

## **Efektivitas Target Penjualan Komoditi Komersial Perum BULOG Sulawesi Utara dan Gorontalo**

**Nathalia Ericha Sanggasi<sup>1\*</sup>, Lusye Corvanty Kumaat<sup>2</sup>, Nixon Sondakh<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Politeknik Negeri Manado

Email: [nathaliaericha@gmail.com](mailto:nathaliaericha@gmail.com)

*Received: 15-05-2026    Revised : 03-06-2026    Accepted : 05-06-2026    Published : 06-06-2026*

### **Abstrak**

Penelitian ini menyoroti masalah ketidaksesuaian antara target penjualan yang sudah ditentukan dan hasil pendapatan yang diperoleh, yang menunjukkan adanya masalah dalam perencanaan dan penilaian strategi penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai seberapa efektif target penjualan untuk komoditi komersial di Perum BULOG Kantor Wilayah Sulawesi Utara dan Gorontalo pada tahun 2025. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis rasio efektivitas yang membandingkan realisasi pendapatan sebagai *outcome* terhadap target sebagai *output*. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen dari bagian bisnis terkait tiga produk utama, yaitu beras, gula, dan minyak goreng. Hasil analisis menunjukkan variasi kinerja: komoditi gula berada dalam kategori efektif karena hasilnya mampu melebihi target tahunan, sementara komoditi beras tergolong cukup efektif. Di sisi lain, komoditi minyak goreng dianggap tidak efektif karena penjualannya sangat jauh dari target yang ditentukan. Secara keseluruhan, besarnya varian negatif pada beberapa komoditi disebabkan oleh penetapan target yang kurang responsif terhadap perubahan pasar musiman. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun secara keseluruhan kinerja penjualan terbilang baik, terdapat ketidakefektifan yang signifikan pada komoditi minyak goreng yang memerlukan analisis lebih mendalam. Rekomendasi yang diberikan meliputi penerapan target yang lebih adaptif serta peningkatan distribusi jaringan untuk mengurangi potensi kehilangan omzet di masa yang akan datang.

**Kata kunci:** efektivitas, target penjualan, omzet, komoditas komersial, Perum BULOG

### **Abstract**

*This study highlights the discrepancy between predetermined sales targets and actual revenue, indicating problems in sales strategy planning and assessment. The purpose of this study is to assess the effectiveness of sales targets for commercial commodities at the North Sulawesi and Gorontalo Regional Offices of Perum BULOG in 2025. The method used is a quantitative descriptive approach with an effectiveness ratio analysis technique that compares realized revenue as an outcome to the target as an output. Data were obtained through observation, interviews, and document collection from the business division related to three main products: rice, sugar, and cooking oil. The analysis results show variations in performance: sugar is categorized as effective because its results are able to exceed the annual target, while rice is categorized as quite effective. On the other hand, cooking oil is considered ineffective because its sales are far from the specified target. Overall, the large negative variance in several commodities is due to target setting that is less responsive to seasonal changes. The conclusion of this study indicates that although overall sales performance is quite good, there is significant ineffectiveness in cooking oil that requires further analysis. Recommendations include implementing more adaptive targets and improving network distribution to reduce the potential for future revenue losses.*

**Keywords:** *effectiveness, sales targets, turnover, commercial commodities, Perum BULOG*

## Pendahuluan

Menghadapi perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk mampu mengelola aktivitas penjualan secara efektif agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Aktivitas penjualan memiliki peranan penting karena menjadi sumber utama pendapatan perusahaan serta menentukan keberlangsungan operasional perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan perencanaan dan pengendalian penjualan yang baik melalui penetapan target penjualan yang jelas dan terukur. Pencapaian target penjualan memiliki hubungan langsung dengan omzet penjualan yang menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan kinerja perusahaan, khususnya pada unit usaha komersial. Ketidaksiharian antara target yang telah ditetapkan dengan realisasi omzet yang diperoleh dapat menunjukkan adanya permasalahan dalam perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi strategi penjualan.

Kondisi tersebut perlu dianalisis agar perusahaan dapat mengetahui tingkat efektivitas target penjualan yang telah ditetapkan. Pada Perum BULOG Kantor Wilayah Sulawesi Utara dan Gorontalo, penjualan komoditi komersial memberikan kontribusi langsung terhadap pendapatan perusahaan. Setiap komoditi memiliki karakteristik permintaan pasar, harga jual, serta kontribusi omzet yang berbeda, sehingga pencapaian target penjualan pada masing-masing komoditi juga berpotensi menunjukkan hasil yang berbeda. Oleh sebab itu, analisis dilakukan berdasarkan beberapa komoditi seperti beras, gula, dan minyak goreng yang memberikan gambaran yang lebih spesifik dan akurat mengenai kinerja penjualan perusahaan.

Perspektif akuntansi manajemen, informasi mengenai penjualan sangat penting sebagai dasar dalam proses perencanaan, pengendalian, dan evaluasi kinerja perusahaan. Menurut (Simamora, 2012), akuntansi manajemen merupakan proses pengidentifikasian, pengukuran, pengumpulan, penganalisisan, penyusunan, penafsiran, dan pengkomunikasian informasi keuangan yang digunakan oleh manajemen untuk merencanakan, mengevaluasi, dan mengendalikan kegiatan usaha dalam suatu organisasi. Informasi tersebut tidak hanya mencakup data keuangan, tetapi juga informasi nonkeuangan yang relevan dengan aktivitas, proses, produk, jasa, dan pelanggan. Informasi ini menjadi dasar bagi manajemen dalam menetapkan sasaran serta menentukan langkah yang diperlukan untuk mencapainya.

Fungsi perencanaan, manajemen menetapkan target sebagai standar kinerja yang harus dicapai dalam periode tertentu. Implementasi dari proses tersebut diwujudkan dalam bentuk target penjualan. Hal ini sejalan dengan pendapat (Faiqoh Ircham, 2022) yang menyatakan tingkat penjualan yang harus dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu sebagai pedoman dalam melaksanakan kegiatan penjualan. Pencapaian target penjualan tersebut akan tercermin dalam hasil penjualan yang diperoleh perusahaan dalam bentuk omzet penjualan. Menurut Swastha (dalam Yulyanti et al., 2024), omzet penjualan merupakan total nilai penjualan barang atau jasa yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Tinggi rendahnya omzet penjualan menunjukkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas penjualannya. Oleh karena itu, pencapaian target penjualan yang efektif diharapkan dapat meningkatkan omzet penjualan perusahaan.

Untuk menilai sejauh mana target tersebut tercapai, diperlukan pengukuran efektivitas yang membandingkan antara target penjualan dengan realisasi omzet yang diperoleh. Efektivitas dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut (Mahmudi, 2015), efektivitas merupakan hubungan antara *outcome* dengan *output* yang mengukur sejauh mana organisasi, program, atau aktivitas sukses mencapai tujuan yang ditetapkan. Dalam konteks penjualan, efektivitas diukur melalui

perbandingan antara target penjualan yang telah ditetapkan dengan realisasi penjualan yang dicapai dalam periode tertentu. Konsep ini menjadi dasar dalam menilai kinerja penjualan pada perusahaan, termasuk pada Perum BULOG sebagai objek penelitian.

Perum BULOG sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas pangan nasional serta menjalankan kegiatan usaha komersial di bidang pangan. Selain menjalankan fungsi pelayanan publik, BULOG juga melakukan kegiatan komersial melalui penjualan berbagai komoditi pangan seperti beras, gula dan minyak goreng. Penjualan komoditi tersebut menjadi salah satu sumber pendapatan perusahaan yang tercermin dalam omzet penjualan. Pada Perum BULOG Kantor Wilayah Sulawesi Utara dan Gorontalo, kegiatan penjualan komoditi komersial dilakukan dengan menetapkan target penjualan setiap periode tertentu. Target tersebut kemudian dibandingkan dengan realisasi penjualan untuk menilai kinerja penjualan perusahaan.

Namun dalam praktiknya, pencapaian target penjualan seringkali menunjukkan perbedaan antara target yang telah ditetapkan dengan realisasi omzet yang diperoleh. Selain itu, setiap komoditi memiliki karakteristik permintaan pasar yang berbeda, sehingga pencapaian target penjualan juga dapat berbeda pada masing-masing komoditi. Analisis secara keseluruhan belum mampu menggambarkan kinerja penjualan secara spesifik pada setiap komoditi. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang lebih rinci berdasarkan per komoditi atau produk, seperti beras, gula, dan minyak goreng dengan menggunakan data target penjualan dan omzet penjualan dari masing-masing komoditi tersebut. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa rasio efektivitas merupakan instrumen penting untuk menilai pencapaian target dan kinerja perusahaan (Iskandari & Astuti, 2025). Selain itu, penetapan target penjualan yang akurat terbukti dapat meningkatkan motivasi dan mengarahkan kinerja tim (Syahfitri et al., 2024).

Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya evaluasi mendalam terhadap pencapaian target penjualan guna mendukung perbaikan sistem perencanaan dan pengambilan keputusan manajerial. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui efektivitas target penjualan komoditi komersial pada Perum BULOG Kantor Wilayah Sulawesi Utara dan Gorontalo.

## Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian adalah mengolah data numerik yang berkaitan dengan target dan realisasi penjualan untuk memberikan gambaran objektif mengenai kinerja perusahaan. Lokasi penelitian berada pada Perusahaan Umum (Perum) BULOG Kantor Wilayah Sulawesi Utara dan Gorontalo yang beralamat di Jalan Diponegoro, Kota Manado. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan selama periode Agustus hingga Desember tahun 2025, bersamaan dengan kegiatan magang penulis.

Populasi penelitian mencakup seluruh laporan target penjualan dan realisasi omzet untuk komoditi komersial utama, yaitu beras, gula, dan minyak goreng pada Perum BULOG Kantor Wilayah Sulawesi Utara dan Gorontalo sepanjang 2025. Penggunaan data populasi secara menyeluruh bertujuan untuk mendapatkan gambaran kinerja yang komprehensif dan akurat guna meminimalisir kesalahan generalisasi dalam mengevaluasi efektivitas penjualan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama. Pertama, observasi langsung untuk melihat sistem pencatatan data penjualan melalui perangkat lunak. Kedua, wawancara dengan staf bagian bisnis guna mendalami latar belakang penetapan target dan

kendala realisasi di lapangan. Ketiga, dokumentasi berupa arsip laporan realisasi omzet dan target penjualan yang diberikan oleh pihak perusahaan.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis. Tahap pertama adalah pengumpulan data, dilanjutkan dengan reduksi data untuk menyeleksi informasi yang hanya berkaitan dengan komoditi penelitian. Tahap selanjutnya adalah pengolahan data menggunakan Rasio Efektivitas berdasarkan teori *Value for Money* dari (Mahmudi, 2015). Sebagai berikut:

$$\text{Rasio Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Omzet (Outcome)}}{\text{Target Penjualan (Output)}} \times 100\%$$

Penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel per komoditi yang mencakup angka target, omzet, dan persentase efektivitas. Untuk menginterpretasikan tingkat efektivitas tersebut, penelitian ini menggunakan kriteria penilaian berdasarkan teori (Mahmudi, 2015) yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Kriteria Penilaian Kinerja

NILAI KINERJA	KETERANGAN
>100%	= Efektif
85% - 99%	= Cukup Efektif
65% - 84%	= Kurang Efektif
<65%	= Tidak Efektif

Tahap akhir dari metode ini adalah penarikan kesimpulan untuk mengevaluasi komoditi mana yang memerlukan perbaikan strategi pemasaran.

## Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan data primer berupa laporan target dan realisasi penjualan komoditi komersial pada Perum BULOG Kantor Wilayah Sulawesi Utara dan Gorontalo tahun 2025. Data mencakup tiga komoditi utama yaitu beras, gula, dan minyak goreng yang dianalisis secara bulanan. Pengukuran kinerja dilakukan dengan menghitung rasio efektivitas berdasarkan perbandingan antara target penjualan dan realisasi omzet. Hasil perhitungan kemudian diklasifikasikan ke dalam kategori efektivitas sesuai kriteria (Mahmudi, 2015). Sebagai berikut:

Tabel 2. Efektivitas Penjualan Komoditi Komersial Tahun 2025

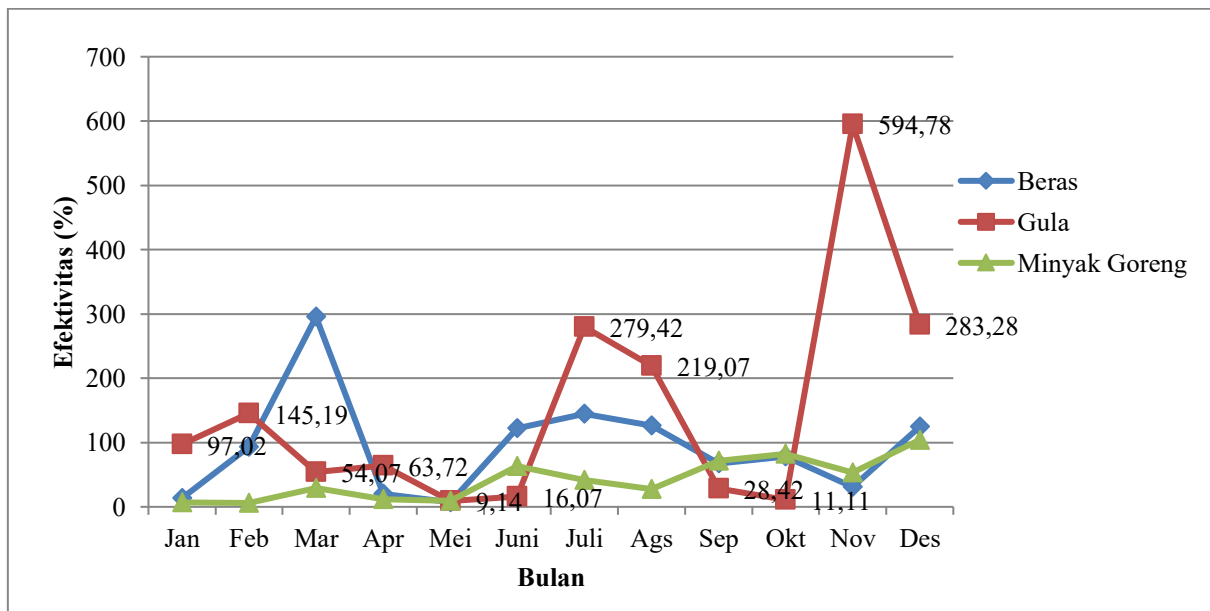
Bulan	Komoditi Komersial								
	Beras			Gula			Minyak Goreng		
	Target (Jutaan)	Omzet (Jutaan)	(%)*	Target (Jutaan)	Omzet (Jutaan)	(%)*	Target (Jutaan)	Omzet (Jutaan)	(%)*
Jan	3.250	0,446	13,73	1.650	1.600	97,02	2.568	0,168	6,57
Feb	3.250	3.021	92,96	1.650	2.395	145,19	2.568	0,154	6,00
Mar	3.250	9.601	295,43	1.650	0.892	54,07	2.568	0,748	29,14
Apr	3.250	0,656	20,20	1.650	1.051	63,72	2.568	0,306	11,92

Mei	3.250	0,235	7,23	1.650	0,150	9,14	2.568	0,231	9,00
Juni	3.250	3.962	121,91	1.650	0,265	16,07	2.568	1.626	63,31
Juli	3.250	4.706	144,81	1.650	4.610	279,42	2.568	1.069	41,64
Ags	3.250	4.112	126,53	1.650	3.614	219,07	2.568	0,708	27,58
Sep	3.250	2.196	67,57	1.650	0,469	28,42	2.568	1.832	71,33
Okt	3.250	2.544	78,30	1.650	0,183	11,11	2.568	2.108	82,10
Nov	3.250	0,993	30,57	1.650	9.813	594,78	2.568	1.376	53,58
Des	3.250	4.044	124,43	1.650	4.674	283,28	2.568	2.675	104,16
Total	39.000	36.521	93,64	19.800	29.722	150,11	30.822	13.007	42,20

Sumber : Data Primer Diolah (2026)

Keterangan : (\*) menunjukkan tingkat efektivitas penjualan.

Berdasarkan tabel 1, komoditi beras mencatatkan rata-rata efektivitas tahunan sebesar 93,64% (cukup efektif). Data bulanan menunjukkan fluktuasi yang lebar dengan capaian tertinggi terjadi pada bulan Maret (295,43%) dan titik terendah pada bulan Mei (7,23%). Komoditi gula menunjukkan performa paling progresif dengan rata-rata 150,11% (efektif). Lonjakan masif pada gula terpantau di akhir tahun, khususnya pada bulan November yang mencapai rasio 594,78%. Sementara itu, komoditi minyak goreng mencatatkan hasil terendah dengan rata-rata akumulatif 42,20% (tidak efektif). Selama sebelas bulan pertama, realisasi minyak goreng konsisten berada di bawah target penjualan dan baru menunjukkan pencapaian di atas 100% pada bulan Desember (104,16%). Secara visual, perbedaan tren efektivitas ini dapat dilihat pada grafik garis berikut:



Gambar 1. Tren efektivitas penjualan komoditi komersial Tahun 2025

Sumber : Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan grafik pada Gambar 1, terlihat perbedaan pola tren efektivitas yang sangat kontras di antara ketiga komoditi komersial tersebut sepanjang periode penelitian. Garis

efektivitas komoditi gula menunjukkan fluktuasi yang paling dinamis dengan arah pergerakan yang meningkat tajam (progresif) pada paruh kedua tahun berjalan. Puncak efektivitas gula terlihat sangat menonjol secara vertikal pada bulan November, dimana garis mencapai titik tertinggi dibandingkan seluruh data lainnya.

Sebaliknya, grafik untuk komoditi beras menunjukkan pola yang lebih stabil dan konsisten berada di sekitar garis target 100%, meskipun sempat mengalami penurunan tajam di pertengahan semester pertama. Sementara itu, garis efektivitas minyak goreng menunjukkan tren yang paling rendah, di mana hampir sepanjang tahun garis tersebut berada jauh dibawah ambang batas efektif dan hanya menunjukkan upaya pemulihan pada akhir tahun.

Secara visual, Gambar 1 mengkonfirmasi adanya penurunan efektivitas secara serentak pada bulan Mei bagi seluruh komoditi, di mana ketiga garis konvergen pada titik terendah. Perbedaan lintasan grafik ini menunjukkan adanya variasi keberhasilan dalam pencapaian target penjualan bulanan yang ditetapkan oleh perusahaan untuk masing-masing komoditi pangan strategis tersebut.

## Pembahasan

Tingkat efektivitas pada komoditi beras menunjukkan bahwa Perum BULOG Kantor Wilayah Sulawesi Utara dan Gorontalo relatif mampu mencapai target penjualan yang telah ditetapkan, meskipun capaian bulanannya masih mengalami fluktuasi. Rata-rata efektivitas tahunan sebesar 93,64% menempatkan kinerja penjualan beras pada kategori cukup efektif. Capaian ini menggambarkan bahwa proses distribusi dan penjualan beras telah berjalan cukup baik, tetapi masih memerlukan penguatan agar realisasi penjualan lebih konsisten pada setiap bulan. Dalam konsep *value for money*, efektivitas menekankan tingkat keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan yang telah direncanakan (Mahmudi, 2015). Temuan ini selaras dengan Iskandari dan Astuti (2025) yang menegaskan bahwa rasio efektivitas dapat digunakan sebagai dasar evaluasi kinerja penjualan karena mampu menunjukkan sejauh mana realisasi penjualan mendekati atau melampaui target yang telah ditentukan.

Capaian beras yang mendekati target menunjukkan kuatnya kebutuhan pasar terhadap komoditas tersebut, sedangkan penurunan pada beberapa bulan mengindikasikan bahwa strategi distribusi, pengelolaan stok, dan pendekatan penjualan masih perlu diperbaiki. Rozi et al. (2023) menjelaskan bahwa permintaan terhadap komoditas pangan sumber karbohidrat, termasuk beras, dipengaruhi oleh harga, pendapatan, preferensi konsumsi, dan ketersediaan pasokan. Temuan tersebut relevan dengan hasil penelitian ini karena efektivitas penjualan beras belum sepenuhnya stabil sepanjang tahun. Dewa et al. (2025) juga menunjukkan bahwa efektivitas pemasaran beras tidak hanya bergantung pada ketersediaan produk, tetapi juga pada kemampuan lembaga dalam memperluas akses pasar melalui saluran pemasaran yang lebih adaptif. Mengacu pada temuan tersebut, Perum BULOG perlu memperkuat pemetaan kebutuhan pelanggan, memperbaiki jangkauan distribusi, serta mengembangkan strategi promosi dan penjualan yang lebih sesuai dengan karakteristik wilayah layanan.

Pada komoditi gula, tingkat efektivitas sebesar 150,11% menunjukkan bahwa realisasi omzet mampu melampaui target yang telah ditetapkan perusahaan. Capaian ini menandakan bahwa permintaan pasar terhadap gula cukup tinggi, terutama pada bulan Juli, Agustus, November, dan Desember. Dalam perspektif *value for money*, pencapaian yang melampaui target menunjukkan keberhasilan organisasi dalam menghasilkan output yang melebihi rencana awal (Mahmudi, 2015). Namun, capaian yang terlalu tinggi juga perlu ditafsirkan

secara hati-hati karena dapat mengindikasikan bahwa target awal belum sepenuhnya disusun berdasarkan estimasi permintaan pasar yang akurat. Syahfitri et al. (2024) menegaskan bahwa pencapaian target penjualan sangat berkaitan dengan kinerja tim, koordinasi kerja, dan kemampuan karyawan dalam menjalankan strategi penjualan yang telah direncanakan. Berdasarkan hal tersebut, lonjakan efektivitas gula tidak hanya memperlihatkan keberhasilan penjualan, tetapi juga mengisyaratkan perlunya evaluasi terhadap proses penyusunan target agar lebih realistis.

Temuan Akbar dan Fahria (2022) menunjukkan bahwa komoditas pangan strategis, termasuk gula, memiliki kecenderungan harga yang relatif stabil pada periode tertentu, tetapi tetap dapat berubah akibat dinamika pasokan, permintaan, dan kondisi pasar. Hasil tersebut memperkuat analisis bahwa efektivitas gula yang sangat tinggi pada bulan tertentu perlu diikuti dengan peninjauan ulang atas target bulanan. Lonjakan efektivitas gula pada bulan November sebesar 594,78% menunjukkan selisih yang sangat besar antara target dan realisasi. Kondisi tersebut memperlihatkan keberhasilan penjualan yang kuat, tetapi juga menunjukkan bahwa target bulanan belum sepenuhnya mencerminkan potensi permintaan aktual. Sujarwo dan Laili (2023) menegaskan bahwa harga komoditas pangan strategis, termasuk beras, gula, dan minyak goreng, cenderung berfluktuasi sehingga pendekatan peramalan dapat membantu proses pengambilan keputusan. Berdasarkan pandangan tersebut, perusahaan perlu mempertimbangkan target yang lebih dinamis dengan memperhatikan tren penjualan sebelumnya, momentum hari besar, kondisi pasokan, serta perubahan harga komoditas di pasar.

Berbeda dari beras dan gula, komoditi minyak goreng menunjukkan tingkat efektivitas paling rendah, yaitu sebesar 42,20%, sehingga termasuk dalam kategori tidak efektif. Realisasi penjualan minyak goreng hampir sepanjang tahun berada di bawah target dan baru melampaui 100% pada bulan Desember. Kondisi ini mengindikasikan bahwa target yang telah ditetapkan belum mampu dicapai secara konsisten. Dalam perspektif *value for money*, rendahnya efektivitas menunjukkan bahwa output aktual belum sesuai dengan tujuan yang direncanakan (Mahmudi, 2015). Iskandari dan Astuti (2025) menjelaskan bahwa rendahnya rasio efektivitas mencerminkan belum optimalnya pencapaian realisasi terhadap target, sehingga manajemen perlu melakukan evaluasi terhadap perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian penjualan. Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini, terutama pada komoditi minyak goreng yang realisasinya masih jauh dari target tahunan.

Rendahnya efektivitas minyak goreng dapat dipahami dari tekanan harga, persaingan pasar, perubahan permintaan masyarakat, serta target penjualan yang belum cukup fleksibel terhadap perubahan kondisi pasar. Matondang et al. (2024) menjelaskan bahwa minyak goreng termasuk komoditas pangan strategis yang mengalami volatilitas harga, terutama sejak awal 2021 ketika terjadi tekanan pasar minyak goreng. Volatilitas tersebut dapat memengaruhi perilaku konsumen, daya beli, preferensi pembelian, dan stabilitas permintaan. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi penjualan minyak goreng perlu dirancang berbeda dari beras dan gula. Beras memiliki permintaan yang kuat karena merupakan kebutuhan pokok utama, sedangkan gula menunjukkan peningkatan permintaan pada periode tertentu. Minyak goreng memerlukan pendekatan yang lebih sensitif terhadap harga, daya beli konsumen, ketersediaan barang substitusi, dan persaingan antarproduk di pasar.

Capaian efektivitas penjualan komoditi komersial Perum BULOG Kantor Wilayah Sulawesi Utara dan Gorontalo tahun 2025 memperlihatkan perbedaan karakteristik antarproduk. Beras berada pada kategori cukup efektif, gula berada pada kategori efektif,

sedangkan minyak goreng berada pada kategori tidak efektif. Perbedaan capaian tersebut menunjukkan bahwa strategi penjualan tidak dapat diseragamkan untuk seluruh komoditas. Evaluasi efektivitas penjualan perlu memperhatikan perbandingan target dan realisasi omzet, ketepatan penyusunan target, dinamika harga, tren permintaan, dan kemampuan distribusi perusahaan. Syahfitri et al. (2024) menekankan bahwa pencapaian target penjualan tidak hanya ditentukan oleh besarnya permintaan pasar, tetapi juga oleh kualitas kerja tim, koordinasi, dan konsistensi pelaksanaan strategi penjualan. Pandangan tersebut relevan dengan kondisi penelitian ini, terutama karena perbedaan capaian antar komoditas menunjukkan perlunya penguatan manajerial pada sisi perencanaan, distribusi, dan evaluasi kinerja penjualan.

Berdasarkan hasil analisis dan dukungan penelitian terdahulu, efektivitas penjualan komoditas pangan tidak hanya ditentukan oleh besarnya omzet yang dicapai, tetapi juga oleh ketepatan perencanaan target, stabilitas harga, kekuatan distribusi, perubahan permintaan, dan strategi pemasaran yang adaptif. Perum BULOG perlu memperkuat sistem evaluasi penjualan berbasis data historis dan proyeksi pasar. Target penjualan sebaiknya tidak ditetapkan secara statis sepanjang tahun, melainkan disesuaikan dengan tren permintaan, kondisi harga, momentum musiman, dan karakteristik setiap komoditas. Upaya ini penting agar pengukuran efektivitas lebih mencerminkan kondisi pasar yang sebenarnya dan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan manajerial yang lebih akurat.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas target penjualan terhadap omzet komoditi komersial pada Perum BULOG Sulawesi Utara dan Gorontalo tahun 2025, diperoleh hasil bahwa tingkat efektivitas penjualan pada masing-masing komoditi menunjukkan capaian yang berbeda. Komoditi gula memiliki tingkat efektivitas tertinggi karena realisasi omzet mampu melampaui target yang telah ditetapkan perusahaan, sehingga termasuk dalam kategori efektif. Komoditi beras menunjukkan tingkat efektivitas yang cukup baik karena realisasi omzet penjualan mendekati target tahunan yang direncanakan, meskipun mengalami fluktuasi pada beberapa periode. Sementara itu, komoditi minyak goreng berada pada kategori tidak efektif karena realisasi omzet belum mampu mencapai target penjualan yang telah ditentukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan target penjualan yang bersifat tetap sepanjang tahun belum sepenuhnya mampu menyesuaikan perubahan kondisi pasar dan pola masyarakat. Oleh karena itu, analisis efektivitas melalui perbandingan target penjualan dan realisasi omzet penjualan dapat digunakan sebagai dasar evaluasi dalam menentukan komoditi yang memerlukan perbaikan strategi pemasaran dan penyesuaian target penjualan agar lebih sesuai dengan kondisi pasar.

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, saran yang dapat diberikan yaitu Perum BULOG Sulawesi Utara dan Gorontalo diharapkan dapat melakukan evaluasi target penjualan secara berkala agar penetapan target lebih menyesuaikan kondisi pasar dan pola permintaan masyarakat pada setiap periode. Perusahaan juga perlu meningkatkan strategi pemasaran dan distribusi terutama pada komoditi minyak goreng yang masih berada pada kategori tidak efektif, serta mempertahankan kinerja penjualan pada komoditi gula dan beras agar tingkat efektivitas dapat terus meningkat. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti strategi distribusi, harga pasar, dan perilaku konsumen untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih luas dan mendalam.

## Daftar Pustaka

- Akbar, M. F., & Fahria, I. (2022). Study on identification and projection of food commodity price cycles during the COVID-19 pandemic period as a study of supervision aspects of food product marketing in Bangka Belitung. *Society*, 10(1), 45–64. <https://doi.org/10.33019/society.v10i1.322>
- Dewa, C. B., Safitri, L. A., Pradiatiningtyas, D., & Jatnurcahyo, R. (2025). Efektifitas pemasaran digital untuk komoditas beras sebagai B2C (Business to Consumer) dalam rangka mendukung ketahanan pangan Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 25(2).
- Faiqoh Ircham, M. (2022). *EFEKTIVITAS STRATEGI UP-SELLING DAN CROSS-SELLING DALAM PEMENUHAN TARGET PENJUALAN DI MENEPI KITCHEN JEMBER*. 155–158.
- Iskandari, G. K., & Astuti, K. (2025). *Analisa Kinerja Penjualan berdasarkan Rasio Ekonomi, Efisiensi dan Efektifitas pada PT Mega Prabu Mandiri Prabumulih*. 11, 485–494.
- Mahmudi. (2015). *Manajemen Kinerja Sektor Publik* (3rd ed.). UPP STIM YKPN.
- Matondang, M. R., Krisnamurthi, B., & Herawati, H. (2024). Price fluctuations and volatility of national strategic food commodities in Indonesia. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(1), 134–146. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v8i1.17753>
- Rozi, F., Santoso, A. B., Mahendri, I. G. A. P., Hutapea, R. T. P., Wamaer, D., Siagian, V., Elisabeth, D. A. A., Sugiono, S., Handoko, H., Subagio, H., & Syam, A. (2023). Indonesian market demand patterns for food commodity sources of carbohydrates in facing the global food crisis. *Heliyon*, 9(6), e16809. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16809>
- Simamora, H. (2012). *Akuntansi Manajemen*.
- Sujarwo, S., & Laili, F. (2023). Price forecasting of strategic food commodities in various markets in Malang Regency: Implementation of the ARMA-GARCH model. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 23(2), 199–216. <https://doi.org/10.21776/ub.agrise.2023.023.2.9>
- Syahfitri, R. S., Melani, C., Ambarita, B., Yumni, R., Anisa, F., & Syahreza, D. S. (2024). Analisis Kinerja Tim Terhadap Target Penjualan Pada Karyawan Toko Pioneer Ponsel Mmtc Medan Analysis of the Team ' S Performance Against Sales Targets in Employees of the Pioneer Mobile Phone Store Mmtc Medan. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(10), 6922–6934. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/1871>
- Yulyanti, D., Ma'mun, S., & Sundari, A. (2024). strategi pemasaran terhadap omzet penjualan di ukhuwah grosir padalarang bandung barat.pdf. *Jurnal Pelita Nusa: Sosial Dan Humaniora*, 4(2). <https://staipelitanusa.ac.id/>