

ANALISIS EFEKTIVITAS PENJUALAN BAHAN BAKAR MINYAK DALAM PENCAPAIAN TARGET ANGGARAN PENJUALAN PADA PT. PERTAMINA (PERSERO) MARKETING OPERATION REGION II

¹Ardhea Helmalia Alfitri, ²Jusmani, ³Rismansyah

^{1,2,3}Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas PGRI Palembang - Indonesia

e-mail:

¹ardheaamelialfitri@gmail.com (*correspondent author*)

²jusmani@univpgri-palembang.ac.id

³rismansyah@univpgri-palembang.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of the effectiveness of fuel oil sales in achieving the sales budget target. The data collection techniques in this study are documentation and interviews. The data analysis techniques are descriptive qualitative analysis and quantitative analysis. The data used in this study are secondary and primary. Based on the results of the study, the effectiveness of Pertalite fuel oil sales in 2018, 2019, 2020, and 2021 is in the highly effective category and the effectiveness of Pertamax fuel sales in 2018 and 2019 is in the ineffective category but in 2020 and 2021 it is in the highly effective category. So it can be seen that sales effectiveness affects the success or failure of a company in achieving its targets and objectives.

Keywords: *Effectiveness; Target Achievement; Sales Budget; Fuel Oil*

Diterima (Received) : 21-07-2022

Direvisi (Revised) : 07-08-2022

Disetujui (Approved) : 16-01-2023

Dipublikasi (Published) : 01-03-2023



©2023 Copyright (Hak Cipta) : Penulis (Authors)

Diterbitkan oleh (Published by) : Program Studi Manajemen, Universitas Nusa Cendana, Kupang – Indonesia.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi (This is an open access article under license) :

CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Mayoritas jumlah penduduk di Indonesia setiap tahun semakin bertambah. Karena itu, semakin banyak kegiatan atau aktivitas yang terjadi. Maka, dibutuhkan suatu alat transportasi kendaraan dimana kendaraan tersebut memberikan dampak positif bagi kehidupan manusia yaitu dapat mempercepat dan mempermudah manusia menjalankan kegiatan atau aktivitasnya berpergian ke suatu tempat. Sumber energi terbesar bagi kendaraan yaitu bahan bakar minyak yang merupakan bahan bakar berasal dan diolah dari minyak bumi yang merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh PT Pertamina (Persero).

PT Pertamina merupakan perusahaan energi nasional yang 100% kepemilikan sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, melalui Kementerian Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai kuasa pemegang saham. perusahaan ini bergerak dibidang perminyakan yang memproduksi dan memperjualbelikan produk berupa minyak, premium, solar, Peralite, Pertamax dan gas. Produk yang dihasilkan bukan hanya di dimanfaatkan oleh kendaraan, melainkan juga dari sektor-sektor industri.

Saat ini Indonesia sedang menghadapi masalah pandemi covid 19 yang memberikan dampak disegala aspek kehidupan. Dengan fenomena ini pemerintah memberlakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dimana masyarakat dibatasi beraktivitas diluar rumah. Wicaksono (2020) mengatakan bahwa selama pandemi covid-19 berlangsung permintaan terhadap bahan bakar minyak turun sehingga penerimaan juga menurun (liputan6, 2020).

Hal ini juga dapat dikaitkan dengan temuan penelitian Widyastuti & Nugroho (2020) bahwa dengan penerapan kebijakan PSBB diberbagai daerah di Indonesia, perjalanan yang dilakukan masyarakat menurun drastis. Akibatnya, permintaan terhadap BBM ditengah air turun hingga 35%, dengan avtur mengalami penurunan tertinggi, yakni 45%. Ini adalah penurunan permintaan BBM hingga mencapai titik terendah sepanjang sejarah perminyakan Indonesia.

Dalam mengelola sebuah bisnis setiap perusahaan harus menentukan target sebagai acuan kinerja yang akan diraih dan untuk mengukur keberhasilan/ kegagalan suatu perusahaan. Dalam suatu perusahaan untuk memengaruhi kelancaran suatu bisnis yaitu anggaran perusahaan. Terkendalnya anggaran perusahaan menjadi kunci berkembang atau tidaknya suatu perusahaan.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas penjualan bahan bakar minyak dalam pencapaian target anggaran penjualan pada PT. Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Anggaran

Anggaran dapat diartikan sebagai rencana yang diwujudkan dalam bentuk *financial* yang meliputi atas usulan pengeluaran yang diperkirakan untuk satu periode waktu, serta usulan cara-cara memenuhi pengeluaran tersebut (Halim, 2012). Anggaran adalah rencana kerja organisasi dimasa yang akan datang dalam bentuk kuantitatif, formal dan sistematis (Rudianto, 2009).

Anggaran Penjualan

Menurut Suhardi (2019) anggaran penjualan adalah anggaran taksiran hasil penjualan, atau anggaran dari hasil proses taksiran menjual pada periode yang akan datang. Anggaran disusun dan dibuat oleh bagian penjualan, dalam hal ini adalah manajer penjualan, atau yang lebih luas lagi dibuat oleh manajer pemasaran, yang berisikan

rencana tertulis, yang dinyatakan dalam angka dari produk yang akan kita jual pada periode tertentu.

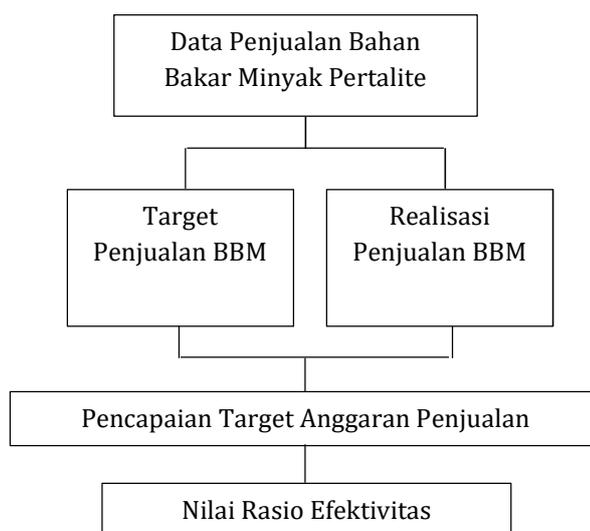
Efektivitas

Efektivitas terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Menurut Mahmudi (2011), efektivitas merupakan perbandingan antara hasil yang diharapkan (target) dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Hasil atau target yang diharapkan merupakan outcome sedangkan hasil yang dicapai merupakan output.

Menurut Mahmudi (2015), efektivitas merupakan hubungan antara output dengan tujuan. Semakin besar kontribusi output terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan. Jika ekonomi berfokus pada input dan efisiensi pada output atau proses, maka efektivitas berfokus pada *outcome* (hasil). Suatu organisasi program atau kegiatan dinilai efektif apabila output yang dihasilkan atau dikatakan *spending wisely*.

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian di bawah ini menunjukkan pengukuran efektivitas penjualan bahan bakar minyak dengan menggunakan data penjualan bahan bakar minyak yaitu data target dan realisasi penjualan untuk melihat penjualan bahan bakar minyak dalam pencapaian target anggaran penjualan dengan menggunakan rumus Rasio Efektivitas.



Gambar 1
Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian komparatif, karena penelitian ini bertujuan untuk membandingkan realisasi dan target penjualan bahan bakar minyak dari tahun 2018-2021 yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II. Lokasi penelitian ini dilakukan pada perusahaan PT. Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II yang berlokasi Jl. Jenderal Ahmad Yani Kelurahan No. 1247, 14 ulu, Kec. Seberang Ulu II, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Populasi penelitian adalah laporan data penjualan bahan bakar minyak Pertamina dan Peralite

tahun 2018-2021. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori sampel jenuh atau sering disebut juga sensus. Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah data target dan realisasi penjualan bahan bakar minyak pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II dari tahun 2018-2021.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif komperatif yang menjadikan rasio efektivitas sebagai rumus perhitungan persentase yang mana hasil dari perhitungan tersebut akan membandingkan realisasi dan target penjualan bahan bakar minyak dari tahun 2018-2021 yang dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II dan sekaligus penulis deskripsikan untuk memperoleh hasil dan pembahasan penelitian. Menurut Mahmudi (2015) rasio yang digunakan dalam mengukur efektivitas sebagai berikut :

$$\text{Rasio Efektivitas} = \frac{\text{Target Penjualan}}{\text{Realisasi Penjualan}} \times 100\%$$

Untuk mengetahui efektif atau tidaknya penjualan bahan bakar minyak Peralite dan Pertamax dapat diukur dengan menggunakan kriteria dan indikator sebagai berikut

| | |
|-------|------------------|
| >100 | = Sangat Efektif |
| 85-99 | = Cukup Efektif |
| 65-84 | = Kurang Efektif |
| <65 | = Tidak Efektif |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis efektivitas digunakan untuk mengukur kesuksesan organisasi, program, atau aktivitas dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Pengukuran efektivitas dapat dilakukan dengan membandingkan kenyataan atau realisasi dengan target yang hendak dicapai yang ditentukan sebelumnya.

Untuk melihat penjualan bahan bakar minyak Peralite pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II tahun 2018-2019 telah mencapai target yang telah ditentukan atau tidak mencapai target melalui data sebagai berikut:

Tabel 1
Realisasi dan target penjualan bahan bakar minyak Peralite
PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II
Tahun 2018-2021

| Tahun | Peralite | |
|-------------|--------------------|--------------------|
| | Target | Realisasi |
| 2018 | 11,023,226,307,447 | 11,291,068,424,000 |
| 2019 | 10,325,527,770,964 | 12,137,149,772,650 |
| 2020 | 10,344,892,156,058 | 11,098,978,056,750 |
| 2021 | 11,473,416,150,420 | 14,953,071,094,850 |

Sumber: Data penjualan BBM wilayah Regional Sumbagsel, diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 1 tentang anggaran penjualan bahan bakar minyak Peralite pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II tahun 2018-2021, menunjukkan bahwa pada tahun 2018 perbandingan antara anggaran penjualan dan realisasi penjualan dapat dikatakan bahwa perusahaan mampu mencapai target rencana penjualan. Selanjutnya di tahun 2019 dapat dikatakan bahwa perusahaan mampu mencapai target rencana penjualan dikarenakan realisasinya melebihi target yang

ditentukan. Pada tahun 2020 target yang ditentukan sebesar 10.344.892.156.058 dan realisasinya sebesar 11.098.978.56.750 dapat dikatakan bahwa perusahaan mampu mencapai target rencana penjualan. Dan untuk tahun 2021 perbandingan antara anggaran penjualan dan realisasi penjualan tahun 2021 dapat dikatakan bahwa perusahaan mampu mencapai target rencana penjualan.

Dari penjelasan pada data Tabel 1 dapat diketahui bahwa seluruh realisasi anggaran penjualan bahan bakar minyak Paltalite dari tahun 2018 sampai 2021 memenuhi target yang telah ditentukan.

Selanjutnya untuk melihat penjualan bahan bakar minyak Pertamina pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II tahun 2018-2019 telah mencapai target yang telah ditentukan atau tidak mencapai target melalui data realisasi dan target sebagai berikut:

Tabel 2
Realisasi dan target penjualan bahan bakar minyak Pertamina
PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II
Tahun 2018-2021

| Tahun | Pertamax | |
|-------------|-------------------|-------------------|
| | Target | Realisasi |
| 2018 | 3,081,692,968,429 | 2,979,098,008,200 |
| 2019 | 4,292,591,235,300 | 2,326,164,095,700 |
| 2020 | 1,687,112,807,858 | 2,022,613,293,200 |
| 2021 | 2,762,893,322,967 | 3,788,756,806,400 |

*Dalam satuan Rp

Sumber. Data penjualan BBM wilayah Regional Sumbagsel, diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 2 mengenai anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertamina pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II, tahun 2018-2021, menunjukkan bahwa tahun 2018 anggaran atau target penjualan bahan bakar minyak Pertamina pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 3.081.692.968.429 dan pada akhir periode realisasi penjualan perusahaan sebesar Rp. 2.979.098.008.200. Perbandingan antara anggaran penjualan dan realisasi penjualan tahun 2018 dapat dikatakan bahwa perusahaan belum mampu mencapai target rencana penjualan. Di tahun 2019 perbandingan antara anggaran penjualan dan realisasi penjualan dapat dikatakan bahwa perusahaan belum mampu mencapai target rencana penjualan. Selanjutnya pada tahun 2020 dapat dikatakan bahwa perusahaan mampu mencapai target rencana penjualan dikarenakan target yang ditentukan sebesar 1.687.112.807.858 dan realisasi yang didapatkan sebesar 2.022.613.293.200. Pada tahun 2021 perbandingan antara anggaran penjualan dan realisasi penjualan tahun 2021 dapat dikatakan bahwa perusahaan mampu mencapai target rencana penjualan dikarenakan target yang telah ditentukan lebih kecil dari realisasi yang didapatkan.

Dari penjelasan pada data Tabel 2 dapat diketahui bahwa realisasi anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertamina pada tahun 2018 dan 2019 tidak memenuhi target yang telah ditentukan, namun di tahun 2020 dan 2021 memenuhi target yang telah ditentukan.

Analisis Data

Pertalite

(2018)

Pada tahun 2018 penjualan bahan bakar minyak Pertalite yang berhasil direalisasikan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 11.291.068.424.000 sedangkan anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertalite yang ditetapkan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 11.023.226.307.447. berdasarkan data tersebut maka perhitungan efektivitasnya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &= \frac{11,023,226,307,447}{11,291,068,424,000} \times 100\% \\ &= 98\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis efektivitas tersebut yaitu 98%, maka dapat disimpulkan bahwa kategori efektivitas realisasi anggaran penjualan pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II tahun 2018 adalah cukup efektif.

(2019)

Pada tahun 2019 penjualan bahan bakar minyak Pertalite yang berhasil direalisasikan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 12.137.149.772.650 sedangkan anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertalite yang ditetapkan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 10.325.527.770.964 Berdasarkan data tersebut maka perhitungan efektivitasnya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &= \frac{10,325,527,770,964}{12,137,149,772,650} \times 100\% \\ &= 85\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis efektivitas tersebut yaitu 85% maka dapat disimpulkan bahwa kategori efektivitas realisasi anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertalite pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II tahun 2019 adalah cukup efektif.

(2020)

Pada tahun 2020 penjualan bahan bakar minyak Pertalite yang berhasil direalisasikan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 11.098.978.56.750 sedangkan anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertalite yang ditetapkan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 10.344.892.156.058 Berdasarkan data tersebut maka perhitungan efektivitasnya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &= \frac{10,344,892,156,058}{11,098,978,056,750} \times 100\% \\ &= 93\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis efektivitas tersebut yaitu 93% maka dapat disimpulkan bahwa kategori efektivitas realisasi anggaran penjualan bahan bakar

minyak Peralite pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II tahun 2020 adalah cukup efektif.

(2021)

Pada tahun 2021 penjualan bahan bakar minyak Peralite yang berhasil direalisasikan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 14.953.071.094.850 sedangkan anggaran penjualan bahan bakar minyak Peralite yang ditetapkan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 11.473.416.150.420 Berdasarkan data tersebut maka perhitungan efektivitasnya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &= \frac{11,473,416,150,420}{14,953,071,094,850} \times 100\% \\ &= 77\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis efektivitas tersebut yaitu 77% maka dapat disimpulkan bahwa kategori efektivitas realisasi anggaran penjualan bahan bakar minyak Peralite pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II tahun 2021 adalah kurang efektif.

Pertamax

(2018)

Pada tahun 2018 penjualan bahan bakar minyak Pertamax yang berhasil direalisasikan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 2.979.098.008.200 sedangkan anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertamax yang ditetapkan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 3.081.692.968.429. Berdasarkan data tersebut maka perhitungan efektivitasnya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &= \frac{3,081,692,968,429}{2,979,098,008,200} \times 100\% \\ &= -103\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis efektivitas tersebut yaitu -103% maka dapat disimpulkan bahwa kategori efektivitas realisasi anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertamax pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II tahun 2019 adalah tidak efektif.

(2019)

Pada tahun 2019 penjualan bahan bakar minyak Pertamax yang berhasil direalisasikan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 2.326.164.095.700 sedangkan anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertamax yang ditetapkan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 4.292.591.235.300 Berdasarkan data tersebut maka perhitungan efektivitasnya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &= \frac{4,292,591,235,300}{2,326,164,095,700} \times 100\% \\ &= -185\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis efektivitas tersebut yaitu -185% maka dapat disimpulkan bahwa kategori efektivitas realisasi anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertamina pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II tahun 2019 adalah tidak efektif.

(2020)

Pada tahun 2020 penjualan bahan bakar minyak Pertamina yang berhasil direalisasikan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 2.022.613.293.200 sedangkan anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertamina yang ditetapkan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 1.687.112.807.858 Berdasarkan data tersebut maka perhitungan efektivitasnya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &= \frac{1,687,112,807,858}{2,022,613,293,200} \times 100\% \\ &= 83 \% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis efektivitas tersebut yaitu 83% maka dapat disimpulkan bahwa kategori efektivitas realisasi anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertamina pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II tahun 2019 adalah kurang efektif.

(2021)

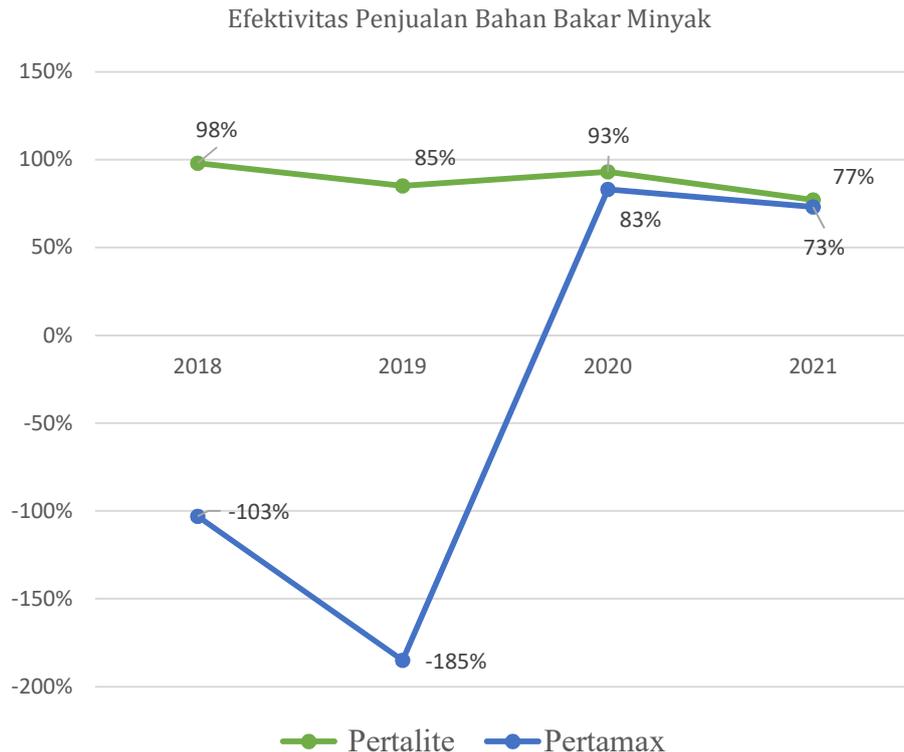
Pada tahun 2021 penjualan bahan bakar minyak Pertamina yang berhasil direalisasikan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 3.788.756.806.400 sedangkan anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertamina yang ditetapkan oleh PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II adalah sebesar Rp. 2.762.893.322.967 Berdasarkan data tersebut maka perhitungan efektivitasnya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &= \frac{2,762,893,322,967}{3,788,756,806,400} \times 100\% \\ &= 73 \% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis efektivitas tersebut yaitu 73% maka dapat disimpulkan bahwa kategori efektivitas realisasi anggaran penjualan bahan bakar minyak Pertamina pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II tahun 2021 adalah kurang efektif.

Pembahasan

Efektivitas adalah perbandingan antara hasil yang diharapkan (target) dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Hasil atau target yang diharapkan merupakan *outcome* sedangkan hasil yang dicapai merupakan *output*. Semakin besar kontribusi *output* terhadap pencapaian target, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan. apabila *output* yang dihasilkan bisa memenuhi target yang diharapkan, atau dengan kata lain anggaran digunakan secara tepat (*spending wisely*). Perbandingan mengenai efektivitas bahan bakar minyak Peralite dan Pertamina pada PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II tahun 2018-2021 dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2

Grafik Presentase Efektivitas Penjualan Bahan Bakar Minyak Peralite dan Pertamina Tahun 2018-2021 pada PT. Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II

Berdasarkan data pada Gambar 2, presentase efektivitas penjualan bahan bakar minyak Peralite PT. Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II tahun 2018-2021 menunjukkan bahwa dari tahun 2018 sampai dengan 2019 mengalami penurunan sebesar 13%, tetapi pada tahun 2019 sampai 2020 mengalami peningkatan sebesar 8% dan pada tahun 2020 sampai 2021 kembali mengalami penurunan sebesar 16%. Tingkat presentase efektivitas penjualan bahan bakar minyak Peralite PT. Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II pada tahun 2020 ke 2021 mengalami penurunan penjualan karena dampak pandemi covid 19 sehingga terjadi pengurangan aktivitas masyarakat diluar rumah dan penggunaan kendaraan juga berkurang. Tetapi untuk tetap tercapai target akan ditetapkan disesuaikan terlebih dahulu dengan kondisi ditahun tersebut.

Presentase efektivitas penjualan bahan bakar minyak Pertamina menunjukkan bahwa dari tahun 2018 sampai dengan 2019 mengalami penurunan sebesar 82%, namun pada tahun 2019 sampai 2020 mengalami peningkatan sebesar 102% dan pada tahun 2020 sampai 2021 kembali mengalami penurunan sebesar 10%.

Tingkat presentase hasil perhitungan analisis efektivitas penjualan bahan bakar minyak Pertamina PT. Pertamina (Persero) Marketing Operation Region II pada tahun 2019 mengalami penurunan penjualan disebabkan adanya peralihan konsumen dari bahan bakar minyak Pertamina ke bahan bakar minyak Peralite. Selain itu, adanya perubahan harga yang disebabkan kenaikan harga minyak dunia sangat mempengaruhi pembelian konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan maka dapat diambil kesimpulan pada tahun 2018 efektivitas penjualan bahan bakar minyak Peralite sebesar 98%, tahun 2019 yaitu sebesar 85%, selanjutnya ditahun 2020 adalah 93%, sedangkan ditahun 2021 sebesar 77%. Jadi untuk efektivitas penjualan bahan bakar minyak Peralite sudah dikategorikan sudah efektif dan telah mencapai target.

Pada tahun 2018 efektivitas penjualan bahan bakar minyak Pertamina yaitu sebesar -103%, tahun 2019 sebesar -185%, selanjutnya tahun 2020 adalah 83%, sedangkan ditahun 2021 sebesar 73%. Jadi untuk efektivitas penjualan bahan bakar minyak Pertamina ditahun 2018-2019 dikategorikan belum efektif dan tidak memenuhi target yang telah ditentukan hal ini disebabkan adanya peralihan konsumen Pertamina ke Peralite dan adanya perubahan harga dari kenaikan harga minyak bumi sedangkan untuk tahun 2020-2021 dikategorikan cukup efektif dan memenuhi target yang telah ditentukan.

Efektivitas penjualan perusahaan saat ini sudah semakin membaik terutama dalam penjualan bahan bakar minyak Peralite yang terlihat setiap tahunnya realisasi penjualan lebih besar dibandingkan anggaran penjualan tetapi perusahaan juga harus dapat mengoptimalkan dalam penjualan agar tidak terjadinya penurunan penjualan untuk perbandingan realisasi disetiap tahunnya

Sebaiknya perusahaan dapat meningkatkan kinerja dalam pengendalian pengelolaan anggaran penjualan agar efektivitas juga akan semakin baik dan realisasi penjualan dapat mencapai target anggaran penjualan yang telah ditentukan serta peningkatan anggaran penjualan tetap optimal. Penetapan target anggaran penjualan harus disesuaikan dengan realisasi sebelumnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Aji, & M. (2019). *Manajemen Pemasaran Syariah Teori dan Praktek*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Bungkaes H. R, d. (2013). *Hubungan Efektivitas Pengelolaan Program Raskin Dengan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat di desa memahan kecamatan gemeh kabupaten kepulauan Talaud*. ActaDiurna.
- Halim, a. (2008). *Dasar-dasar akuntansi biaya, Edisi 3*. Yogyakarta: BPFE.
- Mahmudi. (2011). *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: UII Press.
- Mahmudi. (2015). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: Unit penerbit dan percetakan sekolah tinggi ilmu manajemen YKPN.
- Mardiasmo. (2002). *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: Andi.
- Mitayani, S. U. (2016). *Kimia untuk yang Disempurnakan Peminatan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam*. Surakarta: Erlangga.
- Mulyadi. (2009). *Akuntansi Biaya Edisi ke-5*. Yogyakarta: UPP-STIM YKPN.
- Munandar. (2001). *Budgeting, perencanaan kerja, pengkoordinasian kerja, pengawasan kerja*. Depok: Universitas Indonesia Press.
- Noor, A. S. (2019). *Anggaran Penjualan sebagai alat perencanaan dan pengendalian Laba*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.
- Nugroho, B. Y. (2020). Pengaruh Penggunaan Bahan Bakar Pertamina Dan Peralite Pada Motor Bakar Rasio Kompresi 9:1 Terhadap Emisi Gas Buang. *NCIET Vol. 1, 20&21*.
- Nugroho, W. N. (2020). Dampak covid-19 terhadap Industri Minyak dan Gas Bumi Rekomendasi Kebijakan untuk Indonesia. *The Indonesia Journal of Development Planning Volume IV No. 2 - Juni 2020, 167*.

- Nurhadi, A. &. (2020). *Penganggaran Perusahaan*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Nurwahidah, M. (2020). Efektivitas pendapatan listrik pasca bayar pada PT PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sulselrabar UP3 Parepare. *Ekonomi dan Bisnis*, 14.
- Rahmad, H. &. (2019). Efektivitas dan Efisiensi Keuangan Terhadap Distribusi BBM Pada PT. Elnusa Petrofin (Persero) Cabang Parepare. *Ekonomi dan Bisnis Volume 2, Nomor 3*, 109-110.
- Sari, M. P. (2020). Analisis anggaran operasional sebagai alat ukur kinerja pada PT BPR Ganto Nagari 1954 Lubuk Alung. *Pareso Jurnal, Vol.2, No. 4*, 245.
- Setyaningsih, U. B. (2020). Analisis varians untuk mengukur efisiensi dan efektivitas anggaran perusahaan PG Gempolkrep tahun 2014-2015. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 56.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugoyo, D. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Suhardi. (2019). *Budgeting Perusahaan, Koperasi, dan simulasinya*. cetta cendikia: Gava media.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: PustakaBaruPress.
- Sutresna, N. (2014). *Kimia untuk Kelas XI Sekolah Menengah Atas Kelompok Peminatan Matematika dan Ilmu-Ilmu Alam*. Bandung: Grafindo Media Pratama.
- Wicaksono, W. (2020, oktober 13). Diambil kembali dari Liputan6: <http://m.liputan6.com/news/read/4381698/pertamina-berdiri-tegak-diterpa-badai-pandemi>
- Zaskur, Z. (2019). Analisis varian biaya standart dengan biaya aktual untuk menilai efisiensi dan efektivitas anggaran perusahaan CV. Karya Bersama Dlanggu Mojokerto. *universitas islam majapahit*, 9 dan 72.