

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Saat ini, dunia usaha berkembang dengan sangat cepat, baik di sektor perdagangan, industri, jasa, maupun media massa. Karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan sejenis dengan memanfaatkan sumber daya ekonomi yang dimiliki secara optimal. Untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan, perusahaan perlu terlibat aktif dalam kegiatan pemasaran yang efektif agar tujuan bisnis dapat tercapai.¹

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, pemasaran merupakan suatu proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan serta membangun hubungan yang kuat dengan mereka, dengan harapan memperoleh nilai balik dari pelanggan. Secara umum, pemasaran produk mencakup dua jenis aliran, yaitu aliran fisik dari produk itu sendiri dan aliran aktivitas transaksi yang berkaitan dengan produk tersebut.²

Sebagus apa pun kualitas produk dan sekuat apa pun promosi yang dilakukan, tanpa didukung oleh distribusi yang efektif, produk tidak akan bisa menjangkau konsumen akhir secara tepat. Saat ini, rantai dan saluran distribusi tidak hanya difokuskan pada efisiensi biaya, tetapi juga lebih diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.³

¹ Muh. Arif and Andi Sismar, "Peran Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Sinar Aneka Sorong Papua Barat Daya," *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* 13, no. 1 (2024): 47–55.

² kevin lane. Kotler, Philip, dan keller, *Manajemen Pemasaran 2, Edisi Millennium* (Jakarta: PT. Ikrar mandiri, 2015).

³ MM Suria Alamsyah Putra, SE., "Analisa Peramalan Penjualan Dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Cakra Anugerah Arta Alumindo Medan," *Jurnal Ilmiah*

Dalam dunia bisnis, saluran distribusi berfungsi untuk membantu perusahaan menyampaikan produk kepada pelanggan secara efisien. Saluran ini memainkan peran penting dalam operasional berbagai jenis usaha seperti perdagangan, manufaktur, dan ritel.⁴ Saluran distribusi merupakan jalur pemasaran yang dirancang oleh perusahaan untuk menyalurkan produk dan memberikan layanan kepada konsumen. Menurut Novitasari, keberadaan saluran distribusi berkontribusi signifikan terhadap volume penjualan. Tujuan utama dari saluran distribusi adalah untuk mempermudah proses penyaluran barang, mencegah penumpukan stok di gudang, serta meminimalkan risiko kerusakan atau kedaluwarsa. Strategi distribusi mencakup pendekatan dalam mendistribusikan produk atau jasa kepada konsumen akhir.⁵

Pemilihan saluran distribusi yang tepat dan efisien sangat penting untuk mendorong pertumbuhan penjualan. Beberapa perusahaan mengadopsi kombinasi berbagai metode distribusi untuk menjangkau segmen pelanggan yang lebih luas. Strategi distribusi harus mampu memastikan bahwa produk atau layanan dapat diterima oleh konsumen potensial dengan biaya serendah mungkin.⁶ Saluran distribusi (*marketing channel, trade channel, distribution channel*) merupakan jalur atau serangkaian perantara, baik yang dikelola langsung oleh perusahaan maupun pihak independen, yang berperan dalam mengalirkan produk dari produsen ke

“JUMANSI STINDO” *Medan V* 1, no. 3 (2019): 1–23, file:///C:/Users/People/Downloads/2097-Article Text-8635-1-10-20230213 (1).pdf.

⁴ Sulistyowati, “Kebijakan Restrukturisasi KSPPS BMT Peta Kediri dalam Penanganan Pembiayaan Bermasalah,” *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting and Finance*, Vol. 2, No. 2 (2022), hlm. 212–237.

⁵ Widya Ratna Sari and Sulistyowati, “Sustainable Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Mewujudkan Green Economy,” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2024): 820–833.

⁶ Sulistyowati, Yayuk Sri Rahayu, dan Chifni Darun Naja, “Penerapan Artificial Intelligence Sebagai Inovasi di Era Disrupsi dalam Mengurangi Resiko Lembaga Keuangan Mikro Syariah,” *WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 7, No. 2 (2021). 23.

konsumen. Dalam konteks perusahaan, saluran distribusi dapat dipandang sebagai sistem terpadu yang berpengaruh besar terhadap kesuksesan bisnis secara keseluruhan.⁷

Salah satu produk yang sangat bergantung pada sistem distribusi yang handal adalah *Liquefied Petroleum Gas* (LPG). LPG merupakan kebutuhan energi rumah tangga dan industri yang harus tersedia secara terus-menerus dan merata. Ketidaktepatan dalam distribusi LPG dapat mengakibatkan kelangkaan, kenaikan harga, serta terganggunya aktivitas masyarakat maupun industri. Oleh karena itu, perusahaan penyedia LPG dituntut untuk memiliki strategi distribusi yang efisien, tepat sasaran, dan mampu menjangkau seluruh lapisan konsumen.⁸

Beralihnya pemakaian minyak tanah ke gas elpiji 3 kg untuk itu pemerintah menyediakan dan mendistribusikan gas elpiji 3 kg kepada masyarakat, dengan dipergunakannya gas elpiji 3 kg untuk itu pemerintah perlu menjaga kualitas akan produk dan barang yang akan di pakai masyarakat karena merupakan bagian terpenting untuk menjaga keselamatan konsumen. Tahun 2007 hingga 2010 merupakan tahun dimana pemerintah gencar gencarnya melakukan sosialisasi penggunaan gas *Liquefied Petroleum Gas* (LPG/elpiji) bagi konsumsi rumah tangga dan industri kecil sekaligus membagikan kompor gas beserta tabung gas elpiji yang berisi 3 kg secara gratis kepada masyarakat.⁹ Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 104 tahun 2007 tentang Penyediaan, Pendistribusian,

⁷ Susantiana Dewi et al., “Analisis Penentuansaluran Distribusi Yang Efektif Bagi Petani Kopi Di Desa Gondowido Kecamatan Ngebel Kabupaten Ponorogo,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 3 (2022): 728–737.

⁸ Sulistyowati Sulistyowati, “Settlement of Non-Performing Lending in Sharia Banking Through KPKNL Surabaya from The Perspective of Islamic Law,” *al-Daulah Jurnal Hukum dan Perundangan Islam* 11, no. 2 (2021): 197–223.

⁹ Abdul Ghofur and Sulistyowati, “Strategi Repositioning Bisnis Multi-Level Marketing Syariah Dalam Menghilangkan Stigma Praktik Money Game,” *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics* 7, no. 2 (2024): 104–116.

dan Penetapan Harga LPG tabung 3 (tiga) Kilogram dan Peraturan Menteri ESDM No. 21 Tahun 2007 tentang Penyelenggaraan Penyediaan dan Pendistribusian LPG Tabung 3Kg, menjadi dasar hukum kebijakan tersebut.¹⁰

Nganjuk merupakan salah satu daerah yang memiliki berbagai macam industri atau pabrik. Berikut data industri pabrik penyaluran gas elpiji pertamina di Kabupaten Nganjuk.

Tabel 1.1
Data Penyalur LPG Pertamina di Kecamatan Nganjuk Kabupaten Nganjuk

No	Nama PT	Tahun Berdiri
1	PT Putra Sri Rejeki	2017
2	PT Budi Sucahyo Mukti	2018
3	PT Gas Narin Atfan	2021
4	PT Krakatau Pelita Gas	2021
5	PT Sami Mulyo Gas	2010
6	PT Anugerah Inti Sejahtera	2017
7	PT Ananda Khalifa Selaras Indogas	2019
8	PT Sumber Kurnia Sejati	2015
9	PT Sinar Abadi Santoso	2018
10	PT Pinar Indo Gas	2017
11	PT Sembodo Manshurin DVD	2022
12	PT Nganjuk Jaya Gas	2021
13	PT Samudra Nusantara Perkasa	2019

Sumber : Hasil Observasi Lapangan Industri Penyaluran Gas Pertamina.¹¹

Berdasarkan data perusahaan penyalur LPG Pertamina di Kecamatan Nganjuk Kabupaten Nganjuk, terdapat empat perusahaan yang termasuk paling lama berdiri, yaitu PT Sami Mulyo Gas (2010), PT Sumber Kurnia Sejati (2015), PT Putra Sri Rejeki (2017), dan PT Anugerah Inti Sejahtera (2017). Keempat perusahaan ini memiliki pengalaman operasional yang relatif lebih matang dibandingkan perusahaan lainnya. Untuk mengetahui posisi dan karakteristik

¹⁰ Arrazi Hasan And Merlyn Karuntu, "Analisis Penentuan Rute Distribusi Gas Elpiji 3 Kg Pada PT. Surya Gas Mandiri Manado The Analysis Of 3 Kg LPG Gas Distribution Route At. PT. Surya Gas Mandiri Manado" *Jurnal EMBA* 11, No. 1 (2023): 549–57.

¹¹ Direktorat Jenderal Minyak Dan Gas, "Daftar Penyalur LPG PT Pertamina (Persero) Region 4," *Informasi Publik: Daftar Penyalur BBM Dan Gas LPG*, no. 1 (2024).

masing-masing perusahaan, dilakukan analisis menggunakan konsep bauran pemasaran (4P) yang meliputi *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Perbandingan tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.2
Perbandingan PT Sami Mulyo Gas, PT Sumber Kurnia Sejati, PT
Putra Sri Rejeki, dan PT Anugerah Inti Sejahtera

Perbandingan	PT Sami Mulyo Gas	PT Sumber Kurnia Sejati	PT Putra Sri Rejeki	PT Anugerah Inti Sejahtera
Jumlah Distribusi	97 Agen	75 Agen	68 Agen	60 Agen
Tahun Berdiri	2010	2015	2017	2017
Cakupan Wilayah	Nganjuk & sekitarnya	Nganjuk tengah & selatan	Nganjuk kota & pinggiran	Fokus Nganjuk kota
Produk (<i>Product</i>)	LPG 3 kg	LPG 3 kg	LPG 3 kg	LPG 3 kg
Harga (<i>Price</i>)	Mengikuti HET pemerintah	Mengikuti HET pemerintah	Mengikuti HET pemerintah	Mengikuti HET pemerintah
Lokasi (<i>Place</i>)	Jl.P. Sudirman NO.237 Kab Nganjuk	Batembat, Kec. Pace, Kabupaten Nganjuk	Jl. Dusun Sukorejo No.26, Sukorejo, Klurahan	Gg. Empu Sendok 2, RT.02/RW.03, Candirejo, Candi Rejo
Promosi (<i>Promotion</i>)	Relasi agen, <i>word of mouth</i> , loyalitas pangkalan	Kerja sama pangkalan	Promosi berbasis jaringan agen	Testimoni & relasi lokal
Lama Operasional	15 tahun	10 tahun	8 tahun	8 tahun

Sumber: Data diolah peneliti berdasarkan hasil observasi (2026).

Berdasarkan data yang diperoleh, PT Sami Mulyo Gas tercatat sebagai perusahaan penyalur LPG yang telah beroperasi paling lama di Kabupaten Nganjuk. Dengan pengalaman yang panjang ini, perusahaan tersebut memiliki stabilitas operasional, jaringan distribusi yang luas, serta rekam jejak yang dapat dijadikan sumber informasi yang kaya dan relevan dalam konteks penelitian. Selain itu, PT

Sami Mulyo Gas juga diduga memiliki sistem manajemen distribusi yang lebih terstruktur, didukung oleh sumber daya manusia yang berpengalaman serta pemahaman yang mendalam terhadap karakteristik pasar lokal. Perusahaan ini juga menunjukkan konsistensi dalam menjaga ketersediaan pasokan LPG, sehingga mampu membangun kepercayaan konsumen dan mitra usaha dalam jangka panjang. Tidak hanya itu, kemampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap perubahan kebijakan pemerintah serta dinamika harga energi menjadi nilai tambah yang memperkuat posisinya di industri.¹²

Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk menjadikan PT Sami Mulyo Gas sebagai objek penelitian, dengan harapan dapat menggali lebih dalam mengenai dinamika distribusi LPG, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang diterapkan perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan industri energi yang terus berkembang.

Upaya PT. Sami Mulyo Gas untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tepat pada waktunya, perusahaan memerlukan suatu sistem pendistribusian yang baik untuk menciptakan hubungan transaksi antara produsen dan konsumen dalam jangka panjang, sehingga dapat menciptakan laba dalam jangka panjang pula bagi perusahaan tersebut. Seperti data yang ditemukan peneliti dalam data penjualan PT. Sami Mulyo Gas sebagai berikut:

Tabel 1.3

Data Penjualan PT Sami Mulyo Gas Tahun 2022-2024

No	Bulan	2020	2021	2022	2023	2024
1	Januari	66.214	67.120	68.473	66.232	67.200
2	Februari	65.873	66.948	68.374	68.932	65.723
3	Maret	63.492	65.237	67.947	66.372	66.843

¹² Yeni Sintya Wati, Sulistyowati, M. Soleh Mauludin, dan Sidanatul Janah, "Pengembangan Usaha Berbasis Ramah Lingkungan Berdasarkan Konsep Triple Bottom Line (Studi Kasus Batik Lochantara)," *Istithmar*, Vol. 8, No. 1 (2024).13.

4	April	60.384	62.745	64.839	67.321	69.734
5	Mei	58.973	61.528	63.563	65.890	70.021
6	Juni	59.247	62.134	64.473	64.893	68.493
7	Juli	58.931	61.873	63.957	62.948	69.403
8	Agustus	60.742	63.542	65.483	67.932	70.212
9	September	61.384	64.213	68.493	62.749	68.920
10	Oktober	60.927	63.784	65.439	61.847	69.302
11	November	62.538	65.492	68.493	64.834	70.283
12	Desember	63.742	66.901	69.375	67.804	71.038
Total		742.447	771.517	798.909	787.754	827.172

Sumber : Data penjualan (diolah peneliti), PT Sami Mulyo Gas.

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa perkembangan penjualan LPG pada PT. Sami Mulyo Gas mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020 jumlah penjualan tercatat sebesar 742.447 tabung. Penjualan pada tahun tersebut relatif lebih rendah karena aktivitas ekonomi masyarakat masih terdampak oleh pandemi Covid-19 sehingga permintaan LPG dari beberapa sektor usaha mengalami penurunan. Pada tahun 2021 penjualan mulai mengalami peningkatan menjadi 771.517 tabung, seiring dengan mulai pulihnya aktivitas ekonomi masyarakat serta meningkatnya kembali kegiatan usaha kecil yang menggunakan LPG sebagai kebutuhan operasional. Selanjutnya pada tahun 2022 penjualan berhasil mencapai angka 798.909 tabung, yang menunjukkan adanya peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh semakin membaiknya kondisi perekonomian masyarakat serta meningkatnya aktivitas usaha kuliner dan usaha kecil yang menggunakan LPG sebagai sumber energi utama.¹³

Namun pada tahun 2023 penjualan mengalami penurunan menjadi 787.754 tabung. Penurunan tersebut terjadi karena adanya perubahan kebijakan distribusi pemerintah, khususnya pembatasan distribusi LPG 3 kg yang diperketat dan

¹³ Sulistyowati dan M. P. Ardianti, "Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Perspektif Manajemen Syariah (Studi Pada Base Farm KWT Bangun Sejahtera Burengan Kota Kediri)," *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, Vol. 3, No. 1 (2024), 67.

dialihkan menggunakan sistem data terpadu untuk memastikan subsidi tepat sasaran. Kebijakan tersebut menyebabkan proses distribusi kepada pengecer sempit mengalami penyesuaian sehingga pada beberapa periode pasokan LPG tidak berjalan seoptimal sebelumnya.

Meskipun demikian, pemerintah bersama pihak terkait kemudian melakukan berbagai penyesuaian dalam mekanisme distribusi LPG, salah satunya dengan menambah titik pangkalan resmi serta mengoptimalkan sistem pencatatan distribusi melalui penggunaan aplikasi Merchant Apps Pangkalan. Melalui sistem tersebut proses pendistribusian LPG dapat dipantau dengan lebih baik sehingga penyaluran kepada masyarakat dapat dilakukan secara lebih merata dan tepat sasaran.

Dengan adanya perbaikan dalam sistem distribusi tersebut, pada tahun 2024 penjualan LPG kembali mengalami peningkatan menjadi 827.172 tabung. Peningkatan ini menunjukkan bahwa distribusi LPG kembali berjalan lebih stabil sehingga kebutuhan masyarakat terhadap LPG dapat terpenuhi dengan lebih baik. Selain itu, meningkatnya aktivitas ekonomi masyarakat juga turut mendorong peningkatan permintaan LPG baik untuk kebutuhan rumah tangga maupun kegiatan usaha.¹⁴

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa perkembangan volume penjualan LPG pada PT. Sami Mulyo Gas dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi ekonomi masyarakat, kebijakan pemerintah terkait distribusi LPG subsidi, serta kelancaran sistem distribusi yang diterapkan oleh perusahaan. Meskipun sempat mengalami penurunan pada beberapa periode, namun melalui pengelolaan distribusi yang baik serta penyesuaian kebijakan pemerintah, penjualan LPG pada

¹⁴ Sulistyowati, "Hajj Fund Investment Development Strategy: Sharia Investment Management Perspective," *El Dinar: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 10, No. 2 (2022).34.

PT. Sami Mulyo Gas kembali mengalami peningkatan pada tahun berikutnya.

Volume penjualan pada tahun terakhir diduga terjadi karena PT. Sami Mulyo Gas mampu menyesuaikan strategi distribusinya secara optimal. Hal ini dilakukan dengan memperluas jaringan pangkalan resmi, mengoptimalkan peran perantara dalam menyalurkan produk sesuai kebutuhan pasar, serta memanfaatkan kebijakan baru dari pemerintah. Strategi tersebut membuat perusahaan mampu memulihkan bahkan meningkatkan hasil penjualan.¹⁵

Dalam ini, PT. Sami Mulyo Gas, yang merupakan salah satu perusahaan penyalur gas LPG di Kabupaten Nganjuk, dipilih sebagai subjek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana saluran distribusi yang diterapkan oleh perusahaan berkontribusi terhadap volume penjualan. Melalui analisis ini, peneliti berharap dapat memahami efektivitas strategi distribusi yang dijalankan serta mengevaluasi sejauh mana distribusi yang efisien dapat mendorong pertumbuhan penjualan. Maka peneliti terkait untuk mengangkat judul tentang **“IMPLEMENTASI SALURAN DISTRIBUSI PRODUK *LIQUEFIED PETROLEUM GAS* (LPG) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Pada PT. Sami Mulyo Gas Di Kab. Nganjuk)”**.

B. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian pada penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana Implementasi Saluran Distribusi Produk *Liquefied Petroleum Gas* (LPG) (Pada PT. Sami Mulyo Gas Di Kab. Nganjuk)?

¹⁵ “Kepala PT Sami Mulyo Gas” (Nganjuk: PT Sami Mulyo Gas, 2025).

2. Bagaimana Implementasi Saluran Distribusi Produk *Liquefied Petroleum Gas* (LPG) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Pada PT. Sami Mulyo Gas Di Kab. Nganjuk)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari Penelitian ini antara lain:

1. Untuk Menjelaskan Bagaimana Implementasi Saluran Distribusi Produk *Liquefied Petroleum Gas* (LPG) (Pada PT. Sami Mulyo Gas Di Kab. Nganjuk).
2. Untuk Mengetahui Implementasi Saluran Distribusi Produk *Liquefied Petroleum Gas* (LPG) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Pada PT. Sami Mulyo Gas Di Kab. Nganjuk).

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Untuk memberikan manfaat ilmu pengetahuan tentang Implementasi Saluran Distribusi Produk *Liquefied Petroleum Gas* (LPG) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada industri gas.

2. Kegunaan Secara praktis

- a. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang dapat digunakan sebagai masukan dan juga untuk kepada pelaku usaha selalu mengembangkan dan mengelola pendistribusian produk usahanya secara maksimal.

- b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi tentang analisis saluran distribusi produk *Liquefied Petroleum Gas* (LPG) dalam

meningkatkan penjualan pada PT. Sami Mulyo Gas Di Kab. Nganjuk.

c. Bagi Masyarakat

Untuk menambah wawasan pembaca dalam seputar distribusi produk sehingga dapat membuka pikirannya ketika menjadi wirausahawan dapat lebih mengoptimalkan saluran distribusi produk pada usahanya secara maksimal.

d. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah kemampuan intelektual dalam melakukan penelitian dan dapat memperoleh pengalaman praktis dalam menyusun penulisan karya ilmiah serta dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang lebih luas tentang analisis saluran distribusi produk khususnya dalam industri gas.

E. Telaah Pustaka

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan penulis:

1. Dwi Yuana, “Strategi Distribusi Produk Dalam Pengembangan Usaha Perspektif Distribusi Islam (Kasus Perusahaan Kerupuk Ud. Devi Putri Desa Bobang Kecamatan Semen Kabupaten Kediri),”.¹⁶

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta analisis data menggunakan metode deskriptif analisis dengan validitas data melalui triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan pemasaran produk kerupuk UD. Devi Putri dilakukan melalui inovasi produk yang meningkatkan

¹⁶ Dwi Yuana, “Strategi Distribusi Produk Dalam Pengembangan Usaha Perspektif Distribusi Islam (Kasus Perusahaan Kerupuk Ud. Devi Putri Desa Bobang Kecamatan Semen Kabupaten Kediri),” *Program Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam* (Kediri: Skripsi IAIN Kediri, 2022).

kualitas dan daya saing. Pengelolaan pemasaran ditinjau dari bauran pemasaran meliputi: produk yang sesuai kebutuhan dan menarik, harga yang kompetitif, distribusi yang mudah diakses, serta promosi melalui peran pemerintah, door to door, online, dan personal selling. Selain itu, strategi pemasaran UD. Devi Putri telah selaras dengan prinsip-prinsip syariah seperti kehalalan produk, kejujuran dalam promosi, pelayanan beretika, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan pada variabel tentang saluran distribusi produk. Perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya ini membahas tentang perspektif islam sedangkan penelitian ini akan membahas tentang volume penjualan. Perbedaan selanjutnya adalah penelitian penulis objeknya yakni objek pada penelitian sebelumnya adalah industri makanan sedangkan penelitian ini adalah industri gas.

2. Indah Rinawati, “Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Pada Umkm Ecoprint Top Cemerlang Kelurahan Bandar Lor Kecamatan Mojojoto Kota Kediri)”.¹⁷

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan lapangan, mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dari pemilik, karyawan, dan pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi produk, seperti volume kualitas bahan, penambahan varian produk, serta pengembangan desain dan ukuran, berhasil meningkatkan penjualan signifikan dari Rp 34.500.000 pada 2020

¹⁷ Indah Rinawati, “Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Pada Umkm Ecoprint Top Cemerlang Kelurahan Bandar Lor Kecamatan Mojojoto Kota Kediri)” (Kediri: *Skripsi IAIN Kediri*, 2025).

menjadi Rp 77.950.000 pada 2023. Meskipun terjadi penurunan penjualan kain, inovasi berkelanjutan tetap mendorong pertumbuhan penjualan yang positif. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan pada variabel Y tentang volume penjualan. Perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya ini membahas tentang strategi inovasi produk sedangkan penelitian ini akan membahas tentang analisis distribusi produk. Perbedaan selanjutnya adalah penelitian penulis objeknya yakni objek pada penelitian sebelumnya adalah industri pencetakan sedangkan penelitian ini adalah industri gas.

3. Isrofinda Oktafiana, “Strategi Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Ditinjau Dari Syariah Marketing (Pada Home Industry Citra Mandiri Di Kelurahan Ngronggo Kota Kediri)”.¹⁸

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dan Hasil penelitian menunjukkan bahwa home industry Citra Mandiri menerapkan bauran pemasaran 4P, yaitu produk dengan kualitas baik, penetapan harga menggunakan cost-plus pricing, distribusi dilakukan secara langsung dan tidak langsung, serta promosi melalui media digital dan metode tradisional. Selain itu, faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan meliputi kemampuan memenuhi permintaan konsumen, menjaga kualitas produk, ketepatan dalam membidik pasar, dan pengelolaan modal yang baik. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan pada variabel Y tentang volume penjualan. Perbedaannya adalah pada penelitian sebelumnya ini

¹⁸ Isrofinda Oktafiana, “Strategi Produk Dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Ditinjau Dari Syariah Marketing (Pada Home Industry Citra Mandiri Di Kelurahan Ngronggo Kota Kediri)” (Kediri: *Skripsi IAIN Kediri*, 2024).

membahas tentang strategi produk dan harga sedangkan penelitian ini akan membahas tentang Analisis distribusi produk. Perbedaan selanjutnya adalah penelitian penulis objeknya yakni objek pada penelitian sebelumnya adalah berbasis *home industry* yang masih berbasis UD sedangkan objek pada penelitian ini Adalah Industri Yang Sudah Berbasis PT.

4. Arrazi Hasan And Merlyn Karuntu, “Analisis Penentuan Rute Distribusi Gas Elpiji 3 Kg Pada PT. Surya Gas Mandiri Manado The Analysis Of 3 Kg LPG Gas Distribution Route At. PT. Surya Gas Mandiri Manado,” *Jurnal Emba* 11, No. 1. 2023: 549–57.¹⁹

Penelitian ini merupakan penelitian tindakan (*action research*) yang menyoroti pentingnya keandalan pengiriman produk dalam manajemen rantai pasok hilir (*downstream supply chain*), khususnya dalam distribusi gas elpiji 3 kg oleh PT. Surya Gas Mandiri di Manado. Saat ini, penentuan rute distribusi masih mengandalkan pengalaman supir dan kernet tanpa perhitungan rute yang terukur efektivitasnya, sehingga berpotensi menyebabkan pemborosan jarak, waktu, dan biaya. Data dikumpulkan melalui observasi dan dianalisis menggunakan metode transportasi yang dioptimalkan dengan pendekatan distribusi logistik. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan sistem rute yang terencana serta penambahan armada kendaraan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas distribusi elpiji 3 kg. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif, objek penelitian, dan variabel X nya tentang saluran distribusi produk. Perbedaannya

¹⁹ Arrazi Hasan And Merlyn Karuntu, “Analisis Penentuan Rute Distribusi Gas Elpiji 3 Kg Pada PT. Surya Gas Mandiri Manado The Analysis Of 3 Kg LPG Gas Distribution Route At. PT. Surya Gas Mandiri Manado,” *Jurnal EMBA* 11, No. 1 (2023): 549–57.

adalah pada penelitian sebelumnya ini tidak memiliki variabel Y sedangkan penelitian ini memiliki variabel Y yakni volume penjualan.

5. Hasriani M, “Analisis Saluran Distribusi Produk Pada PT. London Sumatera Di Kabupaten Bulukumba”.²⁰

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran distribusi yang diterapkan PT. London Sumatera Di Kabupaten Bulukumba. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. London Sumatera Di Kabupaten Bulukumba menggunakan saluran distribusi langsung yaitu produsen bertransaksi langsung dengan konsumen. Dimana distribusi langsung diterapkan untuk membantu perusahaan mengoptimalkan penguasaan pasar industri karet yang telah dimiliki ataupun hendak dituju. Saluran distribusi langsung yang diterapkan sebagai upaya perusahaan mengoptimalkan sumberdaya yang dimiliki untuk memuaskan pelanggan yang ada diluar negeri.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan variabel X nya tentang saluran distribusi produk. Perbedaannya adalah penelitian ini memiliki variabel Y yakni volume penjualan dan objek penelitian jika penelitian sebelumnya fokus pada industri karet sedangkan penelitian ini pada industri gas.

6. Siti Rahmawati, “Analisis Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Penjualan Produk Air Minum Pada PT. Tirta Sejahtera Abadi di Kota Malang”.²¹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan saluran distribusi

²⁰ Hasriani M, “Analisis Saluran Distribusi Produk Pada PT. London Sumatera Di Kabupaten Bulukumba” (Makasar: *Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar*, 2018).

²¹ Siti Rahmawati, “Analisis Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Penjualan Produk Air Minum Pada PT. Tirta Sejahtera Abadi di Kota Malang” (Skripsi, Universitas Negeri Malang, 2021), 45.

yang digunakan PT. Tirta Sejahtera Abadi dalam mendistribusikan produk air minum kepada konsumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan menerapkan saluran distribusi tidak langsung melalui distributor, agen, dan pengecer sebelum produk sampai kepada konsumen akhir. Sistem distribusi tersebut dinilai efektif karena mampu memperluas jangkauan pemasaran produk hingga ke berbagai wilayah serta membantu meningkatkan ketersediaan produk di pasar. Selain itu, pengaturan jadwal distribusi dan pengawasan stok secara rutin menjadi faktor penting dalam menjaga kelancaran penyaluran produk.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas variabel saluran distribusi sebagai fokus penelitian. Perbedaannya terletak pada variabel Y dan objek penelitian. Penelitian ini berfokus pada peningkatan penjualan produk air minum, sedangkan penelitian penulis berfokus pada volume penjualan LPG pada industri distribusi gas.