

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Unilever Indonesia didirikan pada 5 Desember 1933, merupakan perusahaan multinasional yang bergerak di bidang produksi *Home and personal care*, *Food and ice cream* di Indonesia. PT Unilever Indonesia Tbk, merupakan perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga, dan terdaftar dalam perusahaan syariah di Jakarta Islamic Index. Saham dari perusahaan Unilever Indonesia memiliki kinerja dan reputasi yang baik di dalam pasar modal, serta mempunyai prospek yang baik dalam ketahanan perusahaannya untuk jangka panjang. Hal ini menjadikan sebuah daya tarik bagi investor untuk memilih Unilever sebagai investasi saham.

PT Unilever Indonesia pada tahun 1981, melakukan penawaran saham perdana *go public* dan telah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia. Unilever terus melakukan berbagai inovasi dan ekspansi, termasuk mendirikan pabrik baru di Cikarang dan Surabaya untuk terus meningkatkan kapasitas produksi makanan, minuman, dan deterjen. PT Unilever Indonesia Tbk dikenal sebagai salah satu perusahaan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) terkemuka di Indonesia dengan lebih dari 40 merek yang sudah mencakup berbagai kebutuhan rumah tangga dan perawatan pribadi. Unilever Indonesia telah memiliki lebih dari 4.000 karyawan

turut berkontribusi dalam perkembangan bisnis. Bagi Unilever Indonesia karyawan merupakan aset penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kapasitas para karyawan secara berkelanjutan dan dapat mendukung perusahaan agar tetap kompetitif.

PT Unilever Indonesia bertekad untuk mengelola dan menerapkan bisnis secara bertanggung jawab dan berkelanjutan agar dapat terus berkembang seraya mengurangi dampak terhadap lingkungan, dan meningkatkan dampak sosial yang positif bagi masyarakat.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Untuk meraih rasa cinta dan mendapatkan penghargaan dari Indonesia dengan menyentuh kehidupan masyarakat.

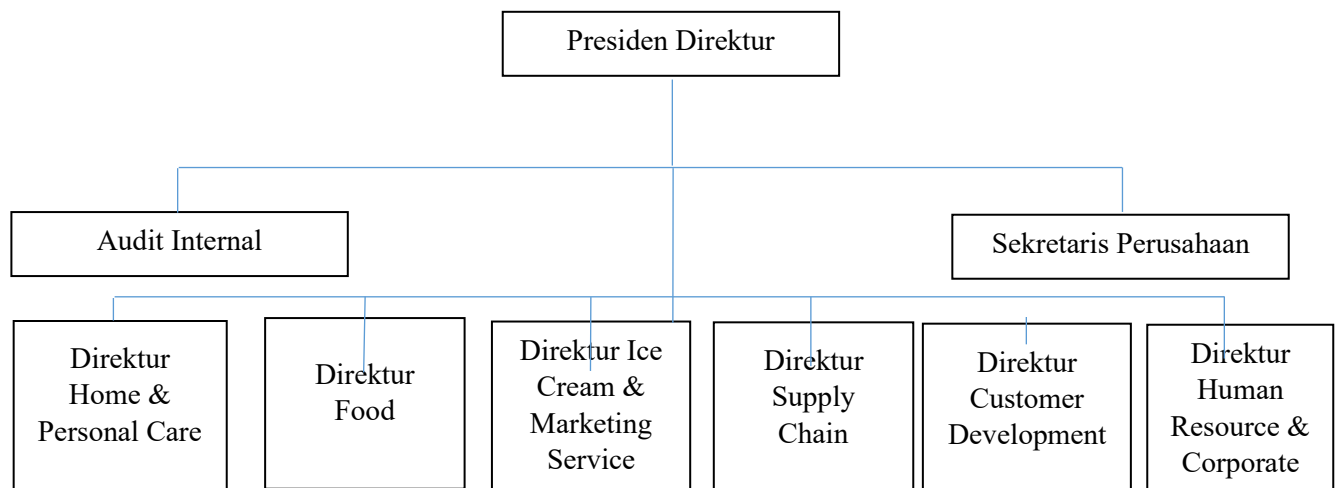
b. Misi

1. Menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari
2. Menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil untuk melakukan perubahan besar bagi dunia.
3. Mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan dapat mengurangi dampak terhadap lingkungan, dan meningkatkan dampak sosial.

4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam suatu perusahaan diperlukan adanya kegiatan manajemen yang baik dan terarah. Salah satu fungsi manajemen itu adalah pengorganisasian, yaitu proses penentuan dan pengelompokan peraturan dengan macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan, menempatkan orang-orang pada tanggung jawab masing-masing bagian jika mempermudah pimpinan untuk mengadakan pengawasan dan meminta tanggung jawab atas tugas yang telah diberikan pada bagian masing-masing. Dengan penyusunan organisasi tersebut, PT Unilver Indonesia Tbk dalam kegiatannya dapat berjalan dengan lancar sebagaimana yang diharapkan oleh sebuah organisasi. Adapun struktur organisasi PT Unilver Indonesia sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber: PT Unilever Indonesia Tbk

4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Perspektif Keuangan

Analisis data keuangan dilakukan dengan menggunakan data dari laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2020 sampai 2024 sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Laporan Konsolidasi PT Unilever
Tahun 2020-2024 (Dalam jutaan rupiah)

Keterangan	2020	2021	2022	2023	2024
Aset lancar	Rp8.828.360	Rp7.642.208	Rp7.567.768	Rp5.280.548	Rp6.191.839
Aset tak lancar	Rp11.706.272	Rp11.426.324	Rp10.750.346	Rp10.472.247	Rp10.765.647
Jumlah aset	Rp20.534.632	Rp19.068.532	Rp18.318.114	Rp16.664.086	Rp16.046.195
Hutang lancar	Rp13.357.536	Rp12.445.152	Rp11.442.223	Rp11.223.968	Rp11.830.201
Hutang tak lancar	Rp2.239.728	Rp2.302.111	Rp1.878.365	Rp2.066.727	Rp2.058.880
Modal	Rp4.937.368	Rp4.321.269	Rp3.997.256	Rp2.149.267	Rp3.381.238
Jumlah hutang + Modal	Rp20.534.632	Rp19.068.532	Rp18.318.114	Rp16.664.086	Rp16.046.195

Sumber: Bursa Efek Indonesia

Tabel 4. 3 *Income Statement*

Keterangan	2020	2021	2022	2023	2024
Pendapatan	42.972.474	39.545.959	64.797.516	36.611.401	35.138.643
Beban pokok pendapatan	(20.515.484)	(19.919.572)	(43.005.230)	(19.416.887)	(18.418.962)
Laba (Rugi) Bruto	22.456.990	19.626.387	21.792.286	19.194.514	16.719.681
Beban-beban	4.357.209	4.084.012	3.544.052	3.919.656	3.498.698
Laba (Rugi) Usaha	18.099.781	15.542.375	18.248.234	15.274.858	16.038.931
Penghasilan (Beban)Lain-lain	(20.122)	(0)	(267.674)	(0)	(20.085)
Laba (Rugi)Sebelum pajak	9.206.869	7.496.592	6.993.803	6.201.876	4.350.424
Laba (Rugi) Bersih	7.056.606	5.716.801	5.512.937	3.269.729	4.496.082

Sumber: Bursa Efek Indonesia

Pengukuran kinerja perusahaan akan dilakukan dengan cara melakukan perbandingan antara pencapaian dalam suatu periode dengan periode sebelumnya dengan tabel skor sebagai berikut:

Tabel 4. 4

Penentuan *Score* Berdasarkan Indikator Pengukuran

Indikator perhitungan	<i>Rate</i> (Nilai)	<i>In Score</i>	Tingkat Kinerja
< 0%	D	1	Tidak Baik
0 – 50%	C	2	Cukup Baik
51-100%	B	3	Baik
> 100%	A	4	Sangat Baik

Sumber: (Ananda, 2023)

Pada perspektif keuangan analisis yang dilakukan yaitu dengan menggunakan analisis rasio *Return On Equity* (ROE), *Retrun On Asset* (ROA), *operating income*, dan *total asset turnover* yang dihitung dari tahun 2020-2024, semakin tinggi rasio-rasio tersebut maka anak semakin baik kinerja perusahaan. Setelah perhitungan rasio akan dilakukan pengukuran kinerja yang berdasarkan range kinerja yang telah dipaparkan sebelumnya pada (tabel 4.2.1.3). Berikut perhitungan pada perspektif keuangan.

A. *Return On Equity* (ROE)

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

$$\text{Indikator Pertumbuhan} = \frac{\text{pencapaian tahun } n - \text{pencapaian tahun } n-1}{\text{pencapaian tahun } n-1}$$

Tabel 4. 5 Presentase ROE PT Unilever Indonesia Tbk
Tahun 2020-2024

Tahun	Laba Bersih	Modal	ROE (%)	Indikator Pertumbuhan (%)
2020	7.056.606	4.937.368	1,42%	-
2021	5.716.801	4.321.269	1,32%	(-0,07%)
2022	5.512.937	3.997.256	1,37%	0,03%
2023	3.269.729	2.149.267	1,52%	0,10%
2024	4.496.082	3.381.238	1,32%	(-0,13%)

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Dari Tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa ROE PT Unilever Indonesia Tbk dari tahun 2020-2024. Pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 0,05% dikarenakan menurunnya modal perusahaan sedangkan pada tahun 2022 mengalami kenaikan sebesar 0,03%. Pada tahun 2023 mengalami kenaikan sebesar 0,10% dikarenakan laba bersih dan modal perusahaan yang terus meningkat

B. *Return On Assets* (ROA)

$$ROA = \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

$$\text{Indikator pertumbuhan} = \frac{\text{pencapaian tahun } n - \text{pencapaian tahun } n-1}{\text{pencapaian tahun } n-1}$$

Tabel 4. 6 Presentase ROA PT Unilever Indonesia Tbk

Tahun 2020-2024

Tahun	Laba Usaha	Total Akiva	ROA (%)	Indikator Pertumbuhan (%)
2020	18.099.781	20.534.632	0,88%	-
2021	15.542.375	19.068.532	0,81%	(-0,07%)
2022	18.248.234	18.318.114	0,99%	0,22%
2023	15.274.858	16.664.086	0,91%	(-0,08%)
2024	16.038.931	16.046.195	0,99%	0,08%

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Dari Tabel 4.6 diatas dapat dijelaskan bahwa ROA PT Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan di tahun 2021 sebesar -0,07% . Pada tahun 2022 mengalami kenaikan sebesar 0,22%. Pada tahun 2024 ROA mengalami kenaikan kembali dikarenakan presentase yang menurun yang berarti pada tahun 2024 efisiensi total aktiva dalam menghasilkan laba berpengaruh terhadap tahun sebelumnya yang pada tahun 2023 laba usaha dan total aktiva mengalami kenaikan.

C. Operating Income

$$\text{Operating Income} = \frac{(\text{pendapatan bersih}-\text{biaya usaha})}{\text{penjualan bersih}} \times 100\%$$

$$\text{Indikator Pertumbuhan} = \frac{\text{pencapaian tahun } n-\text{pencapaian tahun } n-1}{\text{pencapaian tahun } n-1}$$

Tabel 4. 7 Presentase *Operating Income* PT Unilever Indonesia Tbk

Tahun 2020-2024

Tahun	Pendapatan Bersih	Biaya Usaha	Penjualan Bersih	<i>Operating Income</i> (%)	<i>Indikator Pertumbuhan</i> (%)
2020	22.456.990	4.357.209	42.972.474	0,42%	-
2021	19.626.387	4.084.012	39.545.959	0,39%	(-0,07%)
2022	21.792.286	3.544.052	64.797.516	0,28%	(-0,28%)
2023	19.194.514	3.919.656	36.611.401	0,41%	0,46%
2024	16.719.681	3.498.698	35.138.643	0,37%	(-0,09%)

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Dari Tabel 4.7 dapat dijelaskan bahwa *operating income* PT Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan pada tahun 2021,2022, dan 2024. Pada tahun 2023 mengalami kenaikan sebesar 0,46% dikarenakan hasil *operating income* meningkat yang berarti pada tahun 2023 terdapat laba usaha dan penjualan bersih mengalami kenaikan.

D. Total Asset Turnover

$$Total\ asset\ turnover = \frac{Penjualan\ Bersih}{Total\ Aktiva} \times 100\%$$

$$Indikator\ Pertumbuhan = \frac{pencapaian\ tahun\ n - pencapaian\ tahun\ n-1}{pencapaian\ tahun\ n-1}$$

Tabel 4. 8 Presentase *Total Asset Turnover* PT Unilever Indonesia Tbk**Tahun 2020-2024**

Tahun	Pendapatan	Total Aktiva	<i>Total Asset Turnover</i> (%)	<i>Indikator Pertumbuhan</i> (%)
2020	42.972.474	20.534.632	2,09%	-
2021	39.545.959	19.068.532	2,07%	(-0,09%)
2022	64.797.516	18.318.114	3,53%	0,70%
2023	36.611.401	16.664.086	2,19%	(-0,37%)
2024	35.138.643	16.046.195	2,18%	(-0,04%)

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Dari Tabel 4.8 dapat dijelaskan bahwa *total asset turnover* PT Unilever Indonesia Tbk mengalami kenaikan pada tahun 2022. Pada tahun 2023 dan 2024 mengalami penurunan sebesar -0,37%, kemungkinan terdapat kenaikan biaya yang terlalu tinggi pada total aktiva dan penurunan pendapatan.

Tabel 4. 9 *Score Card* Perspektif Keuangan

Indikator	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024
<i>Return On Equity</i> (ROE)	-0,07%	-0,03%	0,10%	(0,13%)
<i>Return On Asset</i> (ROA)	-0,07%	0,22%	-0,08%	0,08%
<i>Operating Income</i>	-0,07%	-0,28%	0,46%	-0,09%
<i>Total Asset Turnover</i>	-0,09%	0,70%	-0,37%	-0,04%

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Dari tabel 4.9 dapat dilihat bahwa analisis penilaian terhadap kinerja keuangan yang diukur menggunakan *total asset turnover* pada tahun 2021-2024 memiliki kriteria yang cukup baik. Dalam teori *stakeholder* mengharapkan kinerja

keuangan dapat optimal sebagai keberhasilan investasi mereka. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan kepentingan pemegang saham dengan meningkatkan efisiensi dan profitabilitas agar nilai perusahaan tetap terjaga.

4.2.2 Perspektif Pelanggan

Perspektif ini menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting, perspektif pelanggan memiliki berbagai ukuran pelanggan seperti kepuasan, loyalitas, retensi, akuisisi, dan profitabilitas. Pada penelitian ini data yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dari perspektif pelanggan adalah penerimaan kas dari pelanggan PT Unilever Indonesia Tbk. Penerimaan kas merupakan indikator keberhasilan dari penjualan produk yang direalisasikan dengan banyaknya pendapatan yang diterima dari pelanggan. Semakin besar penerimaan kas akan semakin baik rasionya. Berikut merupakan data pertumbuhan penerimaan kas PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2020-2024:

$$\text{Indikator Pertumbuhan} = \frac{\text{pencapaian tahun } n - \text{pencapaian tahun } n-1}{\text{pencapaian tahun } n-1}$$

Tabel 4. 10 Penerimaan Kas dari Pelanggan PT Unilever Indonesia Tbk

Penerimaan Dari:	2020	2021	2022	2023	2024
Pelanggan	47.136.495	44.102.256	45.598.463	43.914.397	39.159.720
Kenaikan Kinerja	-	-0,06%	0,02%	-0,03%	-0,10%

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Tabel 4.10 merupakan persentase pertumbuhan perspektif pelanggan dari tahun 2020-2024, dapat dilihat bahwa penerimaan kas dari pelanggan PT Unilever Indonesia Tbk mengalami kenaikan pada tahun 2022, meskipun ada fluktuasi dalam akuisisi pelanggan baru, loyalitas pelanggan tetap terjaga. Teori *stakeholder* menekankan bahwa pelanggan merupakan kelompok *stakeholder* yang sangat penting karena keberlangsungan bisnis bergantung pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini ada keterlibatan dalam teori *stakeholder* yang mengharuskan perusahaan membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan sebagai strategi bisnis.

4.2.3 Perspektif Proses Bisnis Internal

Dalam penilaian perspektif proses bisnis internal data yang digunakan adalah *operating profit* atau laba usaha yang diperoleh dari hasil pendapatan setelah dikurangi harga pokok pendapatan dan beban usaha. Laba usaha yang baik merupakan indikator keberhasilan proses bisnis karena termasuk pengelolaan perusahaan terhadap pendapatan perusahaan dan biaya yang dikeluarkan supaya seimbang untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. berikut data pertumbuhan laba usaha PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2020-2024:

$$\text{Indikator Pertumbuhan} = \frac{\text{pencapaian tahun } n - \text{pencapaian tahun } n-1}{\text{pencapaian tahun } n-1}$$

Tabel 4. 11 Pertumbuhan Laba Usaha Tahun 2020-2024

Tahun	Lab a Usaha	Indikator Pertumbuhan
2020	18.099.781	-
2021	15.542.375	(-0,14%)
2022	18.248.234	(0,17%
2023	15.274.858	(-016%)
2024	16.038.931	0,05%

Sumber: Bursa Efek Indonesia

Tabel 4.11 merupakan hasil skor berdasarkan perspektif proses bisnis internal dari tahun 2020-2024, dapat dijelaskan bahwa hasil persentase tahun 2021 laba usaha mengalami penurunan sebesar -0,14% dari tahun 2020 termasuk kriteria tidak baik, pada tahun 2023 mengalami penurunan yaitu sebesar -0,16% termasuk kriteria tidak baik, pada tahun 2022 mengalami kenaikan sebesar 0,17% termasuk kriteria cukup baik, dan pada tahun 2024 mengalami kenaikan sebesar 0,05% termasuk kriteria cukup baik. Keterkaitan dengan teori *stakeholder* adalah pentingnya inovasi dan pemasok yang andal dapat meningkatkan kualitas dan efisiensi proses bisnis. Oleh karena itu, perusahaan harus mengelola atau mengevaluasi hubungan karyawan dengan pemasok secara efektif untuk memastikan proses bisnis internal dapat berjalan lancar yang akan menciptakan nilai bagi seluruh *stakeholder*.

4.2.4 Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Pada perspektif pertumbuhan dan pembelajaran dilakukan pengukuran terhadap produktivitas karyawan yang diperoleh *net income* dibagi jumlah karyawan. Produktivitas karyawan suatu karyawan dapat diukur dari besar kecilnya laba bersih yang dihasilkan. Semakin tinggi rasio tersebut maka semakin baik kinerja karyawan

suatu perusahaan. Berikut data *net income*, data jumlah karyawan, dan pertumbuhan produktivitas karyawan PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2020-2024:

$$\text{Produktivitas Karyawan} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Jumlah Karyawan}}$$

**Tabel 4. 12 Total Karyawan PT Unilever Indonesia Tbk
Tahun 2020-2024**

Keterangan	2020	2021	2022	2023	2024
Dewan Komisaris	6	6	6	5	5
Direktur	10	11	11	11	12
Komite Audit	1	1	2	2	2
Karyawan Tetap dan Kontrak	35.638	35.638	35.638	34.879	34.879
Total Karyawan	35.655	35.656	36.657	34.897	34.898

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Tabel 4. 13 Produktivitas Karyawan PT Unilever Indonesia Tbk

Tahun	Net Income	Jumlah Karyawan	Produktivitas Karyawan	Indikator Pertumbuhan
2020	6.586.907	35.655	184	-
2021	6.388.477	35.656	179	(-2,71%)
2022	4.587.367	36.657	125	(-30,16%)
2023	6.990.572	34.897	200	60%
2024	7.079.369	34.897	202	0,1%

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa produktivitas karyawan meningkat pada tahun 2023 dan 2024. Kenaikan paling besar ditunjukkan pada tahun 2023 dikarenakan laba bersih pada perusahaan meningkat dan produktivitas karyawan meningkat lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Keterkaitan dalam teori *stakeholder* menegaskan pengembangan sumber daya manusia merupakan investasi utama untuk keberlanjutan perusahaan dan manfaat pengembangan sosial perusahaan dalam jangka panjang yang sesuai dengan teori *stakeholder*.

4.3 Pembahasan

Balanced scorecard merupakan kartu skor yang memuat skor yang akan diwujudkan di masa yang akan datang oleh eksekutif dan dibandingkan dengan hasil kinerja yang sesungguhnya. Pengukuran kinerja dengan *balanced scorecard* dilakukan dengan empat perspektif yaitu perspektif keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pertumbuhan dan pembelajaran. Pada tahap penelitian untuk mengukur kinerja PT Unilever Indonesia Tbk dengan metode *balanced scorecard* dimulai dengan menentukan indikator penilaian pada masing-masing perspektif. Setelah itu dilakukan penilaian skor dengan melihat *range* kinerja antar periode masing-masing perspektif.

Hasil perhitungan kinerja perusahaan dengan *balanced scorecard* pada PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2020-2024 pada tabel perhitungan yang bersumber dari (Riski, 2024) adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Total Perhitungan Kinerja Perusahaan dengan *Balanced Scorecard*

PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2020-2024

Tahun	Perspektif Keuangan				Perspektif Pelanggan	Perspektif Proses Bisnis Internal	Pertumbuhan dan Pembelajaran
	ROE	ROA	<i>Operating Income</i>	<i>Total Asset Turnover</i>	Penerimaan Kas dari Pelanggan	<i>Operating Profit</i>	Tingkat Produktivitas Karyawan
2021	(-0,07%)	(-0,07%)	(-0,07%)	(-0,09%)	-0,06%	(-0,14%)	(-2,71%)
2022	(-0,03%)	0,22%	(-0,28%)	0,70%	0,02%	(0,17%	(-30,16%)
2023	0,10%	(-0,08%)	0,46%	(-0,37%)	-0,03%	(-016%)	60%
2024	(-0,13%)	(0,08%)	(-0,09%)	(-0,04%)	-0,10%	0,05%	0,1%

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Menurut hasil pengukuran kinerja perusahaan dengan metode *balanced scorecard* pada PT Unilever Indonesia Tbk menggambarkan bahwa:

- a. Pada perspektif keuangan, ROE dari tahun 2021-2024 mengalami peningkatan setiap periodenya, berdasarkan perhitungan ROE tahun 2023 meningkat sebesar 0,10% dan pada tahun 2021,2022, dan 2024 mengalami penurunan sebesar (-0,023%) dikarenakan menurunnya laba. Berdasarkan ROA dari tahun 2022 mengalami peningkatan. Pada tahun 2023 mengalami penurunan kembali dikarenakan persentase total aktiva dalam menghasilkan laba tidak berpengaruh pada tahun sebelumnya. Pada *Operating Income* PT

Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2023 mengalami kenaikan sebesar 0,46% dikarenakan hasil *operating income* meningkat karena terdapat biaya yang tinggi pada sektor penjualan meskipun pada tahun 2023 laba usaha dan penjualan mengalami kenaikan yang sangat besar. Pada *total asset turnover* pada tahun 2022 mengalami kenaikan sebesar 0,70%, sedangkan pada tahun 2023-2024 mengalami penurunan sebesar -0,37% dikarenakan terdapat kenaikan biaya yang tinggi pada total aktiva.

- b. Pada perspektif pelanggan, pendapatan tahun 2020 meningkat sebesar 47.136.495 (dalam jutaan rupiah) dan terus mengalami peningkatan yang cukup tinggi pada tahun 2022 sebesar 45.598.463 (dalam jutaan rupiah). Dalam perspektif pelanggan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang dicatat dari sudut pandang pelanggan dan diperlukannya strategi yang baik untuk mempertahankan konsumen atau pelanggan untuk melakukan pembelian atau transaksi.
- c. Pada perspektif proses bisnis internal, dapat dijelaskan pada tahun 2023-2024 mengalami penurunan dikarenakan melemahnya pada laba usaha. Pada tahun 2022 mengalami peningkatan yang pesat sebesar 18.248.234(dalam jutaan rupiah) dikarenakan meningkatnya pada laba usaha perusahaan.
- d. Pada perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, pada tahun 2022 mengalami penurunan secara drastis dikarenakan tingkat produktivitas karyawan yang menurun dan menurunnya laba bersih pada perusahaan. Pada tahun 2023 PT

Unilever Indonesia Tbk mengalami kenaikan yang sangat tinggi pada tingkat indikator pertumbuhan sebesar 60% dan didukung oleh pendapatan laba bersih perusahaan yang meningkat sebesar 6.990.752(dalam jutaan rupiah) dan terus meningkat pada tahun 2024 sebesar 7.079.369(dalam jutaan rupiah).