situasi memburuk. Penting juga untuk memiliki mekanisme komunikasi internal yang baik agar semua pihak dalam organisasi dapat berkoordinasi dengan cepat ketika isu muncul. Proses ini membantu perusahaan bersiap menghadapi kemungkinan krisis dan merancang solusi yang tepat waktu. Keberhasilan manajemen isu bergantung pada kecepatan, akurasi, dan fleksibilitas organisasi dalam merespons perubahan lingkungan bisnis.

## 3. Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan adalah aset tak berwujud yang memengaruhi kepercayaan pemangku kepentingan dan kelangsungan bisnis. Menurut Fombrun dan Van Riel (2004) dalam (Indiraswari et al., 2019), reputasi perusahaan dibangun melalui persepsi publik terhadap kinerja, transparansi, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Ketika krisis terjadi, reputasi perusahaan bisa terancam jika tidak ditangani dengan baik. Dalam kasus PT Sritex, kelalaian pembayaran utang telah memicu kekhawatiran di kalangan investor dan pelanggan, yang meragukan stabilitas keuangan perusahaan (Indiraswari et al., 2019).

Reputasi yang rusak dapat berdampak pada penurunan nilai saham, hilangnya pelanggan, dan kesulitan mendapatkan pendanaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga komunikasi yang terbuka dan jujur untuk memulihkan citra. Penanganan krisis yang baik dapat memperkuat reputasi, sementara penanganan yang buruk dapat memperburuk krisis (Nasaruddin Siregar et al., 2024). Dengan transparansi dan akuntabilitas, PT Sritex dapat menunjukkan komitmennya untuk memperbaiki situasi, sehingga publik merasa yakin bahwa perusahaan mampu bangkit kembali. Kepercayaan pemangku kepentingan hanya dapat dipertahankan melalui komunikasi yang efektif dan konsisten.

## 4. Strategi Komunikasi dalam Situasi Kebangkrutan

Dalam situasi kebangkrutan, perusahaan memerlukan strategi komunikasi yang dirancang secara hati-hati untuk mengurangi dampak negatif dan memulihkan kepercayaan. Menurut Ulmer, Sellnow, dan Seeger (2019) dalam (Ramdani et al., 2024), strategi komunikasi krisis melibatkan penentuan pesan kunci, audiens sasaran, serta saluran komunikasi yang efektif. Penting untuk menyampaikan informasi dengan transparan dan mengakui kesalahan jika memang terjadi kelalaian. Dalam kasus PT Sritex, strategi komunikasi yang efektif melibatkan pemberitahuan segera kepada pemegang saham, pelanggan, dan publik mengenai penyebab krisis serta langkah-langkah pemulihan yang dilakukan.

Penyampaian pesan harus dilakukan dengan cepat dan konsisten untuk menghindari munculnya rumor dan spekulasi negatif. Selain itu, menggunakan media massa dan platform digital sebagai saluran komunikasi dapat memperluas jangkauan informasi. Melibatkan juru bicara yang kredibel juga dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap pesan yang disampaikan (Ramdani et al., 2024). Dengan strategi komunikasi yang baik, PT Sritex dapat mengendalikan narasi publik dan meminimalkan dampak reputasional akibat krisis kebangkrutan yang dihadapi.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *literatur review* untuk menganalisis strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh PT Sritex dalam menghadapi kebangkrutan akibat kelalaian pembayaran utang. Teknik ini melibatkan pengumpulan, evaluasi, dan sintesis berbagai sumber sekunder, seperti jurnal ilmiah, artikel berita, laporan perusahaan, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan topik komunikasi krisis dan manajemen isu. Data dikumpulkan dari berbagai sumber terpercaya, termasuk basis data akademik, portal berita ekonomi, dan publikasi resmi perusahaan.

Analisis dilakukan dengan memetakan teori-teori utama tentang komunikasi krisis dan manajemen isu, kemudian membandingkannya dengan langkah-langkah yang diambil oleh PT Sritex. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi strategi komunikasi yang efektif dan mengevaluasi dampaknya terhadap reputasi perusahaan. Kriteria pemilihan sumber meliputi relevansi dengan topik, kredibilitas sumber, dan kebaruan informasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Kinerja Keuangan PT Sritex Selama 2017–2022

PT Sritex, sebagai salah satu perusahaan tekstil terbesar di Indonesia, menunjukkan kinerja keuangan yang cukup signifikan dalam periode 2017–2022, meskipun mengalami tantangan besar terutama karena dampak pandemi COVID-19 yang mempengaruhi berbagai sektor industri, termasuk sektor tekstil. Penelitian yang dilakukan oleh Arnova et al. (2024) menyatakan bahwa meskipun terdapat fluktuasi yang cukup tajam akibat pandemi, PT Sritex berhasil mempertahankan dan bahkan meningkatkan pendapatan dan laba bersihnya selama periode enam tahun tersebut.

Pada 2017, penjualan bersih PT Sritex tercatat sebesar Rp14,06 triliun, sedangkan pada 2022, angka ini melonjak menjadi Rp18,6 triliun. Peningkatan yang signifikan ini menunjukkan adanya peningkatan dalam kapasitas produksi dan perluasan pasar perusahaan, meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa dampak pandemi memberikan tekanan besar pada berbagai sektor industri, termasuk permintaan yang cenderung turun pada tahun-tahun awal pandemi.

Selain itu, laba bersih perusahaan juga menunjukkan tren yang positif. Laba bersih PT Sritex meningkat dari Rp0,99 triliun pada 2017 menjadi Rp2,25 triliun pada 2022. Hal ini menggambarkan bahwa meskipun terdapat penurunan permintaan global yang diakibatkan oleh pandemi, perusahaan berhasil melakukan efisiensi biaya dan peningkatan daya saing produk, sehingga mampu mempertahankan profitabilitasnya. Namun, dampak jangka panjang dari pandemi tetap memberikan tantangan terhadap stabilitas operasional dan finansial perusahaan.

Pandemi COVID-19 memang memberikan dampak yang cukup besar, baik dari sisi operasional yang terganggu, serta penurunan permintaan di pasar internasional. Hal ini mempengaruhi kinerja PT Sritex dalam jangka pendek, terutama karena perusahaan

mengandalkan pasar ekspor yang sangat tergantung pada kondisi ekonomi global. Namun, meskipun terdapat dampak negatif, tren keuangan yang positif menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk beradaptasi dan bertahan dalam kondisi yang sulit. Ke depan, penting bagi PT Sritex untuk memiliki strategi manajemen krisis yang lebih proaktif. Mengingat ketidakpastian ekonomi global yang masih berlanjut, strategi tersebut diperlukan untuk menghindari ancaman kebangkrutan yang mungkin timbul akibat tekanan keuangan yang berkelanjutan.

Selain itu, penting untuk dicatat bahwa perusahaan harus lebih fokus pada keberlanjutan jangka panjang dengan meningkatkan diversifikasi pasar dan inovasi produk. Mengingat adanya potensi ketidakstabilan global yang dapat mempengaruhi permintaan pasar, PT Sritex perlu mempertimbangkan berbagai langkah strategis untuk meningkatkan ketahanan finansial perusahaan dan mengurangi ketergantungan pada pasar ekspor yang rentan terhadap fluktuasi ekonomi global.

## 2. Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Profitabilitas Perusahaan

Rasio keuangan merupakan alat penting dalam menganalisis kesehatan finansial perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Utami et al. (2024), ditemukan bahwa rasio-rasio keuangan seperti Debt to Assets Ratio (DAR), Inventory Turnover (ITO), Total Assets Turnover (TATO), dan Net Profit Margin (NPM) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Return on Assets (ROA) di PT Sritex. Salah satu temuan penting dari penelitian ini adalah penurunan drastis ROA yang dialami oleh PT Sritex, dari 5,5% pada tahun 2013 menjadi -51,74% pada 2022. Penurunan yang tajam ini mengindikasikan bahwa perusahaan menghadapi kesulitan dalam menghasilkan laba yang proporsional terhadap aset yang dimiliki, yang bisa jadi disebabkan oleh tingginya beban utang.

Debt to Assets Ratio (DAR) yang melonjak drastis hingga 202,15% pada 2022 merupakan salah satu indikator penting yang menunjukkan ketergantungan perusahaan yang tinggi terhadap utang. Ketergantungan yang tinggi terhadap pembiayaan utang dapat meningkatkan risiko finansial, terutama jika kondisi pasar tidak mendukung atau jika perusahaan tidak mampu mengelola utangnya dengan efektif. Kenaikan DAR yang signifikan ini menunjukkan bahwa PT Sritex harus lebih berhati-hati dalam pengelolaan struktur modalnya, mengingat tingginya risiko yang dapat ditimbulkan dari utang yang belum terbayar.

Dalam konteks ini, penting bagi PT Sritex untuk mengelola utang secara lebih efisien dan mempertimbangkan untuk merestrukturisasi utangnya guna mengurangi tekanan finansial yang berat. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan efisiensi operasional dan fokus pada peningkatan produktivitas untuk mendorong profitabilitas. Dengan meningkatnya efisiensi operasional, perusahaan dapat mengurangi biaya tetap yang harus dikeluarkan dan sekaligus meningkatkan margin laba bersih yang lebih tinggi.

Selain itu, pengelolaan inventaris yang lebih baik melalui perbaikan rasio Inventory Turnover (ITO) dapat menjadi salah satu strategi untuk mengurangi biaya penyimpanan dan meningkatkan likuiditas perusahaan. Dengan perputaran persediaan yang lebih cepat, PT Sritex dapat mengoptimalkan penggunaan modal kerja dan meningkatkan cash flow yang dapat digunakan untuk menurunkan beban utang. Hal ini juga akan membantu meningkatkan Total Assets Turnover (TATO), yang menunjukkan seberapa efisien perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan pendapatan.

Peningkatan efisiensi operasional yang seimbang dengan pengelolaan utang yang bijak diharapkan dapat memulihkan kondisi finansial PT Sritex. Dalam hal ini, strategi komunikasi krisis yang efektif sangat diperlukan untuk mengkomunikasikan kepada pemangku kepentingan tentang langkah-langkah yang diambil untuk memperbaiki struktur keuangan perusahaan, serta untuk meminimalkan dampak negatif yang timbul akibat ketidakstabilan keuangan.

### 3. Perbandingan Kinerja PT Sritex dengan Perusahaan Tekstil Lain

Penelitian yang dilakukan oleh Anika et al. (2023) membandingkan kinerja keuangan PT Sritex dengan beberapa perusahaan tekstil besar lainnya, seperti PT Pan Brothers (PBRX), PT Centex (CENTEX), dan PT Indo-Rama Synthetics (INDR). Hasil analisis menunjukkan bahwa PT Sritex mengalami beberapa tantangan yang lebih besar dalam hal solvabilitas dan profitabilitas jika dibandingkan dengan PT Indo-Rama Synthetics (INDR), yang tercatat memiliki stabilitas keuangan yang lebih baik.

Salah satu indikator utama yang mencerminkan ketidakstabilan keuangan PT Sritex adalah fluktuasi rasio lancar perusahaan. Pada 2020, rasio lancar PT Sritex tercatat sebesar 2,89, namun turun drastis menjadi 0,37 pada 2021, sebelum akhirnya meningkat kembali menjadi 2,74 pada 2022. Ketidakstabilan ini menunjukkan adanya kelemahan dalam manajemen keuangan yang perlu segera ditangani, terutama dalam hal pengelolaan likuiditas. Ketika rasio lancar berada di bawah angka 1, hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan mungkin kesulitan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yang dapat mempengaruhi kredibilitasnya di mata investor dan kreditor.

Perbandingan ini menunjukkan bahwa PT Sritex perlu melakukan evaluasi mendalam terhadap kebijakan manajerial dan finansialnya, termasuk pengelolaan kas dan utang. Untuk meningkatkan solvabilitas dan profitabilitas perusahaan, PT Sritex dapat melakukan diversifikasi produk dan memperluas jangkauan pasar domestik maupun internasional guna menurunkan risiko ketergantungan pada pasar tertentu.

Komunikasi krisis yang efektif sangat dibutuhkan dalam situasi seperti ini. Mengingat adanya ketidakpastian yang ditimbulkan oleh ketidakstabilan keuangan, komunikasi yang transparan dengan pemangku kepentingan menjadi kunci untuk memulihkan kepercayaan pasar. PT Sritex perlu menjelaskan dengan jelas langkah-langkah yang telah diambil untuk memperbaiki kondisi keuangan, seperti restrukturisasi utang atau program efisiensi operasional, serta memberikan gambaran yang jelas mengenai prospek perusahaan ke depan.

### 4. Implementasi Business Intelligence untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional

Salah satu langkah strategis yang telah diambil oleh PT Sritex untuk meningkatkan efisiensi operasional adalah dengan mengimplementasikan teknologi Business Intelligence (BI). Penelitian yang dilakukan oleh Faeni & Rahma (2024) menunjukkan bahwa penggunaan BI membantu perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia dengan lebih efektif, serta meningkatkan efisiensi dalam proses rekrutmen, evaluasi kinerja, dan identifikasi kebutuhan pelatihan.

Penerapan BI juga berpotensi besar dalam meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan. Dengan menggunakan BI, PT Sritex dapat mengumpulkan dan menganalisis data secara real-time untuk membuat keputusan yang lebih cepat dan lebih tepat dalam menghadapi dinamika pasar yang berubah-ubah. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk merespons dengan lebih efektif terhadap perubahan permintaan pasar, yang sangat penting terutama dalam menghadapi kondisi ekonomi yang tidak pasti akibat dampak pandemi dan resesi global.

Namun, implementasi BI tidak tanpa tantangan. Salah satu tantangan terbesar adalah resistensi dari karyawan terhadap perubahan teknologi dan investasi awal yang tinggi untuk mengimplementasikan sistem BI yang memadai. Oleh karena itu, PT Sritex perlu melakukan manajemen perubahan yang baik, termasuk memberikan pelatihan kepada karyawan dan mengkomunikasikan manfaat penggunaan BI dalam meningkatkan efisiensi perusahaan. Komunikasi internal yang baik dan pendekatan yang melibatkan semua level karyawan akan sangat membantu dalam mengurangi resistensi dan mempercepat proses adopsi teknologi.

Dalam konteks krisis, BI juga dapat memainkan peran penting dalam membantu perusahaan untuk mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki dalam operasi bisnis, serta untuk mempercepat respon terhadap perubahan pasar. Implementasi BI yang efektif akan memberikan PT Sritex keunggulan kompetitif yang lebih besar dan membantu perusahaan mengelola krisis dengan lebih baik, sehingga meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perusahaan.

## 5. Strategi Komunikasi Krisis dalam Menghadapi Kebangkrutan

Berdasarkan analisis yang dilakukan di atas, strategi komunikasi krisis yang efektif menjadi hal yang sangat penting bagi PT Sritex dalam menghadapi ancaman kebangkrutan akibat masalah keuangan dan kelalaian pembayaran utang. PT Sritex perlu menyusun dan melaksanakan rencana komunikasi krisis yang terstruktur dan terencana dengan baik agar dapat mengurangi dampak negatif terhadap reputasi perusahaan dan memulihkan kepercayaan publik.

Menurut teori komunikasi krisis yang dikemukakan oleh Coombs (2007) dalam (Ndlela & Ndlela, 2019), langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengakui kesalahan dan memberikan penjelasan mengenai penyebab masalah yang terjadi. Transparansi mengenai kondisi keuangan yang sebenarnya dan rencana pemulihan yang akan dilakukan harus disampaikan secara jelas kepada semua pemangku kepentingan. Selain itu, perusahaan harus menunjukkan komitmen yang nyata untuk memperbaiki kondisi keuangan dan menghindari masalah serupa di masa depan.

Langkah-langkah strategis ini harus dilakukan dengan melibatkan berbagai saluran komunikasi, baik itu melalui media massa, platform digital, maupun komunikasi langsung dengan investor dan kreditor. Dengan menggunakan berbagai saluran ini, PT Sritex dapat memastikan bahwa pesan-pesan penting yang ingin disampaikan dapat diterima oleh audiens yang lebih luas dan membantu mengurangi keraguan yang ada di kalangan pemangku kepentingan.

Dalam menghadapi tantangan keuangan dan potensi kebangkrutan, PT Sritex harus mengimplementasikan strategi komunikasi krisis yang jelas dan efektif. Dengan transparansi penuh mengenai kondisi keuangan, pengelolaan utang yang lebih efisien, serta pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, perusahaan dapat mengurangi risiko kebangkrutan dan memulihkan kepercayaan pemangku kepentingan. Langkah-langkah ini diharapkan dapat mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan PT Sritex dalam jangka panjang.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap kinerja keuangan PT Sritex selama periode 2017–2022, dapat disimpulkan bahwa meskipun perusahaan berhasil menunjukkan peningkatan pendapatan dan laba bersih yang signifikan, pandemi COVID-19 memberikan dampak besar terhadap stabilitas keuangan dan operasional perusahaan. Penurunan permintaan global dan gangguan operasional menjadi tantangan yang harus dihadapi PT Sritex dalam menjaga kinerja keuangan yang positif. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menerapkan manajemen krisis yang lebih proaktif guna menghindari potensi kebangkrutan.

Pengelolaan rasio keuangan seperti Debt to Assets Ratio (DAR) yang tinggi dan penurunan drastis pada Return on Assets (ROA) menunjukkan perlunya pengelolaan utang yang lebih efisien dan peningkatan efisiensi operasional untuk memulihkan profitabilitas. Selain itu, perbandingan dengan perusahaan tekstil lain menunjukkan bahwa PT Sritex menghadapi tantangan dalam solvabilitas dan likuiditas yang perlu segera diatasi.

Implementasi teknologi Business Intelligence (BI) menjadi langkah strategis yang membantu meningkatkan efisiensi operasional, meskipun dihadapkan pada tantangan resistensi karyawan dan biaya investasi tinggi. Dalam menghadapi ancaman kebangkrutan, strategi komunikasi krisis yang transparan dan terstruktur sangat penting untuk memulihkan kepercayaan publik dan pemangku kepentingan. Secara keseluruhan, langkah-langkah strategis yang tepat dapat membantu PT Sritex untuk tetap bertahan dan berkembang di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. R., & Aqilah, A. D. (2024). Strategi Komunikasi Supplier Dalam Menghadapi Krisis Penjualan Tupperware. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 6(1), 161–170.
- Anika, R. T., Armadhani, V., Leonika, A., Maisyaroh, S., & Hidayati, C. (2023). Analisis Perbandingan Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Subsektor Tekstil Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2020-2022. *Musyteri : Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 2(10), 41–50. <https://doi.org/10.8734/Musyteri.V2i10.1469>

- Arnova, I., Sudiantari, N. N., & Restiani, P. Y. (2024). Analisis Laporan Keuangan Pada Pt Sri Rejeki Isman Tbk Pada 6 Tahun (2017-2022). *Jurnal Ekonomi Revolusioner*, 7(11).
- Faeni, D. P., & Rahma, S. A. (2024). Optimizing Human Resources Management At Pt. Sritex With Business Intelligence. *Lanah: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 2(2), 527–531.
- Fitri, A. N., Fitri, F., Karim, A., & Rachmawati, F. (2021). Strategi Komunikasi Krisis Maskapai Penerbangan Di Indonesia (Studi Analisis Komunikasi Krisis Adam Air, Air Asia Dan Sriwijaya Air Dalam Menghadapi Krisis Kecelakaan Pesawat Melalui Prespektif Komunikasi Islam). *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (Impresi)*, 1(2), 89–104.
- Hämpke, J., Röseler, S., & Thielsch, M. T. (2022). Is Being Funny A Useful Policy? How Local Governments' Humorous Crisis Response Strategies And Crisis Responsibilities Influence Trust, Emotions, And Behavioral Intentions. *International Journal Of Disaster Risk Science*, 13(5), 676–690.
- Indiraswari, R., Kriyantono, R., & Pia, W. M. (2019). Crisis Domination And Crisis Response Strategies Of Indonesian State-Owned Companies In Online Media During January 2007–July 2018. *Russian Journal Of Agricultural And Socio-Economic Sciences*, 90(6), 276–281.
- Irawan, D., & Perindustrian, K. D. (2020). Industri Produk Tekstil (Apd) Jawa Timur Meningkatkan Di Tengah Pandemi Covid-19. *Merdeka Berpikir: Catatan Harian Pandemi Covid-19*, 111.
- Muhtadiyah, D., & Cangara, H. (2022). Komunikasi Krisis Di Mecnesia Dan Upaya Pemulihan Citra Perusahaan Di Masa Pandemi. *Journal Of Communication Sciences (Jcos)*, 5(1).
- Nasaruddin Siregar, Sari Endah Nursyamsi, & Nita Komala Dewi. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Krisis Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Di Situasi Darurat. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 2(4), 142–154. <https://doi.org/10.59581/Harmoni-Widyakarya.V2i4.4261>
- Ndlela, M. N., & Ndlela, M. N. (2019). A Stakeholder Approach To Issues Management. *Crisis Communication: A Stakeholder Approach*, 37–51.
- Nurdiana, A. D., & Widiarti, P. W. (2021). Strategi Public Relations Pt Angkasa Pura I (Persero) Bandara Internasional Adisutjipto Dalam Manajemen Krisis Pandemi Covid-19. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3).
- O'shea, M., Mou, L., Xu, L., & Aikins, R. (2022). Communicating Covid-19: Analyzing Higher Education Institutional Responses In Canada, China, And The Usa. *Higher Education Policy*, 35(3), 629.
- Ramdani, A. C., Budiana, H. R., & Prastowo, F. X. A. A. (2024). Manajemen Krisis Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai Kementerian Keuangan Dalam Mengembalikan Kepercayaan Publik. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(2), 67–83.
- Shabrina, A., Nugrahani, R. U., Nasywa, S., & Aminia, A. (2024). Brand Personality Selebriti Sebagai Strategi Komunikasi Krisis. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(2), 208–217.
- Siregar, N., Nursyamsi, S. E., & Dewi, N. K. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Krisis Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Di Situasi Darurat. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 2(4), 142–154. <https://doi.org/10.59581/Harmoni-Widyakarya.V2i4.4261>
- Utami, S. C., Sudaryo, Y., Ismail, G. D., Sumawidjaja, R. N., Suryaningprang, A., & Aziz, D. A. (2024). The Influence Of Debt To Assets Ratio (Dar), Inventory Turnover (Ito), Total Assets Turnover (Tato), Net Profit Margin (Npm), And Sales Growth (Sg) On Return On Assets (Roa) At Pt Sritex Tbk Period 2013-2022. *Jurnal Scientia*, 13(01), 591–604.