

PENGARUH DISTRIBUTION COSTS TERHADAP SALES PADA PERUSAHAAN TEKSTIL DAN PAKAIAN JADI DI BEI PERIODE 2020-2024

Cahyat Rohyana¹, Zia Zakia Hudawiyah²,
D4 Akuntansi Keuangan, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional
cahyatrhohyana@ulbi.ac.id, zia.zakia20@gmail.com

ABSTRACT

The decline in sales in Indonesia's textile and apparel industry in recent years has been influenced by competition from low-priced imported products and shifts in consumer shopping patterns. This situation demands companies to manage distribution costs efficiently to maintain sales performance. This study is conducted to evaluate the influence of distribution expenses on sales in textile and apparel companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2020–2024. The methodological framework of this study is based on a quantitative approach, making use of panel data regression analysis carried out with EViews software. The sample was acquired through purposive sampling of 12 enterprises, utilizing quarterly financial report data. This research demonstrates that distribution expenses play an important role in shaping sales performance, where the degree of influence differs in line with the strategic approaches and specific situations of the companies observed. These findings emphasize the importance of optimizing distribution to support competitiveness in a dynamic market.

Keywords: distribution costs, sales, textile industry, IDX

PENDAHULUAN

Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) di Indonesia menempati posisi strategis karena kontribusinya yang besar terhadap perekonomian nasional, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja, peningkatan kinerja ekspor, serta aspek ekonomi lainnya. Namun, memasuki tahun 2024, sektor ini menghadapi tantangan serius yang bersumber dari faktor domestik maupun global. Tekanan persaingan produk impor berharga murah, perubahan perilaku konsumen menuju pembelian daring, serta ketidakstabilan ekonomi global telah menekan kinerja penjualan sejumlah perusahaan besar di sektor ini, antara lain POLY, PBRX, dan Sunson Textile Manufacturer (SSTM).

Berdasarkan data laporan keuangan BEI, ketiga perusahaan tersebut mengalami penurunan penjualan signifikan selama tiga kuartal pertama tahun 2024 dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Fluktuasi biaya distribusi yang cenderung mengikuti volume penjualan juga terpantau, namun penurunan beban penjualan ini belum



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

tentu mencerminkan efisiensi. Menurut Subagyo et al. (2017), ketika volume distribusi menurun, komponen biaya tetap seperti penyimpanan dan transportasi tetap harus dikeluarkan, sehingga biaya per unit meningkat dan mengurangi efisiensi operasional.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi. Beberapa melaporkan terjadi pengaruh positif yang signifikan antara biaya distribusi dengan penjualan (Perdana et al., 2024; Rohyana, 2021; Pasaribu & Rizal, 2021). Sebaliknya, penelitian Putra et al. (2024) pada subsektor makanan dan minuman menemukan bahwa penjualan tidak banyak dipengaruhi oleh biaya distribusi. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara biaya distribusi dan penjualan dapat bervariasi antar industri maupun kondisi spesifik di perusahaan. Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan pada perusahaan tekstil serta pakaian jadi yang tercatat di BEI dengan rentang waktu 2020–2024.

STUDI LITERATUR

Kajian Pustaka

Biaya Distribusi

Menurut Mulyadi dalam (Subagyo, 2017) Biaya distribusi merupakan keseluruhan pengeluaran yang timbul dari aktivitas dalam saluran distribusi, mencakup seluruh kegiatan yang bertujuan untuk mendistribusikan barang hasil produksi dari produsen hingga sampai kepada pembeli atau calon pembeli.

Menurut (Suryanto, 2017) Biaya Distribusi terdiri dari beberapa kategori biaya utama, dalam Perusahaan biaya distribusi dapat dibedakan ke dalam beberapa subkomponen, antara lain biaya persediaan, biaya pemrosesan pesanan, biaya retur penjualan, biaya layanan, biaya transportasi, biaya pergudangan, serta biaya tambahan lainnya

Berdasarkan kedua pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa **biaya distribusi** merupakan seluruh pengeluaran yang timbul ketika proses penyaluran barang tersebut terjadi dari produsen ke konsumen atau calon konsumen, mencakup berbagai aktivitas yang mendukung kelancaran distribusi, seperti pengelolaan persediaan, pemrosesan pesanan, penanganan retur penjualan, layanan pelanggan, transportasi, pergudangan, dan aktivitas pendukung lainnya.



Penjualan

Menurut (Wibowo, 2021) Penjualan sendiri adalah interaksi pribadi antara pembeli dengan penjual yang dimana merupakan bagian utama dari keseluruhan proses pemasaran. Selain itu, penjualan merupakan mata rantai terakhir dalam berbagai bisnis B2B.

(Arifin, 2020) mendefinisikan penjualan sebagai proses memberikan barang atau jasa kepada pembeli untuk mendapatkan pembayaran berupa uang.

Dapat dikatakan bahwa penjualan merupakan proses pertukaran antara penjual dan pembeli dengan menggunakan alat pembayaran yang sah, dan menjadi bagian akhir dari strategi pemasaran yang bertujuan mengubah minat konsumen menjadi pembelian nyata.

Penelitian Terdahulu

Kajian ini merujuk pada berbagai penelitian ilmiah yang memiliki relevansi erat dengan topik yang diangkat, sehingga dapat dijadikan sebagai pijakan teoritis sekaligus rujukan metodologis. Literatur tersebut dipakai sebagai sumber utama dalam proses penyusunan dan pelaksanaan penelitian. Fokus utama diarahkan pada hubungan antara biaya distribusi dan penjualan, dengan tujuan mengetahui sejauh mana pengeluaran distribusi mampu memengaruhi kinerja penjualan suatu perusahaan.

Studi yang diteliti oleh (Perdana et al., 2024) membuktikan bahwa biaya distribusi memengaruhi secara signifikan berpengaruh pada peningkatan penjualan. Penelitian serupa oleh (Rohyana, 2021) pada JNE Kuningan menunjukkan pengaruh signifikan dan hubungan yang bersifat positif antara biaya distribusi dengan tingkat volume penjualan jasa pengiriman. Sementara itu, (Pasaribu & Rizal, 2021) menemukan bahwa perusahaan disektor makanan dan minuman yang tercatat di BEI dengan kurun waktu 2016–2020, kenaikan biaya distribusi diikuti oleh peningkatan penjualan. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh (Putra et al., 2024) pada perusahaan manufaktur di subsektor makanan serta minuman di situs resmi BEI antara tahun 2015 dan 2022. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa biaya distribusi tidak memberikan dampak yang berarti terhadap penjualan. Perbedaan temuan ini kemungkinan dipengaruhi oleh variasi karakteristik industri, strategi distribusi yang diterapkan, dan kondisi pasar masing-masing perusahaan.



Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, analisis dalam penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang tercatat di situs resmi bursa efek Indonesia dalam industri pakaian dan tekstil rentang waktu 2020–2024 untuk menguji kembali keterkaitan biaya distribusi dengan penjualan pada sektor yang memiliki karakter rantai pasok dan dinamika pasar berbeda dibandingkan sektor lainnya.

METODE

Jenis Penelitian

Kajian penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif yang memungkinkan analisis hubungan antarvariabel secara sistematis dan terukur. Adapun tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui sejauh mana biaya distribusi berperan sebagai variabel bebas (X) dalam memengaruhi penjualan yang diposisikan sebagai variabel terikat (Y) berpengaruh satu sama lain. Adapun objek penelitian diarahkan pada perusahaan di sektor tekstil dan pakaian jadi yang tercatat di situs resmi BEI.

Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dengan memanfaatkan data sekunder. Data sekunder yang digunakan berupa informasi mengenai biaya distribusi dan penjualan pada perusahaan yang menjadi sampel penelitian pada rentang waktu 2020–2024. Sumber data berasal dari laporan keuangan tahunan serta laporan triwulanan yang dipublikasikan emiten melalui laman resmi Bursa Efek Indonesia.

Populasi dan Sampel

Keseluruhan objek penelitian pada penelitian ini merujuk secara menyeluruh pada laporan keuangan perusahaan yang bergerak pada bidang usaha tekstil serta pakaian jadi yang tercatat di situs resmi BEI selama rentang waktu 2020–2024. Pada sektor tersebut terdapat 26 perusahaan, Dengan demikian, keseluruhan populasi penelitian berjumlah 520 data laporan keuangan triwulanan.



Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel penelitian adalah sebagai berikut;

1. Perusahaan yang berfokus pada industri tekstil serta pakaian jadi yang telah mengunggah laporan keuangan triwulan periode 2020–2024 pada situs resmi perusahaan yang menjadi objek penelitian.
2. Perusahaan yang masuk dalam daftar emiten Bursa Efek Indonesia pada sektor tekstil dan pakaian jadi.
3. Laporan keuangan yang menyajikan komponen biaya distribusi pada beban penjualan dan penjualan bersih.

Dengan mempertimbangkan kriteria yang telah ditentukan, penelitian ini mencakup dua belas perusahaan sebagai sampel selama rentang waktu 2020–2024, sehingga terkumpul 240 data keuangan triwulan..

Teknik Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel serta EViews 12 sebagai media untuk pengolahan dan pengujian data. Metode kuantitatif digunakan karena data yang dianalisis berbentuk angka yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan sehingga dapat diolah dan dianalisis secara statistik.

Metode yang diterapkan mencakup regresi data panel, yang digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel terikat dan variabel bebas berhubungan satu sama lain pada berbagai periode waktu dan unit cross-section. Selain itu, dilakukan pula pengujian t-test guna menilai tingkat signifikansi variabel dibandingkan dengan variabel dependen. Untuk melengkapi analisis, koefisien determinasi (R^2) digunakan sebagai ukuran besarnya pengaruh variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen



HASIL**Hasil Pemilihan Model Regresi****Analisis Uji Chow****Tabel 1 Hasil Analisis Uji Chow**

Redundant Fixed Effects Tests
 Equation: FEM
 Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	34.158353	(11.227)	0.0000
Cross-section Chi-square	234.369370	11	0.0000

Cross-section fixed effects test equation:
 Dependent Variable: Y
 Method: Panel Least Squares
 Date: 07/23/25 Time: 20:26
 Sample: 2020Q1 2024Q4
 Periods included: 20
 Cross-sections included: 12
 Total panel (balanced) observations: 240

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.57E+11	1.21E+11	2.946904	0.0035
X	61.72831	1.307710	47.20337	0.0000
R-squared	0.903494	Mean dependent var	2.92E+12	
Adjusted R-squared	0.903088	S.D. dependent var	5.39E+12	
S.E. of regression	1.68E+12	Akaike info criterion	59.14499	
Sum squared resid	6.71E+26	Schwarz criterion	59.17400	
Log likelihood	-7095.399	Hannan-Quinn criter.	59.15668	
F-statistic	2228.158	Durbin-Watson stat	0.474689	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : *Hasil Output Eviews* 2012, 2025

Uji yang dilakukan menghasilkan nilai Chi-square sebesar 34,158353 diperoleh nilai probabilitas 0,0000 yang lebih rendah dari batas signifikansi 0,05. Kondisi ini mengharuskan penolakan terhadap hipotesis nol (H_0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H_1), sehingga model fixed effect ditetapkan sebagai metode estimasi yang paling sesuai..



Uji Hausman**Tabel 2 Hasil Uji Hausman**

Correlated Random Effects - Hausman Test				
Equation: REM				
Test cross-section random effects				
Test Summary		Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random		0.176479	1	0.6744
Cross-section random effects test comparisons:				
Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
X	60.007905	60.128794	0.082809	0.6744
Cross-section random effects test equation:				
Dependent Variable: Y				
Method: Panel Least Squares				
Date: 07/23/25 Time: 20:30				
Sample: 2020Q1 2024Q4				
Periods included: 20				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 240				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.29E+11	8.86E+10	4.842785	0.0000
X	60.00791	1.361521	44.07417	0.0000
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.963655	Mean dependent var		2.92E+12
Adjusted R-squared	0.961733	S.D. dependent var		5.39E+12
S.E. of regression	1.06E+12	Akaike info criterion		58.26012
Sum squared resid	2.53E+26	Schwarz criterion		58.44865
Log likelihood	-6978.214	Hannan-Quinn criter.		58.33608
F-statistic	501.5513	Durbin-Watson stat		1.297378
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : *Hasil Output Eviews* 2012, 2025

Hasil pengujian Hausman menghasilkan nilai Chi-square senilai 0,176479 dengan probabilitas 0,6744. Karena nilai probabilitas tersebut lebih besar daripada tingkat signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang berarti antara model fixed effect dan random effect. Dengan demikian, keputusan yang diambil adalah menerima hipotesis nol dan menetapkan model random effect sebagai metode estimasi yang paling sesuai.

1. Uji Lagrange Multiplier

Tabel 3 Hasil Analisis Uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects			
Null hypotheses: No effects			
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives			
	Cross-section	Test Hypothesis	Both
		Time	
Breusch-Pagan	822.9289 (0.0000)	4.167004 (0.0412)	827.0959 (0.0000)
Honda	28.68674 (0.0000)	-2.041324 (0.9794)	18.84115 (0.0000)
King-Wu	28.68674 (0.0000)	-2.041324 (0.9794)	21.59347 (0.0000)
Standardized Honda	31.34952 (0.0000)	-1.934993 (0.9735)	16.32815 (0.0000)
Standardized King-Wu	31.34952 (0.0000)	-1.934993 (0.9735)	19.57645 (0.0000)
Gourieroux, et al.	-	-	822.9289 (0.0000)



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Sumber : *Hasil Output Eviews* 2012, 2025

Hasil percobaan Lagrange Multiplier (LM) menunjukkan hasil statistik Breusch-Pagan sebesar 827.0959 dengan probabilitas 0.0000. Probabilitas tersebut berada jauh di bawah ambang signifikansi 5%, sehingga hipotesis nol ditolak. Kondisi ini menandakan adanya pengaruh individu yang signifikan, sehingga pendekatan common effect tidak layak digunakan. Oleh karena itu, pemodelan dengan random effect dinilai lebih sesuai karena mampu merepresentasikan variasi antar unit (cross-section) dalam data panel.

• Hasil pengujian signifikan Random Effect Model

Melalui uji lagrange multiplier (LM), Hipotesis nol (H_0) ditolak karena nilai p-value < 0,05. Kondisi ini menjelaskan bahwa penggunaan model *efek random* dinilai lebih tepat digunakan dibandingkan dengan *common effect*. Dengan demikian, berikut ini analisis menggunakan pendekatan *random effect*. Hasil pengujinya ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Analisis Uji Random Effect

Dependent Variable: Y Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)						
Date: 07/23/25 Time: 20:21 Sample: 2020Q1 2024Q4 Periods included: 20 Cross-sections included: 12 Total panel (balanced) observations: 240 Swamy and Arora estimator of component variances						
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.		
C	4.24E+11	4.20E+11	1.009585	0.3137		
X	60.12879	1.330763	45.18370	0.0000		
Effects Specification						
		S.D.	Rho			
Cross-section random		1.42E+12	0.6449			
Idiosyncratic random		1.00E+12	0.3551			
Weighted Statistics						
R-squared	0.895918	Mean dependent var	4.78E+11			
Adjusted R-squared	0.895481	S.D. dependent var	3.26E+12			
S.E. of regression	1.05E+12	Sum squared resid	2.64E+26			
F-statistic	2041.656	Durbin-Watson stat	1.238773			
Prob(F-statistic)	0.000000					
Unweighted Statistics						
R-squared	0.902887	Mean dependent var	2.92E+12			
Sum squared resid	6.75E+26	Durbin-Watson stat	0.484407			

Sumber : *Hasil Output Eviews* 2012, 2025

Melalui uji Random Effect Model yang telah dilakukan, diperoleh persamaan analisis regresi data panel yang menggambarkan “Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Pada Perusahaan di Industri Tekstil dan Pakaian Jadi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2020-2024” penjelasannya dapat dilihat pada uraian berikut;



Persamaan Regresi:

$$Y = 4.24E+11 + 60.12879 X + u_{it}$$

Keterangan:

- * **Y** = Variabel Dependen
- * **X** = Variabel Independen
- * **C** = Intercept (Konstanta)
- * **U_{it}** = Error term (gabungan dari efek individual μ_i dan error murni ϵ_{it})

Interpretasi Persamaan Regresi:

- a. Konstanta bernilai 4.24E+11 mengindikasikan bahwa pada kondisi variabel X berada pada titik nol, variabel Y diasumsikan sebesar 4.24E+11, dengan asumsi faktor-faktor lainnya tidak mengalami perubahan.
- b. Koefisien regresi untuk variabel X adalah 60.12879, yang artinya setiap kenaikan variabel X sebanyak satu unit, dengan kondisi variabel lain dianggap tetap, akan diikuti oleh peningkatan variabel Y sebesar 60.12879 unit.

Koefisien Determinasi

Tabel 5 Hasil Koefisien Determinasi

R-squared	0.895918	Mean dependent var	4.78E+11
Adjusted R-squared	0.895481	S.D. dependent var	3.26E+12
S.E. of regression	1.05E+12	Sum squared resid	2.64E+26
F-statistic	2048.656	Durbin-Watson stat	1.238773
Prob(F-statistic)	0.000000		
Unweighted Statistics			
R-squared	0.902887	Mean dependent var	2.92E+12
Sum squared resid	6.75E+26	Durbin-Watson stat	0.484407

Sumber : *Hasil Output Eviews 12, 2025*

Hasil tes koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,895918. Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai determinasi sebesar 89,59%. Jika merujuk pada tabel interpretasi, nilai tersebut berada pada rentang 80%–100%, yang berarti variabel Penjualan (Y) sangat dipengaruhi oleh biaya distribusi (X).

Uji Parsial (t)

Tabel 6 Hasil Uji Parsial (t)

Dependent Variable: Y				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 07/23/25 Time: 20:37				
Sample: 2020Q1 2024Q4				
Periods included: 20				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 240				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.24E+11	4.20E+11	1.009585	0.3137
X	60.12879	1.330763	45.18370	0.0000
Effects Specification		S.D.	Rho	
Cross-section random		1.42E+12	0.6449	
Idiosyncratic random		1.06E+12	0.3551	
Weighted Statistics				
R-squared	0.895918	Mean dependent var	4.78E+11	
Adjusted R-squared	0.895481	S.D. dependent var	3.26E+12	
S.E. of regression	1.05E+12	Sum squared resid	2.64E+26	
F-statistic	2048.656	Durbin-Watson stat	1.238773	
Prob(F-statistic)	0.000000			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.902887	Mean dependent var	2.92E+12	
Sum squared resid	6.75E+26	Durbin-Watson stat	0.484407	

Sumber : *Hasil Output Eviews 12, 2025*

Nilai t_{tabel} dapat diperoleh dari table t statistik dengan persamaan $df=n-k$ atau $240-2=238$ yaitu n merupakan total sampel dan k merupakan total variabel independen dan var dependen dengan taraf signifikan 0,050 dan uji dua pihak maka diperoleh hasil dari t_{tabel} 1,97 atau -1,97 maka hasil dari uji t (parsial) yaitu: Berdasarkan table di atas hasil uji t pada EViews mendapatkan hasil uji t diperoleh dari t hitung biaya distribusi bernilai positif yaitu sebesar 45, 18370 maka dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($45.18370 > 1,97$). Hasil pengujian memberikan nilai probabilitas 0,0000, lebih rendah dibandingkan taraf sig 0,050. Maka dengan itu, hipotesis nol (H_0) tidak diterima serta penerimaan hipotesis alternatif (H_a) yang berarti bahwa dalam penelitian ini, biaya distribusi terbukti memiliki pengaruh yang nyata dan positif dalam pengujian parsial terhadap penjualan pada emiten subsektor tekstil serta garmen yang tercatat di bursa efek indonesia rentang waktu 2020–2024.

Biaya Distribusi pada Perusahaan sektor tekstil dan pakaian jadi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Berdasarkan hasil analisis data, biaya distribusi di sektor pakaian dan tekstil di BEI menunjukkan tren peningkatan dengan rentang waktu 2020–2024. Peningkatan ini sejalan dengan pemulihan aktivitas ekonomi pascapandemi, meningkatnya permintaan pasar, serta ekspansi jaringan distribusi oleh sejumlah perusahaan. PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk



(MAPI) secara konsisten mencatatkan biaya distribusi tertinggi setiap tahunnya, yakni sebesar Rp205.792.000.000 pada tahun 2020, meningkat menjadi Rp263.596.000.000 pada 2021, Rp326.937.000.000 pada 2022, Rp483.859.000.000 pada 2023, dan mencapai Rp553.739.000.000 pada 2024. Sebaliknya, biaya distribusi terendah pada tahun 2020 dan 2021 tercatat pada PT Ever Shine Tex Tbk (ESTI) masing-masing sebesar Rp123.397.656, sedangkan pada 2023 dan 2024 terendah dicatatkan oleh PT Trisula Textile Industries Tbk (SSTM) masing-masing sebesar Rp530.330.444 dan Rp194.621.200.

Variasi biaya distribusi yang terjadi selama periode penelitian mencerminkan perbedaan kebijakan operasional serta efektivitas pengelolaan distribusi di masing-masing perusahaan. Kemampuan mengalokasikan biaya distribusi secara efisien menjadi faktor kunci untuk menjaga keberlanjutan kinerja perusahaan, terutama di tengah persaingan industri yang semakin dinamis.

2. Penjualan pada Perusahaan sektor tekstil dan pakaian jadi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Berdasarkan analisis data, penjualan di beberapa perusahaan sektor tekstil dan pakaian jadi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan selama periode 2020–2024. PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk (MAPI) secara konsisten mencatatkan penjualan tertinggi setiap tahunnya, yaitu sebesar Rp14.847.398.000.000 pada tahun 2020, Rp18.423.803.000.000 pada 2021, Rp26.937.340.000.000 pada 2022, Rp33.318.811.000.000 pada 2023, dan Rp37.835.891.000.000 pada 2024. Sebaliknya, penjualan terendah pada tahun 2020 tercatat pada PT Century Textile Industry Tbk (CNTX) sebesar Rp53.133.603.334, sedangkan pada tahun 2021, 2022, dan 2024 penjualan terendah dicatatkan oleh PT Trisula Textile Industries Tbk (SSTM) masing-masing sebesar Rp77.190.825.783, Rp76.395.607.231, dan Rp61.739.072.767. Perubahan pola tersebut menunjukkan bahwa pada awal periode penelitian, penjualan dan biaya distribusi tidak selalu bergerak searah, sementara pada periode selanjutnya keduanya memiliki hubungan yang lebih kuat. Artinya, peningkatan kinerja penjualan tidak hanya dipengaruhi faktor eksternal, tetapi juga bergantung pada strategi perusahaan dalam mengelola distribusi secara efektif dan adaptif terhadap kondisi pasar.



KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan berikut dibuat berdasarkan perumusan permasalahan, dugaan penelitian, serta hasil pengolahan data yang dilakukan untuk menganalisis keterkaitan antara Pengaruh Biaya Distribusi (Independen) terhadap Penjualan (Dependen):

1. Biaya distribusi pada perusahaan di industri tekstil dan pakaian jadi menunjukkan fluktuasi signifikan setiap triwulan. Nilai biaya distribusi terbesar tercatat pada Mitra Adiperkasa triwulan IV periode 2024 sejumlah Rp553.739.000.000, sedangkan biaya distribusi nilai terendah dialami oleh Ever Shine Tex triwulan II periode 2020 sejumlah Rp123.397.656. Variasi ini dipengaruhi oleh faktor internal seperti strategi operasional, serta pengaruh dari luar perusahaan seperti situasi pandemi covid - 19 serta regulasi yang di berlakukan oleh pemerintah.
2. Penjualan pada perusahaan tekstil dan pakaian jadi juga mengalami variasi yang dinamis. Nilai penjualan tertinggi tercatat pada PT Mitra Adiperkasa Tbk pada triwulan IV tahun 2024 sebesar Rp37.835.891.000.000, sementara yang nilai terendah dialami perusahaan Century Textile Industry triwulan II periode 2020 sejumlah Rp53.333.603.334. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan sangat dipengaruhi oleh kondisi pasar, strategi distribusi, dan periode musiman seperti akhir tahun.
3. Hasil analisis regresi data panel memperlihatkan bahwa penjualan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh biaya distribusi.



REFERENSI

- Arifin, S. (2020). *Sales Management Strategi Menjual Dengan Pendekatan Personal*. Salma Idea.
- Pasaribu, A. B., & Rizal, R. (2021). Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Dengan Biaya Promosi Sebagai Mediasi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 - 2020. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 129–140.
- Perdana, A., Mayasari, R. P., & Arifin, F. (2024). *Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei)*. 5(2), 311–324.
- Putra, M. N. S., Isynuwardhana, D., & Zultilisna, D. (2024). *Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan (Suatu Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2009-2013) the Effect of Promotion Costs and Distribution Costs of Sales (a Study on*. 11(6), 5627–5637.
- 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>
- Subagyo. (2017). *Akuntansi manajemen berbasis desain / Subagyo, Nur Aini Masruroh, Indra Bastian* (Cetakan Pe). Gadjah Mada University Press.
[http://opac.lib.um.ac.id/index.php?s_data=bp_buku&s_field=0&mod=b&cat=3&id=59062](http://opac.lib.um.ac.id/index.php?s_data=bp_buku&s_field=0&id=59062&mod=b&cat=3%0A/index.php?s_data=bp_buku&s_field=0&mod=b&cat=3&id=59062)
- Suryanto, M. H. (2017). *Metode Riset & Analisis Saluran Distribusi*. PT. Grasindo.
- Wibowo, A. (2021). *Pengantar Marketing, Seni Menjual Produk Bisnis* (W. Susanto (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.

