



Analisis Tren Pencapaian Target Upload Antarwilayah pada Regional Sumbagsel Periode Januari–Maret 2025

Alisa Almadira, Fenny Purwani

Sistem Infomasi, Sains dan Teknologi, UIN Raden Fatah Palembang

alisazn73@gmail.com, fennypurwani_uin@radenfatah.ac.id*

Abstrak

Perbedaan pencapaian target antarwilayah dapat memberikan gambaran mengenai kondisi dan perkembangan kinerja bisnis pada suatu periode. Pemantauan pencapaian secara berkala diperlukan untuk mengetahui perubahan performa setiap wilayah sehingga dapat menjadi informasi pendukung dalam evaluasi kinerja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tren pencapaian target antarwilayah pada Regional Sumbagsel selama periode Januari–Maret 2025. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan memanfaatkan data pencapaian target pada masing-masing wilayah selama tiga bulan pengamatan. Analisis dilakukan dengan menggunakan indikator Achievement (ACH) untuk mengetahui tingkat pencapaian terhadap target pada setiap bulan. Selanjutnya, perubahan pencapaian antarbulan dianalisis untuk mengidentifikasi wilayah dengan peningkatan dan penurunan terbesar, menghitung rata-rata pertumbuhan pencapaian, serta mengidentifikasi wilayah yang menunjukkan kecenderungan meningkat atau menurun secara konsisten. Hasil analisis menunjukkan adanya perbedaan pola pencapaian antarwilayah selama periode pengamatan. Beberapa wilayah menunjukkan peningkatan pencapaian secara konsisten, sementara wilayah lainnya mengalami penurunan atau perubahan pencapaian yang berfluktuasi. Selain itu, terdapat wilayah yang mampu mencapai atau melampaui target pada periode pengamatan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa analisis tren pencapaian target dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai perkembangan performa antarwilayah dibandingkan hanya melihat pencapaian pada satu periode. Analisis ini dapat digunakan sebagai informasi pendukung dalam melakukan evaluasi kinerja dan mengidentifikasi wilayah yang memerlukan perhatian lebih lanjut.

Kata kunci: Analisis Tren, Target, Regional Sumbagsel

Abstract

Differences in target achievement across regions can provide an overview of business performance and development during a specific period. Regular monitoring of achievement is necessary to identify changes in regional performance and provide supporting information for performance evaluation. This study aims to analyze trends in target achievement across regions in the Sumbagsel Region during January–March 2025. The study employed a quantitative descriptive approach using target achievement data from each region during the three-month observation period. The analysis used the Achievement (ACH) indicator to measure the level of target attainment each month. Changes in achievement between months were then analyzed to identify regions with the largest increases and decreases, calculate the average growth in achievement, and identify regions showing consistent increasing or decreasing trends. The results reveal differences in achievement patterns across regions during the observation period. Several regions showed consistent increases in achievement, while others experienced declines or fluctuating performance. In addition, some regions were able to meet or exceed their targets during the observation period. These findings indicate that trend analysis of target achievement provides a more comprehensive overview of regional performance development than examining achievement for a single period alone. This analysis can serve as supporting information for performance evaluation and help identify regions requiring further attention.

Keywords: Trend Analysis, Target Achievement, Sumbagsel Region

1. Pendahuluan

Perusahaan telekomunikasi memiliki aktivitas bisnis yang tersebar pada berbagai wilayah sehingga pemantauan kinerja antarwilayah menjadi salah satu aspek yang penting dalam evaluasi bisnis. Perbedaan karakteristik wilayah dapat menyebabkan hasil pencapaian penjualan yang berbeda, sehingga informasi mengenai perkembangan performa pada setiap wilayah diperlukan untuk mengetahui kondisi bisnis secara lebih terukur. Penelitian pada perusahaan telekomunikasi PT XYZ menunjukkan bahwa pengolahan data penjualan dapat digunakan untuk mengetahui pola penjualan dan perbedaan kinerja antar cabang sehingga menghasilkan informasi yang dapat mendukung pengambilan keputusan perusahaan(1). Penelitian mengenai aktivitas penjualan pada sektor

telekomunikasi juga menunjukkan bahwa pencapaian target dapat digunakan sebagai salah satu indikator dalam mengevaluasi performa penjualan(2).

Pemanfaatan data dalam aktivitas bisnis memungkinkan perusahaan melakukan pemantauan terhadap kondisi penjualan secara lebih sistematis. Data penjualan yang sebelumnya hanya digunakan sebagai catatan transaksi dapat diolah menjadi informasi yang menggambarkan perkembangan kinerja dan mendukung proses pengambilan keputusan(3). Penerapan *Business Intelligence* pada data penjualan dapat membantu perusahaan melakukan analisis terhadap berbagai aspek penjualan dan menyajikannya dalam bentuk informasi yang lebih mudah dipahami(4). Penelitian lain menunjukkan bahwa pengolahan data penjualan menggunakan pendekatan *Business Intelligence* dapat membantu mengidentifikasi perbedaan kontribusi penjualan berdasarkan wilayah, produk, maupun saluran penjualan(5). Dengan demikian, pemanfaatan data penjualan tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi transaksi, tetapi juga dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap kinerja bisnis.

Salah satu aspek yang dapat digunakan dalam evaluasi kinerja penjualan adalah pencapaian target. Target digunakan sebagai sasaran yang perlu dicapai perusahaan dalam periode tertentu, sedangkan perbandingan antara target dan realisasi dapat memberikan gambaran mengenai tingkat pencapaian kinerja penjualan(6). Penelitian mengenai pencapaian target penjualan menunjukkan bahwa target dapat digunakan sebagai alat pengendalian aktivitas penjualan serta sebagai dasar untuk mengevaluasi kesesuaian antara hasil yang diperoleh dengan sasaran yang telah ditetapkan(6). Penelitian pada PT Telkom Indonesia juga menunjukkan bahwa pencapaian target penjualan menjadi salah satu aspek penting dalam aktivitas bisnis perusahaan telekomunikasi(7). Selain itu, penelitian mengenai target pemasaran produk Speedy pada PT Telkom Indonesia menunjukkan adanya pengukuran pencapaian target penjualan dalam aktivitas pemasaran produk telekomunikasi(8).

Pengukuran pencapaian target juga dapat dikaitkan dengan indikator kinerja yang digunakan organisasi. Key Performance Indicator (KPI) dapat digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi pencapaian kinerja individu, tim, maupun organisasi(9). Dalam konteks penjualan, penerapan *Business Intelligence* berbasis KPI dapat membantu perusahaan memantau kinerja penjualan melalui indikator yang telah ditentukan(10). Penelitian lain mengenai pemantauan kinerja penjualan menunjukkan bahwa informasi penjualan dari berbagai cabang dapat digunakan untuk mengevaluasi tingkat perkembangan penjualan pada masing-masing cabang(11). Oleh karena itu, pencapaian target dapat digunakan sebagai dasar untuk melihat apakah performa suatu wilayah telah sesuai dengan sasaran yang ditetapkan.

Selain mengetahui apakah target telah tercapai, perkembangan pencapaian antarperiode juga perlu diperhatikan. Nilai pencapaian pada satu periode belum tentu menggambarkan kondisi performa pada periode berikutnya karena kinerja penjualan dapat mengalami peningkatan, penurunan, maupun fluktuasi. Penelitian mengenai analisis tren penjualan menggunakan data historis menunjukkan bahwa eksplorasi data dapat digunakan untuk mengidentifikasi pola perkembangan penjualan dari waktu ke waktu(12). Penelitian lain mengenai monitoring penjualan juga menunjukkan pentingnya pemantauan perkembangan penjualan secara berkala untuk mengetahui perubahan hasil penjualan setiap periode(13). Dengan membandingkan pencapaian antarbulan, perusahaan dapat memperoleh informasi mengenai wilayah yang menunjukkan kecenderungan peningkatan maupun penurunan performa.

Analisis berdasarkan wilayah menjadi semakin relevan ketika aktivitas bisnis memiliki cakupan area operasional yang luas. Perbedaan kontribusi penjualan antarwilayah dapat memberikan gambaran mengenai wilayah yang memiliki performa relatif tinggi maupun rendah(5). Penelitian mengenai analisis data penjualan menggunakan Power BI juga menunjukkan bahwa hasil visualisasi dapat digunakan untuk melihat kontribusi penjualan dan mengidentifikasi area yang memiliki kontribusi lebih rendah dibandingkan area lainnya(14). Analisis kinerja penjualan berbasis wilayah juga dapat dilakukan melalui penyajian data dalam bentuk dashboard sehingga perkembangan penjualan dapat dipantau dengan lebih mudah(15). Dengan demikian, analisis antarwilayah dapat memberikan informasi yang lebih spesifik dibandingkan hanya melihat pencapaian penjualan secara keseluruhan.

Pemanfaatan *Business Intelligence* dan visualisasi data semakin banyak digunakan dalam kegiatan analisis penjualan. Penerapan *Business Intelligence* pada perusahaan retail dapat membantu tim pemasaran memperoleh informasi dari data penjualan, pembelian, pelanggan, dan data operasional untuk mendukung penyusunan strategi pemasaran(16). Pengolahan data penjualan menggunakan Power BI juga dapat menghasilkan visualisasi yang membantu perusahaan memahami pola penjualan dan mendukung pengambilan keputusan(14). Penelitian mengenai visualisasi data penjualan menggunakan Microsoft Power BI menunjukkan bahwa data penjualan dapat digunakan untuk menemukan pola transaksi berdasarkan waktu dan karakteristik produk(17). Sementara itu, penelitian mengenai dashboard penjualan menunjukkan bahwa penyajian data secara visual dapat membantu manajemen mengamati perkembangan penjualan setiap bulan(15).

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas analisis kinerja penjualan, pencapaian target, pemantauan penjualan, dan pemanfaatan Business Intelligence. Penelitian Maulana et al. menganalisis kinerja penjualan pada perusahaan telekomunikasi dan menemukan adanya pola penjualan serta perbedaan kinerja antar cabang(1). Penelitian Lestari et al. menggunakan analisis statistik terhadap data monitoring *sales force* IndiHome dan menunjukkan bahwa pengolahan data dapat membantu mengidentifikasi pola dan tren penjualan(2). Sementara itu, penelitian mengenai pencapaian target penjualan pada PT Pida menunjukkan bahwa perbandingan target dan realisasi dapat digunakan sebagai dasar evaluasi aktivitas penjualan(6). Penelitian lainnya memanfaatkan dashboard dan Business Intelligence untuk mempermudah pemantauan kinerja penjualan dan penyajian informasi berdasarkan periode maupun wilayah(16).

Meskipun penelitian terdahulu telah membahas pencapaian target, monitoring penjualan, analisis tren, serta Business Intelligence pada data penjualan, masih terdapat ruang untuk melakukan analisis sederhana terhadap perkembangan pencapaian target antarwilayah dalam beberapa periode bulanan. Analisis tersebut penting karena pencapaian target pada satu bulan belum tentu menunjukkan pola kinerja wilayah secara keseluruhan. Suatu wilayah dapat mengalami peningkatan pencapaian secara konsisten, sedangkan wilayah lain dapat mengalami penurunan atau perubahan yang fluktuatif. Oleh karena itu, perbandingan pencapaian target antarperiode dapat memberikan informasi tambahan mengenai kecenderungan performa masing-masing wilayah.

Kondisi tersebut relevan dengan aktivitas pada bagian Business Growth and Analytical Telkomsel Smart Office Sriwijaya, khususnya dalam pemantauan performa bisnis pada Regional Sumbagsel. Regional Sumbagsel memiliki cakupan wilayah yang terbagi ke dalam beberapa wilayah operasional sehingga pencapaian target pada masing-masing wilayah dapat menunjukkan kondisi yang berbeda. Penelitian ini menggunakan data pencapaian target Upload pada periode Januari–Maret 2025. Indikator Achievement (ACH) digunakan untuk melihat tingkat pencapaian terhadap target pada setiap wilayah, sedangkan perubahan ACH antarbulan digunakan untuk mengidentifikasi perkembangan performa. Analisis dilakukan untuk mengetahui wilayah dengan peningkatan terbesar, wilayah dengan penurunan terbesar, rata-rata pencapaian selama periode pengamatan, serta wilayah yang menunjukkan pola peningkatan atau penurunan secara konsisten.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tren pencapaian target Upload antarwilayah pada Regional Sumbagsel periode Januari–Maret 2025. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai perkembangan pencapaian target pada masing-masing wilayah serta menunjukkan perbedaan pola performa antarwilayah selama periode pengamatan. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai bahan pendukung dalam evaluasi performa bisnis berdasarkan pencapaian target dan perubahan kinerja antarperiode.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menganalisis tren pencapaian target Upload berdasarkan wilayah pada Regional Sumbagsel. Data penelitian diperoleh dari data performa bisnis selama kegiatan magang pada bagian Business Growth and Analytical Telkomsel Smart Office Sriwijaya. Data yang digunakan mencakup Target, Month to Date (MTD), dan Achievement (ACH) pada setiap wilayah selama periode Januari hingga Maret 2025.

Pengolahan data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu seleksi data, pemeriksaan kelengkapan data, pengelompokan berdasarkan wilayah dan periode, perhitungan Achievement, serta analisis perubahan Achievement antarperiode. Data dikelompokkan berdasarkan tiga periode pengamatan, yaitu Januari, Februari, dan Maret 2025. Nilai Achievement dihitung dengan membandingkan realisasi MTD terhadap target pada masing-masing wilayah. Rumus yang digunakan adalah:

$$ACH = \frac{MTD}{TARGET} \times 100\%$$

Selanjutnya, nilai ACH pada setiap wilayah dibandingkan antarperiode untuk mengetahui perkembangan pencapaian target. Perubahan dari Januari ke Februari dan dari Februari ke Maret digunakan untuk mengidentifikasi kecenderungan meningkat, menurun, atau berfluktuasi. Analisis juga dilakukan untuk menentukan wilayah dengan peningkatan dan penurunan pencapaian terbesar serta menghitung rata-rata pencapaian target selama periode pengamatan. Tahapan tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran perkembangan performa pencapaian target antarwilayah.

Hasil pengolahan kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan visualisasi sederhana untuk memudahkan perbandingan pencapaian antarwilayah dan antarperiode. Data yang digunakan dalam penelitian merupakan data agregat sehingga data mentah maupun informasi yang bersifat sensitif tidak ditampilkan dalam artikel. Analisis difokuskan pada hasil pengolahan berupa nilai pencapaian dan pola perubahan performa masing-masing wilayah.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Gambaran Pencapaian Target Antarwilayah

Tabel 1. Tabel Pencapaian target Antarwilayah

Teritory	ACH Januari	ACH Februari	Perubahan Jan-Feb	ACH Maret	Perubahan Feb-Mar	Pola
Bengkulu	158%	95%	-63%	56%	-38%	Menurun
Kota Bengkulu	95%	76%	-19%	61%	-15%	Menurun
New Musi Rawas	28%	49%	21%	43%	-6%	Menurun
Kerinci Merangin	100%	75%	-25%	105%	30%	Fluktuatif
Muaro dan Kota Jambi	77%	75%	-2%	79%	4%	Fluktuatif
New Sarolangun	105%	90%	-15%	106%	16%	Fluktuatif
Tanjung Jabung	97%	120%	23%	108%	-12%	Fluktuatif
Tebu Bungo	108%	89%	-19%	112%	23%	Fluktuatif
Kota Bandar Lampung	13%	22%	9%	31%	9%	Meningkat
Lampung Barat	28%	55%	27%	59%	4%	Meningkat
Lampung Metro	31%	28%	-3%	47%	19%	Fluktuatif
Pringsewu	16%	33%	17%	40%	7%	Meningkat
Lampung Timur						
Tulang Bawang	58%	75%	17%	128%	54%	Meningkat
Way Kanan	38%	78%	40%	81%	3%	Meningkat
Banyuasin	40%	75%	36%	53%	-23%	Fluktuatif
Kota Palembang	29%	62%	33%	40%	-21%	Fluktuatif
Musi Banyuasin	50%	114%	64%	98%	-16%	Fluktuatif
OKI	45%	70%	25%	59%	-11%	Fluktuatif
OKU	47%	74%	27%	65%	-9%	Fluktuatif
Prabumulih	62%	80%	18%	57%	-23%	Fluktuatif
Bangka Selatan	149%	212%	63%	427%	215%	Meningkat
Bangka Utara	182%	249%	67%	274%	25%	Meningkat

Berdasarkan hasil perbandingan, 7 wilayah menunjukkan peningkatan pencapaian dari Januari hingga Maret, sedangkan 3 wilayah mengalami penurunan dan 12 wilayah menunjukkan pola fluktuatif. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa pencapaian target setiap wilayah tidak bersifat seragam antarperiode.

Sebagai contoh, apabila suatu wilayah memiliki ACH sebesar 149% pada Januari, meningkat menjadi 212% pada Februari, kemudian menjadi 427% pada Maret, maka wilayah tersebut menunjukkan pola peningkatan pencapaian. Sebaliknya, penurunan nilai ACH pada dua periode berturut-turut menunjukkan adanya kecenderungan penurunan performa terhadap target.

Analisis perubahan ini penting karena pencapaian target pada satu periode saja belum dapat menggambarkan perkembangan performa suatu wilayah. Wilayah dengan ACH tinggi pada satu bulan dapat mengalami penurunan

pada periode berikutnya, sehingga perubahan antarperiode perlu diperhatikan dalam evaluasi kinerja. Hal tersebut sesuai dengan rancangan penelitian yang menggunakan perubahan ACH untuk mengidentifikasi tren performa masing-masing wilayah.

Hasil pengolahan data menunjukkan adanya perbedaan tingkat pencapaian target Upload antarwilayah pada Regional Sumbagsel selama periode Januari hingga Maret 2025. Perbedaan tersebut terlihat dari nilai Achievement (ACH) yang diperoleh masing-masing wilayah. Nilai ACH dihitung berdasarkan perbandingan antara realisasi *Month to Date* (MTD) dengan target yang telah ditetapkan.

3.2 Wilayah dengan Peningkatan dan Penurunan Terbesar

Hasil pengolahan data menunjukkan adanya perbedaan tingkat pencapaian target Upload antarwilayah pada Regional Sumbagsel selama periode Januari hingga Maret 2025. Perbedaan tersebut terlihat dari nilai Achievement (ACH) yang diperoleh masing-masing wilayah. Nilai ACH dihitung berdasarkan perbandingan antara realisasi *Month to Date* (MTD) dengan target yang telah ditetapkan.

Tabel 2. Tabel Wilayah dengan Peningkatan dan Penurunan Terbesar

Teritory	Januari			Februari			Maret		
	Target	MTD Januari	ACH Januari	Target	MTD Februari	ACH Februari	Target	MTD Maret	ACH Maret
Bengkulu	104737	165454	158%	112216	106131	95%	112216	63266	56%
Bangka Selatan	83006	123686	149%	82656	175023	212%	82656	353100	427%

Berdasarkan Tabel 2, wilayah dengan nilai ACH tertinggi pada periode pengamatan adalah Bangka Selatan dengan pencapaian sebesar 278%, sedangkan nilai ACH terendah terdapat pada Bengkulu sebesar -102%. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pencapaian target tidak merata pada seluruh wilayah yang diamati.

Wilayah dengan ACH yang tinggi menunjukkan bahwa realisasi MTD relatif lebih dekat atau telah melampaui target yang ditetapkan. Sebaliknya,. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun suatu wilayah dapat memiliki nilai pencapaian yang cukup tinggi pada periode awal, performanya tetap perlu dipantau apabila terjadi penurunan pada periode berikutnya.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa evaluasi performa tidak cukup dilakukan hanya berdasarkan peringkat ACH tertinggi dan terendah. Perubahan ACH antarperiode juga memberikan informasi mengenai wilayah yang mengalami perkembangan positif maupun wilayah yang memerlukan perhatian lebih lanjut.

3.3 Pola Tren Pencapaian Target Antarwilayah

Berdasarkan perubahan ACH selama Januari–Maret 2025, pola performa wilayah dapat dikelompokkan menjadi tiga kondisi, yaitu meningkat, menurun, dan fluktuatif.

Tabel 2. Klasifikasi Pola Tren Pencapaian

Pola	Kriteria	Wilayah
Meningkat	ACH meningkat secara bertahap	Kota Bandar Lampung
		Lampung Barat
		Pringsewu Lampung Timur
		Lampung Timur
		Tulung Bawang
		Bangka Selatan
		Bangka Utara

Menurun	ACH menurun secara bertahap	Bengkulu, Kota Bengkulu, New Musi Rawas
Fluktuatif	ACH turun antarperiode	Kerinci Merangin Muaro dan Kota Jambi New Sarolangun Tanjung Jabung Tebu Bungo Way Kanan Banyuasin Kota Palembang Musi Banyuasin OKI OKU Prabumulih

Wilayah dengan pola meningkat menunjukkan adanya perkembangan pencapaian target secara positif selama periode pengamatan. Sementara itu, wilayah dengan pola menurun menunjukkan adanya penurunan pencapaian terhadap target. Adapun pola fluktuatif menunjukkan bahwa pencapaian target belum menunjukkan arah perkembangan yang konsisten.

Pengelompokan tersebut memberikan gambaran yang lebih informatif dibandingkan hanya melihat nilai ACH pada satu periode. Dengan mengetahui pola perkembangan, evaluasi dapat diarahkan pada wilayah yang mengalami perubahan performa secara signifikan. Pendekatan ini juga menjadi salah satu fokus penelitian, yaitu mengidentifikasi wilayah yang mengalami peningkatan, penurunan, maupun fluktuasi secara konsisten.

3.4 Wilayah yang Konsisten Mencapai Target

Tabel 3. Tabel Pencapaian target Antarwilayah

Teritory	ACH Januari	ACH Februari	ACH Maret	Pola
Bengkulu	158%	95%	56%	Menurun
Kota Bengkulu	95%	76%	61%	Menurun
New Musi Rawas	28%	49%	43%	Menurun
Kerinci Merangin	100%	75%	105%	Fluktuatif
Muaro dan Kota Jambi	77%	75%	79%	Fluktuatif
New Sarolangun	105%	90%	106%	Fluktuatif
Tanjung Jabung	97%	120%	108%	Fluktuatif
Tebu Bungo	108%	89%	112%	Fluktuatif
Kota Bandar Lampung	13%	22%	31%	Meningkat
Lampung Barat	28%	55%	59%	Meningkat
Lampung Metro	31%	28%	47%	Fluktuatif
Pringsewu Lampung Timur	16%	33%	40%	Meningkat
Tulang Bawang	58%	75%	128%	Meningkat
Way Kanan	38%	78%	81%	Meningkat
Banyuasin	40%	75%	53%	Fluktuatif
Kota Palembang	29%	62%	40%	Fluktuatif
Musi Banyuasin	50%	114%	98%	Fluktuatif
OKI	45%	70%	59%	Fluktuatif
OKU	47%	74%	65%	Fluktuatif
Prabumulih	62%	80%	57%	Fluktuatif
Bangka Selatan	149%	212%	427%	Meningkat
Bangka Utara	182%	249%	274%	Meningkat

Hasil ini menunjukkan bahwa wilayah dengan pencapaian tinggi tidak selalu memiliki pola perkembangan yang sama. Oleh karena itu, evaluasi performa perlu mempertimbangkan tingkat pencapaian sekaligus perubahan pencapaian antarperiode. Penggunaan kedua aspek tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai kondisi performa masing-masing wilayah.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pencapaian target Upload antarwilayah pada Regional Sumbagsel periode Januari–Maret 2025, dapat disimpulkan bahwa tingkat pencapaian target berbeda antarwilayah dan mengalami perubahan selama periode pengamatan. Penggunaan indikator Achievement dapat memberikan gambaran mengenai tingkat realisasi terhadap target pada masing-masing wilayah. Perbandingan nilai Achievement antarperiode menunjukkan adanya pola peningkatan, penurunan, dan fluktuasi pada beberapa wilayah. Dengan demikian, evaluasi performa tidak hanya dapat dilakukan berdasarkan pencapaian pada satu periode, tetapi juga perlu mempertimbangkan perubahan pencapaian antarperiode. Analisis ini juga dapat mengidentifikasi wilayah yang mengalami peningkatan dan penurunan pencapaian terbesar serta wilayah yang memiliki performa relatif konsisten. Hasil tersebut dapat digunakan sebagai informasi pendukung dalam melakukan evaluasi kinerja dan menentukan wilayah yang memerlukan perhatian lebih lanjut.

Reference

1. Maulana R, Putra RD, Rizky AM, Ruspandi, Yogaswara YC, Khadir OPS, Ningsih SBH. Implementasi Business Intelligence untuk Analisis Kinerja Penjualan (Studi Kasus PT XYZ). *Jurnal Informatika, Multimedia dan Teknik*. 2025;2(1):28–33. DOI: 10.71456/jimt.v2i1.1385.
2. Lestari C, Achmadika E, Sugiarti. Analisis statistika dalam pengolahan data monitoring Sales Force (SF) IndiHome. *Journal Computer Science and Information Technology (JCoInT)*.
3. Sari WAM, Nugraha B, Khusaeri A. Analisis Kinerja Penjualan Menggunakan Business Intelligence Berbasis KPI (Studi Kasus: Yorage Coffee House). *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*. 2026;14(3):564–569. DOI: 10.23960/jitet.v14i3.10096.
4. Kosuwandi FH, Mahendra A, Aulia N, Auliyah TD, Pamungkas RWP. Analisis Kinerja Penjualan FMCG untuk Mendukung Pengambilan Keputusan Menggunakan Dashboard Business Intelligence. *Jurnal Data Mining dan Sistem Informasi*. 2026;7(1):30–43. DOI: 10.33365/jdmsi.v7i1.2491.
5. Khasanah TN, Putri NH, Amalia S, Rahmadani RP, Sujarwo B, Arifin M. Implementasi Dashboard Business Intelligence Menggunakan Looker Studio untuk Evaluasi Kinerja Penjualan Elektronik. *TEKNOFILE: Jurnal Sistem Informasi*. 2025;3(12).
6. Mahyani, Wulandari S. Pengaruh Personal Selling terhadap Pencapaian Target Penjualan (Studi Kasus PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk Unit Bisnis Simpang Limun Medan). *Syntax Idea*. 2021;3(8). DOI: 10.46799/syntax-idea.v3i8.1411.
7. Zain TAN, Akhruddin A. Analisis Faktor Penyebab Tidak Tercapainya Target Penjualan pada PT Pida. *YUME: Journal of Management*. 2023;6
8. Tambunan JR, Sartika D, Tambunan K. Analisis Target Pemasaran Produk Speedy Berdasarkan Motivasi dan Kompensasi. *JISAMAR*. 2022;6(1):240–259. DOI: 10.52362/jisamar.v6i1.514.
9. Sudaryanto. Peran KPI dalam Mendorong Kinerja Karyawan dan Produktivitas Organisasi. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital*. 2024;1(2):61–72. DOI: 10.61132/jimakebidi.v1i2.67.
10. Wahyuni F, Bachtiar E. Evaluasi Diagnostic Control System dalam Upaya Pencapaian Target Penjualan PT XYZ. *INOVASI*. 2025;12(1):289–299. DOI: 10.32493/Inovasi.v12i1.p289-299.48696.
11. Fakhra IF, Voutama A. Analisis Tren Penjualan dan Strategi Harga di E-Commerce Menggunakan Exploratory Data Analysis. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*. 2025;16(1). DOI: 10.47927/jikb.v16i1.976.
12. Sulistyoningsih W, Wijaya INYA, Alam HS. Penerapan Model Business Intelligence pada Perusahaan Retail XLT untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*. 2023;17(1):33–44. DOI: 10.32815/jitika.v17i1.893.
13. Afenta JJ, Hatta M, Sokibi P. Implementasi Business Intelligence untuk Analisa dan Visualisasi Data Penjualan Keramik CV. Multi Keramik Indah Menggunakan Platform Tableau. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*. 2025;9(6). DOI: 10.36040/jati.v9i6.15627.
14. Mahebu MA, Samosir RS. Visualisasi Data Penjualan CV. Waskat Karya Metal Menggunakan Pendekatan Business Intelligence. *KALBISCIENTIA Jurnal Sains dan Teknologi*. 2023;10(2). DOI: 10.53008/kalbiscientia.v10i2.2143.
15. Sunendar N. Perancangan Business Intelligence Dashboard Sales Performance. *Innotech: Jurnal Ilmu Komputer, Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*. 2025;2(2):121–136.
16. Gusdianto D, Thantawi AM. Rancang Bangun Dashboard Berbasis Website untuk Monitoring Penjualan (Studi Kasus: Toko Kopi Gans Jakarta Timur). *IKRA-ITH Informatika*. 2024;8(3):131–140. DOI: 10.37817/ikraith-informatika.v8i3.4434.
17. Pane ES, Afriansyah. Analisis dan Pengembangan Sistem Informasi Monitoring Penjualan Outlet pada UMKM Melur Laris. *ZONASI: Jurnal Sistem Informasi*. 2024;6(3):584–593. DOI: 10.31849/zn.v6i3.21396.