

ABSTRAK

Penjualan mempunyai peran penting dalam sebuah perusahaan karena dengan penjualan yang besar maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan. Penjualan juga diperlukan untuk sumber pendapatan untuk menutupi segala biaya yang dibutuhkan perusahaan. Persaingan usaha saat ini sangatlah kompetitif antar perusahaan, perusahaan harus mempertahankan eksistensinya agar kegiatan operasional tetap berjalan dengan baik. Karena nilai keuntungan atau kerugian yang diperoleh dari penjualan berdampak pada aktivitas penjualan.

Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan. Biaya promosi yang dilakukan bertujuan untuk mengenalkan produk yang ditawarkan perusahaan supaya para konsumen mengetahui produk yang dikeluarkan oleh perusahaan. Biaya distribusi adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mendistribusikan produk kepada para pelanggan atau konsumen, serta menyalurkannya kepada para pelanggan yang membutuhkannya.

Penelitian ini menggunakan objek perusahaan manufaktur perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 – 2020. Populasi pada penelitian ini adalah berjumlah 13 perusahaan namun hanya 11 perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian. Teknik analisi yang digunakan adalah pada penelitian ini adalah regresi data panel dengan pengelolaan menggunakan software Eviews 12.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan, sedangkan biaya distribusi tidak berpengaruh terhadap penjualan. Secara parsial biaya promosi berpengaruh positif terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponennya periode 2017 – 2020.

Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel penelitian dan objek penelitian, agar penelitian ini bias menjadi wawasan tambahan bagi para pembaca dan peneliti yang akan datang. Sementara untuk perusahaan agar data yang dikeluarkan lebih spesifik, dan melengkapi data yang belum ada, karena sangat dibutuhkan untuk para investor dan masyarakat.

Kata Kunci : Biaya Distribusi, Biaya Promosi, Penjualan