

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan dilatar belakangi kondisi perusahaan PT. Yala Indo Perkasa ditengah masa pandemi tetapi masih dapat bertahan. PT. Yala Indo Perkasa telah menjadi pemasok yang sangat baik untuk distribusi yang handal bahkan di masa pandemi dan pasar yang sangat rendah daya belinya. Mengenal industri ini dengan sangat baik, memahami kesuksesan serta keterpurukan. Selama bertahun-tahun, PT Yala Indo Perkasa telah membangun jaringan yang sangat luas dengan beberapa Hotel bintang 3 hingga bintang 5, dengan restoran, bar, kafe, klub malam, supermarket, toko serba ada, toko bebas bea, zona perdagangan dan grosir di beberapa wilayah seperti Sulawesi hingga Maluku. Keragaman klien inilah yang membuat PT. Yala Indo Perkasa memiliki *track record* dalam menempatkan setiap produknya dalam portofolio ke outlet yang tepat dan *audiens* yang tepat, bahkan di tempat-tempat terpencil di Nusantara. Dengan penelitian kuantitatif analisis jalur didapatkan hasil bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap total penjualan perusahaan pada PT. Yala Indo Perkasa. Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap profit perusahaan pada PT. Yala Indo Perkasa. Total penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap profit perusahaan pada PT. Yala Indo Perkasa. Hal ini disebabkan karena harga semua produk diturunkan dengan potongan harga dengan tujuan total penjualan tetap terjadi kenaikan meski laba turun. Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap profit dengan total penjualan sebagai variabel intervening pada PT. Yala Indo Perkasa.

Kata kunci : Penjualan saat pandemi, Profit, Biaya Promosi

ABSTRACT

This research was conducted against the background of the condition of the company PT. Yala Indo Perkasa is in the midst of a pandemic but can still survive. PT. Yala Indo Perkasa has become an excellent supplier for reliable distribution even during the pandemic and a market that is very low in purchasing power. Get to know the industry very well, understand the success and downturn. Over the years, PT Yala Indo Perkasa has built a very extensive network with several 3-star to 5-star hotels, with restaurants, bars, cafes, nightclubs, supermarkets, convenience stores, duty-free stores, trade and wholesale zones in several regions such as Sulawesi to Maluku. The diversity of clients is what makes PT. Pt. Yala Indo Perkasa has a track record in placing each of its products in the portfolio to the right outlets and the right audience, even in remote places in the archipelago. With quantitative research on path analysis, the results were obtained that promotional costs had a significant effect on the company's total sales at PT. Yala Indo Perkasa. Promotional costs have a significant effect on the company's profit at PT. Yala Indo Perkasa. This is because the prices of all products are lowered at a discount with the aim of total sales still increasing even though profits fall. Promotional costs have a significant effect on profit with total sales as an intervening variable in PT. Yala Indo Perkasa.

Keywords: Sales during the pandemic, Profit, Promotional Costs