

# PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP PENJUALAN PRODUK PADA PT DIRGANTARA INDONESIA TRIWULAN 2015 - 2022

Rima Sundari<sup>1</sup>, Firda Eryana Wahyudi<sup>2</sup>

Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

[rimasundari@ulbi.ac.id](mailto:rimasundari@ulbi.ac.id), [firdaeryanawahyudi@gmail.com](mailto:firdaeryanawahyudi@gmail.com)

## ABSTRACT

*The rapid development of the business world has resulted in a tighter level of competition. The competition includes competition in determining prices, product quality, promotions and distribution activities that are fast and appropriate. Fast and precise product distribution will greatly affect sales that will increase. This study aims to determine the effect of distribution costs on product sales. This research is included in the category of quantitative research. Distribution cost is used as the independent variable and product sales as the dependent variable. The sample technique used in this study is purposive sampling technique, with 32 samples used for PT Dirgantara Indonesia's quarterly financial statement data 2015 – 2022. Data was processed using IBM SPSS Statistics 25 software with data analysis techniques carried out using product moment correlation, simple linear regression, coefficient of determination, t test. The test results show that partially distribution costs have no influence on product sales at PT Dirgantara Indonesia in the quarter of 2015 -2022.*

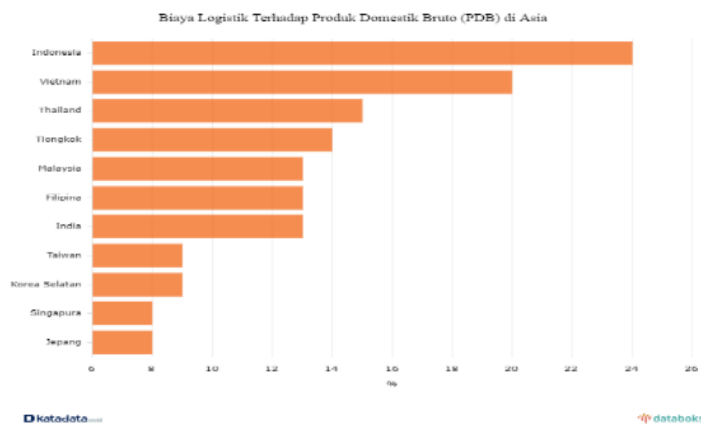
**Keywords:** *distribution cost, sales*

## PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan, meskipun antar perusahaan tentunya tidak akan sama. Namun, secara umum “tujuan perusahaan adalah untuk meningkatkan penjualan, mempertinggi daya saing dan meminimalkan biaya produksi untuk mencapai keuntungan yang maksimal” (Abdul et al., 2018). Salah satu faktor yang mempengaruhi tujuan perusahaan yaitu biaya distribusi. (Abdul et al., 2018) Mengatakan bahwa “distribusi dapat dipahami sebagai suatu kegiatan pemasaran yang ditunjukkan untuk mempercepat dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen”. Pendistribusian produk yang cepat dan tepat akan berdampak besar terhadap penjualan. Hal ini karena distribusi mempengaruhi kondisi psikologis konsumen. Kondisi tersebut membuat konsumen berfikir bahwa distribusi memberi akses yang mudah untuk membeli produk yang mereka butuhkan dan inginkan.

Seperti yang dilansir dari berita emitennews.com Pada kuartal pertama tahun 2021, biaya logistik Indonesia mencapai 24% dari PBD. Angka tersebut relatif tinggi dibandingkan dengan biaya logistik di negara-negara kawasan ASEAN, seperti Malaysia, yang hanya mencapai 12% dari PDB. Biaya logistik yang tinggi menjadi beban, terutama bagi industri manufaktur. Hal ini akan mempengaruhi kemampuan industri dalam menghasilkan barang atau jasa. Selain itu, juga berdampak pada penurunan minat beli konsumen. Biaya logistik yang tinggi disaat yang sama juga terjadi penurunan penjualan. Disamping itu seperti yang dilansir dari databoks.katadata.co.id adapun data diagram yang

menunjukkan mengenai biaya logistik terhadap produk domestik yang tinggi di Asia pada tahun 2021 sebagai berikut:



Gambar 1 Biaya Logistik di Asia 2021

Sumber : [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

Pada diagram tersebut di tahun 2021 menunjukkan Indonesia ada pada peringkat tertinggi yang memiliki biaya logistik terhadap PDB yang cukup tinggi dari beberapa negara ASEAN lainnya. Dan juga adapun data penjualan pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang ternyata mengalami penurunan pada tahun tersebut, dengan diagram tingkat penjualan perusahaan manufaktur di Indonesia sebagai berikut:



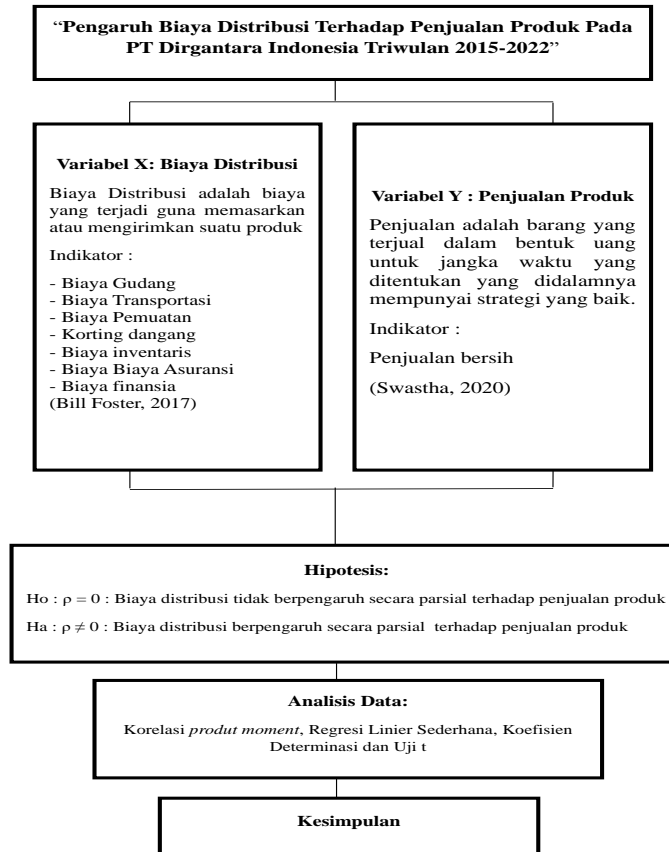
Gambar 1 Penjualan Tahun 2021

Sumber : [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

**STUDI LITERATUR**

**Kerangka Berfikir**

Tabel 1 Kerangka Berfikir



Sumber: data diolah

**METODE**

**Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan bentuk hipotesis asosiatif dan bentuk hubungan kausal karena penelitian ini mencari hubungan sebab akibat atau pengaruh dari variable independen dan variable dependen.

Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah biaya distribusi (X) sedangkan variabel dependen adalah penjualan produk (Y)

**Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan penulis adalah sumber data sekunder dengan metode kepustakaan dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan laporan keuangan triwulan PT Dirgantara Indonesia 2015 – 2022.

**Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah data laporan keuangan PT Dirgantara Indonesia 1976 – 2022 sebanyak 184 laporan keuangan triwulan. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *non probability* sampling yakni *purposive sampling*. Adapun kriteria atau pertimbangan-pertimbangan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah:

1. Laporan keuangan triwulan PT Dirgantara Indonesia 1976 -2022
2. Laporan keuangan triwulan PT Dirgantara Indonesia 1976- 2014

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut dalam pemilihan sampel diatas, maka diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 32 sampel data laporan keuangan triwulan PT Dirgantara Indonesia.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis kuantitatif untuk Menyusun secara sistematis data yang diperoleh peneliti, yang selanjutnya data tersebut akan dianalisis secara statistik untuk dilakukan uji hipotesis dan pengolahan data dilakukan dengan bantuan software Microsoft Excel dan IBM SPSS Statistic 25 dengan menggunakan uji korelasi *product moment*, uji regresi linier sederhana, koefisien determinasi, uji t.

## HASIL

### Uji Korelasi *Product Moment*

Korelasi *product moment* digunakan untuk menguji seberapa besar hubungan variabel biaya distribusi terhadap variable penjualan produk

Tabel 7 Hasil Uji Korelasi Product Moment

		Biaya Distribusi	Penjualan Produk
Biaya Distribusi	Pearson Correlation	1	.026
	Sig. (2-tailed)		.887
	N	32	32
Penjualan Produk	Pearson Correlation	.026	1
	Sig. (2-tailed)	.887	
	N	32	32

Sumber: *Output IBM Statistic SPSS versi 25*

Berdasarkan hasil korelasi *pearson* (r) biaya distribusi (X) terhadap penjualan produk (Y) sebesar 0,026 dengan tingkat hubungan yang sangat rendah karena berada pada interval koefisiennya 0,00 – 0,199.

### Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh naik turunnya variabel dependen bila variabel independen dinaik turunkan nilainya.

Tabel 8 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	86268195.06	21709093.79		3.974	.000
	Biaya Distribusi	91.444	638.626	.026	.143	.887

a. Dependent Variable: Penjualan Produk

Sumber: *Output IBM Statistic SPSS versi 25*

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana, diperoleh persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu:  $Y = 86268195.06 + 91.444X$

Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Jika Variabel Biaya Distribusi (X) = 0, maka variable (Y) penjualan produk sebesar 86268195.
2. Jika biaya distribusi (X) bertambah 1, maka nilai variable penjualan produk (Y) akan bertambah sebesar 91.444. Koefisien Regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variable x terhadap y adalah positif

#### Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Independen: biaya distribusi terhadap variabel dependen: penjualan produk yang dinyatakan dalam satuan persen.

Tabel 9 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.026 <sup>a</sup>	.001	-.033	76275660.87

a. Predictors: (Constant), Biaya Distribusi

Sumber; *Output IBM Statistic SPSS versi 25*

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi memiliki nilai 0,026 dan diperoleh *R Square* (R<sup>2</sup>) sebesar 0,01 atau 1%, sehingga koefisien determinasi = 0,001 x 100% = 0,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen biaya distribusi (X) mempengaruhi penjualan produk (Y) sebesar 0,1% yang artinya memiliki pengaruh yang sangat rendah. Sedangkan sisanya sebesar 99,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

#### Uji t

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen: biaya distribusi secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen: penjualan produk.

Tabel 10 Hasil Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	86268195.06	21709093.79		3.974	.000
	Biaya Distribusi	91.444	638.626	.026	.143	.887

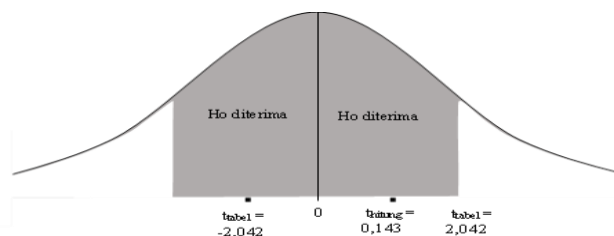
a. Dependent Variable: Penjualan Produk

Sumber: *Output IBM Statistic SPSS versi 25*

Untuk nilai  $t_{\text{tabel}}$  dapat dilihat dari tabel t statistik dengan  $dk = n - k$  atau  $dk = 32 - 2 = 30$  ( $k$  merupakan jumlah variabel independen dan dependen), dengan signifikansi 0,05 dan uji dua pihak (two tailed test) maka diperoleh hasil  $t_{\text{tabel}} = 2.042$ , maka:

a. Uji pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan produk

Berdasarkan hasil output IBM Statistic SPSS versi 25 dapat dilihat  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 0,143. Sehingga  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 0,143 <  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 2.042 dengan signifikan 0,887 ( $0,887 > 0,05$  ( $\alpha$ )) sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis dua pihak dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Biaya Distribusi terhadap Penjualan Produk pada PT Dirgantara Indonesia Periode 2015 – 2022.



Gambar 2 Kurva uji t

## PEMBAHASAN

### Biaya Distribusi pada PT Dirgantara Indonesia Triwulan 2015 – 2022

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ditemukan biaya distribusi terjadi kenaikan dan penurunan terhadap biaya ditribusi pada PT Dirgantara Indonesia Triwulan Periode 2015 - 2022. Biaya Distribusi tertinggi yang dicapai oleh perusahaan selama periode 2015-2022 terjadi pada triwulan III tahun 2020 sebesar \$ 80,266. Hal tersebut terjadi karena perubahan peraturan atau regulasi pemerintah terkait transportasi, keamanan, atau lingkungan bisa mengakibatkan perubahan dalam prosedur operasional dan biaya distribusi. Selain itu, kenaikan upah atau biaya kesejahteraan bagi pekerja di sektor distribusi bisa meningkatkan biaya operasional sehingga, biaya distribusi menjadi meningkat. Biaya Distribusi terendah terjadi pada triwulan I 2021 sebesar \$ 1,160. Hal tersebut terjadi karena penentuan rute pengiriman yang lebih efisien dan penjadwalan pengiriman yang tepat waktu dapat mengurangi biaya transportasi.

## Penjualan Produk pada PT Dirgantara Indonesia Triwulan 2015 – 2022

Hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan bahwa Penjualan produk terhadap PT Dirgantara Indonesia Periode 2015 - 2022 mengalami kenaikan dan penurunan pertahunnya. Penjualan tertinggi yang didapat selama periode 2015-2022 terjadi pada triwulan IV tahun 2019 sebesar \$ 260.962.659. Hal tersebut terjadi karena maskapai penerbangan dapat memutuskan untuk mengganti pesawat lama dengan yang lebih baru dan efisien dalam hal bahan bakar. Ini bisa menghasilkan kenaikan pesanan pesawat baru. Sedangkan penjualan produk yang terendah terjadi pada triwulan II Tahun 2022 sebesar \$ 12.560.938. Hal ini terjadi karena Pesawat yang lebih baru 52 sering kali memiliki masa pakai yang lebih lama dan memerlukan lebih sedikit suku cadang pengganti, yang dapat mengurangi permintaan.

## Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Penjualan Produk

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh  $R^2$  sebesar 0,001. Sehingga koefisien determinasi  $k_d = 0,001 \times 100\% = 0,1\%$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel Independen Biaya Distribusi (X) berpengaruh terhadap Penjualan Produk (Y) sebesar 0,001 yang artinya memiliki pengaruh yang 0,1%. Sedangkan sisanya sebesar 99,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau dimasukkan kedalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji tersebut sejalan dengan keadaan dilapangan. Dimana biaya distribus tidak berpengaruh terhadap penjualan pada PT Dirgantara Indonesia dikarenakan PT Dirgantara Indonesia menguasai pasar sektor pembuatan pesawat terbang dan suku cadang pesawat terbang. Hal tersebut membuat konsumen bersedia membayar harga yang tinggi untuk produk PT Dirgantara Indonesia tanpa melihat biaya distribusinya.

Hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Produk Pada PT Dirgantara Indonesia secara parsial menunjukkan bahwa thitung 0,143 dan  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha = 5\%$  diketahui sebesar 2,042. Dengan demikian  $0,219 < 2,042$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan nilai signifikansi  $0,887 > 0,05$  sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berdasarkan hal tersebut maka disimpulkan bahwa Biaya Distribusi tidak berpengaruh secara parsial terhadap Penjualan Produk. Berdasarkan dari kesimpulan tersebut pada kenyataannya tidak sejalan dengan Teori menurut (Shinta, 2014) yang menyatakan "Dalam konsep pemasaran harga termasuk biaya distribusi adalah salah satu elemen yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, biaya distribusi yang tinggi dapat mempengaruhi harga jual produk yang dimana itu dapat berdampak pada permintaan dan penjualan" Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh (Amelia et al., 2022) yang mengkaji tentang Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pt. Martina Berto Periode 2011 – 2020 yang diperoleh hasil penelitian secara parsial biaya distribusi tidak berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan dikarenakan nilai  $t$  hitung kurang dari  $t$  tabel. Selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Putri1 et al., 2021) tentang Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Pebnriode 2017 – 2020 dari hasil penelitian ini diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh dari biaya distribusi terhadap penjualan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan identifikasi masalah, hipotesis dan hasil pengujian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:



1. Berdasarkan data biaya distribusi yang di dapat peneliti maka ditarik kesimpulan biaya distribusi tinggi terjadi karena perubahan peraturan atau regulasi pemerintah terkait transportasi, keamanan, atau lingkungan bisa mengakibatkan perubahan dalam prosedur operasional dan biaya distribusi. Selain itu, kenaikan upah atau biaya kesejahteraan bagi pekerja di sektor distribusi bisa meningkatkan biaya operasional sehingga, biaya distribusi menjadi meningkat. Biaya Distribusi rendah terjadi karena penentuan rute pengiriman yang lebih efisien dan penjadwalan pengiriman yang tepat waktu dapat mengurangi biaya transportasi.
2. Berdasarkan data penjualan yang didapat peneliti maka dapat ditarik kesimpulan penjualan tinggi terjadi karena maskapai penerbangan dapat memutuskan untuk mengganti pesawat lama dengan yang lebih baru dan efisien dalam hal bahan bakar. Ini bisa menghasilkan kenaikan pesanan pesawat baru. Sedangkan penjualan produk yang rendah terjadi karena pesawat yang lebih baru umumnya memiliki umur yang lebih panjang dan memerlukan lebih sedikit suku cadang pengganti, yang dapat mengurangi permintaan.
3. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara parsial antara biaya distribusi terhadap penjualan produk pada PT Dirgantara Indonesia Triwulan 2015 – 2022.

#### REFERENSI

- Abdul, R., Soegoto, A. ., & Soepeno, D. (2018). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pproduk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada Pt.Wahana Wirawan Manado 10*.
- Amelia, K., Reza, & Ellyawati, N. (2022). PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PT. MARTINA BERTO PERIODE 2011 - 2020. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM, vol.10 No, 2333*.
- Bill Foster. (2017). *Pembinaan Untuk Peningkatan Kinerja Karyawan*. PPM Kansius.
- Putri1, Rakhmania, A., Suzan, & Leny. (2021). PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR OTOMOTIF DAN KOMPONEN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2017 – 2020. *E-Proceeding of Management, 8 No.6*.
- Swastha, B. (2020). *Manajemen Penjualan (Ketiga)*. BPFE.