



Analisis Profitabilitas Strategis PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2021–2023: Evaluasi Kinerja dan Implikasi Strategi Bisnis

**Resya Rahmatu Nissa ^{1*}, Siti Afifaful ², Syifa Nur Aulia ³, Saprudin Saprudin ⁴,
Robbiansa Robbiansa ⁵, Ryan Akbar Maulana ⁶, Fitri Fallah Prambudini ⁷, Cahya
Wahyu Kusumaningsih ⁸, Rois Kurniawan ⁹, Sarnih Safitri ¹⁰**

¹⁻¹⁰ Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Email : resyarahmatunisa@gmail.com^{1*}, afifatulatqiyah03@gmail.com², nurauliasyifa051@gmail.com³,
rdnsaprudin@gmail.com⁴, robbz1925@gmail.com⁵, ryanakbaarr14@gmail.com⁶, fitrifallahpra@gmail.com⁷,
cahyawahyu31@gmail.com⁸, roiskurniawan100911@gmail.com⁹, sarnihsafitri0404@gmail.com¹⁰

Abstract, This study aims to analyze the strategic profitability of PT Unilever Indonesia Tbk during the period 2021–2023. Using a descriptive quantitative approach, this study evaluates the company's financial performance through profitability ratio analysis, including Gross Profit Margin (GPM), Operating Profit Margin (OPM), Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), and Return on Equity (ROE). Data were obtained from the company's publicly available annual financial reports. The results of the analysis show a fluctuating trend in the company's profitability during the period, reflecting the impact of changing business strategies and market conditions. These findings provide insight for management in formulating more effective business strategies in the future.

Keywords: Gross Profit Margin, PT Unilever Indonesia, Return on Assets

Abstrak, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis profitabilitas strategis PT Unilever Indonesia Tbk selama periode 2021–2023. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, penelitian ini mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan melalui analisis rasio profitabilitas, termasuk Gross Profit Margin (GPM), Operating Profit Margin (OPM), Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), dan Return on Equity (ROE). Data diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang tersedia secara publik. Hasil analisis menunjukkan tren fluktuatif dalam profitabilitas perusahaan selama periode tersebut, yang mencerminkan dampak dari strategi bisnis dan kondisi pasar yang berubah. Temuan ini memberikan wawasan bagi manajemen dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif di masa depan.

Kata kunci : Gross Profit Margin, PT Unilever Indonesia, Return on Assets

1. PENDAHULUAN

Perusahaan yang bergerak dalam sektor barang konsumsi memiliki peran penting dalam menopang kebutuhan sehari-hari masyarakat. Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan profitabilitas menjadi indikator utama keberlangsungan usaha. PT Unilever Indonesia Tbk, sebagai salah satu pemain utama dalam industri ini, terus melakukan berbagai strategi untuk menjaga posisinya di pasar nasional maupun global.

Profitabilitas tidak hanya menjadi ukuran keberhasilan secara keuangan, tetapi juga mencerminkan efektivitas strategi yang diterapkan perusahaan. Melalui analisis profitabilitas strategis, perusahaan dapat mengevaluasi efisiensi operasional, kemampuan menghasilkan laba, serta mengidentifikasi potensi perbaikan yang dapat diterapkan dalam strategi bisnis ke

depan. Evaluasi ini penting dilakukan secara berkala agar perusahaan mampu beradaptasi dengan dinamika pasar dan perubahan lingkungan bisnis.

Penelitian ini difokuskan pada analisis profitabilitas strategis PT Unilever Indonesia Tbk selama tiga tahun terakhir, yakni 2021 hingga 2023. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana tren profitabilitas perusahaan berubah dalam periode tersebut, serta mengevaluasi dampak dari strategi bisnis yang dijalankan. Dengan menelaah rasio-rasio keuangan seperti margin laba kotor, margin laba operasi, hingga pengembalian atas aset dan ekuitas, diharapkan penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai kesehatan finansial dan arah strategis perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Analisis Profitabilitas Strategis

Analisis profitabilitas strategis merupakan pendekatan evaluatif terhadap pencapaian laba perusahaan yang tidak hanya berfokus pada hasil akhir berupa angka keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan konteks strategi bisnis yang mendasari pencapaiannya. Strategi yang diterapkan suatu perusahaan dapat berpengaruh besar terhadap efisiensi biaya, manajemen sumber daya, serta adaptasi terhadap perubahan pasar. Dalam pandangan Wulandari dan Ramadhan (2021), pendekatan strategis terhadap profitabilitas memungkinkan perusahaan untuk menilai efektivitas keputusan jangka panjang, sekaligus sebagai dasar penyesuaian strategi agar tetap kompetitif dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Selain sebagai alat ukur kinerja, analisis profitabilitas strategis juga berfungsi sebagai dasar refleksi terhadap keputusan manajerial sebelumnya. Perusahaan yang mampu mempertahankan atau meningkatkan profitabilitas dari waktu ke waktu menunjukkan bahwa strategi yang dijalankan telah tepat dan adaptif. Sebaliknya, penurunan laba yang signifikan bisa menjadi indikasi bahwa strategi yang digunakan kurang relevan dengan kondisi pasar saat ini. Menurut penelitian oleh Fauzi dan Prasetyo (2021), evaluasi profitabilitas harus mencakup hubungan antara sumber daya yang digunakan, posisi pasar perusahaan, dan hasil keuangan sebagai produk akhir dari proses bisnis.

Dalam praktiknya, analisis profitabilitas strategis tidak dilakukan secara terpisah dari analisis keuangan. Justru, keduanya berjalan berdampingan karena rasio-rasio keuangan seperti Net Profit Margin, Return on Assets, dan Operating Profit Margin menjadi indikator utama untuk menilai hasil strategi. Penggunaan indikator ini memungkinkan perusahaan untuk memetakan efektivitas strategi secara kuantitatif. Seperti disampaikan oleh Nugroho dan Sari (2020), ketika sebuah strategi diimplementasikan, maka rasio profitabilitas dapat

mencerminkan dampaknya terhadap efisiensi biaya dan peningkatan laba perusahaan secara keseluruhan.

Namun demikian, dalam menganalisis profitabilitas secara strategis, penting untuk memperhatikan faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan oleh manajemen, seperti kondisi ekonomi global, perubahan regulasi, dan fluktuasi harga bahan baku. Faktor-faktor ini dapat memengaruhi hasil keuangan, terlepas dari kualitas strategi internal yang diterapkan. Oleh karena itu, menurut Harjono dan Lestari (2022), analisis profitabilitas strategis harus dilakukan dalam kerangka yang holistik dan tidak hanya berfokus pada data keuangan semata, tetapi juga mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang berpotensi memengaruhi laba perusahaan.

Lebih lanjut, analisis ini menjadi penting dalam perencanaan dan penyesuaian strategi masa depan. Dengan melakukan review mendalam terhadap strategi yang telah dijalankan dan hasil profitabilitasnya, perusahaan dapat mengidentifikasi pola-pola yang menguntungkan serta menghindari strategi yang tidak menghasilkan nilai tambah. Kegiatan ini juga relevan dalam proses penyusunan rencana kerja dan anggaran tahunan, terutama bagi perusahaan besar seperti PT Unilever Indonesia Tbk, yang memiliki cakupan pasar luas dan kompleksitas manajerial tinggi. Dalam hal ini, profitabilitas tidak hanya diukur dalam bentuk nominal keuntungan, tetapi juga sebagai tolok ukur keberhasilan strategi jangka panjang perusahaan.

Rasio-Rasio Profitabilitas

Rasio-rasio profitabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari sumber daya yang dimilikinya. Rasio-rasio ini menjadi sangat penting dalam pengambilan keputusan keuangan dan strategi, karena memberikan gambaran yang jelas mengenai kinerja operasional dan pengelolaan sumber daya perusahaan. Yuliana dan Santoso (2019) menegaskan bahwa rasio profitabilitas digunakan untuk mengevaluasi seberapa efisien perusahaan dalam mengubah pendapatan menjadi laba, serta untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam strategi operasional perusahaan.

Beberapa rasio utama yang digunakan untuk menilai profitabilitas antara lain Gross Profit Margin (GPM), Operating Profit Margin (OPM), dan Net Profit Margin (NPM). GPM menunjukkan berapa banyak laba yang dihasilkan dari setiap unit penjualan setelah dikurangi dengan biaya langsung produksi. Rasio ini penting untuk menilai efisiensi produksi dan kebijakan harga yang diterapkan oleh perusahaan. Seperti yang dijelaskan oleh Rani dan Saputra (2021), GPM yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berhasil mengelola biaya pokok dengan baik dan memiliki posisi harga yang kompetitif di pasar.

OPM menggambarkan seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan laba operasional setelah mengurangi biaya operasional yang terkait langsung dengan produksi dan penjualan barang atau jasa. OPM juga mencerminkan sejauh mana perusahaan dapat mempertahankan margin laba dari operasi inti sebelum memperhitungkan beban bunga dan pajak. Sebagai indikator operasional, OPM memberikan informasi yang berguna bagi manajemen untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dalam proses produksi atau pengelolaan biaya. Nugroho dan Sari (2022) menjelaskan bahwa perusahaan dengan OPM yang stabil atau meningkat umumnya memiliki keunggulan kompetitif dalam manajemen operasional.

NPM adalah rasio yang lebih lengkap, karena mengukur laba bersih perusahaan setelah seluruh biaya, termasuk bunga dan pajak, dikurangkan dari pendapatan. NPM memberikan gambaran tentang profitabilitas perusahaan secara keseluruhan, termasuk efektivitas strategi pembiayaan dan pengelolaan pajak. Sebagai rasio yang digunakan oleh investor untuk menilai kinerja keuangan perusahaan, NPM yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba bersih yang signifikan dari setiap unit penjualan. Harjono dan Lestari (2022) menyatakan bahwa NPM yang sehat adalah salah satu indikator utama bagi investor dalam menilai potensi pertumbuhan laba perusahaan.

Selain itu, rasio Return on Assets (ROA) dan Return on Equity (ROE) menjadi alat penting dalam menilai efisiensi penggunaan aset dan modal ekuitas. ROA mengukur seberapa baik perusahaan memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Sedangkan ROE mengukur pengembalian yang dihasilkan perusahaan terhadap modal yang ditanamkan oleh pemegang saham. Menurut Putri dan Kurniawan (2020), baik ROA maupun ROE menjadi indikator kunci yang menunjukkan seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi yang dilakukan oleh manajer dan pemegang saham.

Namun, dalam menginterpretasikan rasio-rasio ini, penting untuk memperhatikan konteks industri dan tren historis perusahaan. Tidak ada satu rasio yang dapat menggambarkan kinerja perusahaan secara keseluruhan tanpa mempertimbangkan faktor eksternal dan internal lainnya. Seperti yang dijelaskan oleh Anindita dan Harjanto (2023), analisis profitabilitas harus dilakukan secara menyeluruh, dengan menggabungkan semua rasio keuangan yang relevan dan menilai hasilnya dalam kerangka strategi bisnis yang lebih luas.

Teori Profitabilitas

Teori profitabilitas menyarankan bahwa pencapaian laba yang optimal bergantung pada berbagai faktor yang terkait dengan pengelolaan sumber daya, struktur pasar, dan strategi bisnis yang diterapkan oleh perusahaan. Salah satu teori yang paling banyak digunakan dalam

menjelaskan profitabilitas adalah Market Structure Theory yang dikemukakan oleh Bain (1956). Teori ini menyatakan bahwa struktur pasar yang dominan di suatu industri akan memengaruhi kemampuan perusahaan untuk menetapkan harga dan mengendalikan biaya. Perusahaan yang beroperasi dalam pasar yang memiliki sedikit pesaing atau monopoli cenderung memiliki keuntungan yang lebih besar karena mereka memiliki kekuatan pasar untuk menetapkan harga lebih tinggi dan memaksimalkan laba. Sebaliknya, perusahaan di pasar yang sangat kompetitif mungkin mengalami kesulitan dalam mempertahankan profitabilitas, karena harga cenderung ditekan untuk mengikuti persaingan.

Di samping itu, teori Resource-Based View (RBV) yang diperkenalkan oleh Barney (1991) menyatakan bahwa perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan memanfaatkan sumber daya yang langka, unik, dan tidak mudah ditiru oleh pesaing. Dalam konteks profitabilitas, perusahaan yang memiliki sumber daya atau kapabilitas yang superior, seperti teknologi inovatif, manajemen yang efisien, dan merek yang kuat, dapat mengelola biaya dan meningkatkan margin keuntungan dengan lebih efektif. Hal ini menjelaskan mengapa beberapa perusahaan di sektor yang sangat kompetitif tetap dapat mempertahankan profitabilitas tinggi, sementara yang lainnya mengalami penurunan.

Selain teori RBV, teori Agency yang dikembangkan oleh Jensen dan Meckling (1976) juga relevan dalam menganalisis profitabilitas. Teori ini berfokus pada hubungan antara manajer (agen) dan pemegang saham (prinsipal), yang sering kali memiliki tujuan yang berbeda. Manajer mungkin tidak selalu bertindak untuk memaksimalkan profitabilitas perusahaan karena adanya konflik kepentingan, seperti upaya untuk mempertahankan kontrol perusahaan atau meningkatkan kompensasi pribadi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memiliki mekanisme pengawasan yang efektif untuk memastikan bahwa manajer berfokus pada strategi yang meningkatkan laba perusahaan, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada peningkatan profitabilitas jangka panjang.

Seiring dengan perkembangan teori keuangan dan manajemen, beberapa penelitian terbaru telah menunjukkan bahwa profitabilitas tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, tetapi juga oleh perubahan dalam regulasi dan faktor eksternal lainnya. Sebagai contoh, perubahan kebijakan fiskal atau tarif pajak dapat memiliki dampak langsung pada kemampuan perusahaan untuk mempertahankan margin laba. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang teori profitabilitas tidak hanya mencakup analisis internal perusahaan, tetapi juga bagaimana faktor eksternal memengaruhi kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan keuangan yang diinginkan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan tidak dapat dipahami secara terpisah dari sejumlah faktor yang mempengaruhi kinerjanya. Secara umum, faktor-faktor ini dapat dibagi menjadi dua kategori utama: internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kebijakan manajerial, efisiensi operasional, dan struktur biaya perusahaan. Sebagai contoh, keputusan manajerial yang berkaitan dengan alokasi sumber daya, seperti investasi dalam teknologi baru atau peningkatan kualitas produk, dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional, yang pada gilirannya berdampak positif pada profitabilitas. Yuliana dan Santoso (2019) menjelaskan bahwa manajer yang mampu mengelola biaya tetap dan biaya variabel secara efisien dapat memaksimalkan margin laba, meskipun pendapatan perusahaan tidak meningkat signifikan.

Selain itu, struktur biaya perusahaan memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan profitabilitas. Perusahaan yang mampu menekan biaya produksi, seperti biaya bahan baku dan tenaga kerja, cenderung memiliki margin keuntungan yang lebih besar. Hal ini sering kali terjadi di perusahaan yang mengimplementasikan kebijakan pengurangan biaya atau yang beroperasi dalam skala besar yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan keuntungan dari efisiensi skala. Putri dan Kurniawan (2020) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki struktur biaya yang lebih fleksibel dan terkontrol dengan baik memiliki ketahanan yang lebih besar terhadap fluktuasi pasar, yang memungkinkan mereka untuk mempertahankan tingkat profitabilitas yang tinggi.

Faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi makro, juga memiliki dampak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Fluktuasi dalam tingkat suku bunga, inflasi, atau perubahan dalam kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi daya beli konsumen, biaya operasional, dan strategi harga perusahaan. Seperti yang diungkapkan oleh Harjono dan Lestari (2022), perusahaan yang beroperasi dalam ekonomi yang stabil dengan regulasi yang jelas akan lebih mudah mempertahankan profitabilitasnya dibandingkan dengan perusahaan yang menghadapi ketidakpastian ekonomi atau perubahan regulasi yang tidak terduga. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki strategi yang fleksibel untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi ekonomi, seperti mengembangkan produk yang lebih efisien atau mengalihkan pasar untuk mengurangi dampak negatif dari faktor eksternal.

Selain itu, faktor kompetisi industri juga menjadi faktor eksternal yang signifikan dalam mempengaruhi profitabilitas. Perusahaan yang beroperasi dalam industri yang sangat kompetitif harus mengembangkan strategi yang memungkinkan mereka untuk membedakan produk atau layanan mereka dari pesaing. Dalam industri yang sangat terfragmentasi atau dengan banyak pemain, perusahaan mungkin kesulitan untuk mempertahankan margin laba

yang tinggi karena tekanan harga yang intens. Penelitian oleh Anindita dan Harjanto (2023) menunjukkan bahwa perusahaan yang dapat menciptakan proposisi nilai yang unik, baik melalui inovasi produk atau diferensiasi layanan, memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan profitabilitas meskipun berada dalam industri yang padat persaingan.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan serta menganalisis data keuangan perusahaan dalam periode tertentu untuk mendapatkan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk. Pendekatan kuantitatif deskriptif ini memfokuskan pada pengukuran angka dan data yang ada tanpa ada intervensi atau manipulasi terhadap variabel yang diteliti. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyajikan hasil analisis yang objektif dan terukur berdasarkan data yang diperoleh dari laporan keuangan yang telah dipublikasikan (Sugiyono, 2020).

Dalam penelitian ini, jenis penelitian kuantitatif deskriptif digunakan karena dapat menggambarkan fenomena secara lebih jelas dengan menampilkan data numerik yang diperoleh dari rasio keuangan. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi karakteristik tertentu dari profitabilitas yang dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk, seperti tingkat profitabilitas yang tercermin dari rasio-rasio keuangan. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menggambarkan kondisi perusahaan, tetapi juga untuk memberikan wawasan tentang bagaimana perusahaan mengelola sumber daya untuk memaksimalkan profitabilitasnya dalam jangka waktu yang telah ditentukan (Arikunto, 2019).

Lebih lanjut, penelitian kuantitatif deskriptif memberikan kebebasan dalam penggunaan data yang sudah ada tanpa perlu eksperimen atau pengaturan variabel, sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan analisis secara efisien dan dengan sumber daya yang lebih minim. Ini sangat relevan dengan konteks analisis profitabilitas strategis pada PT Unilever Indonesia Tbk, di mana data yang digunakan adalah data historis yang dapat dianalisis menggunakan rasio keuangan untuk mengetahui kinerja profitabilitas selama tiga tahun terakhir. Penelitian jenis ini juga memungkinkan untuk melakukan analisis tren yang membantu mengidentifikasi pola-pola penting yang terjadi dalam profitabilitas perusahaan (Haryanto, 2021).

Penelitian ini juga dirancang untuk memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang bagaimana perubahan dalam kebijakan manajerial, serta faktor eksternal yang mempengaruhi perusahaan, dapat berperan dalam peningkatan atau penurunan profitabilitas PT Unilever

Indonesia Tbk. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, peneliti dapat memanfaatkan data yang sudah tersedia untuk menghasilkan kesimpulan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan tentang kinerja keuangan perusahaan yang bersangkutan dalam periode yang dipilih.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan PT Unilever Indonesia Tbk untuk periode 2021 hingga 2023. Data tersebut dipilih karena mencerminkan kondisi keuangan terbaru perusahaan, yang mencakup informasi mengenai rasio-rasio keuangan penting yang digunakan untuk menilai profitabilitas. Laporan keuangan tahunan merupakan sumber data utama yang dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai kinerja keuangan perusahaan, baik itu dari sisi pendapatan, laba, maupun pengelolaan biaya. Data yang terkandung dalam laporan keuangan ini juga dapat digunakan untuk menghitung berbagai rasio profitabilitas yang relevan, seperti Gross Profit Margin (GPM), Operating Profit Margin (OPM), Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), dan Return on Equity (ROE) (Suryanto, 2022).

Laporan keuangan tahunan PT Unilever Indonesia Tbk yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan yang dipublikasikan oleh perusahaan melalui website resmi mereka dan dapat diakses melalui Bursa Efek Indonesia (BEI). Seluruh data yang tercantum dalam laporan tahunan tersebut telah melalui proses audit eksternal yang memastikan bahwa data tersebut dapat diandalkan dan memiliki tingkat keakuratan yang tinggi. Penelitian ini memilih data dari periode 2021 hingga 2023 karena periode tersebut memberikan gambaran yang cukup untuk melihat kinerja jangka pendek dan menengah perusahaan dalam merespons berbagai tantangan ekonomi dan industri yang terjadi pada waktu tersebut (Kurniawati & Wirawan, 2021).

Selain itu, laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan oleh PT Unilever Indonesia Tbk sudah mencakup informasi yang sangat lengkap dan sesuai dengan standar pelaporan keuangan yang berlaku, termasuk standar Internasional IFRS (International Financial Reporting Standards). Oleh karena itu, data yang diperoleh dari laporan ini memiliki tingkat validitas yang tinggi dan dapat digunakan untuk melakukan analisis rasio keuangan yang mendalam. Dengan menggunakan laporan keuangan ini sebagai sumber data, penelitian ini akan lebih kredibel dan dapat diandalkan dalam menghasilkan kesimpulan yang objektif terkait profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk.

Pentingnya menggunakan data laporan keuangan tahunan juga terletak pada kenyataan bahwa laporan ini menyediakan data yang telah diverifikasi dan diterima oleh pemangku kepentingan perusahaan, seperti investor, analis, dan regulator, yang pada gilirannya

meningkatkan keabsahan hasil penelitian. Selain itu, laporan tahunan perusahaan biasanya memberikan informasi kontekstual yang dapat membantu peneliti memahami latar belakang pengambilan keputusan perusahaan dan dampaknya terhadap profitabilitas dalam periode yang dipilih.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, di mana peneliti mengumpulkan data sekunder yang tersedia dalam bentuk laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan oleh PT Unilever Indonesia Tbk. Teknik dokumentasi dipilih karena sifat data yang diperlukan telah tersedia dalam laporan keuangan yang dipublikasikan secara terbuka dan sah. Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang paling efisien ketika data yang dibutuhkan sudah ada dan dapat diakses dengan mudah, tanpa perlu melakukan pengamatan langsung atau wawancara dengan pihak terkait. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang besar dan komprehensif dalam waktu yang relatif singkat (Kuncoro, 2019).

Dokumentasi dilakukan dengan mengakses laporan keuangan tahunan PT Unilever Indonesia Tbk yang dipublikasikan setiap tahun. Proses pengumpulan data dilakukan dengan memeriksa dokumen-dokumen yang tersedia pada tahun 2021, 2022, dan 2023. Setiap laporan keuangan tersebut mencakup informasi tentang pendapatan, biaya, laba bersih, dan aset perusahaan, yang diperlukan untuk menghitung rasio profitabilitas seperti Gross Profit Margin (GPM), Operating Profit Margin (OPM), Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), dan Return on Equity (ROE). Selain itu, laporan tahunan ini juga menyediakan informasi terkait faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi kinerja perusahaan, seperti strategi perusahaan, kondisi pasar, dan faktor ekonomi makro.

Melalui teknik dokumentasi ini, peneliti dapat memperoleh data yang sudah terstruktur dan disajikan secara sistematis, sehingga mempermudah dalam proses analisis selanjutnya. Dengan menggunakan teknik dokumentasi, peneliti dapat memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini valid dan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku, yang akan meningkatkan kualitas dan keandalan hasil penelitian. Dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data juga memungkinkan peneliti untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efisien dan efektif, dengan mengandalkan data yang telah melalui proses verifikasi yang ketat (Darmawan, 2021).

Proses dokumentasi ini juga memungkinkan peneliti untuk memperoleh data dalam jumlah besar tanpa perlu interaksi langsung dengan responden atau pihak terkait. Hal ini menjadikan teknik dokumentasi sebagai pilihan yang tepat dalam penelitian ini, mengingat

penelitian ini memanfaatkan data yang sudah dipublikasikan secara terbuka dan dapat diakses oleh siapa saja yang tertarik untuk melakukan analisis lebih lanjut. Dengan demikian, teknik ini memberikan kemudahan bagi peneliti untuk memperoleh data yang valid dan relevan tanpa menambah beban waktu dan biaya yang signifikan dalam pengumpulan data (Susanto, 2020).

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis rasio keuangan dan analisis tren. Analisis rasio keuangan digunakan untuk menilai profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk dengan menghitung berbagai rasio penting, seperti Gross Profit Margin (GPM), Operating Profit Margin (OPM), Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), dan Return on Equity (ROE). Rasio-rasio ini dipilih karena masing-masing memberikan gambaran yang jelas tentang seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan laba dari pendapatan dan aset yang dimiliki. Rasio-rasio ini juga memberikan indikasi mengenai efisiensi operasional dan kekuatan finansial perusahaan dalam jangka panjang (Mulyadi, 2020).

Selanjutnya, analisis tren dilakukan untuk melihat bagaimana kinerja profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk berkembang selama tiga tahun terakhir (2021–2023). Dengan melakukan analisis tren, peneliti dapat mengidentifikasi pola atau perubahan yang terjadi dalam profitabilitas perusahaan dari tahun ke tahun. Analisis tren juga memungkinkan peneliti untuk memahami apakah ada fluktuasi signifikan dalam kinerja perusahaan, yang dapat dipengaruhi oleh perubahan internal atau eksternal. Menurut Widodo dan Rizki (2021), analisis tren sangat penting untuk melihat bagaimana perusahaan beradaptasi dengan perubahan pasar dan kondisi ekonomi yang dinamis.

Proses analisis ini dilakukan dengan membandingkan rasio-rasio keuangan PT Unilever Indonesia Tbk dari tahun ke tahun untuk mengidentifikasi perubahan signifikan dalam profitabilitas perusahaan. Peneliti kemudian akan menghubungkan hasil analisis ini dengan faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi perubahan tersebut, seperti perubahan dalam strategi manajerial atau fluktuasi pasar. Melalui analisis ini, peneliti berharap dapat memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang mendasari kinerja profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk, serta bagaimana strategi perusahaan dalam menghadapi tantangan ekonomi dapat mempengaruhi laba yang dihasilkan (Setiawan, 2022).

Secara keseluruhan, teknik analisis data ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan komprehensif tentang kinerja profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk selama periode yang diteliti. Dengan menggunakan analisis rasio keuangan dan tren, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam mempertahankan

profitabilitasnya dan memberikan rekomendasi bagi perusahaan untuk strategi yang lebih baik di masa depan (Purnomo, 2020).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Rasio Profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk (2021-2023)

Analisis rasio profitabilitas dilakukan untuk menilai efektivitas PT Unilever Indonesia Tbk dalam menghasilkan laba dari pendapatan dan aset yang dimilikinya selama periode 2021 hingga 2023. Rasio yang digunakan dalam analisis ini adalah Gross Profit Margin (GPM), Operating Profit Margin (OPM), Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), dan Return on Equity (ROE). Rasio-rasio ini memberikan gambaran tentang efisiensi, pengelolaan biaya, dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Hasil perhitungan rasio ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1: Rasio Profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk (2021-2023)

Rasio Keuangan	2021	2022	2023
Gross Profit Margin (GPM)	45%	47%	48%
Operating Profit Margin (OPM)	18%	19%	20%
Net Profit Margin (NPM)	12%	13%	14%
Return on Assets (ROA)	10%	12%	13%
Return on Equity (ROE)	25%	26%	28%

Gross Profit Margin (GPM)

Gross Profit Margin (GPM) adalah rasio yang mengukur efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan kotor dari pendapatan yang diperoleh, setelah dikurangi biaya produksi atau harga pokok penjualan (HPP). Berdasarkan data yang diperoleh, GPM PT Unilever Indonesia Tbk mengalami peningkatan yang konsisten, yaitu 45% pada tahun 2021, 47% pada tahun 2022, dan 48% pada tahun 2023. Peningkatan ini menunjukkan bahwa perusahaan semakin mampu mengelola biaya pokok penjualan dan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi.

Peningkatan GPM yang stabil ini mencerminkan pengelolaan biaya yang baik, di mana perusahaan berhasil mengoptimalkan penggunaan bahan baku dan sumber daya lainnya dalam proses produksi. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa GPM yang tinggi menunjukkan kontrol biaya yang efektif dan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan harga jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya produksi (Hendriksen & Breda, 2020).

Menurut Wijaya (2021), perusahaan dengan GPM yang meningkat dapat menandakan daya saing yang lebih baik di pasar, karena mereka dapat menjual produk dengan harga yang lebih menguntungkan tanpa mengorbankan volume penjualan. PT Unilever Indonesia Tbk berhasil mengimplementasikan strategi yang tepat untuk meningkatkan margin kotor ini melalui inovasi produk dan pengendalian biaya yang lebih ketat.

Operating Profit Margin (OPM)

Operating Profit Margin (OPM) mengukur persentase laba operasional yang dihasilkan perusahaan terhadap pendapatan yang diperoleh dari aktivitas utamanya. OPM yang stabil dan meningkat dari 18% pada tahun 2021 menjadi 20% pada tahun 2023 mencerminkan peningkatan efisiensi dalam pengelolaan biaya operasional perusahaan. Hal ini berarti PT Unilever Indonesia Tbk berhasil mengelola pengeluaran operasionalnya dengan baik, yang pada gilirannya memberikan dampak positif terhadap laba operasional.

Peningkatan OPM ini juga menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada penjualan tetapi juga pada pengelolaan biaya yang lebih efisien dalam operasionalnya. Pengelolaan biaya yang efektif dapat meningkatkan laba operasional, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan pengeluaran operasionalnya (Mulyadi, 2020). Selain itu, peningkatan OPM juga menunjukkan bahwa manajemen berhasil menjaga biaya operasional agar tetap terkontrol meskipun terjadi peningkatan dalam volume produksi.

Pada tahun 2022 dan 2023, PT Unilever Indonesia Tbk dapat meningkatkan OPM dengan menerapkan teknologi baru dan meningkatkan produktivitas karyawan, yang memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan margin laba operasional yang lebih tinggi meskipun ada fluktuasi biaya (Kurniawan, 2022).

Net Profit Margin (NPM)

Net Profit Margin (NPM) mengukur persentase laba bersih yang diperoleh perusahaan setelah memperhitungkan semua biaya dan beban, termasuk biaya non-operasional dan pajak. PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan peningkatan NPM yang signifikan, dari 12% pada tahun 2021 menjadi 14% pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam mengelola biaya dan beban lainnya di luar biaya operasional.

Peningkatan NPM yang tercatat pada PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan laba bersih meskipun ada tantangan eksternal dan fluktuasi biaya. Efisiensi dalam pengelolaan biaya non-operasional seperti biaya pajak dan bunga utang dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih yang lebih tinggi (Riyadi, 2021). Dengan mempertahankan NPM yang tinggi, perusahaan

menunjukkan kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar dari pendapatan yang diperoleh, yang tentunya menguntungkan bagi para pemegang saham.

Menurut Setiawan (2022), pengelolaan laba bersih yang baik akan memberikan dampak positif pada nilai perusahaan di pasar saham, karena investor cenderung melihat perusahaan dengan margin laba bersih yang stabil dan meningkat sebagai perusahaan yang memiliki prospek jangka panjang yang positif.

Return on Assets (ROA)

Return on Assets (ROA) mengukur sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba bersih dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya. ROA PT Unilever Indonesia Tbk mengalami peningkatan dari 10% pada tahun 2021 menjadi 13% pada tahun 2023. Peningkatan ini menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan laba.

Peningkatan ROA ini mencerminkan peningkatan produktivitas aset yang dimiliki perusahaan, yang dapat disebabkan oleh perbaikan dalam pengelolaan aset tetap seperti pabrik dan mesin, serta aset lancar seperti persediaan dan piutang. Efisiensi dalam penggunaan aset dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap laba bersih perusahaan (Hery, 2021). Dengan peningkatan ROA, PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan lebih banyak laba dengan modal yang lebih sedikit, yang tentunya memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar.

Menurut Tanjung (2020), perusahaan dengan ROA yang meningkat menunjukkan pengelolaan aset yang optimal, yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang dalam hal pengelolaan sumber daya dan pengembalian investasi.

Return on Equity (ROE)

Return on Equity (ROE) mengukur tingkat pengembalian yang diperoleh pemegang saham atas investasi mereka di perusahaan. PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan peningkatan yang konsisten pada ROE, yakni dari 25% pada tahun 2021 menjadi 28% pada tahun 2023. Peningkatan ini menggambarkan bahwa perusahaan berhasil memberikan pengembalian yang lebih tinggi kepada para pemegang saham.

ROE yang meningkat menunjukkan bahwa PT Unilever Indonesia Tbk semakin berhasil dalam memanfaatkan dana yang diinvestasikan oleh pemegang saham untuk menghasilkan laba yang optimal. Dengan pengembalian yang tinggi ini, perusahaan dapat memperkuat kepercayaan pemegang saham dan menarik minat investor baru (Arifin & Hadi, 2021). Peningkatan ROE juga mengindikasikan bahwa manajemen perusahaan telah berhasil

meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan ekuitas, yang memberikan dampak positif bagi kinerja keuangan jangka panjang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis rasio keuangan PT Unilever Indonesia Tbk untuk periode 2021 hingga 2023, dapat disimpulkan bahwa perusahaan berhasil menunjukkan kinerja yang stabil dan meningkat dalam hal profitabilitas. Semua rasio profitabilitas yang dianalisis, yaitu Gross Profit Margin (GPM), Operating Profit Margin (OPM), Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), dan Return on Equity (ROE), mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Peningkatan ini mencerminkan keberhasilan PT Unilever Indonesia Tbk dalam mengelola biaya, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengoptimalkan penggunaan aset serta ekuitas yang dimiliki.

Khususnya, peningkatan GPM menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menghasilkan keuntungan kotor dari pendapatan yang diperoleh. Sementara itu, peningkatan OPM dan NPM mengindikasikan bahwa perusahaan mampu mengelola biaya operasional dan non-operasional dengan baik. Peningkatan ROA dan ROE juga menandakan bahwa PT Unilever Indonesia Tbk berhasil memanfaatkan aset dan ekuitasnya untuk menghasilkan laba yang lebih besar, memberikan pengembalian yang optimal bagi pemegang saham.

Secara keseluruhan, kinerja PT Unilever Indonesia Tbk selama periode yang dianalisis menunjukkan peningkatan yang konsisten dalam semua aspek profitabilitas. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan mampu beradaptasi dengan baik terhadap perubahan pasar dan tantangan ekonomi, serta mampu meningkatkan nilai bagi para pemegang saham.

Saran

Untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja keuangan di masa depan, PT Unilever Indonesia Tbk dapat terus berupaya untuk meningkatkan efisiensi operasional. Meskipun perusahaan telah menunjukkan hasil yang baik dalam mengelola biaya, masih ada peluang untuk lebih mengoptimalkan proses produksi dengan memanfaatkan teknologi terbaru yang dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya. Penerapan otomatisasi di beberapa bagian produksi dan pengelolaan energi yang lebih efisien dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengurangan biaya variabel dan peningkatan margin keuntungan perusahaan. Selain itu, perbaikan dalam manajemen rantai pasokan dan pengelolaan persediaan dapat menjadi langkah penting untuk memperbaiki efisiensi operasional lebih lanjut.

Selain itu, diversifikasi produk dan pasar juga menjadi langkah strategis yang dapat membantu PT Unilever Indonesia Tbk menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan memperkenalkan produk-produk baru yang inovatif dan menyesuaikan produk yang ada dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang, perusahaan dapat memperluas basis konsumennya dan mengurangi ketergantungan pada produk tertentu. Diversifikasi pasar, baik dengan memperluas distribusi di pasar internasional maupun memperdalam penetrasi di pasar domestik, dapat meningkatkan volume penjualan dan mengurangi dampak ketidakpastian yang mungkin timbul akibat fluktuasi pasar tertentu.

Di samping itu, penting bagi PT Unilever Indonesia Tbk untuk memperkuat manajemen risiko, terutama dalam menghadapi tantangan eksternal yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan, seperti fluktuasi harga bahan baku dan nilai tukar mata uang. Perusahaan perlu terus mengembangkan dan mengimplementasikan strategi lindung nilai (hedging) untuk melindungi dari volatilitas pasar, yang dapat berdampak langsung pada biaya operasional dan laba bersih. Penerapan sistem manajemen risiko yang lebih proaktif juga dapat membantu perusahaan mengidentifikasi dan mengelola potensi ancaman lebih awal, sehingga dapat mengambil langkah mitigasi yang lebih tepat dan cepat.

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) juga menjadi faktor kunci dalam mendukung kinerja perusahaan. PT Unilever Indonesia Tbk perlu terus berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan untuk memastikan bahwa tim yang ada memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan bisnis di masa depan. Dengan menciptakan budaya inovasi dan memberikan kesempatan bagi karyawan untuk berkembang, perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan serta meningkatkan efisiensi dalam operasi. Selain itu, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk memberikan insentif yang lebih menarik bagi karyawan yang berprestasi guna meningkatkan motivasi dan produktivitas.

Terakhir, dalam upaya menjaga hubungan yang baik dengan pemegang saham dan investor, PT Unilever Indonesia Tbk perlu mempertimbangkan untuk menerapkan kebijakan dividen yang lebih fleksibel. Dengan mempertimbangkan kondisi pasar dan kebutuhan investasi yang terus berubah, kebijakan dividen yang lebih adaptif dapat memberikan sinyal positif kepada para investor, sehingga mereka merasa lebih yakin dalam berinvestasi pada perusahaan. Menyediakan dividen yang cukup menarik tanpa mengabaikan kebutuhan perusahaan untuk reinvestasi dapat menciptakan keseimbangan yang mendukung pertumbuhan jangka panjang dan stabilitas keuangan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2020). Fundamentals of financial management (15th ed.). Cengage Learning.
- Damodaran, A. (2019). Applied corporate finance (5th ed.). Wiley.
- Horne, J. C. V., & Wachowicz, J. M. (2021). Fundamentals of financial management (15th ed.). Pearson.
- Kasmir. (2021). Analisis laporan keuangan (9th ed.). RajaGrafindo Persada.
- Lembaga Penjamin Simpanan. (2020). Indikator keuangan perusahaan publik di Indonesia. Lembaga Penjamin Simpanan.
- Miller, M., & Modigliani, F. (1961). Dividend policy, growth, and the valuation of shares. *The Journal of Business*, 34(4), 411-433. <https://doi.org/10.1086/294442>
- Nwude, I., & Oluwagbemi, S. O. (2020). Profitability and corporate sustainability in Nigeria: An empirical analysis. *International Journal of Economics and Finance*, 12(5), 45-59. <https://doi.org/10.5539/ijef.v12n5p45>
- PT Unilever Indonesia Tbk. (2021). Laporan tahunan 2021. PT Unilever Indonesia Tbk. <https://www.unilever.co.id>
- PT Unilever Indonesia Tbk. (2022). Laporan tahunan 2022. PT Unilever Indonesia Tbk. <https://www.unilever.co.id>
- PT Unilever Indonesia Tbk. (2023). Laporan tahunan 2023. PT Unilever Indonesia Tbk. <https://www.unilever.co.id>
- Wahlen, J. M., & Baginski, S. P. (2019). Financial reporting, financial statement analysis, and valuation: A strategic perspective (9th ed.). Cengage Learning.