



**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA DISTRIBUSI  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA  
PT. UNILEVER INDONESIA Tbk**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Menelengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah Konsentrasi  
Akuntansi dan Keuangan*

**Oleh:**

**WIRDA SOPIANI HARAHAP**

**NIM. 17 402 00201**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
TAHUN 2021**



**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA DISTRIBUSI  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA  
PT. UNILEVER INDONESIA Tbk**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Menelengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah Konsentrasi  
Akuntansi dan Keuangan*

**Oleh:**

**WIRDA SOPIANI HARAHAHAP**

**NIM. 17 402 00201**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
TAHUN 2021**



**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA DISTRIBUSI  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA  
PT. UNILEVER INDONESIA Tbk**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Menelengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah Konsentrasi  
Akuntansi dan Keuangan*

**Oleh:**

**WIRDA SOPIANI HARAHAP**

**NIM. 17 402 00201**

**PEMBIMBING I**

**Dr. Darwis Harahap., S.H.I., M.Si**  
**NIP. 197808182009011015**

**PEMBIMBING II**

**Damri Batubara, M.A**  
**NIDN. 2019108602**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
TAHUN 2021**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **Wirda Sopiani Harahap**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 20 Desember 2021  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN  
Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Wirda Sopiani Harahap** yang berjudul "**Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2011-2020**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

PEMBIMBING I

**Dr. Darwis Harahap., S.H.I., M.Si**  
NIP. 197808182009011015

PEMBIMBING II

**Damri Batubara, M.A**  
NIDN. 2019108602

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : WIRDA SOPIANI HARAHAAP  
NIM : 17 402 00201  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Unilever Indonesia Tbk

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 20 Desember 2021  
Saya yang Menyatakan,



**WIRDA SOPIANI HARAHAAP**  
**NIM. 17 402 00201**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : WIRDA SOPIANI HARAHAP  
NIM : 17 402 00201  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Unilever Indonesia Tbk”**.

Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di: Padangsidempuan  
Pada tanggal: 20 Desember 2021  
Yang menyatakan,



7B6AJX435760082

  
**WIRDA SOPIANI HARAHAP**  
**NIM. 17 402 00201**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : WIRDA SOPIANI HARAHAP  
**NIM** : 17 402 00201  
**FAKULTAS/PROGRAM STUDI** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah AK-2  
**JUDUL SKRIPSI** : Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Unilever Indonesia Tbk

**Ketua**

**Dr. Darwis Harahap., S.HI., M.Si**  
NIP. 19780818 200901 1 015

**Sekretaris**

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
NIP. 19830317 201801 2 001

**Anggota**

**Dr. Darwis Harahap., S.HI., M.Si**  
NIP. 19780818 200901 1 015

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
NIP. 19830317 201801 2 001

**Dr. Budi Gautama Siregar, M.M**  
NIP. 19790720 201101 1 005

**H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si.**  
NIDN. 2013018301

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidempuan  
**Hari/Tanggal** : Jum'at / 24 Desember 2021  
**Pukul** : 08.30 WIB – 11.30 WIB  
**Hasil/Nilai** : Lulus / 72,75 (B)  
**Index Prestasi Kumulatif** : 3,70  
**Predikat** : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H.TengkuRizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

---

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume  
Penjualan Pada PT. Unilever Indonesia Tbk**

**NAMA : Wirda Sopiani Harahap  
NIM : 17 402 00201**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
Dansyarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 16 Maret 2022

Dekan,



*[Signature]*  
**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si**  
NIP. 19780818 200901 1 015



## ABSTRAK

**Nama : Wirda Sopiani Harahap**  
**Nim : 17 402 00201**  
**Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk**

Dalam meningkatkan volume penjualan barang PT Unilever Indonesia berfokus pada strategi pemasaran terutama pada pemasaran mengenai promosi dan distribusi. Besaran biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi dan distribusi akan sangat menentukan seberapa banyak barang dapat terjual. Penelitian ini bermaksud menguji apakah terdapat pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan, dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi secara parsial dan secara simultan.

Teori yang digunakan pertama, untuk biaya promosi semakin besar biaya promosi maka akan semakin meningkat volume penjualan. Kedua, untuk biaya distribusi semakin besar biaya distribusi yang dikeluarkan maka akan semakin meningkat volume penjualan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan triwulan PT Unilever Indonesia periode 2011-2020. Penentuan sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *non probability sampling* atau sampel jenuh. Dalam penelitian ini terdapat 40 laporan keuangan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Teknik analisis yang digunakan adalah uji *statistic* deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji linearitas, analisis regresi berganda, uji hipotesis yang diolah menggunakan *software* SPSS versi 25.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel biaya promosi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan, dan biaya distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan. Sedangkan hasil dari uji secara simultan variabel biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan.

**Kata Kunci : Biaya Distribusi, Biaya Promosi, Volume Penjualan**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa turunkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya sebagai bukti cinta dan rasa syukur hingga kita dapat merasakan nikmat Islam seperti saat ini.

Skripsi ini berjudul “**Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk**”. Penelitian skripsi ini bertujuan untuk melengkapi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa penelitian ini belum bisa dikatakan sebagai penelitian yang sempurna serta banyak terdapat kendala yang harus dilalui dan dijalani peneliti. Dukungan moril serta bimbingan sangat dibutuhkan dalam penyelesaian skripsi ini, berkat bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak maka penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu.

Untuk itu dengan penuh rasa hormat, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam penelitian skripsi ini, penelitiberterimakasihkepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag., Selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI.,M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Drs. Kamaluddin, M. Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis,M.A., KetuaProgram Studi Ekonomi Syariah, Civitas Akademik IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI.,M.Si., Sebagai Pembimbing I dan Bapak Damri Batubara, M.A., Sebagai Pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan tenaga untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi

ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.

5. Teristimewa keluarga tercinta, Ayahanda Muhammad Rusdi Harahap dan Ibunda Nursaimah Siregar, serta kakak Masraida Saputri Harahap, S.Pd., Desi Rahma Yanti Harahap, S.Pt., adik tersayang Fandy Ahmad Harahap dan abang saya Khairil Munib, S.Pd., keponakan tersayang Remaisha Diani Nasta'in Pasaribu dan sepupu-sepupu saya dan seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Sahabat Nurul Aliya Siregar, S.E., Rendy Saputra, Irma Yanti Lahagu, S.E., Embun Rahmita Dalimunthe, Ervina Sari Hutasuhut, S.E., Ramadhansyah, Khoirunnisa Nasution, Khoirunnisa Hasibuan, Nurhasanah Harahap, S.E., Nusro Dayusi Harahap, S.E., Nela Hariyanti, S.E., dan teman-teman ES-6 Akuntansi Keuangan Angkatan 2017, dan sahabat-sahabat yang pernah berhadir di hidupku, serta Sahabat-Sahabat asrama Ma'Had Al – Jamiah IAIN Padangsidimpuan serta seluruh teman-teman Seperjuangan Angkatan 2017 FEBI yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan semangat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu.

Ungkapan terimakasih, peneliti hanya dapat berdoa semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti, diterima Allah SWT. Dan dijadikan-Nya

amal shaleh serta mendapatkan imbalan yang besar. Akhir kata, dengan segala kerendahanhati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 20Desember  
2021

Peneliti,

**WIRDA SOPIANI HARAHAP**  
**NIM. 17 402 00201**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	h	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
سین	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dommah</i>	U	U

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

HarkatdanHuruf	Nama	HurufdanTanda	Nama
	<i>fathah dan alif</i>	<i>fatauya</i>	a dan garis

			atas
ى...	<i>Kasrah</i> danya	ī	i dan garis di bawah
و...	<i>ḍommah</i> danwau	ū	u dan garis di atas

### C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

#### 1. Ta marbutah hidup

*Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

#### 2. Ta marbutah mati

*Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### D. Syaddah (Tsaydid)

*Syaddah* atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

### E. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:



ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

### ***I. Tajwid***

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Definisi Operasional Variabel.....	5
E. Rumusan Masalah .....	7
F. Tujuan Penelitian .....	7
G. Kegunaan Penelitian.....	7
H. Sistematika Pembahasan.....	8
<b>BAB IILANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Kerangka Teori .....	10
1. Penjualan .....	10
2. Biaya Promosi.....	22
3. Biaya Distribusi .....	31
B. Penelitian terdahulu .....	37
C. Kerangka Pikir.....	41
D. Hipotesis.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
1. Waktu dan lokasi penelitian .....	43
2. Jenis penelitian .....	43
3. Populasi dan sampel.....	43
4. Sumber Data.....	44

5. Teknik Analisis Data.....	44
1. Statistik Deskriptif.....	45
2. Uji Normalitas.....	44
3. Uji Asumsi Klasik.....	45
a. Uji Muutikolinearitas .....	45
b. Uji Heteroskedastitas .....	46
c. Uji Autokorelasi .....	47
4. Uji Linearitas .....	47
5. Uji R Square.....	48
6. Uji Analisis Regresi Berganda.....	48
7. Uji Hipotesis .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	51
1. Sejarah Singkat PT. Unilever Indonesia Tbk .....	51
2. Visi dan Misi PT Unilever Indonesia Tbk .....	54
3. Tujuan PT Unilever Indonesia Tbk .....	55
4. Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia Tbk .....	55
B. Gambaran Data Penelitian .....	57
C. Hasil Analisis Data.....	61
1. Statistik Deskriptif.....	62
2. Uji Normalitas .....	63
3. Uji Asumsi Klasik .....	64
a. Uji Multikolinearitas .....	64
b. Uji Heteroskedastitas .....	65
c. Uji Autokorelasi.....	66
4. Uji R Square .....	67
5. Uji Linearitas.....	68
6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
7. Uji Hipotesis.....	70
a. Uji Koefisien Reggresi secara Parsial ( Uji t).....	70
b. Uji Koefisien Regresi secara Simultan ( Uji F) .....	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	72
E. Keterbatasan Penelitian.....	75
<b>BAB VPENUTUP.....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran .....	78

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMABAR**

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**DAFTAR LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data BP, BD, PN per tahun PT Uniever Indonesia Tbk .....	4
Tabel 1.2 Definisi Operasional Variabel.....	6
Tabel 2.1 Konsep Penjualan dan Pemasaran.....	13
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 4.1 Data Biaya Promosi per Triwulan.....	55
Tabel 4.2 Data Biaya Distribusi per Triwulan .....	56
Tabel 4.3 Data Volume Penjualan per Triwuan.....	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Deskriptif .....	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas .....	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas .....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi .....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas .....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial ( Uji t).....	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan ( Uji F) .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia Tbk .....	54

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **A. Latar Belakang**

Seiring dengan kemajuan dunia bisnis di Indonesia dari masa kemasa semakin kompetitif dan kompleks. Perusahaan harus bisa maju untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya dimana perusahaan seringkali diterpa masalah-masalah dalam mempertahankan kelangsungan perusahaan, seperti meningkatkan penjualan, minat konsumen yang semakin bermacam-macam serta kondisi ekonomi yang saat ini sedang dalam keadaan lemah. Kondisi ini mengharuskan pemimpin atau manajemen untuk dapat bersaing dan meningkatkan penjualan perusahaan salah satunya dengan pelaksanaan strategi pemasaran yang baik.<sup>1</sup>

Penjualan merupakan peran penting bagi perusahaan terutama perusahaan manufaktur, supaya produk yang diproduksi oleh perusahaan laku terjual serta dapat memberikan *income* bagi perusahaan. Penjualan merupakan hal utama yang dilakukan dalam kegiatan perusahaan . Memproduksi barang atau jasa yang tujuan akhirnya untuk memasarkan barang atau jasa yang telah diproduksi tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu penjualan merupakan peranan penting bagi perusahaan supaya produk yang dihasilkan tersebut laku terjual dan memberikan *income* bagi perusahaan. Penjualan merupakan sumber pendapatan yang dimana pendapatan tersebut digunakan untuk pengeluaran

---

<sup>1</sup>Juanda S.C, “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2009-2013” Vol.2, No.1 (2015).hlm.31.

biaya-biaya dalam proses produksi. Penjualan merupakan suatu sistem kegiatan utama perusahaan untuk memperjualbelikan barang dan jasa yang perusahaan hasilkan.<sup>2</sup>

Meningkatkan penjualan bukanlah hal yang mudah dilakukan karena setiap perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan penjualannya.<sup>3</sup> Salah satu usaha yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan adalah dengan cara melakukan kegiatan promosi. Promosi yang dilakukan oleh setiap perusahaan membutuhkan biaya. Biaya promosi dalam kegiatan penjualan sangat diperlukan perusahaan karena dengan kegiatan promosi inilah perusahaan dapat memberikan informasi tentang produk mereka, isi dalam promosi tersebut mempengaruhi atau memikat konsumen baru untuk tertarik menggunakan atau memakai produk yang ditawarkan dan dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Sehingga kegiatan promosi tersebut diharapkan akan dapat memberikan kondisi penjualan yang lebih baik pada tahun-tahun berikutnya.<sup>4</sup>

Promosi merupakan kegiatan yang mencakup seluruh kegiatan perusahaan untuk memberikan informasi tentang suatu produk dan bertujuan agar konsumen tertarik untuk membelinya.<sup>5</sup> Tanpa promosi konsumen tidak dapat mengenal dan mengetahui tentang produk yang ditawarkan. Dengan demikian,

---

<sup>2</sup>Insani, "Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Tri Banyan Tirta Bogor, Konferensi Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (KNIST)," 2014.hlm.25.

<sup>3</sup>Yulihartika R.D, "Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Jumlah Penjualan Pupuk Pada PT.Pertani (Persero) Cabang Bengkulu AGRITEPA" II, No.1 (July 2015).hlm.56

<sup>4</sup>Yulihartika R.D.hlm.58.

<sup>5</sup>Murti Sumarni John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2003).hlm.296.



promosi merupakan suatu alat yang paling tepat untuk memikat perhatian dari para konsumen.

Meningkatkan penjualan bukanlah hal yang sangat mudah, karena setiap perusahaan berupayadengan maksimal agar bisa meningkatkan penjualan. Dengan itu perusahaan melakukan promosi, setiap perusahaan yang melakukan promosi maka akanmengeluarkan biaya, biaya promosi ini sangat penting karena dengan promosi penjualan atas barang atau jasa akan meningkatkan penjualan, dan dengan penjualan maka perusahaan akan mendapatkan pendapatan yang besar.

Kegiatan penjualan merupakan salah satu faktor yang menentukan atas *income* yang optimal sehingga kontinuitas perusahaan terjamin dengan perkembangan perusahaan yang diharapkan akan terus meningkat.<sup>6</sup>

Selain promosi faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah distribusi. Distribusi merupakan kegiatan untuk memasarkan suatu produk ke tempat konsumen berada sehingga konsumen tidak memikirkan masalah pengangkutan barang yang dibeli dari perodusen. Distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh barang-barang dari produsen sampai kekonsumen sebagai pengguna akhir suatu produk.

PT Unilever Indonesia Tbk merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi barang-barang kebutuhan sehari-hari. Perkembangan perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk ini dari tahun 2011 ke tahun 2020 cukup baik apabila dilihat pada penjualannya tiap periode menunjukkan peningkatan.

---

<sup>6</sup>Basu Swastha Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modren Edisi Tiga* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002).hlm.183.

Berikut ini merupakan data biaya promosi, biaya distribusi dan volume penjualan PT Unilever Indonesia Tbk dari tahun 2011-2020:

**Tabel I.1**  
**Data Biaya Promosi, Biaya Distribusi dan Penjualan**  
**(dalam jutaan rupiah)**

<b>Tahun</b>	<b>Biaya Promosi</b>	<b>Biaya Distribusi</b>	<b>Penjualan</b>
<b>2011</b>	<b>747.370</b>	<b>944.771</b>	<b>23.469.218</b>
<b>2012</b>	<b>717.370</b>	<b>1.129.284</b>	<b>27.303.248</b>
<b>2013</b>	<b>968.798</b>	<b>1.319.447</b>	<b>30.757.435</b>
<b>2014</b>	<b>1.046.227</b>	<b>1.481.960</b>	<b>34.511.534</b>
<b>2015</b>	<b>1.277.293</b>	<b>1.657.530</b>	<b>36.484.030</b>
<b>2016</b>	<b>1.501.836</b>	<b>1.965.715</b>	<b>40.053.732</b>
<b>2017</b>	<b>1.498.024</b>	<b>1.986.342</b>	<b>40.053.732</b>
<b>2018</b>	<b>1.658.263</b>	<b>1.755.517</b>	<b>41.802.073</b>
<b>2019</b>	<b>1.774.986</b>	<b>1.882.668</b>	<b>42.922.563</b>
<b>2020</b>	<b>2.022.167</b>	<b>1.968.233</b>	<b>42.972.474</b>

Sumber: [www.unilever.co.id](http://www.unilever.co.id)

Dari data tabel I apabila dilihat secara sekilas menunjukkan volume penjualan di tahun 2011 sampai tahun 2020 mengalami peningkatan. Sedangkan biaya promosi pada tahun 2012 menurun tetapi volume penjualan meningkat. Kemudian begitu juga dengan biaya distribusi, pada tahun 2015-2020 terjadi *fluktasi* tetapi penjualan tetap meningkat.

Sehingga data tersebut tidak sesuai dengan teori-teori yang menyatakan semakin besar biaya promosi yang dikeluarkan maka volume penjualan akan meningkat, dan teori yang menyatakan semakin besar biaya distribusi yang dikeluarkan maka volume penjualan meningkat. Data ini tidak cocok apabila dibandingkan dengan penelitian terdahulu dengan perusahaan yang bisa dikatakan selevel dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa biaya promosi dan biaya distribusi sangat berpengaruh terhadap penjualan. Dengan permasalahan di atas, penulis berminat untuk membahas mengenai masalah

biaya promosi dan biaya distribusi yang dihubungkan dengan volume penjualan perusahaan dengan mengambil judul penelitian: **Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Unilever Indonesia Tbk.**

### **B. Identifikasi Masalah**

Dengan latar belakang masalah tersebut peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya penurunan biaya promosi yang tidak berpengaruh terhadap volume penjualan.
2. Adanya penurunan biaya distribusi yang tidak berpengaruh terhadap volume penjualan.
3. Adanya *fluktasi* biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan.

### **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah merupakan hal yang sangat penting untuk ditentukan terlebih dahulu sebelum sampai tahap pembahasan berikutnya. Melihat luasnya cakupan pembahasan, untuk menghindari kesimpangsiuran serta keterbatasan materi dan ilmu yang dimiliki peneliti. Sehingga peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2011-2020.

### **D. Definisi Operasional Variabel**

Variabel merupakan objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian yang mempelajari suatu *treatment*, terdapat variabel penyebab (X) atau variabel bebas (*Independent variable*) dan

variable akibat (Y) atau variable terikat, tergantung, atau (*Dependentvariable*).<sup>7</sup>

Untuk menghindari kesalahpahaman, terdapat istilah yang digunakan dalam penelitian, maka dibuatlah defenisi operasional variabel guna menerangkan beberapa istilah berikut:

**Tabel I.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

N o	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Promosi	Kegiatan perusahaan untuk memperkenalkan produk dan bertujuan agar konsumen tertarik membelinya	1. Jenis promosi 2. Keefektifan promosi 3. Pengaruh promosi 4. Kemampuan dana untuk promosi	<b>Rasio</b>
2	Penjualan	Sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk mmindahkan suatu poduk, baik berupa barang ataupun jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya	1. Gairah pasar 2. Naik/turunnya penjualan 3. Kepuasan penjual	
3	Distribusi	Semua kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk menyampaikan barang-barang yang diproduksi ke suatu tempatatau kepada para konsumen.	1. <i>Coverage</i> 2. <i>Competency</i> 3. <i>Capital</i>	

<sup>7</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).hlm.161.

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, peneliti bermaksud menguji pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan. Dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Unilever Indonesia Tbk.
2. Apakah terdapat pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan pada PT. Unilever Indonesia Tbk.
3. Apakah terdapat pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan secara simultan pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan pada PT. Unilever Indonesia Tbk.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan secara simultan pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

### **G. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian antar lain:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini berfungsi untuk menambah wawasan keilmuan dan sekaligus dapat melakukan analisis secara nyata untuk mengetahui peranan biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan.

## 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu masukan yang bisa membangun kinerja perusahaan kepada pihak PT. UnileverIndonesia Tbk untuk masa yang akan datang.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai tambahan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya, yang mengadakan penelitian pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan di PT.Unilever Indonesia Tbk.

## H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah :

**Bab I**, Pendahuluan terdiri atas latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian.

**Bab II**, Landasan Teori terdiri atas kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka teori, dan hipotesis berisi tentang dugaan sementara terhadap rumusan masalah yang akan dibuktikan secara empiris.

**Bab III**, Metode Penelitian terdiri atas waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data dan teknik analisis data.

**Bab IV**, berisi tentang hasil penelitian yang menguraikan seluruh temuan penelitian yang merupakan jawaban terhadap permasalahan penelitian yang dirumuskan.

**Bab V**, merupakan penutup dari keseluruhan isi skripsi yang memuat kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah yang disertai dengan saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Penjualan**

Penjualan merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran karena menjadi alat utama untuk mendapatkan penghasilan.<sup>8</sup> Fungsi penjualan merupakan sumber pendapatan yang dibutuhkan untuk menutupi biaya-biaya produksi dengan tujuan bisa mendapatkan keuntungan. Jika suatu barang diproduksi untuk dijual, maka harus diusahakan agar barang tersebut laku terjual. Dengan itu, dibutuhkan adanya beragam cara untuk meningkatkan penjualan, seperti periklanan, peragaan, dan sebagainya.<sup>9</sup>

Penerapan strategi yang berhasil pada umumnya tergantung pada kemampuan perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa. Penjualan (*selling*) meliputi banyak aktivitas pemasaran seperti periklanan, promosi, penjualan, publisitas, manajemen tenaga penjual, hubungan konsumen, dan hubungan *dialer*.<sup>10</sup>

Penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau jasa yang dilakukan penjual kepada pembeli dengan harga yang disepakati bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada konsumen dalam penjualan barang/jasa dalam suatu periode akuntansi.

---

<sup>8</sup>Hendro, *Kewirausahaan* (Jakarta: Erlangga, 2010).hlm.85.

<sup>9</sup>Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern Edisi Tiga*, hlm.184.

<sup>10</sup>Fred R.David, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Selemba Empat, 2004).hlm.198



Konsep penjualan berasumsi bahwa para konsumen biasanya menunjukkan hasrat beli yang lemah atau menunjukkan penolakan, dan perlu dibujuk atau diperlakukan dengan ramah dan sabar agar mereka lebih bernafsu untuk membeli. Karena itu perusahaan mestu mengadakan serangkaian kegiatan penjualan yang efektif dan memberikan peralatan promosi untuk merangsang pembelian agar lebih meningkat.

Menjual barang atau jasa di sebuah perusahaan biasanya disebut dengan penjualan.<sup>11</sup> Penjualan merupakan kegiatan utama yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan memproduksi barang atau jasa mempunyai tujuan akhir yaitu memasarkan barang atau jasa tersebut kepada masyarakat. Dengan itu, penjualan merupakan peranan penting bagi perusahaan supaya produk yang dihasilkan tersebut dapat laku terjual dipasaran dan memberikan *income* bagi perusahaan. Fungsi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk memasarkan barang atau jasa yang digunakan sebagai sumber pendapatan utama untuk menutupi semua biaya-biaya untuk memperoleh laba.<sup>12</sup>

Penjualan merupakan penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai barang pertimbangan.<sup>13</sup>

Penjualan merupakan syarat utama dalam keberlangsungan suatu usaha, karena dengan penjualan maka akan mendapatkan keuntungan. Semakin tinggi

---

<sup>11</sup>Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar* (Jakarta: Salemba Empat, 2012).hlm.160.

<sup>12</sup>Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modren Edisi Tiga*, hlm.185.

<sup>13</sup>Moh Kurdi, *Kamus Istilah Akuntansi* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 1999).hlm.146.

penjualan maka keuntungan yang akan didapatkan semakin besar. Suatu perusahaan tidak akan berkembang pesat jika perusahaan tersebut tidak mampu menjualkan atau memasarkan produk mereka. Dan jika perusahaan memasarkan produk, maka perusahaan tersebut akan eksis di dalam persaingan usaha.

#### **a. Konsep Penjualan**

Konsep penjualan merupakan bagian dari konsep pemasaran yang terdiri dari proses produksi, promosi dan distribusi dan ada produk-produk tertentu yang ditujukan untuk menggunakan konsep penjualan. Oleh karena itu perusahaan tersebut harus melakukan usaha promosi dan penjualan yang agresif. Banyak perusahaan menggunakan konsep penjualan ketika mereka mempunyai kapasitas yang berlebih. Tujuan mereka adalah menjual apa yang mereka produksi dan bukan memproduksi apa yang diinginkan oleh pasar. Dalam perekonomian modern kapasitas produksi telah diciptakan dengan anggapan bahwa kebanyakan pasar yang merupakan pasar pembeli dan pasar penjual harus berjuang untuk mendapatkan konsumen tetap. Pemasaran yang didasarkan pada penjualan yang keras memiliki resiko tinggi. Pemasaran berasumsi bahwa para konsumen yang dirayu untuk membeli sebuah produk mungkin mereka akan suka produk tersebut, tetapi jika mereka tidak suka, mereka tidak akan *men-judge* produk tersebut, mereka akan melupakan hal-hal yang membuat mereka kecewa dan akan

membelinya lagi. Itu merupakan asumsi-asumsi yang tidak dapat dipertahankan.

**Tabel II.1**  
**Konsep Penjualan dan Pemasaran**

No		Konsep Penjualan	Konsep Pemasaran
1	Sasaran	Pabrik	Pasar
2	Fokus	Produk yang ada	Kebutuhan pelanggan
3	Sarana	Penjualan & promosi	Pemasaran Terpadu
4	Tujuan akhir	Laba melalui volume penjualan	Laba melalui kepuasan pelanggan

#### **b. Tujuan Penjualan**

Perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan, yaitu:

- a. Mencapai volume penjualan tertentu
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Tujuan tersebut dapat dicapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

### c. Penjualan dalam Perspektif Islam

Pembahasan buku Etika Bisnis dalam Islam oleh Mustaq Ahmad, menyatakan bahwa legalitas dagang dalam perspektif Islam ialah Al-qur'an mengakui hak individu dan kelompok dalam perdagangan, serta hak atas harta benda yang dimilikinya dan memindahkan satu kekayaan diakui secara bebas dan tanpa paksaan, adalah merupakan pengakuan penegasan atas haknya yang eksklusif untuk mengambil keputusan yang penting yang berhubungan dengan harta miliknya. Dia bisa menggunakan, menjual dan menukar pada bentuk kekayaan lain. Al-qur'an.

Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surah An-nisaa' ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*<sup>14</sup>.

Dari ayat ini kita mengetahui bahwa dalam melakukan perniagaan atau jual beli, harus berlaku suka sama suka antara penjual dan pembeli. Dalam melakukan perniagaan atau jualbeli tidak boleh ada paksaan antara keduanya agar tidak terjadi kezaliman yang dapat merugikan antara penjual dan

---

<sup>14</sup> Hamka, *Tafsir Al-Azhar (Jilid 1)* (Jakarta: Gema Insani, 2015).hlm.549.

pembeli. Sehingga dalam melakukan kegiatan jual beli harus berlaku suka sama suka antara keduanya.

Ada berbagai sebab yang karenanya suatu perniagaandilarang dalam syariat, dan sebab-sebab itu berlaku pada seluruh jenis perniagaan antara lain : a) barang yang menjadi objek perniagaan adalah barang yang diharamkan, b) adanya unsure riba, c) adanya ketidakjelasan (*gharar*), dan d) adanya persyaratan yang memancing timbulnya dua hal: riba dan *gharar*. Itulah hal-hal yang paling utama yang menjadikan suatu perniagaan terlarang.

Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah : 275

yaitu:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ  
مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ  
وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ  
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya :*Orang-orang memakan riba tidak dapat berdiri, melaainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan megharakan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhanya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.*<sup>15</sup>

Dari ayat ini kita dapat mengetahui bahwa Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Riba itu ada dua macam yaitu nasiah dan

<sup>15</sup> Hamka., hlm.550.

*fadhhl*. Riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan.<sup>16</sup> Riba *fadhhl* ialah pertukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya.<sup>17</sup>

Riba yang dimaksud dalam ayat ini riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam kehidupan masyarakat Arab zaman jahiliyah. Orang yang mengambil Riba tidak tentram jiwanya seperti orang kemasukan syaitan. Riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat itu, boleh tidak dikembalikan. Sehingga dalam kegiatan penjualan dilarang atau diharamkan riba.<sup>18</sup>

*“Orang-orang yang memakan riba itu tidaklah akan berdiri, melainkan sebagaimana berdirinya orang yang diharu biru setan dengan tamparan.”* (pangkal ayat 275) Kalimat dalam ayat ini, makan riba telah pindah menjadi kata umum. Sebab, meskipun riba bukan semata-mata buat dimakan, bahkan untuk membangun kekayaan yang lain-lain pun, tetapi asal usaha manusia pada mulanya ialah “cari makan”. Maka di dalam ayat ini diperlihatkanlah pribadi orang yang hidupnya dari makan riba itu. Hidupnya susah selalu walaupun bunga uangnya dari riba telah berjuta-juta. Dia tidak

---

<sup>16</sup>Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Pranada Media Gruop, 2011). hlm. 15.

<sup>17</sup>Ismail, hlm. 14.

<sup>18</sup>Ismail, hlm. 13.

merasakan kenikmatan di dalam jiwa lantaran tempat berdirinya ialah mengisap darah orang lain.<sup>19</sup>

Banyak pakar Ekonomi Islam meneliti keberhasilan Nabi Muhammad Saw dalam berdagang, Afzalurrahman dalam bukunya Muhammad sebagai Seorang Pedang menjelaskan walaupun beliau dalam berdagang telah menjadi rujukan sepanjang masa. Rahasia keberhasilan dalam perdagangan tersebut adalah jujur dan adil dalam mengadakan hubungan dengan para pelanggan. Dengan berpegang teguh pada prinsip ini, Nabi telah memberikan teladan cara yang terbaik untuk menjadi pedagang yang berhasil.

Sebelum menikah dengan Khadijah, Nabi telah berdagang sebagai agen Khadijah ke Syiria, Jerussalem, Yaman, dan tempat-tempat lainnya. Dalam perdangan ini Nabi mendapatkan keuntungan yang melebihi dugaan, tidak sepersenpun yang digelapkan dan tak sepersenpun yang dihilangkan oleh Nabi. Wanita itu merasa senang dengan kejujuran, integritas, sikap baik dan kemampuan berdagang Nabi sehingga sifat-sifat ini menimbulkan rasa cinta dan kasih sayang dalam diri Khadijah. Dalam hal ini Nabi telah menunjukkan bagaimana caranya dengan tetap berpegang pada kebenaran, kejujuran dan keamanan, kemakmuran dalam perdagangan akan terwujud.

---

<sup>19</sup>Hamka, hlm.551.

#### **d. Jenis dan Bentuk Penjualan**

Menurut Basu Swasta terdapat beberapa jenis penjualan yang biasa dikenal dalam masyarakat diantaranya adalah:

1) *Trade Selling*

Penjualan yang terjadi jika produsen dan pedagang besar memberikan keleluasaan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka.

2) *Missionary Selling*

Penjualan ditingkatkan dengan mendorong konsumen untuk membeli produk dari distributor perusahaan.

3) *Technical Selling*

Berusaha meningkatkan penjualan dengan memberikan masukan-masukan kepada pembeli akhir.

4) *New Business Selling*

Membuka transaksi baru dengan membuat calon konsumen menjadi konsumen tetap seperti yang dilakukan perusahaan asuransi.

5) *Responsive Selling*

Setiap produsen diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan konsumen melalui *Route Driving and Retaining*, jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan skala besar, namun akan terjalin hubungan yang baik antara produsen dan konsumen yang



bertujuan untuk membuat konsumen melakukan pembelian secara berulang-ulang.<sup>20</sup>

#### e. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Peningkatan volume adalah salah satu tujuan utama disamping mendapatkan laba maksimum serta menunjang perkembangan perusahaan. Faktor – faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain sebagai berikut: <sup>21</sup>

##### 1. Harga

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut.

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Basu Swasta, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1989). hlm.12.

<sup>21</sup> Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2008). hlm.406.

<sup>22</sup> Tipjono Fandy, *Strategi pemasaran* (Yogyakarta :Andi, 2008), hlm.151.

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.<sup>23</sup>

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka peneliti memberikan kesimpulan bahwa harga suatu barang atau jasa merupakan sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen dengan harapan mendapatkan imbalan berupa manfaat dari barang atau jasa tersebut. Harga suatu produk akan memberikan nilai tersendiri bagi konsumen.

a) Tujuan penetapan harga

Setiap perusahaan selalu berorientasi pada seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh dari suatu produk atau jasa yang dimilikinya, sehingga tujuan penetapan harganya hanya berdasarkan pada tingkat keuntungan dan perolehan yang akan diterimanya. Namun di dalam perkembangannya, tujuan penetapan harga bukan hanya berdasarkan tingkat keuntungan dan perolehannya saja melainkan berdasarkan pertimbangan non ekonomis lainnya.

Perusahaan dalam menentukan harga dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain:

- 1) Harga geografis, penetapan harga geografis melibatkan perusahaan dalam memutuskan dan menetapkan harga produknya kepada pelanggan dalam lokasi yang berbeda.

---

<sup>23</sup>Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.53.

- 2) Potongan harga, kebanyakan perusahaan akan memodifikasi harga dasar mereka untuk member hadiah kepada konsumen atas pembayaran awal, volume pembelian dan pembelian di luar musim.
- 3) Harga Promosional, pada keadaan tertentu perusahaan kadang menetapkan harga produk mereka di bawah harga resmi dan mungkin di bawah harga biaya produksi.
- 4) Harga diskriminasi, perusahaan sering melakukan modifikasi harga untuk menyesuaikan dengan perbedaan-perbedaan yang ada pada pelanggan, produk, dan lokasi.
- 5) Harga bauran produk, logika penentuan harga harus dimodifikasi apabila produk tersebut merupakan bagian dari suatu bauran produk.

## **2. Produk**

Produk adalah suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, *prestise* perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Kemudian produk sendiri diklasifikasikan menjadi 2 yaitu jasa dan barang. Produk

jasa hanya dapat dirasakan (*intangible*), sedangkan produk barang bisa dilihat dan dirasakan (*tangible*).<sup>24</sup>

Menurut Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>25</sup>

Klasifikasi produk dibagi menjadi beberapa kelompok, seperti:

a. Produk berdasarkan ketahannya (*Durability*) dan keberwujudannya (*Tangibility*)

1) Barang-barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang-barang yang berwujud yang biasanya dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan, seperti sabun, pasta gigi, makanan, *soft drink* dan lain-lain.

2) Barang tahan lama (*durable goods*) adalah barang-barang berwujud yang biasanya dapat digunakan untuk waktu yang lama, seperti lemari, pakaian dan lain-lain.

3) Jasa (*Services*) adalah produk yang tidak berwujud, tak terpisahkan, bervariasi dan dapat musnah, seperti salon, nasihat hukum dan perbaikan peralatan.

---

<sup>24</sup> Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta: Kobis, 2014), hlm.18.

<sup>25</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm.69.

b. Produk Konsumen

- 1) Barang sehari-hari (*convenience goods*), konsumen biasanya sering membeli barang sehari-hari dengan segera dan usaha minimum, misalnya makanan, minuman dan sebagainya.
- 2) Barang belanja (*shopping goods*), adalah barang yang secara karakteristik dibandingkan oleh konsumen berdasarkan kecocokan, kualitas, harga dan gaya, misalnya pakaian, sepatu dan kosmetik.
- 3) Barang khusus (*speciality goods*), mempunyai karakteristik atau identifikasi merek yang unik dimana ada cukup pembeli yang bersedia melakukan usaha pembelian khusus. Misalnya sepeda motor, mobil, *handphone* dan lain sebagainya.
- 4) Barang yang tidak dicari (*unsought goods*), adalah barang yang tidak dikenal konsumen atau biasanya tidak terpikirkan untuk membelinya.

c. Produk Industri

- 1) Bahan atau suku cadang (*materials and parts*) adalah barang yang seluruhnya menjadi bagian dari produk produsen. Misalnya produk dari hasil pertanian yaitu kapas, gandum, padi dan lain sebagainya.
- 2) Barang modal (*capital items*) adalah barang tahan lama yang memfasilitasi pengembangan atau pengelolaan produk jadi. Misalnya bangunan pada instansi pabrik yaitu kantor, tempat bangunan produksi, mesin produksi dan lain sebagainya.

### 3. Promosi

#### a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor pendukung keberhasilan kegiatan pemasaran. Meskipun barang tersebut bagus tetapi jika konsumen tidak pernah mendengar ataupun tidak yakin bahwa produk akan berguna bagi konsumen, maka konsumen tidak akan tertarik untuk membeli produk tersebut. Pada dasarnya promosi adalah elemen campuran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.<sup>26</sup>

Promosi merupakan suatu cara untuk menyampaikan informasi suatu produk kepada konsumen. Promosi berfungsi untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan nilai (*value*), dan mengendalikan volume penjualan.<sup>27</sup>

Promosi adalah sebuah cara untuk memberikan informasi mengenai suatu produk.<sup>28</sup> Promosi merupakan kegiatan yang digunakan untuk memberitahu serta mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Promosi berkaitan dengan biaya promosi dan

---

<sup>26</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015).hlm.387.

<sup>27</sup>Sunardi Anita Primastiwi, *Pengantar Bisnis Konsep, Strategi, & Kasus* (Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2015).hlm.18.

<sup>28</sup>Anita Primastiwi, .hlm.18.

kegiatan promosi yang akan dilakukan. Perusahaan harus bisa menentukan kegiatan promosi bagaimanakah yang tepat bagi suatu produk yang dimiliki perusahaan karena setiap produk mempunyai sasaran pasar yang berbeda, sehingga pendekatan promosi yang digunakan berbeda. Selain itu, kegiatan promosi harus dicocokkan dengan kemampuan keuangan perusahaan.<sup>29</sup>

Promosi merupakan alat yang sangat baik untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Salah satu tujuan promosi adalah memberikan informasi jenis produk yang ditawarkan dan berupaya menarik calon konsumen yang baru. Promosi mempunyai beberapa jenis yang pertama promosi melalui periklanan (*advertising*), kedua melalui penjualan (*sales promotion*), ketiga publisitas (*publicity*), dan yang keempat promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*).

Jadi, Promosi dapat diartikan sebagai suatu upaya atau alat komunikasi untuk memperkenalkan suatu produk dari suatu perusahaan tertentu agar dapat dikenal public dan menarik minat pembeli sehingga meningkatkan penjualan perusahaan.

Dalam mengambil komunikasi dan program promosi secara menyeluruh maka langkah-langkah utama komunikator pada bidang pemasaran, yaitu :

---

<sup>29</sup> Nur Roanto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Jakarta: Alfabeta, 2012).hlm.15.

- a. Mengidentifikasi pendengar atau pemirsa
- b. Menentukan tujuan komunikasi
- c. Merancang pesan
- d. Mengalokasikan anggaran promosi
- e. Merumuskan tentang bauran promosi
- f. Mengukur hasil promosi
- g. Mengelola dan mengkoordinasikan proses komunikasi pemasaran secara keseluruhan.

Perusahaan dapat melakukan kegiatan promosi secara langsung ataupun tidak langsung melalui media massa. Kegiatan promosi tersebut akan dipilih perusahaan tergantung dari faktor-faktor sebagai berikut:

- a. Jumlah dana promosi yang tersedia
- b. Masa tahapan kehidupan produk
- c. Pemberi sasaran yang dituju
- d. Sifat khusus dari produk

#### **b. Biaya Promosi**

Biaya merupakan faktor yang sangat penting dalam melaksanakan berbagai kegiatan, apa pun jenis kegiatan itu. Terlebih lagi bagi kegiatan dibidang pemasaran, khususnya promosi. Setiap kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan tentunya memerlukan biaya. Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tergantung pada alat promosi yang digunakan. Seperti yang dikemukakan Kotler dan Armstrong, jika analisis



suatu perusahaan menunjukkan beban utama harus diletakkan pada periklanan, maka biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan lebih kecil, jika dibandingkan dengan promosi menggunakan penjualan pribadi.

Biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang menjadi beban perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosinya. Dari penjelasan di atas dapat dilihat bahwa biaya merupakan suatu pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan oleh perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa, dimana biaya tersebut dinyatakan dalam bentuk uang. Dengan demikian, biaya promosi adalah biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai tujuan usaha, perusahaan tentunya memerlukan biaya. Dengan demikian, setiap tindakan yang akan dilakukan harus dipikirkan secara matang dan membandingkan antar faedah yang didapat dengan pengorbanan yang dilakukan. Setiap keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan adalah keputusan yang mempertimbangkan antara hasil yang didapat dengan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh hasil tertentu.

### **c. Tujuan Promosi**

Menentukan tujuan promosi menjadi sebuah masalah bagi manajemen. Sebenarnya tujuan promosi adalah untuk memengaruhi perilaku. Daya tarik yang ditimbulkan bisa jadi tidak langsung, namun

alasan para penjual menghabiskan uang dan waktu untuk melakukan promosi adalah untuk membuat orang berperilaku secara tertentu. Menyakinkan orang-orang agar percaya dengan produk yang dipasarkan atau dipromosikan dengan cara yang baik dan benar.

Tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*informing*) dapat berupa:
  - a. Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru
  - b. Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk
  - c. Menyampaikan perubahan harga kepada pasar
  - d. Menjelaskan cara kerja suatu produk
  - e. Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan
  - f. Meluruskan kesan yang keliru
  - g. Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli
  - h. Membangun citra perusahaan
2. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk:
  - a. Membentuk pilihan merek
  - b. Mengalihkan pilihan merek tertentu
  - c. Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk
  - d. Mendorong pembeli untuk berbelanja saat itu juga

e. Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan waraniaga  
(*salesman*)

3. Mengingat ( *reminding* ) dapat terdiri atas:

- a. Mengingat pembeli bahwa produk yang ditawarkan dibutuhkan dalam waktu dekat
- b. Mengingat pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan
- c. Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan
- d. Menjaga ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan

Menelaah pemikiran-pemikiran diatas, maka dapat disimpulkan betapa pentingnya kegiatan promosi, Karen kegiatan promosi merupakan suatu proses memperkenalkan keberadaan, karakteristik, dan keunggulan dari produk perusahaan, sehingga menimbulkan minat calon konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi produk yang ditawarkan, yang merupakan tujuan utama dari tindakan promosi.

Promosi memiliki tujuan yang lebih luas. Tujuan-tujuan jangka panjang kegiatan promosi tersebut tidak atau belum akan secara langsung dan dalam jangka waktu singkat menampakkan hasil. Apabila program promosi jangka panjang dapat berhasil maka hasilnya akan lebih baik, sebab akan boleh jadi konsumen menjadi setia dan loyal terhadap suatu produk. Secara jangka panjang promosi ditujukan untuk mencapai hal-hal berikut ini:

- a. Memperkuat asosiasi dan kesadaran merek
- b. Memperkuat loyalitas merek
- c. Memberikan kesan kualitas yang diinginkan

Dengan adanya tujuan jangka panjang diharapkan agar tindakan promosi dapat selalu mempengaruhi konsumen untuk menggunakan suatu produk dan tidak berpindah kepada sejenis produk yang diproduksi.

#### **d. Promosi dalam Ekonomi Islam**

Pandangan syariah dalam bauran pemasaran, khususnya promosi adalah bahwa betapa banyak promosi yang dilakukan saat ini melalui media promosi justru mengandung kebohongan dan penipuan. Dari sudut pandang syariah, faktor ini yang sangat dominan banyak yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah dalam praktiknya di *market*, baik karena kebohongan atau terlampaui berlebih-lebihan, Islam secara jelas melarang kedua hal ini dalam unsur promosi.

Salah satu bentuk promosi yang dilakukan pada zaman Nabi dan mirip-mirip dengan yang ada sekarang adalah *najasy* (promosi palsu), yaitu salah satu taktik yang dilakukan oleh perusahaan untuk melariskan dagangannya dengan melakukan reklame, promosi dan iklan di media dengan berlebih-lebihan agar orang-orang menjadi terkesan dan tertarik untuk membeli. Karena iklan dan promosi seperti itu dapat menipu pembeli, maka Rasulullah melarangnya sebagaimana diriwayatkan oleh Ibnu Umar.

### عنانج - صلواته عليه وسلم - نه رسول الله

**Artinya:** *Rasulullah -shallallahu 'alahi wa sallam-* melarang melakukan transaksi *Najis*. (HR Bukhari)<sup>30</sup>

*Pengertian jual-beli najasy dalam hadist tersebut yaitu* pujian yang berlebihan yang dilakukan seseorang terhadap suatu produk dengan tujuan agar harga barang tersebut bisa menjadi tinggi dan lebih laris terjual.

Biasanya dia akan menawar produk tadi dengan harga yang tinggi, padahal dia tidak ingin membeli barang tersebut, sebab tujuannya agar ada pembeli lain yang akhirnya menawar barang tersebut dengan harga yang lebih tinggi darinya.

Dalam hadits ini Nabi *shallallahu 'alahi wa sallam* melarang melakukan transaksi *Najisy* yang mengandung unsur pengelabuhan. Ini menunjukkan bahwa segala transaksi yang terdapat tipu muslihat dengan cara memuji barang dagangan yang tidak sesuai kenyataannya hukumnya haram.

#### **e. Strategi Promosi**

Dalam mewujudkan tujuan-tujuan promosi perlu dilakukan pemilihan strategi promosi secara tepat. Hal ini karena tidak semua strategi promosi cocok untuk suatu produk. Apabila terjadi kesalahan dalam memilih strategi promosi maka tentu saja mengakibatkan

---

<sup>30</sup><http://repository.umy.ac.id>

terjadinya pemborosan. Dengan itu jenis-jenis strategi promosi antara lain:

- a. Strategi *defensive* (bertahan), merupakan langkah yang dilakukan dengan strategi promosi yang sifatnya hanya sekedar agar konsumen tidak lupa merek suatu produk atau berpaling ke merek lain. Strategi ini akan lebih efektif jika digunakan oleh perusahaan yang telah memiliki *market share* dan *market grow* diyakini masih tinggi.
- b. Strategi *attack* (ekspansi), merupakan strategi yang dilakukan guna memperoleh atau merebut pangsa pasar lebih besar lagi. Strategi ini lebih efektif lagi digunakan bila *market share* masih rendah namun potensi *market grow* diyakini masih tinggi.
- c. Strategi *develop* (berkembang), umumnya digunakan oleh produk yang telah memiliki pangsa pasar yang lebih relative tinggi namun dengan tingkat pertumbuhan yang sangat lambat.
- d. Strategi *observe* (observasi), digunakan jika menghadapi situasi pasar yang tidak berkembang dan pangsa pasarnya kecil.

#### **4. Distribusi**

##### a. Pengertian Distribusi

Biaya distribusi adalah biaya-biaya yang dikorbankan perusahaan untuk mendistribusikan produk-produk yang diproduksi perusahaan kepada para konsumen dan calon konsumen, biaya distribusi mencakup klasifikasi biaya utama dan sub biaya utama seperti biaya pemrosesan

pesanan, retur penjualan, biaya layanan, biaya transportasi, biaya pengemasan, dan biaya pergudangan.

Distribusi merupakan aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan, mengirimkan, menyebarkan dan menyampaikan produknya ke konsumen. Distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha mempermudah penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen.

Kegiatan penjualan yang berhasil dipengaruhi oleh kegiatan distribusi yang baik. Kegiatan distribusi memerlukan biaya-biaya yang disebut biaya distribusi. Semakin besar biaya distribusi yang dikeluarkan oleh perusahaan maka penjualan akan semakin meningkat.

Kegiatan distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyaluran barang dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan meliputi jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan. Perusahaan menggunakan kegiatan distribusi agar masyarakat mudah mendapatkan barang yang diinginkannya. Dalam hal ini diharapkan akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk sehingga volume penjualan akan meningkat.

Faktor yang paling penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah biaya distribusi yang berfungsi untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimum, dengan demikian jika

kegiatan distribusi semakin besar maka volume penjualan semakin meningkat.<sup>31</sup>

Distribusi merupakan jalur atau keseluruhan perantara pemasaran yang dilalui barang dan jasa dari produsen ke pemakai industri dan konsumen, termasuk di dalamnya transportasi dan pergudangan.<sup>32</sup>

#### b. Jenis- jenis Distribusi

Produsen harus menyalurkan produknya ketempat konsumen itu berada. Kegiatan untuk menyalurkan produk itu dapat dilakukan secara langsung dari produsen ke konsumen, akan tetapi dapat pula secara tidak langsung. Semua itu merupakan tugas produsen untuk mendistribusikan produknya kepada konsumen. Untuk keperluan tersebut produsen dapat menggunakan berbagai jenis saluran distribusi, antara lain:<sup>33</sup>

##### a. Distribusi Eksklusif

Distribusi eksklusif merupakan jenis distribusi yang hanya menggunakan penyalur yang sangat terbatas jumlahnya, bahkan hanya ada satu distributor di dalam satu daerah tersebut. Distributor yang dipilih tidak boleh memasarkan produk saingan perusahaan.

---

<sup>31</sup>Eko Prasto, "Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Sinar Niaga Sejahtera, Cabang Medan" 1 No.2 (2020), hlm.64.

<sup>32</sup>Gugup Kismono, *Bisnis Pengantar* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008). hlm.25.

<sup>33</sup>Soetrisno MH, *Bisnis Pengantar* (Yogyakarta: PT. Prenhallindo, 1991). hlm.302.



b. Distribusi Selektif

Distributor selektif merupakan cara distribusi dimana produk hanya disalurkan oleh beberapa penyalur saja yang terpilih. Ini dikarenakan perusahaan ingin memilih penyalur yang benar-benar baik dan mampu melaksanakan fungsinya.

c. Distribusi Intensif

Distribusi intensif merupakan cara distribusi dimana produk yang dipasarkan itu diusahakan agar menyebar seluas mungkin.

c. Distribusi dalam Ekonomi Islam

Islam memberikan batas-batas tertentu dalam berusaha, memiliki kekayaan dan mentransaksikannya. Dalam pendistribusian harta kekayaan, Al-Quran telah menetapkan langkah-langkah tertentu untuk mencapai pemerataan pembagian kekayaan dalam masyarakat secara objektif, seperti memperkenalkan hukum waris yang memberikan batas kekuasaan bagi pemilik harta dengan maksud membagi semua harta kekayaan kepada semua karib kerabat apabila seseorang meninggal dunia. Begitu pula dengan hukum zakat, infaq, sadaqah, dan bentuk pemberian lainnya juga diatur untuk membagi kekayaan kepada masyarakat yang membutuhkan. Distribusi pendapatan dalam dunia perdagangan juga disyariatkan dalam bentuk akad kerja sama, misalnya distribusi dalam bentuk *mudharabah* merupakan bentuk distribusi kekayaan dengan sesama Muslim dalam bentuk investasi yang berorientasi *profit sharing*.

Pihak pemodal yang mempunyai kelebihan harta membantu orang yang mempunyai keahlian berusaha, tetapi tidak punya modal. Sebagaimana dalam Q.S Al-Anfal ayat 1 :

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْأَنْفَالِ قُلِ الْأَنْفَالُ لِلَّهِ وَالرَّسُولِ فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَصْلِحُوا  
ذَاتَ بَيْنِكُمْ وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya :Mereka menanyakan kepadamu (Muhammad) tentang (pembagian) harta rampasan perang. Katakanlah, “Harta rampasan perang itu milik Allah dan Rasul (menurut ketentuan Allah dan Rasul-Nya), maka bertakwalah kepada Allah dan perbaikilah hubungan di antara sesama, dan taatlah kepada Allah dan Rasul-Nya jika kamu orang-orang yang beriman.

Dalam ayat ini kita tahu bahwa distribusi itu sangat penting karena Allah SWT tidak suka dengan orang-orang yang menumpukkan hartanya.

#### d. Fungsi Distribusi

Fungsi distribusi dalam pemasaran adalah memindahkan barang dari produsen kepada konsumen.Fungsi lain dari distribusi antara lain:<sup>34</sup>

1. Fungsi informasi, yaitu mengumpulkan dan mendistribusikan pemasaran serta membantu pertukaran.
2. Fungsi promosi, yaitu mengembangkan dan menyebarkan komunikasi *persuasive* mengenai suatu penawaran.
3. Fungsi penyesuaian, yaitu membentuk dan menyesuaikan tawaran dengan kebutuhan pembeli, termasuk aktivitas seperti pembuatan, pemilihan, dan pengemasan.

---

<sup>34</sup>Imam Amirullah, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005).hlm.148.

4. Fungsi kontak, yaitu menemukan dan berkomunikasi dengan calon pembeli.

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel II.3**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul/Tahun	Hasil Penelitian
1.	Firmansyah Kurniadi <sup>35</sup>	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada CV. Sejati di Sragen (2010)	Pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh secara parsial dan bersama-sama terhadap volume penjualan. Dan sesuai hasil analisis diketahui factor yang paling dominan mempengaruhi volume penjualan adalah promosi. <sup>36</sup>
2	Moh Eko Setiawan <sup>37</sup>	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan pada UD. Rizky Mubarak Burneh Bangkalan Tahun 2020	Terdapat pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan, dan terdapat pengaruh signifikan biaya distribusi terhadap volume penjualan.

<sup>35</sup>Firmansyah kurniadi, “pengaruh biaya promosi dan distribusi terhadap peningkatan volume penjualan pada cv. Sejati di sragen” (s1, univerversitas muhammadiyah surakarta, 2010), hlm.21, <http://eprints.ums.ac.id/9874/hlm.54>.

<sup>37</sup>Moh eko setiawan, “pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada ud. Rizky mubarak burneh bangkalan tahun 2020” (thesis:thesis, sekolah tinggi agama islam darul hikmah bangkalan, 2020), hlm.21, <https://repository.darul-hikmah.com/publications/339762/hlm.65>.

3	Ignatius Yudha Dwi Anto <sup>38</sup>	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan  Tahun 2008	Adanya pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan, adanya pengaruh positif yang signifikan biaya distribusi terhadap volume penjualan. Dan adanya pengaruh signifikan biaya distribusi dan biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan.
4.	Ika Putri Ocktaviyanti <sup>39</sup>	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Media Pressindo	Terdapat pengaruh positif biaya promosi terhadap volume penjualan dengan $t_{hitung} = 5,224$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,691$ dengan signifikan 5%.  Terdapat pengaruh positif biaya distribusi terhadap volume penjualan dengan $t_{hitung} = 4,729$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,691$ dengan signifikan 5%.  Terdapat pengaruh

<sup>38</sup>Ignatius yudha dwi anto, "program studi pendidikan akuntansi jurusan pendidikan ilmu pengetahuan sosial fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas sanata dharma yogyakarta 2008," 2007, hlm.11.

<sup>39</sup>Ika Putri Ocktaviyanti, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Media Pressindo" (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013), hlm.7.

			positif biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan dengan $F_{hitung} = 24,147$ lebih besar dari $F_{tabel} = 3,260$ dengan taraf kesalahan 5%.
5.	Amanda Tyas <sup>40</sup>	Analisis Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi Kasus PT. Tiga Abadi Perkasa Cabang Purbalingga)	<p>Hasil analisis variabel independen dengan variabel dependen dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa biaya promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjualan dengan nilai <math>t_{hitung} (2,043) &gt; t_{tabel} (2,032)</math>.</p> <p>Hasil analisis variabel independen dengan variabel dependen dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa biaya distribusi mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjualan dengan nilai <math>t_{hitung} (2,983) &gt; t_{tabel} (2,032)</math>.</p>

<sup>40</sup>Amanda tyas, “analisis pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap peningkatan volume penjualan (studi kasus pt. tiga putra abadi perkasa cabang purbalingga)” (skripsi, iain purwokerto, 2016), <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/1435/hlm.7>.

Dari penelitian terdahulu terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti diantaranya ialah:

1. Persamaan hasil peneliti Firmansyah Kurniadi dengan peneliti adalah Firmansyah Kurniadi variabel  $X_1$  merupakan pengaruh promosi dan variabel  $X_2$  adalah biaya distribusi, sedangkan perbedaan yang ditemukan oleh peneliti Firmansyah Kurniadi dengan peneliti adalah pengaruh biaya promosi dan distribusi terhadap peningkatan volume penjualan, sementara peneliti pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan, dan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya Firmansyah Kurniadi meneliti di CV. Sejati di Sragen, sedangkan peneliti meneliti di PT Unilever Indonesia.
2. Persamaan peneliti Moh Eko Setiawan temukan dengan peneliti adalah variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y$  sama, perbedaannya hanya terletak pada objek penelitian.
3. Persamaan peneliti Ignatius Yudha Dwi Anto temukan dengan peneliti adalah variabel  $X_1$ ,  $X_2$  sama, sementara perbedaan yang ditemukan oleh peneliti adalah pada penelitian Ignatius Yudha Dwi Anto peningkatan volume penjualan.
4. Persamaan yang peneliti temukan dengan peneliti Ika Putri Ocktaviyanti adalah dimana variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan variabel  $Y$  sama, perbedaannya hanya objek penelitiannya berbeda.

5. Persamaan yang peneliti ditemukan dengan peneliti Amanda Tyas Dewi adalah mempunyai variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan variabel Y sama, perbedaannya hanya terdapat pada objek penelitiannya.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan sintesa dari serangkaian yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau *alternative* dan serangkaian masalah yang ditetapkan.<sup>41</sup> Menurut Pridge, Hughes, dan Kapoor konsep pemasaran adalah sebuah filosofi bisnis yang meliputi seluruh organisasi dalam proses pemuasan kebutuhan konsumen guna mencapai tujuan perusahaan.

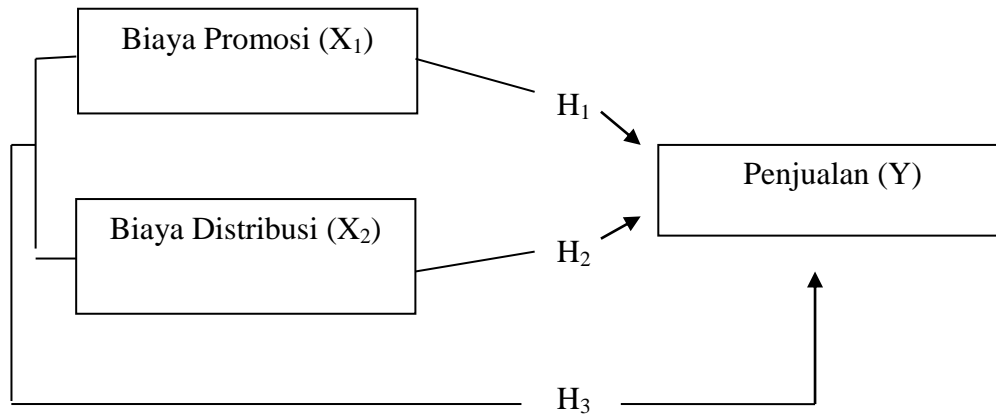
Perusahaan harus mengumpulkan informasi mengenai pangsa pasarnya dalam upaya peningkatan penjualan. Promosi digunakan untuk menempatkan suatu produk, meningkatkan suatu nilai (*value*), dan mengendalikan volume penjualan.

Kerangka pikir berikut ini menggambarkan mengenai penjualan pada PT. Unilever Indonesia Tbk yang dapat dipengaruhi oleh promosi. Promosi menjadi variable *independent*/bebas ( $X_1$ ) dan Biaya Distribusi ( $X_2$ ), dimana variable ini berpengaruh/tidak terhadap penjualan sebagai variable *dependent*/terikat (Y). Berikut bagan dari kerangka pikir penelitian ini.

---

<sup>41</sup>Abdul Hamid, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm.26.

**Gambar II.1**  
**Kerangka Pikir**



#### **D. Hipotesis**

Dalam penelitian ini, dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

$H_{01}$ : Tidak terdapat pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT.

Unilever Indonesia Tbk

$H_{a1}$  : Terdapat pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT.

Unilever Indonesia Tbk

$H_{02}$ : Tidak terdapat pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT.

Unilever Indonesia Tbk

$H_{a2}$ : Terdapat pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT.

Unilever Indonesia Tbk

$H_{03}$  : Tidak terdapat pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk

$H_{a3}$  : Terdapat pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini diteliti di PT. Unilever Indonesia Tbk pada periode 2011-2020 terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). ISSI diluncurkan pada tahun 2011 yang merupakan komposit saham syariah yang tercatat di BEI yang bersumber dari *website* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)<sup>42</sup> waktu yang diperlukan dalam penelitian ini dari bulan Juli 2020 hingga bulan November 2021.

#### **B. Populasi dan Sampel**

Daerah populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan tahunan PT. Unilever Indonesia Tbk berupa laporan dalam bentuk triwulan periode 2011-2020. Adapun cara penentuan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik sampling jenuh. Sampling jenuh yaitu teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 40 sampel.

#### **C. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang sedang diteliti termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif. Kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument peneliti, analisis data bersifat kuantitatif statistic dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa biaya promosi, biaya distribusi dan

---

<sup>42</sup> “PT Bursa Efek Indonesia, “ PT Bursa Efek Indonesia, accessed July 12, 2021, <http://www.idx.co.id>.

Volume penjualan PT. Unilever Indonesia Tbk tahun 2011-2020 dalam bentuk triwulanan yang diperoleh dari website resmi PT. Unilever Indonesia Tbk (<https://www.unilever.co.id/>).

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian adalah metode dokumentasi. Menurut Sugiyono dokumen merupakan catatan peristiwa lampau. Dokumen bisa saja berbentuk tulisan, gambar, dan karya-karya sejarah. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan, dan kebijakan. Data yang diperoleh dari dokumentasi yaitu:

1. Sejarah PT. Unilever Indonesia Tbk.
2. Struktur organisasi PT. Unilever Indonesia Tbk.
3. Data biaya promosi tahun 2011-2020 (data triwulanan).
4. Data biaya distribusi tahun 2011-2020 (data triwulanan).
5. Data volume penjualan tahun 2011-2020 (data triwulanan).

#### **E. Teknik Analisis Data**

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, dilakukan beberapa teknik analisis data yang terdiri dari statistic deksriptif dan pengujian secara kuantitatif guna menghitung apakah terdapat pengaruh promosi terhadap penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistic deskriptif untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>43</sup> Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum dan minimum.

## 2. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25.0 dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikan lebih dari 5% atau 0,05.<sup>44</sup>

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya hubungan yang tinggi atau ideal setiap variabel bebas. Jika setiap variabel bebas terjadi multikolineritas sempurna, maka koefisien regresi varibel bebas tidak dapat ditentukan dan nilai *standard error* menjadi tak terhingga.

---

<sup>43</sup> Sugiyono and AgusSusanto, Cara Mudah Belajar SPSS Dan LisvelTeori Dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm.23.

<sup>44</sup> Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008). hlm.90.

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau variabel penjelas (bebas) dari model regresi ganda.<sup>45</sup> Munculnya multikolinearitas dapat di indikasikan dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang merupakan simpangan baku kuadrat yang digunakan untuk mengukur bagaimana hubungan atau keeratan antar variabel bebas. Apabila nilai VIF lebih besar dari 10 maka menunjukkan adanya multikolinearitas yang cukup besar di antara variabel independent.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah variasi residual absolute sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak diantara data pengamatan tersebut menggunakan koefisien signifikan. Apabila koefisien signifikan lebih besar dari 0,05, maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas diantara data pengamatan tersebut menggunakan koefisien signifikan. Bila signifikan < dari 0,05 maka dinyatakan terjadi heteroskedastisitas. Cara lain dalam menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ . Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

---

<sup>45</sup>Setiawan Sri Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010).hlm.82.

### c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berhubungan satu sama lain. Masalah autokorelasi muncul karena residual tidak bebas dari suatu observasi ke observasi lainnya.<sup>46</sup>

Uji autokorelasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negative antara data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Metode yang digunakan untuk menguji autokorelasi dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode uji *Durbin-Waston*. Pengambilan keputusan pada uji *Durbin-Waston* (DW) dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Angka DW di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- b. Angka DW di bawah antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c. Angka DW di atas +2 berarti ada autokorelasi negative

### 4. Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian linearitas melalui SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan lebih dari 0,05.<sup>47</sup> Uji linearitas merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi jika

---

<sup>46</sup>Umi mardiyati, gatot nazir ahmad, and ria putri, "pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (bei) periode 2005-2010," *jrmisi - jurnal riset manajemen sains indonesia* 3, no. 1 (2012), hlm.1-17.

<sup>47</sup>Mardiyati, Ahmad, and Putri, hlm.36.

hendak melakukan perhitungan regresi linear sederhana atau berganda antara variable yang diteliti.

#### 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi mengukur tingkat ketepatan atau kecocokan dari regresi linier yaitu persentase sumbangan X terhadap variasi naik turunnya Y. Dalam penelitian ini yaitu regresi Y terhadap  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variasi Y secara bersama-sama.

Ciri-ciri  $R^2$  merupakan fungsi yang menarik dari variabel X yang tercakup dalam persamaan regresi linier berganda. Semakin banyak variabel yang tercakup dalam model, semakin naik fungsi tersebut, artinya semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati 1) maka ketepatannya semakin baik.

#### 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua buah atau lebih variabel bebas terhadap satu buah variabel terikat.

Persamaan umumnya :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

$Y = (VP)$  Volume Penjualan

$X_1 = (BP)$  BiayaPromosi

$X_2 = (BD)$  BiayaDistribusi

$b_0 =$  Nilai Konstanta

$b_1, b_2 =$  Koefisien Regresi

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu promosi berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen yaitu penjualan. Untuk mengetahui hasil signifikan atau tidak, angka  $t_{hitung}$  akan dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ .  $T_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikan tingkat signifikan  $0,05/2 = 0,025$  dengan derajat kebebasan  $df = n-k-1$ .<sup>48</sup>

Setelah diperoleh  $t_{hitung}$ , maka menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

- b. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini berarti pengaruh promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.
- c. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, ini berarti pengaruh promosi terhadap penjualan.

### b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Apabila F-signifikan  $< 0,05$  berarti hipotesis diterima, yakni terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika F-signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis

---

<sup>48</sup>Irianto, hlm.154.

ditolak, yakni tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat PT. Unilever Indonesia Tbk**

###### **a. Hadirnya Unilever di Indonesia**

Unilever Indonesia pertama kali didirikan pada 5 Desember 1933 dengan nama “*Lever’s Zeepfabrieken N.V.*” yang bertempat di daerah Angke, Jakarta Utara berdasarkan akta No.23 dari Mr.A.H. van Ophuijsen, notaries di Batavia. Akta ini disetujui oleh Jenderal *Geoual van Nederlandsch-Indie* berdasarkan surat No.14 pada 16 Desember 1933, terdaftar di *Raad van justitie* di Batavia dengan No.302 pada 22 Desember 1922 dan diterbitkan dalam *Javasche Courant* pada 9 Januari 1934<sup>49</sup>.

Pada 22 Juli 1980, perusahaan berganti nama menjadi “PT Unilever Indonesia Ny. Kartini Muljadi SH. Perubahan nama pun kembali terjadi pada 30 juni 1997 menjadi “PT Unilever Indonesia Tbk” dengan akta No92 notaris public Bp. Mudofir Hadi SH. Akta ini disetujui oleh Menteri Kehakiman dengan surat keputusan No. C2-1.049HT.98 tanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara No.2620 tanggal 15 Mei 1998<sup>50</sup>.

---

<sup>49</sup>“AR2019.Pdf,” accessed November 05 2021, hlm.34.<http://www.Unilever.co.id>

<sup>50</sup>Ibid., hlm.35.

b. Ekspansi Unilever Indonesia

Pada 22 November 2000, Unilever Indonesia mengadakan perjanjian dengan PT Anugrah Indah Pelangi, untuk mendirikan perusahaan baru yaitu PT Anugrah Lever (PT AL) yang bergerak di bidang manufaktur, pengembangan, pemasaran dan penjualan dari kecap, saus cabai dan saus lainnya di bawah Bango dan merek lain di bawah lisensi perusahaan untuk PT AL.

Berselang dua tahun, tepatnya pada tanggal 3 Juli 2002, Unilever Indonesia kembali mengadakan perjanjian dengan *Texchem Resources Berhad* untuk mendirikan perusahaan baru yaitu PT Technopia Lever yang bergerak di bidang distribusi, ekspor dan impor barang-barang dengan merek dagang Domestos Nomos. Pada tanggal 7 November 2003, *Texchem Resources Berhad* menandatangani perjanjian jual beli saham dengan Technopia Singapore Pte.Ltd, dimana *Texchem Resources Berhad* setuju untuk menjual semua sahamnya di PT Technopia Lever ke Technopia Singapore Pte.Ltd.

Dalam Rapat Umum Luar Biasa perusahaan pada tanggal 8 Desember 2003, Unilever Indonesia menerima persetujuan dari pemegang saham minoritasnya untuk mengakuisisi saham PT Knorr Indonesia (PT KI) dari Unilever Overseas Holdings Limited (pihak terkait). Akuisisi ini efektif berjalan pada tanggal penandatanganan perjanjian jual beli saham antara perusahaan dan Unilever Overseas Holdings Limited pada tanggal 21 Januari 2004.

Pada 30 Juli 2004, Unilever Indonesia bergabung dengan PT KI. Merger dicatat dengan menggunakan metode yang mirip dengan metode penyatuan kepemilikan. Perusahaan adalah yang bertahan dan setelah merger PT KI tidak lagi ada sebagai badan hukum yang terpisah. Penggabungan ini sesuai dengan persetujuan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam surat No. 740/III/PMA/2004 tanggal 9 Juli 2004.

Pada 2007, perusahaan menandatangani perjanjian bersyarat untuk membeli merek “Buavita” dan “Gogo” minuman Vitality berbasis buah dari Ultra.

c. Tahun Bersejarah Unilever Indonesia

1933 – Unilever Indonesia pertama kali berdiri dengan nama Lever’s Zeepfabrieken N.V. di daerah Angke, Jakarta Utara

1936 – Margarin Blue Band dan sabun mandi Lux mulai dipasarkan di Indonesia

1982 – Unilever Indonesia menjadi perseroan terbuka dan melepas saham ke public dengan mendaftarkan 15% saham di Bursa Efek Indonesia

1990 - Membuka pabrik Personal Care di Rungkut, Surabaya dan memasuki bisnis teh dengan mengakuisisi Sari Wangi

1992 – Pabrik es krim Wall’s dibuka di Cikarang. Conello dan Paddle Pop muncul di pasar

2001 – Memulai bisnis kecap dengan mengakuisisi Bango

2004 – Merek Knorr diakuisisi dari Unilever Overseas Holding Ltd dan menggabungkannya dengan Unilever Indonesia. Memindahkan pabrik produk perawatan rambut dari Rungkut ke Cikarang

2008 – Membangun pabrik perawatan kulit terbesar se-Asia di Cikarang. Memasuki bisnis minuman sari buah dengan mengakuisisi brand Buavita dan Gogo. SAP diimplementasikan di seluruh Unilever Indonesia

2013 – Memperingati 80 tahun perjalanan Unilever Indonesia, dengan meluncurkan “ Project Sunlight” untuk menginspirasi masyarakat agar bergabung dalam menciptakan masa depan yang lebih cerah bagi generasi mendatang

2014 – Meluncurkan Program “ Bitobe untuk Indonesia” Sebagai wujud komitmen jangka panjang Lifebuoy untuk menciptakan masyarakat yang lebih sehat

2018 – Meluncurkan kategori baru yaitu kategori saus sambal dengan mempersembahkan saus sambal Jawara dan meluncurkan brand perawatan tubuh baru Korea Glow

## **2. Visi dan Misi PT Unilever Indonesia Tbk**

### **a. Visi PT Unilever Indonesia Tbk**

Untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap harinya.

### **b. Misi PT Unilever Indonesia Tbk**

Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.

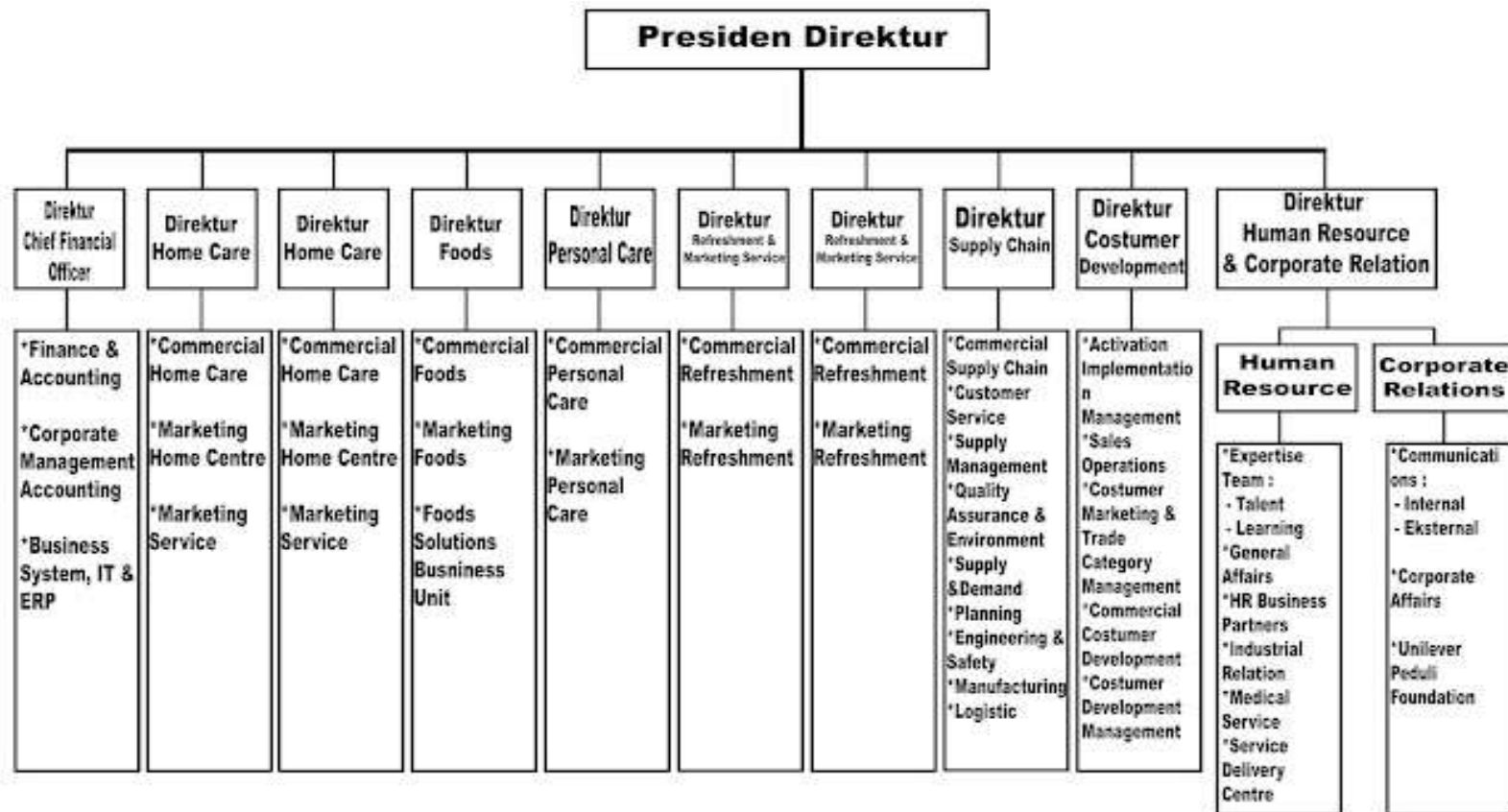
Kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui *brand* dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.

Kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bias mewujudkan perubahan besar bagi dunia.

Kami senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami tumbuh dua kali lipat mengurangi dampak terhadap lingkungan, dan meningkatkan dampak sosial.

### **3. Tujuan PT Unilever Indonesia Tbk**

Tujuan PT Unilever Indonesia, memenuhi kebutuhan sehari-hari setiap anggota masyarakat dimanapun mereka berada, mengantisipasi aspirasi konsumen dan pelanggan, serta menanggapi secara kreatif dan kompetitif dengan produk-produk bermerek dan layanan yang meningkatkan kualitas kehidupan. Akar Unilever yang kokoh dalam budaya dan pasar local di dunia merupakan warisan yang tidak ternilai dan menjadi dasar bagi pertumbuhan PT Unilever Indonesia dimasa yang akandatang.



## B. Deskripsi Data Penelitian

1. Perkembangan Biaya Promosi pada PT Unilever Indonesia Tbk 2011-2020 (dalam satuan rupiah).

**Tabel IV.1**  
**Biaya Promosi**

Tahun	Biaya Promosi
2011	
Triwulan 1	231988000
Triwulan 2	433782000
Triwulan 3	613311000
Triwulan 4	747370000
2012	
Triwulan 1	164432000
Triwulan 2	528710000
Triwulan 3	549679000
Triwulan 4	717790000
2013	
Triwulan 1	214121000
Triwulan 2	427741000
Triwulan 3	703928000
Triwulan 4	968798000
2014	
Triwulan 1	236285000
Triwulan 2	464059000
Triwulan 3	770762000
Triwulan 4	1046227000
2015	
Triwulan 1	33849000
Triwulan 2	652821000
Triwulan 3	1003606000
Triwulan 4	1277293000
2016	
Triwulan 1	348662000
Triwulan 2	747345000
Triwulan 3	1177089000

Triwulan 4	1501836000
2017	
Triwulan 1	357152000
Triwulan 2	767883000
Triwulan 3	1153147000
Triwulan 4	1498024000
2018	
Triwulan 1	366681000
Triwulan 2	767346000
Triwulan3	1250704000
Triwulan4	1658263000
2019	
Triwulan 1	405485000
Triwulan 2	846052000
Triwulan 3	1338019000
Triwulan4	1774986000
2020	
Triwulan 1	465343000
Triwulan 2	911013000
Triwulan 3	1499811000
Triwulan 4	2022167000

2. Perkembangan Biaya Distribusi pada PT Unilever Indonesia Tbk 2011-2020 (dalam satuan rupiah).

**Tabel IV.2**  
**Biaya Distribusi**

Tahun	Biaya Distribusi
2011	
Triwulan 1	226928000
Triwulan 2	454046000
Triwulan 3	698735000
Triwulan 4	944771000
2012	
Triwulan 1	253916000



Triwulan 2	534618000
Triwulan 3	829959000
Triwulan4	1129284000
2013	
Triwulan 1	304783000
Triwulan 2	674179000
Triwulan 3	999208000
Triwulan 4	1319447000
2014	
Triwulan 1	388316000
Triwulan 2	767681000
Triwulan 3	1123560000
Triwulan 4	1481960000
2015	
Triwulan 1	414412000
Triwulan 2	843834000
Triwulan 3	1231912000
Triwulan 4	1657530000
2016	
Triwulan 1	489280000
Triwulan 2	1015393000
Triwulan 3	1441869000
Triwulan 4	1965715000
2017	
Triwulan 1	501843000
Triwulan 2	1032361000
Triwulan 3	1490816000
Triwulan 4	1986342000
2018	
Triwulan 1	497416000
Triwulan 2	1005207000
Triwulan3	1483996000
Triwulan4	1942881000
2019	
Triwulan 1	486330000
Triwulan 2	976002000

Triwulan 3	1442462000
Triwulan4	1882668000
2020	
Triwulan 1	547769000
Triwulan 2	1045432000
Triwulan 3	1548113000
Triwulan 4	1968233000

3. Perkembangan Biaya Distribusi pada PT Unilever Indonesia Tbk 2011-2020 (dalam satuan rupiah).

**Tabel IV.3**  
**Volume Penjualan**

Tahun	Volume Penjualan
2011	
Triwulan 1	5668316000
Triwulan 2	11464161000
Triwulan 3	17322170000
Triwulan 4	23469218000
2012	
Triwulan 1	6604058000
Triwulan 2	13359546000
Triwulan 3	20344016000
Triwulan4	27303248000
2013	
Triwulan 1	7593564000
Triwulan 2	15430393000
Triwulan 3	23025103000
Triwulan 4	30757435000
2014	
Triwulan 1	8725116000
Triwulan 2	17582488000
Triwulan 3	26089807000
Triwulan 4	34511534000
2015	
Triwulan 1	9413452000
Triwulan 2	18801546000

Triwulan 3	27546680000
Triwulan 4	36484030000
2016	
Triwulan 1	9988220000
Triwulan 2	20745536000
Triwulan 3	30101448000
Triwulan 4	40053732000
2017	
Triwulan 1	10845687000
Triwulan 2	21263708000
Triwulan 3	31213506000
Triwulan 4	41204510000
2018	
Triwulan 1	10746621000
Triwulan 2	21183734000
Triwulan3	31531499000
Triwulan4	41802073000
2019	
Triwulan 1	10664618000
Triwulan 2	21457234000
Triwulan 3	32360986000
Triwulan4	42922563000
2020	
Triwulan 1	11152919000
Triwulan 2	21772010000
Triwulan 3	32456673000
Triwulan 4	42972474000

### C. Hasil Analisis Data

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. variabel bebas tersebut terdiri dari biaya promosi dan biaya distribusi, variabel terikat berupa volume penjualan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk

mengetahui besarnya pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan. Pada bab ini akan dilakukan pengolahan data dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25. Populasi dalam penelitian ini merupakan laporan keuangan yang diterbitkan oleh PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2011-2020 dan sampel yang digunakan ini merupakan laporan keuangan dalam bentuk triwulanan PT Unilever Indonesia Tbk periode 2011-2020 yang berjumlah 40 data.

Sebelumnya data yang diperoleh oleh peneliti dari laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk merupakan data mentah yang harus terlebih dahulu diolah. Dengan demikian, peneliti terlebih dahulu memasukkan data sesuai rumus untuk mendapatkan hasil.

#### 1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data berupa nilai rata-rata, standart deviasi, maksimum dan minimum. Dalam penelitian ini data yang akan dijelaskan gambarnya adalah data biaya promosi biaya, distribusi dan volume penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2011-2020. Hasil uji statistic deskriptif disajikan sebagai berikut:

**Tabel IV.4**  
**Uji Statistik Deskriptif**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BP	40	33849000	2022167000	816089000,00	485826375,235
BD	40	226928000	1986342000	1025730175,00	529007705,502
VP	40	5668316000	42972474000	22698390800,00	11207398797,311
Valid N (listwise)	40				

Sumber Data: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas diketahui bahwa dari 40 sampel yang diuji dalam penelitian ini, nilai minimum biaya promosi sebesar 33849000 dan nilai maksimum sebesar 2022167000 dengan nilai rata-rata sebesar 816089000,00 dan Std Deviasi sebesar 485826375,235.

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas diketahui bahwa dari 40 sampel yang diuji dalam penelitian ini, nilai minimum biaya distribusi sebesar 226928000 dan nilai maksimum sebesar 1986342000 dengan nilai rata-rata sebesar 1025730175,00 dan Std Deviasi sebesar 529007705,502.

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas diketahui bahwa dari 40 sampel yang diuji dalam penelitian ini, nilai minimum volume penjualan sebesar 5668316000 dan nilai maksimum sebesar 42972474000 dengan nilai rata-rata sebesar 22698390800,00 dan Std Deviasi sebesar 11207398797,311.

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dipakai untuk memperhatikan apakah nilai residual terdistribusi stabil atau tidak stabil. Model regresi yang benar adalah

memiliki nilai residual yang terdistribusi stabil, peneliti akan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov* dengan taraf 0,05 untuk menguji normalitas.

**Tabel IV.5**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000015
	Std. Deviation	1301124173,08403280
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,083
	Negative	-,066
Kolmogorov-Smirnov Z		,527
Asymp. Sig. (2-tailed)		,944

Sumber Data :Data diolah menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa hasil Asymp.Sig. (2-tailed) promosi sebesar 0,944 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menunjukkan adanya hubungan linear yang sempurna diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Apabila nilai VIF lebih besar dari 10 maka menunjukkan adanya multikolinearitas yang cukup besar diantara variabel independen.

**Tabel IV.6**  
**Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.316	0.365		11.830	.000		
Promosi	0.015	0.027	0.020	0.534	0.597	0.223	4.480
Ditribusi	0.927	0.036	0.976	25.723	0.000	0.223	4.480

Sumber Data: Data diolah menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan data hasil pengolahan uji multikolinearitas di atas terlihat variabel Promosi memperoleh nilai VIF 4,480 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,223. Untuk variabel Distribusi memperoleh nilai VIF 4,480 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,223. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masing-masing nilai VIF variabel berada dibawah atau lebih kecil dari 10,00 dan nilai *tolerancenya* lebih besar atau diatas 0,10 dengan demikian bahwa dalam uji penelitian ini bebas dari multikolinearitas dan data ini layak untuk di uji.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolute sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak diantara data pengamatan tersebut menggunakan koefisien signifikan. Apabila signifikan lebih besar dari 0,05, maka dapat dinyatakan

tidak terjadi heteroskedastisitas diantara data pengamatan tersebut. Bila signifikan  $< 0,05$  maka dinyatakan terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel IV.7**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.073	0.012		6.194	0.000
	Promosi	4.292E-12	0.000	0.064	0.105	0.917
	Distribusi	-2.373E-11	0.000	-0.384	-0.631	0.532

Sumber Data : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas diketahui nilai signifikan, untuk variabel Biaya Promosi adalah 0,971, untuk variabel Biaya Distribusi adalah 0,532. Karena nilai variabel independent lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji *glejser*, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negative antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Metode yang digunakan untuk menguji autokorelasi dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode uji *Durbin-Waston*. Pengambilan keputusan pada uji *Durbin-Waston* dapat dilihat sebagai berikut:



1. Angka DW di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
2. Angka DW di bawah diantara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
3. Angka DW di atas +2 berarti ada autokorelasi negative

**Tabel IV.8**  
**Uji Autokorelasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.993 <sup>a</sup>	0.987	0.986	1335826906 .953	0.941

Sumber Data : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas diketahui nilai *Durbin-Watson* sebesar 0,941 sehingga DW berada diantara -2 sampai +2 dapat disimpulkan berarti tidak terjadi autokorelasi. Dengan demikian data ini layak untuk di uji.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur tingkat ketepatan atau kecocokan dari regresi linier yaitu persentase sumbangan X terhadap variasi (naik turunnya) Y. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel IV.8 dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,987. Sedangkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,993 atau 99,3%. Hal ini menunjukkan bahwa biaya promosi dan biaya distribusi dimana pengaruhnya sebesar 98,7% sisanya yaitu 1,3% volume penjualan dipengaruhi faktor-faktor lain, antara lain : harga dan produk dimana faktor-faktor ini tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel mempunyai hubungan linear atau tidak secara signifikan. Pengujian ini menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikan 5%. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikan lebih dari 0,05 dan jika nilai signifikan kurang dari 0,05 tidak terjadi hubungan yang linear antar variabel.

**Tabel IV.9**  
**Uji Linearitas**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Biaya Promosi Biaya Distribusi	Between Groups	(Combined)	1.859	24	0.077	1.162	0.389
		Linearity	1.750	1	1.750	26.244	0.000
		Deviation from Linearity	0.110	23	0.005	0.072	1.000
	Within Groups		1.000	15	0.067		
	Total		2.859	39			

Sumber Data: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan pengolahan data diatas diperoleh nilai Deviation from Linearity Sig adalah  $1,000 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dengan variabel Y.

## 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel *dependen* dengan dua variabel *independent*.

**Tabel IV.10**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	4.316	0.365		11.830	.000	
Promosi	0.015	0.027	0.020	0.534	0.597	
Ditribusi	0.927	0.036	0.976	25.723	.000	

Sumber Data : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengolahan diatas menunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dari hasil analisis yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 + b_2 \text{ didapat } Y = 4,316 + 0,015 (BP) + 0,927 (BD).$$

Berdasarkan persamaan linier diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 4,316 menyatakan bahwa apabila variabel bebas biaya promosi dan biaya distribusi nilainya adalah 0 maka variabel volume penjualan nilainya sebesar Rp. 4,316.
- b. Hasil regresi biaya promosi menunjukkan variabel biaya promosi Rp. 0,015 yang menyatakan bahwa apabila biaya promosi mengalami peningkatan sebesar Rp.1 maka variabel volume penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp.0,015.
- c. Hasil regresi biaya distribusi menunjukkan variabel biaya distribusi Rp.0,927 menyatakan bahwa apabila biaya distribusi mengalami

peningkatan sebesar Rp.1 maka variabel volume penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp. 0,927.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian uji t.

- a) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- b) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

**Tabel IV.11**  
**Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4.316	0.365		11.830	.000
	Promosi	0.015	0.027	0.020	0.534	0.597
	Distribusi	0.927	0.036	0.976	25.723	.000

Sumber Data : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dapat diketahui bahwa biaya promosi 0,534 dan untuk mencari  $t_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikan  $0,05/2=0,025$  dengan derajat kebebasan  $df=n-k-1$  atau  $40-2-1=37$  maka dapat diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar . Dilihat dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,534 < 2,02619$  maka  $H_{01}$  diterima

dan  $H_{a1}$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel biaya promosi terhadap volume penjualan PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2011-2020.

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dapat diketahui bahwa biaya distribusi 25,732 dan untuk mencari  $t_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikan  $0,05/2=0,025$  dengan derajat kebebasan  $df=n-k-1$  atau  $40-2-1=37$  maka dapat diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,02619. Dilihat dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $25,732 > 2,02619$  maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel biaya distribusi terhadap volume penjualan PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2011-2020.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F sering disebut ANOVA atau analisis varian yaitu uji koefisien regresi secara bersama-sama yang digunakan untuk mengetahui secara simultan apakah berpengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusannya adalah :

- a) Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka hipotesis diterima atau variabel X berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y.
- b) Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka hipotesis ditolak atau variabel X tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y

**Tabel IV.12**  
**Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.350	2	6.175	1536.932	.000 <sup>b</sup>
	Residual	0.149	37	0.004		
	Total	12.499	39			

Sumber Data : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dapat diketahui bahwa taraf signifikan sebesar 0,05. Diperoleh  $F_{hitung}$  1536,932, sedangkan  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikan sebesar 0,05 dapat dihitung dengan  $F_{tabel} = (k : n - k)$  atau  $F_{tabel} = 2 : 40 - 2 = 2 : 38$ , maka dapat diperoleh  $F_{tabel}$  3,24, dilihat dari hasil perhitungan  $F_{tabel}$  menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $1536.932 > 3,24$  maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi secara simultan terhadap volume penjualan pada PT Unilever I Indonesia Tbk periode 2011-2020.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh secara parsial maupun secara simultan terhadap volume penjualan PT Unilever Indonesia Tbk dengan periode pengamatan dimulai dari tahun 2011-2020. Setelah melakukan analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS versi 25 dapat diperoleh persamaan uji regresi

linier berganda sebagai berikut:  $NP : 4,316 + 0,015 \text{ biaya promosi} + 0,927$   
 biaya distribusi + e

### **1. Pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan PT Unilever Indonesia Tbk**

Kegiatan penjualan yang berhasil volume penjualannya akan naik. Untuk meningkatkan volume penjualan diperlukan promosi yang baik. Kegiatan promosi memerlukan biaya-biaya yang disebut biaya promosi. Biaya-biaya promosi dikeluarkan dengan harapan volume penjualan akan meningkat.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara persial, hasil uji t menunjukkan tidak terdapat pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2011-2020. Hasil penelitian menunjukkan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,534 < 2,02619$  maka dapat disimpulkan  $H_{a1}$  ditolak, maka tidak terdapat pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia periode 2011-2020.

Penelitian ini tidak sama dengan penelitian terdahulu, karena penelitian terdahulu mempunyai pengaruh yang signifikan biaya promosi terhadap volume penjualan sedangkan di dalam penelitian ini tidak terdapat pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan. Selain itu masih terdapat faktor bauran pemasaran lain yang berpengaruh terhadap volume

penjualan yang tidak diteliti pada penelitian ini antara lain strategi penetapan harga dan kualitas produk.

Dapat disimpulkan bahwa biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi tidak mempengaruhi tingkan penjualan perusahaan.

## **2. Pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan PT Unilever Indonesia Tbk**

Kegiatan penjualan yang berhasil volume penjualannya akan naik. Untuk meningkatkan volume penjualan diperlukan distribusi yang baik. Kegiatan promosi memerlukan biaya-biaya yang disebut biaya distribusi. Biaya- biaya distribusi dikeluarkan dengan harapan volume penjualan akan meningkat.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara persial, hasil uji t menunjukkan terdapat pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2011-2020. Hasil penelitian menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $25,732 > 2,02619$  maka  $H_{a2}$  diterima, terdapat pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian-penelitian terdahulu dengan hasil penelitian yang menyatakan adanya pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan. Selain itu masih terdapat faktor bauran pemasaran lain yang berpengaruh terhadap volume penjualan yang tidak



diteliti pada penelitian ini antara lain strategi penetapan harga dan kualitas produk.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan distribusi mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan. Maka semakin banyak kegiatan distribusi dilakukan, volume penjualan akan naik.

### **3. Pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan PT Unilever Indonesia Tbk**

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan, hasil uji F menunjukkan terdapat pengaruh antara biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan. Hasil penelitian menunjukkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $1536.932 > 3,24$  dan signifikan  $< 0,05$ ,  $H_{a3}$  diterima yaitu terdapat pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2011-2020.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar terencana dan hasil yang diperoleh berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Namun, untuk memperoleh hasil yang optimal tentu sulit. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti memerlukan perbaikan dan pengembangan dalam penelitian-penelitian berikutnya. Keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Objek yang digunakan untuk dianalisis sebagai sampel terbatas pada satu perusahaan dengan jumlah sampel sebanyak 40.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel yaitu biaya promosi dan biaya distribusi.
3. Variabel independen dalam penelitian ini hanya dibatasi pada biaya promosi dan biaya distribusi yang menyebabkan terdapat kemungkinan faktor-faktor lain yaitu harga dan produk yang mempengaruhi volume penjualan khususnya pada PT Unilever Indonesia Tbk.
4. Periode penelitian yang relative singkat yaitu selama 10 tahun (2011-2020) menyebabkan jumlah sampel dalam penelitian ini terbatas.
5. Laporan pencatatan yang diambil pada penelitian ini adalah pertriwulan, untuk penelitian selanjutnya disarankan mengambil pencatatan perbulan agar lebih banyak sampel yang digunakan.

Meskipun demikian tidak mengurangi semangat peneliti untuk menyelesaikan peneliti ini dan penelitian berusaha agar keterbatasan tersebut bias dihadapi serta tidak mengurangi makna penelitian ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2011-2020. Berdasarkan latarbelakang masalah, kajian teori dan pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Berdasarkan analisis biaya promosi terhadap volume penjualan PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,534 < 2,02619$ , maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh antara biaya promosi terhadap volume penjualan.
2. Berdasarkan analisis biaya distribusi terhadap volume penjualan PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $25,732 > 2,02619$  yang artinya secara parsial terdapat pengaruh antara biaya distribusi terhadap volume penjualan.
3. Berdasarkan analisis biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $153,932 > 3,24$  dan signifikan  $< 0,05$  artinya terdapat pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan.

## B. Saran

Dari hasil kesimpulan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian peneliti menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*R Square*) menunjukkan nilai sebesar 98,7% artinya bahwa terdapat tingkat hubungan sebesar 98,7% antara biaya promosi dan biaya distribusi sedangkan sisanya 1,3% terhadap hubungan yang dimiliki rasio-rasio keuangan lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini terhadap volume penjualan. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya digunakan tidak hanya biaya promosi dan biaya distribusi, tetapi juga menggunakan rasio-rasio keuangan lainnya terutama yang memiliki hubungan dengan volume penjualan.
2. Dalam penelitian ini hanya digunakan sampel satu perusahaan dalam bidang kebutuhan sehari-hari yaitu PT Unilever Indonesia Tbk hal ini tidak dapat mewakili keadaan perusahaan di seluruh Indonesia. Untuk peneliti selanjutnya tidak terbatas pada satu perusahaan saja, tetapi juga perusahaan lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hamid, Metode Penelitian (Bandung: Alfabeta, 2007)
- Agus Arijaanto, Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2010)
- Andre Julianto, “Pengaruh Promosi Terhadap Brand Image Sabun Mandi Lifebuoy” (Skripsi, Universitas Widyatama, 2016)
- Basu Swastha&Ibnu Sukotjo, Pengantar Bisnis ModrenEdisi Tiga (Yogayakrta:Liberty Yogyakarta, 2002)
- Basu Swasta, Manajemen Penjualan Edisi ketiga (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta,1998)
- Manajemen Pemasaran Modren (Yogyakarta: Liiberty, 2008)
- Cakra Adititia Rakhmat, “Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Pada Starbucks Coffe” (Skripsi Universitas Indonesia , 2011)
- Deavy Yitasari, “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung” (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2014)
- Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, Pengantar Manajemen (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005)
- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran Edisi 4( Yogyakarta: CV. Andi OFFEST, 2015)
- Fakhrurazi, “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan pada PT. SMAP Indonesia” (Jurnal Vol. 3 No. 2 STIE Pertiwi).
- Fred R. David, Manajemen strategi (Jakarta: Selemba Empat, 2004)
- Hendro, Kewirausahaan(Jakarta: Erlangga, 2010)
- Ismail, Perbankan Syariah (Jakarta: Kenaca Prenada Media Group, 2011)

Juanda, S.C, Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Food And Beverage yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2009-2013)

M.Fuad,dkk.,Pengantar Bisnis (Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama, 2001)

M. Nur Roanto Al-Arif, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah (Jakarta: Alfabeta, 2012)

Moh. Kurdi, Kamus Istilah Akuntansi (Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo, 1999)

Muhammad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Jakarta: Rajawali Pers, 2008)

Murti Sumarni dan John Soeprihanto, Penganta Bisnis (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2003)

Ni Putu Sukmantari Dewi, Pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan Kartu IM3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera Di Kabupaten Karangasem Tahun 2013-2016

Rika Ampuh Hadiguna, Manajemen Pabrik (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2009)

Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, Ekonmetrika(Yogyakarta: Andi, 2010)

Soemarso, Akuntansi Suatu Pengantar (Jakarta: Salemba Empat, 2012)

Sunardi dan Anita Primastiwi, Pengantar Bisnis Konsep, Strategi, &Kasus(Yogyakarta:PT.Buku Seru, 2015)

Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Jakarta: Rineka Cipta, 2010)

Yulihartika, R.D, Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Jumlah Penjualan Pupuk Pada PT.Pertani (Persero ) Cabang Bengkulu AGRITEPA, (Vol II, No. 1, Juli-Desember, 2015 )

<https://www.Unilever.co.id>

<https://journal.uir.ac.id/idex.php/valuta/article>

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **IDENTITAS PRIBADI**

Nama : WirdaSopianiHarahap  
JenisKelamin : Perempuan  
Tempat/TanggalLahir : Padangsidempuan, 20 September 1999  
AnakKe : 3 (Tiga) Dari 4 Bersaudara  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
AlamatLengkap : Jl. Imam Bonjol Gg. Surau No.1,  
AekTampangPadangsidempuan Selatan  
Telepon : 0812 6290 0196  
Email : [wirdasopianihrp@gmail.com](mailto:wirdasopianihrp@gmail.com)

### **IDENTITAS ORANG TUA**

Nama Ayah : Muhammad Rusdi Harahap  
Nama Ibu : Nursaimah Siregar  
Pekerjaan Ayah : Tukang Cat  
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga  
Alamat : Jl. Imam Bonjol Gg. Surau No.1, Aek Tampang  
Padangsidempuan Selatan

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

Tahun 2005 – 2011 : SD Negeri 200205 Padangsidempuan  
Tahun 2011 – 2014 : SMP Negeri 2 Padangsidempuan  
Tahun 2014 – 2017 : SMKN 1 Padangsidempuan  
Tahun 2017 – 2021 : Program Sarjana (S-1) EkonomiSyariah IAIN  
Padangsidempuan

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Interim**  
**30 Juni 2018 dan 31 Desember 2017**  
**Untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir pada**  
**30 Juni 2018 dan 2017**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Notes to the Interim Financial Statements**  
**30 June 2018 and 31 December 2017**  
**For The Six-Month Periods Ended**  
**30 June 2018 and 2017**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**25. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**25. a. Marketing and selling expenses**

	30 Juni/ June 2018	30 Juni/ June 2017	
Iklan dan riset pasar	1,374,422	1,352,048	Advertising and market research
Distribusi	1,005,207	1,032,361	Distribution
Promosi	767,346	767,883	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	363,231	381,825	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	290,660	222,635	Sales expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	75,265	71,612	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Imbalan kerja jangka panjang	39,867	36,816	Long-term employee benefits
Jasa konsultan dan jasa lainnya	28,186	22,160	Consultant fees and other services
Sewa	22,089	30,174	Rent
Informasi dan telekomunikasi	16,098	28,067	Information and telecommunications
Perjalanan dinas dan jamuan	13,685	8,974	Travelling and representation
Lain-lain	45,026	30,457	Others
Jumlah	<u>4,041,102</u>	<u>3,985,012</u>	Total

**25. b. Beban umum dan administrasi**

**25. b. General and administration expenses**

	30 Juni/ June 2018	30 Juni/ June 2017	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	1,444,887	1,453,217	Trademark, technology and service fees (Note 7b)
Remunerasi dan imbalan kerja	170,716	224,701	Remuneration and employee benefits
Informasi dan telekomunikasi	79,831	77,149	Information and telecommunications
Jasa konsultan dan jasa lainnya	47,431	64,085	Consultant fees and other services
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	28,251	6,998	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Perjalanan dinas dan jamuan	16,432	11,113	Travelling and representation
Imbalan kerja jangka panjang	11,932	14,492	Long-term employee benefits
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	10,609	10,609	Amortisation of intangible assets (Note 11)
Sewa	7,101	12,977	Rent
Pendidikan dan pelatihan	2,034	1,324	Education and training
Lain-lain	110,068	149,530	Others
Jumlah	<u>1,929,312</u>	<u>2,025,195</u>	Total

**26. (Beban)/penghasilan lain-lain, bersih**

**26. Other (expenses)/ Income, net**

	30 Juni/ June 2018	30 Juni/ June 2017	
(Kerugian)/keuntungan selisih kurs, bersih	(1,521)	(4,093)	(Loss)/gain on foreign exchange, net
(Kerugian)/keuntungan penjualan aset tetap (Catatan 9d)	355	315	(Loss)/gain on sale of fixed assets (Note 9d)
Penghapusan utang dividen	-	-	Write-off of dividend payable
Jumlah	<u>(1,166)</u>	<u>(3,778)</u>	Total



PT Unilever Indonesia Tbk dan Anak Perusahaan  
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian  
31 Maret 2011 dan 2010

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries  
Notes to the Consolidated Financial Statements  
31 March 2011 and 2010

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Biaya tenaga kerja langsung termasuk biaya karyawan kontrak pihak ketiga sejumlah masing-masing Rp 19.275 dan Rp 18.752 pada tahun 2011 dan 2010.

Direct labour costs include third party contract personnel cost, amounting to Rp 19,275 and Rp 18,752 for the years ended 2011 and 2010, respectively.

Tidak ada pembelian dari pemasok yang secara individu melebihi 10% dari total pembelian bahan baku dan barang jadi Grup.

No purchases from an individual supplier were made in excess of 10% of the Group total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi Grup dari pihak-pihak berelasi, pada tahun 2011 dan 2010 masing-masing berjumlah Rp 330.714 dan Rp 233.070 setara dengan 12,44% dan 10,48% dari total seluruh pembelian bahan baku dan barang jadi.

The Group's raw materials and finished goods from related parties, amounting to Rp 330,714 and Rp 233,070 for the years ended 2011 and 2010 respectively, which represent 12,44% and 10,48%, respectively, of the total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak-pihak berelasi terdiri dari:

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

	2011	2010	
Unilever Asia Private Ltd.	265,201	141,346	Unilever Asia Private Ltd.
Lipton Ltd. UK	23,341	22,463	Lipton Ltd. UK
PT Technopia Jakarta	15,643	40,860	PT Technopia Jakarta
Unilever Supply Chain Company AG.	5,693	309	Unilever Supply Chain Company AG.
Unilever Philippines, Inc.	4,583	2,864	Unilever Philippines, Inc.
Hindustan Unilever Ltd.	3,716	1,042	Hindustan Unilever Ltd.
Lipton Ltd. India	2,852	3,493	Lipton Ltd. India
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	2,788	-	Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Unilever China Ltd.	2,329	137	Unilever China Ltd.
Shanghai Export DC HPC.	1,716	-	Shanghai Export DC HPC.
PT Sara Lee Body Care Indonesia	1,541	-	PT Sara Lee Body Care Indonesia
Unilever Vietnam Joint Venture Company	1,311	7,233	Unilever Vietnam Joint Venture Company
Unilever Australia Ltd.	-	8,979	Unilever Australia Ltd.
Unilever Srilanka Ltd.	-	3,385	Unilever Srilanka Ltd.
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	-	959	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
<b>Jumlah</b>	<b>330,714</b>	<b>233,070</b>	<b>Total</b>

28. a. Beban pemasaran dan penjualan

28. a. Marketing and selling expenses

	2011	2010	
Beban iklan dan riset pasar	552,911	424,237	Advertising and market research expenses
Beban promosi	231,988	171,480	Promotion expenses
Beban distribusi	226,928	209,400	Distribution costs
Beban penjualan	33,023	35,194	Sales expenses
Remunerasi	101,958	89,367	Remuneration
Informasi dan telekomunikasi	29,114	16,996	Information and telecommunications
Sewa	16,262	11,580	Rents
Imbalan kerja	9,501	6,625	Employee benefits
Perjalanan dinas dan jamuan	9,215	11,500	Travelling and representation
Penyusutan aset tetap	8,159	5,285	Depreciation of fixed assets
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	35,352	20,323	Others (individual balances less than Rp 10,000 each)
<b>Jumlah</b>	<b>1,254,411</b>	<b>1,001,987</b>	<b>Total</b>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Anak Perusahaan  
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian  
30 Juni 2011 dan 2010

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries  
Notes to the Consolidated Financial Statements  
30 June 2011 and 2010

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak-pihak berelasi terdiri dari:

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

	2011	2010	
Unilever Asia Private Ltd.	524,749	331,371	Unilever Asia Private Ltd.
PT Unilever Body Care Indonesia	62,721		PT Unilever Body Care Indonesia
Lipton Ltd. UK	46,059	44,594	Lipton Ltd. UK
PT Technopia Jakarta	35,602	75,748	PT Technopia Jakarta
Unilever Philippines, Inc.	9,818	6,468	Unilever Philippines, Inc.
Hindustan Unilever Ltd.	7,969	5,550	Hindustan Unilever Ltd.
Unilever Supply Chain Company AG.	6,026	642	Unilever Supply Chain Company AG.
Lipton Ltd. India	4,648	4,082	Lipton Ltd. India
Unilever China Ltd.	3,902	3,481	Unilever China Ltd.
Shanghai Export DC HPC.	3,320	-	Shanghai Export DC HPC.
PT Sara Lee Body Care Indonesia Tbk.	1,581	-	PT Sara Lee Body Care Indonesia Tbk.
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	1,394	-	Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Unilever Vietnam Joint Venture Company	1,311	16,639	Unilever Vietnam Joint Venture Company
Unilever Australia Ltd.	-	18,388	Unilever Australia Ltd.
Unilever Sri Lanka Ltd.	-	5,725	Unilever Sri Lanka Ltd.
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	491	-	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
<b>Jumlah</b>	<b>709,591</b>	<b>512,688</b>	<b>Total</b>

28. a. Beban pemasaran dan penjualan

28. a. Marketing and selling expenses

	2011	2010	
Beban iklan dan riset pasar	1,167,700	990,136	Advertising and market research expenses
Beban distribusi	454,046	396,476	Distribution costs
Beban promosi	433,782	381,782	Promotion expenses
Remunerasi	213,649	193,169	Remuneration
Beban penjualan	73,964	72,410	Sales expenses
Informasi dan telekomunikasi	61,003	38,858	Information and telecommunications
Perjalanan dinas dan jamuan	18,924	21,547	Travelling and representation
Imbalan kerja	18,658	13,346	Employee benefits
Penyusutan aset tetap	16,870	12,803	Depreciation of fixed assets
Sewa	9,334	10,046	Rents
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	62,523	43,603	Others (individual balances less than Rp 10,000 each)
<b>Jumlah</b>	<b>2,530,453</b>	<b>2,174,176</b>	<b>Total</b>

b. Beban umum dan administrasi

b. General and administration expenses

	2011	2010	
Jasa dan royalti	380,275	341,425	Service fees and royalty
Amortisasi aset tidak berwujud dan goodwill	64,486	59,946	Amortisation of intangible asset and goodwill
Remunerasi	62,981	59,996	Remuneration
Informasi dan telekomunikasi	28,391	30,281	Information and telecommunications
Sewa	26,693	25,318	Rents
Jasa konsultan	18,237	19,058	Consultants fees
Perjalanan dinas dan jamuan	13,861	20,925	Travelling and representation
Imbalan kerja	6,027	4,360	Employee benefits
Penyusutan aset tetap	2,369	1,873	Depreciation of fixed assets
Pendidikan dan pelatihan	2,146	2,264	Education and training
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	27,718	34,404	Others (individual balances less than Rp 10,000 each)
<b>Jumlah</b>	<b>633,184</b>	<b>599,850</b>	<b>Total</b>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Anak Perusahaan  
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian  
30 Juni 2011 dan 2010

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries  
Notes to the Consolidated Financial Statements  
30 June 2011 and 2010

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2011			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Beverages	Jumlah/Total	
Penjualan bersih	8,386,579	3,077,582	11,464,161	Net sales
Laba kotor	4,693,883	1,321,043	5,914,926	Gross profit
Hasil segmen	2,738,653	541,653	3,280,306	Segment result
Beban usaha yang tidak dapat dialokasikan			(529,017)	Unallocated operating expenses
Laba usaha			2,751,289	Operating income
Penghasilan lain-lain			14,094	Other income
Laba sebelum pajak penghasilan			2,765,383	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(696,466)	Income tax expense
Laba tahun berjalan			2,068,917	Income for the year
Pendapatan/(beban) komprehensif lain setelah pajak			-	Other comprehensive income/(expenses) net of tax
Laba komprehensif bersih			2,068,917	Net comprehensive income
Laba yang dapat diatribusikan kepada: Pemilik entitas induk			2,068,250	Income attributable to: Owners of the Company
Kepentingan Non-pengendali			667	Non-controlling interests
Jumlah laba tahun berjalan			2,068,917	Total income for the year
Laba komprehensif bersih yang dapat diatribusikan kepada: Pemilik Entitas Induk			2,068,250	Net comprehensive income attributable to: Owners of the Company
Kepentingan Non-pengendali			667	Non-controlling interests
Jumlah laba komprehensif bersih			2,068,917	
Aset segmen	5,999,314	2,352,100	8,351,414	Segment assets
Aset tidak berwujud		430,527	430,527	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			2,813,905	Unallocated segment assets
			11,595,846	
Kewajiban segmen	(2,911,619)	(1,129,849)	(4,041,468)	Segment liabilities
Kewajiban segmen yang tidak dapat dialokasikan			(4,061,328)	Unallocated segment liabilities
			(8,102,796)	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	492,533	239,716	732,249	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			105,300	Unallocated capital expenditures
			837,549	
Penyusutan	67,877	37,674	105,551	Depreciation
Amortisasi		25,049	25,049	Amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			40,697	Unallocated depreciation and amortisation expense
			171,297	

PT Unilever Indonesia Tbk dan Anak Perusahaan  
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian  
30 September 2011 dan 2010

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries  
Notes to the Consolidated Financial Statements  
30 September 2011 and 2010

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2011			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Beverages	Jumlah/Total	
Penjualan bersih	12,552,107	4,770,063	17,322,170	Net sales
Laba kotor	6,830,108	2,059,748	8,889,856	Gross profit
Hasil segmen	4,027,885	816,068	4,843,953	Segment result
Beban usaha yang tidak dapat dialokasikan			(793,242)	Unallocated operating expenses
Laba usaha			4,050,711	Operating income
Penghasilan lain-lain			(3,151)	Other income
Laba sebelum pajak penghasilan			4,047,560	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(1,021,379)	Income tax expense
Laba tahun berjalan			3,026,181	Income for the year
Pendapatan/(beban) komprehensif lain setelah pajak			-	Other comprehensive income/(expenses) net of tax
Laba komprehensif bersih			3,026,181	Net comprehensive income
Laba yang dapat diatribusikan kepada: Pemilik entitas induk			3,025,459	Income attributable to: Owners of the Company
Kepentingan Non-pengendali			722	Non-controlling interests
Jumlah laba tahun berjalan			3,026,181	Total income for the year
Laba komprehensif bersih yang dapat diatribusikan kepada: Pemilik Entitas Induk			3,025,459	Net comprehensive income attributable to: Owners of the Company
Kepentingan Non-pengendali			722	Non-controlling interests
Jumlah laba komprehensif bersih			3,026,181	
Aset segmen	6,461,664	2,629,782	9,091,446	Segment assets
Aset tidak berwujud		418,023	418,023	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			987,360	Unallocated segment assets
			10,496,830	
Kewajiban segmen	(2,923,294)	(1,127,638)	(4,050,932)	Segment liabilities
Kewajiban segmen yang tidak dapat dialokasikan			(1,995,584)	Unallocated segment liabilities
			(6,046,516)	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	782,338	282,105	1,064,443	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			190,771	Unallocated capital expenditures
			1,255,214	
Penyusutan	115,797	60,173	175,970	Depreciation
Amortisasi		37,574	37,574	Amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			67,261	Unallocated depreciation and amortisation expense
			277,805	

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Anak Perusahaan**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**30 September 2011 dan 2010**

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries**  
**Notes to the Consolidated Financial Statements**  
**30 September 2011 and 2010**

(Dalam jutaan Rupiah kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pembelian bahan baku dan barang jadi Grup dari pihak-pihak berelasi, pada tahun 2011 dan 2010 masing-masing berjumlah Rp 968.934 dan Rp 725.590 setara dengan 12,61% dan 11,10% dari total seluruh pembelian bahan baku dan barang jadi.

The Group's raw materials and finished goods from related parties, amounting to Rp 968,934 and Rp 725,590 for the years ended 2011 and 2010 respectively, which represent 12.61% and 11.10%, respectively, of the total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak-pihak berelasi terdiri dari:

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

	2011	2010	
Unilever Asia Private Ltd.	689,999	477,458	Unilever Asia Private Ltd.
PT Unilever Body Care Indonesia	107,489	-	PT Unilever Body Care Indonesia
Lipton Ltd. UK	62,301	64,379	Lipton Ltd. UK
PT Technopia Jakarta	56,286	88,190	PT Technopia Jakarta
Unilever Philippines, Inc.	14,124	8,725	Unilever Philippines, Inc.
Hindustan Unilever Ltd.	9,737	10,667	Hindustan Unilever Ltd.
Unilever Supply Chain Company AG.	7,912	1,519	Unilever Supply Chain Company AG.
Unilever China Ltd.	5,598	4,355	Unilever China Ltd.
Lipton Ltd. India	5,325	5,684	Lipton Ltd. India
Shanghai Export DC HPC.	3,724	-	Shanghai Export DC HPC.
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	2,644	-	Unilever Lipton Ceylon Ltd.
PT Sara Lee Body Care Indonesia Tbk.	1,581	-	PT Sara Lee Body Care Indonesia Tbk.
Unilever Vietnam Joint Venture Company	1,311	31,692	Unilever Vietnam Joint Venture Company
Unilever Australia Ltd.	-	21,552	Unilever Australia Ltd.
Unilever (China) Limited Weifang BR	-	4,444	Unilever (China) Limited Weifang BR
Unilever Srilanka Ltd.	-	6,648	Unilever Srilanka Ltd.
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	903	277	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
<b>Jumlah</b>	<b>968,934</b>	<b>725,590</b>	<b>Total</b>

**28. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**28. a. Marketing and selling expenses**

	2011	2010	
Beban iklan dan riset pasar	1,880,267	1,467,392	Advertising and market research expenses
Beban distribusi	698,735	592,503	Distribution costs
Beban promosi	613,311	607,391	Promotion expenses
Remunerasi	323,613	295,309	Remuneration
Informasi dan telekomunikasi	95,099	105,042	Information and telecommunications
Beban penjualan	94,000	102,684	Sales expenses
Perjalanan dinas dan jamuan	29,037	30,974	Travelling and representation
Irbalan kerja	28,206	19,824	Employee benefits
Penyusutan aset tetap	26,280	19,188	Depreciation of fixed assets
Sewa	14,945	15,386	Rents
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	77,759	59,723	Others (individual balances less than Rp 10,000 each)
<b>Jumlah</b>	<b>3,881,252</b>	<b>3,315,416</b>	<b>Total</b>

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**31 Desember 2011 dan 2010**

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries**  
**Notes to the Consolidated Financial Statements**  
**31 December 2011 and 2010**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2011			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Beverages		Jumlah/Total
Penjualan bersih	17,191,268	6,277,950	23,469,218	Net sales
Laba bruto	9,300,226	2,706,187	12,006,413	Gross profit
Hasi segmen	5,503,099	1,092,041	6,595,140	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(640,644)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(499,086)	General and administration expenses
Penghasilan lain-lain			119,389	Other income
Laba sebelum pajak penghasilan			5,574,799	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(1,410,495)	Income tax expense
Laba tahun berjalan			4,164,304	Profit for the year
Pendapatan/(beban) komprehensif lain setelah pajak			-	Other comprehensive income/(expenses) net of tax
Jumlah pendapatan komprehensif bersih tahun berjalan			4,164,304	Total comprehensive income for the year
Laba/jumlah pendapatan komprehensif yang dapat diatribusikan kepada:				Profit/total comprehensive income attributable to:
Pemilik entitas induk			4,163,369	Owners of the parent
Kepentingan nonpengendali			935	Non-controlling interests
			4,164,304	
Aset segmen	6,127,209	2,641,506	8,768,715	Segment assets
Aset tak berwujud		392,680	392,680	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			1,320,917	Unallocated segment assets
			10,482,312	
Liabilitas segmen	(3,224,158)	(1,160,318)	(4,384,476)	Segment liabilities
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(2,416,899)	Unallocated segment liabilities
			(6,801,375)	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	943,689	370,428	1,314,117	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			271,234	Unallocated capital expenditures
			1,585,351	
Penyusutan	174,077	86,983	261,060	Depreciation
Amortisasi			82,311	Amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			17,751	Unallocated depreciation and amortisation expense
			361,122	

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**31 Desember 2011 dan 2010**

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries**  
**Notes to the Consolidated Financial Statements**  
**31 December 2011 and 2010**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Biaya tenaga kerja langsung termasuk biaya karyawan kontrak pihak ketiga sejumlah masing-masing Rp 80.338 dan Rp 79.910 untuk tahun-tahun yang berakhir 31 Desember 2011 dan 2010.

Direct labour costs include cost of personnel outsourced from third parties, amounting to Rp 80,338 and Rp 79,910 for the years ended 31 December 2011 and 2010, respectively.

Tidak ada pembelian dari pemasok yang secara individu melebihi 10% dari total pembelian bahan baku dan barang jadi Grup.

No purchase from an individual supplier was made in excess of 10% of the Group total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi Grup dari pihak berelasi, untuk tahun-tahun yang berakhir 31 Desember 2011 dan 2010 masing-masing berjumlah Rp 1.432.724 dan Rp 1.041.085 setara dengan 14,42% dan 12,17% dari total seluruh pembelian bahan baku dan barang jadi.

The Group's raw materials and finished goods from related parties, amounting to Rp 1,432,724 and Rp 1,041,085 for the years ended 31 December 2011 and 2010 respectively, which represent 14,42% and 12,17%, respectively, of the total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

	2011	2010	
Unilever Asia Private Ltd.	988,674	664,045	Unilever Asia Private Ltd.
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	183,452	-	PT Unilever Body Care Indonesia Tbk
PT Technopia Jakarta	86,234	112,254	PT Technopia Jakarta
Lipton Ltd. UK	83,355	134,051	Lipton Ltd. UK
Unilever Supply Chain Company AG	22,675	2,898	Unilever Supply Chain Company AG
Unilever Philippines, Inc.	16,409	16,248	Unilever Philippines, Inc.
Hindustan Unilever Ltd.	14,926	20,755	Hindustan Unilever Ltd.
Unilever China Ltd.	11,433	14,665	Unilever China Ltd.
Unilever Vietnam Joint Venture Company	8,312	33,698	Unilever Vietnam Joint Venture Company
Lipton Ltd. India	8,080	7,165	Lipton Ltd. India
Shanghai Export DC HPC.	4,049	4,287	Shanghai Export DC HPC.
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	3,234	1,517	Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Unilever (USA)	1,512	-	Unilever (USA)
Unilever Australia Ltd.	-	21,552	Unilever Australia Ltd.
Unilever Srilanka Ltd.	-	6,648	Unilever Srilanka Ltd.
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	379	1,302	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
<b>Jumlah</b>	<b>1,432,724</b>	<b>1,041,085</b>	<b>Total</b>

**28. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**28. a. Marketing and selling expenses**

	2011	2010	
Iklan dan riset pasar	2,598,339	1,991,092	Advertising and market research
Distribusi	944,771	786,213	Distribution
Promosi	747,370	840,123	Promotion
Remunerasi	382,945	379,943	Remuneration
Informasi dan telekomunikasi	135,747	131,178	Information and telecommunications
Beban penjualan	129,957	147,353	Sales expenses
Imbalan kerja	58,179	42,345	Employee benefits
Perjalanan dinas dan jamuan	43,543	40,030	Travelling and representation
Penyusutan aset tetap	36,168	26,725	Depreciation of fixed assets
Sewa	21,120	51,956	Rents
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	145,338	86,325	Others (individual balances less than Rp 10,000 each)
<b>Jumlah</b>	<b>5,243,477</b>	<b>4,523,283</b>	<b>Total</b>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak  
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian  
31 Maret 2012 dan 2011

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries  
Notes to the Consolidated Financial Statements  
31 March 2012 and 2011

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2012			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Beverages	Jumlah/Total	
Penjualan bersih	4,974,264	1,629,794	6,604,058	Net sales
Laba bruto	2,639,419	676,450	3,315,869	Gross profit
Hasil segmen	1,583,861	293,362	1,877,223	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan: Beban pemasaran dan penjualan			(183,606)	Unallocated expenses: Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(123,962)	General and administration expenses
Penghasilan lain-lain			(15,660)	Other income
Laba sebelum pajak penghasilan			1,553,995	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(391,309)	Income tax expense
Laba tahun berjalan			1,162,686	Profit for the year
Pendapatan/(beban) komprehensif lain setelah pajak			-	Other comprehensive income/(expenses) net of tax
Jumlah pendapatan komprehensif bersih tahun berjalan			1,162,686	Total comprehensive income For the year
Laba/jumlah pendapatan komprehensif yang dapat diatribusikan kepada: Pemilik entitas induk			1,162,710	Profit/total comprehensive income attributable to: Owners of the parent
Kepentingan nonpengendali			(24)	Non-controlling interests
			1,162,686	
Aset segmen	6,468,423	2,736,325	9,204,748	Segment assets
Aset takberwujud		392,680	392,680	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			2,398,008	Unallocated segment assets
			11,995,436	
Liabilitas segmen	(3,290,086)	(1,191,554)	(4,481,640)	Segment liabilities
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(2,670,173)	Unallocated segment liabilities
			(7,181,813)	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	153,296	128,359	281,655	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			87,469	Unallocated capital expenditures
			369,124	
Penyusutan	39,460	19,860	59,320	Depreciation
Amortisasi			23,040	Amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			2,009	Unallocated depreciation and amortisation expense
			84,369	



**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**31 Maret 2012 dan 2011**

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries**  
**Notes to the Consolidated Financial Statements**  
**31 March 2012 and 2011**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Biaya tenaga kerja langsung termasuk biaya karyawan kontrak pihak ketiga sejumlah masing-masing Rp 17.649 dan Rp 19.275 untuk tahun-tahun yang berakhir 31 Maret 2012 dan 2011.

Direct labour costs include cost of personnel outsourced from third parties, amounting to Rp 17,649 and Rp 19,275 for the years ended 31 March 2012 and 2011, respectively.

Tidak ada pembelian dari pemasok yang secara individu melebihi 10% dari total pembelian bahan baku dan barang jadi Grup.

No purchase from an individual supplier was made in excess of 10% of the Group total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi Grup dari pihak berelasi, untuk tahun-tahun yang berakhir 31 Maret 2012 dan 2011 masing-masing berjumlah Rp 248.829 dan Rp 330.714 setara dengan 8,04% dan 12,43% dari total seluruh pembelian bahan baku dan barang jadi.

The Group's raw materials and finished goods from related parties, amounting to Rp 248,829 and Rp 330,714 for the years ended 31 March 2012 and 2011 respectively, which represent 8.04% and 12.43%, respectively, of the total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

	2012	2011	
Unilever Asia Private Ltd.	175,735	265,201	Unilever Asia Private Ltd.
PT Technopia Jakarta	21,620	15,643	PT Technopia Jakarta
Unilever Supply Chain Company AG	18,144	5,693	Unilever Supply Chain Company AG
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	15,768	1,541	PT Unilever Body Care Indonesia Tbk
Unilever Philippines, Inc.	6,367	4,583	Unilever Philippines, Inc.
Lipton Ltd. UK	3,657	23,341	Lipton Ltd. UK
Unilever China Ltd.	3,145	2,329	Unilever China Ltd.
Lipton Ltd. India	2,090	2,852	Lipton Ltd. India
Unilever Vietnam Joint Venture Company	896	1,311	Unilever Vietnam Joint Venture Company
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	317	2,788	Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Hindustan Unilever Ltd.	-	3,716	Hindustan Unilever Ltd.
Shanghai Export DC HPC.	-	1,716	Shanghai Export DC HPC.
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	1,089	-	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
<b>Jumlah</b>	<b>248,829</b>	<b>330,714</b>	<b>Total</b>

**28. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**28. a. Marketing and selling expenses**

	2012	2011	
Iklan dan riset pasar	715,558	552,911	Advertising and market research
Distribusi	253,916	239,278	Distribution
Promosi	164,432	231,988	Promotion
Remunerasi	132,149	111,140	Remuneration
Beban penjualan	37,693	30,396	Sales expenses
Imbalan kerja	18,057	9,525	Employee benefits
Perjalanan dinas dan jamuan	11,839	9,215	Travelling and representation
Penyusutan aset tetap	9,979	8,159	Depreciation of fixed assets
Sewa	8,858	3,912	Rents
Informasi dan telekomunikasi	7,436	29,114	Information and telecommunications
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10,000)	34,683	26,121	Others (individual balances less than Rp 10,000 each)
<b>Jumlah</b>	<b>1,394,600</b>	<b>1,251,759</b>	<b>Total</b>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak  
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian  
30 Juni 2012 dan 2011

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries  
Notes to the Consolidated Financial Statements  
30 June 2012 and 2011

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2012	2011	
Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:			<i>Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:</i>
Unilever Asia Private Ltd.	315,024	524,749	<i>Unilever Asia Private Ltd.</i>
Unilever Supply Chain Company AG	57,605	6,026	<i>Unilever Supply Chain Company AG</i>
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	55,337	64,302	<i>PT Unilever Body Care Indonesia Tbk</i>
PT Technopia Jakarta	53,916	35,802	<i>PT Technopia Jakarta</i>
Unilever Philippines, Inc.	8,680	9,818	<i>Unilever Philippines, Inc.</i>
Unilever China Ltd.	7,525	3,902	<i>Unilever China Ltd.</i>
Lipton Ltd. UK	3,956	46,059	<i>Lipton Ltd. UK</i>
Lipton Ltd. India	2,875	4,648	<i>Lipton Ltd. India</i>
3PM South Export	2,845	-	<i>3PM South Export</i>
Unilever India Export Limited	2,302	-	<i>Unilever India Export Limited</i>
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	1,566	1,394	<i>Unilever Lipton Ceylon Ltd.</i>
Unilever Vietnam Joint Venture Company	913	1,311	<i>Unilever Vietnam Joint Venture Company</i>
Hindustan Unilever Ltd.	-	7,969	<i>Hindustan Unilever Ltd.</i>
Shanghai Export DC HPC.	-	3,320	<i>Shanghai Export DC HPC.</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	453	491	<i>Others (individual balances less than Rp 1,000 each)</i>
Jumlah	512,997	709,951	<i>Total</i>

28. a. Beban pemasaran dan penjualan

28. a. Marketing and selling expenses

	2012	2011	
Iklan dan riset pasar	1,310,439	1,167,700	<i>Advertising and market research</i>
Distribusi	534,618	454,046	<i>Distribution</i>
Promosi	528,710	433,782	<i>Promotion</i>
Remunerasi	256,285	216,661	<i>Remuneration</i>
Beban penjualan	80,170	64,122	<i>Sales expenses</i>
Imbalan kerja	35,466	18,658	<i>Employee benefits</i>
Perjalanan dinas dan jamuan	23,806	18,924	<i>Travelling and representation</i>
Penyusutan aset tetap	17,664	16,870	<i>Depreciation of fixed assets</i>
Informasi dan telekomunikasi	17,454	22,604	<i>Information and telecommunications</i>
Sewa	16,692	16,538	<i>Rents</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	74,512	90,706	<i>Others (individual balances less than Rp 10,000 each)</i>
Jumlah	2,895,816	2,520,611	<i>Total</i>

b. Beban umum dan administrasi

b. General and administration expenses

	2012	2011	
Jasa dan royalti	465,743	380,275	<i>Service fees and royalty</i>
Remunerasi	59,841	59,969	<i>Remuneration</i>
Amortisasi aset takberwujud	47,199	64,486	<i>Amortisation of intangible assets</i>
Perjalanan dinas dan jamuan	20,368	13,861	<i>Travelling and representation</i>
Sewa	18,988	19,489	<i>Rents</i>
Informasi dan telekomunikasi	13,614	15,426	<i>Information and telecommunications</i>
Jasa konsultan	8,940	13,077	<i>Consultant fees</i>
Imbalan kerja	8,895	6,027	<i>Employee benefits</i>
Penyusutan aset tetap	2,070	2,369	<i>Depreciation of fixed assets</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	115,146	58,205	<i>Others (individual balances less than Rp 10,000 each)</i>
Jumlah	760,804	633,184	<i>Total</i>

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**31 Desember 2012 dan 2011**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries**  
**Notes to the Consolidated Financial**  
**Statements 31 December 2012 and 2011**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2012	2011	
Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:			<i>Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:</i>
Unilever Asia Private Ltd.	661,827	988,074	<i>Unilever Asia Private Ltd.</i>
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	111,577	183,452	<i>PT Unilever Body Care Indonesia Tbk</i>
Unilever Supply Chain Company AG	76,335	22,075	<i>Unilever Supply Chain Company AG</i>
Unilever Vietnam Joint Venture Company	29,033	8,312	<i>Unilever Vietnam Joint Venture Company</i>
Unilever Philippines, Inc.	19,675	16,409	<i>Unilever Philippines, Inc.</i>
Unilever China Ltd.	12,730	11,433	<i>Unilever China Ltd.</i>
Lipton Ltd. UK	7,831	83,355	<i>Lipton Ltd. UK</i>
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	7,750	3,234	<i>Unilever Lipton Ceylon Ltd.</i>
Unilever India Export Limited	7,040	-	<i>Unilever India Export Limited</i>
Unilever ASCC AG	4,110	-	<i>Unilever ASCC AG</i>
Lipton Ltd. India	3,832	8,080	<i>Lipton Ltd. India</i>
Hindustan Unilever Ltd.	3,152	14,926	<i>Hindustan Unilever Ltd.</i>
Unilever (USA)	571	1,512	<i>Unilever (USA)</i>
Unilever Foods (Malaysia) Sdn. Bhd.	521	-	<i>Unilever Foods (Malaysia) Sdn. Bhd.</i>
Shanghai Export DC HPC	-	4,049	<i>Shanghai Export DC HPC</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	69	379	<i>Others (individual balances less than Rp 382 each)</i>
Jumlah	946,053	1,346,490	<i>Total</i>

**26. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**26. a. Marketing and selling expenses**

	2012	2011	
Iklan dan riset pasar	2,949,710	2,598,339	<i>Advertising and market research</i>
Distribusi	1,129,284	944,771	<i>Distribution</i>
Promosi	717,790	747,370	<i>Promotion</i>
Remunerasi	521,365	388,837	<i>Remuneration</i>
Beban penjualan	123,636	130,505	<i>Sales expenses</i>
Imbalan kerja	76,964	58,179	<i>Employee benefits</i>
Perjalanan dinas dan jamuan	54,141	43,695	<i>Travelling and representation</i>
Informasi dan telekomunikasi	50,559	54,965	<i>Information and telecommunications</i>
Penyusutan aset tetap	48,046	36,168	<i>Depreciation of fixed assets</i>
Sewa	39,765	33,728	<i>Rents</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	178,112	206,920	<i>Others (individual balances less than Rp 10,000 each)</i>
Jumlah	5,889,372	5,243,477	<i>Total</i>

**b. Beban umum dan administrasi**

**b. General and administration expenses**

	2012	2011	
Jasa dan royalti	939,653	754,088	<i>Service fees and royalty</i>
Remunerasi	120,997	105,742	<i>Remuneration</i>
Amortisasi aset takberwujud	98,059	82,311	<i>Amortisation of intangible assets</i>
Informasi dan telekomunikasi	42,638	54,548	<i>Information and telecommunications</i>
Perjalanan dinas dan jamuan	31,204	24,245	<i>Travelling and representation</i>
Sewa	30,697	29,859	<i>Rents</i>
Jasa konsultan	21,195	31,947	<i>Consultant fees</i>
Imbalan kerja	19,380	18,615	<i>Employee benefits</i>
Penyusutan aset tetap	3,740	12,411	<i>Depreciation of fixed assets</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	237,383	193,760	<i>Others (individual balances less than Rp 10,000 each)</i>
Jumlah	1,544,946	1,307,526	<i>Total</i>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak  
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian  
Interim 30 September 2012 dan 31 Desember 2011  
serta untuk Periode Sembilan Bulan yang berakhir  
pada tanggal 30 September 2012 dan 2011

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries  
Notes to Interim Consolidated Financial  
Statements as at 30 September 2012 and  
31 December 2011 and for The Nine-Month  
Period ended 30 September 2012 and 2011

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	Tanggal 30 September 2012 dan untuk periode 9 bulan yang berakhir pada tanggal tersebut/ As at 30 September 2012 and for the nine-month period then ended			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Beverages	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	14,720,890	5,623,126	20,344,016	Net sales
Laba bruto	7,914,876	2,450,686	10,365,562	Gross profit
Hasil segmen	4,773,224	1,210,552	5,983,776	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(620,818)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(441,014)	General and administration expenses
Penghasilan lain-lain			(19,897)	Other income
Laba sebelum pajak penghasilan			4,902,047	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(1,248,479)	Income tax expense
Laba periode berjalan			3,653,568	Profit for the period
Pendapatan/(beban) komprehensif lain setelah pajak				Other comprehensive income/(expenses) net of tax
Jumlah pendapatan komprehensif bersih periode berjalan			3,653,568	Total comprehensive income for the period
Laba/jumlah pendapatan komprehensif yang dapat diatribusikan kepada:				Profit/total comprehensive income attributable to:
Pemilik entitas induk			3,653,700	Owners of the parent
Kepentingan nonpengendali			(132)	Non-controlling interests
			3,653,568	
Aset segmen	6,531,825	3,721,298	10,253,123	Segment assets
Aset tak berwujud		392,680	392,680	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			1,776,107	Unallocated segment assets
			12,421,910	
Liabilitas segmen	(3,428,625)	(1,404,537)	(4,833,162)	Segment liabilities
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(2,483,122)	Unallocated segment liabilities
			(7,316,284)	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	361,188	269,000	630,188	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			283,298	Unallocated capital expenditures
			913,486	
Penyusutan Amortisasi	127,409	65,215	192,624	Depreciation Amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			72,539	Unallocated depreciation and amortisation expense
			8,014	
			273,177	

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**Interim 30 September 2012 dan 31 Desember 2011**  
**serta untuk Periode Sembilan Bulan yang berakhir**  
**pada tanggal 30 September 2012 dan 2011**

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries**  
**Notes to Interim Consolidated Financial**  
**Statements as at 30 September 2012 and**  
**31 December 2011 and for The Nine-Month**  
**Period ended 30 September 2012 and 2011**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Biaya tenaga kerja langsung termasuk biaya karyawan kontrak pihak ketiga sejumlah masing-masing Rp 57.518 dan Rp 59.438 untuk periode sembilan bulan yang berakhir 30 September 2012 dan 2011.

Direct labour costs include cost of personnel outsourced from third parties, amounting to Rp 57,518 and Rp 59,438 for the nine-month period ended 30 September 2012 and 2011, respectively.

Tidak ada pembelian dari pemasok yang secara individu melebihi 10% dari total pembelian bahan baku dan barang jadi Grup.

No purchase from an individual supplier was made in excess of 10% of the Group total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi Grup dari pihak berelasi, untuk periode sembilan bulan yang berakhir 30 September 2012 dan 2011 masing-masing berjumlah Rp 729.047 dan Rp 968.934 setara dengan 8,06% dan 12,61% dari total seluruh pembelian bahan baku dan barang jadi.

The Group's raw materials and finished goods from related parties, amounting to Rp 729,047 and Rp 968,934 for the nine-month period ended 30 September 2012 and 2011 respectively, which represent 8.06% and 12.61%, respectively, of the total purchases of raw materials and finished goods.

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

	9 bulan/months		
	2012	2011	
Unilever Asia Private Ltd.	457,011	689,999	Unilever Asia Private Ltd.
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	83,088	109,070	PT Unilever Body Care Indonesia Tbk
Unilever Supply Chain Company AG	75,350	7,912	Unilever Supply Chain Company AG
PT Technopia Jakarta	62,618	56,286	PT Technopia Jakarta
Unilever Philippines, Inc.	12,466	14,124	Unilever Philippines, Inc.
Unilever China Ltd.	10,312	5,598	Unilever China Ltd.
3PM South Export	9,480	-	3PM South Export
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	4,799	2,644	Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Unilever India Export Limited	4,774	-	Unilever India Export Limited
Lipton Ltd. UK	3,956	62,301	Lipton Ltd. UK
Lipton Ltd. India	2,875	5,325	Lipton Ltd. India
Unilever Vietnam Joint Venture Company	1,293	1,311	Unilever Vietnam Joint Venture Company
Hindustan Unilever Ltd.	40	9,737	Hindustan Unilever Ltd.
Shanghai Export DC HPC.	-	3,724	Shanghai Export DC HPC.
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 1.000)	985	903	Others (individual balances less than Rp 1,000 each)
<b>Jumlah</b>	<b>729,047</b>	<b>968,934</b>	<b>Total</b>

**28. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**28. a. Marketing and selling expenses**

	9 bulan/months		
	2012	2011	
Iklan dan riset pasar	2,117,595	1,880,267	Advertising and market research
Distribusi	829,959	698,735	Distribution
Promosi	549,679	613,311	Promotion
Remunerasi	387,005	323,613	Remuneration
Beban penjualan	94,567	94,000	Sales expenses
Imbalan kerja	50,412	28,206	Employee benefits
Perjalanan dinas dan jamuan	38,291	29,037	Travelling and representation
Penyusutan aset tetap	32,820	26,280	Depreciation of fixed assets
Informasi dan telekomunikasi	28,802	19,021	Information and telecommunications
Sewa	26,850	24,153	Rents
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	127,420	144,629	Others (individual balances less than Rp 10,000 each)
<b>Jumlah</b>	<b>4,283,400</b>	<b>3,881,252</b>	<b>Total</b>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak  
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian  
31 Desember 2012 dan 2011

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiaries  
Notes to the Consolidated Financial  
Statements 31 December 2012 and 2011

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2012			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	18,922,118	7,381,130	27,303,248	Net sales
Laba bruto	10,756,731	3,132,395	13,889,126	Gross profit
Hasil segmen	6,403,211	1,486,494	7,889,705	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(867,658)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(567,239)	General and administration expenses
Penghasilan lain-lain, bersih			11,957	Other income, net
Laba sebelum pajak penghasilan			6,466,765	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(1,627,620)	Income tax expense
Laba tahun berjalan			4,839,145	Profit for the year
Pendapatan komprehensif lainnya			-	Other comprehensive income
Jumlah pendapatan komprehensif bersih tahun berjalan			4,839,145	Total comprehensive income for the year
Laba/jumlah pendapatan komprehensif yang dapat diatribusikan kepada:				Profit/total comprehensive income attributable to:
Pemilik entitas induk			4,839,277	Owners of the parent
Kepentingan nonpengendali			(132)	Non-controlling interests
			4,835,145	
Aset segmen	6,716,453	3,779,842	10,496,295	Segment assets
Aset tak berwujud	-	392,680	392,680	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			1,096,004	Unallocated segment assets
			11,984,979	
Liabilitas segmen	(3,693,100)	(1,205,829)	(4,898,929)	Segment liabilities
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(3,117,685)	Unallocated segment liabilities
			(8,016,614)	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	523,483	451,834	975,317	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			376,685	Unallocated capital expenditures
			1,352,002	
Penyusutan	170,878	106,253	277,131	Depreciation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			112,928	Unallocated depreciation and amortisation expense
			390,059	

PT Unilever Indonesia Tbk  
Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
Untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir pada  
30 June 2019

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
Notes to the Interim Financial Statements  
For The Six-Month Period Ended  
30 June 2019

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

26. a. Beban pemasaran dan penjualan

26. a. Marketing and selling expenses

	30 Juni/ June 2019	30 Juni/ June 2018*	
Iklan dan riset pasar	1,194,060	1,374,422	Advertising and market research
Distribusi	976,002	911,365	Distribution
Promosi	846,052	767,346	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	348,121	361,480	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	229,092	287,964	Selling expenses
Penyusutan aset hak-guna	87,872	103,870	Depreciation of right-of-use assets
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	82,389	75,265	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Jasa konsultan dan jasa lainnya	42,739	28,159	Consultant fees and other services
Imbalan kerja jangka panjang	31,711	39,887	Long-term employee benefits
Perjalanan dinas dan jamuan	17,254	13,427	Travelling and representation
Informasi dan telekomunikasi	13,093	16,098	Information and telecommunication
Sewa	5,336	954	Rent
Lain-lain	70,526	45,026	Others
Jumlah	<u>3,944,247</u>	<u>4,025,263</u>	Total

26. b. Beban umum dan administrasi

26. b. General and administration expenses

	30 Juni/ June 2019	30 Juni/ June 2018*	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	1,450,126	1,444,887	Trademark, technology and service fees (Note 7b)
Remunerasi dan imbalan kerja	133,214	169,157	Remuneration and employee benefits
Informasi dan telekomunikasi	82,862	79,831	Information and telecommunications
Jasa konsultan dan jasa lainnya	66,170	47,397	Consultant fees and other services
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	31,507	28,251	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 12)	16,160	10,609	Amortisation of intangible assets (Note 12)
Perjalanan dinas dan jamuan	10,740	16,369	Travelling and representation
Imbalan kerja jangka panjang	10,607	11,932	Long-term employee benefits
Penyusutan aset hak-guna	8,111	7,623	Depreciation of right-of-use assets
Pendidikan dan pelatihan	2,527	2,034	Education and training
Sewa	112	387	Rent
Lain-lain	174,239	110,115	Others
Jumlah	<u>1,986,375</u>	<u>1,928,592</u>	Total

\*Setelah penyajian kembali (Lihat Catatan 37)

After restatement (See Note 37)\*

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
 31 Maret 2019 dan 31 Desember 2018  
 Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir pada  
 31 Maret 2019 dan 2018

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Interim Notes to the Financial Statements  
 31 March 2019 and 31 December 2018  
 For The Three-Month Periods Ended  
 31 March 2019 and 2018

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

31. Informasi segmen (lanjutan)  
 a. Laba segmen

31. Segment Information (continued)  
 a. Segment Income

	31 Maret/March 2019			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	7,466,401	3,198,217	10,664,618	Net sales
Laba bruto	3,926,626	1,379,692	5,306,318	Gross profit
Hasil segmen	2,391,957	426,709	2,818,666	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(271,637)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(183,156)	General and administration expenses
Penghasilan lain-lain, bersih			(33,702)	Other income, net
Laba sebelum pajak penghasilan			2,330,171	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(581,651)	Income tax expense
Laba			1,748,520	Profit
Penghasilan komprehensif lain			(73,134)	Other comprehensive income
Jumlah penghasilan komprehensif			1,675,386	Total comprehensive income
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	76,123	110,459	186,582	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			53,500	Unallocated capital expenditures
			240,082	
Penyusutan dan amortisasi	(88,784)	(103,074)	(191,858)	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(61,061)	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			(252,919)	



**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Interim**  
**31 Maret 2019 dan 31 Desember 2018**  
**Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir pada**  
**31 Maret 2019 dan 2018**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Interim Notes to the Financial Statements**  
**31 March 2019 and 31 December 2018**  
**For The Three-Month Periods Ended**  
**31 March 2019 and 2018**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**26. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**26. a. Marketing and selling expenses**

	31 Maret/ March 2019	31 Maret/ March 2018*	
Iklan dan riset pasar	592,418	733,755	<i>Advertising and market research</i>
Distribusi	486,330	450,495	<i>Distribution</i>
Promosi	405,485	366,681	<i>Promotion</i>
Remunerasi dan imbalan kerja	192,479	166,530	<i>Remuneration and employee benefits</i>
Beban penjualan	129,966	157,487	<i>Selling expenses</i>
Penyusutan aset hak-guna	36,989	51,936	<i>Depreciation of right-of-use assets</i>
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	41,013	36,091	<i>Depreciation of fixed assets (Note 9f)</i>
Imbalan kerja jangka panjang	15,682	19,618	<i>Long-term employee benefits</i>
Jasa konsultan dan jasa lainnya	24,434	16,457	<i>Consultant fees and other services</i>
Sewa	13,937	357	<i>Rent</i>
Informasi dan telekomunikasi	16,349	13,665	<i>Information and telecommunications</i>
Perjalanan dinas dan jamuan	9,817	7,195	<i>Travelling and representation</i>
Lain-lain	43,100	27,087	<i>Others</i>
Jumlah	<u>2,007,999</u>	<u>2,047,354</u>	<i>Total</i>

**26. b. Beban umum dan administrasi**

**26. b. General and administration expenses**

	31 Maret/ March 2019	31 Maret/ March 2018*	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	739,311	736,373	<i>Trademark, technology and service fees (Note 7b)</i>
Remunerasi dan imbalan kerja	83,458	63,745	<i>Remuneration and employee benefits</i>
Informasi dan telekomunikasi	37,429	41,770	<i>Information and telecommunications</i>
Jasa konsultan dan jasa lainnya	29,433	29,550	<i>Consultant fees and other services</i>
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	15,737	14,110	<i>Depreciation of fixed assets (Note 9f)</i>
Imbalan kerja jangka panjang	5,849	6,255	<i>Long-term employee benefits</i>
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	8,496	5,304	<i>Amortisation of intangible assets (Note 11)</i>
Sewa	1,359	174	<i>Rent</i>
Penyusutan aset hak-guna	3,161	3,811	<i>Depreciation of right-of-use assets</i>
Perjalanan dinas dan jamuan	4,032	7,864	<i>Travelling and representation</i>
Pendidikan dan pelatihan	1,468	2,292	<i>Education and training</i>
Lain-lain	4,714	15,135	<i>Others</i>
Jumlah	<u>934,447</u>	<u>926,383</u>	<i>Total</i>

30. Informasi segmen (lanjutan)

30. Segment Information (continued)

a. Laba segmen

a. Segment Income

	2018			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	28,723,176	13,078,897	41,802,073	Net sales
Laba bruto	15,100,987	5,991,286	21,092,273	Gross profit
Hasil segmen	9,429,685	2,267,674	11,697,359	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(1,286,923)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(954,422)	General and administration expenses
Penghasilan lain-lain, bersih			2,729,750	Other income, net
Laba sebelum pajak penghasilan			12,185,764	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(3,076,319)	Income tax expense
Laba			9,109,445	Profit
Penghasilan komprehensif lain			276,750	Other comprehensive income
Jumlah penghasilan komprehensif			9,386,195	Total comprehensive income
<b>Informasi lainnya</b>				<b>Other information</b>
Pengeluaran modal	523,147	272,340	795,487	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			303,390	Unallocated capital expenditures
			1,098,877	
Penyusutan dan amortisasi	(383,391)	(312,371)	(695,762)	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(81,489)	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			(777,251)	

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Catatan atas Laporan Keuangan**  
**Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada**  
**31 Desember 2018 dan 2017**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Notes to the Financial Statements**  
**For The Years Ended**  
**31 December 2018 and 2017**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**25. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**25. a. Marketing and selling expenses**

	2018	2017	
Iklan dan riset pasar	2,288,304	2,667,233	Advertising and market research
Distribusi	1,942,881	1,986,342	Distribution
Promosi	1,658,263	1,498,024	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	742,208	730,985	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	534,068	478,587	Selling expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	157,888	145,750	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Imbalan kerja jangka panjang	72,650	72,918	Long-term employee benefits
Jasa konsultan dan jasa lainnya	55,406	63,774	Consultant fees and other services
Sewa	54,220	63,629	Rent
Informasi dan telekomunikasi	49,792	46,410	Information and telecommunications
Perjalanan dinas dan jamuan	32,481	24,284	Travelling and representation
Lain-lain	130,927	61,451	Others
Jumlah	<u>7,719,088</u>	<u>7,839,387</u>	Total

**25. b. Beban umum dan administrasi**

**25. b. General and administration expenses**

	2018	2017	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	2,864,258	2,787,880	Trademark, technology and service fees (Note 7b)
Remunerasi dan imbalan kerja	311,654	369,580	Remuneration and employee benefits
Informasi dan telekomunikasi	157,869	160,070	Information and telecommunications
Jasa konsultan dan jasa lainnya	110,938	103,946	Consultant fees and other services
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	57,244	33,018	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Imbalan kerja jangka panjang	24,275	28,560	Long-term employee benefits
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	22,661	21,219	Amortisation of intangible assets (Note 11)
Sewa	16,835	22,289	Rent
Perjalanan dinas dan jamuan	15,882	26,930	Travelling and representation
Pendidikan dan pelatihan	10,998	5,952	Education and training
Lain-lain	324,557	315,927	Others
Jumlah	<u>3,917,171</u>	<u>3,875,371</u>	Total

**26. Penghasilan/(beban) lain-lain, bersih**

**26. Other income/(expenses), net**

	2018	2017	
Keuntungan/(kerugian) selisih kurs, bersih	2,029	(6,785)	Gain/(loss) on foreign exchange, net
Kerugian penjualan aset tetap (Catatan 9d)	(1,731)	(3,745)	Loss on sale of fixed assets (Note 9d)
Penghapusan utang dividen	2,886	1,318	Write-off of dividend payable
Lain-lain	2,819,432	-	Others
Jumlah	<u>2,822,616</u>	<u>(9,212)</u>	Total

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Interim**  
**30 September 2018 dan 31 Desember 2017**  
**Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir pada**  
**30 September 2018 dan 2017**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Notes to the Interim Financial Statements**  
**30 September 2018 and 31 December 2017**  
**For The Nine-Month Periods Ended**  
**30 September 2018 and 2017**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**30. Informasi segmen (lanjutan)**

**30. Segment Information (continued)**

**a. Laba segmen**

**a. Segment Income**

	<u>30 September/September 2018</u>			
	<u>Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care</u>	<u>Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment</u>	<u>Jumlah/ Total</u>	
Penjualan bersih	21,391,041	10,140,458	31,531,499	<i>Net sales</i>
Laba bruto	11,196,074	4,615,522	15,811,596	<i>Gross profit</i>
Hasil segmen	6,720,091	1,947,512	8,667,603	<i>Segment result</i>
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				<i>Unallocated expenses:</i>
Beban pemasaran dan penjualan			(938,590)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi			(716,356)	<i>General and administration expenses</i>
Pendapatan lain-lain, bersih			2,755,693	<i>Other income, net</i>
Laba sebelum pajak penghasilan			9,768,350	<i>Profit before income tax</i>
Beban pajak penghasilan			(2,464,857)	<i>Income tax expense</i>
Laba			7,303,493	<i>Profit</i>
Penghasilan komprehensif lain			346,418	<i>Other comprehensive income</i>
Jumlah penghasilan komprehensif			7,649,911	<i>Total comprehensive income</i>
<b>Informasi lainnya</b>				<b><i>Other information</i></b>
Pengeluaran modal	340,252	170,251	510,503	<i>Capital expenditures</i>
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			153,223	<i>Unallocated capital expenditures</i>
			663,726	
Penyusutan dan amortisasi	(181,722)	(277,095)	(458,817)	<i>Depreciation and amortisation</i>
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(130,479)	<i>Unallocated depreciation and amortisation expenses</i>
			(589,296)	

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Interim**  
**30 September 2018 dan 31 Desember 2017**  
**Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir pada**  
**30 September 2018 dan 2017**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Notes to the Interim Financial Statements**  
**30 September 2018 and 31 December 2017**  
**For The Nine-Month Periods Ended**  
**30 September 2018 and 2017**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**25. a. Beban pemasaran dan penjualan**

	30 September/ September 2018	30 September/ September 2017
Iklan dan riset pasar	1,892,406	2,112,103
Distribusi	1,483,996	1,490,816
Promosi	1,250,704	1,153,147
Remunerasi dan imbalan kerja	555,123	555,497
Beban penjualan	391,974	382,255
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	116,645	108,143
Imbalan kerja jangka panjang	59,105	57,144
Sewa	34,813	46,058
Jasa konsultan dan jasa lainnya	34,003	36,690
Informasi dan telekomunikasi	31,608	47,414
Perjalanan dinas dan jamuan	21,474	13,497
Lain-lain	79,824	53,343
<b>Jumlah</b>	<b>5,951,675</b>	<b>6,056,107</b>

**25. a. Marketing and selling expenses**

*Advertising and market research*  
*Distribution*  
*Promotion*  
*Remuneration and employee benefits*  
*Sales expenses*  
*Depreciation of fixed assets (Note 9f)*  
*Long-term employee benefits*  
*Rent*  
*Consultant fees and other services*  
*Information and telecommunications*  
*Travelling and representation*  
*Others*  
**Total**

**25. b. Beban umum dan administrasi**

	30 September/ September 2018	30 September/ September 2017
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	2,166,248	2,115,942
Remunerasi dan imbalan kerja	234,414	275,013
Informasi dan telekomunikasi	112,844	103,299
Jasa konsultan dan jasa lainnya	75,996	97,158
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	42,614	18,767
Perjalanan dinas dan jamuan	22,087	19,672
Imbalan kerja jangka panjang	19,208	22,430
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	15,914	15,914
Sewa	12,819	18,486
Pendidikan dan pelatihan	4,844	9,009
Lain-lain	140,275	209,562
<b>Jumlah</b>	<b>2,847,263</b>	<b>2,905,252</b>

**25. b. General and administration expenses**

*Trademark, technology and service fees (Note 7b)*  
*Remuneration and employee benefits*  
*Information and telecommunications*  
*Consultant fees and other services*  
*Depreciation of fixed assets (Note 9f)*  
*Travelling and representation*  
*Long-term employee benefits*  
*Amortisation of intangible assets (Note 11)*  
*Rent*  
*Education and training*  
*Others*  
**Total**

**26. Penghasilan/(beban) lain-lain, bersih**

	30 September/ September 2018	30 September/ September 2017
(Kerugian)/keuntungan selisih kurs, bersih	(2,621)	(6,549)
Keuntungan/(Kerugian) penjualan aset tetap (Catatan 9d)	(165)	358
Lain-lain	2,847,308	-
<b>Jumlah</b>	<b>2,844,522</b>	<b>(6,191)</b>

**26. Other Income/(expenses), net**

*(Loss)/gain on foreign exchange, net*  
*Gain/(Loss) on sale of fixed assets (Note 9d)*  
*Others*  
**Total**

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
 31 Maret 2018 dan 31 Desember 2017  
 Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir pada  
 31 Maret 2018 dan 2017

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Notes to the Interim Financial Statements  
 31 March 2018 and 31 December 2017  
 For The Three-Month Periods Ended  
 31 March 2018 and 2017

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

30. Informasi segmen (lanjutan)

30. Segment information (continued)

a. Laba segmen

a. Segment income

	31 Maret/March 2018			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	7,276,713	3,469,908	10,746,621	Net sales
Laba bruto	3,886,344	1,603,397	5,489,741	Gross profit
Hasil segmen	2,341,065	679,932	3,020,997	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(284,952)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(225,340)	General and administration expenses
Beban lain-lain, bersih			(42,834)	Other expenses, net
Laba sebelum pajak penghasilan			2,467,871	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(628,740)	Income tax expense
Laba			1,839,131	Profit
Penghasilan komprehensif lain			-	Other comprehensive income
Jumlah penghasilan komprehensif			1,839,131	Total comprehensive income
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	83,101	21,523	104,624	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			44,152	Unallocated capital expenditures
			148,776	
Penyusutan dan amortisasi	(89,210)	(73,062)	(162,272)	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(19,517)	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			(181,789)	

PT Unilever Indonesia Tbk  
Catatan atas Laporan Keuangan  
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada  
31 Desember 2017 dan 2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
Notes to the Financial Statements  
For The Years Ended  
31 December 2017 and 2016

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

30. Informasi segmen (lanjutan)

30. Segment information (continued)

a. Laba segmen (lanjutan)

a. Segment income (continued)

	2016			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	27,697,234	12,356,498	40,053,732	<i>Net sales</i>
Laba bruto	15,294,134	5,164,962	20,459,096	<i>Gross profit</i>
Hasil segmen	8,880,827	1,905,277	10,786,104	<i>Segment result</i>
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				<i>Unallocated expenses:</i>
Beban pemasaran dan penjualan			(987,698)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi			(1,091,696)	<i>General and administration expenses</i>
Beban lain-lain, bersih			(134,825)	<i>Other expenses, net</i>
Laba sebelum pajak penghasilan			8,571,885	<i>Profit before income tax</i>
Beban pajak penghasilan			(2,181,213)	<i>Income tax expense</i>
Laba			6,390,672	<i>Profit</i>
Rugi komprehensif lain			(433,165)	<i>Other comprehensive loss</i>
Jumlah penghasilan komprehensif			5,957,507	<i>Total comprehensive income</i>
<b>Informasi lainnya</b>				<b><i>Other information</i></b>
Pengeluaran modal	677,752	316,263	994,015	<i>Capital expenditures</i>
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			779,825	<i>Unallocated capital expenditures</i>
			1,773,840	
Penyusutan dan amortisasi	265,162	255,279	520,441	<i>Depreciation and amortisation</i>
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			30,393	<i>Unallocated depreciation and amortisation expenses</i>
			550,834	

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
 30 September 2017 dan 31 Desember 2016  
 Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir pada  
 30 September 2017 dan 2016

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Notes to the Interim Financial Statements  
 30 September 2017 and 31 December 2016  
 For The Nine-Month Periods Ended  
 30 September 2017 and 2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

30. Informasi segmen (lanjutan)

30. Segment information (continued)

a. Laba segmen

a. Segment income

	30 September/September 2017			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	21.061.521	10.151.985	31.213.506	Net sales
Laba bruto	11.409.487	4.643.614	16.053.101	Gross profit
Hasil segmen	6.755.699	1.927.893	8.683.592	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(784,657)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(806,983)	General and administration expenses
Beban lain-lain, bersih			(99,061)	Other expenses, net
Laba sebelum pajak penghasilan			6,992,881	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(1,763,481)	Income tax expense
Laba			5,229,400	Profit
Penghasilan komprehensif lain			-	Other comprehensive income
Jumlah penghasilan komprehensif			5,229,400	Total comprehensive income
<b>Informasi lainnya</b>				<b>Other information</b>
Pengeluaran modal	586,258	135,695	721,953	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			524,988	Unallocated capital expenditures
			1,246,941	
Penyusutan dan amortisasi	(212,529)	(224,233)	(436,762)	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(45,840)	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			(482,602)	



PT Unilever Indonesia Tbk  
Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
30 September 2017 dan 31 Desember 2016  
Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir pada  
30 September 2017 dan 2016

PT Unilever Indonesia Tbk  
Notes to the Interim Financial Statements  
30 September 2017 and 31 December 2016  
For The Nine-Month Periods Ended  
30 September 2017 and 2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

25. a. Beban pemasaran dan penjualan

25. a. Marketing and selling expenses

	30 September/ September 2017	30 September/ September 2016	
Iklan dan riset pasar	2,112,103	2,189,139	Advertising and market research
Distribusi	1,490,816	1,441,869	Distribution
Promosi	1,153,147	1,179,089	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	555,497	531,406	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	382,255	204,000	Sales expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	108,143	100,604	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Imbalan kerja jangka panjang	57,144	40,755	Long-term employee benefits
Sewa	46,058	43,847	Rent
Informasi dan telekomunikasi	47,414	77,755	Information and telecommunications
Jasa konsultan dan jasa lainnya	36,690	123,995	Consultant fees and other services
Perjalanan dinas dan jamuan	13,497	50,235	Travelling and representation
Lain-lain	53,343	27,374	Others
Jumlah	<u>6,056,107</u>	<u>6,010,068</u>	Total

25. b. Beban umum dan administrasi

25. b. General and administration expenses

	30 September/ September 2017	30 September/ September 2016	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	2,115,942	2,059,665	Trademark, technology and service fees (Note 7b)
Remunerasi dan imbalan kerja	275,013	245,778	Remuneration and employee benefits
Informasi dan telekomunikasi	103,299	54,931	Information and telecommunications
Jasa konsultan dan jasa lainnya	97,158	114,112	Consultant fees and other services
Imbalan kerja jangka panjang	22,430	12,270	Long-term employee benefits
Sewa	18,486	36,914	Rent
Perjalanan dinas dan jamuan	19,672	25,310	Travelling and representation
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	15,914	15,915	Amortisation of intangible assets (Note 11)
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	18,767	2,151	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Pendidikan dan pelatihan	9,009	8,749	Education and training
Lain-lain	209,562	243,980	Others
Jumlah	<u>2,905,252</u>	<u>2,819,775</u>	Total

26. (Beban)/penghasilan lain-lain, bersih

26. (Expenses)/Other income, net

	30 September/ September 2017	30 September/ September 2016	
(Kerugian)/keuntungan selisih kurs, bersih	(6,549)	6,693	(Loss)/gain on foreign exchange, net
Keuntungan/(kerugian) penjualan aset tetap (Catatan 9d)	<u>358</u>	<u>(3,593)</u>	Gain/(loss) on sale of fixed assets (Note 9d)
Jumlah	<u>(6,191)</u>	<u>3,100</u>	Total

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
 30 Juni 2017 dan 31 Desember 2016  
 Untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir pada  
 30 Juni 2017 dan 2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Notes to the Interim Financial Statements  
 30 June 2017 and 31 December 2016  
 For The Six-Month Periods Ended  
 30 June 2017 and 2016

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

30. Informasi segmen (lanjutan)

30. Segment Information (continued)

a. Laba segmen

a. Segment Income

	30 Juni/June 2017			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	14,153,669	7,110,039	21,263,708	Net sales
Laba bruto	7,660,863	3,252,302	10,913,165	Gross profit
Hasil segmen	4,598,876	1,445,706	6,044,582	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(505,632)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(635,992)	General and administration expenses
Beban lain-lain, bersih			(59,588)	Other expenses, net
Laba sebelum pajak penghasilan			4,843,370	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(1,219,412)	Income tax expense
Laba			3,623,958	Profit
Penghasilan komprehensif lain			87,698	Other comprehensive income
Jumlah penghasilan komprehensif			3,711,656	Total comprehensive income
<b>Informasi lainnya</b>				<b>Other information</b>
Pengeluaran modal	370,693	55,243	425,936	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			454,069	Unallocated capital expenditures
			880,005	
Penyusutan dan amortisasi	(137,989)	(161,191)	(299,180)	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(17,756)	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			(316,936)	

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Interim**  
**30 Juni 2017 dan 31 Desember 2016**  
**Untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir pada**  
**30 Juni 2017 dan 2016**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Notes to the Interim Financial Statements**  
**30 June 2017 and 31 December 2016**  
**For The Six-Month Periods Ended**  
**30 June 2017 and 2016**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**25. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**25. a. Marketing and selling expenses**

	30 Juni/ June 2017	30 Juni/ June 2016	
Iklan dan riset pasar	1,352,048	1,504,662	Advertising and market research
Distribusi	1,032,361	1,015,393	Distribution
Promosi	767,883	747,345	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	381,825	360,178	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	222,635	129,988	Sales expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	71,612	66,155	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Imbalan kerja jangka panjang	36,816	26,487	Long-term employee benefits
Sewa	30,174	28,878	Rent
Informasi dan telekomunikasi	28,067	65,489	Information and telecommunications
Jasa konsultan dan jasa lainnya	22,160	82,885	Consultant fees and other services
Perjalanan dinas dan jamuan	8,974	34,509	Travelling and representation
Lain-lain	30,457	20,574	Others
<b>Jumlah</b>	<b>3,985,012</b>	<b>4,082,543</b>	<b>Total</b>

**25. b. Beban umum dan administrasi**

**25. b. General and administration expenses**

	30 Juni/ June 2017	30 Juni/ June 2016	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	1,453,217	1,414,485	Trademark, technology and service fees (Note 7b)
Remunerasi dan imbalan kerja	224,701	184,409	Remuneration and employee benefits
Informasi dan telekomunikasi	77,149	34,210	Information and telecommunications
Jasa konsultan dan jasa lainnya	64,085	77,726	Consultant fees and other services
Imbalan kerja jangka panjang	14,492	8,208	Long-term employee benefits
Sewa	12,977	25,879	Rent
Perjalanan dinas dan jamuan	11,113	21,510	Travelling and representation
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	10,609	10,609	Amortisation of intangible assets (Note 11)
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	5,998	1,410	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Pendidikan dan pelatihan	1,324	5,234	Education and training
Lain-lain	149,530	151,199	Others
<b>Jumlah</b>	<b>2,025,195</b>	<b>1,934,679</b>	<b>Total</b>

**26. Beban/(penghasilan) lain-lain, bersih**

**26. Expenses/(Other Income), net**

	30 Juni/ June 2017	30 Juni/ June 2016	
Kerugian/(keuntungan) selisih kurs, bersih (Keuntungan)/kerugian penjualan aset tetap (Catatan 9d)	4,093	(6,353)	Loss/(gain) on foreign exchange, net (Gain)/loss on sale of fixed assets (Note 9d)
<b>Jumlah</b>	<b>3,778</b>	<b>(4,393)</b>	<b>Total</b>

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Interim**  
**31 Maret 2017 dan 31 Desember 2016**  
**Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir pada**  
**31 Maret 2017 dan 2016**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Notes to the Interim Financial Statements**  
**31 March 2017 and 31 December 2016**  
**For The Three-Month Periods Ended**  
**31 March 2017 and 2016**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**25. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**25. a. Marketing and selling expenses**

	<b>31 Maret/ March 2017</b>	<b>31 Maret/ March 2016</b>	
Iklan dan riset pasar	601,786	677,015	Advertising and market research
Distribusi	501,843	489,280	Distribution
Promosi	357,152	348,662	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	199,033	190,341	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	116,812	56,384	Sales expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	35,832	32,408	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Imbalan kerja jangka panjang	16,369	13,863	Long-term employee benefits
Sewa	15,498	13,644	Rent
Jasa konsultan dan jasa lainnya	10,631	54,412	Consultant fees and other services
Informasi dan telekomunikasi	7,095	44,542	Information and telecommunications
Perjalanan dinas dan jamuan	4,733	16,388	Travelling and representation
Lain-lain	52,489	55,986	Others
<b>Jumlah</b>	<b>1,919,273</b>	<b>1,992,925</b>	<b>Total</b>

**25. b. Beban umum dan administrasi**

**25. b. General and administration expenses**

	<b>31 Maret/ March 2017</b>	<b>31 Maret/ March 2016</b>	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	740,053	684,286	Trademark, technology and service fees (Note 7b)
Remunerasi dan imbalan kerja	82,413	59,898	Remuneration and employee benefits
Jasa konsultan dan jasa lainnya	32,470	33,390	Consultant fees and other services
Informasi dan telekomunikasi	42,379	17,206	Information and telecommunications
Imbalan kerja jangka panjang	13,315	3,318	Long-term employee benefits
Sewa	7,527	14,108	Rent
Perjalanan dinas dan jamuan	5,569	8,755	Travelling and representation
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	5,305	5,305	Amortisation of intangible assets (Note 11)
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	2,883	671	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Pendidikan dan pelatihan	304	2,930	Education and training
Lain-lain	112,680	51,998	Others
<b>Jumlah</b>	<b>1,044,898</b>	<b>881,865</b>	<b>Total</b>

**26. Penghasilan/(beban) lain-lain, bersih**

**26. Other income/(expenses), net**

	<b>31 Maret/ March 2017</b>	<b>31 Maret/ March 2016</b>	
(Kerugian)/keuntungan selisih kurs, bersih	(1,444)	2,734	(Loss)/gain on foreign exchange, net
Kerugian penjualan aset tetap (Catatan 9d)	95	(1,808)	Loss on sale of fixed assets (Note 9d)
<b>Jumlah</b>	<b>(1,349)</b>	<b>926</b>	<b>Total</b>

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Catatan atas Laporan Keuangan**  
**Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada**  
**31 Desember 2016 dan 2015**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Notes to the Financial Statements**  
**For The Years Ended**  
**31 December 2016 and 2015**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**30. Informasi segmen (lanjutan)**

**30. Segment information (continued)**

	2016		Jumlah/ Total	
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshments		
Penjualan bersih	27,697,234	12,356,498	40,053,732	Net sales
Laba bruto	15,294,134	5,164,962	20,459,096	Gross profit
Hasil segmen	8,880,827	1,905,277	10,786,104	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(987,698)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(1,091,696)	General and administration expenses
Beban lain-lain, bersih			(134,825)	Other expenses, net
Laba sebelum pajak penghasilan			8,571,885	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(2,181,213)	Income tax expense
Laba			6,390,672	Profit
Rugi komprehensif lain			(433,165)	Other comprehensive loss
Jumlah penghasilan komprehensif			5,957,507	Total comprehensive income
Aset segmen	8,676,828	5,223,075	13,899,903	Segment assets
Aset takberwujud	-	392,616	392,616	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			2,453,176	Unallocated segment assets
			16,745,695	
Liabilitas segmen	(4,795,493)	(2,039,401)	(6,834,894)	Segment liabilities
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(5,206,543)	Unallocated segment liabilities
			(12,041,437)	
<b>Informasi lainnya</b>				<b>Other information</b>
Pengeluaran modal	677,752	316,263	994,015	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			779,825	Unallocated capital expenditures
			1,773,840	
Penyusutan dan amortisasi	265,162	255,279	520,441	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			30,393	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			550,834	

PT Unilever Indonesia Tbk  
Catatan atas Laporan Keuangan  
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada  
31 Desember 2016 dan 2015  
(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
Notes to the Financial Statements  
For The Years Ended  
31 December 2016 and 2015  
(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

25. a. Beban pemasaran dan penjualan

25. a. Marketing and selling expenses

	2016	2015	
Iklan dan riset pasar	2,761,497	2,941,883	Advertising and market research
Distribusi	1,965,715	1,657,530	Distribution
Promosi	1,501,836	1,277,293	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	695,923	621,763	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	337,994	280,836	Sales expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	137,342	125,972	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Jasa konsultan dan jasa lainnya	130,172	51,508	Consultant fees and other services
Perjalanan dinas dan jamuan	71,233	62,472	Travelling and representation
Sewa	59,806	40,499	Rent
Informasi dan telekomunikasi	57,829	70,743	Information and telecommunications
Imbalan kerja jangka panjang	53,585	43,784	Long-term employee benefits
Lain-lain	18,624	64,882	Others
Jumlah	7,791,556	7,239,165	Total

25. b. Beban umum dan administrasi

25. b. General and administration expenses

	2016	2015	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	2,757,731	2,563,577	Trademark, technology and service fees (Note 7b)
Remunerasi dan imbalan kerja	328,928	361,587	Remuneration and employee benefits
Jasa konsultan dan jasa lainnya	210,728	151,897	Consultant fees and other services
Informasi dan telekomunikasi	110,266	75,611	Information and telecommunications
Sewa	44,925	50,226	Rent
Perjalanan dinas dan jamuan	33,245	45,928	Travelling and representation
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	21,219	21,219	Amortisation of intangible assets (Note 11)
Imbalan kerja jangka panjang	18,199	18,677	Long-term employee benefits
Pendidikan dan pelatihan	11,679	13,261	Education and training
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	3,732	4,338	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Lain-lain	420,178	159,603	Others
Jumlah	3,960,830	3,465,924	Total

26. Penghasilan/(beban) lain-lain, bersih

26. Other income/(expenses), net

	2016	2015	
Keuntungan/(kerugian) selisih kurs, bersih	4,978	(3,188)	Gain/(loss) on foreign exchange, net
Kerugian penjualan aset tetap (Catatan 9d)	(4,876)	(9,386)	Loss on sale of fixed assets (Note 9d)
Penghapusan utang dividen	849	534	Write-off of dividend payable
Hasil penjualan merek dagang	-	7,561	Proceeds from the sale of trademark
Jumlah	951	(4,479)	

Pada bulan Maret 2015, Perseroan menjual salah satu merek dagangnya ("SHE") yang menghasilkan keuntungan sebesar Rp 7.561.

In March 2015, the Company sold one of its trademarks ("SHE") which resulted in a gain of Rp 7,561.

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
 30 September 2016 dan 31 Desember 2015  
 Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir pada  
 Tanggal 30 September 2016 dan 2015

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary  
 Notes to the Interim Financial Statements  
 30 September 2016 and 31 December 2015  
 For The Nine-Month Periods Ended  
 As at 30 September 2016 and 2015

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

30. Informasi segmen (lanjutan)

30. Segment Information (continued)

	30 September/September 2016			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	20,620,563	9,480,885	30,101,448	<i>Net sales</i>
Laba bruto	11,557,717	3,745,032	15,302,749	<i>Gross profit</i>
Hasil segmen	6,706,595	1,240,813	7,947,408	<i>Segment result</i>
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				<i>Unallocated expenses:</i>
Beban pemasaran dan penjualan			(759,517)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi			(714,985)	<i>General and administration expenses</i>
Beban lain-lain, bersih			(108,605)	<i>Other expenses, net</i>
Laba sebelum pajak penghasilan			6,364,301	<i>Profit before income tax</i>
Beban pajak penghasilan			(1,613,750)	<i>Income tax expense</i>
Laba			4,750,551	<i>Profit</i>
Penghasilan komprehensif lain			-	<i>Other comprehensive income</i>
Jumlah penghasilan komprehensif			4,750,551	<i>Total comprehensive income</i>
Aset segmen	8,522,891	5,289,023	13,811,914	<i>Segment assets</i>
Aset takberwujud		392,616	392,616	<i>Intangible assets</i>
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			2,544,143	<i>Unallocated segment assets</i>
			16,748,673	
Liabilitas segmen	(4,677,756)	(2,058,302)	(6,736,058)	<i>Segment liabilities</i>
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(3,669,824)	<i>Unallocated segment liabilities</i>
			(10,405,882)	
<b>Informasi lainnya</b>				<b><i>Other information</i></b>
Pengeluaran modal	524,937	174,905	699,842	<i>Capital expenditures</i>
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			533,231	<i>Unallocated capital expenditures</i>
			1,233,073	
Penyusutan dan amortisasi	(195,660)	(188,524)	(384,184)	<i>Depreciation and amortisation</i>
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(22,219)	<i>Unallocated depreciation and amortisation expenses</i>
			(406,403)	

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
 30 Juni 2016 dan 31 Desember 2015  
 Untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir pada  
 Tanggal 30 Juni 2016 dan 2015

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary  
 Notes to the Interim Financial Statements  
 30 June 2016 and 31 December 2015  
 For The Six-Month Periods Ended  
 As at 30 June 2016 and 2015

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

30. Informasi segmen (lanjutan)

30. Segment Information (continued)

	30 Juni/June 2016			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	14,033,372	6,712,164	20,745,536	Net sales
Laba bruto	7,891,031	2,600,022	10,491,053	Gross profit
Hasil segmen	4,696,893	778,938	5,475,831	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(527,683)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(474,507)	General and administration expenses
Beban lain-lain, bersih			(58,406)	Other expenses, net
Laba sebelum pajak penghasilan			4,415,225	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(1,117,018)	Income tax expense
Laba			3,298,207	Profit
Penghasilan komprehensif lain			-	Other comprehensive income
Jumlah penghasilan komprehensif			3,298,207	Total comprehensive income
Aset segmen	9,162,789	5,644,239	14,807,028	Segment assets
Aset takberwujud	-	392,616	392,616	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			3,720,492	Unallocated segment assets
			18,920,136	
Liabilitas segmen	(6,804,941)	(3,157,812)	(9,962,753)	Segment liabilities
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(4,066,936)	Unallocated segment liabilities
			(14,029,689)	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	256,670	110,923	367,593	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			356,908	Unallocated capital expenditures
			724,501	
Penyusutan dan amortisasi	128,929	123,328	252,257	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			14,166	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			266,423	



PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
 30 Juni 2016 dan 31 Desember 2015  
 Untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir pada  
 Tanggal 30 Juni 2016 dan 2015

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary  
 Notes to the Interim Financial Statements  
 30 June 2016 and 31 December 2015  
 For The Six-Month Periods Ended  
 As at 30 June 2016 and 2015

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

25. a. Beban pemasaran dan penjualan

25. a. Marketing and selling expenses

	30 Juni/ June 2016	30 Juni/ June 2015	
Iklan dan riset pasar	1,504,662	1,599,557	Advertising and market research
Distribusi	1,015,393	843,834	Distribution
Promosi	747,345	652,821	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	360,178	310,500	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	129,988	144,189	Sales expenses
Jasa konsultan dan jasa lainnya	82,885	22,036	Consultant fees and other services
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	66,155	61,255	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Informasi dan telekomunikasi	65,489	34,699	Information and telecommunications
Perjalanan dinas dan jamuan	34,509	30,017	Travelling and representation
Sewa	28,878	15,472	Rent
Imbalan kerja jangka panjang	26,487	26,652	Long-term employee benefits
Lain-lain	20,574	30,496	Others
Jumlah	<u>4,082,543</u>	<u>3,771,528</u>	Total

25. b. Beban umum dan administrasi

25. b. General and administration expenses

	30 Juni/ June 2016	30 Juni/ June 2015	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	1,414,485	1,341,387	Trademark, technology and service fees (Note 7b)
Remunerasi dan imbalan kerja	184,404	210,045	Remuneration and employee benefits
Jasa konsultan dan jasa lainnya	77,726	70,607	Consultant fees and other services
Informasi dan telekomunikasi	34,210	42,406	Information and telecommunications
Sewa	25,879	25,402	Rent
Perjalanan dinas dan jamuan	21,510	25,831	Travelling and representation
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	10,609	10,609	Amortisation of intangible assets (Note 11)
Imbalan kerja jangka panjang	8,208	11,790	Long-term employee benefits
Pendidikan dan pelatihan	5,234	3,888	Education and training
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	1,410	2,791	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Lain-lain	151,204	63,680	Others
Jumlah	<u>1,934,879</u>	<u>1,808,436</u>	Total

26. Penghasilan/(beban) lain-lain, bersih

26. Other Income/(expenses), net

	30 Juni/ June 2016	30 Juni/ June 2015	
Keuntungan/(kerugian) selisih kurs, bersih	6,353	(4,208)	Gain/(loss) on foreign exchange, net
Kerugian penjualan aset tetap (Catatan 9d)	(1,960)	(4,035)	Loss on sale of fixed assets (Note 9d)
Hasil penjualan merek dagang	-	7,561	Proceed from the sale of trademark
Jumlah	<u>4,393</u>	<u>(682)</u>	

Pada bulan Maret 2015, Perseroan menjual salah satu merek dagangnya ("SHE") yang menghasilkan keuntungan sebesar Rp 7.561.

In March 2015, the Company sold one of its trademarks ("SHE") which resulted in a gain of Rp 7,561.

PT Unilever Indonesia Tbk  
Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
31 Maret 2016 dan 31 Desember 2015  
Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir pada  
Tanggal 31 Maret 2016 dan 2015

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary  
Notes to the Interim Financial Statements  
31 March 2016 and 31 December 2015  
For The Three-Month Periods Ended  
As at 31 March 2016 and 2015

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

30. Informasi segmen (lanjutan)

30. Segment information (continued)

	31 Maret/March 2016			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	6,879,242	3,108,978	9,988,220	<i>Net sales</i>
Laba bruto	3,774,629	1,246,066	5,020,695	<i>Gross profit</i>
Hasil segmen	2,247,932	384,654	2,632,586	<i>Segment result</i>
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				<i>Unallocated expenses:</i>
Beban pemasaran dan penjualan			(298,677)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi			(188,003)	<i>General and administration expenses</i>
Beban lain-lain, bersih			(39,738)	<i>Other expenses, net</i>
Laba sebelum pajak penghasilan			2,106,168	<i>Profit before income tax</i>
Beban pajak penghasilan			(536,128)	<i>Income tax expense</i>
Laba			1,570,040	<i>Profit</i>
Penghasilan komprehensif lain			-	<i>Other comprehensive income</i>
Jumlah penghasilan komprehensif			1,570,040	<i>Total comprehensive income</i>
Aset segmen	8,661,004	5,162,026	13,823,030	<i>Segment assets</i>
Aset takberwujud	-	392,680	392,680	<i>Intangible assets</i>
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			2,437,590	<i>Unallocated segment assets</i>
			16,653,300	
Liabilitas segmen	(5,220,853)	(2,350,147)	(7,571,000)	<i>Segment liabilities</i>
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(2,684,900)	<i>Unallocated segment liabilities</i>
			(10,255,900)	
Informasi lainnya				<i>Other information</i>
Pengeluaran modal	127,825	63,748	191,573	<i>Capital expenditures</i>
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			193,766	<i>Unallocated capital expenditures</i>
			385,339	
Penyusutan dan amortisasi	(62,889)	(56,642)	(119,531)	<i>Depreciation and amortisation</i>
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(7,423)	<i>Unallocated depreciation and amortisation expenses</i>
			(126,954)	

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak  
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian  
Interim 30 Juni 2014 dan 31 Desember 2013 serta  
untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir pada  
Tanggal 30 Juni 2014 dan 2013**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary  
Notes to the Interim Consolidated Financial  
Statements 30 June 2014 and 31 December 2013  
and for the Six-Month Periods Ended  
30 June 2014 and 2013**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	30 Juni/June 2014	30 Juni/June 2013	
Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:			<i>Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:</i>
Unilever Asia Private Ltd.	164,599	307,524	<i>Unilever Asia Private Ltd.</i>
Unilever Supply Chain Company AG	43,059	48,711	<i>Unilever Supply Chain Company AG</i>
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	8,298	34,724	<i>PT Unilever Body Care Indonesia Tbk</i>
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	5,151	752	<i>Unilever Lipton Ceylon Ltd.</i>
Unilever Philippines, Inc.	4,246	4,757	<i>Unilever Philippines, Inc.</i>
Unilever Vietnam International Co.	1,273	22,474	<i>Unilever Vietnam International Co.</i>
Unilever India Export Limited	696	1,192	<i>Unilever India Export Limited</i>
Unilever China Ltd.	-	8,806	<i>Unilever China Ltd.</i>
Hindustan Unilever Ltd.	-	7,250	<i>Hindustan Unilever Ltd.</i>
Unilever ASCC AG	-	3,812	<i>Unilever ASCC AG</i>
Unilever Kenya Ltd.	-	1,709	<i>Unilever Kenya Ltd.</i>
Unilever (USA)	-	938	<i>Unilever (USA)</i>
Unilever Thai Holding Ltd.	-	541	<i>Unilever Thai Holding Ltd.</i>
<b>Jumlah</b>	<b>227,322</b>	<b>443,190</b>	<b>Total</b>

**25. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**25. a. Marketing and selling expenses**

	30 Juni/June 2014	30 Juni/June 2013	
Iklan dan riset pasar	1,607,998	1,513,231	<i>Advertising and market research</i>
Distribusi	767,681	674,179	<i>Distribution</i>
Promosi	464,059	427,741	<i>Promotion</i>
Remunerasi	225,215	277,924	<i>Remuneration</i>
Beban penjualan	131,060	82,809	<i>Sales expenses</i>
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	54,817	47,635	<i>Depreciation of fixed assets (Note 9f)</i>
Imbalan kerja jangka panjang (Catatan 17)	27,913	41,347	<i>Long-term employee benefits (Note 17)</i>
Informasi dan telekomunikasi	27,292	26,403	<i>Information and telecommunications</i>
Perjalanan dinas dan jamuan	26,192	26,338	<i>Travelling and representation</i>
Sewa	25,901	21,945	<i>Rents</i>
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	85,157	79,479	<i>Others (individual balances less than Rp 10,000 each)</i>
<b>Jumlah</b>	<b>3,443,285</b>	<b>3,219,031</b>	<b>Total</b>

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**Interim 31 Maret 2014 dan 31 Desember 2013 Serta**  
**Untuk Periode Tiga Bulan Yang Berakhir Pada**  
**Tanggal 31 Maret 2014 dan 2013**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary**  
**Notes to the Interim Consolidated Financial**  
**Statements 31 March 2014 and 31 December 2013**  
**and Three-Month Periods Ended**  
**31 March 2014 and 2013**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Biaya tenaga kerja langsung termasuk biaya karyawan kontrak pihak ketiga sejumlah masing-masing Rp 5.153 dan Rp 6.595 untuk periode yang berakhir 31 Maret 2014 dan 2013.

Tidak ada pembelian dari pemasok yang secara individu melebihi 10,00% dari total pembelian bahan baku dan barang jadi Grup.

Pembelian bahan baku dan barang jadi Grup dari pihak berelasi, untuk periode yang berakhir 31 Maret 2014 berjumlah Rp 140.605 (2013: Rp 224.931) setara dengan 3,47% (2013: 6,77%) dari total seluruh pembelian bahan baku dan barang jadi.

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

	31 Maret/ March 2014	31 Maret/ March 2013
Unilever Asia Private Ltd.	114,054	164,522
Unilever Supply Chain Company AG	11,782	19,987
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	7,512	12,460
Unilever Philippines, Inc.	3,423	2,997
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	2,899	398
Unilever Vietnam International Co.	650	11,768
Hindustan Unilever Ltd.	-	1,339
Unilever China Ltd.	-	6,565
Unilever India Export Limited	-	1,556
Unilever ASCC AG	-	2,055
Unilever (USA)	-	938
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	285	346
<b>Jumlah</b>	<b>140,605</b>	<b>224,931</b>

**25. a. Beban pemasaran dan penjualan**

	31 Maret/ March 2014	31 Maret/ March 2013
Iklan dan riset pasar	757,468	697,178
Distribusi	388,316	304,783
Promosi	236,285	214,121
Remunerasi	114,180	131,740
Beban penjualan	63,687	40,892
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	27,592	24,133
Imbalan kerja jangka panjang (Catatan 17)	16,756	15,855
Informasi dan telekomunikasi	13,219	12,540
Sewa	9,227	12,119
Perjalanan dinas dan jamuan	13,003	14,450
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	31,619	43,007
<b>Jumlah</b>	<b>1,671,352</b>	<b>1,510,818</b>

Direct labour costs include cost of personnel outsourced from third parties, amounting to Rp 5,153 and Rp 6,595 for the periods ended 31 March 2014 and 2013, respectively.

No purchase from an individual supplier was made in excess of 10.00% of the Group total purchases of raw materials and finished goods.

The Group's purchases of raw materials and finished goods from related parties for the periods ended 31 March 2014 was Rp 140,605 (2013: Rp 224,931) which represents 3.47% (2013: 6.77%) of the total purchases of raw materials and finished goods.

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

Unilever Asia Private Ltd.
Unilever Supply Chain Company AG
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk
Unilever Philippines, Inc.
Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Unilever Vietnam International Co.
Hindustan Unilever Ltd.
Unilever China Ltd.
Unilever India Export Limited
Unilever ASCC AG
Unilever (USA)
Others (individual balances less than Rp 382 each)
<b>Total</b>

**25. a. Marketing and selling expenses**

Advertising and market research
Distribution
Promotion
Remuneration
Sales expenses
Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Long-term employee benefits (Note 17)
Information and telecommunications
Rents
Travelling and representation
Others (individual balances less than Rp 10,000 each)
<b>Total</b>

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**31 Desember 2013 dan 2012**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary**  
**Notes to the Consolidated Financial Statements**  
**31 December 2013 and 2012**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	2013			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	22,414,545	8,342,890	30,757,435	<i>Net sales</i>
Laba bruto	12,136,632	3,641,856	15,778,488	<i>Gross profit</i>
Hasil segmen	6,999,997	1,700,857	8,700,854	<i>Segment result</i>
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				<i>Unallocated expenses:</i>
Beban pemasaran dan penjualan			(970,644)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi			(608,467)	<i>General and administration expenses</i>
Penghasilan lain-lain, bersih			37,065	<i>Other income, net</i>
Laba sebelum pajak penghasilan			7,158,808	<i>Profit before income tax</i>
Beban pajak penghasilan			(1,806,183)	<i>Income tax expense</i>
Laba tahun berjalan			5,352,625	<i>Profit for the year</i>
Pendapatan komprehensif lainnya			-	<i>Other comprehensive income</i>
Jumlah pendapatan komprehensif bersih tahun berjalan			5,352,625	<i>Total comprehensive income for the year</i>
Laba/jumlah pendapatan komprehensif yang dapat diatribusikan kepada:				<i>Profit/total comprehensive income attributable to:</i>
Pemilik entitas induk			5,352,625	<i>Owners of the parent</i>
Kepentingan nonpengendali			-	<i>Non-controlling interests</i>
			5,352,625	
Aset segmen	7,827,709	4,219,370	12,047,079	<i>Segment assets</i>
Aset tak berwujud	7,250	392,680	399,930	<i>Intangible assets</i>
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			901,179	<i>Unallocated segment assets</i>
			13,348,188	
Liabilitas segmen	(5,092,268)	(1,499,866)	(6,592,134)	<i>Segment liabilities</i>
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(2,501,384)	<i>Unallocated segment liabilities</i>
			(9,093,518)	
Informasi lainnya				<i>Other information</i>
Pengeluaran modal	493,551	378,004	871,555	<i>Capital expenditures</i>
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			232,618	<i>Unallocated capital expenditures</i>
			1,104,173	
Penyusutan dan amortisasi	273,392	146,780	420,172	<i>Depreciation and amortisation</i>
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			95,673	<i>Unallocated depreciation and amortisation expense</i>
			515,845	

PT UNILEVER INDONESIA Tbk DAN ENTITAS ANAK  
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN  
KONSOLIDASIAN INTERIM 30 SEPTEMBER 2013  
DAN 31 DESEMBER 2012 SERTA UNTUK PERIODE  
SEMBILAN BULAN YANG BERAKHIR PADA  
TANGGAL 30 SEPTEMBER 2013 DAN 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT UNILEVER INDONESIA Tbk AND SUBSIDIARY  
NOTES TO THE INTERIM CONSOLIDATED  
FINANCIAL STATEMENTS 30 SEPTEMBER 2013  
AND 31 DECEMBER 2012 AND NINE-MONTH  
PERIODS ENDED 30 SEPTEMBER 2013 AND 2012

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

30 September/September 2013				
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	16,588,267	6,436,836	23,025,103	Net sales
Laba bruto	8,981,950	2,842,018	11,823,968	Gross profit
Hasi segmen	5,224,185	1,417,240	6,641,425	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan	-	-	(744,447)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi	-	-	(457,155)	General and administration expenses
Penghasilan lain-lain, bersih	-	-	28,801	Other income, net
Laba sebelum pajak penghasilan	-	-	5,468,624	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan	-	-	(1,378,125)	Income tax expense
Laba tahun berjalan	-	-	4,090,499	Profit for the year
Pendapatan komprehensif lainnya	-	-	-	Other comprehensive income
Jumlah pendapatan komprehensif bersih tahun berjalan	-	-	4,090,499	Total comprehensive income for the year
Laba/jumlah pendapatan komprehensif yang dapat diatribusikan kepada:				Profit/total comprehensive income attributable to:
Pemilik entitas induk	-	-	4,090,499	Owners of the parent
Kepentingan nonpengendali	-	-	-	Non-controlling interests
			4,090,499	
<b>Informasi lainnya</b>				<b>Other information</b>
Pengeluaran modal	338,936	204,654	543,590	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan	-	-	139,977	Unallocated capital expenditures
			683,567	
Penyusutan	205,440	106,852	312,292	Depreciation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan	-	-	81,621	Unallocated depreciation and amortisation expense
			393,913	
<b>Pada 30 September 2013/As at 30 September 2013</b>				
Aset segmen	8,221,913	3,380,439	11,602,352	Segment assets
Aset takberwujud	-	392,680	392,680	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan	-	-	1,345,146	Unallocated segment assets
			13,340,178	
Liabilitas segmen	(4,551,100)	(1,051,420)	(5,602,520)	Segment liabilities
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan	-	-	(2,227,214)	Unallocated segment liabilities
			(7,829,734)	

**PT UNILEVER INDONESIA Tbk DAN ENTITAS ANAK  
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN  
KONSOLIDASIAN INTERIM 30 SEPTEMBER 2013  
DAN 31 DESEMBER 2012 SERTA UNTUK PERIODE  
SEMBILAN BULAN YANG BERAKHIR PADA  
TANGGAL 30 SEPTEMBER 2013 DAN 2012**

**PT UNILEVER INDONESIA Tbk AND SUBSIDIARY  
NOTES TO THE INTERIM CONSOLIDATED  
FINANCIAL STATEMENTS 30 SEPTEMBER 2013  
AND 31 DECEMBER 2012 AND NINE-MONTH  
PERIODS ENDED 30 SEPTEMBER 2013 AND 2012**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

	30 September/ September 2013	30 September/ September 2012	
Unilever Asia Private Ltd.	489,149	457,011	Unilever Asia Private Ltd.
Unilever Supply Chain Company AG	73,139	75,350	Unilever Supply Chain Company AG
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	52,554	83,088	PT Unilever Body Care Indonesia Tbk
Unilever Vietnam International Co.	27,137	10,773	Unilever Vietnam International Co.
Hindustan Unilever Ltd.	17,469	40	Hindustan Unilever Ltd.
Unilever China Ltd.	13,223	10,312	Unilever China Ltd.
Unilever Philippines, Inc.	8,834	12,466	Unilever Philippines, Inc.
Unilever ASCC AG	6,507	453	Unilever ASCC AG
Unilever India Export Limited	5,945	4,774	Unilever India Export Limited
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	2,226	4,799	Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Unilever Kenya Ltd.	1,709	-	Unilever Kenya Ltd.
Unilever Thai Holdings Ltd.	941	-	Unilever Thai Holdings Ltd.
Unilever (USA)	938	-	Unilever (USA)
Unilever Foods (Malaysia) Sdn.Bhd.	-	470	Unilever Foods (Malaysia) Sdn.Bhd.
Lipton Ltd. UK	-	3,956	Lipton Ltd. UK
Lipton Ltd. India	-	2,875	Lipton Ltd. India
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	35	62	Others (each balance less than Rp 382)
<b>Jumlah</b>	<b>699,806</b>	<b>666,429</b>	<b>Total</b>

**26. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**26. a. Marketing and selling expenses**

	30 September/ September 2013	30 September/ September 2012	
Klan dan riset pasar	2,210,121	2,117,595	Advertising and market research
Distribusi	999,208	829,959	Distribution
Promosi	703,928	549,679	Promotion
Remunerasi	425,907	387,005	Remuneration
Beban penjualan	134,661	94,567	Sales expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	73,790	32,820	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Irbalan kerja (Catatan 17)	59,082	50,411	Employee benefits (Note 17)
Perjalanan dinas dan jamuan	42,516	38,291	Travelling and representation
Informasi dan telekomunikasi	39,296	28,802	Information and telecommunications
Sewa	36,930	26,850	Rents
Jasa konsultan	23,641	23,156	Consultant Fees
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	107,505	104,265	Others (each balance less than Rp 10,000)
<b>Jumlah</b>	<b>4,856,585</b>	<b>4,283,400</b>	<b>Total</b>

**PT UNILEVER INDONESIA Tbk DAN ENTITAS ANAK  
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN  
KONSOLIDASIAN INTERIM 30 JUNI 2013 DAN  
31 DESEMBER 2012 SERTA UNTUK PERIODE ENAM  
BULAN YANG BERAKHIR PADA TANGGAL  
30 JUNI 2013 DAN 2012**

**PT UNILEVER INDONESIA Tbk AND SUBSIDIARY  
NOTES TO INTERIM CONSOLIDATED FINANCIAL  
STATEMENTS 30 JUNE 2013 AND  
31 DECEMBER 2012 DAN SIX-MONTH  
PERIODS ENDED  
30 JUNE 2013 AND 2012**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	30 Juni/June 2013			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	11,200,468	4,229,925	15,430,393	Net sales
Laba bruto	6,097,087	1,869,650	7,967,337	Gross profit
Hasil segmen	3,611,415	913,802	4,525,277	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan	-	-	(487,087)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi	-	-	(301,984)	General and administration expenses
Penghasilan lain-lain, bersih	-	-	35,722	Other income, net
Laba sebelum pajak penghasilan	-	-	3,771,928	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan	-	-	(948,038)	Income tax expense
Laba tahun berjalan	-	-	2,823,890	Profit for the year
Pendapatan komprehensif lainnya	-	-	-	Other comprehensive income
Jumlah pendapatan komprehensif bersih tahun berjalan	-	-	2,823,890	Total comprehensive income for the year
Laba/jumlah pendapatan komprehensif yang dapat diatribusikan kepada:				Profit/total comprehensive income attributable to:
Pemilik entitas induk	-	-	2,823,890	Owners of the parent
Kepentingan nonpengendali	-	-	-	Non-controlling interests
			2,823,890	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	232,935	128,446	361,381	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan	-	-	106,631	Unallocated capital expenditures
			468,012	
Penyusutan	147,079	70,808	217,887	Depreciation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan	-	-	66,587	Unallocated depreciation and amortisation expense
			284,474	
<b> pada 30 Juni 2013/As at 30 June 2013</b>				
aset segmen	8,502,290	3,555,558	12,057,848	Segment assets
aset takberwujud	-	392,680	392,680	Intangible assets
aset segmen yang tidak dapat dialokasikan	-	-	1,742,606	Unallocated segment assets
			14,193,134	
liabilitas segmen	(4,586,336)	(1,145,119)	(5,731,454)	Segment liabilities
liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan	-	-	(4,217,845)	Unallocated segment liabilities
			9,949,299	



**PT UNILEVER INDONESIA Tbk DAN ENTITAS ANAK  
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN  
KONSOLIDASIAN INTERIM 30 JUNI 2013 DAN  
31 DESEMBER 2012 SERTA UNTUK PERIODE ENAM  
BULAN YANG BERAKHIR PADA TANGGAL  
30 JUNI 2013 DAN 2012**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT UNILEVER INDONESIA Tbk AND SUBSIDIARY  
NOTES TO INTERIM CONSOLIDATED FINANCIAL  
STATEMENTS 30 JUNE 2013 AND  
31 DECEMBER 2012 DAN SIX-MONTH  
PERIODS ENDED  
30 JUNE 2013 AND 2012**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak  
berelasi terdiri dari:

	30 Juni/ June 2013	30 Juni/ June 2012
Unilever Asia Private Ltd.	307,524	315,024
Unilever Supply Chain Company AG	48,711	57,605
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	34,724	55,337
Unilever Vietnam International Co.	22,474	3,758
Unilever China Ltd.	8,806	7,525
Hindustan Unilever Ltd.	7,250	-
Unilever Philippines, Inc.	4,757	8,680
Unilever ASCC AG	3,812	453
Unilever Kenya Ltd.	1,709	-
Unilever India Export Limited	1,192	2,302
Unilever (USA)	938	-
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	752	1,566
Unilever Thai Holdings Ltd.	541	-
Lipton Ltd. UK	-	3,956
Lipton Ltd. India	-	2,875
<b>Jumlah</b>	<b>443,190</b>	<b>459,081</b>

Purchases of raw materials and finished goods from  
related parties comprise:

Unilever Asia Private Ltd.
Unilever Supply Chain Company AG
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk
Unilever Vietnam International Co.
Unilever China Ltd.
Hindustan Unilever Ltd.
Unilever Philippines, Inc.
Unilever ASCC AG
Unilever Kenya Ltd.
Unilever India Export Limited
Unilever (USA)
Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Unilever Thai Holdings Ltd.
Lipton Ltd. UK
Lipton Ltd. India
<b>Total</b>

**26. a. Beban pemasaran dan penjualan**

	30 Juni/ June 2013	30 Juni/ June 2012
Klan dan riset pasar	1,513,231	1,460,139
Distribusi	674,179	534,618
Promosi	427,741	379,010
Remunerasi	277,924	256,285
Beban penjualan	82,809	80,170
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	47,635	17,664
Imbalan kerja (Catatan 17)	41,347	35,466
Informasi dan telekomunikasi	26,403	17,454
Perjalanan dinas dan jamuan	26,338	23,806
Sewa	21,945	16,692
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	79,479	74,512
<b>Jumlah</b>	<b>3,219,031</b>	<b>2,895,816</b>

**26. a. Marketing and selling expenses**

Advertising and market research
Distribution
Promotion
Remuneration
Sales expenses
Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Employee benefits (Note 17)
Information and telecommunications
Travelling and representation
Rents
Others (each balance less than Rp 10,000)
<b>Total</b>

PT UNILEVER INDONESIA Tbk DAN ENTITAS ANAK  
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN  
KONSOLIDASIAN INTERIM 31 MARET 2013 DAN  
31 DESEMBER 2012 SERTA UNTUK PERIODE TIGA  
BULAN YANG BERAKHIR PADA TANGGAL  
31 MARET 2013 DAN 2012

PT UNILEVER INDONESIA Tbk AND SUBSIDIARY  
NOTES TO INTERIM CONSOLIDATED FINANCIAL  
STATEMENTS 31 MARCH 2013 AND  
31 DECEMBER 2012 DAN THREE-MONTH  
PERIODS ENDED  
31 MARCH 2013 AND 2012

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	31 Maret/March 2013			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	5,629,050	1,964,514	7,593,564	Net sales
Laba bruto	3,073,131	807,494	3,880,625	Gross profit
Hasil segmen	1,885,454	368,985	2,254,439	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan	-	-	(242,065)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi	-	-	(136,070)	General and administration expenses
Penghasilan lain-lain, bersih	-	-	38,336	Other income, net
Laba sebelum pajak penghasilan	-	-	1,914,640	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan	-	-	(482,657)	Income tax expense
Laba tahun berjalan	-	-	1,431,983	Profit for the year
Pendapatan komprehensif lainnya	-	-	-	Other comprehensive income
Jumlah pendapatan komprehensif bersih tahun berjalan	-	-	1,431,983	Total comprehensive income for the year
Laba/jumlah pendapatan komprehensif yang dapat diatribusikan kepada:				Profit/total comprehensive income attributable to:
Pemilik entitas induk	-	-	1,431,983	Owners of the parent
Kepentingan nonpengendali	-	-	-	Non-controlling interests
			1,431,983	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	88,992	49,996	138,988	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan	-	-	109,881	Unallocated capital expenditures
			248,869	
Penyusutan	48,457	34,641	83,098	Depreciation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan	-	-	34,527	Unallocated depreciation and amortisation expense
			117,625	
<b>Untuk periode tiga bulan yang berakhir pada 31 Maret 2013/ For the three-month periods ended 31 March 2013</b>				
Aset segmen	8,078,515	3,627,716	11,706,231	Segment assets
Aset tak berwujud	-	392,680	392,680	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan	-	-	807,346	Unallocated segment assets
			12,906,257	
Liabilitas segmen	(4,257,570)	(1,343,032)	(5,600,602)	Segment liabilities
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan	-	-	(1,905,307)	Unallocated segment liabilities
			(7,505,909)	

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
 31 Maret 2020 dan 31 Desember 2019  
 Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir pada  
 31 Maret 2020 dan 2019

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Interim Notes to the Financial Statements  
 31 March 2020 and 31 December 2019  
 For The Three-Month Periods Ended  
 31 March 2020 and 2019

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

31. Informasi segmen (lanjutan)  
 a. Laba segmen

31. Segment Information (continued)  
 a. Segment Income

	31 Maret/March 2020			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	7,845,141	3,307,778	11,152,919	<i>Net sales</i>
Laba bruto	4,410,090	1,437,803	5,847,893	<i>Gross profit</i>
Hasil segmen	2,482,904	519,420	3,002,324	<i>Segment result</i>
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				<i>Unallocated expenses:</i>
Beban pemasaran dan penjualan			(403,662)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi			(204,834)	<i>General and administration expenses</i>
Beban lain-lain, bersih			(54,850)	<i>Other expenses, net</i>
Laba sebelum pajak penghasilan			2,339,180	<i>Profit before income tax</i>
Beban pajak penghasilan			(476,499)	<i>Income tax expense</i>
Laba			1,862,681	<i>Profit</i>
Rugi komprehensif lain			74,678	<i>Other comprehensive loss</i>
Jumlah penghasilan komprehensif			1,937,359	<i>Total comprehensive income</i>
<b>Informasi lainnya</b>				<b><i>Other information</i></b>
Pengeluaran modal	122,476	67,368	189,844	<i>Capital expenditures</i>
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			5,918	<i>Unallocated capital expenditures</i>
			195,762	
Penyusutan dan amortisasi	(93,849)	(125,246)	(219,095)	<i>Depreciation and amortisation</i>
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(81,547)	<i>Unallocated depreciation and amortisation expenses</i>
			(300,642)	

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
 31 Maret 2020 dan 31 Desember 2019  
 Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir pada  
 31 Maret 2020 dan 2019

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Interim Notes to the Financial Statements  
 31 March 2020 and 31 December 2019  
 For The Three-Month Periods Ended  
 31 March 2020 and 2019

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

26. Beban pemasaran dan umum

26. Marketing and general expenses

a. Beban pemasaran dan penjualan

a. Marketing and selling expenses

	31 Maret/ March 2020	31 Maret/ March 2019	
Iklan dan riset pasar	769,089	592,418	Advertising and market research
Distribusi	547,769	486,330	Distribution
Promosi	465,343	405,485	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	226,250	192,479	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	115,158	129,966	Selling expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	44,122	41,013	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Penyusutan aset hak-guna	41,387	36,989	Depreciation of right-of-use assets
Jasa konsultan dan jasa lainnya	31,137	24,434	Consultant fees and other services
Sewa	22,596	13,937	Rent
Imbalan kerja jangka panjang	21,096	15,682	Long-term employee benefits
Informasi dan telekomunikasi	15,619	16,349	Information and telecommunication
Perjalanan dinas dan jamuan	8,230	9,817	Travelling and representation
Lain-lain	41,030	43,100	Others
Jumlah	<u>2,348,826</u>	<u>2,007,999</u>	Total

b. Beban umum dan administrasi

b. General and administration expenses

	31 Maret/ March 2020	31 Maret/ March 2019	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	848,006	739,311	Trademark, technology and service fees (Note 7b)
Remunerasi dan imbalan kerja	113,058	83,458	Remuneration and employee benefits
Jasa konsultan dan jasa lainnya	45,235	29,433	Consultant fees and other services
Informasi dan telekomunikasi	43,446	37,429	Information and telecommunications
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	16,370	15,737	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Imbalan kerja jangka panjang	10,378	5,849	Long-term employee benefits
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 12)	7,663	8,496	Amortisation of intangible assets (Note 12)
Penyusutan aset hak-guna	4,536	3,161	Depreciation of right-of-use assets
Pendidikan dan pelatihan	1,589	1,468	Education and training
Sewa	1,564	1,359	Rent
Perjalanan dinas dan jamuan	188	4,032	Travelling and representation
Lain-lain	13,004	4,714	Others
Jumlah	<u>1,105,037</u>	<u>934,447</u>	Total

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
 30 Juni 2020 dan 31 Desember 2019  
 Untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir pada  
 30 Juni 2020 dan 2019

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Interim Notes to the Financial Statements  
 30 June 2020 and 31 December 2019  
 For The Six-Month Periods Ended  
 30 June 2020 and 2019

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

31. Informasi segmen (lanjutan)  
 a. Laba segmen

31. Segment information (continued)  
 a. Segment income

	30 Juni/June 2020			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	15,105,534	6,666,476	21,772,010	Net sales
Laba bruto	8,576,143	2,607,354	11,183,497	Gross profit
Hasil segmen	5,069,189	931,088	6,000,277	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(767,183)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(487,220)	General and administration expenses
Beban lain-lain, bersih			(142,406)	Other expenses, net
Laba sebelum pajak penghasilan			4,603,468	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(983,833)	Income tax expense
Laba			3,619,635	Profit
Rugi komprehensif lain			(93,612)	Other comprehensive loss
Jumlah penghasilan komprehensif			3,526,023	Total comprehensive income
<b>Informasi lainnya</b>				<b>Other information</b>
Pengeluaran modal	165,339	113,184	278,523	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			-	Unallocated capital expenditures
			278,523	
Penyusutan dan amortisasi	(187,829)	(230,893)	(418,722)	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(132,903)	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			(551,625)	

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Interim**  
**30 Juni 2020 dan 31 Desember 2019**  
**Untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir pada**  
**30 Juni 2020 dan 2019**

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Interim Notes to the Financial Statements**  
**30 June 2020 and 31 December 2019**  
**For The Six-Month Periods Ended**  
**30 June 2020 and 2019**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**25. Harga pokok penjualan (lanjutan)**

**25. Cost of goods sold (continued)**

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

*Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:*

	30 Juni/ June 2020	30 Juni/ June 2019	
Unilever Asia Private Limited	191,689	352,420	<i>Unilever Asia Private Limited</i>
PT Unilever Oleochemical Indonesia	93,833	99,188	<i>PT Unilever Oleochemical Indonesia</i>
Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk AS	27,220	-	<i>Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk AS</i>
Unilever Thai Trading Limited.	20,195	-	<i>Unilever Thai Trading Limited.</i>
Unilever Europe B.V.	16,505	17,925	<i>Unilever Europe B.V.</i>
Unilever Philippines, Inc.	11,035	20,442	<i>Unilever Philippines, Inc.</i>
Unilever India Exports Limited	5,731	55,802	<i>Unilever India Exports Limited</i>
Unilever Industries Private Limited	2,171	11,017	<i>Unilever Industries Private Limited</i>
Unilever Vietnam International Company Limited	553	13,528	<i>Unilever Vietnam International Company Limited</i>
PT Unilever Enterprises Indonesia	-	977	<i>PT Unilever Enterprises Indonesia</i>
Lain-lain (jumlah masing-masing kurang dari Rp382)	108	-	<i>Others (individual amounts less than Rp382 each)</i>
Jumlah	<u>369,040</u>	<u>571,299</u>	<i>Total</i>

**26. Beban pemasaran dan umum**

**26. Marketing and general expenses**

**a. Beban pemasaran dan penjualan**

**a. Marketing and selling expenses**

	30 Juni/ June 2020	30 Juni/ June 2019	
Iklan dan riset pasar	1,245,229	1,194,060	<i>Advertising and market research</i>
Distribusi	1,045,432	976,002	<i>Distribution</i>
Promosi	911,013	846,052	<i>Promotion</i>
Remunerasi dan imbalan kerja	430,210	348,121	<i>Remuneration and employee benefits</i>
Beban penjualan	228,093	229,092	<i>Selling expenses</i>
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	87,818	82,389	<i>Depreciation of fixed assets (Note 9f)</i>
Penyusutan aset hak-guna	83,718	87,872	<i>Depreciation of right-of-use assets</i>
Jasa konsultan dan jasa lainnya	28,498	42,739	<i>Consultant fees and other services</i>
Sewa	19,226	5,336	<i>Rent</i>
Imbalan kerja jangka panjang	44,830	31,711	<i>Long-term employee benefits</i>
Informasi dan telekomunikasi	37,566	13,093	<i>Information and telecommunication</i>
Perjalanan dinas dan jamuan	10,919	17,254	<i>Travelling and representation</i>
Lain-lain	118,386	70,526	<i>Others</i>
Jumlah	<u>4,290,938</u>	<u>3,944,247</u>	<i>Total</i>

PT Unilever Indonesia Tbk  
Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
30 September 2020 dan 31 Desember 2019  
Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir pada  
30 September 2020 dan 2019

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
Interim Notes to the Financial Statements  
30 September 2020 and 31 December 2019  
For The Nine-Month Periods Ended  
30 September 2020 and 2019

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

25. Harga pokok penjualan (lanjutan)

25. Cost of goods sold (continued)

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:	30		Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:
	September/ September 2020	September/ September 2019	
Unilever Asia Private Limited	268,573	529,323	Unilever Asia Private Limited
PT Unilever Oleochemical Indonesia	127,157	178,494	PT Unilever Oleochemical Indonesia
Unilever Thai Trading Ltd.	30,329	-	Unilever Thai Trading Ltd.
Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk AS	29,262	-	Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk AS
Unilever Europe B.V.	25,123	27,625	Unilever Europe B.V.
Unilever India Exports Limited	11,418	59,854	Unilever India Exports Limited
Unilever Philippines, Inc.	11,240	31,262	Unilever Philippines, Inc.
PT Unilever Enterprises Indonesia	9,664	1,335	PT Unilever Enterprises Indonesia
Unilever Industries Private Limited	2,171	11,814	Unilever Industries Private Limited
Unilever Vietnam International Company Limited	553	20,182	Unilever Vietnam International Company Limited
Unilever (China) Ltd	-	644	Unilever (China) Ltd
Lain-lain (jumlah masing-masing kurang dari Rp382)	108	-	Others (individual amounts less than Rp382 each)
Jumlah	515,598	858,533	Total

26. Beban pemasaran dan umum

26. Marketing and general expenses

a. Beban pemasaran dan penjualan

a. Marketing and selling expenses

	30		
	September/ September 2020	September/ September 2019	
Iklan dan riset pasar	1,849,568	1,891,108	Advertising and market research
Distribusi	1,548,113	1,442,462	Distribution
Promosi	1,499,811	1,338,019	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	626,480	521,570	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	375,218	349,333	Selling expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	131,965	123,697	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Penyusutan aset hak-guna	123,451	126,606	Depreciation of right-of-use assets
Informasi dan telekomunikasi	94,867	29,548	Information and telecommunication
Jasa konsultan dan jasa lainnya	59,441	64,624	Consultant fees and other services
Imbalan kerja jangka panjang	67,288	52,427	Long-term employee benefits
Sewa	25,570	7,401	Rent
Perjalanan dinas dan jamuan	12,296	24,749	Travelling and representation
Lain-lain	172,733	129,137	Others
Jumlah	6,586,801	6,100,681	Total

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan  
 Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada  
 31 Desember 2020 dan 2019

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Notes to the Financial Statements  
 For The Years Ended  
 31 December 2020 and 2019

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

30. Informasi segmen (lanjutan)

30. Segment information (continued)

a. Laba segmen

a. Segment income

	2020			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	20,090,947	12,981,527	42,972,474	Net sales
Laba bruto	16,813,263	5,643,727	22,456,990	Gross profit
Hasil segmen	8,788,263	1,941,293	11,729,556	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(1,503,981)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(754,441)	General and administration expenses
Beban lain-lain, neto			(264,265)	Other expenses, net
Laba sebelum pajak penghasilan			9,206,869	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(2,043,333)	Income tax expense
Laba			7,163,536	Profit
Penghasilan komprehensif lain			(106,930)	Other comprehensive income
Jumlah penghasilan komprehensif			7,056,606	Total comprehensive income
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	365,685	206,778	572,463	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			198,482	Unallocated capital expenditures
			770,945	
Penyusutan dan amortisasi	(440,630)	(378,417)	(819,047)	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(284,389)	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			(1,103,436)	



PT Unilever Indonesia Tbk  
Catatan atas Laporan Keuangan  
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada  
31 Desember 2020 dan 2019

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
Notes to the Financial Statements  
For The Years Ended  
31 December 2020 and 2019

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

25. Harga pokok penjualan (lanjutan)

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

	2020	2019
Unilever Australia Trading Ltd	570,144	-
PT Unilever Oleochemical Indonesia	192,722	193,664
Unilever Asia Private Limited	350,934	706,756
Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk A.S.	95,099	3,585
Unilever Thai Trading Ltd.	47,011	-
Unilever Europe B.V.	34,050	35,537
PT Unilever Enterprises Indonesia	22,803	1,335
Unilever Philippines, Inc.	14,643	31,859
Unilever India Exports Limited	14,226	62,591
Unilever Industries Private Limited	2,237	11,778
Unilever Vietnam International Company Limited	569	20,531
Unilever (China) Ltd.	-	642
Lain-lain (jumlah masing-masing kurang dari Rp382)	223	-
Jumlah	1,344,661	1,068,278

25. Cost of goods sold (continued)

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

Unilever Australia Trading Ltd
PT Unilever Oleochemical Indonesia
Unilever Asia Private Limited
Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk A.S.
Unilever Thai Trading Ltd.
Unilever Europe B.V.
PT Unilever Enterprises Indonesia
Unilever Philippines, Inc.
Unilever India Exports Limited
Unilever Industries Private Limited
Unilever Vietnam International Company Limited
Unilever (China) Ltd.
Others (individual amounts less than Rp382 each)
Total

26. Beban pemasaran dan umum

a. Beban pemasaran dan penjualan

	2020	2019
Iklan dan riset pasar	2,420,189	2,475,620
Promosi	2,022,167	1,774,986
Distribusi	1,968,233	1,882,668
Remunerasi dan imbalan kerja	831,940	761,351
Beban penjualan	545,453	466,245
Penyusutan aset hak-guna	176,312	169,321
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	175,450	170,542
Informasi dan telekomunikasi	142,341	24,878
Imbalan kerja jangka panjang	66,995	57,117
Jasa konsultan dan jasa lainnya	53,290	88,763
Sewa	27,169	16,378
Perjalanan dinas dan jamuan	15,233	33,454
Lain-lain	183,875	128,065
Jumlah	8,628,647	8,049,388

26. Marketing and general expenses

a. Marketing and selling expenses

Advertising and market research
Promotion
Distribution
Remuneration and employee benefits
Selling expenses
Depreciation of right-of-use assets
Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Information and telecommunication
Long-term employee benefits
Consultant fees and other services
Rent
Travelling and representation
Others
Total

PT Unilever Indonesia Tbk  
Catatan atas Laporan Keuangan  
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada  
31 Desember 2019 dan 2018

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
Notes to the Financial Statements  
For The Years Ended  
31 December 2019 and 2018

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

26. a. Beban pemasaran dan penjualan

26. a. Marketing and selling expenses

	2019	2018*	
Iklan dan riset pasar	2,475,620	2,288,304	Advertising and market research
Distribusi	1,882,668	1,755,517	Distribution
Promosi	1,774,986	1,658,263	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	761,351	738,706	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	466,245	528,675	Selling expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	170,542	157,888	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Penyusutan aset hak-guna	169,321	207,744	Depreciation of right-of-use assets
Jasa konsultan dan jasa lainnya	88,763	55,351	Consultant fees and other services
Imbalan kerja jangka panjang	57,117	72,650	Long-term employee benefits
Perjalanan dinas dan jamuan	33,454	31,964	Travelling and representation
Informasi dan telekomunikasi	24,878	49,792	Information and telecommunication
Sewa	16,378	2,341	Rent
Lain-lain	128,065	130,927	Others
Jumlah	<u>8,049,388</u>	<u>7,678,122</u>	Total

26. b. Beban umum dan administrasi

26. b. General and administration expenses

	2019	2018*	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	2,966,962	2,864,258	Trademark, technology and service fees (Note 7b)
Remunerasi dan imbalan kerja	352,406	320,417	Remuneration and employee benefits
Informasi dan telekomunikasi	174,537	157,869	Information and telecommunications
Jasa konsultan dan jasa lainnya	151,976	110,870	Consultant fees and other services
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	64,952	57,244	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 12)	31,487	22,661	Amortisation of intangible assets (Note 12)
Perjalanan dinas dan jamuan	21,780	15,810	Travelling and representation
Imbalan kerja jangka panjang	20,050	24,275	Long-term employee benefits
Penyusutan aset hak-guna	19,347	15,232	Depreciation of right-of-use assets
Pendidikan dan pelatihan	8,480	10,998	Education and training
Sewa	1,270	906	Rent
Lain-lain	48,234	324,570	Others
Jumlah	<u>3,861,481</u>	<u>3,925,110</u>	Total

\*Setelah penyajian kembali (Lihat Catatan 37)

After restatement (See Note 37)\*

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
 30 September 2019 dan 31 Desember 2018  
 Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir pada  
 30 September 2019 dan 2018

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Notes to the Interim Financial Statements  
 30 September 2019 and 31 December 2018  
 For The Nine-Month Period Ended  
 30 September 2019 and 2018

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

31. Informasi segmen (lanjutan)

31. Segment Information (continued)

a. Laba segmen

a. Segment Income

	30 September/ September 2019			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	22,345,368	10,015,618	32,360,986	Net sales
Laba bruto	12,055,409	4,382,349	16,437,758	Gross profit
Hasil segmen	7,462,634	1,617,386	9,080,020	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(1,009,329)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(545,993)	General and administration expenses
Beban lain-lain, bersih			(157,888)	Other expenses, net
Laba sebelum pajak penghasilan			7,366,810	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(1,857,207)	Income tax expense
Laba			5,509,603	Profit
Rugi komprehensif lain			(89,386)	Other comprehensive loss
Jumlah penghasilan komprehensif			5,420,217	Total comprehensive income
<b>Informasi lainnya</b>				<b>Other information</b>
Pengeluaran modal	315,987	335,555	651,542	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			118,451	Unallocated capital expenditures
			769,993	
Penyusutan dan amortisasi	(308,715)	(272,840)	(581,555)	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(197,930)	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			(779,485)	

PT Unilever Indonesia Tbk  
Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
Untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir pada  
30 June 2019

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
Notes to the Interim Financial Statements  
For The Six-Month Period Ended  
30 June 2019

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

31. Informasi segmen (lanjutan)

31. Segment information (continued)

a. Laba segmen

a. Segment income

	30 Juni/June 2019			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	14,813,755	6,643,479	21,457,234	Net sales
Laba bruto	8,015,600	2,937,894	10,953,494	Gross profit
Hasil segmen	4,984,734	1,086,422	6,071,156	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(557,328)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(490,957)	General and administration expenses
Beban lain-lain, bersih			(66,526)	Other expenses, net
Laba sebelum pajak penghasilan			4,956,345	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(1,259,113)	Income tax expense
Laba			3,697,232	Profit
Rugi komprehensif lain			(89,386)	Other comprehensive loss
Jumlah penghasilan komprehensif			3,607,846	Total comprehensive income
<b>Informasi lainnya</b>				<b>Other information</b>
Pengeluaran modal	196,425	214,227	410,652	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			164,780	Unallocated capital expenditures
			575,432	
Penyusutan dan amortisasi	(205,808)	(181,402)	(387,210)	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(133,971)	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			(521,181)	

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
 30 September 2019 dan 31 Desember 2018  
 Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir pada  
 30 September 2019 dan 2018

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Notes to the Interim Financial Statements  
 30 September 2019 and 31 December 2018  
 For The Nine-Month Period Ended  
 30 September 2019 and 2018

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

26. a. Beban pemasaran dan penjualan

26. a. Marketing and selling expenses

	30 September/ September 2019	30 September/ September 2018*	
Iklan dan riset pasar	1,891,108	1,892,406	Advertising and market research
Distribusi	1,442,462	1,343,233	Distribution
Promosi	1,338,019	1,250,704	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	521,570	552,497	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	349,333	387,929	Selling expenses
Penyusutan aset hak-guna	126,606	155,808	Depreciation of right-of-use assets
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	123,697	116,645	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Jasa konsultan dan jasa lainnya	64,624	33,962	Consultant fees and other services
Imbalan kerja jangka panjang	52,427	59,105	Long-term employee benefits
Informasi dan telekomunikasi	29,548	31,608	Information and telecommunication
Perjalanan dinas dan jamuan	24,749	21,086	Travelling and representation
Sewa	7401	1,503	Rent
Lain-lain	129,137	79,824	Others
Jumlah	<u>6,100,681</u>	<u>5,926,310</u>	Total

26. b. Beban umum dan administrasi

26. b. General and administration expenses

	30 September/ September 2019	30 September/ September 2018*	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	2,192,507	2,166,248	Trademark, technology and service fees (Note 7b)
Remunerasi dan imbalan kerja	160,950	232,076	Remuneration and employee benefits
Jasa konsultan dan jasa lainnya	112,513	75,945	Consultant fees and other services
Informasi dan telekomunikasi	109,009	112,844	Information and telecommunications
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	47,275	42,614	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 12)	23,823	15,914	Amortisation of intangible assets (Note 12)
Penyusutan aset hak-guna	14,453	11,434	Depreciation of right-of-use assets
Perjalanan dinas dan jamuan	14,414	22,033	Travelling and representation
Imbalan kerja jangka panjang	6,145	19,208	Long-term employee benefits
Pendidikan dan pelatihan	5,718	4,844	Education and training
Sewa	138	699	Rent
Lain-lain	125,436	140,274	Others
Jumlah	<u>2,812,381</u>	<u>2,844,133</u>	Total

\*Setelah penyajian kembali (Lihat Catatan 37)

After restatement (See Note 37)\*

PT Unilever Indonesia Tbk  
Catatan atas Laporan Keuangan  
Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada  
31 Desember 2019 dan 2018

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
Notes to the Financial Statements  
For The Years Ended  
31 December 2019 and 2018

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

31. Informasi segmen (lanjutan)

31. Segment information (continued)

a. Laba segmen

a. Segment income

	2019			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	29,862,357	13,060,206	42,922,563	Net sales
Laba bruto	16,323,770	5,704,923	22,028,693	Gross profit
Hasil segmen	10,097,262	2,056,504	12,153,766	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(1,217,497)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(818,444)	General and administration expenses
Beban lain-lain, bersih			(216,053)	Other expenses, net
Laba sebelum pajak penghasilan			9,901,772	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(2,508,935)	Income tax expense
Laba			7,392,837	Profit
Rugi komprehensif lain			(302,680)	Other comprehensive loss
Jumlah penghasilan komprehensif			7,090,157	Total comprehensive income
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	582,771	507,317	1,090,088	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			456,324	Unallocated capital expenditures
			1,546,412	
Penyusutan dan amortisasi	(403,854)	(458,648)	(862,502)	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(266,843)	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			(1,129,345)	

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
 30 September 2020 dan 31 Desember 2019  
 Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir pada  
 30 September 2020 dan 2019

PT Unilever Indonesia Tbk  
 Interim Notes to the Financial Statements  
 30 September 2020 and 31 December 2019  
 For The Nine-Month Periods Ended  
 30 September 2020 and 2019

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

31. Informasi segmen (lanjutan)  
 a. Laba segmen

31. Segment Information (continued)  
 a. Segment Income

	30 September/September 2020			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	22,796,081	9,660,592	32,456,673	<i>Net sales</i>
Laba bruto	12,749,192	4,121,785	16,870,977	<i>Gross profit</i>
Hasil segmen	7,528,012	1,267,134	8,795,146	<i>Segment result</i>
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				<i>Unallocated expenses:</i>
Beban pemasaran dan penjualan			(1,191,225)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi			(498,188)	<i>General and administration expenses</i>
Beban lain-lain, bersih			(166,035)	<i>Other expenses, net</i>
Laba sebelum pajak penghasilan			6,939,698	<i>Profit before income tax</i>
Beban pajak penghasilan			(1,501,359)	<i>Income tax expense</i>
Laba			5,438,339	<i>Profit</i>
Rugi komprehensif lain			(152,198)	<i>Other comprehensive loss</i>
Jumlah penghasilan komprehensif			5,286,141	<i>Total comprehensive income</i>
<b>Informasi lainnya</b>				<b><i>Other information</i></b>
Pengeluaran modal	253,655	145,576	399,231	<i>Capital expenditures</i>
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			7,207	<i>Unallocated capital expenditures</i>
			406,438	
Penyusutan dan amortisasi	(292,951)	(283,286)	(576,237)	<i>Depreciation and amortisation</i>
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(201,476)	<i>Unallocated depreciation and amortisation expenses</i>
			(777,713)	

**PT UNILEVER INDONESIA Tbk DAN ENTITAS ANAK  
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN  
KONSOLIDASIAN INTERIM 31 MARET 2013 DAN  
31 DESEMBER 2012 SERTA UNTUK PERIODE TIGA  
BULAN YANG BERAKHIR PADA TANGGAL  
31 MARET 2013 DAN 2012**

**PT UNILEVER INDONESIA Tbk AND SUBSIDIARY  
NOTES TO INTERIM CONSOLIDATED FINANCIAL  
STATEMENTS 31 MARCH 2013 AND  
31 DECEMBER 2012 DAN THREE-MONTH  
PERIODS ENDED  
31 MARCH 2013 AND 2012**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

	31 Maret/ March 2013	31 Maret/ March 2012	
Unilever Asia Private Ltd.	164,522	175,735	Unilever Asia Private Ltd.
Unilever Supply Chain Company AG	19,987	18,144	Unilever Supply Chain Company AG
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	12,460	15,768	PT Unilever Body Care Indonesia Tbk
Unilever Vietnam International Co.	11,768	1,551	Unilever Vietnam International Co.
Unilever China Ltd.	6,565	3,145	Unilever China Ltd.
Unilever Philippines, Inc.	2,997	6,367	Unilever Philippines, Inc.
Unilever ASCC AG	2,055	-	Unilever ASCC AG
Unilever India Export Limited	1,556	435	Unilever India Export Limited
Hindustan Unilever Ltd.	1,339	-	Hindustan Unilever Ltd.
Unilever (USA)	938	-	Unilever (USA)
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	398	317	Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Unilever Thai Holdings Ltd.	346	-	Unilever Thai Holdings Ltd.
Lipton Ltd. UK	-	3,657	Lipton Ltd. UK
Lipton Ltd. India	-	2,090	Lipton Ltd. India
Jumlah	224,931	227,209	Total

**26. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**26. a. Marketing and selling expenses**

	31 Maret/ March 2013	31 Maret/ March 2012	
Iklan dan riset pasar	697,178	689,363	Advertising and market research
Distribusi	304,783	253,916	Distribution
Promosi	214,121	192,059	Promotion
Remunerasi	131,740	132,149	Remuneration
Beban penjualan	40,892	37,693	Sales expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	24,133	9,979	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Tribunal kerja (Catatan 17)	15,855	18,057	Employee benefits (Note 17)
Perjalanan dinas dan jamuan	14,450	11,839	Travelling and representation
Informasi dan telekomunikasi	12,540	6,004	Information and telecommunications
Sewa	12,119	8,858	Rents
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	43,007	34,683	Others (each balance less than Rp 10,000)
Jumlah	1,510,818	1,394,600	Total



**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**31 Desember 2013 dan 2012**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary**  
**Notes to the Consolidated Financial Statements**  
**31 December 2013 and 2012**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Biaya tenaga kerja langsung termasuk biaya karyawan kontrak pihak ketiga sejumlah masing-masing Rp 24.473 dan Rp 77.717 untuk tahun-tahun yang berakhir 31 Desember 2013 dan 2012.

Tidak ada pembelian dari pemasok yang secara individu melebihi 10,00% dari total pembelian bahan baku dan barang jadi Grup.

Pembelian bahan baku dan barang jadi Grup dari pihak berelasi, untuk tahun-tahun yang berakhir 31 Desember 2013 berjumlah Rp 906.603 (2012: Rp 946.053) setara dengan 6,94% (2012: 7,87%) dari total seluruh pembelian bahan baku dan barang jadi.

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

	2013	2012
Unilever Asia Private Ltd.	657,323	661,827
Unilever Supply Chain Company AG	82,738	76,335
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk	66,808	111,577
Unilever Vietnam International Co.	32,942	29,033
Hindustan Unilever Ltd.	18,027	3,152
Unilever China Ltd.	14,003	12,730
Unilever Philippines, Inc.	10,945	19,675
Unilever India Export Limited	7,051	7,040
Unilever ASCC AG	6,507	4,110
Unilever Thai Holdings Ltd.	3,932	-
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	3,680	7,750
Unilever Kenya Ltd.	1,709	-
Unilever (USA)	938	571
Unilever Foods (Malaysia) Sdn.Bhd.	-	521
Lipton Ltd. UK	-	7,831
Lipton Ltd. India	-	3,832
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 382)	-	69
<b>Jumlah</b>	<b>906,603</b>	<b>946,053</b>

Direct labour costs include cost of personnel outsourced from third parties, amounting to Rp 24,473 and Rp 77,717 for the years ended 31 December 2013 and 2012, respectively.

No purchase from an individual supplier was made in excess of 10.00% of the Group total purchases of raw materials and finished goods.

The Group's purchases of raw materials and finished goods from related parties for the year ended 31 December 2013 was Rp 906,603 (2012: Rp 946,053) which represents 6.94% (2012: 7.87%) of the total purchases of raw materials and finished goods.

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

Unilever Asia Private Ltd.
Unilever Supply Chain Company AG
PT Unilever Body Care Indonesia Tbk
Unilever Vietnam International Co.
Hindustan Unilever Ltd.
Unilever China Ltd.
Unilever Philippines, Inc.
Unilever India Export Limited
Unilever ASCC AG
Unilever Thai Holdings Ltd.
Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Unilever Kenya Ltd.
Unilever (USA)
Unilever Foods (Malaysia) Sdn.Bhd.
Lipton Ltd. UK
Lipton Ltd. India
Others (individual balances less than Rp 382 each)

**Total**

**26. a. Beban pemasaran dan penjualan**

	2013	2012
Klan dan riset pasar	3,092,853	2,949,710
Distribusi	1,319,447	1,129,284
Promosi	968,798	717,790
Remunerasi	560,339	521,365
Beban penjualan	185,507	123,636
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	104,954	48,046
Imbalan kerja jangka panjang (Catatan 17)	76,272	76,964
Perjalanan dinas dan jamuan	60,449	54,141
Informasi dan telekomunikasi	58,294	50,559
Sewa	39,374	39,765
Jasa konsultan	30,732	35,733
Lain-lain (masing-masing saldo kurang dari Rp 10.000)	130,831	142,379
<b>Jumlah</b>	<b>6,627,850</b>	<b>5,889,372</b>

**26. a. Marketing and selling expenses**

Advertising and market research
Distribution
Promotion
Remuneration
Sales expenses
Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Long-term employee benefits (Note 17)
Travelling and representation
Information and telecommunications
Rents
Consultant fees
Others (individual balances less than Rp 10,000 each)

**Total**

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak  
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian  
Interim 31 Maret 2014 dan 31 Desember 2013 Serta  
Untuk Periode Tiga Bulan Yang Berakhir Pada  
Tanggal 31 Maret 2014 dan 2013

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary  
Notes to the Interim Consolidated Financial  
Statements 31 March 2014 and 31 December 2013  
and Three-Month Periods Ended  
31 March 2014 and 2013

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	31 Maret/March 2014			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	6,401,183	2,323,933	8,725,116	Net sales
Laba bruto	3,272,416	934,795	4,207,211	Gross profit
Hasil segmen	1,827,641	403,187	2,230,828	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(207,701)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(155,804)	General and administration expenses
Penghasilan lain-lain, bersih			(47,632)	Other income, net
Laba sebelum pajak penghasilan			1,819,691	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(458,710)	Income tax expense
Laba periode berjalan			1,360,981	Profit for the period
Pendapatan komprehensif lainnya			-	Other comprehensive income
Jumlah pendapatan komprehensif bersih periode berjalan			1,360,981	Total comprehensive income for the period
Laba/jumlah pendapatan komprehensif yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk			1,360,981	Profit/total comprehensive income attributable to owners of the parent
Aset segmen	8,573,160	4,323,887	12,897,047	Segment assets
Aset takberwujud	7,250	392,680	399,930	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			1,017,203	Unallocated segment assets
			14,314,180	
Liabilitas segmen	5,670,515	1,655,995	7,326,510	Segment liabilities
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			1,372,019	Unallocated segment liabilities
			8,698,529	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	35,104	47,750	82,854	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			14,987	Unallocated capital expenditures
			97,841	
Penyusutan dan amortisasi	54,169	37,428	91,597	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			14,462	Unallocated depreciation and amortisation expense

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir Pada**  
**31 Desember 2015 dan 2014**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary**  
**Notes to the Consolidated Financial Statements**  
**For The Years Ended**  
**31 December 2015 and 2014**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**30. Informasi segmen (lanjutan)**

**30. Segment Information (continued)**

	2015			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	25,418,567	11,065,463	36,484,030	<i>Net sales</i>
Laba bruto	13,874,253	4,774,716	18,648,969	<i>Gross profit</i>
Hasil segmen	7,870,284	1,709,340	9,579,624	<i>Segment result</i>
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				<i>Unallocated expenses:</i>
Beban pemasaran dan penjualan			(849,716)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi			(785,494)	<i>General and administration expenses</i>
Beban lain-lain, bersih			(114,924)	<i>Other expenses, net</i>
Laba sebelum pajak penghasilan			7,829,490	<i>Profit before income tax</i>
Beban pajak penghasilan			(1,977,685)	<i>Income tax expense</i>
Laba			5,851,805	<i>Profit</i>
Penghasilan komprehensif lain			12,581	<i>Other comprehensive income</i>
Jumlah penghasilan komprehensif			5,864,386	<i>Total comprehensive income</i>
Aset segmen	8,245,595	5,081,982	13,327,577	<i>Segment assets</i>
Aset takberwujud	-	392,680	392,680	<i>Intangible assets</i>
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			2,009,688	<i>Unallocated segment assets</i>
			15,729,945	
Liabilitas segmen	(4,739,481)	(1,886,480)	(6,625,961)	<i>Segment liabilities</i>
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(4,276,624)	<i>Unallocated segment liabilities</i>
			(10,902,585)	
<b>Informasi lainnya</b>				<b><i>Other information</i></b>
Pengeluaran modal	533,965	483,377	1,017,342	<i>Capital expenditures</i>
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			491,408	<i>Unallocated capital expenditures</i>
			1,508,750	
Penyusutan dan amortisasi	279,335	195,401	474,736	<i>Depreciation and amortisation</i>
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			29,786	<i>Unallocated depreciation and amortisation expenses</i>
			504,522	

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir Pada**  
**31 Desember 2015 dan 2014**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary**  
**Notes to the Consolidated Financial Statements**  
**For The Years Ended**  
**31 December 2015 and 2014**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**25. a. Beban pemasaran dan penjualan**

	2015	2014*
Klan dan riset pasar	2,941,883	2,924,847
Distribusi	1,657,530	1,481,980
Promosi	1,277,293	1,046,227
Remunerasi	516,358	442,981
Beban penjualan	280,836	240,917
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	125,972	105,478
Informasi dan telekomunikasi	70,743	51,047
Perjalanan dinas dan jamuan	62,472	56,208
Imbalan kerja jangka panjang	43,784	(50,867)
Sewa	40,499	33,154
Jasa konsultan	5,331	16,310
Lain-lain	216,464	171,138
<b>Jumlah</b>	<b>7,239,165</b>	<b>6,519,400</b>

**25. a. Marketing and selling expenses**

<i>Advertising and market research</i>
<i>Distribution</i>
<i>Promotion</i>
<i>Remuneration</i>
<i>Sales expenses</i>
<i>Depreciation of fixed assets (Note 9f)</i>
<i>Information and telecommunications</i>
<i>Travelling and representation</i>
<i>Long-term employee benefits</i>
<i>Rent</i>
<i>Consultant fees</i>
<i>Others</i>
<b>Total</b>

**25. b. Beban umum dan administrasi**

	2015	2014*
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	2,563,577	1,934,671
Remunerasi	227,029	222,224
Informasi dan telekomunikasi	75,611	43,201
Sewa	50,226	68,863
Perjalanan dinas dan jamuan	45,928	36,431
Jasa konsultan	34,795	28,246
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	21,219	20,386
Imbalan kerja jangka panjang	18,677	(26,101)
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	4,338	2,818
Lain-lain	424,524	326,545
<b>Jumlah</b>	<b>3,465,924</b>	<b>2,657,284</b>

**25. a. General and administration expenses**

<i>Trademark, technology and service fees (Note 7b)</i>
<i>Remuneration</i>
<i>Information and telecommunications</i>
<i>Rent</i>
<i>Travelling and representation</i>
<i>Consultant fees</i>
<i>Amortisation of intangible assets (Note 11)</i>
<i>Long-term employee benefits</i>
<i>Depreciation of fixed assets (Note 9f)</i>
<i>Others</i>
<b>Total</b>

**26. Beban lain-lain, bersih**

	2015	2014
Hasil penjualan merek dagang	7,561	-
Penghapusan utang dividen	534	-
Kerugian penjualan aset tetap (Catatan 9d)	(9,386)	(16,781)
Kerugian selisih kurs, bersih	(3,188)	(198)
	<b>(4,479)</b>	<b>(16,979)</b>

**26. Other expenses, net**

<i>Proceed from the sale of trademark</i>
<i>Write-off of dividend payable</i>
<i>Loss on sale of fixed assets (Note 9d)</i>
<i>Loss on foreign exchange, net</i>

Pada bulan Maret 2015, Perseroan menjual salah satu merek dagangnya ("SHE") yang menghasilkan keuntungan sebesar Rp 7.561.

In March 2015, the Company sold one of its trademarks ("SHE") which resulted in a gain of Rp 7,561.

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**Interim 30 September 2015 dan 31 Desember 2014**  
**serta Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir**  
**Pada Tanggal 30 September 2015 dan 2014**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary**  
**Notes to the Interim Consolidated Financial**  
**Statements 30 September 2015 and 31 December**  
**2014 and Nine-Month Periods Ended**  
**30 September 2015 and 2014**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	30 September/September 2015			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Food and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	19,029,664	8,517,016	27,546,680	<i>Net sales</i>
Laba bruto	10,289,499	3,674,493	13,963,992	<i>Gross Profit</i>
Hasil segmen	5,635,360	1,274,521	6,909,881	<i>Segment result</i>
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				<i>Unallocated expenses:</i>
Beban pemasaran dan penjualan			(639,117)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi			(603,156)	<i>General and administration expenses</i>
Beban lain-lain, bersih			(69,074)	<i>Other expenses, net</i>
Laba sebelum pajak penghasilan			5,598,534	<i>Profit before income tax</i>
Beban pajak penghasilan			(1,415,361)	<i>Income tax expense</i>
Laba periode berjalan			4,183,173	<i>Profit for the period</i>
Pendapatan komprehensif lainnya			-	<i>Other comprehensive income</i>
Jumlah pendapatan komprehensif periode berjalan			4,183,173	<i>Total comprehensive income for the period</i>
Aset segmen	7,350,641	6,286,921	13,637,562	<i>Segment assets</i>
Aset takberwujud	-	392,680	392,680	<i>Intangible assets</i>
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			1,954,529	<i>Unallocated segment assets</i>
			15,984,771	
Liabilitas segmen	(4,967,340)	(2,082,982)	(7,050,322)	<i>Segment liabilities</i>
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(3,178,842)	<i>Unallocated segment liabilities</i>
			(10,229,164)	
<b>Informasi lainnya</b>				<b><i>Other Information</i></b>
Pengeluaran modal	323,585	323,331	646,916	<i>Capital expenditures</i>
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			204,053	<i>Unallocated capital expenditures</i>
			850,969	
Penyusutan dan amortisasi	205,134	140,395	345,529	<i>Depreciation and amortisation</i>
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			22,620	<i>Unallocated depreciation and amortisation expenses</i>
			368,149	

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**Interim 30 September 2015 dan 31 Desember 2014**  
**serta Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir**  
**Pada Tanggal 30 September 2015 dan 2014**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary**  
**Notes to the Interim Consolidated Financial**  
**Statements 30 September 2015 and 31 December**  
**2014 and Nine-Month Periods Ended**  
**30 September 2015 and 2014**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak  
berelasi terdiri dari:

	30 September/ September 2015	30 September/ September 2014
Unilever Asia Private Ltd.	446,503	301,393
Unilever Supply Chain Company AG	58,070	74,922
Unilever Vietnam International Co.	19,252	16,766
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	17,245	9,703
Unilever Philippines, Inc.	4,288	7,560
PT Unilever Body Care Indonesia	2,868	9,845
Hindustan Unilever Ltd.	2,280	-
Unilever India Export Limited	674	1,781
Unilever Thai Holding Ltd.	3	365
Lain-lain (jumlah masing-masing kurang dari Rp 382)	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>551,183</b>	<b>422,335</b>

Purchases of raw materials and finished goods from  
related parties comprise:

Unilever Asia Private Ltd.
Unilever Supply Chain Company AG
Unilever Vietnam International Co.
Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Unilever Philippines, Inc.
PT Unilever Body Care Indonesia
Hindustan Unilever Ltd.
Unilever India Export Limited
Unilever Thai Holding Ltd.
Others (individual amounts less than Rp 382 each)
<b>Total</b>

**25. a. Beban pemasaran dan penjualan**

	30 September/ September 2015	30 September/ September 2014
Iklan dan riset pasar	2,364,143	2,376,568
Distribusi	1,231,912	1,123,560
Promosi	1,003,606	770,762
Remunerasi	393,271	346,203
Beban penjualan	200,317	185,245
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	91,257	84,428
Informasi dan telekomunikasi	47,464	37,194
Perjalanan dinas dan jamuan	43,720	36,613
Imbalan kerja jangka panjang (Catatan 17)	40,717	39,329
Sewa	29,536	30,636
Jasa konsultan	5,914	12,905
Amortisasi aset takberwujud	-	7,250
Lain-lain (jumlah masing-masing kurang dari Rp 10.000)	165,605	128,057
<b>Jumlah</b>	<b>5,617,462</b>	<b>5,178,750</b>

**25. a. Marketing and selling expenses**

Advertising and market research
Distribution
Promotion
Remuneration
Sales expenses
Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Information and telecommunications
Travelling and representation
Long-term employee benefits (Note 17)
Rent
Consultant fees
Amortisation of intangible assets
Others (individual amounts less than Rp 10,000 each)
<b>Total</b>

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**Interim 30 Juni 2015 dan 31 Desember 2014 serta**  
**Untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir Pada**  
**Tanggal 30 Juni 2015 dan 2014**

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary**  
**Notes to the Interim Consolidated Financial**  
**Statements 30 June 2015 and 31 December 2014**  
**and Six-Month Periods Ended**  
**30 June 2015 and 2014**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	30 Juni/June 2015			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	12,941,921	5,859,625	18,801,546	Net sales
Laba bruto	6,985,675	2,543,753	9,529,428	Gross Profit
Hasil segmen	3,864,382	922,310	4,786,692	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(422,136)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(413,344)	General and administration expenses
Beban lain-lain, bersih			(30,446)	Other expenses, net
Laba sebelum pajak penghasilan			3,920,766	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(990,126)	Income tax expense
Laba periode berjalan			2,930,640	Profit for the period
Pendapatan komprehensif lainnya			-	Other comprehensive income
Jumlah pendapatan komprehensif periode berjalan			2,930,640	Total comprehensive income for the period
Aset segmen	7,241,411	5,240,199	12,481,610	Segment assets
Aset takberwujud	-	392,680	392,680	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			3,611,888	Unallocated segment assets
			16,486,178	
Liabilitas segmen	(6,665,665)	(3,083,353)	(9,749,018)	Segment liabilities
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(2,234,086)	Unallocated segment liabilities
			11,983,104	
Informasi lainnya				Other information
Pengeluaran modal	230,281	230,781	461,062	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			124,531	Unallocated capital expenditures
			585,593	
Penyusutan dan amortisasi	137,410	92,495	229,905	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			15,441	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			245,346	

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**Interim 31 Maret 2015 dan 31 Desember 2014 serta**  
**Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir Pada**  
**Tanggal 31 Maret 2015 dan 2014**

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary**  
**Notes to the Interim Consolidated Financial**  
**Statements 31 March 2015 and 31 December 2014**  
**and Three-Month Periods Ended**  
**31 March 2015 and 2014**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	31 Maret/March 2015			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	6,689,383	2,724,089	9,413,452	<i>Net sales</i>
Laba bruto	3,617,877	1,185,379	4,803,256	
Hasi segmen	2,041,375	422,922	2,464,297	<i>Segment result</i>
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				<i>Unallocated expenses:</i>
Beban pemasaran dan penjualan			(203,500)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi			(173,124)	<i>General and administration expenses</i>
Beban lain-lain, bersih			(25,465)	<i>Other expenses, net</i>
Laba sebelum pajak penghasilan			2,062,208	<i>Profit before income tax</i>
Beban pajak penghasilan			(470,509)	<i>Income tax expense</i>
Laba periode berjalan			1,591,699	<i>Profit for the period</i>
Pendapatan komprehensif lainnya			-	<i>Other comprehensive income</i>
Jumlah pendapatan komprehensif periode berjalan			1,591,699	<i>Total comprehensive income for the period</i>
Aset segmen	8,584,447	4,727,098	13,311,545	<i>Segment assets</i>
Aset takberwujud	-	392,680	392,680	<i>Intangible assets</i>
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			1,068,329	<i>Unallocated segment assets</i>
			14,772,554	
Liabilitas segmen	(4,607,872)	(1,858,563)	(6,466,435)	<i>Segment liabilities</i>
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(1,967,906)	<i>Unallocated segment liabilities</i>
			(8,434,341)	
<b>Informasi lainnya</b>				<b><i>Other information</i></b>
Pengeluaran modal	84,308	102,330	186,638	<i>Capital expenditures</i>
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			39,469	<i>Unallocated capital expenditures</i>
			226,107	
Penyusutan dan amortisasi	69,232	48,427	117,659	<i>Depreciation and amortisation</i>
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			7,446	<i>Unallocated depreciation and amortisation expenses</i>
			125,105	



**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian**  
**Interim 30 Juni 2015 dan 31 Desember 2014 serta**  
**Untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir Pada**  
**Tanggal 30 Juni 2015 dan 2014**

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary**  
**Notes to the Interim Consolidated Financial**  
**Statements 30 June 2015 and 31 December 2014**  
**and Six-Month Periods Ended**  
**30 June 2015 and 2014**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak  
berelasi terdiri dari:

*Purchases of raw materials and finished goods from  
related parties comprise:*

	30 Juni/June 2015	30 Juni/June 2014	
Unilever Asia Private Ltd.	259,576	164,599	<i>Unilever Asia Private Ltd.</i>
Unilever Supply Chain Company AG	38,050	43,059	<i>Unilever Supply Chain Company AG</i>
Unilever Vietnam International Co.	13,008	1,273	<i>Unilever Vietnam International Co.</i>
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	10,437	5,151	<i>Unilever Lipton Ceylon Ltd.</i>
Unilever Philippines, Inc.	3,955	4,246	<i>Unilever Philippines, Inc.</i>
PT Unilever Body Care Indonesia	2,868	8,298	<i>PT Unilever Body Care Indonesia</i>
Hindustan Unilever Ltd.	1,260	-	<i>Hindustan Unilever Ltd.</i>
Unilever India Export Limited	318	696	<i>Unilever India Export Limited</i>
Lain-lain (jumlah masing-masing kurang dari Rp 382)	2	-	<i>Others (individual amounts less than Rp 382 each)</i>
Jumlah	<u>329,474</u>	<u>227,322</u>	<i>Total</i>

**25. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**25. a. Marketing and selling expenses**

	30 Juni/June 2015	30 Juni/June 2014	
Iklan dan riset pasar	1,599,557	1,607,998	<i>Advertising and market research</i>
Distribusi	843,834	767,681	<i>Distribution</i>
Promosi	652,821	464,059	<i>Promotion</i>
Remunerasi	257,024	225,215	<i>Remuneration</i>
Beban penjualan	144,189	131,060	<i>Sales expenses</i>
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	61,255	54,817	<i>Depreciation of fixed assets (Note 9f)</i>
Informasi dan telekomunikasi	34,699	27,292	<i>Information and telecommunications</i>
Perjalanan dinas dan jamuan	30,017	26,192	<i>Travelling and representation</i>
Imbalan kerja jangka panjang (Catatan 17)	26,652	27,913	<i>Long-term employee benefits (Note 17)</i>
Sewa	15,472	25,901	<i>Rent</i>
Lain-lain (jumlah masing-masing kurang dari Rp 10,000)	106,008	85,157	<i>Others (individual amounts less than Rp 10,000 each)</i>
Jumlah	<u>3,771,528</u>	<u>3,443,285</u>	<i>Total</i>

**PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak  
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian  
Interim 31 Maret 2015 dan 31 Desember 2014 serta  
Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir Pada  
Tanggal 31 Maret 2015 dan 2014**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary  
Notes to the Interim Consolidated Financial  
Statements 31 March 2015 and 31 December 2014  
and Three-Month Periods Ended  
31 March 2015 and 2014**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Biaya tenaga kerja langsung termasuk biaya karyawan kontrak pihak ketiga sejumlah masing-masing Rp 4.447 dan Rp 5.153 untuk tahun yang berakhir pada 31 Maret 2015 dan 2014.

Tidak ada pembelian dari pemasok yang secara individu melebihi 10,00% dari total pembelian bahan baku dan barang jadi Grup.

Pembelian bahan baku dan barang jadi Grup dari pihak berelasi, untuk tahun yang berakhir pada 31 Maret 2015 berjumlah Rp 187.086 (2014: Rp 140.605) setara dengan 4,84% (2014: 3,47%) dari total seluruh pembelian bahan baku dan barang jadi.

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

	31 Maret/ March 2015	31 Maret/ March 2014
Unilever Asia Private Ltd.	143,802	114,054
Unilever Supply Chain Company AG	24,859	11,782
Unilever Vietnam International Co.	8,134	650
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	6,537	2,899
Unilever Philippines, Inc.	3,027	3,423
Hindustan Unilever Ltd.	519	-
Unilever India Export Limited	208	-
PT Unilever Body Care Indonesia	-	7,512
Lain-lain (jumlah masing-masing kurang dari Rp 382)	-	285
<b>Jumlah</b>	<b>187,086</b>	<b>140,605</b>

Direct labour costs include cost of personnel outsourced from third parties, amounting to Rp 4,447 and Rp 5,153 for the years ended 31 March 2015 and 2014, respectively.

No purchase from an individual supplier was made in excess of 10.00% of the Group total purchases of raw materials and finished goods.

The Group's purchases of raw materials and finished goods from related parties for the years ended 31 March 2015 was Rp 187,186 (2014: Rp 140,605) which represents 4.84% (2014: 3.47%) of the total purchases of raw materials and finished goods.

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

Unilever Asia Private Ltd.
Unilever Supply Chain Company AG
Unilever Vietnam International Co.
Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Unilever Philippines, Inc.
Hindustan Unilever Ltd.
Unilever India Export Limited
PT Unilever Body Care Indonesia
Others (individual amounts less than Rp 382 each)
<b>Total</b>

**25. a. Beban pemasaran dan penjualan**

	31 Maret/ March 2015	31 Maret/ March 2014
Iklan dan riset pasar	752,747	757,468
Distribusi	414,412	388,316
Promosi	338,490	236,285
Remunerasi	123,142	114,180
Beban penjualan	68,290	63,687
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	33,518	27,592
Imbalan kerja jangka panjang (Catatan 17)	13,239	16,756
Informasi dan telekomunikasi	12,910	13,219
Perjalanan dinas dan jamuan	12,520	13,003
Sewa	6,443	9,227
Lain-lain (jumlah masing-masing kurang dari Rp 10.000)	56,148	31,619
<b>Jumlah</b>	<b>1,831,859</b>	<b>1,671,352</b>

**25. a. Marketing and selling expenses**

Advertising and market research
Distribution
Promotion
Remuneration
Sales expenses
Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Long-term employee benefits (Note 17)
Information and telecommunications
Travelling and representation
Rent
Others (individual amounts less than Rp 10,000 each)
<b>Total</b>

PT Unilever Indonesia Tbk dan Entitas Anak  
Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian  
Interim 30 Juni 2014 dan 31 Desember 2013 serta  
untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir pada  
Tanggal 30 Juni 2014 dan 2013

PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary  
Notes to the Interim Consolidated Financial  
Statements 30 June 2014 and 31 December 2013  
and for the Six-Month Periods Ended  
30 June 2014 and 2013

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

	30 Juni/June 2014			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ <i>Home and Personal Care</i>	Makanan dan Minuman/ <i>Foods and Refreshment</i>	Jumlah/ <i>Total</i>	
Penjualan bersih	12,402,361	5,180,127	17,582,488	<i>Net sales</i>
Laba bruto	6,430,749	2,198,882	8,629,631	<i>Gross profit</i>
Hasil segmen	3,688,108	825,001	4,623,109	<i>Segment result</i>
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				<i>Unallocated expenses:</i>
Beban pemasaran dan penjualan			(467,601)	<i>Marketing and selling expenses</i>
Beban umum dan administrasi			(314,602)	<i>General and administration expenses</i>
Beban lain-lain, bersih			(41,918)	<i>Other expenses, net</i>
Laba sebelum pajak penghasilan			3,796,988	<i>Profit before income tax</i>
Beban pajak penghasilan			(950,997)	<i>Income tax expense</i>
Laba periode berjalan			2,847,991	<i>Profit for the period</i>
Pendapatan komprehensif lainnya			-	<i>Other comprehensive income</i>
Jumlah pendapatan komprehensif bersih periode berjalan			2,847,991	<i>Total comprehensive income for the period</i>
Laba/jumlah pendapatan komprehensif yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk			2,847,991	<i>Profit/total comprehensive income attributable to owners of the parent</i>
Aset segmen	9,074,313	4,812,390	13,886,703	<i>Segment assets</i>
Aset tak berwujud	7,250	392,680	399,930	<i>Intangible assets</i>
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			1,670,323	<i>Unallocated segment assets</i>
			15,956,956	
Liabilitas segmen	5,322,620	1,925,012	7,247,632	<i>Segment liabilities</i>
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			4,437,393	<i>Unallocated segment liabilities</i>
			11,685,025	
Informasi lainnya				<i>Other information</i>
Pengeluaran modal	107,934	154,721	262,655	<i>Capital expenditures</i>
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			49,752	<i>Unallocated capital expenditures</i>
			312,407	
Penyusutan dan amortisasi	107,153	75,695	182,848	<i>Depreciation and amortisation</i>
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			29,766	<i>Unallocated depreciation and amortisation expense</i>
			212,614	

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Interim**  
**31 Maret 2016 dan 31 Desember 2015**  
**Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir pada**  
**Tanggal 31 Maret 2016 dan 2015**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary**  
**Notes to the Interim Financial Statements**  
**31 March 2016 and 31 December 2015**  
**For The Three-Month Periods Ended**  
**As at 31 March 2016 and 2015**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**24. Harga pokok penjualan (lanjutan)**

Tidak ada pembelian dari pemasok yang secara individu melebihi 10,00% dari total pembelian bahan baku dan barang jadi Perseroan.

Pembelian bahan baku dan barang jadi Perseroan dari pihak berelasi, untuk periode yang berakhir pada 31 Maret 2016 berjumlah Rp 336.748 (2015: Rp 187.086) setara dengan 7,40% (2015: 4,84%) dari total seluruh pembelian bahan baku dan barang jadi.

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

No purchase from an individual supplier was made in excess of 10.00% of the Company total purchases of raw materials and finished goods.

The Company's purchases of raw materials and finished goods from related parties for the period ended 31 March 2016 was Rp 336,748 (2015: Rp 187,086) which represents 7.40% (2015: 4.84%) of the total purchases of raw materials and finished goods.

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

	31 Maret/ March 2016	31 Maret/ March 2015	
Unilever Asia Private Ltd.	246,452	143,802	Unilever Asia Private Ltd.
PT Unilever Oleochemical Indonesia	34,179	-	PT Unilever Oleochemical Indonesia
Unilever Vietnam International Co.	18,196	8,134	Unilever Vietnam International Co.
Unilever Supply Chain Company AG	13,103	24,859	Unilever Supply Chain Company AG
Unilever India Export Limited	8,797	208	Unilever India Export Limited
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	5,421	6,537	Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Hindustan Unilever Ltd.	4,619	519	Hindustan Unilever Ltd.
Unilever Philippines, Inc.	3,295	3,027	Unilever Philippines, Inc.
Unilever RFM Ice Cream Inc.	2,686	-	Unilever RFM Ice Cream Inc.
Jumlah	<u>336,748</u>	<u>187,086</u>	Total

**25. a. Beban pemasaran dan penjualan**

	31 Maret/ March 2016	31 Maret/ March 2015
Klan dan riset pasar	677,015	752,747
Distribusi	489,280	414,412
Promosi	348,662	338,490
Remunerasi	136,733	123,142
Beban penjualan	56,384	68,290
Informasi dan telekomunikasi	44,542	12,910
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	32,408	33,518
Jasa konsultan	16,953	-
Perjalanan dinas dan jamuan	16,388	12,520
Imbalan kerja jangka panjang	13,863	13,239
Sewa	13,644	6,443
Lain-lain	147,053	56,148
Jumlah	<u>1,992,925</u>	<u>1,831,859</u>

**25. a. Marketing and selling expenses**

Advertising and market research
Distribution
Promotion
Remuneration
Sales expenses
Information and telecommunications
Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Consultant fees
Travelling and representation
Long-term employee benefits
Rent
Others
Total

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Interim**  
**30 September 2016 dan 31 Desember 2015**  
**Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir pada**  
**Tanggal 30 September 2016 dan 2015**

**PT Unilever Indonesia Tbk and Subsidiary**  
**Notes to the Interim Financial Statements**  
**30 September 2016 and 31 December 2015**  
**For The Nine-Month Periods Ended**  
**As at 30 September 2016 and 2015**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**24. Harga pokok penjualan (lanjutan)**

**24. Cost of goods sold (continued)**

Pembelian bahan baku dan barang jadi dari pihak berelasi terdiri dari:

Purchases of raw materials and finished goods from related parties comprise:

	30 September/ September 2016	30 September/ September 2015	
Unilever Asia Private Ltd.	214,569	446,503	Unilever Asia Private Ltd.
PT Unilever Oleochemical Indonesia	68,222	-	PT Unilever Oleochemical Indonesia
Hindustan Unilever Ltd.	14,007	2,280	Hindustan Unilever Ltd.
Unilever Vietnam International Co.	9,583	19,252	Unilever Vietnam International Co.
Unilever Supply Chain Company AG	4,309	58,070	Unilever Supply Chain Company AG
Unilever IT Global Service Europe	3,720	-	Unilever IT Global Service Europe
Unilever R&D Port Sunlight	2,557	-	Unilever R&D Port Sunlight
Unilever China Ltd.	2,348	-	Unilever China Ltd.
PT Unilever Enterprise Indonesia (d/h PT Unilever Body Care Indonesia)	2,296	2,868	PT Unilever Enterprise Indonesia (formerly PT Unilever Body Care Indonesia)
Unilever Philippines, Inc.	1,664	4,288	Unilever Philippines, Inc.
Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk	1,087	-	Unilever Sanayi Ve Ticaret Turk
Unilever Industries Private Ltd	1,071	-	Unilever Industries Private Ltd
Unilever Lipton Ceylon Ltd.	502	17,245	Unilever Lipton Ceylon Ltd.
Unilever India Export Limited	289	674	Unilever India Export Limited
Lain-lain (jumlah masing-masing kurang dari Rp 382)	437	3	Others (individual amount less than Rp 382 each)
<b>Jumlah</b>	<b>326,661</b>	<b>551,183</b>	<b>Total</b>

**25. a. Beban pemasaran dan penjualan**

**25. a. Marketing and selling expenses**

	30 September/ September 2016	30 September/ September 2015	
Iklan dan riset pasar	2,189,139	2,364,143	Advertising and market research
Distribusi	1,441,869	1,231,912	Distribution
Promosi	1,179,089	1,003,606	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	531,406	471,746	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	204,000	200,317	Sales expenses
Jasa konsultan dan jasa lainnya	123,995	51,234	Consultant fees and other services
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	100,604	91,257	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Informasi dan telekomunikasi	77,755	47,464	Information and telecommunications
Perjalanan dinas dan jamuan	50,235	43,720	Travelling and representation
Sewa	43,847	29,536	Rent
Imbalan kerja jangka panjang	40,755	40,716	Long-term employee benefits
Lain-lain	27,374	41,811	Others
<b>Jumlah</b>	<b>6,010,068</b>	<b>5,617,462</b>	<b>Total</b>

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Catatan atas Laporan Keuangan Interim**  
**31 Maret 2017 dan 31 Desember 2016**  
**Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir pada**  
**31 Maret 2017 dan 2016**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Notes to the Interim Financial Statements**  
**31 March 2017 and 31 December 2016**  
**For The Three-Month Periods Ended**  
**31 March 2017 and 2016**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

**30. Informasi segmen (lanjutan)**

**30. Segment Information (continued)**

	31 Maret/March 2017			
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Refreshment	Jumlah/ Total	
Penjualan bersih	7,333,023	3,512,664	10,845,687	Net sales
Laba bruto	4,017,139	1,609,111	5,626,250	Gross profit
Hasil segmen	2,474,296	730,684	3,204,980	Segment result
Beban yang tidak dapat dialokasikan:				Unallocated expenses:
Beban pemasaran dan penjualan			(269,167)	Marketing and selling expenses
Beban umum dan administrasi			(273,734)	General and administration expenses
Beban lain-lain, bersih			(41,910)	Other expenses, net
Laba sebelum pajak penghasilan			2,620,169	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(659,328)	Income tax expense
Leba			1,960,841	Profit
Penghasilan komprehensif lain			-	Other comprehensive income
Jumlah penghasilan komprehensif			1,960,841	Total comprehensive income
Aset segmen	9,524,965	5,714,650	15,239,615	Segment assets
Aset takberwujud		392,616	392,616	Intangible assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			2,954,173	Unallocated segment assets
			18,586,404	
Liabilitas segmen	(4,696,222)	(2,074,743)	(6,770,965)	Segment liabilities
Liabilitas segmen yang tidak dapat dialokasikan			(5,150,340)	Unallocated segment liabilities
			(11,921,305)	
<b>Informasi lainnya</b>				<b>Other information</b>
Pengeluaran modal	246,939	40,211	287,150	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			334,039	Unallocated capital expenditures
			621,189	
Penyusutan dan amortisasi	(67,384)	(67,997)	(135,381)	Depreciation and amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			(8,775)	Unallocated depreciation and amortisation expenses
			(144,156)	

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Catatan atas Laporan Keuangan**  
**Untuk Tahun-Tahun yang Berakhir pada**  
**31 Desember 2017 dan 2016**

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT Unilever Indonesia Tbk**  
**Notes to the Financial Statements**  
**For The Years Ended**  
**31 December 2017 and 2016**

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

Bilan dan riset pasar	2,667,233	2,761,497	Advertising and market research
Distribusi	1,986,342	1,965,715	Distribution
Promosi	1,498,024	1,501,836	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	730,985	695,923	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	478,587	337,994	Sales expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	145,750	137,342	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Imbalan kerja jangka panjang	72,918	53,585	Long-term employee benefits
Jasa konsultan dan jasa lainnya	63,774	130,172	Consultant fees and other services
Sewa	63,629	59,806	Rent
Informasi dan telekomunikasi	46,410	57,829	Information and telecommunications
Perjalanan dinas dan jamuan	24,284	71,233	Travelling and representation
Lain-lain	61,451	18,624	Others
Jumlah	<u>7,839,387</u>	<u>7,791,556</u>	Total

**25. b. Beban umum dan administrasi**

**25. b. General and administration expenses**

	<u>2017</u>	<u>2016</u>	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	2,787,880	2,757,731	Trademark, technology and service fees (Note 7b)
Remunerasi dan imbalan kerja	369,580	328,928	Remuneration and employee benefits
Informasi dan telekomunikasi	160,070	110,266	Information and telecommunications
Jasa konsultan dan jasa lainnya	103,946	210,728	Consultant fees and other services
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	33,018	3,732	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Imbalan kerja jangka panjang	28,560	18,199	Long-term employee benefits
Perjalanan dinas dan jamuan	26,930	33,245	Travelling and representation
Sewa	22,289	44,925	Rent
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	21,219	21,219	Amortisation of intangible assets (Note 11)
Pendidikan dan pelatihan	5,952	11,679	Education and training
Lain-lain	315,927	420,178	Others
Jumlah	<u>3,875,371</u>	<u>3,960,830</u>	Total

**26. (Beban)/penghasilan lain-lain, bersih**

**26. Other (expenses)/ income, net**

	<u>2017</u>	<u>2016</u>	
(Kerugian)/keuntungan selisih kurs, bersih	(6,785)	4,978	(Loss)/gain on foreign exchange, net
Kerugian penjualan aset tetap (Catatan 9d)	(3,745)	(4,876)	Loss on sale of fixed assets (Note 9d)
Penghapusan utang dividen	1,318	849	Write-off of dividend payable
Jumlah	<u>(9,212)</u>	<u>951</u>	Total

PT Unilever Indonesia Tbk  
Catatan atas Laporan Keuangan Interim  
31 Maret 2018 dan 31 Desember 2017  
Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir pada  
31 Maret 2018 dan 2017

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT Unilever Indonesia Tbk  
Notes to the Interim Financial Statements  
31 March 2018 and 31 December 2017  
For The Three-Month Periods Ended  
31 March 2018 and 2017

(Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated)

25. a. Beban pemasaran dan penjualan

25. a. Marketing and selling expenses

	31 Maret/ March 2018	31 Maret/ March 2017	
Iklan dan riset pasar	733,755	601,786	Advertising and market research
Distribusi	497,416	501,843	Distribution
Promosi	366,681	357,152	Promotion
Remunerasi dan imbalan kerja	167,405	199,033	Remuneration and employee benefits
Beban penjualan	158,835	116,812	Sales expenses
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	36,091	35,832	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Imbalan kerja jangka panjang	19,618	16,369	Long-term employee benefits
Jasa konsultan dan jasa lainnya	16,471	10,631	Consultant fees and other services
Informasi dan telekomunikasi	13,665	7,095	Information and telecommunications
Sewa	8,279	15,498	Rent
Perjalanan dinas dan jamuan	7,324	4,733	Travelling and representation
Lain-lain	27,087	52,489	Others
Jumlah	2,052,627	1,919,273	Total

25. b. Beban umum dan administrasi

25. b. General and administration expenses

	31 Maret/ March 2018	31 Maret/ March 2017	
Trademark, teknologi dan biaya jasa (Catatan 7b)	736,373	740,053	Trademark, technology and service fees (Note 7b)
Remunerasi dan imbalan kerja	64,524	82,413	Remuneration and employee benefits
Informasi dan telekomunikasi	41,770	42,379	Information and telecommunications
Jasa konsultan dan jasa lainnya	29,567	32,470	Consultant fees and other services
Penyusutan aset tetap (Catatan 9f)	14,110	2,883	Depreciation of fixed assets (Note 9f)
Imbalan kerja jangka panjang	6,255	13,315	Long-term employee benefits
Perjalanan dinas dan jamuan	7,882	5,569	Travelling and representation
Sewa	3,197	7,527	Rent
Amortisasi aset takberwujud (Catatan 11)	5,304	5,305	Amortisation of intangible assets (Note 11)
Pendidikan dan pelatihan	2,292	304	Education and training
Lain-lain	15,135	112,680	Others
Jumlah	926,409	1,044,898	Total

26. (Beban)/penghasilan lain-lain, bersih

26. Other (expenses)/ income, net

	31 Maret/ March 2018	31 Maret/ March 2017	
(Kerugian)/keuntungan selisih kurs, bersih	(1,511)	(1,444)	(Loss)/gain on foreign exchange, net
(Kerugian)/keuntungan penjualan aset tetap (Catatan 9d)	370	95	(Loss)/gain on sale of fixed assets (Note 9d)
Penghapusan utang dividen	-	-	Write-off of dividend payable
Jumlah	(1,141)	(1,349)	Total



	2011		Jumlah/Total	
	Kebutuhan Rumah Tangga dan Perawatan Tubuh/ Home and Personal Care	Makanan dan Minuman/ Foods and Beverages		
Penjualan bersih	4,214,933	1,453,383	5,668,316	Net sales
Laba kotor	2,300,579	606,631	2,907,210	Gross profit
Hasil segmen	1,399,472	206,320	1,605,792	Segment result
Beban usaha yang tidak dapat dialokasikan			(266,130)	Unallocated operating expenses
Laba usaha			1,339,662	Operating income
Penghasilan lain-lain			(7,211)	Other income
Laba sebelum pajak penghasilan			1,332,451	Profit before income tax
Beban pajak penghasilan			(333,379)	Income tax expense
Laba tahun berjalan			999,072	Income for the year
Laba yang dapat didistribusikan kepada: Pemilik entitas induk Kepentingan Non-pengendali			998,102	Income attributable to: Owners of the Company
Pendapatan komprehensif lain setelah pajak			970	Non-controlling interests
Laba komprehensif bersih			999,072	Income tax relating to other comprehensive income
Laba komprehensif bersih yang dapat didistribusikan kepada: Pemilik Entitas Induk Kepentingan Non-pengendali			(11,377)	Net comprehensive income
			987,695	attributable to: Owners of the Company
Aset segmen	5,593,319	2,139,736	7,733,055	Non-controlling interests
Aset tidak berwujud		443,052	443,052	Segment assets
Aset segmen yang tidak dapat dialokasikan			2,156,940	Intangible assets
			10,333,047	Unallocated segment assets
Kewajiban segmen	(2,830,289)	(950,102)	(3,780,391)	Segment liabilities
Kewajiban segmen yang tidak dapat dialokasikan			(1,516,108)	Unallocated segment liabilities
			(5,296,499)	Other information
Informasi lainnya				
Pengeluaran modal	194,944	128,387	323,331	Capital expenditures
Pengeluaran modal yang tidak dapat dialokasikan			91,178	Unallocated capital expenditures
			414,509	
Penyusutan	31,710	10,228	41,938	Depreciation
Amortisasi		12,525	12,525	Amortisation
Beban penyusutan dan amortisasi yang tidak dapat dialokasikan			28,553	Unallocated depreciation and amortisation expense
			83,016	

**Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)**

df	Pr 0.50	0.25 0.20	0.10 0.10	0.05 0.050	0.025 0.02	0.01 0.010	0.005 0.002	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884	
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712	
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453	
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318	
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343	
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763	
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529	
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079	
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681	
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370	
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470	
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963	
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198	
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739	
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283	
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615	
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577	
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048	
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940	
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181	
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715	
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499	
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496	
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678	
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019	
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500	
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103	
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816	
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624	
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518	
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490	
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531	
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634	
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793	
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005	
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262	
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563	
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903	
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279	
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688	

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

**VIRDA**

ORIGINALITY REPORT

**41%**  
SIMILARITY INDEX

**40%**  
INTERNET SOURCES

**20%**  
PUBLICATIONS

**23%**  
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	5%
2	anzdoc.com Internet Source	4%
3	www.journal.stie-yppi.ac.id Internet Source	2%
4	123dok.com Internet Source	2%
5	repository.radenintan.ac.id Internet Source	2%
6	core.ac.uk Internet Source	2%
7	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	2%
8	Submitted to Universitas Ibn Khaldun Student Paper	1%
9	ejournal.unugha.ac.id Internet Source	1%