



Analisis Efektivitas Siklus Penjualan dan Penagihan pada PT Unilever Indonesia Tbk: Studi Periode 2022–2024

Amelia Fernanda^{1*}, Aulia Anisa², Muh. Salman Fadlurahman³, Jusfebrianti⁴, Devi Eva Rianti⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

*Penulis korespondensi: ameliamp630@gmail.com

Abstract: This study aims to analyze the effectiveness of the sales and collection cycle of PT Unilever Indonesia Tbk during the 2022–2024 period using a descriptive quantitative approach through a case study based on annual financial statements obtained from the Indonesia Stock Exchange. The analysis was conducted by calculating Receivable Turnover (RT) and Days Sales Outstanding (DSO) and examining their trends. The results show that RT increased from 9.77 times in 2022 to 16.64 times in 2024, while DSO decreased from 37.37 days to 21.94 days. These findings indicate improved receivables management effectiveness, enabling the company to convert receivables into cash more quickly and reduce the risk of bad debts. However, the decline in net sales from IDR 41.22 million in 2022 to IDR 35.14 million in 2024 highlights the need for a more aggressive sales strategy. Overall, the effectiveness of the sales and collection cycle at PT Unilever Indonesia Tbk can be considered good, although long-term financial sustainability requires a balance between credit policy, marketing strategy, and digitalization optimization.

Keywords: Sales Cycle; Collection; Accounts Receivable; Receivable Turnover; Days Sales Outstanding

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas siklus penjualan dan penagihan pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2022–2024 dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif melalui studi kasus berbasis laporan keuangan tahunan yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Analisis dilakukan dengan menghitung *Receivable Turnover* (RT) dan *Days Sales Outstanding* (DSO) serta meninjau tren perubahannya. Hasil penelitian menunjukkan RT meningkat dari 9,77 kali pada 2022 menjadi 16,64 kali pada 2024, sedangkan DSO menurun dari 37,37 hari menjadi 21,94 hari. Kondisi ini mengindikasikan efektivitas pengelolaan piutang yang semakin baik, di mana perusahaan lebih cepat mengkonversi piutang menjadi kas dan menekan risiko piutang tak tertagih. Namun, penurunan penjualan bersih dari Rp41,22 juta pada 2022 menjadi Rp35,14 juta pada 2024 menunjukkan perlunya strategi penjualan yang lebih agresif. Secara keseluruhan, efektivitas siklus penjualan dan penagihan PT Unilever Indonesia Tbk dapat dikategorikan baik, meskipun keberlanjutan kinerja keuangan tetap membutuhkan keseimbangan antara kebijakan kredit, strategi pemasaran, dan optimalisasi digitalisasi.

Kata kunci: Siklus Penjualan; Penagihan; Piutang Usaha; Receivable Turnover; Days Sales Outstanding

1. PENDAHULUAN

Dalam lingkungan industri *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) yang sangat kompetitif, efektivitas manajemen modal kerja menjadi penentu utama keberlanjutan operasional dan kinerja keuangan perusahaan. Sebagai salah satu pemain utama di sektor tersebut, PT Unilever Indonesia Tbk. sangat bergantung pada efisiensi siklus penjualan dan penagihan, yang merupakan urat nadi bagi kelancaran arus kas dan kesehatan finansialnya (Wijaya & Sari, 2022). Siklus ini tidak hanya mencakup proses dari penjualan hingga penerimaan kas, tetapi juga berfungsi sebagai indikator kritis bagi efektivitas manajemen piutang, tingkat likuiditas, dan kualitas hubungan dengan jaringan distribusi serta pelanggan.

Pada rentang 2022–2024, ketidakpastian ekonomi global yang dipicu oleh gejolak geopolitik, inflasi, dan gangguan rantai pasokan, ditambah dengan persaingan pasar yang semakin intens dalam sektor FMCG, menciptakan tekanan besar bagi perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasar. Dalam situasi ini, salah satu strategi yang sering diambil adalah

dengan melonggarkan syarat kredit kepada pelanggan, misalnya dengan memberikan periode pembayaran yang lebih panjang atau limit kredit yang lebih tinggi. Kebijakan ini, meskipun dapat mendorong peningkatan volume penjualan dalam jangka pendek, membawa implikasi serius terhadap kesehatan keuangan perusahaan. Hal ini secara langsung dapat menyebabkan peningkatan signifikan pada *Days Sales Outstanding (DSO)*, yang menjadi indikator bahwa piutang usaha tertagih lebih lambat dari biasanya. Perlambatan dalam konversi piutang menjadi kas ini pada akhirnya membebani likuiditas perusahaan, karena kas yang seharusnya tersedia untuk membiayai operasional, investasi, dan memenuhi kewajiban justru terkunci dalam piutang.

Dampak dari kondisi ini diperkuat oleh temuan sebuah studi terbaru mengenai manajemen modal kerja. Studi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan DSO berkorelasi negatif dengan profitabilitas. Artinya, semakin lama rata-rata periode penagihan piutang, semakin rendah profitabilitas yang dapat dicapai perusahaan. Hal ini terjadi karena mis-manajemen piutang tidak hanya meningkatkan beban pembiayaan jangka pendek seperti biaya bunga atas pinjaman yang diambil untuk menutupi kekurangan kas tetapi juga memperbesar risiko gagal bayar dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, seperti membayar supplier atau utang usaha lainnya (Huynh, 2025). Dengan demikian, dalam jangka menengah dan panjang, strategi melonggarkan kredit yang awalnya bertujuan untuk stimulasi penjualan justru dapat menggerogoti profitabilitas dan mengancam stabilitas keuangan perusahaan jika tidak dikelola dengan sangat hati-hati dan didukung oleh analisis risiko kredit yang ketat.

Efek kumulatif dari perlambatan penagihan dan potensi piutang tak tertagih tidak hanya mempengaruhi profitabilitas, tetapi juga mengancam stabilitas likuiditas perusahaan. Dalam industri FMCG dengan siklus operasional cepat, terhimpitnya arus kas dapat memicu masalah berantai. Perusahaan mungkin terpaksa mengandalkan pembiayaan eksternal jangka pendek yang mahal untuk menutupi defisit kas operasional, sehingga biaya pendanaan meningkat dan margin keuntungan terkikis (Chen & Wang, 2023). Oleh karena itu, manajemen piutang menjadi risiko strategis yang dapat memperlemah kelincahan kompetitif perusahaan.

Dalam konteks digitalisasi, penerapan inovasi seperti e-invoicing dan artificial intelligence (AI) dalam pengelolaan piutang menjadi terobosan penting untuk mempercepat siklus order-to-cash. Studi oleh Bani Ahmad (2024) menunjukkan bahwa adopsi e-invoicing mengurangi biaya pemrosesan faktur sekaligus mempercepat persetujuan dan pembayaran faktur, sehingga menekan DSO. Lebih lanjut, AI dan machine learning dapat menganalisis data historis dan perilaku pelanggan untuk membangun model risiko kredit dinamis, yang

memungkinkan perusahaan mengidentifikasi potensi keterlambatan pembayaran secara prediktif.

Menanggapi tantangan tersebut, Unilever melakukan transformasi digital melalui penerapan *automated invoicing* dan *AI-based collection tools* guna mempercepat penagihan, meningkatkan akurasi, dan meminimalkan risiko piutang tak tertagih. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menegaskan bahwa optimalisasi pengelolaan piutang melalui teknologi digital berpengaruh positif terhadap profitabilitas dan stabilitas arus kas perusahaan FMCG (Handayani & Putra, 2023; Pratiwi, 2022). Dengan demikian, penelitian ini urgen dilakukan untuk menganalisis efektivitas siklus penjualan dan penagihan PT Unilever Indonesia Tbk. periode 2022–2024 serta menilai implikasi strategi digital terhadap stabilitas keuangan perusahaan.

2. LANDASAN TEORI

Konsep Dasar Siklus Penjualan dan Penagihan

Siklus penjualan dan penagihan adalah rangkaian aktivitas yang mencakup pemrosesan pesanan pelanggan, pengiriman barang atau jasa, penerbitan faktur, hingga penerimaan pembayaran. Siklus ini berfungsi sebagai penghubung utama antara aktivitas operasional perusahaan dengan arus kas masuk yang diperlukan untuk menjaga likuiditas. Efektivitas siklus ini sangat menentukan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, menjaga stabilitas keuangan, serta mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan.

Menurut Romney dan Steinbart (2018), siklus penjualan dan penagihan tidak hanya terkait dengan pencatatan akuntansi, tetapi juga melibatkan aspek pengendalian internal, manajemen risiko kredit, serta pelayanan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan pengelolaan siklus tidak hanya diukur dari kecepatan penerimaan kas, tetapi juga dari minimnya risiko piutang tak tertagih dan ketepatan penyajian laporan keuangan. Dengan kata lain, siklus ini menjadi indikator efisiensi operasional sekaligus kualitas tata kelola perusahaan.

Dalam konteks perusahaan consumer goods seperti PT Unilever Indonesia Tbk, siklus penjualan dan penagihan memiliki kompleksitas tinggi karena volume transaksi yang besar, keragaman pelanggan, dan persaingan pasar yang ketat. Oleh karena itu, penerapan pengendalian internal yang efektif, dukungan sistem informasi akuntansi, serta pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi siklus ini. Keberhasilan dalam mengelola siklus penjualan dan penagihan pada akhirnya berkontribusi langsung terhadap kelancaran operasional dan daya saing perusahaan di pasar.

Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa efektivitas siklus penjualan dan penagihan tidak hanya ditentukan oleh kecepatan penerimaan kas, tetapi juga oleh penerapan pengendalian internal yang baik. Penerapan pengendalian intern penjualan dan piutang yang memadai dapat membantu perusahaan menekan risiko piutang tak tertagih sekaligus menjaga kelancaran arus kas (Nurhayati dan Susanti, 2023). Hal ini membuktikan bahwa pengelolaan siklus penjualan dan penagihan yang terstruktur tidak hanya mendukung stabilitas keuangan, tetapi juga memperkuat kualitas tata kelola perusahaan.

Manajemen Piutang Usaha

Pengertian pengelolaan piutang usaha terdiri dari dua istilah yang memiliki arti tersendiri, yaitu pengelolaan dan piutang. Pengelolaan merupakan suatu proses yang melibatkan perencanaan, pengarahan, dan pengawasan dengan tujuan untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan oleh organisasi. Sementara itu, piutang adalah suatu klaim terhadap pihak lain yang dapat berupa uang, barang, atau jasa. Pengelolaan piutang adalah serangkaian proses perencanaan serta pengawasan yang berkaitan dengan klaim kepada individu, entitas bisnis, atau pihak yang berutang atas setiap aset atau kekayaan perusahaan yang dihasilkan dari kegiatan penjualan kredit. Efektivitas pengelolaan piutang adalah sekumpulan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk menangani piutang secara efisien sehingga dapat berjalan dengan optimal dan juga menjadi elemen krusial untuk mencapai tujuan pengelolaan piutang yang efektif dalam perusahaan. (Ova Irama 2021)

Piutang usaha timbul ketika perusahaan menjual barang atau jasa secara kredit dan pembayaran baru akan diterima pada periode tertentu. Manajemen piutang bertujuan untuk memastikan bahwa kebijakan kredit yang diberikan dapat meningkatkan penjualan tanpa menimbulkan risiko piutang tak tertagih yang berlebihan. Efektivitas manajemen piutang tercermin dari kemampuan perusahaan menjaga keseimbangan antara volume penjualan, arus kas, serta risiko gagal bayar pelanggan.

Pengelolaan piutang usaha mencakup aktivitas pemberian kredit, penagihan, hingga pengendalian saldo piutang. Prinsip utama dalam manajemen piutang adalah penerapan kebijakan kredit yang selektif, pemantauan umur piutang, dan penerapan prosedur penagihan yang efisien. Sejalan dengan itu, penelitian oleh Astuti dan Sijabat (2023) menunjukkan bahwa rata-rata penagihan piutang (*average collection period*) pada perusahaan consumer goods di Indonesia memiliki pengaruh signifikan terhadap performa keuangan, sehingga efisiensi dalam mengelola piutang menjadi krusial.

Dalam industri consumer goods seperti PT Unilever Indonesia Tbk, manajemen piutang menjadi sangat penting karena transaksi dilakukan dengan berbagai jenis pelanggan, mulai dari distributor besar hingga pengecer kecil. Volume penjualan yang tinggi menuntut perusahaan untuk menerapkan sistem monitoring piutang berbasis teknologi agar resiko dapat diminimalisir. Oleh karena itu, strategi manajemen piutang yang efektif tidak hanya meningkatkan arus kas, tetapi juga menjaga hubungan bisnis jangka panjang dengan mitra dagang.

***Days Sales Outstanding (DSO)* dan Indikator Likuiditas**

Days Sales Outstanding (DSO) merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur rata-rata waktu yang dibutuhkan perusahaan dalam mengkonversi piutang menjadi kas. Semakin rendah nilai DSO, semakin cepat perusahaan memperoleh kas dari pelanggan sehingga arus kas operasional menjadi lebih lancar. Sebaliknya, peningkatan DSO menunjukkan perlambatan penagihan yang dapat menekan likuiditas dan menimbulkan kebutuhan akan pembiayaan eksternal.

DSO adalah waktu yang diperlukan perusahaan untuk mengumpulkan dan memperoleh kas dari pelanggan setelah melakukan penjualan yang dilakukan secara kredit (piutang). *Days Sales Outstanding* dibutuhkan perusahaan untuk menagih pelanggan untuk membayar piutang penjualan. Semakin tinggi angka *Days Sales Outstanding* mengindikasikan bahwa perusahaan mengalami keterlambatan dalam menerima pembayaran piutang. Sebaliknya, *Days Sales Outstanding* yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan mendapatkan pembayarannya dengan cepat, sehingga uang yang diperoleh dapat diputar kembali dalam bisnisnya untuk membeli persediaan (*inventory*) atau kebutuhan lainnya. Untuk rumus DSO sebagai berikut:

$$\text{Rata - Rata Penagihan Piutang} = \frac{360 \text{ hari}}{\text{Perputaran Piutang}}$$

DSO berkaitan erat dengan indikator likuiditas seperti *current ratio* dan *quick ratio*. Kedua rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aset lancar yang dimilikinya. Peningkatan DSO biasanya berdampak negatif terhadap rasio likuiditas, karena semakin besar porsi aset lancar yang tertahan dalam bentuk piutang. Semakin panjang periode penagihan piutang, maka semakin besar pula resiko terganggunya arus kas operasional perusahaan (Rianingsih, Saputro, dan Susila, 2022). Kondisi ini pada akhirnya berpotensi menurunkan profitabilitas, sehingga DSO tidak hanya berfungsi

sebagai ukuran teknis, tetapi juga sebagai indikator strategis dalam menilai kesehatan keuangan.

Dalam konteks PT Unilever Indonesia Tbk, peningkatan DSO dari 30 hari menjadi 45 hari pada periode 2022–2024 menjadi sinyal penting atas perlunya perbaikan manajemen piutang. Tren ini mengindikasikan perlambatan konversi kas yang dapat mengganggu stabilitas operasional di tengah persaingan pasar yang ketat. Dengan demikian, pemantauan DSO secara berkelanjutan dan penerapan strategi digitalisasi penagihan menjadi langkah penting dalam meningkatkan efektivitas siklus penjualan dan penagihan.

Rasio Perputaran Piutang atau Receivable Turnover (RTO)

Kegunaan dari RTO yaitu memiliki tujuan untuk mengetahui keefektifan entitas pada perhitungan hartanya. Yang utama dalam perputaran kredit yang dapat terlunasi serta dimanfaatkan lagi untuk pembuatan produk pada jangka setahun atau periode. Perputaran piutang merupakan teknik untuk menghitung berapa waktu sebuah piutang diubah dengan kas selama satu periode. Kadar perputaran piutang bertujuan untuk mengukur sejauh mana dana yang diinvestasikan dalam piutang dapat berputar dalam jangka waktu tertentu. Perputaran piutang merupakan salah satu indikator aktivitas yang mencerminkan tindakan yang diambil perusahaan dalam operasionalnya, termasuk penjualan, pembelian, dan aktivitas lainnya.

Perputaran piutang menunjukkan berapa kali piutang dapat terkumpul dalam satu periodenya. Semakin cepat perputaran piutang akan semakin efektif perusahaan dalam pengelolaan piutang. Ervina Inayah Zulna., Ira Novianty (2022) rasio ini menunjukkan berapa lama proses penagihan piutangnya. Semakin cepat proses penagihan akan semakin baik karena penerimaan dapat segera terkumpul. Rasio ini digunakan untuk menilai durasi penagihan selama periode tertentu atau seberapa sering dana yang dialokasikan pada piutang berputar dalam satu periode. Suatu tingkat perputaran piutang yang tinggi menandakan bahwa modal kerja yang diinvestasikan dalam piutang relatif kecil, sementara jika rasio perputaran piutang semakin menurun, itu menunjukkan adanya kelebihan investasi dalam piutang.

Perputaran piutang dengan membagi penjualan dengan rata-rata piutang yang diformulasikan dengan satuan kali. Karena rasio perputaran piutang ini tujuannya untuk mengetahui berapa kali perusahaan tersebut dapat mencairkan dana yang diperoleh dari piutang perusahaan. Kemudian dampak lain jika tingkat perputaran kredit tinggi, artinya lebih meningkat juga kualitas entitas untuk menutupi liabilitas lancar perusahaan tersebut. Untuk perputaran piutang diukur menggunakan rumus:

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Rata - Rata Piutang}}$$

Digitalisasi dan Inovasi Teknologi dalam Manajemen Piutang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pengelolaan siklus penjualan dan penagihan. Proses yang sebelumnya manual kini dapat diotomatisasi melalui sistem *automated invoicing*, *e-billing*, hingga penggunaan *customer relationship management (CRM)* berbasis data. Dengan digitalisasi, perusahaan dapat mempercepat proses penagihan, meminimalkan kesalahan pencatatan, serta meningkatkan transparansi dalam arus kas masuk.

Inovasi teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan *machine learning* juga semakin banyak digunakan untuk memprediksi pola pembayaran pelanggan, mengidentifikasi potensi keterlambatan, serta memberikan rekomendasi strategi penagihan yang lebih efektif. Beberapa penelitian di Indonesia juga menegaskan pentingnya digitalisasi dalam manajemen piutang. Misalnya, studi yang dilakukan oleh Permana (2020) pada PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan bahwa keterlambatan penagihan dapat diminimalisir dengan pemanfaatan sistem informasi terintegrasi dan digitalisasi proses penagihan, meskipun masih terdapat tantangan dalam implementasi di lapangan.

Bagi perusahaan consumer goods berskala besar seperti PT Unilever Indonesia Tbk, adopsi teknologi digital bukan hanya sekadar mendukung efisiensi, tetapi juga menjadi kebutuhan strategis untuk mempertahankan daya saing. Dengan volume transaksi yang tinggi dan jaringan distribusi yang luas, teknologi digital membantu perusahaan menjaga stabilitas arus kas, memperkuat kontrol internal, serta meningkatkan kualitas hubungan bisnis dengan pelanggan.

Hubungan Siklus Penjualan dan Penagihan dengan Profitabilitas Perusahaan

Efektivitas siklus penjualan dan penagihan tidak hanya berpengaruh pada kelancaran arus kas, tetapi juga berimplikasi langsung terhadap profitabilitas perusahaan. Ketika piutang

usaha dapat dikonversi menjadi kas dengan cepat, perusahaan memiliki kemampuan lebih baik untuk membiayai operasional, mengurangi ketergantungan pada pendanaan eksternal, dan meningkatkan margin keuntungan. Sebaliknya, siklus penagihan yang lambat dapat menekan likuiditas, menimbulkan biaya tambahan, serta menurunkan profitabilitas.

Keterkaitan ini diperkuat oleh hasil penelitian di Indonesia. Rianingsih, Saputro, dan Susila (2022) menjelaskan bahwa semakin panjang periode penagihan piutang, semakin besar risiko perusahaan menghadapi gangguan arus kas yang pada akhirnya berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen piutang tidak hanya menjadi fungsi administratif, melainkan komponen strategis yang menentukan kinerja keuangan secara keseluruhan.

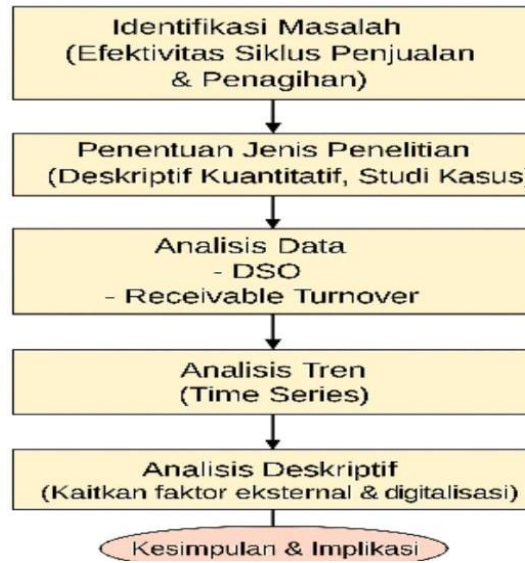
Bagi PT Unilever Indonesia Tbk, pengelolaan siklus penjualan dan penagihan yang efektif menjadi faktor penting untuk menjaga daya saing di industri consumer goods yang sangat kompetitif. Pertumbuhan volume penjualan yang tinggi harus diimbangi dengan efisiensi dalam penagihan agar profitabilitas tetap terjaga. Dengan demikian, strategi manajemen piutang yang berbasis teknologi dan pengendalian internal yang kuat menjadi kunci dalam mengoptimalkan kontribusi siklus penjualan dan penagihan terhadap profitabilitas jangka panjang.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode studi kasus pada PT Unilever Indonesia Tbk. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis efektivitas siklus penjualan dan penagihan selama periode 2022–2024. Data yang digunakan merupakan data sekunder, berupa laporan keuangan tahunan PT Unilever Indonesia Tbk yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI), serta artikel ilmiah dan penelitian terdahulu yang relevan sebagai bahan pendukung analisis. Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi, yaitu menelaah laporan keuangan dan literatur terkait.

Analisis dilakukan melalui analisis rasio keuangan, meliputi *Days Sales Outstanding (DSO)* untuk mengukur rata-rata waktu konversi piutang menjadi kas, serta *Receivable Turnover Ratio* untuk menilai tingkat perputaran piutang. Selanjutnya, dilakukan analisis tren (time series) guna melihat perubahan efektivitas antar periode, dan analisis deskriptif untuk mengaitkan hasil perhitungan dengan faktor eksternal seperti kebijakan moneter, daya beli konsumen, dan penerapan teknologi digital dalam siklus penjualan serta penagihan.

Gambar 1. Flowchart Metode Penelitian



Sumber: Olahan Penulis (2025)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Data Penjualan Bersih, Piutang Usaha, dan Rata-Rata Piutang Usaha PT Unilever Indonesia Tbk (2022–2024)

Tahun	Penjualan Bersih		Piutang Usaha	Rata-rata Piutang Usaha
			Rp	Rp
2022	Rp	41.218.881	3.924.499	4.220.527
			Rp	Rp
2023	Rp	38.611.401	2.343.012	3.133.756
			Rp	Rp
2024	Rp	35.138.643	1.880.942	2.111.977

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Tabel 2. Hasil Perhitungan RT PT Unilever Indonesia Tbk (2022-2024)

Receivable Turnover	
RT =	$\frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Rata-Rata Piutang Usaha}}$
Tahun	RT
2022	9,77
2023	12,32
2024	16,64

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Tabel 3. Hasil Perhitungan DSO PT Unilever Indonesia Tbk (2022-2024)

Days Sales Outstanding (DSO)	
DSO =	$\frac{365}{\text{Receivable Turnover}}$
Tahun	DSO
2022	37,37
2023	29,62
2024	21,94

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Analisis Tren

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai receivable turnover (RT) mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada 2022, RT sebesar 9,77 kali, meningkat menjadi 12,32 kali pada 2023, dan kembali meningkat cukup signifikan menjadi 16,64 kali pada 2024. Peningkatan ini menunjukkan bahwa perputaran piutang usaha perusahaan semakin cepat. Dengan kata lain, perusahaan lebih sering mengonversi piutangnya menjadi kas dalam satu tahun. Semakin tinggi RT, semakin baik kemampuan perusahaan dalam mengelola dan menagih piutangnya.

Sementara itu, days sales outstanding (DSO) yang menggambarkan rata-rata waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk menagih piutang juga menunjukkan tren positif, yaitu penurunan dari 37,37 hari (2022), menjadi 29,62 hari (2023), dan akhirnya 21,94 hari (2024). Penurunan DSO menunjukkan adanya percepatan proses penagihan. Jika pada tahun 2022 perusahaan membutuhkan rata-rata lebih dari sebulan untuk menagih piutang, maka pada 2024 hanya membutuhkan waktu sekitar tiga minggu. Hal ini memperlihatkan efektivitas pengelolaan kredit yang semakin baik.

Namun demikian, jika ditinjau dari sisi penjualan bersih, terlihat tren penurunan, yaitu dari Rp41,22 juta pada 2022 menjadi Rp38,61 juta pada 2023, dan kembali turun ke Rp35,14 juta pada 2024. Penurunan penjualan ini dapat menjadi indikasi adanya perlambatan kinerja penjualan, baik karena faktor internal seperti strategi pemasaran dan distribusi, maupun faktor eksternal seperti daya beli masyarakat dan persaingan industri.

Sejalan dengan turunnya penjualan, piutang usaha juga mengalami penurunan dari Rp3,92 juta (2022), menjadi Rp2,34 juta (2023), dan akhirnya Rp1,88 juta (2024). Penurunan nilai piutang ini selain dipengaruhi oleh turunnya volume penjualan, juga menunjukkan adanya perbaikan dalam kebijakan kredit dan efektivitas penagihan, sehingga saldo piutang di akhir periode semakin kecil.

Temuan ini menegaskan bahwa PT Unilever Indonesia Tbk telah berhasil meningkatkan kualitas manajemen piutang dan likuiditas jangka pendeknya. Peningkatan RT dan penurunan DSO memperlihatkan siklus penagihan yang semakin efisien, sehingga perusahaan lebih cepat memperoleh arus kas dari penjualannya. Kondisi ini sangat penting karena semakin singkat waktu penagihan, semakin rendah pula risiko piutang tak tertagih yang dapat mengganggu likuiditas.

Namun, perlu dicatat bahwa efektivitas pengelolaan piutang tidak sepenuhnya mencerminkan kinerja penjualan. Turunnya penjualan bersih tetap menjadi isu yang perlu mendapat perhatian, karena perbaikan pada siklus penagihan tidak akan optimal jika tidak diimbangi dengan pertumbuhan penjualan. Dengan demikian, meskipun perusahaan mampu menjaga efektivitas siklus penjualan dan penagihan, strategi peningkatan penjualan tetap diperlukan agar keberlanjutan kinerja perusahaan dapat terjaga.

Analisis Deskriptif

Jika ditinjau lebih jauh, peningkatan RT dan penurunan DSO secara bersamaan mengindikasikan bahwa perusahaan tidak hanya berhasil meningkatkan penjualan kredit, tetapi juga mampu mengelola penagihan dengan lebih cepat dan efisien. Selain faktor internal, terdapat beberapa faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perbaikan kinerja ini: (1) Kondisi ekonomi makro: pada periode 2022–2024, pemulihan ekonomi pasca-pandemi membuat daya beli masyarakat meningkat. Hal ini mendorong peningkatan volume penjualan yang juga berdampak pada peningkatan perputaran piutang. (2) Persaingan industri FMCG (Fast Moving Consumer Goods): tekanan persaingan yang ketat menuntut perusahaan lebih efisien dalam pengelolaan modal kerja, termasuk mempercepat siklus kas agar tetap kompetitif. (3) Regulasi

pemerintah: aturan terkait keterbukaan laporan keuangan dan tata kelola perusahaan mendorong efisiensi manajemen piutang agar risiko keuangan bisa ditekan.

Selain itu, digitalisasi juga berperan penting dalam mempercepat pengelolaan piutang usaha. Penggunaan sistem ERP (Enterprise Resource Planning), e-invoicing, dan payment gateway membuat proses pencatatan, monitoring, dan penagihan piutang menjadi lebih real-time dan akurat. Dengan digitalisasi, perusahaan dapat: (1) Memantau umur piutang secara lebih transparan. (2) Mengirimkan pengingat pembayaran secara otomatis kepada pelanggan. (3) Mempercepat proses pembayaran melalui metode digital (transfer online, virtual account, e-wallet). Integrasi teknologi ini jelas berdampak pada percepatan arus kas, yang tercermin dari menurunnya DSO dalam tiga tahun terakhir.

Dari sisi manajemen keuangan, kondisi ini memberikan dampak positif terhadap likuiditas perusahaan. Kas yang lebih cepat diterima berarti perusahaan memiliki dana yang lebih siap untuk membiayai kegiatan operasional, membayar kewajiban jangka pendek, maupun melakukan investasi. Selain itu, tingginya perputaran piutang juga menurunkan risiko piutang tak tertagih.

Jika tren ini dapat dipertahankan, perusahaan akan semakin memiliki posisi keuangan yang sehat. Namun, penting juga bagi manajemen untuk menyeimbangkan antara pengetatan kebijakan kredit dengan mempertahankan loyalitas pelanggan. Kredit yang terlalu ketat bisa beresiko menurunkan volume penjualan, sementara kredit yang terlalu longgar berisiko meningkatkan piutang macet. Oleh karena itu, kinerja yang baik pada periode 2022–2024 dapat dijadikan sebagai acuan sekaligus tantangan agar perusahaan mampu menjaga konsistensi pengelolaan piutang usaha di masa mendatang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis efektivitas siklus penjualan dan penagihan PT Unilever Indonesia Tbk periode 2022–2024, dapat disimpulkan bahwa perusahaan berhasil meningkatkan kualitas manajemen piutangnya. Hal ini tercermin dari peningkatan receivable turnover (RT) secara konsisten dari 9,77 kali pada 2022 menjadi 12,32 kali pada 2023, dan 16,64 kali pada 2024, serta penurunan days sales outstanding (DSO) dari 37,37 hari pada 2022 menjadi 21,94 hari pada 2024. Peningkatan RT dan penurunan DSO menunjukkan bahwa perusahaan semakin cepat dalam mengkonversi piutang menjadi kas, sehingga efektivitas siklus penagihan semakin baik dan risiko piutang tak tertagih semakin kecil.

Meskipun demikian, tren penurunan penjualan bersih dari Rp41,22 juta pada 2022 menjadi Rp35,14 juta pada 2024 menunjukkan bahwa efektivitas siklus penagihan belum

sepenuhnya diikuti dengan kinerja penjualan yang optimal. Dengan demikian, perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara kebijakan kredit yang ketat untuk mempercepat arus kas dengan strategi pemasaran yang mampu mendorong pertumbuhan penjualan.

Berdasarkan temuan tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, perusahaan perlu memperkuat strategi penjualan melalui diversifikasi produk, ekspansi kanal distribusi, dan optimalisasi promosi berbasis data pelanggan. Kedua, kebijakan kredit sebaiknya dijalankan secara seimbang: cukup kompetitif untuk menjaga loyalitas pelanggan, namun tetap selektif agar risiko piutang macet dapat diminimalkan. Ketiga, optimalisasi digitalisasi seperti ERP, e-invoicing, dan *AI-based collection tools* perlu terus diperluas untuk mempercepat proses penagihan dan meningkatkan transparansi. Keempat, percepatan arus kas hasil penagihan sebaiknya dimanfaatkan untuk memperkuat likuiditas dan mendukung investasi strategis. Terakhir, evaluasi RT dan DSO secara periodik penting dilakukan agar perusahaan mampu merespons dinamika pasar dan menjaga keberlanjutan kinerja keuangan jangka panjang.

Secara keseluruhan, efektivitas pengelolaan siklus penjualan dan penagihan PT Unilever Indonesia Tbk selama periode penelitian dapat dikategorikan baik. Namun, agar efektivitas tersebut memberikan dampak optimal terhadap kinerja perusahaan, strategi peningkatan penjualan dan penguatan manajemen risiko kredit tetap harus menjadi prioritas utama.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, M. E., & Rahardjo, S. N. (2024). ANALISIS KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MENGGUNAKAN CASH CONVERSION CYCLE (Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023). *Diponegoro Journal of Accounting*, 13(4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/download/47927/32565>
- Astuti, W. Y., & Sijabat, Y. P. (2023). Pengelolaan Piutang Perusahaan Sub-Sektor Makanan dan Minuman di Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 20(2), 145–158. Universitas Tidar. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/1949>
- Bani Ahmad, A. Y. A. (2024). E-invoicing and Cost Reduction: A Case Study of Multinational Corporations. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 9(2), 25009. <https://doi.org/10.55267/iadt.07.14746>
- Chen, L., & Wang, Y. (2023). The Vicious Cycle of Working Capital Mismanagement and Financial Distress: Evidence from the Manufacturing Sector. *Journal of Corporate Finance*, 78, 101855. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2022.101855>
- Ervina Inayah Zulna., & Novianty, I. (2022). Analisis Rasio Perputaran Piutang dan Periode Rata Rata Pengumpulan Piutang Sebagai Dasar Penilaian Efektivitas Kebijakan Kredit

- PT. ISAM. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 2 (2), 460-467.
<https://journal.stiemb.ac.id>
- Handayani, S., & Putra, A. (2023). Working capital management and its impact on profitability: Evidence from consumer goods sector in Indonesia. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 14 (2), 210–225. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2023.14.2.xx>
- Huynh, T. X. (2025). The Impact of Working Capital Management on the Financial Performance of Listed Enterprises. *Journal of Financial Reporting and Accounting*. Advance online publication.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2025.2473033>
- Irama, O. N., & Samosir, S. H. (2019). ANALISIS EFEKTIVITAS MANAJEMEN PIUTANG DALAM MENGELOLA PIUTANG PADA PT ALTRAK 1978 CABANG MEDAN. Dalam *PROSIDING SEMINAR NASIONAL HASIL PENELITIAN* (Vol. 2, No. 2).
<https://ejournal.lppmunsap.org>
- Nurhayati, S., & Susanti, D. (2023). Analisis pengendalian intern penjualan dan piutang dalam meminimalisir piutang tak tertagih. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6 (2), 45–56. <https://doi.org/10.15575/komitmen.v6i2.34028>
- Permana, G. A. (2020). Analisis Proses Penagihan Piutang (Studi pada Customer Modern Trade PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2016–2018) [Tesis, Universitas Gadjah Mada]. UGM Repository. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/187520>
- Pratiwi, D. (2022). Optimalisasi modal kerja dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan manufaktur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 37(3), 189–200.
<https://doi.org/10.22146/jebi.2022.xx>
- Rianingsih, L. P., Saputro, E. P., & Susila, I. (2022). Analisis Efektivitas Manajemen Piutang terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus: PT Indo PD Mandiri). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 6 (3), 55–66. Politeknik Ganesha Medan.
<https://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/remik/article/view/12165>
- Safitri, D. A., Helmi, M., & Siringoringo, G. (2024). ANALISIS EFEKTIVITAS MANAJEMEN PIUTANG PADA PT. ELECTRONIC CITY INDONESIA Tbk. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing dan Akuntansi*, 9 (1), 23-32.
<http://ejournal.muliadarma.ac.id/index.php/jembatan/article/view/175>
- Wahyuni, W., Musa, C. I., & Akbar, A. (2018). Analisis perputaran piutang pada pasien rawat inap pengguna BPJS kesehatan di RSUP Dr. Wahidin Sudirohusodo Makassar. *Jurnal Economix*, 6(1), 1–20. Universitas Negeri Makassar.
<https://ojs.unm.ac.id/economix/article/download/10356/6039>
- Wijaya, T., & Sari, D. P. (2022). The Role of Sales and Collection Cycle Efficiency on Firm Value: Evidence from the Indonesia Stock Exchange. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), 112-128.
https://repository.ubaya.ac.id/43156/3/Bertha%20Silvia%20Sutejo_Antecedents%20of%20Company%20Leverage.pdf