

Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Industri Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)

Maria Octavia Gale ¹, Henrikus Herdi ²

Pipiet Niken Aurelia ³

Jurusan Akuntansi, Universitas Nusa Nipa Maumere, Indonesia

E-mail : mariaoctaviagale@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of distribution costs on increasing sales volume in food and beverage sector manufacturing industry companies listed on the IDX in 2020-2022. This research uses quantitative methods, this research was carried out on Food and Beverage Sector Manufacturing Industry Companies Listed on the IDX, and data taken for three years starting from 2020-2022 and the calculation uses data per semester consisting of Distribution Costs and Sales Volume. Data collection is carried out by documentation method. The population in this study is all Financial Statements of Food Sector Manufacturing Companies and Minimums Listed on the IDX from 2020-2022 totaling 78 Financial Statements Where the sample processed is part of the total population in the Income Financial Statements per semester in the 2020-2022 period which amounts to 24 Income Financial Statements. The data analysis carried out was by descriptive statistics and simple linear regression analysis while for significant testing using the t test. The results showed that: Distribution costs have a significant effect on sales volume in Food and Beverage Sector Manufacturing Industry Companies Listed on the IDX.*

Keywords: *Distribution Cost, Sales Volume*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya distribusi terhadap peningkatan volume penjualan pada perusahaan industri manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini dilaksanakan pada Pada Perusahaan Industri Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di BEI , dan data yang diambil selama tiga tahun mulai tahun 2020-2022 dan perhitungannya menggunakan data per semester yang terdiri dari Biaya Distribusi dan Volume Penjualan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi . Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di BEI dari tahun 2020-2022 berjumlah 78 Laporan Keuangan Dimana sampel yang diolah ialah bagian dari jumlah populasi yang ada pada Laporan Keuangan Laba Rugi per semester pada periode 2020-2022 yang berjumlah 24 Laporan Keuangan Laba Rugi. Analisis data yang dilakukan adalah dengan statistik deskriptif dan analisis regresi linier sederhana sedangkan untuk pengujian signifikan menggunakan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Biaya distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan pada Pada Perusahaan Industri Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di BEI.

Kata Kunci: Biaya Distribusi, Volume Penjualan

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan. Secara umum tujuan dari perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya agar perusahaan tersebut tetap mempertahankan kelangsungan hidupnya. Namun menurut (Sendouw & Soepeno 2018:1089) “ tujuan perusahaan didirikan yakni untuk meningkatkan volume penjualan, mempertinggi gaya saing dan meminimalkan biaya produksi untuk mencapai laba maksimal. Gutinan (Kurnia , 2016:170) yang menyebutkan bahwa “Volume Penjualan adalah besarnya kapasitas produk atau jasa yang dijual.” untuk meningkatkan penjualan proses distribusi harus mendapat perhatian, guna menjangkau masyarakat yang lebih luas. Untuk mencapai tingkat penjualan yang diharapkan oleh perusahaan maka perusahaan dalam menjalankan pemasarannya diperlukan adanya penentuan komposisi keseimbangan unsur-unsur pemasaran yang dikenal dengan istilah bauran pemasar (marketing mix) dimana marketing mix ini merupakan panggabungan unsur pemasaran yang terdiri dari penawaran produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi. Proses distribusi suatu perusahaan dapat meningkatkan hasil penjualan, karena masyarakat di daerah akan mengenal produk yang ditawarkan. Secara umum menurut Tjiptono (Sendouw & Soepeno 2018: 1090)“ Distribusi diartikan sebagai suatu kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.” Disamping saluran distribusi tentu adanya biaya distribusi yang dikeluarkan, “Biaya adalah suatu bentuk pengorbanan terhadap sumber ekonomi yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, dimana hal tersebut sudah terjadi atau mungkin akan terjadi dalam upaya suatu perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa (Purwaji *et all*, 2018).”

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Suryo Adi Prasajo dkk, pada tahun 2017 tentang Pengaruh Biaya Distribusi dan Harga Produk terhadap Volume Penjualan Ekspor pada Pupuk Organik San 500gr dengan hasil penelitian Biaya Distribusi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan tetapi Harga Produk berpengaruh terhadap volume penjualan. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Maulana *et all* pada tahun 2021 tentang Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan Perusahaan PT Gavinda Anugrah dengan hasil penelitian Biaya Promosi dan Biaya Distribusi secara parsial mempengaruhi Volume penjualan. Setelah melihat penelitian-penelitian terdahulu dari beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian menunjukkan *research gap* yang tidak konsisten (inkonsistensi) dalam hasil penelitian yang masih menunjukkan hasil yang beragam, maka untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat dan terbaru peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut kembali pada perusahaan industri manufaktur sektor makanan dan minuman terdaftar di Bursa

Efek Indonesia (BEI) dengan data yang sesuai dengan kondisi saat ini. Dalam penelitian ini dilakukan pengembangan baik dari variabel yang diteliti maupun perusahaan serta tahun penelitian. Dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Perusahaan Industri Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022)”

TINJAUAN PUSTAKA

Volume Penjualan

Menurut teori Basu Swastha dalam (Gusrizaldi & Komalasari, 2016) “Penjualan merupakan ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjualan untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.” Selain itu didukung juga oleh teori lain yang dikemukakan oleh Philip Kotler dalam (Gusrizaldi & Komalasari, 2016) yang menyebutkan “Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi-pribadi dan disesuaikan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang yang ditawarkan.”

Menurut Rangkti (2009:57), “Volume Penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Naik turunnya penjualan bisa dilihat dari unit, kilogram, liter dari hasil penjualan produk”. Sedangkan menurut Daryono (2011:187), “Volume Penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual.

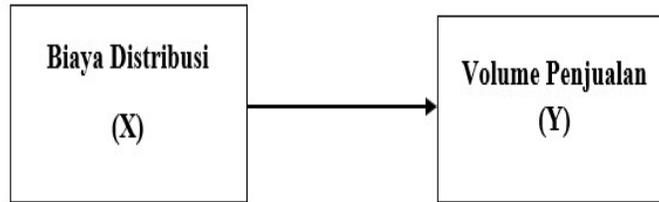
Biaya Distribusi

Menurut Dadan Ramdani (2020:03) “Biaya merupakan biaya pengorbanan sumber ekonomis yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”. “Biaya adalah suatu bentuk pengorbanan terhadap sumber ekonomi yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, dimana hal tersebut sudah terjadi atau mungkin akan terjadi dalam upaya suatu perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa (Purwaji dkk, 2018)”. Menurut Dunia dkk, “Biaya merupakan suatu pengeluaran untuk mendapatkan yang bermanfaat di waktu yang akan datang, atau memiliki kegunaan lebih dari suatu periode akuntansi.

Menurut Mulyadi dalam Sinaga (2015:4) biaya distribusi merupakan bagian dari keseluruhan biaya pemasaran yang meliputi: Biaya transportasi (biaya transportasi ini merupakan sekumpulan biaya-biaya yang meliputi: biaya angkutan umum dan kontrak seperti biaya kereta api, biaya sewa truck, biaya perawatan armada, biaya angkutan udara dan biaya angkutan laut).

Sedangkan Menurut Ardiyoso dalam (Putra et al, 2016:2) adalah “Biaya yang terjadi guna memasarkan atau mengirimkan suatu produk.” Menurut Abdul halim (2012) “Biaya distribusi adalah biaya yang terjadi untuk menjual dan mengirim produk”.

Kerangka Berpikir



H1: Biaya Distribusi berpengaruh Terhadap Volume Penjualan

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018) di kutip oleh Nurmalita Sari dkk (2022:47) menyatakan bahwa hipotesis merupakan dugaan terhadap keadaan variabel mandiri, perbandingan keadaan variabel pada berbagai sampel, dan merupakan dugaan terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih dan dinyatakan dalam kalimat yang jelas sehingga tidak menimbulkan berbagai penafsiran yang dapat di uji dengan data yang di kumpulkan dengan metode ilmiah.

Tujuan dari distribusi adalah menekankan penambahan pelanggan baru, menjalin kerja sama dengan para distributor, mempertahankan posisi penjualan serta untuk meningkatkan volume penjualan. Kegiatan distribusi yang dilakukan oleh Perusahaan pastinya memerlukan anggaran yang cukup memadai agar tujuan utama meningkatkan penjualan dapat tercapai. Sedangkan distribusi dilaksanakan dengan harapan akan meningkatkan volume penjualan dengan asumsi bahwa semakin ditingkatkan kegiatan distribusi yang dikeluarkan semakin besar, maka volume penjualan akan naik.

H1: Biaya Distribusi berpengaruh Terhadap Volume Penjualan

METODE PENELITIAN

Metodologi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif, Sugiyono (2018:8) menyatakan metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada populasi atau sampel tertentu, yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data menggunakan beberapa instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan. Di harapkan dalam penelitian ini dapat menjelaskan suatu konsep penelitian yang bermanfaat untuk menguraikan dan mengendalikan setiap fenomena yang ada, hal ini penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh yang di miliki antara (variabel independen X). Biaya Distribusi terhadap variabel dependen Y yaitu Volume Penjualan (Y) pada Perusahaan Industri Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minimuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2020 sampai 2022 berjumlah 78 Laporan Keuangan. Sampel yang diolah dalam penelitian ini ialah bagian dari jumlah populasi yang ada pada Laporan Keuangan Laba Rugi per semester pada periode 2020 sampai 2022 yang berjumlah 24 Laporan Keuangan Laba Rugi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 1. Hasil Analisi Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean
X	24	731.699.162,00	1.200.337.864.867,00	227.975.660.003,7917
Y	24	84.418.605.752,00	3.935.182.048.668,00	1.098.600.207.477,1250
Valid N (listwise)	24			

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa variabel Biaya Distribusi (X) memiliki nilai minimum sebesar Rp.731.699.162,00 dan nilai maksimum sebesar Rp.1.200.337.864.867,00 dan nilai rata-rata sebesar Rp.227.975.660.003,7917. Variabel Volume Penjualan (Y) memiliki nilai minimum sebesar Rp.84.418.605.752,00 dan nilai maksimum sebesar Rp.3.935.182.048.668,00 dan nilai rata-rata sebesar Rp.1.098.600.207.477,1250 .

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		24
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000661
	Std. Deviation	317085121471,52606000
Most Extreme Differences	Absolute	,170
	Positive	,170
	Negative	-,110
Test Statistic		,170
Asymp. Sig. (2-tailed)		,072 ^c

Sumber : Hasil Olah Data

Dari hasil pengolahan data pada Tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan untuk semua variabel lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,952 ^a	,906	,902	324211519616,72410	1.049

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas (X2), Ukuran Perusahaan (X1)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Nilai DW pada tabel di atas sebesar 1,049. Berdasarkan kriteris pengambilan keputusan di atas maka dapat disimpulkan bahwa nilai DW berada diantara - 2 dan + 2 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam model yang digunakan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1.	(Constant)	551203535869,487	76121997900,538		7,241	,000
	X	2,401	,165	,952	14,553	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel di atas, selanjutnya ditentukan model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = 551203535869,487 + 2,401X$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas maka dapat dijelaskan untuk konstanta dan koefisien regresi dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta (bo) : 551203535869,487

Nilai konstan untuk persamaan regresi adalah 551203535869,487 dengan parameter positif. Hal ini berarti bahwa tanpa adanya variabel biaya distribusi (X), maka volume penjualan (Y) sudah sebesar Rp. 551.203.535.869,487

2. Koefisien regresi X (b) : 2,401

Besar nilai koefisien regresi untuk variabel (X) adalah 2,401 dengan parameter positif. Koefisien regresi ini dapat dijelaskan bahwa jika terjadi kenaikan pada variabel biaya distribusi (X) sebesar satu-satuan, akan mengakibatkan terjadi kenaikan pada variabel volume penjualan (Y) sebesar 2,401 satuan.

Tabel 5. Koefisien Korelasi Pearson Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	,952**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	24	24
Y	Pearson Correlation	,952**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	24	24

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Olah Data ,2023

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel di atas terlihat bahwa hubungan antara biaya distribusi (X) dengan volume penjualan (Y) adalah sebagai berikut: nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,952, nilai ini terletak antara Interval koefisien 0,800 – 1,000 sehingga tingkat hubungan antara biaya distribusi (X) dengan volume penjualan (Y) diinterpretasikan **Sangat Kuat**.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Koefisien Determinasi Model Summary Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,952 ^a	,906	,902		324211519616,72410

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,902 yang berarti kontribusi variabel Biaya Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Perusahaan Industri Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022) sebesar 90,2% sedangkan sisanya sebesar 9,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Biaya Distribusi (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) (Studi Kasus pada Perusahaan Industri Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022). Biaya –biaya yang dibebankan oleh perusahaan akan mempengaruhi harga pokok penjualan termasuk biaya distribusi, rendahnya biaya distribusi akan mempengaruhi harga pokok penjualan yang ditentukan. Oleh karena itu, perlu adanya usaha yang sungguh-sungguh untuk dapat menemukan dan menerapkan pola distribusi yang efektif dan efisien, agar produksi hasil perusahaan dapat tersampai ketangan konsumen, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

2. Besarnya pengaruh variable independen dalam penelitian ini yaitu Biaya Distribusi (X) terhadap Variabel Dependent yaitu Volume Penjualan (Y) sebesar sebesar 90,2% sedangkan sisanya sebesar 9,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini.

Saran

Berkenaan dengan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka penulis juga akan memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat kepada Perusahaan Industri Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022) untuk dapat meningkatkan Volume Penjualan perusahaannya. Adapun saran tersebut, yaitu :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Perusahaan harus mempertahankan atau meningkatkan lagi biaya pendistribusian barang supaya dapat lebih meningkatkan kinerja karyawan bagian tersebut. Hal ini dapat membantu tercapainya ketepatan waktu pendistribusian karena volume penjualan tidak hanya dilihat dari mutu suatu produk saja tetapi juga ketepatan waktu pendistribusian barang kepelanggan.
 - b. Volume penjualan mengalami perubahan setiap bulannya karena dipengaruhi oleh naik turunnya pesanan/order dari pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus menaikkan kapasitas produksinya atau penyediaan bahan baku dan faktor yang berlainannya, sehingga jika ada pesanan mendadak dari pelanggan perusahaan akan lebih cepat mengirim produksi tersebut dan memuaskan pelanggan sehingga para pelanggan tidak akan beralih pada perusahaan lain, semakin banyak pelanggan maka semakin besar pula volume penjualan.
2. Untuk peneliti lain yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang, hendaknya menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi Volume Penjualan seperti : Kualitas Produk, Harga Jual Produk, Harga Jual Produk Pesaing, Promosi Dan Saluran Distribusi, yang diduga akan mempengaruhi Perusahaan Industri Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022).

REFERENSI

- Agus Purwaji dan Wibowo. (2018). *Akuntansi Biaya* (2 ed.). Salemba Empat.
- Ardiyoso. (2016). *Kamus Besar Akuntansi*. Citra Harta Prima.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (2 ed.). PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dince, M. N., & Rangga, Y. D. P. (2021). Kepatuhan Wajib Pajak Di Desa Maluruwu Kecamatan Palue Kabupaten Sikka Ditinjau Dari Aspek Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Penghasilan, Sanksi, Tingkat Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(1), 203–213. <https://doi.org/10.31539/costing.v5i1.2876>
- Diva Maulana, A., Rijalus Sholihin, M., Setyo Liyundira, F., & Widya Gama Lumajang, S. (2021). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan Perusahaan PT. *Gandiva Anugrah Sakti*. 4(1), 284–289. <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/>
- Eko Prasetyo Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah. (2020). *PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT . SINAR NIAGA SEJAHTERA CABANG MEDAN 1(2)*, 63–68. *Vol . 1 No . 2 Agustus 2020*
- F, T. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (Andi (Ed.)).
- Faozaan, A. N., & Bernanthos, B. (2017). Pengaruh Harga Jual, Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pt. Sindokanoman Teknik Indonesia. *Angewandte Chemie International Edition*, 5(2), 69 dan 78.
- Ghozali Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS* (8 ed.). Universitas Diponegoro.
- Islaminati, W. (2023). *Belum Pulih Sepenuhnya, Ini Tantangan Industri Mamin pada 2023*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230212/1627185/belum-pulih-sepenuhnya-ini-tantangan-industri-mamin-pada-2023>
- Izzaty, R. E., Astuti, B., & Cholimah, N. (2017). Kinerja Perusahaan Manufaktur. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Jeklin, A. (2016). *Teori Distribusi*. July, 1–23.
- Kosanke, R. M. (2019). Praktik Penentuan Harga Pokok Produksi Di Kampoeng Gerabah Pagerjurang. *E-Journal.Uajy.Ac.Id*, 8–31.
- Mathematics, A. (2016). *No Title No Title No Title*. 1–23.
- Meidiyustiani, R. 2016. (2016). Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 131–143.
- Muhammad, A. (2010). *Hukum Perusahaan Indonesia*. Pt Citra Aditya Bakti.
- Mulyadi. (2018). *Akuntansi Biaya* (12 ed.). YKPN.
- Niken Aurelia, P., Maria Dilliana, S., Fransiska Jaro, J., & Nusa Nipa, U. (2022). *Analisis Pelaksanaan Sistem Pengeluaran Kas Pada Dinas Pekerjaan Umum Dan Penataan Ruang Kabupaten Sikka*. 1(2).

- Pangaribuan, O. (2020). 6758 Jurnal Sains dan Teknologi-ISTP | 2. *Jurnal Sains dan Teknologi ISTP*, 13(01), 1–9.
- Pasaribu. (2018). *Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan*.
- Philip Khotler, G. M. A. (2008). *Principles Of Marketing* (Eric Svendsen (Ed.)). Pearson Publishing.
- Philip Kothler dan Garry M amstrong. (2012). *Priciples Of Marketing* (E. Svendsen (Ed.)). Pearson Publishing.
- Prasojo, S. A., Setiawan, A., Wahyuni, S., Administrasi, J., Politeknik, B., & Semarang, N. (2017). PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN HARGA PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN EKSPOR PADA PUPUK ORGANIK SAN 500 gr (Studi Kasus Pada PT. Indmira Yogyakarta). *Jurnal JOBS*, 3(1), 2467–8790. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/jobs>
- Pt, P., Amin, N., & Sampang, D. I. (2020). *Pengaruh biaya produksi dan biaya distribusi dalam meningkatkan volum penjualan terhadap laba bersih pada pt. nurul amin di sampang*. 25(1411), 51–60.
- Rangga, Y. D. P., Herdi, H., Rengga, A., & Goo, E. E. K. (2020). Penetapan Jumlah Anggaran dengan Menggunakan Metode Pengaruh Sisa Lebih Perhitungan Anggaran (SiLPA) pada Pemerintah Kabupaten Sikka. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(2), 1–810.
- Rofifah, D. (2020). Tinjauan Umum tentang Perusahaan Bab II. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26. http://repository.radenfatah.ac.id/7827/2/skripsi_BAB_II.pdf
- Rohyana, C. (2021). Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Jasa Barang Di Jne Kuningan. *Land Journal*, 2(1), 95–106. <https://doi.org/10.47491/landjournal.v2i1.1121>
- Samosir, M. S., & Herdi, H. (2021). Analisis Rasio Keuangan Sebagai Penilaian Kinerja Keuangan Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah Iv Maumere. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(1), 506–516.
- Santika, M., Mongshi, W., Luju, E., & Aurelia, P. N. (2023). *PERAN BADAN PERENCANAAN DAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN (BAPELITBANG) DALAM PENINGKATAN KUALITAS PAUD MELALUI PROGRAM HOLISTIK-INTEGRATIF*. 4(2), 2661–2667.
- Schey, J. A. (2009). *Proses Manufaktur Introduction*. Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Swastha, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Swasta, B., & Irawan. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Triwibowo, E. J. (2019). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa-*, 4(2), 90–102.
- Tuju, G. C. M., Kawulur, A. F., & Hamenda, B. (2020). Pengaruh Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1), 29–37.

- Wiyadi, Trisnawati, R., Setiawati, E., & Permatasari, W. I. (2016). Relevansi Nilai Laba Dan Nilai Buku Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating. *The 4th University Research Coloquium*, 90–98. <http://hdl.handle.net/11617/7776>
- Wulandari, N., & Fuadi, S. (2022). Pengaruh Harga, Distribusi Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada PT. Tunas Dwipa Matra Tulang Bawang Barat). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 2(4), 863–871. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i4.1333>