Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan
Volume 3, Nomor 5, Oktober 2025
e-ISSN: 2988-5000; p-ISSN: 2988-4101, Hal. 25-31
DOI: https://doi.org/10.61132/maeswara.v3i5.2186
Tersedia: https://journal.arimbi.or.id/index.php/Maeswara

Analisis Perbandingan Profitabilitas PT. Unilever Indonesia TBK Sebelum dan Saat Isu Boikot Periode Tahun 2021–2024

Eva Ananda Putri
Program Studi Manajemen, Universitas Ichsan Sidenreng Rappang, Indonesia
Email: evaanaptr@gmail.com [1*]

Alamat: Jl. Jend. Sudirman, Majjelling Watang, Kec. Maritengngae, Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan, Indonesia 91611
[*]*Penulis korespondensi*

Abstract. *This study examines the comparative profitability of PT Unilever Indonesia Tbk before and during the boycott issue that emerged as part of the Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS) movement in 2023. Profitability was selected as the focus because it is a key financial performance indicator that reflects the company's ability to generate returns under changing social and economic pressures. The research aims to evaluate differences in financial performance using three indicators: Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), and Net Profit Margin (NPM) across two periods, namely before the boycott (2021–2022) and during the boycott (2023–2024). Employing a quantitative descriptive-comparative approach, the study analyzed financial ratios and applied the Wilcoxon Signed-Rank Test. The findings reveal a decline in ROA from 30.20% (2021) and 29.29% (2022) to 28.81% (2023) and 20.99% (2024), as well as a drop in NPM from 14.56% and 13.02% to 12.49% and 9.59% during the boycott period. Conversely, ROE increased to 156.74% in 2024, largely driven by a sharper decline in equity compared to net profit. Nevertheless, statistical testing indicates no significant difference in profitability between the two periods. These results suggest that while profitability trends weakened, the boycott had no statistically significant impact, implying that investor and consumer responses were not strong or sustained enough to materially affect financial performance.*

Keywords: *Ratio analysis; Boikot Unilever; Financial performance; Company profitability; Signal theory*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis perbandingan profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk sebelum dan saat isu boikot yang muncul sebagai dampak dari gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) pada 2023. Profitabilitas dipilih karena merupakan indikator utama kinerja keuangan perusahaan yang sensitif terhadap perubahan lingkungan sosial dan ekonomi. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan perusahaan melalui indikator *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM) pada dua periode, yaitu sebelum boikot (2021–2022) dan saat boikot (2023–2024). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif-komparatif dengan analisis rasio keuangan serta uji statistik *Wilcoxon Signed-Rank Test.* Hasil penelitian menunjukkan adanya penurunan ROA dari 30,20% (2021) dan 29,29% (2022) menjadi 28,81% (2023) dan 20,99% (2024), serta penurunan NPM dari 14,56% dan 13,02% menjadi 12,49% dan 9,59% pada periode yang sama. Sebaliknya, ROE meningkat secara nominal hingga 156,74% pada 2024 akibat penurunan ekuitas lebih besar daripada laba bersih. Namun, uji statistik menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan profitabilitas antara kedua periode. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun tren kinerja keuangan menurun, isu boikot tidak berdampak signifikan secara statistik, yang mencerminkan lemahnya respons investor dan konsumen terhadap tekanan sosial tersebut.

Kata kunci: Analisis rasio; Boikot Unilever; Kinerja keuangan; Profitabilitas perusahaan; Teori sinyal

1. LATAR BELAKANG

Kinerja keuangan merupakan indikator penting dalam menilai keberlanjutan suatu perusahaan, di mana profitabilitas sering digunakan sebagai ukuran utama efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya untuk menghasilkan laba (Lutfiana & Hermanto, 2021). Namun, profitabilitas tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal manajerial, melainkan juga oleh dinamika eksternal, termasuk tekanan sosial dan politik. Salah satu fenomena global yang menimbulkan dampak signifikan adalah gerakan boikot, yang muncul sebagai bentuk protes

Diterima: 02 Agustus 2025; Direvisi: 12 Agustus 2025; Diterima: 29 Agustus 2025;
Tersedia Online: 02 September 2025

kolektif terhadap isu etika dan geopolitik, serta memengaruhi sejumlah perusahaan multinasional di berbagai negara, termasuk Indonesia.

Meningkatnya eskalasi konflik Israel–Palestina pada Oktober 2023 memicu kembali gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS). PT Unilever Indonesia Tbk menjadi salah satu sasaran boikot karena keterkaitannya dengan Unilever Global yang dianggap memiliki hubungan dengan Israel. Tekanan publik tercermin melalui menurunnya loyalitas konsumen dan melemahnya penjualan, yang berimplikasi pada penurunan pendapatan dan laba bersih sepanjang 2023–2024 (Hayati *et al.*, 2024). Dalam perspektif teori sinyal, aksi boikot dapat dipandang sebagai sinyal negatif yang memengaruhi persepsi investor dan konsumen terhadap reputasi serta prospek keuangan perusahaan.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini merumuskan pertanyaan utama: apakah terdapat perbedaan signifikan pada profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk sebelum dan saat periode boikot (2021–2024)? Pertanyaan ini dianalisis melalui tiga indikator profitabilitas, yaitu *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM), yang masing-masing menggambarkan efisiensi aset, nilai tambah bagi pemegang saham, serta kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih dari penjualan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membandingkan tingkat profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk pada periode sebelum boikot (2021–2022) dan saat boikot (2023–2024), serta menilai apakah perubahan yang terjadi bersifat signifikan secara statistik. Dengan demikian, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris tentang hubungan antara tekanan sosial dan stabilitas keuangan perusahaan. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur terkait dampak isu sosial terhadap profitabilitas perusahaan khususnya di Indonesia, serta menjadi referensi bagi perusahaan, investor, dan akademisi dalam menghadapi isu geopolitik dan juga sebagai pembelajaran keuangan.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Sinyal (*Signaling Theory*) menjadi dasar utama penelitian ini. Teori ini menjelaskan bagaimana perusahaan menyampaikan informasi keuangan kepada pemangku kepentingan sebagai sinyal tentang kondisi dan prospek usahanya. Perubahan profitabilitas akibat isu boikot dapat dipahami sebagai sinyal negatif yang memengaruhi persepsi investor dan konsumen terhadap keberlanjutan perusahaan (Pratama, 2024). Dengan demikian, laporan keuangan bukan sekadar instrumen pelaporan, tetapi juga sarana komunikasi strategis dalam merespons tekanan eksternal.

Profitabilitas merupakan indikator yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam periode tertentu. Tiga rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) *Return on Assets* (ROA), yang mengukur efektivitas penggunaan aset; (2) *Return on Equity* (ROE), yang menunjukkan efisiensi ekuitas dalam menghasilkan laba; dan (3) *Net Profit Margin* (NPM), yang mencerminkan tingkat efisiensi pengendalian biaya serta kemampuan menghasilkan laba bersih dari penjualan (Anwar, 2019). Ketiga indikator ini dipandang relevan untuk menilai dampak boikot terhadap kinerja keuangan.

Boikot dalam konteks bisnis merupakan bentuk tekanan sosial yang dapat memengaruhi loyalitas konsumen, citra perusahaan, serta stabilitas finansial. Gerakan BDS terhadap perusahaan multinasional, termasuk Unilever, menimbulkan tantangan dalam menjaga kepercayaan pasar. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa boikot dapat berdampak pada penurunan penjualan, laba bersih, bahkan harga saham, meskipun besaran dampaknya bervariasi antarnegara dan periode (Hamida *et al*., 2024; Muslimah *et al*., 2024).

Berdasarkan landasan tersebut, penelitian ini memposisikan profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk sebagai refleksi dari dampak eksternal boikot yang dilihat melalui kinerja keuangan. Dengan menggunakan teori sinyal sebagai kerangka konseptual, analisis ini bertujuan untuk menilai apakah isu sosial dapat memberikan sinyal signifikan terhadap stabilitas dan keberlanjutan perusahaan di Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif-komparatif untuk menganalisis perbedaan profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk sebelum dan saat isu boikot. Objek penelitian adalah laporan keuangan tahunan perusahaan selama periode 2021–2024, yang dibagi ke dalam dua kategori: periode sebelum boikot (2021–2022) dan periode saat boikot (2023–2024). Pemilihan periode ini didasarkan pada kemunculan gerakan boikot terhadap Unilever pada akhir 2023, sehingga memungkinkan analisis perbandingan yang relevan.

Data penelitian bersifat sekunder, diperoleh dari laporan resmi PT Unilever Indonesia Tbk yang dipublikasikan melalui Bursa Efek Indonesia (BEI). Variabel yang dianalisis adalah profitabilitas perusahaan yang diukur melalui tiga rasio keuangan utama, yaitu *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yakni dengan mengakses, menyeleksi, dan mengklasifikasikan data keuangan sesuai periode penelitian.

Analisis data dilakukan dalam dua tahap. Pertama, perhitungan rasio keuangan digunakan untuk menggambarkan kinerja profitabilitas perusahaan pada masing-masing periode. Kedua, dilakukan uji beda menggunakan *Wilcoxon Signed-Rank Test* untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan signifikan dalam profitabilitas sebelum dan saat boikot. Kombinasi analisis rasio dan uji statistik ini memberikan gambaran empiris mengenai tren kinerja serta signifikansi dampak isu sosial terhadap profitabilitas perusahaan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh dari laporan keuangan tahunan PT Unilever Indonesia Tbk yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2021–2024. Rentang waktu penelitian dibagi ke dalam dua fase, yakni sebelum isu boikot (2021–2022) dan saat isu boikot (2023–2024). Data yang dikaji meliputi laba bersih, total aset, ekuitas, dan pendapatan, yang digunakan untuk menghitung tiga rasio profitabilitas utama: *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM).

Hasil Analisis Profitabilitas

Hasil perhitungan rasio ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rasio Profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk (2021–2024).

Tahun	ROA (%)	ROE (%)	NPM (%)
2021	30,2	133,25	14,56
2022	29,29	13,41	13,02
2023	28,81	141,99	12,49
2024	20,99	156,74	9,59

Sumber: Laporan Keuangan PT Unilever Indonesia Tbk, 2021–2024.

Analisis rasio keuangan menunjukkan adanya tren penurunan profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk selama periode penelitian. *Return on Assets* (ROA) menurun dari 30,20% pada 2021 dan 29,29% pada 2022 menjadi 28,81% pada 2023 dan 20,99% pada 2024. *Net Profit Margin* (NPM) juga menurun signifikan dari 14,56% dan 13,02% pada periode sebelum boikot menjadi 12,49% dan 9,59% pada periode boikot. Sebaliknya, *Return on Equity* (ROE) justru meningkat hingga mencapai 156,74% pada 2024, meskipun kenaikan ini bukanlah cerminan kinerja positif, melainkan akibat penurunan ekuitas yang lebih tajam dibanding penurunan laba bersih. Temuan ini menegaskan bahwa secara operasional perusahaan mengalami pelemahan efisiensi, terutama dalam mengelola aset dan menjaga margin keuntungan.

Hasil Uji Statistik

Tabel 2. Hasil *Wilcoxon Signed-Rank Test.*

Rasio	Z Hitung	Sig. (2-tailed)	Interpretasi
ROA	-1,342	0,180	Tidak signifikan
ROE	-1,342	0,180	Tidak signifikan
NPM	-1,342	0,180	Tidak signifikan

Hasil uji *Wilcoxon Signed-Rank* Test menunjukkan tidak terdapat perbedaan signifikan antara profitabilitas sebelum dan saat boikot. Artinya, meskipun secara nominal terdapat tren penurunan ROA dan NPM, dampak boikot tidak terbukti signifikan secara statistik terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa respon investor dan konsumen terhadap isu boikot relatif terbatas dan tidak berlangsung cukup lama untuk memberikan efek material pada profitabilitas. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hamida *et al*. (2024) yang menemukan bahwa dampak boikot terhadap Unilever di Indonesia lebih kecil dibandingkan di negara lain.

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Dari perspektif teori sinyal, penurunan rasio profitabilitas seharusnya mengirimkan sinyal negatif ke pasar. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sinyal tersebut tidak cukup kuat untuk memicu reaksi signifikan dari investor maupun konsumen. Hal ini selaras dengan penelitian Hamida *et al*. (2024) yang menemukan bahwa dampak boikot Unilever lebih besar di negara maju dibanding di Indonesia.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk mengalami tren penurunan pada indikator *Return on Assets* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM) selama periode 2021–2024, sedangkan *Return on Equity* (ROE) meningkat secara nominal akibat penurunan ekuitas yang lebih besar dibandingkan penurunan laba bersih. Hasil uji *Wilcoxon Signed-Rank Test* menegaskan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara profitabilitas sebelum boikot (2021–2022) dan saat boikot (2023–2024). Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengetahui apakah isu boikot berdampak signifikan terhadap profitabilitas terjawab: meskipun terdapat kecenderungan penurunan kinerja, boikot tidak terbukti memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik.

Temuan ini memberikan implikasi bahwa isu sosial tidak selalu menghasilkan dampak keuangan yang nyata, sehingga perusahaan perlu mengelola persepsi publik melalui strategi komunikasi krisis dan penguatan loyalitas konsumen. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya meninjau satu perusahaan dalam periode terbatas dan menggunakan

rasio keuangan sebagai variabel utama. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan pada lintas industri atau variabel lain seperti harga saham, perilaku konsumen, dan faktor reputasi, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dampak boikot terhadap kinerja perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

Aulia, Z., Bimantoro, B., Wibowo, A., & Kurniawan, M. (2024, 6). *Pengaruh Boikot Produk Unilever Dan Lapangan Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun (2014-2023).*

Hamida, I., Farihah, N., & Amaroh, S. (2024, 8). *Analisis Pengaruh Aksi Boikot Akibat Konflik Palestina-Israel Terhadap Harga Saham Unilever di USA, UK, dan Indonesia yang Tercatat ISSI dan JII.* Universitas Indraprasta PGRI.

Handayani, M. (2024, 7). *Pengaruh Gerakan Boikot Produk Pendukung Israel terhadap Perdagangan Saham Di Indonesia.* LPPM Universitas Ekasakti.

Hartanty, Y., & Ompusungu, D. (2023). *Analisis Kinerja Keuangan (Financial Performance) Dalam Suatu Perusahaan.*

Hayati, N., Wardhana, M., & Mustaqim, Y. (2024). *Dinamika Kinerja Keuangan PT Unilever Indonesia Tbk Pasca-Boikot dari Perspektif Islam.*

Herdiansyah, H., Safitri, S., Handayani, L., Wibowo, E., & Jatmiko, M. (2024). *Pengaruh Paparan Media Sosial, Loyalitas dan Konformitas Terhadap Keputusan Pembeli Produk McDonald's Pasca Boikot.*

Husna, K., Hafidzi, A., & Hanafiah, M. (2023). *Dampak Pemboikotan Produk Pro Israel Fatwa DSN MUI Nomor 83 Tahun 2023 Bagi Warung Rumahan Di Kota Banjarmasin.*

Lutfiana, D., & Hermanto, S. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan.*

Mardeson, E., & Mardesci, H. (2022). *Fenomena Boikot Massal (Cancel Culture) Di Media Sosial.*

Muchran, M., Marsyida, E., Arta, C., Simpajo, N., & Awal, A. (2024). *Analisis Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Pengumuman Pemboikotan Produk Israel.*

Mulyani, E., Kurniawati, A., & Mufreni, A. (2023, 5). *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum dan Setelah Invasi Rusia ke Ukraina Tahun 2022 pada Perusahaan Sektor Energi Sub Sektor Minyak dan Gas Bumi yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia.* LPPM-PMP Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

Muslimah, S., Ridho, K., & Hidayat, H. (2024, 8). *Kepatuhan Selektif Generasi Z atas Pemberitaan Fatwa MUI tentang Boikot Produk Pro Israel Melalui Detik.com.* LP2M Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta.

Nurasiah, I., Permata, N., Suaryo, S., & Auliana, S. (2023). *Koreksi Harga Saham Produk Terafiliasi Dengan Israel Sebagai Akibat Dari Gerakan Boikot, Divestasi dan Sanksi (BDS) Di Bursa Efek (BEI) Periode 2023.*

Pratama, H. (2024, 7). *Dampak Konflik Palestina Israel Terhadap Volume Perdagangan dan Return Saham Di Bursa Efek Indonesia.* Tegal.

Pujiastuti, A. (2023). *Mengungkap Dampak Boikot Terhadap Nilai Pasar Perusahaan.*

Pulungan, M., Octalin, I., & Kusumastuti, R. (2023). *Pengukuran Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Analisis Rasio Keuangan Sebagai Dasar Penilaian Pada Kinerja Keuangan PT.Telkom Indonesia Tbk (Periode 2020-2022).*

Rachma, S., & Akbar, A. (2024). *Analisis Perbandingan Harga Saham PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR) Sebelum dan Sesudah Puncak Konflik.*

Rahmani, A. (2023). *Dampak Perang Israel-Hamas Terhadap Harga Saham dan Minat Beli Masyarakat Produk Pendukung Israel.*

Sentosa, D., & Sitepu, N. (2024). *Descriptive Analysis of Israeli Product Boycott Action: Between Fatwas and the Urgency of Compliance.*

Sitinjak, J., Rahasheva, M., Wahyuni, S., & Wijaya, S. (2023). *Kinerja Keuangan PT Unilever Indonesia Tbk Sebelum dan Saat Pandemi.*

Suci, Q., & Wardayani. (2024). *Analisis Kinerja Keuangan PT Fast Food Indonesia Tbk Pasca Cancel Culture.*