

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perusahaan Unilever Indonesia, Tbk didirikan pada tanggal 5 Desember 1933, dengan nama “*Lever’s Zeepfabrieken N.V.*”, yang merupakan anak perusahaan dari “*Lever Brothers*” yang berbasis di Inggris dan Belanda. Pada tanggal 22 Juli 1980, “*Lever’s Zeepfabrieken N.V.*” namanya diubah menjadi “PT Unilever Indonesia” dengan akta No. 171 dari notaris Ny. Kartini Muljayadi SH., perubahan ini untuk menyesuaikan dengan situasi politik dan ekonomi di Indonesia. Pada tanggal 30 Juni 1997, terjadi perubahan nama kembali menjadi “PT Unilever Indonesia Tbk” Dengan akta No. 92 notaris publik Bp. Mudofir Hadi SH. dan akta ini telah disetujui oleh Menteri Kehakiman dengan surat keputusan pada tanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara pada tanggal 15 Mei 1998.

PT Unilever Indonesia Tbk merupakan perusahaan yang memproduksi dan mendistribusi barang – barang konsumsi seperti produk makanan dan minuman, es krim yang mengandung susu, produk deterjen, pembersih lantai dan produk untuk perawatan tubuh. PT Unilever Indonesia Tbk merupakan perusahaan multinasional ternama yang berpusat di London, Inggris. Perusahaan multinasional merupakan perusahaan yang beroperasi di negara asal, seperti Inggris dan Belanda, yang mempunyai saham di beberapa negara dan beroperasi di negara tujuan, salah satunya di

Indonesia. Website Wikipedia menyatakan bahwa PT Unilever Indonesia Tbk merupakan produsen barang rumah tangga dan barang konsumsi terbesar ketiga di dunia berdasarkan pendapatan pada tahun 2012 setelah P&G dan Nestle. PT Unilever Indonesia Tbk dari tiap tahun mengalami perkembangan sangat pesat di industri barang konsumsi sehingga akan mempengaruhi keuntungan pada perusahaan. Keuntungan perusahaan yang diperoleh memberikan gambaran bahwa kondisi perusahaan tersebut dalam tingkat sehat (baik) bagi perusahaan. Dan untuk menilai tingkat kesehatan keuangan pada perusahaan yaitu dengan melihat Laporan Keuangan.

Kasmir (2019:07) mendefinisikan dalam bukunya bahwa laporan keuangan merupakan laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam periode tertentu. Laporan keuangan bertujuan sebagai sumber informasi yang menunjukkan kinerja keuangan seperti jumlah dan jenis aktiva, kewajiban (hutang), serta modal secara keseluruhan yang tergambar pada neraca. Sedangkan, laporan keuangan untuk melihat hasil usaha perusahaan dalam periode tertentu yaitu tergambar dalam laba rugi. Dan untuk mengukur posisi keuangan dikatakan baik (sehat) bisa melakukan analisis keuangan dengan metode analisis rasio.

Kasmir (2019:104) menyatakan bahwa rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka – angka yang ada dalam laporan keuangan dengan membagi satu angka dengan angka lainnya. Perbandingan dilakukan antara satu komponen dengan komponen lainnya. Perbandingan ini dapat berupa satu periode maupun beberapa periode. Dalam analisis rasio

keuangan untuk mengukur kinerja keuangan yaitu dengan menggunakan beberapa jenis rasio seperti Rasio Likuiditas, Rasio Solvabilitas, Rasio Profitabilitas dan Rasio Aktivitas.

Kinerja keuangan merupakan suatu kondisi yang menggambarkan keuangan suatu perusahaan yang melakukan analisis dengan alat analisis keuangan, sehingga mampu mengetahui tentang yang baik dan buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang merupakan cerminan prestasi kerja (Arifin & Marlius, 2017) dalam kutipan Widya S (2021).

Peneliti tertarik memilih perusahaan ini, karena adanya fenomena yang terdapat pada periode 2021 – 2023 pada perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk yang mempengaruhi kinerja keuangan pada perusahaan.

Tabel 1  
Perbandingan Laba Bersih dengan Penjualan  
PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2021 - 2023

Tahun	Penjualan (dalam Jutaan Rupiah)	Persentase	Lab Bersih (dalam Jutaan Rupiah)	Persentase
2020	Rp. 42.972.474	-	Rp. 7.163.536	-
2021	Rp. 39.545.959	-7,97%	Rp. 5.758.148	-19,61%
2022	Rp. 41.218.881	4,23%	Rp. 5.364.761	-6,83%
2023	Rp. 38.611.401	-6,32%	Rp. 4.800.940	-10,51%

Sumber Data : Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa, pada tahun 2021 mengalami penurunan penjualan dan pendapatan. Hal ini disebabkan adanya wabah penyakit yang disebut dengan virus korona (*covid 19*) yang menyebar di berbagai negara salah satunya di Indonesia. Wabah *covid 19* memberikan dampak di berbagai sektor yaitu pada sektor ekonomi, sektor sosial dan sektor kesehatan. Wabah *covid 19* membuat kondisi usaha mikro

kecil dan menengah berjuang untuk bertahan dan kondisi keuangan di berbagai perusahaan salah satunya di PT Unilever Indonesia Tbk mengalami dampak negatif dari adanya covid 19 yang mempengaruhi kinerja keuangan.

Seperti yang telah diliput dalam berita di CNBC Indonesia pada tanggal 10 Februari 2022 dengan judul “Waduh! Laba Unilver (UNVR) Turun 19,6% pada 2021” menyatakan bahwa “PT Unilever Indonesia Tbk membukukan laba pada tahun 2021 sebesar Rp. 5,76 triliun, turun 19,6% dibandingkan dengan tahun 2020 sebesar Rp. 7,16 triliun. Penurunan laba disebabkan oleh penurunan penjualan sebesar 7,97% dari Rp. 42,97 triliun pada tahun 2020 menjadi sebesar Rp. 39,5 triliun pada tahun 2021”. Dari adanya pandemi, perusahaan Unilever berinovasi dalam transformasi digital seperti membuat akun *e-commerce*, *Unilever Home Delivery*, layanan untuk kebutuhan konsumen di tingkat profesional melalui “Unilever Profesional” dan peluncuran aplikasi yaitu “Sahabat Warung” untuk membantu para mitra agar tetap bisa berjualan. Dan unilever juga berinovasi dengan membuat 40 produk baru pada tahun 2020 untuk kebutuhan pelanggan pada saat masa pandemi, hal ini diungkapkan dalam *website* Unilever.

Pada tahun 2022, Indonesia memasuki fase “*New Normal*” setelah dua tahun menghadapi pandemi dan pemerintah juga melonggarkan beberapa kebijakan dalam pembatasan sosial. Aktivitas ekonomi mulai menyesuaikan dengan tatanan hidup baru. Bagi sejumlah perusahaan salah

satunya Unilever menjadi fase penting untuk pemulihan ekonomi global. Pada pasca pandemi perusahaan Unilever kembali menerima permintaan produk dari konsumen yang akan mempengaruhi peningkatan penjualan. Seperti yang diliput dalam Kompas.com pada tanggal 10 Februari 2023 dengan judul “Penjualan Bersih Unilever Indonesia Naik 4,2% Sepanjang 2022” menyatakan bahwa “Penjualan bersih meningkat 4,2% dari Rp, 39,5 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp. 41,2 triliun pada tahun 2022. Tetapi pada laba bersih mengalami penurunan 6,8% dari Rp. 5,75 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp. 5,36 triliun. Hal ini disebabkan meningkatnya harga pokok penjualan seperti naiknya harga bahan baku, gangguan rantai pasokan karena situasi pasca pandemi dan lonjakan permintaan yang meningkat”.

Setelah mengalami *covid 19* dan pasca covid, selanjutnya pada tahun 2023, tepatnya pada kuartal keempat di Dunia dikejutkan dengan pemberitaan tentang konflik antara Israel dengan Palestina yang membuat geram banyak negara termasuk Indonesia. Aksi protes dilakukan di berbagai platform media sosial sehingga muncul petisi mengenai pemboikotan produk salah satunya adalah PT Unilever Indonesia Tbk. Unilever menjadi sasaran pemboikotan karena perusahaan *Ben & Jerry's*, yang merupakan anak perusahaan Unilever menyuarakan atas gencatan senjata permanen di Gaza Palestina dan memutuskan berhenti melakukan penjualan es krim di West Bank, Palestina. Dengan mengatakan “Es krim di wilayah Palestina yang diduduki Israel pada tahun 2021, tidak sesuai dengan nilai – nilai kita”.

Dengan hal ini, PT Unilever Indonesia Tbk dianggap cenderung mendukung Israel dan tidak turut berpartisipasi dalam serangan di Gaza Palestina. Oleh sebab itu, dari adanya aksi pemboikotan PT Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan penjualan yang signifikan dan akan mempengaruhi laba.

Seperti yang telah diungkap oleh Presiden Direktur Utama Unilever Indonesia yaitu Benjie Yap yang diliput dalam berita di Media Indonesia pada tanggal 7 Februari 2024 dengan judul “Laba Unilever Indonesia Anjlok 10,51% Setelah Aksi Boikot Israel” menyatakan bahwa “Pada kuartal ketiga 2023, bisnis Unilever mulai tumbuh dengan kenaikan penjualan domestik sebesar 3,3%. Namun, pada kuartal keempat tahun 2023 ada pergeseran sentimen penjualan yang disebabkan oleh situasi geopolitik. Hal ini mengakibatkan penjualan domestik tahun tutup buku pada tahun 2023 minus 5,2%. Sehingga laba bersih Unilever Indonesia sebesar Rp.4,8 triliun, dan menurun 10,51% dibandingkan dengan capaian laba bersih di tahun 2022 senilai Rp. 5,36 triliun”.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan, dengan adanya wabah *covid 19* di tahun 2021 yang mengalami penurunan penjualan dan penurunan laba serta situasi pasca pandemi pada tahun 2022 yang mengalami peningkatan penjualan tetapi laba mengalami penurunan akibat harga pokok penjualan meningkat, serta adanya aksi pemboikotan produk Unilever pada tahun 2023 dan sentimen negatif masyarakat terus meningkat pada produk Unilever, karena konflik antara Israel dengan Palestina terus terjadi dan

seruan pemboikotan terus di lakukan sehingga mempengaruhi kinerja keuangan pada perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Uswatun, dkk (2023) tentang analisis laporan keuangan untuk menilai kinerja keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk periode 2015 – 2019, berpendapat bahwa keuntungan maupun kerugian yang diperoleh perusahaan dapat dilihat berdasarkan laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan kumpulan informasi mengenai posisi keuangan pada saat ini atau periode tertentu. Perusahaan dapat dikatakan baik atau buruk dapat dianalisis dengan menggunakan analisis rasio keuangan. Hasil dari analisis rasio dapat digunakan dalam penilaian kinerja keuangan perusahaan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Dyah, dkk (2023) tentang analisis laporan keuangan untuk menilai kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk periode 2015 – 2019, berpendapat bahwa laporan keuangan digunakan sebagai media penghubung antara bisnis dengan pihak – pihak penggunanya, dimana pada laporan keuangan tersebut menggambarkan tentang performa bisnis apakah perusahaan memiliki kekuatan atau kelemahan dalam mengelola keuangan dan kesehatan perusahaan secara keseluruhan dengan menggunakan alat analisis rasio. Kinerja keuangan dapat dinilai dengan menggunakan analisis rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas dan rasio profitabilitas. Sehingga dengan menggunakan analisis rasio juga memudahkan perusahaan dalam mengambil suatu keputusan atau kebijakan dalam perusahaan.

Penelitian terdahulu membuktikan bahwa rasio keuangan dapat digunakan sebagai alat untuk menilai kinerja perusahaan baik dari segi hutang jangka pendek, efisiensi sumber daya perusahaan dan profit atau laba perusahaan. Sehingga, memudahkan pihak perusahaan dapat mengambil keputusan dengan bijak.

Berdasarkan uraian pada latar belakang, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menganalisis laporan keuangan menggunakan metode analisis rasio untuk periode 2021 – 2023, dimana dari hasil analisis tersebut dapat mengetahui bagaimana perbandingan setiap komponen dari laporan keuangan dan mengukur kinerja keuangan pada PT Unilever Indonesia Tbk.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis membuat rumusan masalah, sebagai berikut :

“ Bagaimana Kinerja Keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk Periode 2021 – 2023 dilihat dari Laporan Keuangan dengan menggunakan analisis rasio Likuiditas, rasio Solvabilitas, rasio Aktivitas dan rasio Profitabilitas ?”

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi permasalahan, tujuan dari penelitian ini, sebagai berikut :

“ Untuk mengetahui bagaimana kinerja keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk dengan melihat Laporan Keuangan dengan menggunakan analisis rasio Likuiditas, rasio Solvabilitas, rasio Aktivitas dan rasio Profitabilitas.”

### D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki peran yang penting dalam penyusunan skripsi, yang terdiri atas :

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai analisa laporan keuangan suatu perusahaan dengan metode perhitungan rasio dan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dibangku kuliah.

2. Bagi Universitas

Sebagai bahan referensi dan informasi dengan permasalahan serupa, khususnya bagi mahasiswa, serta sebagai penunjang perpustakaan Universitas Merdeka Pasuruan.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pelengkap informasi perusahaan dalam mengevaluasi dan mengelola kinerja keuangan perusahaan.

#### 4. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan khususnya investor dan calon investor untuk dapat dijadikan sebagai pedoman ataupun pertimbangan dalam memilih tempat untuk investasi.

