

ABSTRAK

Penjualan merupakan kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang didapat dari aktivitas penjualan ini digunakan sebagai sumber pendapatan untuk menutup segala biaya yang telah perusahaan keluarkan dalam aktivitas penjualannya. Semakin kompetitifnya persaingan usaha saat ini membuat perusahaan harus memperhatikan strategi agar dapat bersaing serta mempertahankan eksistensinya dalam menjalankan kegiatan operasionalnya agar tetap berjalan dengan baik. Oleh karena itu, hasil keuntungan dan kerugian yang diperoleh dari hasil penjualan dapat berdampak pada aktivitas penjualannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta menguji pengaruh dari variabel independen biaya promosi, biaya distribusi, dan biaya produksi terhadap variabel dependen penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022.

Penelitian ini menggunakan objek penelitian perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022. Populasi yang diperoleh pada penelitian ini yaitu sebanyak 50 perusahaan yang konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia namun hanya 21 perusahaan yang diambil sebagai sampel yang memenuhi kriteria penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan dengan teknik analisis yang digunakan yaitu regresi data panel dengan pengujian dilakukan menggunakan *software* Eviews 12.

Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah biaya promosi dan biaya produksi secara parsial berpengaruh positif terhadap penjualan, sedangkan biaya distribusi secara parsial tidak berpengaruh terhadap penjualan. Secara simultan biaya promosi, biaya distribusi, dan biaya produksi berpengaruh terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel penelitian serta menggunakan objek penelitian yang berbeda. Sementara bagi perusahaan diharapkan agar terus memaksimalkan dan mengoptimalkan pengeluaran terhadap biaya promosi dan biaya produksi agar dapat meningkatkan penjualannya dan memperoleh keuntungan yang tinggi.

Kata Kunci : Biaya Promosi, Biaya Distribusi, Biaya Produksi, Penjualan