



## Optimalisasi Penjualan Gula Kristal Putih Melalui Lelang di PT. Sinergi Gula Nusantara

Dhiyaul Aniyah<sup>1</sup>, Siti Aminah<sup>2</sup>  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur<sup>1,2</sup>

**Kata Kunci:**  
Lelang Gula, Penjualan,  
Efisiensi, Transparansi

**Keywords:**  
Sugar Auction ; Sales;  
Efficiency; Price  
Transparency

### Article History

Received Jan, 23, 2025  
Accepted Apr, 8, 2025

**Empowerment**  
Jurnal Pengabdian pada  
Masyarakat  
 This work is  
licensed under a  
Creative Commons 4.0  
International License  
Attribution-ShareAlike

ISSN 2776-2564



9 772776 256004

### Abstrak

Penerapan mekanisme lelang di PT Sinergi Gula Nusantara (SGN) bertujuan meningkatkan efisiensi distribusi dan transparansi dalam penetapan harga Gula Kristal Putih (GKP). Pendekatan Participatory Action Research (PAR) diterapkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan analisis dokumen. Hasil menunjukkan bahwa mekanisme ini memberikan transparansi harga, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mengurangi ketidaksesuaian harga di pasar. Implementasi lelang juga menciptakan distribusi yang lebih terstruktur dan mendukung daya saing perusahaan di pasar gula. Langkah strategis ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih optimal melalui pengelolaan yang berkelanjutan.

### Abstract

The implementation of the auction mechanism at PT Sinergi Gula Nusantara (SGN) aims to improve distribution efficiency and pricing transparency for White Crystal Sugar (WCS). The Participatory Action Research (PAR) approach was applied through participatory observation, in-depth interviews, and document analysis. The results indicate that this mechanism enhances price transparency, builds consumer trust, and reduces market price discrepancies. The auction implementation also creates a more structured distribution system and supports the company's competitiveness in the sugar market. This strategic approach is expected to better meet consumer needs through sustainable management practices.

Corresponding to the Author: Dhiyaul Aniyah. Email: [dhiyaulaniyah024@gmail.com](mailto:dhiyaulaniyah024@gmail.com).  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar,  
Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

@ 2025 The Author (s). Published by LP2M STAI Darul Kamal NW Kembang Kerang  
NTB. This is an Open Access article distributed under the terms of the  
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

**How to Cite :** Aniyah, Dhiyaul, and Siti Aminah. "Optimalisasi Penjualan Gula Kristal Putih Melalui Lelang Di PT Sinergi Gula Nusantara". *Empowerment: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat* 5, no. 1 (April 30, 2025). Accessed May 1, 2025. <https://journal.staidk.ac.id/index.php/pkm/article/view/892>.

## Pendahuluan

Industri gula di Indonesia saat ini menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal pengelolaan distribusi dan efektivitas sistem penjualan. PT Sinergi Gula Nusantara (SGN) merupakan hasil dari evolusi yang pesat yang dilakukan oleh induk perusahaan Grup PTPN, melalui penggabungan berbagai aset dari perusahaan perkebunan tebu yang berada dalam grup tersebut. Dikenal dengan nama SugarCo, PT SGN adalah anak perusahaan yang bergerak di bidang gula di bawah naungan Holding Perkebunan PTPN III (Persero). Fungsi utama perusahaan ini adalah untuk mengelola seluruh pabrik gula yang ada dalam Grup PTPN. PT SGN didirikan sebagai bagian dari Rencana Strategis Nasional (PSN), termasuk dalam salah satu dari 88 inisiatif yang dicanangkan oleh Kementerian BUMN pada periode 2020-2023. Fokus dari proyek ini adalah untuk mempercepat penguatan ketahanan pangan, khususnya dalam hal produksi gula yang mendukung kemakmuran negara. Sebagai pabrik gula ke-36 dalam Grup PTPN, PT SGN memiliki rencana untuk memperluas areal lahan perkebunannya hingga 700.000 hektar pada tahun 2028, dengan tujuan untuk menjadi perusahaan gula terbesar di Indonesia. Perusahaan ini mengutamakan prinsip profesionalisme, integritas, efisiensi, dan efektivitas sebagai pedoman utama. Saat ini, PT SGN mengelola pabrik gula yang tersebar di berbagai daerah, seperti Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Lampung, Cekungan Tengah, dan Sulawesi Timur serta Selatan.

Berdasarkan keterlibatan langsung dalam program di PT Sinergi Gula Nusantara selama empat bulan, terdapat peningkatan kebutuhan akan mekanisme penjualan yang transparan dan terorganisir. Kebutuhan ini tumbuh seiring dengan perkembangan pasar dan keragaman dalam rantai distribusi. Sebagai salah satu komoditas strategis dalam perekonomian Indonesia, Gula Kristal Putih (GKP) memerlukan manajemen distribusi yang terpadu guna memastikan kestabilan ekonomi dan kelancaran distribusi(Hidayati, 2024). Penerapan sistem lelang dalam pengelolaan penjualan menjadi inovasi penting untuk meningkatkan efisiensi distribusi GKP.

Selama program ini dijalankan oleh di divisi pemasaran dan penjualan, penulis menemukan bahwa sistem lelang memberikan keunggulan signifikan, seperti transparansi dalam penetapan harga dan alokasi sumber daya ekonomi yang lebih optimal. Menurut (Khisna. V, 2009), mekanisme lelang memungkinkan penetapan harga yang lebih objektif dan kompetitif, sehingga dapat memberikan manfaat besar bagi semua pihak yang terlibat. Selain itu, sistem ini membantu mengurangi ketidaksesuaian harga dan meningkatkan efisiensi distribusi. Hukum Lelang di Indonesia diatur oleh Undang-Undang No. 4 Tahun 2004 tentang Penagihan Pajak dengan Surat Paksa dan peraturan lainnya. Dalam *Hukum Lelang* (Usman, 2015), dijelaskan bahwa lelang merupakan metode jual beli terbuka yang menentukan harga tertinggi. Prinsip dasar lelang bertujuan memastikan harga yang sesuai pasar serta distribusi barang yang adil. Penerapan hukum lelang dalam penjualan Gula Kristal Putih (GKP) akan meminimalkan penyimpangan, menciptakan persaingan sehat, dan mengoptimalkan alokasi sumber daya. Dengan sistem lelang yang transparan, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi distribusi dan memperkuat kepercayaan konsumen serta mitra, seperti yang dijelaskan dalam buku tersebut.

Dalam upayanya untuk meningkatkan kinerja penjualan, PT Sinergi Gula Nusantara mengadopsi mekanisme lelang sebagai strategi manajemen penjualan GKP. Selama magang, penulis mendapatkan bahwa keberhasilan implementasi sistem ini sangat bergantung pada kesiapan infrastruktur dan pemahaman pasar yang memadai (Paul, 2004). Observasi langsung terhadap sistem lelang menunjukkan bahwa optimalisasi manajemen penjualan GKP melalui mekanisme ini tidak hanya bertujuan meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan distribusi yang lebih terstruktur dan dapat dipertanggungjawabkan.

Program pengabdian masyarakat yang dirancang ini didasarkan pada hasil observasi dan pengalaman selama magang di PT Sinergi Gula Nusantara. Fokus utamanya adalah meningkatkan efisiensi operasional dan mengembangkan kompetensi sumber daya manusia dalam mengelola sistem lelang, yang diidentifikasi sebagai elemen kunci selama masa magang. Melalui kombinasi praktik langsung dan analisis teoritis, diharapkan akan terwujud prototipe pengelolaan penjualan GKP yang lebih efektif, yang dapat menjadi model bagi industri gula di Indonesia.

## Metode

Program pengabdian ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yang melibatkan kolaborasi aktif antara pihak PT Sinergi Gula Nusantara dan pihak terkait dalam pengelolaan lelang Gula Kristal Putih (GKP). Menurut (Abdul Rahmat & Mira Mirnawati, 2020) Participatory Action Research (PAR) adalah pendekatan penelitian yang tidak hanya bertujuan memperoleh kebenaran ilmiah, tetapi juga menciptakan perubahan sosial yang diharapkan melalui partisipasi aktif masyarakat dalam penelitian dan implementasi kebijakan. Dalam konteks ini, PAR digunakan dalam pengelolaan lelang Gula Kristal Putih (GKP) di PT Sinergi Gula Nusantara untuk mengidentifikasi permasalahan, melaksanakan perbaikan, dan mengevaluasi hasil guna meningkatkan efisiensi proses lelang.

Dalam program pengabdian ini, PAR digunakan sebagai pendekatan dalam pengelolaan lelang Gula Kristal Putih (GKP) di PT Sinergi Gula Nusantara. Melalui metode ini, kolaborasi aktif dilakukan antara tim operasional lelang, pimpinan divisi pemasaran dan penjualan, serta pihak dalam jaringan distribusi, termasuk para pembeli produk melalui lelang. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi permasalahan, melaksanakan perbaikan, dan mengevaluasi hasil guna meningkatkan efisiensi dalam sistem lelang GKP. Kegiatan ini dilaksanakan di Representative Office PT Sinergi Gula Nusantara, khususnya di divisi pemasaran dan penjualan, dengan fokus utama pada pengelolaan lelang GKP. Program ini berlangsung selama empat bulan, dari Agustus hingga Desember 2024.

Pihak yang terlibat dalam kegiatan ini meliputi tim operasional lelang, pimpinan divisi pemasaran dan penjualan, serta pihak-pihak dalam jaringan distribusi, termasuk pembeli produk melalui lelang.

Data dikumpulkan melalui tiga cara utama:

1. Observasi Partisipatif dilakukan dengan terlibat langsung dalam setiap tahapan lelang GKP, termasuk persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi pasca lelang. Observasi bertujuan untuk memahami alur proses, mengidentifikasi masalah, dan mengevaluasi efisiensi setiap tahap lelang.
2. Wawancara Mendalam dengan individu kunci, seperti pelaksana lelang, pimpinan divisi, dan pembeli produk. Wawancara ini untuk mendapatkan informasi lebih dalam tentang masalah yang dihadapi dan kemungkinan perbaikan dalam sistem lelang.

3. Analisis Dokumen terhadap laporan kinerja lelang sebelumnya, data historis, dan dokumen terkait pemasaran dan penjualan, guna mengevaluasi efektivitas pengelolaan lelang yang telah berlangsung.

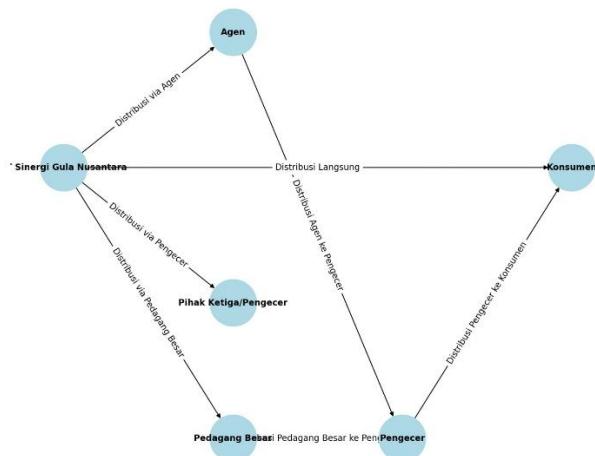
Tahapan-tahapan pelaksanaan pengabdian terdiri dari:

1. Tahap Persiapan
  - a. Survey dan Pengumpulan Data; Mengidentifikasi kondisi pasar, mengevaluasi kinerja lelang sebelumnya, serta memastikan kesiapan stok GKP yang akan dilelang.
  - b. Menentukan Sasaran dan Peserta Lelang; Mengundang calon pembeli potensial, termasuk mitra bisnis strategis, serta memastikan kriteria peserta lelang sesuai dengan kebijakan SGN.
  - c. Koordinasi dan Penyusunan Jadwal Lelang; Menyusun jadwal lelang, menetapkan mekanisme pelaksanaan, serta memastikan kesiapan sistem dan regulasi yang berlaku.
2. Tahap Pelaksanaan
  - a. Pembukaan dan Sosialisasi Mekanisme Lelang; Menyampaikan prosedur lelang, regulasi, serta ketentuan harga dan sistem penawaran kepada peserta.
  - b. Proses Lelang GKP; Pelaksanaan lelang secara transparan sesuai dengan sistem yang diterapkan di SGN, termasuk mekanisme penawaran dan penentuan pemenang.
  - c. Penutupan dan Pengumuman Hasil Lelang; Menetapkan pemenang, mendokumentasikan hasil, dan menginformasikan proses selanjutnya kepada peserta.
3. Tahap Evaluasi
  - a. Analisis Kinerja Lelang; Mengevaluasi efektivitas sistem lelang berdasarkan jumlah peserta, harga jual, dan kepuasan stakeholder.
  - b. Identifikasi Kendala dan Perbaikan Sistem; Mengumpulkan umpan balik dari peserta dan pelaksana untuk mengidentifikasi hambatan serta menyusun strategi perbaikan.
  - c. Penyusunan Rekomendasi untuk Lelang Selanjutnya; Merancang strategi optimal untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan daya saing sistem lelang di SGN.

## Hasil dan Pembahasan

- a. Alur Distribusi penjualan produk PT. Sinergi Gula Nusantara

Selama terlibat dalam program di PT Sinergi Gula Nusantara (SGN), penulis mengumpulkan berbagai data yang berfokus pada proses distribusi dan pemasaran produk gula. Berdasarkan pengamatan, terdapat beberapa saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan untuk menjangkau konsumen dan memasarkan produk gula mereka. Berikut adalah saluran distribusi yang ditemukan selama program tersebut.



Gambar 1 Distribusi Produk PT. Sinergi Gula Nusantara

1. Distribusi Langsung, PT SGN mengirim produk gula langsung ke konsumen tanpa perantara, yang efisien, mengurangi biaya, dan mempercepat aliran produk.
  2. Distribusi Melalui Pengecer atau Pihak Ketiga, Produk gula disalurkan ke konsumen melalui pengecer atau pihak ketiga untuk memperluas jangkauan di daerah sulit dijangkau.
  3. Distribusi Melalui Pedagang Besar, Gula dikirim ke pedagang besar, yang kemudian mendistribusikan ke pengecer dan akhirnya ke konsumen.
  4. Distribusi Melalui Agen, Produk gula disalurkan dari produsen ke agen, yang kemudian mendistribusikan ke pengecer.
  5. Distribusi Melalui Saluran yang Lebih Panjang, Produk mengalir melalui agen, pedagang besar, dan pengecer untuk mencakup area lebih luas dan meningkatkan volume penjualan.
- b. Digitalisasi dan Automasi Lelang
- Saat ini, PT Sinergi Gula Nusantara masih mengandalkan penjualan dalam jumlah besar, minimal 500 ton, dan seluruh transaksi penjualan dilakukan melalui sistem lelang yang dikelola oleh Divisi Pemasaran. Proses distribusi dilakukan dengan melibatkan pedagang atau distributor gula yang menjembatani produk hingga sampai kepada konsumen akhir. Setelah pembeli terpilih melalui lelang, Delivery Order (DO) dikeluarkan untuk proses pengambilan barang (gula atau molase) dari gudang, yang kemudian akan diteruskan hingga ke konsumen. Penulis juga memperoleh data tentang mekanisme lelang gula kristal putih (GKP) yang dilakukan oleh PT SGN. Proses lelang ini memiliki beberapa tahapan yang penting dalam menentukan harga dan distribusi gula. Berdasarkan pengamatan penulis selama kegiatan pengabdian, tahapan-tahapan lelang adalah sebagai berikut:



Gambar 2 Pelaksanaan Lelang

1. Proses Pengajuan Penjualan atau Lelang Gula, Setelah stok gula di Pabrik Gula (PG) mencapai jumlah minimal untuk dijual, PG akan mengajukan permohonan lelang atau penjualan kepada PT SGN. Pengajuan ini mencantumkan jumlah total gula yang siap dilelang atau dijual.
2. Permohonan untuk Melaksanakan Lelang GKP, PT SGN akan mengirimkan surat permohonan kepada KPBN, yang berfungsi sebagai badan yang mengatur pemasaran dan penjualan semua komoditi dalam holding Perkebunan Nusantara. Surat tersebut berisi permohonan untuk menyelenggarakan lelang GKP, lengkap dengan rincian jumlah komoditi yang akan dilelang serta jadwal lelang yang direncanakan.
3. Pengiriman Price Idea (PI), Berdasarkan surat permohonan pelaksanaan lelang, PT SGN akan menyampaikan Price Idea (PI) kepada KPBN. Hal ini merujuk pada kesepakatan yang tercatat di memo antar Direktorat Pemasaran Holding Perkebunan Nusantara.
4. Pengiriman Undangan untuk Lelang, Setelah lelang disetujui, PT SGN akan mengirimkan undangan kepada Pabrik Gula yang bersangkutan, mengundang mereka untuk hadir pada acara lelang sesuai jadwal yang tertera.
5. Proses Pelaksanaan Lelang
  - a. Lelang akan dilaksanakan pada tanggal yang sudah ditentukan oleh pihak yang berwenang.
  - b. Divisi Pemasaran PT SGN akan menyampaikan Price Idea (PI) pada saat lelang berlangsung.
  - c. Barang yang akan dilelang dapat ditemukan di gudang masing-masing Pabrik Gula terkait.
  - d. Tanggung jawab pelaksana lelang meliputi: Menginformasikan kepada semua pihak terkait tentang pelaksanaan lelang, Mengevaluasi dan menilai setiap tawaran harga yang masuk, Menetapkan pembeli berdasarkan penawaran harga, Menyusun berita acara pelaksanaan lelang, Melaksanakan tugas lain yang relevan dengan proses lelang.
6. Prosedur Penawaran Harga:
  - a. Lelang akan tetap dilanjutkan meskipun hanya ada satu peserta yang mengikuti lelang.
  - b. Setiap peserta diberikan waktu setidaknya satu jam untuk mengajukan tawaran harga.

- c. Jika tawaran harga yang masuk berada di bawah harga yang tercantum dalam Price Idea, peserta pertama yang menawarkan harga tertinggi diberi kesempatan untuk melakukan Counter Bid dalam waktu 15 menit.
- d. Jika peserta pertama tidak melanjutkan atau waktu Counter Bid habis, peserta berikutnya diberikan kesempatan yang sama.
- e. Jika terdapat dua atau lebih peserta dengan penawaran harga yang sama dan lebih rendah dari harga yang diinginkan, pelaksana lelang akan memberikan kesempatan pertama kepada peserta yang responsif untuk melakukan Counter Bid dalam waktu 15 menit.
- f. Penetapan Pembeli: Pembeli akan ditentukan berdasarkan tawaran harga tertinggi yang memenuhi atau melebihi harga yang diinginkan. Jika semua tawaran berada di bawah harga yang telah ditentukan, maka lelang dinyatakan gagal.
- g. Rekapitulasi Hasil Lelang, Rekap hasil lelang akan mencantumkan informasi mengenai produsen (SGN/TR/PTPN), Pabrik Gula yang terlibat, volume komoditi yang dilelang, serta harga penawaran yang diterima dari setiap peserta lelang.
- h. Tender Final Gula, Tender final mencatat hasil akhir lelang, termasuk pemenang dan kesepakatan volume serta harga yang diterima selama proses lelang.
- i. Berita Acara Lelang, Dokumen ini berfungsi sebagai pencatatan hasil lelang, termasuk waktu pelaksanaan, status kepemilikan komoditi (SGN/TR/PTPN), jumlah gula yang dilelang di setiap Pabrik Gula, serta harga penawaran yang diterima dari peserta lelang.
- j. Surat Perintah Setor (SPS), Setelah pemenang lelang ditetapkan, PT SGN akan mengeluarkan SPS sebagai instruksi bagi pemenang untuk melakukan pelunasan pembayaran dalam jangka waktu tujuh hari kerja. SPS ini hanya berlaku untuk pembayaran dan bukan untuk pengambilan barang. Apabila terjadi keterlambatan dalam pelunasan, maka pemenang lelang akan dikenakan sanksi atau denda sesuai dengan ketentuan yang berlaku di PT SGN.

Program di PT Sinergi Gula Nusantara, Memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai strategi distribusi dan pemasaran produk gula yang dijalankan perusahaan. PT SGN memanfaatkan berbagai saluran distribusi yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar serta efisiensi operasional. Saluran distribusi yang beragam memberikan fleksibilitas bagi perusahaan untuk mengoptimalkan pencapaian pasar, menekan biaya operasional, serta memberikan layanan yang lebih baik kepada konsumen.

c. Peningkatan Transparasi dan Akuntabilitas

RESULT TENDER GULA									
							Harga dalam IDR, per IDR/Ton		
Pembeli		Penyerahan		Volume (Ton)	Traded (IDR)	Counter (IDR)	Bid (IDR)	Note	Pembeli
	Paket I	Loco Pabrik Gula		2,000			15,509,999,00	Counter	ICMK
							15,509,999,00	Counter	SBK
							15,509,998,00	Counter	GSHL
							15,910,000,00	Counter	ICMK
	Paket II	Loco Pabrik Gula		500			15,509,999,00	Counter	ICMK
							15,300,000,00	Counter	ICMK
	Paket III	Loco Pabrik Gula		500			15,299,999,00	Counter	ICMK
							15,299,999,00	Counter	GSHL
	Paket IV	Loco Pabrik Gula		500			15,027,000,00	Counter	MPN
							15,010,000,00	Counter	HKG
							15,000,000,00	Counter	BSI
							15,200,000,00	Counter	ICMK
	Paket V	Loco Pabrik Gula		500			15,299,999,00	Counter	SBK
							15,299,999,00	Counter	GSHL
	Paket VI	Loco Pabrik Gula		500			15,119,000,00	Counter	APST
							15,080,000,00	Counter	KSN
							15,010,000,00	Counter	HKG
	Total Volume			4,500					

1. Pembeli Login/Penawaran (Quorum) terlampir

2. Pengumuman hasil lelang akan diumumkan melalui media sosial resmi PT. KPB Nusantara

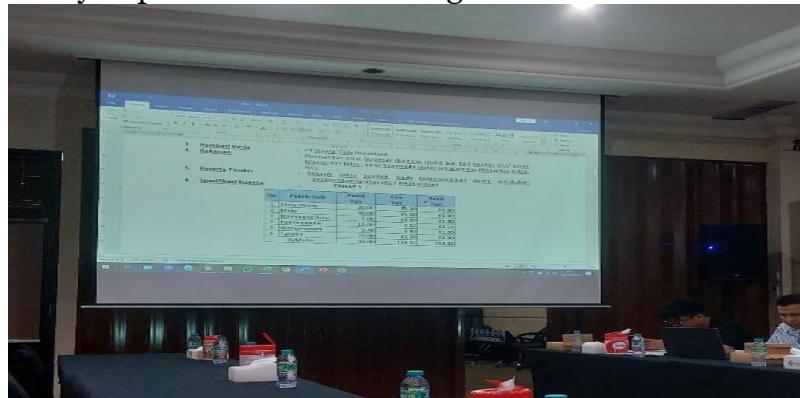
Gambar 3. Penyampaian Price Idea(PI) Sebelum Sesi Lelang

Dalam praktiknya, PT SGN menerapkan sistem lelang untuk penjualan

gula kristal putih (GKP), yang bertujuan untuk menetapkan harga yang adil dan terbuka. Salah satu manfaat utama dari metode lelang ini adalah untuk mencegah peredaran gula yang tidak tercatat atau yang dijual melalui jalur distribusi ilegal, sebagaimana dijelaskan dalam jurnal (Lestari et al., 2024), yang menyebutkan bahwa PT Sinergi Gula Nusantara (PT SGN) memainkan peran penting dalam pengelolaan produksi gula di lingkungan Grup PTPN, dengan tujuan mencapai kemandirian produksi gula dalam negeri melalui pengelolaan yang efisien dan strategi pemasaran yang tepat, termasuk penerapan sistem lelang yang adil. Perusahaan menekankan pentingnya profesionalisme dan keterbukaan dalam proses lelang, memastikan adanya persaingan yang sehat, serta praktik bisnis yang berkelanjutan, sambil memberikan kontribusi bagi sektor pertanian di Indonesia.

Lelang yang diterapkan oleh PT Sinergi Gula Nusantara (SGN) terbukti efektif dalam menciptakan harga yang lebih seimbang dan terbuka, yang dapat mengurangi ketidakpastian antara pembeli dan penjual. Sistem lelang ini merupakan strategi yang efisien untuk menentukan harga yang sesuai dengan kebutuhan pasar, sekaligus mengurangi kesenjangan informasi yang sering muncul di antara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Dengan menggunakan metode lelang, kesepakatan harga yang tercapai lebih mencerminkan nilai sesungguhnya dari produk, yang dapat memperkuat posisi perusahaan di pasar gula (ADIPUTRI NUGRAHENI, 2019).

#### d. Evaluasi dan Penyempurnaan Sistem Lelang



Gambar 4. Evaluasi dan Result Lelang

Sistem lelang di PT Sinergi Gula Nusantara ini juga mendukung tujuan perusahaan untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen dan distributor, sesuai dengan prinsip-prinsip pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler dalam Marketing Management. Kotler menekankan pentingnya transparansi dalam kegiatan pemasaran untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya dapat membangun loyalitas mereka terhadap produk yang ditawarkan (Kotler, 2016). Dengan melibatkan proses lelang terbuka, PT SGN dapat meningkatkan kredibilitasnya di mata konsumen dan mitra distribusinya.

Penerapan sistem lelang pada penjualan gula ini juga sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Vijay Khisna dalam Auction Theory, yang menyoroti bagaimana lelang memberikan kesempatan yang adil kepada semua peserta untuk mengajukan penawaran mereka. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam alokasi barang, tetapi juga menjamin bahwa harga yang ditentukan lebih mencerminkan kondisi pasar yang sesungguhnya (Khisna, 2016). Dalam hal ini, lelang yang diadakan oleh PT SGN memaksimalkan potensi pasar dengan memastikan alokasi gula yang optimal melalui mekanisme

yang terbuka dan transparan.

Walau demikian, pelaksanaan lelang tidak tanpa tantangan. Penulis mencatat bahwa proses penetapan harga sering kali sulit, terutama ketika harga yang ditawarkan peserta lelang berada di bawah harga limit yang sudah ditentukan. Namun, kehadiran KPBN sebagai pihak ketiga yang mengelola lelang ini memberi nilai lebih dalam menjaga integritas dan efisiensi proses lelang, meskipun kadang-kadang memperpanjang waktu pelaksanaan.

### Kesimpulan

Gula Kristal Putih (GKP) merupakan salah satu komoditas strategis yang memerlukan pengelolaan penjualan yang transparan dan efisien. Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan di PT Sinergi Gula Nusantara (SGN), ditemukan bahwa penerapan sistem lelang dalam penjualan GKP memberikan dampak positif terhadap transparansi harga dan efisiensi distribusi. Hal utama yang masih menjadi kendala dalam sistem ini adalah pemahaman para pelaku pasar terhadap mekanisme lelang serta kesiapan infrastruktur yang belum optimal. Oleh sebab itu, melalui implementasi strategi yang lebih baik, seperti digitalisasi proses lelang, sosialisasi kepada pemangku kepentingan, serta peningkatan kompetensi sumber daya manusia, diharapkan sistem lelang ini dapat berjalan lebih efektif. Dengan adanya pendampingan dan optimalisasi dalam pengelolaan lelang, PT SGN telah mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan menciptakan sistem distribusi yang lebih terstruktur. Sebelumnya, proses penjualan masih menghadapi tantangan dalam transparansi harga dan ketepatan distribusi, tetapi dengan sistem lelang yang diterapkan, kini mekanisme penjualan dapat berjalan lebih adil dan kompetitif. Sehingga, dengan adanya inovasi dan evaluasi yang berkelanjutan, mekanisme lelang di PT SGN dapat terus berkembang dan menjadi solusi yang lebih optimal dalam meningkatkan efisiensi distribusi serta memperkuat daya saing di industri gula nasional.

### Daftar Pustaka

- Abdul Rahmat, & Mira Mirnawati. (2020). *MODEL PARTICIPATION ACTION RESEARCH DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*. <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index>
- ADIPUTRI NUGRAHENI, R. (2019). *EFEKTIVITAS LELANG GULA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA XI SURABAYA*.
- Hidayati, N. (2024). PROSES PENJUALAN GULA KRISTAL PUTIH DAN MELALUI LELANG PADA PT SINERGI GULA NUSANTARA. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 6(1), 415–419. <https://doi.org/10.556442/EABMIJ.V6I1.549>
- Khisna. V. (2009). *Auction theory*. Academic Press.
- Kotler, P. , & K. K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, A. D., Kusumasari, I. R., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2024). PROSES PENJUALAN GULA KRISTAL PUTIH MELALUI LELANG DENGAN MENGGUNAKAN SISTEM ELECTRONIC TENDER (E-TENDER) PADA PT SINERGI GULA NUSANTARA. <https://doi.org/https://doi.org/10.33005/jbi.v16i2.4911>
- Paul, Klemperer. (2004). *Auctions : theory and practice*. 246.
- Usman, R. (2015). *Hukum Lelang* (Tarmizi, Ed.). Sinar Grafika.