

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor internal yang mempengaruhi penurunan penjualan di PT Solusi Fajar Distrindo adalah tenaga kerja gudang dan pemasukan perusahaan belum maksimal, belum adanya produk baru, dan target sales belum tercapai.
2. Faktor eksternal yang mempengaruhi penurunan penjualan di PT Solusi Fajar Distrindo adalah jumlah pasien, beberapa pelanggan sudah memiliki supplier tetap, dan persaingan harga kompetitor.
3. Strategi pemasaran yang didapat dari BMC ialah perusahaan menjalin kemitraan dengan perusahaan manufaktur alat kesehatan dan perusahaan kecil penjual ulang produknya. Mereka melakukan pelayanan, sterilisasi produk, dan menyesuaikan harga untuk bersaing. Perusahaan menyediakan fasilitas dan sumber daya yang diperlukan. Kemudahan diberikan kepada pelanggan, termasuk opsi pengiriman ekspedisi swasta untuk pelanggan luar kota. Perusahaan memberikan reward kepada pelanggan langganan dan menerima umpan balik serta saran dari pelanggan. Pelanggan termasuk rumah sakit, klinik, laboratorium, dan perusahaan kecil alat kesehatan. Media sosial, daftar harga produk, pembayaran COD, transfer bank, dan jasa ekspedisi internal digunakan sebagai saluran distribusi. Biaya perusahaan terdiri dari pengeluaran tetap dan tidak tetap, termasuk gaji karyawan dan pembelian produk dari perusahaan manufaktur. Pendapatan diperoleh melalui penjualan produk.

5.2 Saran

Saran yang bisa diberikan kepada perusahaan dari penulis ialah sebagai berikut:

1. Penulis merekomendasikan kepada perusahaan untuk melakukan penyesuaian target sales, menambah produk baru dan mengetahui data trend penyakit yang sedang terjadi. Serta, para admin bisa tetap melakukan pelayanan yang baik untuk menjaga hubungan baik dengan para customer.
2. Untuk penelitian selanjutnya, model BMC sebaiknya dibuat dengan aplikasi pembuat BMC yang ada proses uji coba statistiknya (jika aplikasi tersebut memang sudah ada).

