

---

# Pengaruh Saluran Distribusi Dan Inovasi Produk Terhadap Volume Penjualan Pada UKM Tenun Songket (Studi Kasus : Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta Kecamatan Sidemen)

Ni Putu Wanggy Ariastini<sup>(1)</sup>

Putu Yudy Wijaya<sup>(2)</sup>

Gede Agus Dian Maha Yoga<sup>(3)</sup>

<sup>1)(2)(3)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia  
e-mail: [wanggyariastini@gmail.com](mailto:wanggyariastini@gmail.com)

## ABSTRACT

*The sales volume function has a crucial role in ensuring the longevity of a business or a product in the market. In this case, sales volume is the number of units sold of a product specified in a certain period. If the sales in a company can be increased then the profits in that company will also increase. A good distribution channel will influence customer interest. Distribution channels are a company's decision to place the products it produces at the right time and place. This research consisted of 50 respondents. Sample selection involved utilizing the entire population, while data analysis employed multiple regression analysis. Data processing was conducted using the SPSS Windows program. The outcomes of the study indicate a positive yet insignificant relation between distribution channels and sales, a beneficial and noteworthy influence of product innovation on sales, and a positive correlation between distribution channels, product innovation, and sales.*

**Keywords:** *Distribution channel; Product Innovation; Sales Volume*

## ABSTRAK

Volume Penjualan memiliki peranan yang sangat penting terhadap keberlangsungan sebuah bisnis ataupun sebuah produk yang laku di pasaran, pada konteks ini penjualan merupakan jumlah satuan yang terjual dari suatu produk yang ditetapkan pada periode tertentu, jika penjualan pada suatu perusahaan dapat ditingkatkan maka keuntungan pada perusahaan tersebut juga akan meningkat. Saluran distribusi yang baik nantinya membawa dampak pada minat pelanggan, saluran distribusi adalah sebuah keputusan dari perusahaan dalam penempatan produk yang dihasilkan pada waktu dan tempat yang sesuai. Penelitian ini berjumlah 30 responden. Pemilihan sampel dilaksanakan dengan memakai seluruh populasi. Metode analisis data mempergunakan analisis regresi berganda. Pengolahan data dijalankan melalui penggunaan program SPSS. Dari hasil penelitian memberikan maka ada efek yang positif serta signifikan antara saluran distribusi pada volume penjualan, ditemukan efek yg positif dan signifikan berdasarkan inovasi produk pada volume penjualan, ditemukan pengaruh positif antara saluran distribusi dan inovasi produk terhadap volume penjualan.

**Kata kunci:** *Saluran Distribusi; Inovasi Produk ; Volume Penjualan*

---

## Pendahuluan

Volume Penjualan memiliki peranan yang tak terbantahkan dalam menjaga kontinuitas dan keberlanjutan suatu usaha atau produk di pasar. Tingkat penjualan yang tinggi tidak hanya berarti potensi keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan, tetapi juga mencerminkan tingkat penerimaan dan kepercayaan konsumen terhadap merek atau produk tersebut. Ketika sebuah produk laris di pasaran, hal itu menandakan bahwa strategi penjualan dan pemasaran telah berhasil menggugah minat konsumen, serta menawarkan solusi yang relevan dengan kebutuhan mereka. Atas dasar ini, upaya guna memaksimalkan penjualan tidak hanya melibatkan teknik marketing yang kuat, tetapi juga fokus pada kualitas produk dan layanan yang ditawarkan. Dengan demikian menjalin interaksi yang kuat dengan konsumen dan memberikan pengalaman yang memuaskan, perusahaan dapat memperkuat loyalitas konsumen dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Saluran distribusi, sebagai bagian dari strategi pemasaran, merupakan keputusan yang strategis dan penting yang diambil oleh perusahaan untuk menempatkan produknya di waktu dan tempat yang tepat agar dapat diakses oleh konsumen dengan mudah. Kualitas dari saluran distribusi tidak hanya mencakup efisiensi logistik dan distribusi fisik produk, tetapi juga melibatkan elemen-elemen lain seperti keandalan, ketersediaan, dan kemudahan akses. Hal ini bisa memengaruhi motivasi dan semangat kerja seseorang.

Saluran distribusi yang baik dapat meningkatkan minat pelanggan dengan memberikan pengalaman yang memuaskan dan konsisten dalam proses pembelian, (Jainuddin & Ernawati, 2020). Konsumen cenderung lebih tertarik pada produk yang mudah ditemukan dan diakses, baik melalui toko fisik maupun online. Selain memengaruhi minat pelanggan, kualitas saluran distribusi juga berdampak pada efektivitas keseluruhan strategi pemasaran dan penjualan perusahaan. Saluran distribusi yang efisien dapat membantu perusahaan mencapai target pasar mereka dengan lebih baik, memperluas jangkauan geografis, dan mengoptimalkan pendapatan Elena Safitri *et al.*,(2023).

Penting bagi perusahaan untuk secara terus-menerus mengevaluasi dan meningkatkan kualitas saluran distribusi mereka supaya mampu mencukupi kebutuhan serta ekspektasi pelanggan, serta memperkuat posisi mereka di pasar. (Tirajoh et al., (2021)) mendefinisikan saluran distribusi sebagai kombinasi cara perusahaan menyampaikan produk kepada pengguna terakhir atau konsumen. (Syukur, 2018) menjelaskan saluran distribusi sebagai sejumlah individu ataupun perusahaan yang memiliki hak kepemilikan atas barang atau jasa yang didistribusikan serta pendukung dalam mengalirkan kepemilikan ini dari produsen ke konsumen.

---

Inovasi produk memegang peran yang sangat penting dalam sebuah usaha, terutama dalam menghadapi tantangan yang terus berkembang dari pesaing dan kebutuhan konsumen yang selalu berubah, Mardikaningsih dan Darmawan (2023). Proses inovasi produk melibatkan tahapan-tahapan yang kompleks, mulai dari identifikasi kebutuhan pasar dan analisis kompetitor hingga pengembangan konsep, desain, produksi, dan pemasaran (Idayati & Sulistyowati, 2022). Selama proses ini, perusahaan perlu mengadopsi pendekatan yang terstruktur dan berorientasi pada risiko untuk memastikan bahwa inovasi yang dihasilkan tidak hanya memenuhi ekspektasi konsumen tetapi juga dapat diimplementasikan secara efisien dan menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan. Inovasi tidak hanya berkaitan dengan pengembangan produk atau jasa baru, tetapi juga melibatkan inovasi dalam pemikiran bisnis dan proses (Wijaya et al., 2019).

UKM Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi berlokasi di Desa Wisma Kerta, Kecamatan Sidemen, Kabupaten Karangasem yang terkenal dengan banyaknya para pengerajin kain tenun songket dengan proses pembuatan yang masih mempergunakan alat tradisional atau ATBM (alat tenun bukan mesin) dikenal pula dengan istilah pandalan atau cagcag. UKM Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta merupakan *home industry* yang memproduksi berbagai macam kain tenun songket dengan berbagai motif hias. Pemerintah Provinsi Bali saat ini aktif mempromosikan kain tenun songket dan kain endek sebagai salah satu simbol budaya di wilayahnya, Berliana et al., (2018). Pasca pelaksanaan APEC 2013 di Nusa Dua Bali, permintaan terhadap kain tenun ikat songket dan endek mengalami peningkatan yang signifikan. Peluang ini dijadikan landasan untuk mengembangkan kembali industri tenun songket di Desa Wisma Kerta, dengan menjaga kualitas serta terus menciptakan motif baru yang kaya akan filosofi dan keunikan.

Usaha Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi menghasilkan beberapa produk yang biasa dipasarkan seperti kampuh songket, destar, dan selendang. Kain tenun songket Sidemen Bali adalah pakaian mewah yang terkenal karena motifnya dan variasi anyamannya. Dibuat dengan menggunakan benang katun atau sutra berwarna-warni, serta benang emas dan perak yang diatur dengan cermat untuk membentuk motif yang diinginkan, bahan dan prosesnya beraneka ragam dimulai dari pemisahan serat benang, pembuatan motif, sampai menjadi satu kain tenun dan dikerjakan dalam waktu yang cukup lama. Kain tenun yang diproduksi mempunyai kerapatan dan kehalusan yang luar biasa, diproduksi dengan penuh kesabaran, ketekunan, dan ketelitian yang tinggi sehingga kualitas dan produk yang dihasilkan dapat terjamin dan dapat menambah nilai jual pada setiap produk, Idayati & Sulistyowati, (2022).

Berdasarkan hasil survey, wawancara dan observasi yang peneliti jalankan dengan Bapak Nengah Sudiasa selaku Kelian Dinas di Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta, berikut adalah data

penjualan pengrajin tenun songket di Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta Kecamatan Sidemen tahun 2023 yang penulis sajikan;

**Tabel 1 Data Penjualan UKM Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta Kecamatan Sidemen Tahun 2023**

No	Bulan	Nama Produk			Jumlah Penjualan	Persentase Penjualan <i>jumlah perbul total jmlh</i>
		Kamen (lembar)	Selendang (lembar)	Udeng (lembar)		
1	Jan	110	145	139	394	9,96%
2	Feb	69	113	132	314	7,94%
3	Maret	70	100	112	282	7,13%
4	April	50	101	123	274	6,93%
5	Mei	56	121	145	322	8,14%
6	Juni	72	167	132	371	9,38%
7	Juli	89	135	120	344	8,70%
8	Agust	60	112	102	274	9,63%
9	Sept	87	175	110	372	9,40%
10	Okt	90	86	132	308	7,79%
11	Nov	100	134	145	379	9,58%
12	Des	92	102	128	322	8,14%
<b>Total</b>		<b>945</b>	<b>1491</b>	<b>1.520</b>	<b>3.596</b>	

Sumber: Data primer (2024)

Tabel 1 menjelaskan bahwasanya penjualan kain tenun songket di Banjar Dinas Nagi pada setiap bulannya berfluktuasi atau jumlah penjualan naik turun. Dimana pada Tahun 2023 produk yang paling laris dibeli oleh konsumen adalah produk udeng songket karena udeng merupakan busana tradisional Bali yang digunakan pada bagian kepala oleh kaum pria sehingga produk udeng bisa digunakan pada kegiatan formal ataupun non formal baik seperti upacara keagamaan, pernikahan, undangan dan lainnya. Meskipun terjadi peningkatan penjualan pada beberapa bulan tertentu, namun peningkatan tersebut dianggap belum maksimal dikarenakan belum sampai pada target penjualan yang telah ditentukan.

Hasil penelitian dari Fatimah dan Alif F (2019) menjelaskan jika saluran distribusi membawa dampak positif serta signifikan pada penjualan. Setelah itu, hasil penelitian dari Yusnita dan Pebrianti, D (2020) menyebutkan bahwasanya ditemukan pengaruh positif dan signifikan terjadi, karena dalam menyalurkan suatu produk pengrajin perlu adanya saluran distribusi dimana termasuk salah satu keunggulan perusahaan dalam pemasaran produk yang dihasilkan. Melalui adanya saluran distribusi, para pengrajin songket mampu meraih penjualan yang besar alhasil mampu mendatangkan laba layaknya yang diharapkan, Putu Dewi et al., (2020). Oleh karena itu saluran distribusi sangat membantu pengrajin tenun songket di desa wisma kerta dalam

---

mendistribusikan produk yang diproduksi supaya sampai pada tangan konsumen, al hasil pada penelitian ini mampu diangkat hipotesis seperti berikut:

H1 : Diduga Saluran Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada UKM Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta Kecamatan Sidemen.

Hal tersebut sesuai dengan temuan dari penelitian yang disampaikan oleh (Faruk dan Nafis, 2023) yang menjabarkan bahwasanya inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan pada penjualan. Sama halnya dengan pendapat dari penelitian Astuti et al., (2021) bahwasanya ditemukannya dampak positif serta signifikan inovasi produk pada volume penjualan terjadi karena inovasi produk dapat menarik konsumen dengan produk yang dihasilkan, sehingga dengan adanya inovasi produk akan meningkatkan volume penjualan. Dengan demikian, mampu diangkat hipotesis seperti berikut:

H2: Diduga inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada UKM Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta Kecamatan Sidemen.

Hal ini searah dengan temuan dari penelitian yang disampaikan oleh (Aswan et al., 2023) dan Ardiansyah et al., (2019) yang menyatakan bahwasanya saluran distribusi dan inovasi produk membawa dampak yang positif pada volume penjualan. Hal tersebut terjadi karena dalam suatu usaha harus menekankan pada pengembangan dan penyediaan saluran distribusi serta inovasi produk untuk meningkatkan penjualan dan keberhasilan bisnis.

H3: Diduga saluran distribusi dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada UKM Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta Kecamatan Sidemen.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif yang bersifat asosiatif untuk mengidentifikasi sumber permasalahan sebab penelitian ini berencana mengidentifikasi imbas antara dua variable maupun lebih. Lokasi penelitian ini dilakukan pada UKM Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi yang berlokasi di Desa Wisma Kerta, Kecamatan Sidemen. Pada penelitian ini yang sebagai obyek penelitian adalah berkaitan dengan bidang pemasaran, variabel yang dipergunakan pada penelitian ini yakni saluran distribusi (X1), inovasi produk (X2), serta volume penjualan (Y) pada UKM Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta. Pengambilan sampel berarti mengambil sebagian berasal populasi buat mendeskripsikan sifat populasi yg bersangkutan serta harus representative. Berdasarkan penelitian ini, maka populasi yang digunakan sebanyak 30 orang responden yang menjual produk kain tenun songket sebagai sampel jenuh.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

**Tabel 2. Uji Multikolinieritas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta		Tolerance	VIF
1	(Constant)	35,417	3,727		9,504	,000	
	Saluran Distribusi	,285	,101	,445	2,822	,009	,950
	Inovasi Produk	,160	,080	,316	2,005	,055	,950

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Dari tabel tersebut terlihat jika nilai tolerance seluruh variabel melebihi 0,10 serta nilai VIF semua variabel di bawah 10, hasil mampu ditarik kesimpulan jika tidak ditemukan hubungan multikolinieritas antara variabel bebas.

**Tabel 3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

### Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35,417	3,727		9,504	,000
	Saluran Distribusi	,285	,101	,445	2,822	,009
	Inovasi Produk	,160	,080	,316	2,005	,045

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Dari hasil tersebut alhasil rumus regresi linear berganda seperti berikut:

$$Y = 35.417 + 0,285X_1 + 0,160X_2$$

Dimana :

Y = Volume Penjualan

X<sub>1</sub> = Saluran Distribusi

X<sub>2</sub> = Inovasi Produk

Adapun penjabaran dari persamaan regresi linear tersebut adalah sebagai;

Nilai konstanta senilai 35.417 menggambarkan bahwasanya jika saluran distribusi dan inovasi produk sama dengan 0 maka penjualan adalah sebesar 35.417 satuan. Koefisien regresi variabel saluran distribusi adalah senilai 0,285 bermakna bahwasanya setiap perubahan ataupun peningkatan 1 (satuan) saluran distribusi, maka penjualan nantinya mengalami peningkatan senilai 0,285 satuan, demikian pula sebaliknya, apabila saluran distribusi dikurangi 1 (satuan), maka volume penjualan juga nantinya turun. Perubahan tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif antara saluran distribusi terhadap volume penjualan. Koefisien regresi variabel inovasi produk

yakni senilai 0,160 mengindikasikan bahwasanya setiap perubahan ataupun peningkatan 1 (satuan) inovasi produk, alhasil volume penjualan nantinya naik senilai 0,160 satuan, demikian pula sebaliknya, apabila inovasi produk dikurangi 1 (satuan), maka volume penjualan juga nantinya turun. Perubahan ini mengindikasikan terdapatnya pengaruh positif antara inovasi produk pada volume penjualan, maka dapat dikemukakan bahwa koefisien regresi saluran distribusi sebesar 0,285 dan inovasi produk 0,160. Dari kedua koefisien regresi tersebut maka diketahui bahwa saluran distribusi yakni variabel yang membawa dampak paling banyak pada volume penjualan dengan koefisien regresi senilai 0,285.

**Tabel 4. Hasil Analisis Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,601 <sup>a</sup>	,562	,414	1,454

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Saluran Distribusi

Sumber : Data diolah (2024)

Menurut perolehan dari analisis determinasi pada didapat informasi terkait nilai koefisien determinasi (D) senilai  $0,562 \times 100 = 56,2$  persen. Atas dasar ini, mampu dinilai jika saluran distribusi dan inovasi produk berdasarkan memiliki pengaruh sebesar 56,2 persen terhadap penjualan UKM Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta Kecamatan Sidemen, sedangkan 41,1 persen diberikan pengaruh oleh variabel lain yang tidak ditelaah pada analisis ini.

### Uji t Statistik

#### Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan

Pengujian parsial hipotesis pertama bahwa  $2,822 > t_{tabel} = 1,703$  dengan tingkat signifikansi senilai 0,009 lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ , alhasil  $H_0$  ditolak diterima dan  $H_1$  diterima. Atas dasar ini, dapat disimpulkan bahwa variabel saluran distribusi berdampak positif dan signifikan pada volume penjualan pada UKM Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta Kecamatan Sidemen.

#### Pengaruh Inovasi Produk terhadap Volume Penjualan

Pengujian parsial hipotesis kedua menunjukkan maka  $t_{hitung} = 2,005 > t_{tabel} = 1,703$  dengan tingkat signifikansi senilai 0,045 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , alhasil  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Atas dasar ini, alhasil mampu ditarik kesimpulan jika inovasi produk membawa dampak positif serta signifikan pada volume penjualan pada UKM Tenun Songket Di Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta Kecamatan Sidemen

**Tabel 5. Hasil Uji Signifikan F tabel**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,307	2	16,154	7,644	,002 <sup>b</sup>
	Residual	57,059	27	2,113		
	Total	89,367	29			

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Menurut temuan dari diperoleh  $F\text{-hitung} = 7.644 > F\text{-tabel} = 3,35$  melalui sig. sig.  $0,002 < 0,05$ , alhasil  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima berarti saluran distribusi (X1) dan inovasi produk (X2), pada penjualan secara simultan membawa dampak positif serta signifikan pada penjualan dalam UKM Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta Kecamatan Sidemen.

### **Pengaruh Saluran Distribusi dan Inovasi Produk terhadap Penjualan**

Pengujian secara simultan hipotesis pertama diperoleh  $F\text{-hitung} 7.644 > F\text{-tabel} = 3,35$  dengan sig.  $0,002 < 0,05$ , alhasil  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima berarti saluran distribusi (X1) dan inovasi produk (X2), pada penjualan dengan simultan membawa dampak serta signifikan pada penjualan pada UKM Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi Desa Wisma Kerta Kecamatan Sidemen.

### **Simpulan**

Penelitian membuktikan bahwasanya saluran distribusi memiliki pengaruh yang bervariasi pada volume penjualan produk Tenun Songket di Banjar Dinas Nagi, Desa Wisma Kerta, Kecamatan Sidemen. Meskipun dampaknya tidak selalu signifikan, saluran distribusi dapat memberikan kontribusi positif yang beragam terhadap volume penjualan produk tersebut. Di sisi lain, inovasi produk telah terbukti memberikan dampak positif dan signifikan pada penjualan UKM Tenun Songket di wilayah yang sama. Perubahan dan peningkatan dalam produk yang ditawarkan, termasuk pengembangan motif baru, kualitas yang ditingkatkan, dan penyesuaian dengan tren pasar, secara konsisten meningkatkan minat dan permintaan konsumen. Kombinasi dari faktor saluran distribusi dan inovasi produk menunjukkan pengaruh yang semakin kuat pada volume penjualan produk Tenun Songket di daerah tersebut. Dengan memperkuat kedua aspek ini secara bersama-sama, UKM di Banjar Dinas Nagi, Desa Wisma Kerta, Kecamatan Sidemen, dapat meningkatkan kinerja volume penjualan mereka secara signifikan dan berkelanjutan.



---

**Daftar Pustaka**

- 648-Article Text-2139-2-10-20210224 Yusnita. (n.d.).
- Astuti, M. F., & Sundari, P. (n.d.). *ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI CV MEGA FURNITURE PATI*.
- Aswan, K., Syafitri, N., & Rahmizal, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti UD. Rotiku di Kota Padang. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 442–452.
- Berliana\_41808-157-92566-1-10-20181206 (1). (n.d.).
- Elena Safitri, N., NPD Wahana, A., Dewi Mulyani, I., Bambang Riono, S., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (n.d.). Pengaruh Inovasi Produk dan Digital Marketing terhadap Volume Penjualan UMKM Mitra Mandiri Brebes The Influence of Product Innovation and Digital Marketing on Sales Volume of MSMEs Mitra Mandiri Brebes. In *Management and Entrepreneurship Research* (Vol. 1, Issue 3).
- Faruk, & Nafis, D. (2023). Kreativitas dan Inovasi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi. *Idarotuna: Journal of Administrative Science*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.54471/idarotuna.v4i1.41>
- glory+vol+1+no+4+oktober+2023+hal+371-386 Mardikaningsih. (n.d.).
- Idayati, D. N., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Promosi Berbasis Wisata Edukasi dan Inovasi Produk Batik Pecel Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Ecogen*, 5(2), 226. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i2.13059>
- Jainuddin, J., & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Sosis BE MART Cabang Bima. *Pamator Journal*, 13(1), 13–17. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.6917>
- Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Vol. Fatihah.* (n.d.).
- Putu, N., Dewi, N. W., & Lestari, N. E. (n.d.). *Strategi Pengembangan Industri Kain Tenun Endek Di Kota Denpasar Era Revolusi 4.0*.
- Regi Ardiansyah Ir Herman Soegoto, F. S. (n.d.). *VOLUME PENJUALAN PRODUK SURVEI PADA SENTRA UMKM DI KABUPATEN BANDUNGG THE INFLUENCE OF PROMOTION AND DISTRIBUTION CHANNELS TO SALES VOLUME SURVEY ON SMEs CENTERS IN THE DISTRICTS OF BANDUNG*.
- Syukur, M. (2018). *DISTRIBUSI PERSPEKTIF ETIKA EKONOMI ISLAM*. 2(2), 33–51. <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/profit>
- Tirajoh, G. E. R., Mandey, S. L., & Poluan, J. G. (2021). ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PADA PT.HASJRAT ABADI CABANG AIRMADIDI DI MINAHASA UTARA DISTRIBUTION CHANNEL ANALYSIS AT PT.HASJRAT ABADI AIRMADIDI BRANCH IN UTARA MINAHASA. In *935 Jurnal EMBA* (Vol. 9).
- Wijaya, R. A., Ilhama Qurratu'aini, N., & Paramastri, B. (2019). Pentingnya Pengelolaan Inovasi Dalam Era Persaingan. In *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* (Vol. 5, Issue 2).