

## **Analysis Of Ups And Down Of Sales At PT. Indofarma Global Medika**

### **Analisis Naik Turunnya Penjualan Pada PT. Indofarma Global Medika**

**Nur Qory Hasanah<sup>1\*</sup>, Indra Fauzi<sup>2</sup>**

Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah<sup>1,2</sup>

[nqoryhasanah@gmail.com](mailto:nqoryhasanah@gmail.com)<sup>1</sup> , [fauziindra14@gmail.com](mailto:fauziindra14@gmail.com)<sup>2</sup>

\*Corresponding Author

---

#### **ABSTRACT**

*The business world plays an important role in development, both carried out by the government and carried out by the private sector, so that a company can only be achieved with good management, namely management that is able to maintain the continuity of the company by obtaining maximum profits because basically the company's goal is to maximize prosperity to the owner and judgment to the company itself. PT. Indofarma Global Medika which is located at Jl. SM. Raja Km 10,8 Medan Kompleks Pergudangan Amplas Trade Center Blok E 21-22 which is one of the companies engaged in the field of pharmaceutical distributors. The purpose of this study is to determine the factors that cause the ups and downs of sales. The research method used is descriptive research.*

**Keywords :** *Analysis Of Ups Down Of Sales, Business, government*

#### **ABSTRAK**

Dunia usaha memegang peranan penting dalam pembangunan. Keberhasilan suatu perusahaan hanya dapat dicapai dengan manajemen yang baik, khususnya manajemen yang mampu menjaga kelangsungan perusahaan dengan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Hal ini dikarenakan tujuan utama dari PT. Indofarma Global Medika yang dapat ditemukan di BC. Distributor farmasi Kompleks Pergudangan Trade Center Raja Km 10.8 Medan Amplas Blok E 21-22 merupakan salah satu pelaku usaha dalam industri ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi fluktuasi penjualan. Penelitian deskriptif digunakan sebagai metode penelitian.

**Kata Kunci:** Analisis Naik Turunnya Penjualan, Bisnis, perusahaan

### **1. Pendahuluan**

Pada hakikatnya setiap kegiatan usaha perusahaan dilatarbelakangi oleh keinginan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang diantisipasi, yaitu keberhasilan usaha dan kemampuan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melalui keuntungan yang optimal dan terus berkembang. Untuk dapat mengikuti kesesuaian organisasi, organisasi harus dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja organisasi untuk mencapai tujuan organisasi dan penting untuk memiliki administrasi yang baik sehingga semua yang diharapkan organisasi dapat dicapai. sesuai dengan keinginan organisasi (Prasetyo & Huda 2019).

PT. Perusahaan farmasi Indofarma Global Medika dikenal untuk memperoleh, menyimpan, dan mendistribusikan obat dalam jumlah besar atau kecil. dimana apotek, rumah sakit, puskesmas, dan unit kesehatan lain yang ditetapkan oleh Menteri Kesehatan dianggap sebagai fasilitas pelayanan kesehatan.

PT. Indofarma Global Medika harus dapat memenuhi pesanan dalam jangka waktu yang telah disepakati untuk dapat menjalankan aktivitasnya, antara lain menerima pesanan dan mengantarkannya ke alamat atau outlet yang sesuai.

Nafarin M. mengklaim (2015: 96), "Jual" mengacu baik hasil dari proses penjualan atau yang dijual atau hasil dari penjualan. Proses penjualan disebut sebagai penjualan. Sebaliknya, "menjual" mengacu pada memberikan sesuatu kepada pembeli dengan harga tertentu. Mulyadi, sebagaimana dikemukakan dalam (2010:202), "Penjualan adalah kegiatan yang terdiri dari penjualan barang atau jasa, baik secara kredit maupun tunai (Lestari & Vikaliana, 2021)

## 2. Tinjauan Pustaka

Menurut Moekijat, mendefinisikan penjualan adalah proses menemukan pembeli, mempengaruhi mereka, dan memberikan instruksi agar mereka dapat menyesuaikan kebutuhan mereka dengan produk yang ditawarkan dan menyepakati harga yang menguntungkan kedua belah pihak (Kusuma, 2015; Andika et al., 2022). Karakteristik Penjualan Ada beberapa kriteria penjualan, seperti:

- 1) Terukur (Measurable)
- 2) Substansial (Substansial)
- 3) Dapat diakses (Dapat diakses)
- 4) Differentiable (Dapat dibedakan)
- 5) Actionable (Dapat ditindaklanjuti)

Jenis Penjualan Penjualan tunai dan penjualan kredit adalah dua jenis penjualan yang paling umum, menurut Pasaribu (2018). Namun kesepakatan memiliki 4 jenis kesepakatan, untuk lebih spesifiknya:

- 1) Penjualan tunai, dimana pembeli melakukan semua pembayaran secara tunai dan menyelesaikan transaksi secara bersamaan.
- 2) Dalam penjualan kredit, pembayaran dilakukan dari waktu ke waktu dengan mencicil.
- 3) Penjualan tender, yang dilakukan sesuai dengan prosedur yang berlaku melalui proses tender.
- 4) Penjualan konsinyasi: Dalam sistem penjualan konsinyasi, produk atau jasa yang dijual biasanya disalurkan melalui pengecer sebelum sampai ke pelanggan.

Tujuan Penjualan, sejumlah tujuan sangat penting untuk perusahaan atau bisnis, termasuk:

- 1) Meningkatkan volume
- 2) Menghasilkan keuntungan
- 3) Mendukung perluasan usaha

Proses penjualan adalah bagian penting dari bisnis apa pun. Pendapatan atau omset bisnis akan dipengaruhi langsung oleh keberhasilan atau kegagalan proses penjualan. Ada berbagai tahapan penjualan, antara lain:

- 1) Pada tahap ini, prospek akan mengidentifikasi pasar potensial untuk dibidik dengan kampanye pemasaran.
- 2) Deals, sebelum melakukan deal ada beberapa data pokok yang harus diketahui.
- 3) Pendekatan: Pada titik ini, komunikasi awal dengan pelanggan potensial akan dimulai.
- 4) Tunjukkan, tahap ini merupakan cara yang paling umum untuk memperkenalkan produk kepada klien terdekat baik secara langsung maupun menggunakan bantuan media.
- 5) Menghadapi Kendala Biasanya, calon pelanggan akan mengajukan berbagai pertanyaan untuk memastikan kualitas produk setelah presentasi produk.
- 6) Closing, kondisi dimana nasabah telah menerima penawaran produk dan akan melanjutkan proses transaksi disebut juga dengan closing.
- 7) Tindak lanjut, setelah terjadi pertukaran deal, fase deal selanjutnya adalah melakukan circle back ke klien.

Menurut kamus Cambridge, konsep penjualan adalah rencana untuk menjual produk. Sebaliknya, dalam bukunya Manajemen Pemasaran (2000), Philip Kotler mendefinisikan penjualan sebagai orientasi bisnis secara keseluruhan.

Ide penjualan didasarkan pada asumsi bahwa pelanggan biasanya menolak melakukan pembelian dan perlu diyakinkan untuk melakukannya. Selain itu, ide penjualan ini mengasumsikan bahwa bisnis memiliki semua sumber daya yang diperlukan untuk strategi penjualan dan pemasaran yang efisien yang akan meningkatkan penjualan (Utami et al., 2021).

Pengukuran Produktivitas Penjualan, ada tujuh faktor penting yang harus diperhatikan saat mengevaluasi dan mengevaluasi produktivitas penjualan:

- 1) Kerugian
  - 2) biaya yang berkaitan dengan penjualan
  - 3) harga daya jual
  - 4) rencana kompensasi
  - 5) manajemen jaringan
  - 6) kinerja penjualan
  - 7) pelatihan penjualan
- Faktor-faktor Penyebab Naik Turunnya Penjualan Naik turunnya penjualan disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

- 1) Penurunan kualitas produk
- 2) peningkatan persediaan produk yang dijual
- 3) pergeseran preferensi konsumen
- 4) pesaing baru
- 5) produk pengganti
- 6) kemampuan pemasok
- 7) harga yang lebih tinggi
- 8) harga lebih rendah
- 9) lebih sedikit kegiatan promosi

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan secara detail temuan wawancara langsung dan observasi di PT. Indofarma Global Medika cabang Medan. PT Indofarma Global Medika menjadi subjek penelitian ini. Perusahaan farmasi Indofarma Global Medika dikenal untuk memperoleh, menyimpan, dan mendistribusikan obat dalam jumlah besar dan kecil.

Teknik Pengumpulan Data Data kualitatif. etode penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk penelitian ini. Sugiyono (2016) mengatakan bahwa metode penelitian kualitatif digunakan untuk mempelajari kondisi objek yang alamiah dengan peneliti sebagai instrumen kunci. Nazir (2014) mengatakan bahwa penelitian deskriptif status kelompok mempelajari orang, benda, kondisi, sistem pemikiran, atau peristiwa terkini dengan tujuan membuat fakta yang dipelajari menjadi deskriptif, faktual, dan akurat. Strategi pengumpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### Pengamatan Langsung

Melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mendapatkan data aktual dari usaha dagang tersebut dikenal dengan pengamatan langsung karena penulis dapat mengamati secara langsung keadaan sebenarnya dari obyek yang diteliti guna mengumpulkan data primer. Hasilnya, penulis akan memiliki pemahaman yang jelas tentang proses-proses yang berlangsung, termasuk siapa yang terlibat dalam sistem, dokumen-dokumen yang digunakan untuk merekam data, data pendukung lainnya, dan dokumen-dokumen yang dibuat saat data diproses.

#### Wawancara

Khususnya wawancara langsung dengan staf karyawan atau pemilik usaha untuk mengumpulkan data guna memperoleh bahan-bahan yang mendukung penulisan penelitian ini dan membantu penulis dalam berpikir kritis dalam menemukan solusi dari hasil wawancara tersebut.

### 4. Hasil Dan Pembahasan

PT. Indofarma Global Medika adalah anak perusahaan dari PT. Indofarma (Persero) Tbk yang merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) didirikan berdasarkan Akta No. 1 diubah dengan Akta No. 1, tanggal 2 Januari 1996 134, keduanya dari Notaris Sutjipto, SH, dan

tanggal 26 Januari 1996 Indofarma dimulai sebagai pabrik obat Menggarai. Salah satu anak perusahaan industri Farmasi, PT. Indofarma, Tbk adalah PT. Indofarma Global Medika. Salah satu 33 lokasi PT. Indofarma Global Medika berada di kabupaten kota Mrdan. Dengan nama PT. anak perusahaan didirikan pada 1999. Sebagai distributor pemasar produk, Indofarma Global Medika (IGM) adalah apotek yang menjual alat kesehatan dan memiliki 28 lokasi di seluruh Indonesia saat ini. Departemen Kesehatan mengambil alih pengelolaan pabrik obat ini pada tahun 1950 dan menyerahkannya kepada Pemerintah Republik Indonesia. Perusahaan Umum Farma Indonesia (Perum Indofarma) berganti nama menjadi Pusat Produksi Farmasi Departemen Kesehatan pada tahun 1979. Pada tahun 1996, status perusahaan kembali berubah menjadi PT. Indofarma (Persero) beroperasi berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 34 Tahun 1995, berdasarkan Akta Pendirian No. 17 Tahun 2001 PT Dengan kode "INAF", Indofarma (Persero) Tbk menyelenggarakan penawaran umum perdana saham di Bursa Efek Indonesia. Hingga saat ini, Indofarma telah mengirimkan hampir 200 jenis obat yang terdiri dari beberapa kelas barang, yaitu Obat Noneksklusif Berlogo (OGB), Obat Bebas (OTC), obat konvensional bertanda dan lain-lain.

**Tabel 1. Total Pendapatan PT. Indofarma Global Medika Bulan Agustus – November Tahun 2022**

NO	Bulan	Pendapatan
1	Agustus	Rp 1.300.000.000
2	September	Rp 1.150.000.000
3	Oktober	Rp 987.000.000
4	November	Rp 969.000.000

PT Indofarma Global Medika, alasan penurunan gaji karena beberapa variabel antara lain:

Faktor Internal Yang Mungkin Menyebabkan Penjualan PT Turun Faktor internal Indofarma Global Medika adalah bagian perusahaan yang jangkauannya lebih kecil dan lebih mudah diprediksi, diantisipasi, dan dikelola risikonya. Setiap kegiatan usaha, termasuk peningkatan atau penurunan kegiatan ekonomi perusahaan, dipegang teguh oleh internal perusahaan juga.

PT. Antara Agustus dan November, Indofarma Global Medika mengalami penurunan penjualan yang signifikan. Hal-hal yang terjadi di dalam perusahaan PT. Indofarma Global Medika antara lain kurangnya komunikasi dengan outlet, stok kosong, diskon hilang, dan komputer. Bisnis adalah penyebab penurunan ini. Faktor Eksternal Yang Dapat Menyebabkan Turunnya Penjualan PT Indofarma Global Medika Faktor eksternal adalah hal-hal yang dapat mempengaruhi perusahaan tetapi berasal dari luar. Penulis memilih dua faktor eksternal utama, pelanggan dan pesaing. Untuk lebih memahami dapat diringkas sebagai berikut:

Perusahaan atau bisnis serupa yang berdekatan satu sama lain dianggap sebagai pesaing. Bergantung pada bagaimana perusahaan memandang para pesaingnya, mereka bisa menguntungkan bagi perusahaan atau menjadi ancaman. Perusahaan dapat terinspirasi untuk berinovasi dan termotivasi oleh pesaing mereka, dan pelanggan secara alami akan mencari bisnis yang dapat memenuhi lebih banyak kebutuhan mereka. Dan mereka bisa menjadi ancaman jika bisnis tidak berinovasi untuk memperbaiki diri dan meningkatkan nilai tambah untuk menarik pelanggan potensial.

Kesuksesan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh jumlah pelanggannya. Salah satu kendala, seperti pelanggan memilih harga yang lebih murah atau mencari diskon yang tinggi, disebutkan dalam penelitian ini.

## 5. Penutup

Penulis mampu menarik kesimpulan tentang Analisis Naik Turunnya Penjualan pada PT berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan uraian pada bab-bab sebelumnya. Berikut karyawan Indofarma Global Medika Cabang Medan:

1. Penelitian ini berfokus pada faktor internal perusahaan yang meliputi stok kosong yang tidak memadai, kalah komputer, kalah diskon, dan kurangnya komunikasi dengan outlet. Bisnis adalah penyebab penurunan ini.
2. Pelanggan dan pesaing merupakan faktor eksternal perusahaan yang menjadi fokus penelitian ini. Lebih baik dan lebih terlihat oleh calon konsumen PT adalah pesaing dengan usaha sejenis yang mampu menurunkan harga jauh dari pasaran. Karena kesulitan yang dirasakan, Indofarma Global Medika tidak mampu mengikuti pemotongan harga yang dilakukan kompetitor.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penulis, maka penulis menyarankan:

1. Bisnis bisa lebih memperhatikan stoknya.
2. Umpan balik yang diberikan dapat menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha untuk melakukan perubahan yang menuju ke arah yang lebih baik. selain menerapkan inovasi terbaru yang bertujuan untuk membalikkan penurunan.
3. Menyarankan agar perusahaan menemukan solusi untuk masalah tersebut dengan menerapkan strategi yang tepat beberapa strategi tersebut antara lain melatih staf pemasaran, meningkatkan kerjasama dengan para medis rumah sakit, memotivasi karyawan dengan target tinggi, dan memanfaatkan media online untuk promosi. Hal ini diyakini harus dilakukan agar tetap kompetitif di pasar dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

## Daftar Pustaka

- Andika, Z., Pratiwi, A., & Fauzi, I. (2022). Masuk Barang Pada Perusahaan PT. Indofarma Global Medika Medan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(9), 3047-3052.
- Lestari, D., & Vikaliana, R. (2021). Analisis Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan terhadap Penurunan Pengiriman Barang Kargo di PT. Lintas Maju Nusantara. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(2), 813-822.
- Kusuma, T. W. (2015). Penerapan Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Perusahaan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Hikmah Cipta Perkasajakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 2(1).
- M. Nafarin, 2 Assauri, Sofjan Manajeme Penganggaran Perusahaan,(Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 166. *Jurnal Penjualan*.
- Prasetyo, A., & Huda, M. (2019). Analisis peranan usaha kecil dan menengah terhadap penyerapan tenaga kerja di kabupaten kebumen. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 18(1), 26-35.
- Saripin, A., Wulandari, H. K., Indriyani, A., Kharisma, A. S., & Musdalifah, S. (2019). Analisis Volume Penjualan, Biaya Operasional dan Harga Kamar terhadap Laba Bersih (Studi Empiris pada Grand Dian Hotel Brebes Tahun 2017–2018). *Journal of Accounting and Finance (JACFIN)*, 1(1), 15-24.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat.
- Suasri, Eni. (2020). Analisis Perubahan Pendapatan PT. Telekomunikasi Indonesia TBK". *Jurnal Riset Akuntansi Politala*. 3(1) : 40-44
- Utami, D. P., Melliani, D., Maolana, F. N., Marliyanti, F., & Hidayat, A. (2021). Iklim Organisasi Kelurahan Dalam Perspektif Ekologi. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(12), 2735-2742.