

Analisis Rasio Profitabilitas untuk Menilai Kinerja Keuangan PT Unilever Indonesia Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021–2023

Ismayani

Manajemen, Universitas Ichsan Sidenreng Rappang, Indonesia

Alamat: Jl. Jenderal Sudirman No. 427, Pangkajene Sidenreng, Kabupaten Sidenreng Rappang,
Sulawesi Selatan, 91611, Indonesia

Korespondensi penulis: ismayani1403@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine and analyze the assessment of profitability ratios on the financial performance of PT Unilever Indonesia Tbk during the period 2021 to 2023. The research method used is quantitative descriptive using secondary data obtained from the Indonesia Stock Exchange, namely the annual financial report of PT Unilever Indonesia Tbk. The analysis was carried out using profitability ratios such as Gross Profit Margin (GPM), Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), and Earning per Share of Common Stock (EPS). The results of the study show that the company's GPM is consistently above the industry standard and reflects good production efficiency. However, NPM and ROA show a downward trend and are below the industry standard, indicating pressure on net profit and asset use efficiency. ROE has increased significantly above the industry standard, indicating the effectiveness of equity management. Meanwhile, EPS has decreased in line with the decline in net profit. Overall, PT Unilever Indonesia Tbk shows strength in production efficiency and equity management, but faces challenges in maintaining net profit and asset effectiveness. This study recommends operational cost efficiency, optimization of asset utilization, and equity strengthening strategies to improve financial performance in the future.*

Keywords: Profitability Ratio, Financial Performance, PT Unilever Indonesia Tbk, Indonesia Stock Exchange

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penilaian rasio profitabilitas pada kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk selama periode 2021 hingga 2023. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia yaitu laporan keuangan tahunan PT Unilever Indonesia Tbk. Analisis dilakukan dengan menggunakan rasio profitabilitas seperti Gross Profit Margin (GPM), Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), dan Earning per Share of Common Stock (EPS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa GPM perusahaan konsisten di atas standar industri dan mencerminkan efisiensi produksi yang baik. Namun, NPM dan ROA menunjukkan tren penurunan dan berada di bawah standar industri, menunjukkan adanya tekanan pada laba bersih dan efisiensi penggunaan aset. ROE mengalami peningkatan signifikan yang berada di atas standar industri, menandakan efektivitas pengelolaan modal sendiri. Sementara itu, EPS mengalami penurunan sejalan dengan penurunan laba bersih. Secara keseluruhan, PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan kekuatan dalam efisiensi produksi dan pengelolaan ekuitas, namun menghadapi tantangan dalam mempertahankan laba bersih dan efektivitas aset. Penelitian ini merekomendasikan efisiensi biaya operasional, optimalisasi penggunaan aset, serta strategi penguatan ekuitas untuk memperbaiki kinerja keuangan di masa depan.

Kata Kunci: Rasio Profitabilitas, Kinerja Keuangan, PT Unilever Indonesia Tbk, Bursa Efek Indonesia

1. LATAR BELAKANG

Di tengah dinamika globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan di sektor barang konsumsi cepat saji (*Fast Moving Consumer Goods/ FMCG*) di Indonesia menghadapi tekanan untuk terus beradaptasi guna mempertahankan daya saing (Yuliana & Meiden, 2022). Sektor FMCG memainkan peran strategis dalam perekonomian nasional, namun tantangan seperti pemulihan pasca-pandemi COVID-19, kenaikan harga bahan baku,

dan perubahan perilaku konsumen telah memengaruhi kinerja keuangan perusahaan (Elviera, 2022; Wahyudi, 2023). Kinerja keuangan, sebagai indikator keberhasilan strategi bisnis, dapat dievaluasi melalui analisis laporan keuangan, yang menjadi alat penting bagi manajemen, investor, dan pemangku kepentingan untuk menilai efisiensi operasional dan stabilitas finansial perusahaan (Wahyuni *et al*, 2019).

Analisis rasio profitabilitas, seperti *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Earnings Per Share* (EPS), merupakan metode utama untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari sumber daya yang dimilikinya (Kasmir, 2023; Maisharoh & Riyanto, 2020). Rasio ini mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola penjualan, aset, dan ekuitas untuk mencapai tujuan finansial (Pasaribu & Soegeng, 2023). PT Unilever Indonesia Tbk, sebagai salah satu pemimpin pasar FMCG yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), menunjukkan fluktuasi kinerja keuangan pada periode 2021–2023. Data laporan keuangan perusahaan menunjukkan penurunan laba bersih dari Rp5,76 triliun pada 2021 menjadi Rp4,80 triliun pada 2023, meskipun penjualan bersih mengalami fluktuasi dengan puncak Rp41,22 triliun pada 2022 (www.idx.co.id). Fenomena ini mengindikasikan adanya tantangan dalam menjaga profitabilitas di tengah dinamika pasar.

Penelitian sebelumnya menunjukkan variasi hasil analisis rasio profitabilitas di sektor FMCG. Misalnya, penelitian oleh Nurhaliza & Harmain (2022), menunjukkan rasio profitabilitas PT Indofood berada di atas rata-rata industri, sedangkan hasil penelitian Agustin (2022) pada PT Kimia Farma menunjukkan rasio profitabilitas masih berada di bawah standar industri meskipun ada peningkatan tahunan, menciptakan kesenjangan penelitian yang perlu ditangani. Kurangnya studi spesifik ini membatasi pemahaman tentang bagaimana perusahaan menavigasi tantangan pasca-pandemi dan fluktuasi harga bahan baku.

Studi ini mendesak untuk dilakukan karena hasilnya dapat memberikan wawasan bagi manajemen dalam merumuskan strategi keuangan yang lebih efektif, sekaligus membantu investor menilai potensi investasi di tengah ketidakpastian ekonomi (Ramadhani, 2023). Analisis rasio profitabilitas tidak hanya mengukur efisiensi operasional, tetapi juga mendukung pengambilan keputusan strategis untuk memperkuat posisi kompetitif perusahaan di industri FMCG. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk periode 2021–2023 melalui rasio GPM, NPM, ROA, ROE, dan EPS, membandingkannya dengan standar industri, serta mengidentifikasi tren dan peluang perbaikan untuk mendukung pengambilan keputusan strategis bagi manajemen dan pemangku kepentingan.

2. KAJIAN TEORITIS

Laporan Keuangan dan Fungsinya

Laporan keuangan merupakan dokumen yang menyajikan informasi sistematis mengenai posisi keuangan, kinerja, dan arus kas perusahaan dalam suatu periode tertentu. Dokumen ini memuat informasi penting bagi berbagai pihak seperti manajemen, investor, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengambil keputusan ekonomi yang tepat (Kasmir, 2023). Laporan keuangan utama mencakup neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, serta catatan atas laporan keuangan.

Fungsi utama laporan keuangan adalah menyajikan data yang relevan terkait aset, kewajiban, ekuitas, pendapatan, dan biaya, serta mengevaluasi kinerja manajemen perusahaan. Informasi ini menjadi dasar dalam menilai kelangsungan usaha dan efektivitas pengelolaan sumber daya perusahaan (Fahmi, 2020).

Konsep Rasio Keuangan: Fokus pada Profitabilitas

Rasio keuangan adalah alat analisis yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan melalui hubungan matematis antar elemen dalam laporan keuangan. Salah satu kelompok rasio yang paling krusial adalah rasio profitabilitas, yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan, aset, dan ekuitas (Hutabarat, 2020; Fahmi, 2020)

Adapun rasio profitabilitas yang umum digunakan meliputi:

1. *Gross Profit Margin* (GPM): Mengukur efisiensi produksi melalui persentase laba kotor terhadap penjualan bersih,
2. *Net Profit Margin* (NPM): Menunjukkan laba bersih yang dihasilkan dari setiap satuan pendapatan,
3. *Return on Assets* (ROA): Menilai kemampuan aset perusahaan dalam menghasilkan laba,
4. *Return on Equity* (ROE): Mencerminkan imbal hasil yang diperoleh pemegang saham atas ekuitas yang mereka tanamkan,
5. *Earnings per Share* (EPS): Menggambarkan laba bersih yang diperoleh per lembar saham beredar,
6. Analisis rasio-rasio tersebut membantu dalam mengevaluasi efisiensi, efektivitas, dan profitabilitas operasional perusahaan dari waktu ke waktu.

Peran Rasio Profitabilitas dalam Evaluasi Kinerja Keuangan

Profitabilitas menjadi indikator utama dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, karena berhubungan langsung dengan tujuan utama bisnis yaitu menciptakan nilai ekonomis dan keuntungan berkelanjutan. Dengan membandingkan rasio profitabilitas dari periode ke periode, dapat diketahui tren kinerja serta efektivitas pengelolaan sumber daya oleh manajemen (Kasmir, 2023).

Selain itu, rasio profitabilitas memberikan sinyal penting kepada investor terkait prospek perusahaan. Dalam konteks teori sinyal (*signaling theory*), peningkatan laba dan rasio profitabilitas cenderung dianggap sebagai sinyal positif yang mencerminkan kondisi perusahaan yang sehat (Spence, 1974; Carmidah, 2021).

Pentingnya Pembandingan dan Standar Industri

Analisis rasio keuangan memerlukan tolok ukur pembandingan agar interpretasinya relevan dan bermakna. Pembandingan ini dapat berupa:

1. Data historis perusahaan (*time series analysis*),
2. Rata-rata industri atau pesaing sejenis
3. Target rasio internal yang ditetapkan perusahaan.

Tolak ukur industri sangat membantu dalam mengevaluasi apakah perusahaan telah berkinerja di atas atau di bawah standar sektor usahanya (Kasmir, 2023). Dalam konteks penelitian ini, rasio profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk dibandingkan secara longitudinal (2021–2023) dengan standar industri barang konsumen.

Analisis Keuangan dan Teori Sinyal

Penelitian ini berlandaskan pada teori analisis keuangan dan teori sinyal. Analisis keuangan merupakan pendekatan sistematis untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan berdasarkan data kuantitatif dari laporan keuangan (Fahmi, 2020). Sementara itu, teori sinyal menjelaskan bahwa informasi yang dipublikasikan perusahaan, seperti laba dan rasio keuangan, memberikan sinyal kepada investor mengenai prospek perusahaan (Spence, 1974). Oleh karena itu, rasio profitabilitas tidak hanya menjadi alat ukur internal, tetapi juga medium komunikasi strategis kepada pasar.

3. METODE PENELITIAN

- a. **Objek Penelitian.** Penelitian ini berfokus pada PT Unilever Indonesia Tbk, sebuah perusahaan publik di sektor barang konsumsi cepat saji (FMCG) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs resmi www.idx.co.id. Objek penelitian mencakup laporan keuangan perusahaan periode 2021–2023 untuk mengevaluasi kinerja keuangan melalui analisis rasio profitabilitas.
- b. **Metode Penelitian.** Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menggambarkan kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk. Pendekatan ini memanfaatkan data kuantitatif dari laporan keuangan yang diolah dengan alat analisis statistik sederhana tanpa memerlukan hipotesis atau uji statistik (Farah *et al*, 2023). Data sekunder diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia.
- c. **Operasional Variabel.** Kinerja keuangan diukur melalui rasio profitabilitas, yang mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan efisiensi manajemen. Variabel yang dianalisis meliputi:
 1. *Gross Profit Margin* (GPM): Persentase laba kotor terhadap penjualan bersih, dihitung dengan rumus:
$$\text{GPM} = [(\text{Penjualan Bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}) / \text{Penjualan}] \times 100\%.$$
 2. *Net Profit Margin* (NPM): Laba bersih setelah pajak dan bunga terhadap penjualan, dihitung dengan:
$$\text{NPM} = [\text{Penghasilan Setelah Bunga dan Pajak} / \text{Penjualan}] \times 100\%.$$
 3. *Return on Assets* (ROA): Efisiensi penggunaan aset untuk menghasilkan laba, dihitung dengan:
$$\text{ROA} = [\text{Penghasilan Setelah Bunga dan Pajak} / \text{Total Aset}] \times 100\%.$$
 4. *Return on Equity* (ROE): Laba bersih terhadap ekuitas, dihitung dengan:
$$\text{ROE} = [\text{Penghasilan Setelah Bunga dan Pajak} / \text{Ekuitas}] \times 100\%.$$
 5. *Earnings per Share* (EPS): Laba per lembar saham, dihitung dengan:
$$\text{EPS} = [\text{Laba Saham Biasa} / \text{Saham Biasa Beredar}].$$
- d. **Sumber Data dan Pengumpulan Data.** Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber tidak langsung seperti laporan keuangan, buku, jurnal, artikel, dan situs web (Sudaryana, 2022). Data dikumpulkan melalui metode dokumentasi, dengan fokus pada laporan keuangan konsolidasi PT Unilever Indonesia Tbk periode 2021–2023 yang tersedia di BEI, serta literatur pendukung seperti jurnal dan karya ilmiah.

e. Teknik Analisis Data. Analisis data dilakukan dengan pendekatan kuantitatif deskriptif, melibatkan Rasio yang digunakan meliputi:

1. *Gross Profit Margin* (GPM): Mengukur laba kotor relatif terhadap penjualan bersih (Kasmir, 2023). Rumus: $GPM = (\text{Penjualan Bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}) / \text{Penjualan Bersih} \times 100\%$. Standar industri: 30%.
2. *Net Profit Margin* (NPM): Mengukur laba bersih setelah pajak dan bunga relatif terhadap penjualan (Kasmir, 2023). Rumus: $NPM = \text{Penghasilan Setelah Bunga dan Pajak} / \text{Penjualan Bersih} \times 100\%$.
3. *Return on Assets* (ROA): Mengukur laba bersih relatif terhadap total aset (Kasmir, 2023). Rumus: $ROA = \text{Penghasilan Setelah Bunga dan Pajak} / \text{Total Aset} \times 100\%$. Standar industri: 30%.
4. *Return on Equity* (ROE): Mengukur laba bersih relatif terhadap ekuitas (Kasmir, 2023). Rumus: $ROE = \text{Penghasilan Setelah Bunga dan Pajak} / \text{Ekuitas} \times 100\%$. Standar industri: 40%.
5. *Earnings Per Share* (EPS): Mengukur laba bersih per lembar saham biasa (Kasmir, 2023). Rumus: $EPS = \text{Laba Saham Biasa} / \text{Saham Biasa yang Beredar}$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Unilever Indonesia Tbk. merupakan perusahaan multinasional yang bergerak di sektor barang konsumsi cepat saji (*Fast Moving Consumer Goods/ FMCG*), didirikan pada 5 Desember 1933 dengan nama awal Lever's Zeepfabrieken N.V. di Jakarta. Perusahaan ini resmi berganti nama menjadi PT Unilever Indonesia pada 22 Juli 1980, dan menjadi PT Unilever Indonesia Tbk. sejak 30 Juni 1997 seiring dengan statusnya sebagai perusahaan terbuka yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Dalam perkembangannya, Unilever Indonesia aktif melakukan ekspansi dan akuisisi strategis. Beberapa langkah penting antara lain pembentukan perusahaan patungan PT Anugrah Lever (2000), pendirian PT Technopia Lever (2002), akuisisi PT Knorr Indonesia (2004), serta akuisisi merek minuman “Buavita” dan “Gogo” dari Ultra (2007). Strategi bisnis yang berkelanjutan menjadikan Unilever Indonesia sebagai salah satu pemimpin pasar di industri FMCG nasional.

Produk-produk Unilever telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, mencakup kebutuhan rumah tangga, perawatan pribadi, makanan, dan minuman. Hampir setiap rumah tangga di Indonesia menggunakan setidaknya satu produk dari Unilever. Perusahaan mengusung visi: “Menjadikan Kehidupan yang Berkelanjutan sebagai

Hal yang Lumrah”, dengan misi menyediakan produk berkualitas tinggi, mendukung gaya hidup sehat dan ramah lingkungan, menjalin kemitraan strategis, serta menerapkan prinsip bisnis yang etis dan berkelanjutan. (Sumber: www.idx.co.id)

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk. selama periode 2021–2023 dengan menggunakan pendekatan analisis rasio profitabilitas. Rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta efisiensi pengelolaan sumber daya oleh manajemen. Analisis dilakukan berdasarkan teori analisis keuangan dari Kasmir (2023) dan Fahmi (2018). Dengan menganalisis rasio seperti *Gross Profit Margin*, *Net Profit Margin*, *Return on Assets*, *Return on Equity*, dan *Earnings per Share*, penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai kekuatan profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.

1. *Gross Profit Margin* (GPM)

GPM adalah rasio profitabilitas yang menunjukkan seberapa besar laba kotor yang diperoleh perusahaan dari penjualan bersih. Rasio ini digunakan untuk menilai efisiensi perusahaan dalam memproduksi barang atau jasa sebelum dikurangi beban operasional, pajak, dan lainnya, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$GPM = \frac{\text{Penjualan bersih} - \text{Harga pokok penjualan}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100\%$$

Sehingga jika dihitung untuk setiap tahun rasio GPM pada PT. Unilever Indonesia Tbk maka akan diperoleh hasil sebagai berikut:

$$\begin{aligned} GPM\ 2021 &= \frac{39.545.959 - 19.919.572}{39.545.959} = \frac{19.626.387}{39.545.959} \times 100\% = 49,63\% \\ GPM\ 2022 &= \frac{41.218.881 - 22.153.944}{41.218.881} = \frac{19.064.937}{41.218.881} \times 100\% = 46,25\% \\ GPM\ 2023 &= \frac{38.611.401 - 19.416.887}{38.611.401} = \frac{19.194.514}{38.611.401} \times 100\% = 49,71\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui perkembangan laba kotor dan penjualan bersih sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Laba Kotor dan Penjualan Bersih
PT. Unilever Indonesia Tbk
(dalam jutaan rupiah)

Tahun	Laba kotor	Penjualan Bersih	Rasio GPM
2021	19.626.387	39.545.959	49,63%
2022	19.064.937	41.218.881	46,25%
2023	19.194.514	38.611.401	49,71%

2. *Net Profit Margin* (NPM)

NPM adalah rasio profitabilitas yang menunjukkan seberapa besar laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah pendapatan setelah dikurangi seluruh biaya, termasuk pajak dan bunga dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{penghasilan setelah bunga dan pajak}}{\text{penjualan bersih}} \times 100\%$$

Sehingga jika dihitung untuk setiap tahun rasio NPM pada PT unilever Indonesia Tbk maka akan diperoleh hasil sebagai berikut:

$$\text{NPM 2021} = \frac{5.758.148}{39.545.959} \times 100\% = 14,56\%$$

$$\text{NPM 2022} = \frac{5.364.761}{41.218.881} \times 100\% = 13,02\%$$

$$\text{NPM 2023} = \frac{4.800.940}{38.611.401} \times 100\% = 12,43\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui perkembangan laba bersih setelah bunga, pajak dan penjualan bersih sebagai berikut:

Tabel 4.2
Data Laba bersih dan Penjualan Bersih
PT. Unilever Indonesia Tbk
(dalam jutaan rupiah)

Tahun	Laba Bersih	Penjualan Bersih	Rasio NPM
2021	5.758.148	39.545.959	14,56%
2022	5.364.761	41.218.881	13,02%
2023	4.800.940	38.611.401	12,43%

3. Return on Assets (ROA)

ROA adalah rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari total aset yang dimiliki dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Penghasilan Setelah Bunga Dan Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Sehingga jika dihitung untuk setiap tahun rasio ROA pada PT. Unilever Indonesia Tbk maka akan diperoleh hasil sebagai berikut:

$$\text{ROA 2021} = \frac{5.758.148}{19.068.532} \times 100\% = 30,20\%$$

$$\text{ROA 2022} = \frac{5.364.761}{18.318.114} \times 100\% = 29,29\%$$

$$\text{ROA 2023} = \frac{4.800.940}{16.664.086} \times 100\% = 28,81\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui perkembangan laba bersih setelah bunga, pajak dan total aset sebagai berikut:

Tabel 4.3
Data Laba Bersih Dan Total Aset
PT. Unilever Indonesia Tbk
(dalam jutaan rupiah)

Tahun	Laba bersih	Total aset	Rasio ROA
2021	5.758.148	19.068.532	30,20%
2022	5.364.761	18.318.114	29,29%
2023	4.800.940	16.664.086	28,81%

4. Return on Equity (ROE)

ROE adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur seberapa besar laba bersih yang dihasilkan perusahaan dari setiap rupiah ekuitas pemegang saham. ROE menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menggunakan modal sendiri (ekuitas) untuk menghasilkan keuntungan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Penghasilan Setelah Bunga Dan Pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

Sehingga jika dihitung untuk setiap tahun rasio ROE pada PT. Unilever Indonesia Tbk maka akan diperoleh hasil sebagai berikut:

$$\text{ROE 2021} = \frac{5.758.148}{4.321.269} \times 100\% = 133,25\%$$

$$\text{ROE 2022} = \frac{5.364.761}{3.997.256} \times 100\% = 134,21\%$$

$$\text{ROE 2023} = \frac{4.800.940}{3.381.238} \times 100\% = 141,99\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui perkembangan laba bersih setelah bunga, pajak dan ekuitas sebagai berikut:

Tabel 4.4
Data Laba Bersih Dan Ekuitas
PT. Unilever Indonesia Tbk
(dalam jutaan rupiah)

Tahun	Laba bersih	Ekuitas	Rasio ROE
2021	5.758.148	4.321.269	133,25%
2022	5.364.761	3.997.256	134,21%
2023	4.800.940	3.381.238	141,99%

5. *Earning per Share of Common Stock* (EPS)

EPS adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk setiap lembar saham yang beredar. EPS memberikan gambaran seberapa besar keuntungan yang diperoleh pemegang saham dari setiap saham yang mereka miliki dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Laba per lembar saham} = \frac{\text{laba saham biasa}}{\text{saham biasa yang beredar}}$$

Sehingga jika dihitung untuk setiap tahun rasio EPS pada PT. Unilever Indonesia Tbk maka akan diperoleh hasil sebagai berikut:

$$\text{EPS 2021} = \frac{5.758.148}{38.150} = 151$$

$$\text{EPS 2022} = \frac{5.364.761}{38.150} = 141$$

$$\text{EPS 2023} = \frac{4.800.940}{38.150} = 126$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui perkembangan EPS atau laba lembar saham biasa sebagai berikut:

Tabel 4.5
Data laba bersih dan lembar saham biasa
PT. Unilever Indonesia Tbk
(dalam jutaan rupiah)

Tahun	Laba bersih	Lembar saham biasa	EPS
2021	5.758.148	38.150	151
2022	5.364.761	38.150	141
2023	4.800.940	38.150	126

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh gambaran menyeluruh mengenai tingkat profitabilitas dan kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk selama periode tahun 2021 hingga 2023. Evaluasi ini dilakukan melalui analisis rasio profitabilitas, yang mencakup beberapa indikator keuangan utama, yaitu *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), serta *Earning per Share of Common Stock* (EPS). Kelima indikator tersebut memberikan landasan yang kuat dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari berbagai aspek operasional dan keuangan (Fahmi, 2018; Kasmir, 2023)

- GPM mengukur efisiensi perusahaan dalam mengelola biaya produksi,
- NPM menunjukkan persentase laba bersih terhadap penjualan,
- ROA mencerminkan efektivitas penggunaan aset dalam menciptakan keuntungan,
- ROE menggambarkan tingkat pengembalian atas modal yang ditanamkan pemegang saham, dan
- EPS menunjukkan besaran laba bersih yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa yang beredar.

Dari hasil analisis selama tiga tahun terakhir, terlihat bagaimana kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk mengalami fluktuasi namun tetap berada dalam kisaran yang mencerminkan kondisi keuangan yang relatif stabil. Selain itu, EPS sebagai indikator penting bagi investor memperlihatkan seberapa besar potensi keuntungan yang bisa diperoleh pemegang saham dari kinerja perusahaan. Penilaian ini menjadi penting tidak hanya bagi pihak internal perusahaan sebagai dasar evaluasi strategi bisnis, tetapi juga bagi investor, analis keuangan, dan pemangku kepentingan lainnya sebagai acuan dalam pengambilan keputusan ekonomi (Kasmir, 2023). Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan kontribusi yang berarti dalam memahami daya saing, profitabilitas, dan keberlanjutan usaha PT Unilever Indonesia Tbk di tengah tantangan ekonomi dan persaingan industri yang terus berkembang.

1. *Gross Profit Margin* (GPM)

GPM yang ada di PT. Unilever Indonesia Tbk berfluktuasi dari tahun 2021-2023 sebagaimana digambarkan berikut ini:

Tabel 4.6
Gross Profit Margin (GPM)

Tahun	GPM	Standar
2021	49,63%	30%
2022	46,25%	30%
2023	49,71%	30%

Berdasarkan tabel 4.5 maka analisis per tahun dari GPM sebagai berikut:

Tabel 4.7
Analisis per tahun GPM

2021	2022	2023
a. GPM sebesar 49,63%, menunjukkan bahwa setiap Rp1 penjualan bersih menghasilkan laba kotor sebesar Rp0,4963. b. Persentase ini menunjukkan efisiensi yang cukup baik dalam mengendalikan harga pokok penjualan (HPP), dimana hampir setengah dari total pendapatan masih berupa laba kotor.	a. GPM mengalami penurunan menjadi 46,25%, lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya. b. Penurunan ini dapat disebabkan oleh peningkatan HPP yang dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kenaikan harga bahan baku, inflasi, dan gangguan rantai pasok. c. Penurunan ini adanya tekanan pada margin laba kotor perusahaan, yang dapat berdampak pada profitabilitas secara keseluruhan.	a. GPM kembali meningkat menjadi 49,71%, lebih tinggi dibandingkan tahun 2022 dan bahkan lebih tinggi dari tahun 2021 b. Kenaikan ini menunjukkan adanya perbaikan dalam efisiensi operasional atau penetapan harga yang lebih baik. c. Peningkatan ini disebabkan oleh pengendalian biaya yang lebih ketat atau penyesuaian harga jual untuk menutupi biaya kenaikan produksi.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat digambarkan bahwa GPM PT Unilever Indonesia Tbk tetap stabil dalam kisaran 46% - 50% yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengendalikan biaya produksi relatif terhadap pendapatan. Penurunan GPM di tahun 2022 menjadi perhatian karena menandakan adanya tekanan biaya, tetapi peningkatan di tahun 2023 menunjukkan bahwa perusahaan mampu melakukan perbaikan strategi. Dengan standar industri 30%, maka kinerja GPM PT Unilever Indonesia Tbk selama tiga tahun terakhir berada diatas standar industri yang menunjukkan daya saing yang kuat dalam menjaga efisiensi biaya dan mempertahankan profitabilitas kotor.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *signaling theory* yang dikemukakan oleh Spence (1974), yaitu teori yang menjelaskan bahwa perusahaan dapat memberikan sinyal kepada investor guna membantu mereka dalam menilai prospek dan kondisi suatu perusahaan. Salah satu bentuk sinyal tersebut adalah informasi keuangan yang dipublikasikan secara periodik. Dalam penelitian ini hasil GPM perusahaan berada di atas standar industri, maka hal tersebut merupakan sinyal positif yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki efisiensi yang baik dalam mengelola harga pokok penjualan dan mampu menghasilkan laba kotor yang stabil. Sinyal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek keuangan perusahaan di masa mendatang.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan yang diperoleh dalam penelitian yang dilakukan oleh Sarah *et al* (2023) yang menunjukkan bahwa perhitungan GPM selama periode yang dianalisis menunjukkan nilai yang positif secara keseluruhan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2021 hingga 2023 masih berada di atas standar industri, khususnya dalam hal kemampuan menghasilkan laba kotor dari penjualan. Melalui analisis GPM, perusahaan dapat menilai efektivitas manajemen dalam mengelola biaya produksi dan operasional sehingga mampu mempertahankan margin keuntungan yang kompetitif. Dengan demikian, indikator ini menjadi salah satu tolak ukur penting dalam mengevaluasi kemampuan perusahaan untuk tetap bertahan dan tumbuh di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis

2. Net Profit Margin (NPM)

NPM yang ada di PT Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan dari tahun 2021-2023 sebagaimana digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4.8
Net Profit Margin (NPM)

Tahun	NPM	Standar
2021	14,56%	20%
2022	13,02%	20%
2023	12,43%	20%

Berdasarkan Tabel 4.8 maka analisis per tahun dari NPM sebagai berikut:

Tabel 4.9
Analisis per tahun NPM

2021	2022	2023
a. NPM tercatat sebesar 14,56%, yang berarti perusahaan	a. NPM mengalami penurunan menjadi 13,02%,	a. NPM kembali menurun menjadi 12,43%, melanjutkan

memperoleh laba bersih sebesar Rp0,1456 untuk setiap Rp1 pendapatan bersih.	menunjukkan adanya tekanan terhadap profitabilitas.	tren negatif selama tiga tahun berturut-turut.
b. Meskipun di bawah standar industri yang berada pada angka 20%, tingkat profitabilitas ini masih menunjukkan efisiensi yang cukup baik dalam mengelola biaya operasional dan beban lainnya.	b. Penurunan ini disebabkan oleh peningkatan harga bahan baku, beban pemasaran dan penjualan atau akun iklan dan riset pasar.	b. Meskipun GPM meningkat menjadi 49,71%, laba bersih yang dihasilkan tetap lebih kecil.
	c. Efisiensi dalam mengubah pendapatan menjadi laba bersih mulai berkurang.	c. Hal ini adanya penurunan beban pemasaran dan penjualan atau akun iklan dan riset pasar serta beban umum dan administrasi atau akun merek, teknologi dan biaya jasa.

Berdasarkan Tabel 4.9 terlihat adanya tren penurunan *Net Profit Margin* (NPM) pada PT Unilever Indonesia Tbk selama periode 2021 hingga 2023. Penurunan ini mengindikasikan bahwa perusahaan menghadapi tantangan dalam menjaga efisiensi biaya operasional serta mempertahankan tingkat profitabilitas bersih. Jika dibandingkan dengan standar industri NPM sebesar 20%, maka kinerja NPM Unilever Indonesia dalam tiga tahun terakhir masih berada di bawah standar, yang mencerminkan bahwa efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penjualannya belum optimal.

Walaupun pada tahun 2023 terjadi peningkatan (GPM), hal ini tidak disertai dengan peningkatan NPM. Fakta tersebut menunjukkan bahwa terdapat kenaikan beban operasional atau biaya lainnya di luar harga pokok penjualan, yang secara langsung memengaruhi laba bersih perusahaan. Jika tren ini terus berlanjut, maka perusahaan perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap strategi pengelolaan biaya operasional, beban umum dan administrasi, serta pengeluaran lainnya, guna menjaga keberlanjutan profitabilitas jangka panjang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *signaling theory* yang dikemukakan oleh Spence (1974), yaitu teori yang menjelaskan bahwa perusahaan dapat memberikan sinyal kepada investor guna membantu mereka dalam menilai prospek dan kondisi suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, NPM yang berada di bawah standar industri dapat menjadi sinyal negatif bagi investor, karena menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari setiap penjualan relatif rendah. Sehingga dapat

memengaruhi keyakinan investor terhadap kinerja dan prospek jangka panjang perusahaan.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andi Iswandi (2022), yang juga menunjukkan bahwa perhitungan NPM perusahaan berada pada tingkat negatif atau rendah. Hal ini semakin memperkuat kesimpulan bahwa kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk, khususnya dalam hal kemampuan menghasilkan laba bersih setelah pajak dari total penjualan, masih belum mencapai standar industri yang ideal. Dengan demikian, analisis NPM menjadi alat penting bagi manajemen dalam menilai dan memperbaiki strategi efisiensi dan profitabilitas perusahaan secara menyeluruh.

3. *Return on Assets*(ROA)

ROA yang ada di PT Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan dari tahun 2021-2023 sebagaimana digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Return on Assets (ROA)

Tahun	ROA	Standar
2021	30,20%	30%
2022	29,29%	30%
2023	28,81%	30%

Berdasarkan tabel 4.10 maka analisis per tahun dari ROA sebagai berikut:

Tabel 4.11
Analisis per tahun ROA

2021	2022	2023
a. ROA sebesar 30,20%, menunjukkan bahwa setiap Rp1 aset yang dimiliki perusahaan mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp0,3020.	a. ROA mengalami penurunan menjadi 29,29%, turun 0,91% dari tahun sebelumnya.	a. ROA kembali mengalami sedikit penurunan menjadi 28,81%, turun 0,48% dari tahun 2022.
b. Angka ini mencerminkan kinerja keuangan yang sangat baik, karena perusahaan dapat mengoptimalkan asetnya untuk memperoleh keuntungan yang signifikan.	b. Penurunan ini disebabkan oleh penurunan jumlah aset tidak lancar atau akun aset tetap.	b. Meskipun penurunannya lebih kecil dibandingkan tahun sebelumnya, tren ini tetap menunjukkan adanya pelemahan efektivitas aset dalam menghasilkan laba.
	c. Meskipun terjadi penurunan, nilai ROA ini masih tergolong tinggi dibandingkan rata-rata industri, tetapi mengindikasikan potensi tekanan terhadap	c. Penurunan ini disebabkan oleh jumlah aset lancar atau akun piutang usaha. Sehingga

c. ROA di atas 30% menunjukkan bahwa PT Unilever Indonesia Tbk berada pada posisi yang sangat kompetitif di industri barang konsumsi.	profitabilitas perusahaan jika tidak diantisipasi dengan baik.	perusahaan tidak dapat meningkatkan profitabilitasnya secara optimal. secara optimal.
---	--	---

Berdasarkan Tabel 4.11, dapat disimpulkan bahwa meskipun *Return on Assets* (ROA) PT Unilever Indonesia Tbk mengalami tren penurunan selama tiga tahun berturut-turut (2021–2023), nilai ROA perusahaan secara umum masih berada pada tingkat yang relatif tinggi dan mencerminkan efisiensi yang cukup baik dalam pemanfaatan aset untuk menghasilkan laba. Namun demikian, penurunan bertahap ini perlu menjadi perhatian serius bagi manajemen, karena dapat mengindikasikan adanya penurunan efektivitas dalam pengelolaan aset dan strategi operasional perusahaan. Untuk menjaga stabilitas profitabilitas di masa depan, perusahaan perlu melakukan pengendalian biaya produksi, meningkatkan produktivitas penggunaan aset, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih optimal. Evaluasi terhadap strategi bisnis secara menyeluruh juga diperlukan guna memastikan tercapainya pertumbuhan yang berkelanjutan. Dengan mempertimbangkan standar industri ROA sebesar 30%, maka kinerja ROA PT Unilever Indonesia Tbk selama periode 2021–2023 masih tergolong mendekati standar, meskipun pada tahun 2022 dan 2023 nilai ROA berada di bawah ambang ideal. Hal ini menunjukkan bahwa pada tahun 2021, kinerja keuangan perusahaan tergolong baik, sementara pada tahun-tahun berikutnya mengalami penurunan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *signaling theory* yang dikemukakan oleh Spence (1974), yaitu teori yang menjelaskan bahwa perusahaan dapat memberikan sinyal kepada investor guna membantu mereka dalam menilai prospek dan kondisi suatu perusahaan. Salah satu bentuk sinyal tersebut adalah informasi keuangan yang dipublikasikan secara periodik. Dalam penelitian ini, ROA yang berada dibawah standar industri memberikan sinyal negatif kepada investor, karena menunjukkan rendahnya kemampuan perusahaan dalam mengelola seluruh asetnya untuk menghasilkan laba. Hal ini dapat menimbulkan persepsi bahwa efektivitas penggunaan aset belum optimal, sehingga memengaruhi kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan ke depan.

Metode analisis ROA penting digunakan untuk menilai kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki. Temuan ini juga didukung oleh

penelitian Agustina (2021) dalam kajiannya berjudul "Pengaruh *Asset Turn Over* (TATO) terhadap *Return on Asset* (ROA) pada PT Unilever Indonesia Tbk." Penelitian tersebut menjelaskan bahwa fluktuasi ROA dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perubahan nilai laba bersih, pertumbuhan penjualan, dan perlambatan konsumsi rumah tangga lokal. Selain itu, menurut Kasmir (2023), peningkatan ROA mengindikasikan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan laba melalui penggunaan aset secara efisien. Sebaliknya, penurunan ROA bisa menjadi sinyal awal adanya masalah dalam operasional atau strategi perusahaan, yang jika tidak ditangani dapat berdampak pada kinerja keuangan jangka panjang.

4. *Return on Equity* (ROE)

ROE yang ada di PT Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan dari tahun 2021-2023 sebagaimana digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4.12
Returnon Equity (ROE)

Tahun	ROE	Standar
2021	49,63%	40%
2022	46,25%	40%
2023	49,71%	40%

Berdasarkan Tabel 4.12 maka analisis per tahun dari ROA sebagai berikut:

Tabel 4.13
Analisis per tahun ROE

2021	2022	2023
a. ROE sebesar 133,25%, angka ini menunjukkan bahwa setiap Rp1 ekuitas yang dimiliki perusahaan mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp1,33.	a. ROE mengalami sedikit peningkatan menjadi 134,21%. Meskipun laba bersih mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, peningkatan ROE disebabkan oleh turunnya jumlah ekuitas	a. ROE meningkat menjadi 141,99%, meskipun laba bersih kembali menurun. Sama seperti tahun sebelumnya, peningkatan ini terjadi karena penurunan ekuitas yang lebih besar daripada penurunan laba bersih.
b. Nilai ini jauh melebihi standar minimal ROE yang baik, yaitu 40%, yang berarti perusahaan berada dalam posisi keuangan yang sangat kuat dan efisien	b. Hal ini menandakan bahwa perusahaan tetap mampu memberikan pengembalian yang tinggi terhadap	b. Kondisi ini mencerminkan efisiensi yang tinggi secara rasio, tetapi sekaligus mengandung risiko finansial

dalam mengelola modalnya	modal pemegang saham	apabila penurunan ekuitas tidak
c. Kondisi ini dapat dikaitkan dengan strategi manajemen yang baik, pengendalian biaya operasional, serta pemulihan pasar setelah dampak pandemi COVID-19	c. Meskipun secara angka ROE masih sangat tinggi, perusahaan perlu mencermati penurunan ekuitas yang terjadi agar tidak berdampak negatif jangka panjang	diimbangi dengan strategi pertumbuhan laba yang berkelanjutan
		c. Jika kondisi ini berlanjut, perusahaan berpotensi menghadapi permasalahan dalam menjaga kesehatan struktur keuangan.

Berdasarkan pada tabel 4.13 *Return on Equity* (ROE) PT Unilever Indonesia Tbk selama periode 2021 hingga 2023 menunjukkan tren peningkatan yang konsisten dan berada jauh di atas standar industri, yakni sebesar 40%. Hal ini secara umum mencerminkan bahwa perusahaan memiliki tingkat efisiensi yang tinggi dalam memanfaatkan ekuitas atau modal sendiri untuk menghasilkan laba. Namun, penting untuk dicermati bahwa kenaikan ROE tersebut tidak sepenuhnya disebabkan oleh peningkatan laba bersih, melainkan lebih banyak dipengaruhi oleh adanya penurunan nilai ekuitas. Dengan kata lain, meskipun ROE tampak meningkat secara numerik, hal tersebut tidak secara otomatis mencerminkan peningkatan kesehatan keuangan perusahaan. ROE yang tinggi akibat menurunnya modal dapat menyembunyikan potensi risiko keuangan, seperti penurunan modal kerja atau adanya struktur pembiayaan yang tidak seimbang (Fahmi, 2018; Kasmir, 2023).

Hasil penelitian ini sejalan dengan *signaling theory* yang dikemukakan oleh Spence (1974), yaitu teori yang menjelaskan bahwa perusahaan dapat memberikan sinyal kepada investor guna membantu mereka dalam menilai prospek dan kondisi suatu perusahaan. Salah satu bentuk sinyal tersebut adalah informasi keuangan yang dipublikasikan secara periodik. Dalam penelitian ini ROE yang berada di atas standar industri memberikan sinyal positif kepada investor, karena menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan tingkat pengembalian yang tinggi terhadap ekuitas yang ditanamkan oleh pemegang saham. Hal ini mencerminkan kinerja keuangan yang baik serta efektivitas perusahaan dalam mengelola modalnya untuk menghasilkan laba, sehingga dapat meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor.

Oleh karena itu, menurut Kasmir (2023) interpretasi terhadap ROE perlu dilakukan secara hati-hati dan menyeluruh. Perusahaan harus memastikan bahwa efisiensi dalam

penggunaan modal tetap dibarengi dengan pertumbuhan laba bersih yang stabil dan penguatan struktur ekuitas. Hal ini penting untuk menjaga keberlanjutan kinerja keuangan dalam jangka panjang, sekaligus meningkatkan daya tahan perusahaan terhadap dinamika pasar yang terus berubah (Nurchayani, 2014; Inayah, 2022).

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Angelina *et al* (2021), yang menyimpulkan bahwa seluruh perhitungan ROE bernilai positif dan menunjukkan kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk masih berada di atas standar industri. Metode analisis ROE ini sangat berguna untuk menilai kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba dari modal sendiri, yang menjadi salah satu indikator penting dalam mengevaluasi efektivitas strategi keuangan perusahaan.

5. *Earning per Share of Common Stock (EPS)*

Earnings Per Share (EPS) merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kinerja keuangan suatu perusahaan, khususnya dalam konteks menciptakan nilai bagi para pemegang saham. EPS menggambarkan besarnya laba bersih yang dihasilkan perusahaan untuk setiap lembar saham yang beredar. Dengan kata lain, EPS menunjukkan sejauh mana keuntungan yang diperoleh oleh pemegang saham atas setiap saham yang mereka miliki. Berdasarkan data perhitungan EPS PT Unilever Indonesia Tbk selama periode 2021 hingga 2023, terjadi tren penurunan profitabilitas yang cukup signifikan. Pada tahun 2021, perusahaan mencatatkan EPS sebesar Rp151, kemudian menurun menjadi Rp141 pada tahun 2022, dan kembali menurun menjadi Rp126 pada tahun 2023. Penurunan ini terjadi meskipun jumlah saham yang beredar tetap konstan, yaitu sebesar 38.150 juta lembar, yang mengindikasikan bahwa penurunan EPS murni disebabkan oleh menurunnya laba bersih perusahaan.

Penurunan EPS ini mencerminkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham semakin melemah dari tahun ke tahun. Beberapa faktor yang mungkin menyebabkan penurunan EPS tersebut antara lain adalah penurunan volume penjualan, kenaikan biaya produksi, persaingan industri yang semakin ketat, fluktuasi nilai tukar, serta tantangan dalam melakukan penyesuaian strategi pasca pandemi. Dari perspektif investor, tren penurunan EPS dapat dianggap sebagai sinyal negatif, karena menunjukkan adanya tekanan terhadap profitabilitas perusahaan. Jika tren ini terus berlanjut, maka dapat berdampak pada menurunnya kepercayaan investor, penurunan harga saham, serta berkurangnya potensi pembagian dividen, terutama bagi

perusahaan yang memiliki kebijakan dividen yang erat kaitannya dengan EPS (Kasmir, 2023).

Oleh karena itu, PT Unilever Indonesia Tbk perlu melakukan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kembali profitabilitas dan EPS, antara lain melalui efisiensi operasional, inovasi produk, peningkatan strategi pemasaran, serta manajemen biaya yang lebih baik. Sejumlah ahli turut menegaskan pentingnya indikator ini. Menurut Darmadji & Fakhruddin (2016), EPS merupakan rasio keuangan yang menunjukkan bagian laba untuk setiap saham yang beredar. Sementara menurut Fahmi (2018), EPS adalah bentuk keuntungan yang diberikan kepada pemegang saham atas kepemilikan satu lembar saham.

Lebih lanjut, Kasmir (2019) menekankan bahwa EPS, yang juga disebut sebagai rasio ukuran pasar, menjadi indikator utama keberhasilan manajemen dalam memberikan keuntungan kepada pemegang saham. EPS yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berhasil meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, sementara EPS yang rendah mencerminkan bahwa manajemen belum optimal dalam memenuhi harapan pemegang saham.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai rasio profitabilitas untuk menilai kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk selama 2021-2023, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kinerja profitabilitas perusahaan menunjukkan hasil untuk *Gross Profit Margin* (GPM) konsisten berada di atas standar industri yaitu 40%, menandakan kemampuan yang baik dalam mengelola harga pokok penjualan dan menjaga laba kotor. Namun, *Net Profit Margin* (NPM) berada di bawah standar industri yaitu 20%, yang menunjukkan bahwa efisiensi dalam mengelola beban pemasaran dan penjualan serta beban umum administrasi.

Return On Assets (ROA) juga berada di bawah standar industri yaitu 30%, yang mencerminkan belum optimal dalam pemanfaatan aset perusahaan untuk menghasilkan laba bersih. Di sisi lain, *Return On Equity* (ROE) mengalami peningkatan setiap tahunnya dan berada di atas standar industri yaitu 40%, menunjukkan efektif dalam menghasilkan laba bersih dari modal sendiri. Sementara itu, *Earning er Share Of Common Stock* (EPS) mengalami tren penurunan yang menunjukkan penurunan EPS sejalan dengan turunnya laba bersih, yang berpotensi memberikan sinyal negatif bagi investor.

Secara keseluruhan, kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk berdasarkan rasio profitabilitas menunjukkan kekuatan pada efisiensi produksi (GPM) dan pengelolaan modal

sendiri (ROE), tetapi mengalami tantangan dalam hal mengelola beban pemasaran, penjualan dan meningkatkan laba bersih (NPM, ROA, dan EPS).

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis data dan pembahasan, peneliti memberikan beberapa saran berikut:

1. PT Unilever Indonesia Tbk perlu melakukan efisiensi biaya operasional secara berkelanjutan agar rasio NPM dan ROA dapat kembali meningkat.
2. Manajemen PT Unilever Indonesia Tbk perlu analisis lebih dalam ROE untuk memperkuat ekuitas dan untuk EPS manajemen perlu menjaga dan memperkuat kepercayaan investor dengan menjaga stabilitas EPS serta memberikan transparansi terkait strategi peningkatan kinerja keuangan ke depan.
3. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan menambah variabel lain seperti rasio likuiditas, solvabilitas, atau aktivitas untuk memberikan gambaran yang lebih menyeluruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

6. DAFTAR REFERENSI

- Agustin, A. Y. (2022). Analisis Rasio Profitabilitas untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pada PT. Kimia Farma Tbk Pada Tahun 2019-2021. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 91–98.
- Angelina, M. W., Wilfried, S. M., & Joula, J. R. (2021). Analisis Rasio Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan pada PT Unilever Indonesia Tbk. *Productivity*, 2(4), 288–293.
- Bambang Sudaryana, H. R. R. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. CV Budi Utama.
- Bursa Efek Indonesia. (2024). Laporan Keuangan PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2021, 2022, 2023. Bursa Efek Indonesia. diakses pada 25 Oktober 2024, dari <https://www.idx.co.id>
- Carmidah, C. (2021). Pengukuran Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah Menggunakan Indikator Kinerja Perbankan Syariah. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 1(3), 09-22.
- Darmadji, T., & Fakhruddin, H.M. (2016). *Pasar Modal Di Indonesia*. Salemba Empat.
- Francis, H, MBA, C. (2020). *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan*. Desanta Muliavisitama.
- Elviera, C. D. (2022). Transformasi Perilaku Konsumen di Masa Pra dan Pasca Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pembelian Produk Shopee). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 171–180.
- Fahmi, I. (2018). *Pengantar Manajemen Keuangan*. CV Alfabeta.
- Fahmi, I. (2020). *Analisis Kinerja Keuangan*. CV Alfabeta.
- Farah Margaretha Leon, Rossje V. Suryaputri, T. K. P. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif: Manajemen, Keuangan dan Akuntansi*. Salemba Empat.
- Hutabarat, F. (2020). *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan*. Desanta Muliavisitama.

- Inayah, Z. (2022). *Analisis Struktur Modal , Profitabilitas Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Penelitian Literature Review Manajemen Keuangan. 3(2), 788–795.*
- Iswandi, A. (2022). Analisis Rasio Profitabilitas sebagai Alat Penilaian Kinerja Keuangan Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Laporan Tahun 2016-2018). *Jurnal Bisnis. Keuangan Dan Ekonomi Syariah, 14(01), 22–34.*
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan.* PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2023). *Analisis Laporan Keuangan.* PT Raja Grafindo Persada.
- Maisharoh, T., & Riyanto, S. (2020). Financial Statements Analysis in Measuring Financial Performance of the PT. Mayora Indah Tbk, Period 2014-2018. *Journal of Contemporary Information Technology, Management, and Accounting, 1(2), 63–71.*
- Nurchayani, R. (2014). Analisis Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2012). *Diponegoro Journal Of Accounting 3(4), 1–10.*
- Nurhaliza, S., & Harmain, H. (2022). Analisis Rasio Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Pt. Indofood Sukses Makmur Tbk Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 6(3), 1189–1202.*
- Pasaribu, R. L., & Soegeng, I. S. (2023). Analisis kinerja keuangan dengan menggunakan rasio profitabilitas studi kasus perusahaan industri barang konsumsi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 1(2), 168–177.* <https://doi.org/10.51622/jbm.v1i2.1996>
- Ramadhani, F. D. (2023). Analisis Laporan Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. *Bridging Journal of Islamic Digital Economics and Management, 1(1), 75–83.*
- Spence, A. M. (1974). *Market Signaling: Informational Transfer In Hiring And Related Screening Processes.*
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* CV Alfabeta.
- Sarah Anandia Shafira, Tiara, S. K. (2023). Analisis Rasio Aktivitas Dan Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pt Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk. Periode 2019-2021. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonom, VII(2), 240–250.*
- Unilever. (2024). Unilever. Diakses pada 25 Oktober 2024, dari <https://www.unilever.co.id>
- Wahyudi, A. A. (2023). Pemulihan Pasca-Pandemi: Bagaimana Ekonomi Global Menyusun Strategi Kembali ke Jalur Pertumbuhan. *Circle Archive, 1(2).*
- Wahyuni, I., Pasigai, M. A., & Adzim, F. (2019). Analisis Rasio Profitabilitas Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pada Pt.Biringkassi Raya Semen Tonasa Groupjl. Poros Tonasa 2 Bontoa Minasate'Ne Pangkep. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, 3(1), 22–35.* <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability>
- Yuliana, Y., & Meiden, C. (2022). Respon Pasar Terhadap Informasi Biaya Penelitian dan Pengembangan. *Owner, 6(1), 909–920.* <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.692>