

# Analisa Kinerja Penjualan berdasarkan Rasio Ekonomi, Efisiensi dan Efektifitas pada PT Mega Prabu Mandiri Prabumulih

Ghovinda Kumala Iskandari<sup>1</sup>, Herlin<sup>2</sup>, Kamelia Astuti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Dehasen Bengkulu -<sup>1</sup> [ghovinda@windowslive.com](mailto:ghovinda@windowslive.com)

-<sup>2</sup>[herlin@unived.ac.id](mailto:herlin@unived.ac.id)

-<sup>3</sup>[kameliaastuti@unived.ac.id](mailto:kameliaastuti@unived.ac.id)

**Abstrak**— *The study aims to analyze the sales performance of PT Mega Prabu Mandiri based on three main indicators, namely economic ratio, efficiency, and effectiveness, during 2023 to 2024. The method used in this study is a descriptive quantitative approach with secondary data in the form of budget reports and the realization of company income and expenses. The results of the study indicate that the company's economic ratio in 2023 was 122% and increased to 133% in 2024. This value indicates that expenditures exceeded the budget, so the company was not operating economically. Meanwhile, the efficiency ratio decreased from 85% in 2023 to 83% in 2024, indicating an increase in efficiency in the use of operational costs. The effectiveness ratio was recorded at 124% in 2023 and increased to 126% in 2024, indicating that the company successfully exceeded its predetermined sales targets.*

**Keywords:** *Economic Ratio, Efficiency Ratio, Effectiveness Ratio*

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif, kemampuan perusahaan dalam mengelola dan meningkatkan kinerja penjualan menjadi salah satu indikator utama keberhasilan bisnis. Penjualan yang optimal mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar, serta menunjukkan efektivitas dan efisiensi dalam pengelolaan sumber daya. Penjualan adalah suatu kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, secara kredit maupun tunai (Setiyani et al., 2022). Selanjutnya penjualan adalah kegiatan untuk menukar barang, khususnya dengan uang (Ferawati et al., 2020). Penjualan merupakan suatu fungsi dari pemasaran yang menentukan dalam mencapai tujuan perusahaan. Penjualan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan dapat dikatakan ekonomis, efisien, dan efektif apabila telah dilaksanakannya audit operasional pada fungsi penjualan di perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mendapatkan keuntungan yang maksimal tidak terlepas dari tuntutan untuk lebih efisien, efektif, inovasi serta konsisten dalam melakukan kegiatan operasional hal tersebut harus dipenuhi. Semua itu akan tercapai apabila penyimpangan-penyimpangan, pemborosan atau aktivitas yang kurang efisien atau efektif dapat ditekan seminimal mungkin, dan jika mungkin dapat dihilangkan. Disinilah peranan audit operasional diperlukan oleh perusahaan dan di harapkan dapat memberikan jawaban dari permasalahan yang terjadi (Kurnianti, 2021).

PT. Mega Prabu Mandiri merupakan salah satu perusahaan yang menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan volume penjualannya. Meskipun perusahaan telah menerapkan berbagai strategi penjualan, namun realisasi kinerja penjualan belum sepenuhnya sesuai dengan target yang ditetapkan. Beberapa fenomena yang timbul dilapangan antara lain yaitu tidak tercapainya target penjualan secara konsisten, tingginya biaya operasional, dan kurang efisiensi dalam proses pendistribusian barang. Selain itu juga terdapat juga indikasi bahwa proses pengawasan dan evaluasi terhadap kegiatan operasional belum berjalan secara optimal. Hal ini yang menyebabkan ketidaksesuaian antara perencanaan operasional dengan hasil yang dicapai dilapangan. Fenomena yang menarik untuk dikaji adalah adanya kecenderungan fluktuasi penjualan PT Mega Prabu Mandiri dalam tiga tahun terakhir.

Beberapa studi sebelumnya menunjukkan pentingnya evaluasi menyeluruh terhadap kinerja penjualan. Penelitian oleh (Rahmawati dan Suryanto, 2023) menekankan bahwa efektivitas dan efisiensi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan bisnis, terutama di sektor distribusi. Sementara itu, studi dari (Yuliana dan Nugroho, 2022) menyatakan bahwa perusahaan

yang secara rutin menganalisis rasio penjualan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih baik dalam menanggapi perubahan pasar.

Menurut (Gomes, 2020) kinerja adalah hasil dari suatu proses yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi. Selanjutnya kinerja menurut (Mangkunegara, 2019) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja menurut (Robbins & Coulter, 2016) adalah hasil dari aktivitas individu yang dikaitkan dengan seberapa baik seseorang melakukan tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Kinerja menurut (Mathis dan Jackson, 2020) adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh karyawan dalam melaksanakan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Kinerja menurut (Sedarmayanti, 2018) adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing dalam upaya mencapai tujuan organisasi.

Menurut (Mangkunegara, 2020) faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja adalah :

- a. Kemampuan & keterampilan (*ability*) adalah tingkat pendidikan, kompetensi teknis, dan soft skills langsung memengaruhi produktivitas.
- b. Motivasi adalah sesuai teori Herzberg, kebutuhan motivator (pengakuan, tanggung jawab) dan *hygiene* (gaji, kondisi kerja) berperan besar. Motivasi internal (intrinsik) seperti kepuasan kerja dan motivasi eksternal (ekstrinsik) seperti insentif finansial memberikan pengaruh berbeda.
- c. Kepribadian & sikap adalah Disiplin, integritas, optimisme, dan orientasi pada pencapaian membantu dalam meraih target.

Menurut (Mahsun, 2015) indikator kinerja adalah ukuran kuantitatif maupun kualitatif yang digunakan untuk mengukur tingkat pencapaian suatu tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan dalam perencanaan. Indikator ini digunakan sebagai alat evaluasi terhadap efektivitas dan efisiensi pelaksanaan program atau kegiatan, sekaligus sebagai dasar untuk pengambilan keputusan manajerial di masa mendatang. Di mana pengelompokan indikator kinerja ke dalam tiga jenis utama, yaitu:

- a. Input Indikators, merupakan indikator yang menggambarkan jumlah sumber daya (seperti tenaga kerja, dana, bahan baku, atau waktu) yang digunakan dalam melaksanakan suatu kegiatan. Input menjadi dasar untuk mengukur efisiensi dan ekonomis dalam kegiatan operasional.
- b. Output Indikators, adalah mengukur hasil langsung dari suatu proses atau aktivitas yang telah dilaksanakan. Dalam konteks perusahaan, output bisa berupa produk yang dihasilkan, layanan yang diberikan, atau volume penjualan.
- c. Output Indikator, adalah menggambarkan dampak atau manfaat yang dihasilkan dari output terhadap sasaran jangka menengah atau panjang. Outcome sering digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan atau efektivitas kegiatan dalam mencapai tujuan strategis.

Menurut (Kotler, P., & Keller, 2020) penjualan adalah hasil dari berbagai aktivitas pemasaran yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan konsumen dan penciptaan nilai. Kinerja penjualan yang baik mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar secara efisien dan efektif.

Dalam pandangan lain, (Cravens, D. W., & Piercy, 2020) menyatakan bahwa kinerja penjualan adalah ukuran efektivitas tenaga penjualan dan strategi penjualan dalam menghasilkan pendapatan dan mencapai target pasar. Hal ini tidak hanya mencakup total penjualan, tetapi juga mencakup variabel-variabel seperti loyalitas pelanggan, pengembangan hubungan jangka panjang, dan kemampuan untuk menangani persaingan pasar. Kinerja penjualan adalah suatu tingkat dimana seorang tenaga penjualan dapat mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh manajer penjualan terhadap dirinya (Abdusai, 2021). Dengan membandingkan antara realisasi penjualan dengan target penjualan yang telah ditetapkan akan terlihat seberapa jauh tingkat keefektifan penjualan yang telah dilakukan oleh perusahaan (Haryanto & Dewi, 2021).

Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain sebagai berikut (Ningsih, 2023)

- a. Produk (*product*), produk bukanlah sekedar barang atau jasa yang dirancang, produk mencakup riset dan pengembangan serta semua layanan yang menyertai produk seperti instalasi, pemeliharaan, dan kualitas.
- b. Harga (*price*), harga adalah biaya atau sesuatu yang harus dikeluarkan pembeli untuk mendapatkan suatu produk. Walaupun harga biasanya sejumlah uang, beberapa pertukaran dapat berupa saling memberi barang dan jasa oleh kedua bela pihak.

- c. Distribusi (*distribution*), distribusi adalah memastikan bahwa produk tersedia pada saat dan pada produk tersebut diinginkan. Distribusi juga menyangkut keputusan-keputusan seperti berapa banyak persediaan harus disimpan dan dimana harus membangun gudang.
- d. Promosi (*promotion*), promosi adalah istilah umum yang digunakan untuk menjelaskan keseluruhan kegiatan komunikasi, penjualan periklanan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.

Menurut (Kotler & Keller, 2007:18 dalam (Ningsih, 2023) tujuan penjualan adalah mencapai laba yang optimal dengan modal yang minimal. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus mempunyai sasaran dan misi tertentu, diantaranya :

- a. Memenuhi tujuan dalam sebuah organisasi
- b. Memenuhi gambaran kepada orang lain dalam sebuah organisasi tentang arti spesifik peranan mereka dalam organisasi.
- c. Menimbulkan konsisten dalam hal pengambilan keputusan antara sejumlah besar manajer yang berbeda.
- d. Memberikan dasar untuk menyusun perencanaan spesifik.
- e. Memberikan landasan untuk tindakan korektif serta pengawasan

Ada dua unsur yang mempengaruhi kinerja penjualan yaitu (T. Hidayat, 2021) :

- 1. Anggaran perusahaan, dalam anggaran penjualan akan tertuang target penjualan yang telah disepakati dan ditetapkan. Dalam menetapkan target tersebut diperlukan perhitungan dan pertimbangan yang matang menyangkut seluruh sumber daya yang dimiliki dan faktor-faktor lain diluar perusahaan yang mempengaruhi perusahaan (lingkungan bisnis). Target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut merupakan bagian dari kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan karena setelah menghitung dan mempertimbangkan setiap faktor tersebut baru perusahaan dapat memutuskan target yang akan dicapai pada periode tertentu.
- 2. Realisasi penjualan, anggaran penjualan yang sudah disetujui dan disahkan akan dilaksanakan oleh dengan melakukan kegiatan penjualan. Pelaksanaan semua kegiatan penjualan didukung dengan semua sumber daya yang dimiliki. dalam rangka mencapai target penjualan akan memberikan hasil penjualan yang pada akhir periode merupakan realisasi penjualan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Efisiensi secara umum adalah ketepatan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu tanpa membuang-buang waktu, tenaga, dan biaya. Efisiensi sebagai kemampuan untuk meminimalkan penggunaan sumberdaya dalam mencapai tujuan organisasi (Gaspersz, 2023). Sedangkan efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana seseorang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan (Purnawanti, 2022). Sedangkan Ekonomis adalah proses memperoleh atau menggunakan sumber daya dengan biaya minimum. Ini berarti perusahaan atau individu berusaha untuk memperoleh sumber daya dengan pengorbanan yang paling kecil (Nirwanda & Bayangkara, 2023).

Pengukuran Kinerja Berdasarkan Aspek Ekonomis, Efisiensi, dan Efektivitas adalah sebagai berikut :

a. Rasio Ekonomi

Rasio ekonomis menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menggunakan sumber daya dengan biaya serendah mungkin tanpa mengorbankan kualitas. Menurut Mardiasmo (2018), prinsip ekonomis menekankan pada pemanfaatan sumber daya secara hemat dan optimal, yaitu dengan memilih alternatif yang memberikan hasil terbaik dengan biaya terendah.

b. Rasio Efisiensi

Efisiensi mengacu pada perbandingan antara input yang digunakan dengan output yang dihasilkan. Menurut Halim dan Abdullah (2019), efisiensi menunjukkan seberapa optimal penggunaan sumber daya dalam menghasilkan output tertentu. Efisiensi tinggi berarti perusahaan mampu menghasilkan lebih banyak output dengan sumber daya yang sama atau bahkan lebih sedikit.

c. Rasio Efektivitas

Efektivitas menunjukkan sejauh mana suatu aktivitas atau program mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Gomes (2020), efektivitas berkaitan dengan hasil (output atau outcome) yang dicapai dibandingkan dengan target atau sasaran yang ditetapkan sebelumnya. Dengan kata lain, efektivitas mengukur hasil akhir suatu proses dibandingkan dengan harapan atau rencana awal.

## 2. METODE

Jenis penelitian ini merupakan suatu penelitian yang bersifat deskriptif kuantitatif (Sugiyono, 2020). Metode deskriptif kuantitatif adalah suatu metode penelitian dalam penelitian yang meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu sistem pemikiran atau pun kelas manusia masa sekarang. Hal ini menggambarkan pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Adapun metode pengumpuan data dalam penelitian ini adalah :

1. Dokumentasi, merupakan jenis pengumpulan data yang meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk bahan analisis yaitu data yang diperoleh dari laporan perusahaan (Sugiyono, 2020). Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan laba komprehensif dari tahun 2023,2024 pada PT Mega Prabu Mandiri di kota Prabumulih.
2. Wawancara, wawancara dalam penelitian adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung antara peneliti (pewawancara) dan responden (narasumber) untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2020).

Analisis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis kuantitatif. Data kuantitatif bersumber dari laporan penjualan PT. Mega Prabu Mandiri periode 2023-2024. Analisis data dalam penelitian menggunakan rasio ekonomi , rasio efisiensi , dan rasio efektifitas .

### a. Pengukuran Rasio Ekonomi

Ekonomi merupakan perbandingan antara input dan input value yang dinyatakan dalam satuan moneter. Dengan kata lain, ekonomi adalah praktik pembelian barang dan jasa (*input*) dengan tingkat kualitas tertentu pada harga terbaik yang dimungkinkan (*spending less*). Pengertian ekonomi (hemat/tepat guna) sering disebut kehematan yang mencakup juga pengelolaan secara hati-hati atau cermat (*prudence*) dan tidak ada pemborosan. Ekonomis dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Rasio Ekonomis} = \frac{\text{Realisasi Pengeluaran}}{\text{Anggaran Pengeluaran}} \times 100\%$$

**Tabel .1. Kriteria Rasio Ekonomis**

Percentase	Kriteria
Kurang dari 100%	Ekonomin
Sama dengan 100%	Ekonomin Berimbang
Lebih dari 100%	Tidak Economin

Sumber : (Lona et al., 2023)

### b. Pengukuran Rasio Efisiensi

Efisiensi menunjukkan pengukuran pencapaian output yang maksimum dengan penggunaan sumber daya dan dana yang serendah- rendahnya. Efisiensi dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Rasio Efisiensi} = \frac{\text{Realisasi Pengeluaran}}{\text{Realisasi Pendapatan}} \times 100\%$$

Realisasi pengeluaran yang dimaksud dalam rumus tersebut adalah total pengeluaran. PT. Mega Prabu Mandiri akan semakin efisien apabila rasio yang dicapai kurang dari seratus persen. Semakin kecil rasio efisiensi berarti kinerja perusahaan semakin baik. Adapun kriteria efisiensi penilaian kinerja keuangan yang diberikan oleh (Lona et al. 2023) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 2. Kriteria Rasio Efisiensi**

Percentase	Kriteria
Lebih dari 100%	Tidak Efisien
Sama dengan 100%	Efisien Berimbang
Kurang dari 100%	Sangat Efisien

Sumber : (Lona et al., 2023)

#### c. Pengukuran Rasio Efektivitas

Efektifitas adalah hubungan antara output dan outcome, dimana efektifitas mengukur tingkat pencapaian hasil program dengan target yang telah ditetapkan. Efektifitas menunjukkan kesuksesan atau kegagalan dalam pencapaian tujuan. Efektivitas dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Rasio Efektivitas} = \frac{\text{Realsisai Pendapatan}}{\text{Anggaran Pendapatan}} \times 100\%$$

Kemampuan PT. Mega Prabu Mandiri dalam menjalankan operasional penjualan dapat dikategorikan efektif apabila rasio yang dicapai sebesar satu atau seratus persen. Semakin tinggi rasio efektifitas, menggambarkan kemampuan perusahaan yang semakin baik. Adapun kriteria efisiensi penilaian kinerja keuangan yang diberikan oleh (Lona et al. 2023) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Kriteria Rasio Efektivitas

Percentase	Kriteria
Kurang dari 100%	Tidak Efektif
Sama dengan 100%	Efektif Berimbang
Lebih dari 100%	Efektif

Sumber : (Lona et al., 2023)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Mega Prabu Mandiri, pertama kali didirikan dengan nama CV. Iqbal didirikan oleh dr. Abdul Rachman, SpOG dan M. Iqbal pada tanggal 4 November 2014 bertempat di lantai 1 gedung RS. AR. Bunda Prabumulih Jl. Angkatan 45 Prabumulih. CV. Iqbal bergerak di bidang penyalur alat kesehatan dan kedokteran dengan pangsa pasar saat itu untuk memenuhi kebutuhan alat kesehatan dan bahan habis pakai RS AR. Bunda Prabumulih dan RS. AR. Bunda Lubuklinggau. CV. Iqbal berjalan sampai dengan November 2015, seiring dengan terus perkembangan usahanya, CV. Iqbal mengurus perizinan menjadi Perseroan terbatas pada tahun 2018 dengan keluarnya izin operasional usaha No. FK.01.01/VI/088/2018 dan berganti nama menjadi PT. Mega Prabu Mandiri.

Rasio ekonomis merupakan aktivitas membeli produk atau layanan dengan kualitas tertentu pada harga yang paling optimal yang bisa dicapai. Di mana pengeluaran aktual tidak melebihi anggaran yang telah ditetapkan, yang berarti mencapai tingkat efisiensi ekonomisnya di bawah 100%, perhitungannya adalah :

$$\text{Rasio Ekonomis} = \frac{\text{Realisasi Pengeluaran}}{\text{Anggaran Pengeluaran}} \times 100\%$$

Tabel 3. Anggaran Pengeluaran dan Realisasi Pengeluaran

No	Tahun	Anggaran Pengeluaran	Realisasi Pengeluaran
1	2023	Rp.824.104.600	Rp.1.003.378.000
2	2024	Rp.1.169.780.690	Rp.1.560.569.098

Sumber : Hasil penelitian , data diolah tahun 2025

#### Perhitungan Rasio Ekonomis

Tahun 2023 :  $\frac{\text{Rp.1.003.378.000}}{\text{Rp. 824.104.600}} \times 100\% = 122\%$

Tahun 2024 :  $\frac{\text{Rp.1.560.569.098}}{\text{Rp.1.169.780.690}} \times 100\% = 133\%$

Berdasarkan analisis tabel 4.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa aktivitas penjualan perusahaan sangat tidak efisien, karena pada tahun 2023 dan 2024, Rasio Ekonomi PT Mega Prabu Mandiri lebih besar dari 100%. Ini menunjukkan bahwa pengeluaran untuk penjualan produk selalu melebihi anggaran yang telah ditentukan.

Efisiensi menggambarkan pengukuran capaian hasil, dalam hal ini adalah penjualan yang optimal dengan memanfaatkan sumber daya dan dana seefisien mungkin. Efisiensi dapat diukur menggunakan rumus:

$$\text{Rasio Efisiensi} = \frac{\text{Realisasi Pengeluaran}}{\text{Realisasi Pendapatan}} \times 100\%$$

**Tabel 4. Realisasi Pengeluaran dan Realisasi Pendapatan**

No	Tahun	Realisasi Pengeluaran	Realisasi Pendapatan
1	2023	Rp.1.003.378.000	Rp.1.178.980.000
2	2024	Rp.1.560.569.098	Rp.1.865.879.655

Sumber : PT Mega Prabu Mandiri prabumulih

#### Perhitungan Rasio Efisiensi

Tahun 2023 :  $\frac{\text{Rp.1.003.378.000}}{\text{Rp.1.178.980.000}} \times 100\% = 85\%$

Tahun 2024 :  $\frac{\text{Rp.1.560.569.098}}{\text{Rp.1.865.879.655}} \times 100\% = 83\%$

Berdasarkan analisis pada tabel 4.2 di atas yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2024, performa PT Mega Prabu Mandiri menunjukkan efisiensi yang lebih baik dibandingkan tahun 2023 dengan peningkatan efisiensi sebesar 2 %. Semakin rendah rasio efisiensi menunjukkan semakin baiknya performa perusahaan. Kenaikan efisiensi ini terjadi berkat pertumbuhan omset atau penjualan PT Mega Prabu Mandiri di tahun 2024, yang dipicu oleh pembukaan outlet baru di Kota Lubuk Linggau pada bulan Juni 2024, yang memperluas wilayah penjualannya.

Rasio Efektivitas dapat dikatakan efektif apabila hasil penjualan mampu mencapai target penjualan yang telah ditentukan pada setiap tahunnya. Efektivitas menunjukkan kesuksesan atau kegagalan dalam mencapai tujuan. Pencapaian target tersebut dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{Rasio Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Pendapatan}}{\text{Anggaran Pendapatan}} \times 100\%$$

**Tabel 5. Anggaran Pendapatan dan Realisasi Pendapatan**

No	Tahun	Anggaran Pendapatan	Realisasi Pendapatan
----	-------	---------------------	----------------------

1	2023	Rp.946.567.400	Rp.1.178.980.000
2	2024	Rp.1.478.897.890	Rp.1.865.879.655

Sumber : PT Mega Prabu Mandiri, 2025

#### Perhitungan Rasio Efektivitas

Tahun 2023 :  $\frac{\text{Rp.1.178.980.000}}{\text{Rp.946.567.400}} \times 100\% = 124\%$

Tahun 2024 :  $\frac{\text{Rp.1.865.879.655}}{\text{Rp.1.478.897.890}} \times 100\% = 126\%$

Berdasarkan tabel 3.3 atas pada tahun 2024, tingkat efektivitas menunjukkan kenaikan sebesar 2 % dibandingkan dengan tahun 2023. Sebuah perusahaan dapat dianggap efektif jika persentase yang dicapai adalah satu atau seratus persen. Semakin besar tingkat efektivitas yang diperoleh, semakin baik pula performa perusahaan tersebut. Kenaikan tingkat efektivitas PT Mega Prabu Mandiri disebabkan oleh penambahan outlet atau cabang yang berada di Lubuklinggau, sehingga daerah distribusi penjualannya semakin luas dan pendapatannya pun meningkat.

Rasio ekonomi merupakan indikator untuk mengukur efisiensi penggunaan anggaran dalam proses operasional penjualan. Berdasarkan hasil penelitian, rasio ekonomi PT Mega Prabu Mandiri menunjukkan nilai sebesar 122% pada tahun 2023 dan meningkat menjadi 133% pada tahun 2024. Nilai rasio yang melebihi 100% mengindikasikan bahwa pengeluaran aktual perusahaan dalam menjalankan kegiatan penjualannya melebihi anggaran yang telah direncanakan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan belum menjalankan operasional secara ekonomis. Kenaikan rasio ekonomi dari tahun 2023 ke 2024 juga memperlihatkan adanya pemborosan anggaran yang lebih besar pada tahun 2024. Kemungkinan faktor yang memengaruhi kenaikan ini adalah pembukaan outlet baru yang membutuhkan investasi tambahan, serta peningkatan biaya operasional seperti tenaga kerja, logistik, dan promosi yang belum dikendalikan secara efisien. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yuliani, 2021) yang menyatakan bahwa jika rasio ekonomi melebihi 100%, maka pengeluaran tidak ekonomis dan dapat berdampak pada penurunan margin keuntungan. Dalam konteks ini, pengeluaran perusahaan yang tinggi kemungkinan disebabkan oleh pembukaan outlet baru yang membutuhkan biaya awal besar, seperti biaya renovasi, perekrutan pegawai baru, serta promosi lokal. Selanjutnya, temuan ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyo, W. H., & Nugraheni, 2020) yang menemukan bahwa perusahaan yang melakukan ekspansi wilayah justru mengalami penurunan rasio ekonomi karena mampu menekan biaya unit dengan skala ekonomi. Perbedaan ini bisa disebabkan oleh tahapan awal ekspansi PT Mega Prabu Mandiri yang masih berada dalam fase investasi awal dan belum mencapai efisiensi biaya yang optimal.

Rasio efisiensi digunakan untuk menilai sejauh mana biaya yang dikeluarkan menghasilkan pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rasio efisiensi PT Mega Prabu Mandiri adalah 85% pada tahun 2023 dan 83% pada tahun 2024. Meskipun secara umum penurunan rasio efisiensi dianggap negatif, dalam konteks ini, rasio yang semakin kecil justru menunjukkan peningkatan efisiensi karena menunjukkan bahwa dengan biaya yang relatif lebih kecil, perusahaan mampu menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi. Penurunan rasio efisiensi sebesar 2% dari tahun sebelumnya mencerminkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menggunakan sumber dayanya untuk menghasilkan pendapatan. Peningkatan efisiensi ini selaras dengan pertumbuhan pendapatan yang diperoleh akibat pembukaan outlet baru di Kota Lubuklinggau. Dengan perluasan distribusi, perusahaan mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualannya tanpa harus meningkatkan biaya secara proporsional. Hasil ini didukung oleh penelitian (Aryani, 2022) yang menemukan bahwa efisiensi yang meningkat dapat dicapai dengan memperluas distribusi pasar dan meningkatkan volume penjualan, meskipun beban operasional mengalami sedikit kenaikan. Dalam kasus PT Mega Prabu Mandiri, penambahan outlet di Lubuklinggau memberi kontribusi terhadap peningkatan volume penjualan yang signifikan. Selain itu, penelitian oleh (Santoso, 2019) juga mendukung bahwa efisiensi tinggi sering kali dihasilkan oleh strategi digital marketing dan optimalisasi proses logistik, yang memungkinkan perusahaan untuk tetap menekan biaya meskipun ekspansi dilakukan.

Rasio efektivitas digunakan untuk menilai tingkat pencapaian target pendapatan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, rasio efektivitas pada PT Mega Prabu Mandiri menunjukkan nilai 124%

pada tahun 2023 dan 126% pada tahun 2024. Keduanya berada di atas 100%, yang mengindikasikan bahwa perusahaan berhasil melampaui target pendapatan yang telah ditetapkan. Peningkatan rasio efektivitas sebesar 2% pada tahun 2024 menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh perusahaan, seperti ekspansi wilayah pemasaran dengan membuka cabang baru, terbukti efektif dalam meningkatkan kinerja penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya efisien dalam penggunaan biaya, perusahaan juga sukses dalam mencapai dan bahkan melebihi target pendapatan yang telah direncanakan. Sejalan dengan penelitian dari (Agustin AL, 2019) yang menyatakan bahwa efektivitas kinerja penjualan dapat dicapai jika perusahaan mampu menyesuaikan strategi distribusi dengan karakteristik pasar yang baru, termasuk penambahan titik distribusi di wilayah potensial. Selain itu, penelitian oleh (M. Hidayat, 2020) juga menyebutkan bahwa efektivitas yang tinggi erat kaitannya dengan kemampuan perusahaan membaca tren permintaan pasar serta inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai analisa kinerja penjualan pada PT Mega Prabu Mandiri selama tahun 2023 dan 2024, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

a) Rasio Ekonomi

Hasil analisis menunjukkan bahwa rasio ekonomi perusahaan pada tahun 2023 sebesar 122% dan meningkat menjadi 133% pada tahun 2024. Rasio yang melebihi 100% menandakan tidak ekonomis perusahaan dan pengeluaran aktual untuk kegiatan penjualan melebihi anggaran yang telah ditentukan. Ini menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu mengelola anggaran secara ekonomis, sehingga terdapat pemborosan dalam pelaksanaan operasional penjualan.

b) Rasio Efisiensi

Rasio efisiensi perusahaan menunjukkan nilai sebesar 85% pada tahun 2023 dan menurun menjadi 83% pada tahun 2024. Penurunan nilai rasio ini menandakan adanya peningkatan efisiensi, karena perusahaan dapat menghasilkan pendapatan lebih besar dengan biaya operasional yang relatif proporsional. Hal ini merupakan sinyal positif bahwa strategi penjualan yang diterapkan mulai memberikan hasil yang baik.

c) Rasio Efektivita

Hasil perhitungan efektivitas menunjukkan bahwa perusahaan berhasil melampaui target penjualan yang telah ditetapkan, dengan rasio sebesar 124% pada tahun 2023 dan meningkat menjadi 126% pada tahun 2024. Ini menunjukkan bahwa perusahaan efektif dalam mencapai tujuannya. Kenaikan efektivitas ini tidak terlepas dari pembukaan outlet baru di Kota Lubuklinggau yang memperluas cakupan pasar dan meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi :

- (1). Perusahaan disarankan untuk lebih memperhatikan pengendalian anggaran dengan cara melakukan evaluasi berkala terhadap realisasi pengeluaran. Rasio ekonomi yang tinggi menunjukkan bahwa pengeluaran melebihi anggaran, yang seharusnya dapat dikendalikan melalui pengelolaan biaya yang lebih efisien.
- (2). Manajemen sebaiknya melanjutkan strategi ekspansi pasar yang telah terbukti meningkatkan efektivitas, namun dengan tetap memperhatikan efisiensi operasional agar tidak terjadi pemborosan dalam jangka panjang.
- (3). Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, antara lain hanya menggunakan tiga rasio untuk menilai kinerja penjualan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel atau rasio lain, seperti rasio profitabilitas atau analisis SWOT untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdusai, J. (2021). Peranan Audit Internal dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Internal Penjualan. *JAMMI (Jurnal Akuntansi UMMI)*, 2(1), 13.
- Agustin AL, H. (2019). Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Semen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2011). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1).
- Amalia, N. & P. (2024). Analisis Rasio Efektivitas, Rasio Efisiensi, dan Rasio Kemandirian Terhadap

- Kinerja Keuangan Desa. *Jurnal Unucirebon*.
- Aryani, D. (2022). *Analisis Rasio Pertumbuhan, Rasio Efektivitas, Rasio Efisiensi Sebagai Dasar Dalam Menilai Kinerja Keuangan pada Kantor Desa Tamalanrea Kecamatan Bontomatene Kabupaten Kepulauan Selayar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Cravens, D. W., & Piercy, N. F. (2020). *Strategic Marketing* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Ferawati, Davita Fersiartha, K., & Yuliana, I. (2020). Analisis Pengaruh Persediaan Barang Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi Kasus Cv Davin Jaya Karimun). *Jurnal Cafetaria*, 1(2), 33–44. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v1i2.146>
- Gaspersz, V. (2023). *Kinerja, Kualitas, Efisiensi*. Akademi VCA Indonesia.
- Gomes, F. C. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Andi.
- Haryanto, S. N., & Dewi, A. T. dan. (2021). Peran Lingkungan Pengendalian, Penilaian Resiko, Aktivitas Pengendalian, Informasi Dan Komunikasi Terhadap Pemantauan Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan (Studi Pada Dealer Motor Di Solo Raya). *Journal of Business And Management*, 7(1), 12.
- Hidayat, M. (2020). *Analisis Efektivitas dan Efisiensi dalam Pengelolaan Keuangan Desa di Desa Sungai Gerong Kecamatan Banyuasin I. Kabupaten Banyuasin*. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Hidayat, T. (2021). Pengaruh Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Penjualan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 1, 22.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). (2020). *Marketing Management* (15th ed.). In 15 (p. 300). Pearson Education.
- Kurnianti, R. (2021). *Audit Operasional Untuk Menilai Efektifitas Penjualan Pada PT Alam Jaya Langgeng* (Vol. 4, Issue 5). STIESIA SURABAYA.
- Lona, S. S., Perseveranda, M. E., & Manafe, H. A. (2023). Analisis Ekonomis, Efisiensi dan Efektivitas Anggaran Pendapatan dan Belanja. *Owner*, 7(1), 879–889. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1486>
- Mahsun, M. (2015). *Akuntansi Sektor Public*.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Remaja Rosdakarya.
- Mathis dan Jackson. (2020). *Human Resource Management* (13th ed.) (13th ed.). Cengage Learning.
- Ningsih, A. (2023). *Pengaruh Audit Operasional Penjualan Berdasarkanperspektif Ekonomi Islam ( Studi Pada Pt . Pupuk Sriwidjaja Palembang Wilayah Penjualan Lampung )*. Univesitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Nirwanda, N., & Bayangkara. (2023). Penerapan Audit Manajemen Untuk Menilai Ekonomisasi, Efisiensi, Dan Efektivitas Pengendalian Produksi Dan Operasi (Studi Kasus Pada Ud.Sumber Makmur). *Journal of Student Research*, 1(2), 97–121. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jsr/article/view/972/777>
- Prasetyo, W. H., & Nugraheni, A. P. (2020). Analisis Realisasi Anggaran Belanja Dalam Rangka Mengukur Efektivitas Dan Efisiensi Penyerapan Anggaran Belanja Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil ( DISDUKCAPIL ) Kota Magelang Periode 2015 – 2019. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 11(1), 1–10.
- Purnawanti, D. (2022). *Efektivitas Perubahan Kebijakan Penerimaan Peserta Didik Baru*. Aska Pustaka.
- Robbins & Coulter. (2016). *Management* (13th ed.) (13th ed.). Pearson Education.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2021). *Management* (15th Edition). In 15. Pearson Canada.
- Sahlan & Abdi. (2022). Pengaruh Efisiensi Operasional, Efektivitas Pemasaran, dan Financial Leverage terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Untar*.
- Santoso, M. H. B. (2019). Analisis rasio keuangan untuk menilai efisiensi modal kerja (Studi kasus pada PT. Adira Finance tahun 2013-2018). *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 68–73.
- Sedarmayanti. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Refika Aditama.
- Setiyani, L., Liswadi, G. T., & Maulana, A. (2022). Proses Pengembangan Proses Bisnis Transaksi Penjualan pada Toko Erni Karawang. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 16(4), 39–45. <https://doi.org/10.35969/interkom.v16i4.189>
- Sugiyono. (2020). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tania & Abdi. (2022). Pengaruh Efisiensi Operasional, Efektivitas Pemasaran, dan Financial

Leverage terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Publik (subsektor batu bara). *Jurnal Untar*. Yuliani, E. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 111–112.