

**BAURAN PEMASARAN GAS ELPIJI PADA  
PT.CITRA KARUNIA ILAHI BANJARMASIN**

Widarto<sup>1</sup>, M. Ridha Ansyari Rizky<sup>2</sup>, Ade Hermawan<sup>3</sup>, Riky Welli Saputra<sup>4</sup>  
Email: [widarto@stiabinabanuabjm.ac.id](mailto:widarto@stiabinabanuabjm.ac.id)

<sup>1,2,3,4</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Bina Banua Banjarmasin

**ABSTRACT**

This study aims to determine the Marketing Mix (Product, Price, Distribution and Promotion) of LPG, to find out what obstacles are faced and what alternative solutions can be done related to the constraints faced.

This research uses a descriptive method. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques used are through observation, interviews and documentation. The data analysis technique is descriptive qualitative data analysis technique.

The results showed that, the marketing mix carried out by PT. Citra Karunia Ilahi is the selection of products marketed, namely subsidized and non-subsidized LPG Gas Products. Non-subsidized LPG Gas products include 5.5 Kg LPG Gas, 12 KG LPG Gas, and 12 KG LPG Bright Gas, then the application of varying prices, for the price of 5.5 Kg refill cylinders is priced at Rp. 65,000, LPG 12 Kg Rp. 142,000, and LPG 12 Kg Bright gas Rp. 145,000. PT. Citra Karunia Divine distributes Non-subsidized LPG Gas Products to gas stations, minimarkets, subsidized LPG Gas Bases, MSMEs, Institutions and to the public directly, while the promotion is carried out by means of promotions through banners/banners, and promotions for holidays. The obstacles faced are the lack of purchasing power and public interest in non-subsidized LPG Gas, and the Promotion Strategy is still not intensive, while the Alternative Solution that can be applied is by conducting a tube loan trial program, and using Digital Marketing and Promotion strategies.

*Keywords : Product, Price, Distribution, Promotion*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan usaha bisnis dalam revolusi industry 4.0 saat ini semakin kompleks, hal tersebut ditandai dengan banyaknya kegiatan pemasaran yang berbasis teknologi untuk memenagkan persaingan.

Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan bisnis. Perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu mengembangkan strategi pemasarannya, agar mampu bertahan dalam persaingan usaha yang beraneka ragam, yang berdampak pada persaingan usaha yang sejenis. Hal ini dikarenakan lahirnya segala macam jenis produk dari ide-ide yang kreatif. Dengan demikian perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu mengembangkan strategi pemasarannya, agar mampu bertahan dalam persaingan dan meningkatkan usahanya menjadi lebih besar. Salah satu jenis strategi pemasaran adalah strategi bauran pemasaran.

Bauran pemasaran sangat penting dilakukan oleh perusahaan tidak terkecuali pada PT. Citra Karunia Ilahi Banjarmasin sebagai perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran Gas Elpiji, tentu sasarannya adalah meningkatkan kepuasan konsumen dengan meningkatkan nilai tambah, menjamin ketersediaan produk dan informasi pemasaran yang memadai dengan harga sesuai dan distribusi yang efektif dan efisien.

Selain itu sebagai perusahaan agen Gas LPG Non Subsidi 5,5 Kg, 12 Kg dan 50 Kg di kota banjarmasin adalah PT.Citra Karunia Ilahi yang berdiri tahun 1999 yang berlokasi di jalan Pangeran Antasari No.142 sudah memiliki lokasi Pergudangan di jalan lingkaran selatan yang relative strategis dan tinggal meningkatkan usahanya sehingga berkesinambungan dan lebih besar lagi dimasa mendatang melalui strategi yaitu bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, saluran distribusi dan promosi.

## **TINJAUAN TEORITIS**

### **Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

Philip Kotler didalam Made Dharmawati (2017 : 288) menyatakan bahwa Bauran Pemasaran adalah perangkat variable-variabel pemasaran yang terkendali yang perusahaan gabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam

pemasaran atau target market. Bauran pemasaran terdiri dari 4 (empat) unsur utama yaitu :

1. *Product*
2. *Price*
3. *Place* atau Saluran distribusi
4. *Promotion*

Menurut William J. Stanton dalam Danang Sunyoto (2014 : 68) mengemukakan bahwa ada 2 arti mengenai produk yaitu dalam arti sempit dan dalam arti luas. Dalam arti sempit produk adalah sekelompok atribut fisik nyata yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi. Sedangkan dalam arti luas sebuah produk adalah sekelompok atribut nyata dan tidak nyata didalamnya termasuk kemasan, warna, harga, mutu, dan merek ditambah dengan pelayanan dan reputasi penjual). Kotler dan Armstrong 2011, didalam Ari Setyaningrum at.all (2015: 128) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (benefit) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Menurut Suhardi Sigit, didalam Ari Setyaningrum (2015: 172) bahwa saluran distribusi adalah perantara-perantara, para pembeli dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang baik fisik maupun perpindahan milik sejak dari produsen hingga ketangan konsumen. Selanjutnya Kinnear dan Kenneth 1990, didalam Ari Setyaningrum at.all (2015: 223) mendefinisikan promosi sebagai sebuah mekanisme komunikasi pemasaran, pertukaran informasi antara pembeli dan penjual. Promosi berperan menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) konsumen agar menanggapi (*respond*) produk atau jasa yang ditawarkan. Tanggapan yang diinginkan dapat berbagai bentuk, dari kesadaran (*awareness*) akan keberadaan produk atau jasa sampai pembelian sebenarnya.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian adalah metode deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk analisa datanya menggunakan analisa kualitatif.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Bauran Pemasaran**

#### **Produk (*Product*)**

PT.Citra Karunia Ilahi adalah perusahaan yang bergerak di bidang Agen Penjualan Gas Elpiji yang berlokasi di jalan Basirih, adapun produk yang dijual oleh PT.Citra Karunia Ilahi yaitu berupa Gas LPG 5,5 Kg, 12 Kg dan 50 Kg. Seiring dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat akan gas Elpiji, maka permintaan pun semakin tinggi. Untuk gas berukuran 3 Kg bersubsidi yang seharusnya ditargetkan untuk masyarakat kalangan bawah dan UKM malah banyak digunakan untuk masyarakat yang seharusnya memakai gas LPG non subsidi yang mengakibatkan sering terjadi kelangkaan pada gas 3 Kg di Pangkalan-pangkalan sehingga pihak pemerintah lebih menggelakan lagi penggunaan gas LPG 5,5 Kg dan 12 Kg. Untuk Produk gas elpiji 5,5 Kg pada PT.Citra Karunia Ilahi mengalami penjualan yang kurang baik dikarenakan masyarakat lebih banyak beminat ke Gas yang berukuran 3 Kg dikarenakan harganya yang murah. Sedangkan Produk Gas LPG 5,5 dan 12 Kg masih sedikit peminatnya. Padahal kelebihan gas LPG 5,5 Kg itu sendiri sangat banyak salah satunya adalah memiliki katup pengaman ganda sama seperti tabung gas 12 Kg yang berfungsi agar tabung gas tidak mudah mengalami kebocoran jika dibandingkan dengan Gas LPG 3 Kg yang hanya memiliki katup pengaman yang kurang aman sehingga sangat rawan terjadi kebocoran yang mengakibatkan ledakan tabung gas. Selain itu warna yang digunakan oleh tabung Gas 5,5 Kg pun bervariasi yaitu seperti warna Ungu dan Pink. Untuk ukuran Gas 5,5 Kg pun masih tergolong tidak terlalu besar sehingga masih bisa dibawa oleh sepeda motor.

#### **Harga (*Price*)**

Untuk harga jual Gas Elpiji oleh PT.Citra Karunia ilahi pun bervariasi. harga jual yang diterapkan oleh PT.Citra Karunia Ilahi adalah harga jual yang tidak boleh melebihi HET dari Pertamina. Adapun daftar harga jual oleh PT.Citra Karunia Ilahi adalah sebagai berikut :

**Tabel 1 Daftar Harga Tabung Gas LPG**

Jenis Tabung Gas Elpiji	Harga Jual	HET Pertamina
Gas LPG 5,5 Kg	Rp.62.500	Rp. 69.000
Gas LPG 12 Kg	Rp.138.000	Rp.149.000
Gas LPG 12 Kg <i>Bright</i>	Rp.138.000	Rp.151.500

*Sumber : PT.Citra Karunia Ilahi 2021*

Untuk harga jual tabung kosong itu sendiri bervariasi. Tabung Gas Kosong ukuran 5,5 Kg di banderol dengan harga Rp.350.000, sedangkan untuk Tabung Bright Gas berukuran 12 Kg Rp.550.000 dan untuk 12 Kg Biasa Rp.540.000

**Promosi (*Promotion*)**

Selama ini, Promosi yang dilakukan oleh PT.Citra Karunia Ilahi adalah melalui Spanduk / banner dan promosi secara langsung pada saat mengantar gas ke pangkalan Gas Bersubsidi. PT.Citra Karunia Ilahi juga melakukan promosi harga spesial pada saat perayaan hari besar seperti hari Kartini, Hari besar keagamaan, Hari Kemerdekaan Indonesia .Tetapi dalam hal ini masih saja penjualan Gas LPG non subsidi masih tidak stabil setiap tahunnya.

**Tabel 2 Penjualan Gas pada PT.Citra Karunia Ilahi**

Tahun	Jenis Gas LPG	Jumlah Produk Yang Tersedia	Rata-rata Penjualan Produk Per Bulan	Jumlah Penjualan Per Tahun	Presentasi Penjualan (%)
2016	Gas LPG 5,5 Kg	45.000 Tabung/Tahun	8.500 Tabung	30.000 Tabung /Tahun	85 % dari total barang
	Gas LPG 12 Kg	40.000 Tabung/Tahun	2.200 Tabung	25.000 Tabung /Tahun	30 % dari total barang
	Gas LPG 12 Kg <i>Bright</i>	22.500/Tabung/ Tahun	2.000 Tabung	19.473 Tabung /Tahun	90 % dari total barang

	Gas				
2017	Gas LPG 5,5 Kg	35.000 Tabung/Tahun	2.400 Tabung	28.000 Tabung /Tahun	93 % dari total Barang
	Gas LPG 12 Kg	40.000 Tabung/Tahun	2.200 Tabung	35.000 Tabung /Tahun	95 % dari total barang
	Gas LPG 12 Kg Bright Gas	22.500 Tabung/Tahun	2.000 Tabung	17.976 Tabung /Tahun	92 % dari total barang
2018	Gas LPG 5,5 Kg	50.000 Tabung/Tahun	3.100 Tabung	48.211 Tabung /Tahun	97 % dari total barang
	Gas LPG 12 Kg	63.000 Tabung/Tahun	4.400 Tabung	54.990 Tabung /Tahun	88 % dari total barang
	Gas LPG 12 Kg Bright Gas	30.000 Tabung/Tahun	2.150 Tabung	28.967 Tabung /Tahun	97% dari total barang
2019	Gas LPG 5,5 Kg	50.000 Tabung/Tahun	3.300 Tabung	37.809 Tabung / Tahun	63 % dari total barang
	Gas LPG 12 Kg	55.000 Tabung/Tahun	4.050 Tabung	52.879 Tabung /Tahun	98% dari total barang
	Gas LPG 12 Kg Bright Gas	32.000 Tabung/Tahun	2.200 Tabung	32.339 Tabung /Tahun	100 % dari total barang
2020	Gas LPG 5,5 Kg	97.000 Tabung/Tahun	9.000 Tabung	96.889 Tabung /Tahun	99 % dari total barang
	Gas LPG 12 Kg	55.000 Tabung/Tahun	2.050 Tabung	55.717 Tabung /Tahun	100 % dari total barang
	Gas LPG 12 Kg Bright	35.000 Tabung/Tahun	2.700 Tabung	27.987 Tabung / Tahun	88 % dari total barang

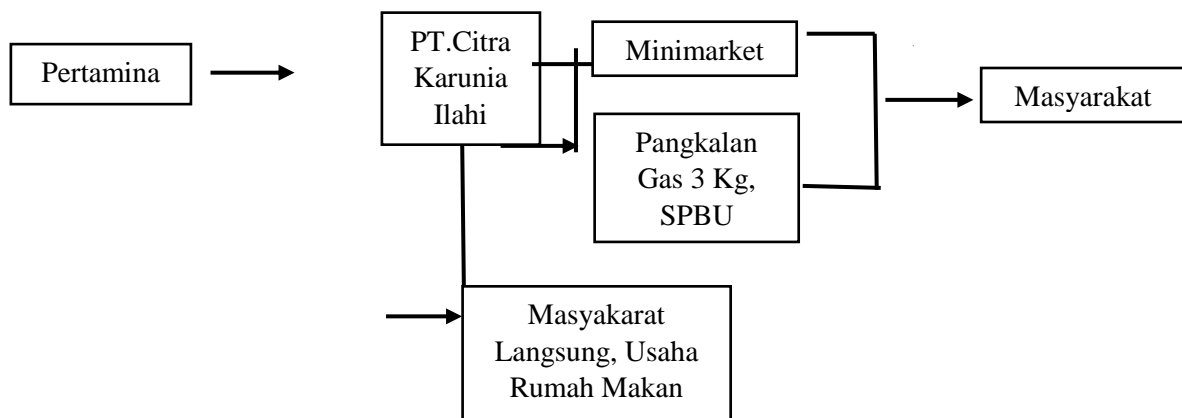
Sumber PT.Citra Karunia Ilahi 2021

Dari data terlihat bahwa untuk penjualan Gas 5,5 Kg dan 12 Kg setiap tahunnya cenderung tidak stabil, terkadang permintaan naik terkadang permintaan turun. Tetapi walaupun tidak stabil, angka penjualan masih terbilang bagus.

### **Tempat (*Place*) atau Distribusi**

PT.Citra Karunia Ilahi berlokasi di Jalan Lingkar Selatan, Banjarmasin. PT.Citra Karunia Ilahi menjadikan Pangkalan Gas LPG 3 Kg, Indomart, SPBU dan warung skala menengah untuk Mendisplay Produk Gas LPG 5,5 dan 12 Kg, hal ini bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam menjangkau produk nya tanpa harus jauh-jauh ke Agen PT.Citra Karunia Ilahi. Pemanfaatan pangkalan Gas LPG 3 Kg untuk Mendisplay barang tersebut di latar belakang oleh banyaknya Permintaan Gas LPG 3 Kg atau gas bersubsidi, sedangkan Gas bersubsidi itu sendiri telah diberikan kuota tersendiri di setiap pangkalan nya sehingga ini dapat menjadi kesempatan PT.Citra Karunia Ilahi dalam menjual Gas non Subsidi seperti 5,5 Kg dan 12 Kg. PT.Citra Karunia Ilahi juga tidak hanya membantu penjualan Gas Non subsidi di pangkalan Gas subsidi, tetapi juga setiap pangkalan diberikan jatah 10-50 Tabung tergantung omset pangkalan. Pembeli juga bisa langsung melakukan Pembelian langsung ke perusahaan, tetapi biasanya hanya warga-warga sekitar perusahaan yang membeli langsung ke perusahaan.

Pada dasarnya sistem distribusi adalah suatu proses yang menunjukkan penyaluran barang yang dibuat dari produsen kepada konsumen. Distribusi berasal dari bahasa Inggris yakni *distribution* yang berarti penyaluran. Sedangkan kata dasarnya yaitu *distribute* yang berarti membagikan, menyalurkan, menyebarkan, dan mendistribusikan. Pada PT. Citra Karunia Ilahi, sistem penyaluran distribusi gas dapat digambarkan sebagai berikut :



### *Sistem Saluran Distribusi PT.Citra Karunia Ilahi*

Dalam sistem distribusi, PT. Citra Karunia Ilahi memilih agen sebagai penyalurnya. Agen adalah lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan distribusi barang tetapi tidak memiliki hak atas barang tersebut.

#### **Kendala yang dihadapi oleh PT. Citra Karunia Ilahi**

##### 1. Daya beli Masyarakat cenderung rendah

Daya beli masyarakat tersebut dipengaruhi oleh faktor ekonomi masyarakat itu sendiri dan juga masyarakat kebanyakan bergantung dengan Gas LPG bersubsidi dikarenakan harganya yang murah dan juga masyarakat yang tergolong mampu secara ekonomi juga banyak yang memakai Gas bersubsidi seperti Gas LPG 3 Kg. Selain itu juga masyarakat banyak yang belum memiliki tabung gas Non subsidi dengan alasan harganya yang mahal.

##### 2. Ketersediaan Gas Non subsidi masih melimpah

Banyak masyarakat yang beranggapan bahwa gas LPG bersubsidi masih sangat mudah didapatkan, dikarenakan stoknya yang melimpah dan harganya yang murah. Sehingga Gas LPG bersubsidi yang seharusnya ditujukan untuk masyarakat menengah kebawah justru banyak masyarakat kalangan menengah keatas yang menggunakan Gas LPG bersubsidi.

##### 3. Pendistribusian Gas Oleh PT.Citra Karunia Ilahi

Adapun kendala distribusi yang dihadapi oleh PT.Citra karunia ilahi adalah yaitu seringkali keterlambatan pengiriman tabung gas ke tangan konsumen yang diakibatkan oleh lokasi perusahaan dan tempat tujuan pengiriman gas yang cukup jauh untuk ditempuh dari lokasi pengiriman. Tak hanya itu, mengenai armada pengangkutan terbilang kurang dalam memenuhi pengantaran distribusi ataupun kepada konsumen yang terbilang umum. Armada yang digunakan hanya mobil



pick up sebanyak 7 unit. Hal ini dapat mengganggu kelancaran distribusi Gas LPG keseluruhan daerah pemesanan. Selain itu juga lokasi perusahaan juga terbilang jauh dari lokasi pembeli hal ini juga mempengaruhi kelancaran dari proses distribusi gas tersebut.

4. Kurangnya Gencarnya Promosi yang dilakukan oleh PT.Citra Karunia Ilahi

PT.Citra Karunia Ilahi selama ini kurang bisa mempromosikan Gas LPG Non subsidi kepada masyarakat. Selama ini perusahaan tersebut hanya mengandalkan satu alat promosi saja yaitu menggunakan spanduk/Banner. Hal tersebut kurang efektif dalam membantu promosi barang tersebut.

**Alternatif yang dapat dilakukan oleh PT.Citra Karunia Ilahi**

1. Solusi agar daya tarik dan daya beli masyarakat akan gas LPG non Subsidi meningkat ialah dengan mengadakan Program Peminjaman Tabung gas selama 1 Bulan kepada masyarakat khususnya untuk kalangan menengah keatas seperti Kalangan TNI, POLRI, PNS dan UMKM Menengah keatas yang masih menggunakan Gas Bersubsidi melalui outlet yang berpotensi memiliki banyak peminat terhadap produk tersebut.. PT. Citra Karunia Ilahi dapat mendata masyarakat tersebut kemudian mengisi data diri, kemudian dilakukan peminjaman selama 1 bulan atau sampai jatuh tempo, kemudian jika masyarakat tersebut berminat bisa langsung melakukan pembayaran atas gas beserta tabungnya. Hal ini bertujuan supaya masyarakat bisa merasakan kelebihan dari Gas LPG non subsidi dibandingkan dengan gas LPG bersubsidi secara langsung.
- 2.. Strategi pemasaran yang sudah diterapkan PT.Citra Karunia Ilahi melalui strategi pemasaran 4P telah berjalan dengan baik hanya perlu lebih di tingkatkannya lagi strategi pemasaran melalui 4P yaitu strategi pemasaran melalui produk (*Product*), Tempat (*Place*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*) Strategi Pemasaran yang dapat dilakukan PT.Citra Karunia Ilahi adalah dengan menggunakan strategi 4P yaitu *Place* (Tempat), *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi).
3. Strategi *Place* (Tempat)

Strategi Place yang sudah diterapkan oleh PT.Citra Karunia Ilahi sudah tepat yaitu memasarkan produknya di tempat-tempat strategis seperti SPBU, Pangkalan LPG subsidi. Strategi tambahan yang dapat digunakan PT.Citra Karunia Ilahi adalah bisa dengan menyediakan jasa gratis pengiriman dalam jarak tertentu untuk pelanggan yang memesan langsung ke PT.Citra Karunia Ilahi misalnya maksimal jarak 5 km dari gudang PT.Citra Karunia Ilahi ataupun gratis pengiriman dengan minimal pembelian beberapa tabung. Hal ini dapat meningkatkan kualitas pelayanan konsumen dan loyalitas pelanggan. Kemudian untuk mengatasi kendala Pendistribusian Gas LPG diatas adalah:

- a. Mengenai keterlambatan distribusi solusinya adalah dengan memberikan estimasi waktu pengiriman yang dapat diperkirakan sesuai waktu yang ditentukan agar, menghindari komplain pelanggan dan memperkuat hubungan loyalitas konsumen yang sangat menguntungkan bagi perusahaan dan kepercayaan konsumen.
- b. Untuk mengenai masalah kurangnya armada pengiriman yaitu solusinya dengan menambah armada baru seperti penambahan mobil Pick Up maupun Mobil Colt Diesel dengan catatan menyesuaikan keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Kemudian jika memungkinkan PT.Citra Karunia dapat membuka Pangkalan gas yang lebih dekat dengan lokasi pelanggan agar bisa lebih memperlancar pendistribusian gas.

#### 4. Strategi *Product* (Produk)

Strategi pemasaran melalui pengembangan produk dengan memberikan sebuah pencerahan atau berbagai pilihan alternative kepada masyarakat terutama pelaku UKM dan industri kecil tertarik untuk beralih menggunakan gas elpiji 5,5 kg atau elpiji 12 kg nonsubsidi contohnya dengan memberikan informasi dan edukasi tentang cara menggunakan kompor gas elpiji dengan aman, cara mengganti tabung gas elpiji, cara perawatan dan info-info yang berguna lainnya, sehingga masyarakat terutama pelaku UKM, industri kecil, dan masyarakat biasa tertarik untuk beralih menggunakan tabung gas elpiji 5,5 kg atau tabung gas elpiji 12 nonsubsidi.

#### 5. Strategi *Price* (Harga)

Strategi marketing mix selanjutnya adalah strategi harga (*Price*). Untuk penetapan harga pada PT.Citra Karunia ilahi sudah bagus dengan mengikuti standar Pertamina yaitu tidak boleh melebihi harga HET yang sudah ditetapkan dan telah disesuaikan dengan daya beli masyarakat. Adapun Strategi Harga yang dapat digunakan PT. Citra Karunia Ilahi yaitu dengan cara memberikan potongan harga dalam jumlah pembelian tertentu. Potongan harga juga bisa diberikan dengan pembelian dalam jumlah tertentu misalnya beli 5 tabung gas ukuran 5,5 Kg atau 12 Kg bisa diberikan potongan 2000-3000 rupiah per item nya.

**6. Strategi *Promotion* (Promosi)**

Strategi selanjutnya adalah strategi Promosi. Strategi Promosi yang sudah diterapkan oleh PT.Citra Karunia Ilahi sudah bagus, namun jika ditambahkan strategi pemasaran Digital akan lebih menarik untuk disimak oleh konsumen. Di era yang serba digital seperti masa sekarang Strategi promosi yang dapat digunakan PT.Citra Karunia Ilahi adalah dengan bisa melakukan promosi melalui sosial media karena pada kesehariannya masyarakat sangat lekat dengan sosial media misalnya *Whatsapp, Instagram, Facebook* dan media sosial lainnya. Hal ini bisa menjadi kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat awam mengenai produk gas selain gas berukuran 3 Kg. Alat promosi selain media sosial juga bisa diterapkan dengan mencetak pamflet yang berisikan informasi mengenai Gas LPG Non subsidi agar masyarakat yang tidak mempunyai media sosial dapat mengetahui tentang informasi produk.

**KESIMPULAN**

1. Produk yang dipasarkan oleh PT. Citra Karunia Ilahi adalah Produk Gas LPG Subsidi dan Non subsidi. Produk Gas LPG non Subsidi meliputi Gas LPG 5,5 Kg, Gas LPG 12 KG, dan Gas LPG 12 KG *Bright Gas*, Harga yang diterapkan oleh PT.Citra Karunia Ilahi bervariasi, untuk harga tabung isi ulang 5,5 Kg dibanderol dengan harga Rp.65.000, LPG 12 Kg Rp. 142.000, dan LPG 12 Kg *Bright gas* Rp. 145.000. PT. Citra Karunia Ilahi mendistribusikan Produk Gas LPG Non subsidi ke SPBU, Minimarket, Pangkalan Gas LPG besubsidi, UMKM, Instansi dan ke Masyarakat langsung, sedangkan Strategi Promosi yang diterapkan oleh PT.Citra

Karunia Ilahi adalah dengan cara melakukan Promo melalui Spanduk/Banner, dan Promo Hari-hari besar

2. Kendala yang dihadapi oleh PT.Citra Karunia Ilahi adalah Daya beli dan minat masyarakat akan Gas LPG non Subsidi masih kurang, dan Strategi Promosi masih kurang gencar, sedangkan Solusi Alternatif yang dapat diterapkan oleh PT.Citra Karunia ilahi adalah dengan cara melakukan program percobaan peminjaman tabung, dan Strategi penggunaan *Digital Marketing and Promotion*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya, Effendi, 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Andi Offset Yogyakarta
- Dharmawati, Made, 2017. *Kewirausahaan*. Penerbit PT Raja Grafindo Depok Cetakan ke-2
- Hurriyati, Ratih. 2019. *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta.
- Ni'mah, Cahaya Wedeya. 2021. *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN TABUNG GAS ELPIJI 5,5 KG & 12 KG*. 1-11. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/7019>
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Jakarta. Transmedia Pustaka.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung. Alfabeta
- Sunyoto, Danang 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Penerbit CAPS (Center of Academic Service) Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta. CV. Andi Offset
- Widarto, Alimuddin, 2021. Pelayanan dan Promosi Divisi Klinik dan Apotik PT. Deva Mitra Abadi. *Al – Ulum Ilmu Sosial dan Humaniora ISSN : 2476 – 9576 Volume 7 Nomor 2, Oktober 2021*
- Widarto, Saputra Ary, 2019. Pelaksanaan Promosi Pada PT. Mitra Megah Profitamas Cabang Tanjung. *Al – Ulum Ilmu Sosial dan Humaniora ISSN : 2476 – 9576 Volume 5 Nomor 2, Oktober 2019*
- Widjojo, Handyanto dan Widjaja, Suherman. 2017. *Sari-Sari Pemasaran & Aplikasinya di Dunia Bisnis*. Jakarta. Prasetiya Mulya Publishing.