



ABSTRACT

Unilever Indonesia is boosting its innovation, while at the same time setting ambitious cost savings targets and maintaining product prices around the targeted segment purchasing power. This report revolves around how the finance team balance the three components: innovation, cost saving, and price competitiveness at the same time.

Previous research has discussed the relationship between innovation and cost saving per year without touching the price element that may affect consumers' purchasing decisions. Aside from that, the characteristic of the fast-moving consumer goods (FMCG) industry based on Porter's Five Forces model requires companies to always maintain innovation, cost saving, and price to stay competitive.

To gather in-depth information regarding Unilever's approach, interviews were held with one of the assistant managers of the Finance Excellence Team who has encountered the process behind balancing the three components. Later on, it was figured out that Unilever implemented the approach of protective profit margin combined with each department's focused mindset. As a result, Unilever has successfully provided products that win the market in terms of quality and price, while at the same time increasing the company's savings.

Further improvement is also needed to enhance the process. The author provided two suggestions to the table. The first recommendation is for the company to enhance open innovation to boost new ideas and potentially get savings from it. Second, the author suggested adding more key performance indicators (KPIs) in innovation to quickly spot issues at hand. Both recommendations were made with the purpose of enabling more innovation at a lower cost, and at the same time mitigating the problems faced.

Keywords: innovation, cost savings, price competitiveness, fast-moving consumer goods



ABSTRAK

Unilever Indonesia menargetkan peningkatan inovasi dan pada saat yang sama menetapkan target penghematan biaya yang ambisius, serta mempertahankan harga produk pada rentang daya beli segmen yang ditargetkan. Laporan ini akan membahas bagaimana tim keuangan menyeimbangkan tiga komponen: inovasi, penghematan biaya, dan daya saing harga pada saat yang bersamaan.

Penelitian sebelumnya telah membahas hubungan antara inovasi dan penghematan biaya per tahun tanpa menyentuh unsur harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, karakteristik industri *fast-moving consumer goods* (FMCG) berdasarkan model Porter's Five Forces menuntut perusahaan untuk selalu menjaga inovasi, penghematan biaya, dan harga agar tetap kompetitif.

Untuk mengumpulkan informasi mendalam mengenai strategi Unilever, wawancara dilakukan dengan salah satu asisten manajer Tim Finance Excellence yang telah mengalami proses di balik penyeimbangan ketiga komponen tersebut. Setelahnya, diketahui bahwa Unilever menerapkan pendekatan margin keuntungan protektif yang dikombinasikan dengan *mindset* fokus masing-masing departemen. Hasilnya, Unilever berhasil menyediakan produk yang memenangkan pasar dari segi kualitas dan harga, sekaligus meningkatkan penghematan perusahaan.

Perbaikan lebih lanjut juga diperlukan untuk meningkatkan proses keseluruhan. Penulis memberikan dua saran. Rekomendasi pertama adalah agar perusahaan meningkatkan inovasi terbuka untuk mendorong ide-ide baru dengan berpotensi mendapatkan penghematan. Kedua, penulis menyarankan untuk menambahkan lebih banyak indikator kinerja utama (KPI) dalam inovasi agar dengan cepat bisa menyadari masalah yang dihadapi. Kedua rekomendasi tersebut dibuat dengan tujuan untuk memungkinkan lebih banyak inovasi dengan biaya lebih rendah, dan pada saat bersamaan mengatasi masalah yang dihadapi.

Kata Kunci: inovasi, penghematan biaya, daya saing harga, *fast-moving consumer goods*