

## Analisis Komperatif dalam Realisasi Volume Penjualan Gas Elpiji di PT. Pertamina (Persero) Marketing Operasional Region II

Adelia<sup>1</sup>, Reva Maria Valianti<sup>2</sup>, Mohammad Aryo Arifin<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi Universitas dan Bisnis PGRI Palembang, [lia485746@gmail.com](mailto:lia485746@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [revavalianti@univpgri-palembang.ac.id](mailto:revavalianti@univpgri-palembang.ac.id)

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [aryoarifin@univpgri-palembang.ac.id](mailto:aryoarifin@univpgri-palembang.ac.id)

### ABSTRACT

*This study aims to find out how comparative analysis in the realization of LPG gas sales volume at PT. Pertamina (Persero) Regional Operational Marketing II. This research is a qualitative descriptive research that uses data analysis techniques by making a comparison between 3kg LPG gas and 12kg LPG. For the population in this study using data on the realization of LPG gas sales volume at PT. Pertamina (Persero) Region II Operational Marketing for 4 years from 2018-2021 and the sample in this study was taken from the population, because this sample was included in the saturated sample category. The data sources used are primary data and secondary data. The results showed that 3kg LPG gas based on data on the realization of 3kg LPG gas sales volume from 2018 to 2019 increased but in 2019 to 2020 it remained stable in the sense that it did not increase or decrease, but in 2020 to 2021 decreased. Then 12kg LPG gas based on data on the realization of 12kg LPG gas sales volume from 2018 to 2021 has increased significantly.*

**Keywords:** 3kg and 12kg LPG, sales volume realization.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis komperatif dalam realisasi volume penjualan gas elpiji di PT. Pertamina (Persero) Marketing Operasional Region II. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang menggunakan teknik analisis data dengan melakukan perbandingan antara gas elpiji 3kg dan gas elpiji 12kg. Untuk populasi dalam penelitian ini menggunakan data realisasi volume penjualan gas elpiji pada PT. Pertamina (Persero) Marketing Operasional Region II selama 4 tahun dari tahun 2018-2021 dan Sampel dalam penelitian ini diambil dari populasi, karena sampel ini termasuk kedalam kategori sampel jenuh. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gas elpiji 3kg berdasarkan data realisasi volume penjualan gas elpiji 3kg dari tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami kenaikan namun ditahun 2019 ke tahun 2020 tetap stabil dalam artian tidak mengalami kenaikan maupun penurunan, tetapi ditahun 2020 ke tahun 2021 mengalami penurunan. Kemudian gas elpiji 12kg berdasarkan data realisasi volume penjualan gas elpiji 12kg daritahun 2018 sampai tahun 2021 mengalami peningkatan secara signifikan.

**Kata Kunci:** Elpiji 3kg dan 12kg, Realisasi Volume Penjualan

## A. PENDAHULUAN

Dunia bisnis saat ini menghadapi persaingan yang sangat ketat di segala bidang usaha. Persaingan ini tidak lain adalah akibat globalisasi pasar bebas asia yang menuntut setiap usaha memacu usahanya untuk lebih kompetitif. Oleh karena itu setiap perusahaan berupaya mengembangkan usahanya disemua aspek aktivitas dalam organisasinya. Untuk menunjang perkembangan usaha tersebut, maka salah satu aspek penting adalah masalah penjualan hasil produksinya. Penjualan inilah yang sangat berperan dalam keberhasilan suatu perusahaan tersebut.



PT. Pertamina adalah organisasi yang diklaim negara bertanggung jawab untuk mengawasi pertambangan minyak dan gas di Indonesia dan merupakan satu-satunya pembuat LPG. Elpiji, cara bahasa Indonesia untuk menyatakan singkatan bahasa Inggris; LPG (Liquified Petroleum Gas), dan itu berarti: "gas minyak cair" adalah bahan bakar yang khas di beberapa daerah seperti keluarga, industri dan transportasi.

Ada beberapa jenis produk gas yang di hasilkan oleh PT. Pertamina yaitu LPG 3kg, 5,5kg, 12kg dan 50kg. Salah satu produk gas yang paling di banyak digunakan yaitu LPG 3kg yang dipakai di rumah tangga dan LPG 12kg yang digunakan sebagai bahan bakar memasak restoran namun terkadang digunakan juga oleh kalangan rumah tangga. LPG 3kg merupakan barang subsidi yang dikeluarkan pemerintah melalui PT. Pertamina, pada umumnya kebutuhan akan gas LPG 3kg ini tidak hanya membantu masyarakat miskin tetapi juga sangat membantu industri mikro dan usaha kecil seperti penjual kuliner sedangkan untuk LPG 12kg adalah produk LPG non subsidi produk PT Pertamina yang dikemas dalam tabung 15,1kg.

Seperti yang kita ketahui, penjualan Gas LPG pada awalnya mengalami masalah termasuk pembatasan masuk ke aset yang berguna, tidak semua masyarakat memilih untuk menggunakan gas elpiji untuk keperluan memasak. Seperti beberapa warga Kota Palembang pada daerah terpencil yang masih menggunakan tungku alat masak tradisional sebagai keperluan memasak karena beralasan masih takut memakai elpiji. Penghuni menduga bahwa ruang LPG meledak dan terbakar. Dengan adanya penyuluhan tentang keamanan dan kenyamanan penggunaan gas LPG, akhirnya hampir semua orang menggunakan gas LPG. Memang, bahkan energi daerah setempat sangat tinggi saat ini.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti ingin menganalisis bagaimana efektivitas distribusi gas LPG 3kg dan 12kg melalui realisasi volume penjualan tahun 2018-2021, berikut datanya:

**Tabel Realisasi Volume Penjualan Gas Elpiji 3kg dan 12kg pada PT. Saribumi Sriguna Putra Tahun 2018-2021**

Tahun	*Dalam Ribuan	
	Realisasi Volume Penjualan Gas 3Kg	Realisasi Volume Penjualan Gas 12Kg
2018	11,309,250	2,179,536
2019	11,768,250	2,260,830
2020	11,768,250	2,282,250
2021	11,466,500	2,717,688

**Sumber: Data Realisasi volume penjualan Gas LPG, diolah 2022**

Dari tabel diatas peneliti dapat mengetahui bahwa penjualan gas elpiji 3kg pada agen PT. Sriguna Patra Niaga yang terdaftar di PT. Pertamina (Persero) dari tahun 2018 ke 2019 mengalami kenaikan namun ditahun 2019 ke 2020 tetap stabil dalam artian tidak mengalami kenaikan maupun penurunan, tetapi ditahun 2020 ke 2021 mengalami penurunan.

Sedangkan untuk penjualan gas elpiji 12kg pada agen PT. Saribumi Sriguna Putra yang terdaftar di PT. Pertamina (Persero) dari tahun 2018 sampai 2021 mengalami peningkatan secara signifikan.

Transaksi menjadi bagian penting dalam membangun organisasi dengan tujuan agar barang-barang yang dibuat oleh organisasi dapat dijual dan menghasilkan pendapatan bagi organisasi. Menurut Basu Swastha DH (2004: 403) kesepakatan adalah komunikasi antara orang-orang yang bertemu secara langsung untuk membuat, meningkatkan, mengendalikan atau menjaga hubungan perdagangan sehingga menguntungkan bagi pertemuan yang berbeda.

Organisasi dapat membuat keuntungan atau tidak sangat tergantung pada kemajuan kesepakatan. Kemajuan usaha bisnis harus terlihat dari volume transaksi yang diperoleh. Volume transaksi menurut Asri (1991:52) adalah jumlah unit transaksi asli organisasi dalam periode tertentu. Penciptaan kualitas dan metodologi kesepakatan yang layak adalah kunci yang harus dimiliki setiap organisasi untuk mendukung kesepakatan yang diperluas. Dengan tingkat kesepakatan yang tinggi, organisasi dapat mencapai manfaat yang ideal. Dimana manfaat dan loyalitas konsumen merupakan proporsi evaluasi kemajuan suatu organisasi dan daya tahan organisasi.

Penelitian ini berkaitan dengan penelitian sebelumnya menurut Hermawati (2018) yang menunjukkan realisasi volume penjualan gas elpiji 12kg dan 50kg terjadi peningkatan selama 4 bulan namun dibulan September terjadi penurunan.

Berdasarkan fenomena yang ada, maka motivasi yang melatarbelakangi penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis komperatif dalam realisasi volume penjualan gas elpiji di PT. Pertamina (Persero) Marketing Operasional Region II.

## B. KAJIAN TEORI

### Gas Elpiji

LPG (*Liquified Petroleum Gas*), menyiratkan gas bensin kental. LPG merupakan kombinasi dari berbagai komponen hidrokarbon yang didapat dari bahan bakar gas. Bagian-bagiannya adalah propana transenden ( $C_3H_8$ ) dan butana ( $C_4H_{10}$ ). LPG juga mengandung sejumlah kecil hidrokarbon ringan lainnya, seperti etana ( $C_2H_6$ ) dan pentana ( $C_5H_{12}$ ). Dalam keadaan barometrik, LPG akan menjadi sebagai gas. LPG, ketika disimpan dalam struktur fluida, akan memiliki ketebalan energi yang setara dengan kekuatan hidrokarbon fluida lainnya dan lebih disukai daripada gas yang mudah terbakar. Mengonsumsi LPG memberikan debit rendah dan hasil pembibitan (J.Morganti, et al., 2013). Propana adalah jenis bahan bakar yang digunakan untuk motor bertenaga gas setelah gas dan diesel.

LPG dikenal sebagai bahan bakar yang tidak berbahaya bagi ekosistem, menghasilkan pelepasan asap yang rendah, bebas dari belerang dan timbal, memiliki angka daya yang sangat tinggi lebih dari 98, dapat memperpanjang usia mesin, biaya gas stabil dan tidak terpengaruh oleh gas global biaya (Yulianto, 2013).

LPG ditampung dalam tangki berbentuk tong dengan tegangan 760 - 1030 Kpa yang terbuat dari baja karbon. Tangki ruang LPG dapat diatur di kompartemen penyimpanan kendaraan, di mana ban ekstra berada atau di bawah kendaraan. Tangki dan bangunan LPG memiliki dua ukuran dan bentuk, yaitu bulat dan berongga dan toroidal (Raslavicius, Kersys, Mockus, Kersiene, dan Starevicius, 2014).



## Komperatif

Komperatif adalah penelitian yang pikirkan tentang persamaan dan kontras dari setidaknya dua item yang diteliti. Menurut Sugiyono (2021:69), serupa adalah penelitian yang menganalisis nilai setidaknya satu faktor dalam setidaknya dua contoh unik, atau pada waktu yang berbeda.

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2020:11), komperatif merupakan penelitian yang mengkontraskan satu variabel dan satu faktor lagi atau satu variabel dengan norma.

## Volume

Volume atau bisa juga disebut limit adalah perhitungan seberapa besar ruang yang dapat dilibatkan dalam suatu item. Item tersebut bisa berupa item standar atau item yang tidak terduga. Barang-barang adat seperti bentuk, balok, ruang, piramida, kerucut, dan lingkaran. Barang-barang sporadis, misalnya, batu-batu yang dilacak ke mana-mana.

## Penjualan

Mata air gaji organisasi adalah dari kesepakatan, karena kesepakatan dapat mengubah posisi sumber daya organisasi. Kesepakatan adalah puncak tindakan dalam semua latihan organisasi. Yang menyertainya akan mengemukakan arti kesepakatan yang akan disetujui oleh sebagian besar otoritas tentang masalah ini.

Menurut Soemarso (2002:226), apa yang dimaksud dengan “Deals adalah jumlah yang dibebankan kepada pembeli sebagai akibat dari penawaran tenaga kerja dan produk baik dengan layaway atau dengan uang sungguhan”.

Menurut Basu Swastha dalam Irwan Sahaja (2014), kesepakatan adalah suatu proses perdagangan tenaga kerja dan produk antara pedagang dan pembeli. Jadi transaksi juga dapat diartikan sebagai pekerjaan yang dibuat oleh orang-orang untuk mengirimkan produk kepada orang-orang yang membutuhkannya dengan imbalan uang sesuai dengan harga yang ditentukan sebelumnya oleh pemahaman umum.

## Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

Pergerakan kesepakatan cukup dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dapat memperluas latihan organisasi, dengan cara ini pengawas proyek perlu fokus pada variabel yang mempengaruhi kesepakatan. Variabel yang mempengaruhi kesepakatan menurut Basu Swastha (2005), khususnya:

### 1. Kondisi dan Kemampuan Merchant

Persyaratan dan kapasitas terdiri dari melihat beberapa masalah penting yang terkait dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat kekuatan transaksi adalah:

- a) Jenis dan kualitas tenaga kerja dan produk yang diiklankan
- b) Biaya barang atau administrasi
- c) Ketentuan penawaran, misalnya angsuran, pengangkutan

### 2. Situasi ekonomi

Pasar mempengaruhi latihan dalam pertukaran transaksi baik secara kolektif pembeli atau penjual. Situasi ekonomi dipengaruhi oleh beberapa elemen, khususnya: jenis pasar, pengumpulan pembeli, daya beli, pengulangan pengadaan serta kebutuhan dan kebutuhan mereka.

### 3. Modal

Modal atau aset diperlukan untuk memindahkan produk atau mengembangkan usahanya. Modal organisasi dalam penjelasan ini adalah modal kerja organisasi yang digunakan untuk mencapai fokus kesepakatan yang direncanakan, misalnya

dalam menyimpan stok barang dan dalam menyelesaikan latihan transaksi yang membutuhkan organisasi, misalnya, perangkat keras transportasi, tempat untuk menjual, upaya waktu terbatas, dll.

#### 4. Organisasi Kondisi Organisasi

Dalam organisasi besar, masalah kesepakatan biasanya ditangani oleh segmen yang berbeda, khususnya kelompok penjangkauan yang dipegang oleh individu yang ahli di bidang kesepakatan.

#### 5. Elemen yang berbeda

Berbagai faktor seperti promosi, pameran, misi, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi kesepakatan karena diyakini bahwa dengan variabel-variabel ini pembeli akan membeli barang serupa di masa mendatang.

### Volume Penjualan

Dalam sebuah organisasi, tujuan menampilkan adalah untuk memperluas volume transaksi yang produktif karena di dalamnya dapat menciptakan pendapatan yang ideal dan keuntungan tambahan. Berikut ini akan dikemukakan arti dari kesepakatan volume otoritas pada hal yang disepakati, yaitu:

Karim (2014:423) mengungkapkan beberapa hal yang berkaitan dengan volume transaksi, khususnya: "volume transaksi menurut Asri (1991:52) adalah jumlah unit transaksi asli organisasi dalam periode tertentu". Jadi transaksi dapat dianggap sebagai efek samping dari latihan transaksi yang diperkirakan dalam unit.

Menurut Daryanto (2011:187), volume transaksi adalah tindakan yang menunjukkan jumlah atau besarnya kuantitas tenaga kerja dan produk yang dijual. Resep volume transaksi yang dikemukakan oleh Daryanto (2011: 178), khususnya:

$$\text{Volume penjualan} = \text{Total Penjualan}$$

### Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Jesica G. Talumewo, Johnny A.F. Kalangi, Joula J. Rogahang (2021)	Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume pejualan pada pangkalan Gas LPG 3Kg Christian D. Assa di Desa Pontak Kecamatan Ranoyapo	Menganalisis mengenai volume penjualan gas elpiji	Data, objek, dan waktu penelitian	Realisasi volume penjualan gas elpiji 3kg mengalami peningkatan setiap tahunnya
2.	Sawukir, Nurmono, Muhamad Nurhamdi (2021)	Analisis volume penjualan sebelum dan sesudah menggunakan distributor management system (DMS) pada CV Diffa Cemerlang	Menganalisis mengenai volume penjualan	Data, objek, dan waktu penelitian	Realisasi volume penjualan mengalami kenaikan dan penurunan disetiap bulannya
3.	Hermawati (2018)	Analisis sistem distribusi penjualan	Menganalisis mengenai	Data, objek, dan waktu	Realisasi volume penjualan gas elpiji



gas elpiji terhadap laba usaha pada PT Muktar Jaya	volume penjualan gas elpiji	penelitian	12kg dan 50kg terjadi peningkatan selama 4 bulan, dan di bulan September terjadi penurunan.
--	-----------------------------	------------	---

**C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini mengambil objek di PT. Pertamina (Persero) Marketing Operasional Region II. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah strategi pemeriksaan subjektif. Menurut Sugiyono (2021:2), strategi pemeriksaan subyektif adalah teknik penelitian dalam pandangan postpositivisme atau cara berpikir enterpretif, yang digunakan untuk menganalisis keadaan item. alamiyah. Untuk populasi dalam penelitian ini menggunakan data realisasi volume penjualan gas elpiji pada PT. Pertamina (Persero) Marketing Operasional Region II selama 4 tahun dari tahun 2018-2021 dan Sampel dalam penelitian ini diambil dari populasi, karena sampel ini termasuk kedalam kategori sampel jenuh, yang mana menurut V.Wiratna Sujarweni (2020:72) pengertian dari sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel. Selanjutnya Sumber data dalam penelitian ini adalah Data Sekunder dan Data Primer, dan Prosedur pengumpulan informasi menggunakan strategi untuk dokumentasi dan pertemuan, untuk metode pemeriksaan informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Analisis Kualitatif dengan menggunakan Teknik Analisis Deskriptif Komperatif yang membandingkan realisasi volume penjualan gas elpiji 3kg dan 12kg dari tahun 2018-2021.

**D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana analisis komperatif dalam realisasi volume penjualan gas elpiji di PT. Pertamina (Persero) Marketing Operasional Region II. Dari tabel yang ada pada pendahuluan, maka hasil yang di peroleh, yakni:

**1. Grafik Realisasi Volume Penjualan 3kg**

Grafik data realisasi volume penjualan gas elpiji 3kg PT.Sriguna Patra Niaga dari tahun 2018-2021.



Gambar Grafik realisasi volume penjualan gas elpiji 3kg

Sumber: data diolah 2022

Jika dilihat dari penelitian menurut Talumewo, dkk (2021), dari tahun 2018 sampai tahun 2021 realisasi volume penjualan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Penjualan yang meningkat tidak lepas dari strategi pemasaran yang ada maka dari itu sangat penting bagi pangkalan gas elpiji mempertahankan dan

meningkatkan strategi pemasaran yang ada karena mengingat akan menghadapi parapesaing lain yang menjual produk yang sama.

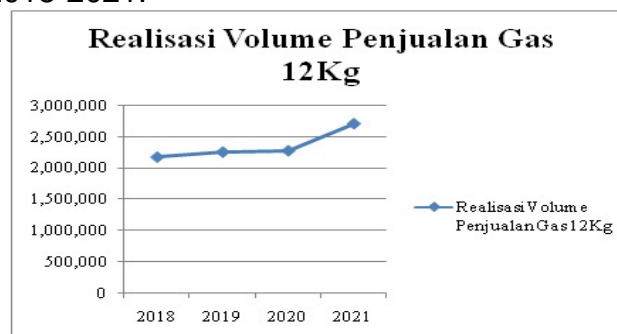
Ini adalah menjadi suatu tantangan bagi setiap agen gas elpiji yang mana seperti yang kita ketahui bahwa konsep strategi penjualan akan selalu berkembang disetiap tahunnya sesuai dengan perkembangan zaman.

Maka, berdasarkan data realisasi volume penjualan gas elpiji 3kg PT.Sriguna Patra Niaga, jika di lihat melalui grafik pada tahun 2018 ke tahun 2020 mengalami kenaikan yang sangat signifikan, karena diketahui jumlah pelanggan yang setiap harinya meningkat.

Sedangkan pada tahun 2020 ke 2021 volume penjualan mengalami penurunan yang sangat signifikan, dikarenakan pada tahun tersebut adanya pemasangan gas bumi maka dari itu hampir seluruh warga menggunakan gas bumi dari sambungan jaringan gas (jargas) dan saat ini sudah banyak rumah tangga yang dapurnya tersambung dengan jargas milik anak perusahaan pertamina. Dengan adanya konversi gas elpiji ke gas bumi secara otomatis akan membuat permintaan tabung gas, khususnya tabung gas elpiji 3kg menyusut drastis, jadi pemasokan gas elpiji tidak akan di hapus, melainkan hanya di kurangi. Dengan demikian volume penjualan gas elpiji 3kg tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami penurunan yang signifikan.

## 2. Grafik Realisasi Volume Penjualan 12kg

Grafik data realisasi volume penjualan gas elpiji 12kg PT.Saribumi Sriguna Putra dari tahun 2018-2021.



Gambar Grafik realisasi volume penjualan gas elpiji 12kg

**Sumber: Data diolah 2022**

Dalam suatu perusahaan meningkatkan volume penjualan tujuannya yaitu menguntungkan dalam artian dapat menghasilkan pendapatan secara optimal dan meningkatkan laba. Menurut Schiffan (2005:118), volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupiah).

Berdasarkan data realisasi volume penjualan gas elpiji 12kg PT.Saribumi Sriguna Putra, jika di lihat melalui grafik pada tahun 2018 sampai tahun 2021 mengalami peningkatan yang signifikan, dikarenakan tabung gas elpiji 12kg ini dilengkapi dengan teknologi sistem katup spindel ganda, yaitu sistem pengaman ganda untuk mengurangi tekanan gas yang lebih menarik sehingga memberikan rasa aman. Selain itu kebocoran gas dari badan tabung dipastikan tidak akan terjadi karena setiap 5 tahun sekali tabung elpiji akan dicek ulang keseluruhannya. Jadi, jika seandainya terjadi kebocoran gas dapat terdeteksi dengan cepat. Selain itu juga, tabung gas ini juga memiliki teknologi segel

hologram untuk menjamin keaslian produknya. Dan untuk pemakaian tabung gas 12kg ini dapat digunakan untuk memasak selama 40-45 hari. Dengan lamanya waktu pemakaian tentunya tidak merepotkan pengguna elpiji 12kg dengan tidak seringnya membeli gas isi ulangnya. Selain itu regulator yang kita pakai pun akan awet karena tidak seringnya melepas pasang regulator. Dengan demikian volume penjualan gas elpiji 12kg dari tahun 2018 sampai tahun 2021 meningkat signifikan.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

### 1) Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai analisis komperatif dalam realisasi volume penjualan gas elpiji di PT. Pertamina (Persero) Marketing Operasional Region II, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Setelah melihat data realisasi volume penjualan gas elpiji 3kg pada PT.Sriguna Patra Niaga, yang mana pada tahun 2018 ke tahun 2019 dimana pada tahun tersebut mengalami kenaikan, dan pada tahun 2019 ke tahun 2020 tetap stabil, kemudian tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami penurunan.
- b. Sedangkan data realisasi volume penjualan gas elpiji 12kg pada PT.Saribumi Sriguna Putra, yang mana pada tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami kenaikan, dan tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami kenaikan lagi, kemudian tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami kenaikan yang signifikan.

### 2) Saran

Berdasarkan hasil penelitian penulis mengajukan beberapa saran yang bisa dipertimbangkan sebagai berikut:

Perlu adanya strategi penjualan, karena dalam meningkatkan jumlah penjualan tabung gas elpiji 3kg dan 12kg pada agen gas elpiji perlu lebih di tingkatkan lagi strategi penjualan, yaitu:

- a. Strategi penjualan melalui produk memberikan sebuah pencerahan atau berbagai pilihan alternatif.
- b. Strategi penjualan melalui harga dengan memberikan potongan harga.
- c. Strategi penjualan melalui distribusi/tempat dengan menawarkan jasa antar jemput gratis.
- d. Strategi penjualan melalui promosi dengan ditambahkannya pemasaran melalui promosi iklan dan brosur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hermawati. (2018). Analisis Sistem Distribusi Penjualan Gas Elpiji Terhadap Laba Usaha pada PT. Muthar jaya. 50.
- Sasangka, I. &. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada mini market minimarket'90 bandung. *ilmiah online STIE Muhammadiyah bandung* , 133-134.
- Sawukir, N. M. (2021). Analisis Volume Pejualan Sebelum dan Sesudah Menggunakan Distributor Management System (DMS) Pada CV DIFFA CEMERLANG. *Jurnal ilmiah prodi manajemen universitas pamulang* , 80-82.



Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuntitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Bandung: ALFABETA.

Sujarweni, V. (2020). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress.

Talumewo, J. G., Kalangi, J. A., & Rogahang, J. J. (2021). Strategi Prmasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Pangkalan Gas LPG 3kg Christian D. Assa di Desa Pontak Kecamatan Ranoyapo. *Productivity* , 378-383.

