

BAB VI

KESIMPULAN & SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengolahan data dan analisis, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

6.1.1 Faktor-faktor keunggulan dan kelemahan

Faktor-faktor yang menjadi keunggulan dan kelemahan Moretic Drops PT. Gracia Pharmindo dibandingkan dengan Sanmol Drops dan Tempra Drops antara lain sebagai berikut:

- Variabel Keunggulan Moretic Drops (Apotik)
 - ✓ Kerapihan & kebersihan packing produk
 - ✓ Pembayaran dapat dilakukan secara berjangka (Term)
 - ✓ Perusahaan memiliki *website* resmi
 - ✓ Perusahaan memiliki *call center* untuk melakukan pemesanan
 - ✓ Kemahiran sales dalam menanggapi pemesanan produk obat
 - ✓ Kemahiran sales dalam menangani pengiriman produk obat
 - ✓ Keterbukaan komunikasi/menjalin hubungan baik dengan pihak perusahaan
 - ✓ Kesopanan tutur kata sales/*medical surveyor*
 - ✓ *Customer Service* yang selalu siap melayani *customer*
 - ✓ Ketepatan jumlah produk yang dikirimkan

- Variabel Kelemahan Moretic Drops (Apotik)
 - ✓ Produk banyak dicari oleh konsumen
 - ✓ Intensitas pemberian promo khusus/diskon tertentu
 - ✓ Kelancaran saluran distribusi pemesanan sampai pengiriman produk ke apotik
 - ✓ Kemudahan dalam proses pemesanan & pengiriman obat (tidak ada kendala)

-
- ✓ Kemudahan dalam pembayaran (cicilan pembayaran, tunai/credit)
 - ✓ Kecepatan dalam pengiriman barang
 - ✓ Kelengkapan produk yang dikirimkan
 - ✓ Keterjaminan mutu produk yang dikirimkan
 - ✓ Ketersediaan operator *call center* yang selalu sigap melayani
 - ✓ Kemudahan dalam penyimpanan produk (dapat disimpan pada suhu ruangan)
 - ✓ Keuntungan yang didapat dari harga jual produk
 - ✓ Event khusus/seminar mengenai produk bagi apotik-apotik dari perusahaan
 - ✓ Kemudahan dalam melakukan aliran pembayaran (misalnya transfer melalui ATM)
 - ✓ Kemudahan dalam pembayaran (cicilan pembayaran, tunai/credit)
 - ✓ Ketersediaan alat transportasi produk yang memadai
- Variabel Keunggulan Moretic Drops (Dokter)
 - ✓ Kejelasan informasi produk yang diberikan (kontradiksi, indikasi, cara pemakaian dll)
 - ✓ Keterbukaan komunikasi/menjalin hubungan baik antara dokter dengan pihak perusahaan
 - ✓ Kesopanan tutur kata sales/*medical representatif*
 - ✓ Kerapihan sales/*medical representatif*
 - ✓ *Customer service* yang selalu sigap melayani keluhan, kritik dan saran dokter
 - ✓ Perusahaan memiliki website resmi
 - Variabel Kelemahan Moretic Drops (Dokter)
 - ✓ Kerapihan & kebersihan packing produk
 - ✓ Keuntungan yang didapatkan dari merekomendasikan produk tersebut
 - ✓ Harga obat yang relatif terjangkau oleh pasien

-
- ✓ Iklan produk yang menarik di majalah kedokteran MIMS
 - ✓ Event khusus/seminar symposium mengenai kesehatan dari perusahaan
 - ✓ Pemberian souvenir/hadiah/bonus tertentu dalam penjualan jumlah tertentu
 - ✓ Kunjungan rutin pihak distributor/*medical representatif*
 - ✓ Pengetahuan *medical representatif* tentang produk
 - ✓ Kejelasan informasi yang diberikan oleh *medical representatif* ke dokter
 - ✓ Kejelasan proses kontrak kerja
 - ✓ Kemudahan dalam proses pengambilan atau pengklaiman bonus atau hadiah
 - ✓ Kemudahan dalam melakukan hubungan dengan perusahaan
 - ✓ Ketanggapan dalam menangani saran atau kritik yang diberikan
 - ✓ Konsistensi kualitas produk (Kejernihan, warna, rasa dan bau)
 - ✓ Keuntungan yang didapatkan jika mencapai target penjualan
 - ✓ Ketersediaan *medical representatif* sebagai perantara antara perusahaan dengan dokter
 - ✓ Hubungan yang baik dengan *medical representative*
 - ✓ Intensitas pemberian insentif berupa bonus/hadiah kepada dokter
 - ✓ Terdapat call center perusahaan agar memudahkan berhubungan dengan perusahaan

6.1.2 Variabel yang Menurut Responden Penting (Apotik)

Tabel 6.1
Rangkuman Variabel Kepentingan (Apotik)

No	Variabel
1	Kerapihan & kebersihan packaging produk
2	Produk banyak dicari oleh konsumen
3	Produk telah dikenal serta digunakan oleh dokter-dokter
4	Perusahaan memiliki website resmi
5	Perusahaan memiliki call center untuk melakukan pemesanan
6	Kelancaran saluran distribusi pemesanan sampai pengiriman produk ke apotik
7	Kemahiran sales dalam menanggapi pemesanan produk obat
8	Kemahiran sales dalam menangani pengiriman produk obat
9	Keterbukaan komunikasi/menjalin hubungan baik dengan pihak perusahaan
10	Kesopanan tutur kata sales/medical surveyor
11	Kemudahan dalam proses pemesanan & pengiriman obat (tidak ada kendala)
12	Ketepatan jumlah produk yang dikirimkan
13	Kelengkapan produk yang dikirimkan
14	Keterjaminan mutu produk yang dikirimkan
15	Ketersediaan alat transportasi produk yang memadai
16	Kemudahan dalam melakukan aliran pembayaran (misalnya transfer melalui ATM)
17	Kemudahan dalam melakukan pemesanan (telepon,email,faximile)
18	Customer service yang selalu siap melayani customer
19	Kemudahan dalam pembayaran(cicilan pembayaran,tunai/credit)
20	Kecepatan dalam pengiriman barang
21	Ketersediaan operator call center yang selalu sigap melayani

6.1.3 Variabel yang Menurut Responden Penting (Dokter)

Tabel 6.2
Rangkuman Variabel Kepentingan (Dokter)

No	Variabel
1	Konsistensi kualitas produk (Kejernihan,warna,rasa dan bau)
2	Kerapihan & kebersihan packaging produk
3	Kejelasan informasi produk yang diberikan (kontradiksi, indikasi,cara pemakaian dll)
4	Keuntungan yang didapatkan dari merekomendasikan produk tersebut
5	Harga obat yang relatif terjangkau oleh pasien
6	Event khusus/seminar simposium mengenai kesehatan dari perusahaan
7	Pemberian souvenir/ hadiah/bonus tertentu dalam penjualan jumlah tertentu
8	Ketersediaan medical representatif sebagai perantara antara perusahaan dengan dokter
9	Kunjungan rutin pihak distributor/medical representatif
10	Pengetahuan medical representatif tentang produk
11	Kejelasan informasi yang diberikan oleh medical representatif ke dokter
12	Keterbukaan komunikasi/menjalin hubungan baik antara dokter dengan pihak perusahaan
13	Intensitas pemberian intensif berupa bonus/hadiah kepada dokter
14	Kesopanan tutur kata sales/medical representatif
15	Kejelasan proses kontrak kerja
16	Kemudahan dalam proses pengambilan atau pengklaiman bonus atau hadiah
17	Customer service yang selalu siap melayani keluhan, kritik dan saran dokter
18	Terdapat call center perusahaan agar memudahkan berhubungan dengan perusahaan
19	Perusahaan memiliki website resmi

6.1.4 Variabel Performansi Moretic Drop Sudah Baik (Apotik)

Tabel 6.3
Rangkuman Variabel Performansi (Dokter)

No	Variabel
1	Kerapihan & kebersihan packaging produk
2	Produk banyak dicari oleh konsumen
3	Produk telah dikenal serta digunakan oleh dokter-dokter
4	Perusahaan memiliki website resmi
5	Perusahaan memiliki call center untuk melakukan pemesanan
6	Kelancaran saluran distribusi pemesanan sampai pengiriman produk ke apotik
7	Kemahiran sales dalam menanggapi pemesanan produk obat
8	Kemahiran sales dalam menangani pengiriman produk obat
9	Keterbukaan komunikasi/menjalin hubungan baik dengan pihak perusahaan
10	Kesopanan tutur kata sales/medical surveyor
11	Kemudahan dalam proses pemesanan & pengiriman obat (tidak ada kendala)
12	Ketepatan jumlah produk yang dikirimkan
13	Kelengkapan produk yang dikirimkan
14	Keterjaminan mutu produk yang dikirimkan
15	Ketersediaan alat transportasi produk yang memadai
16	Intensitas pemberian promo khusus/ diskon tertentu

6.1.5 Variabel Performansi Moretic Drop Sudah Baik (Apotik)

Tabel 6.4
Rangkuman Variabel Performansi (Dokter)

No	Variabel
1	Konsistensi kualitas produk (Kejernihan, warna, rasa dan bau)
2	Kerapihan & kebersihan packaging produk
3	Kejelasan informasi produk yang diberikan (kontradiksi, indikasi, cara pemakaian dll)
4	Harga obat yang relatif terjangkau oleh pasien
5	Pemberian souvenir/ hadiah/bonus tertentu dalam penjualan jumlah tertentu
6	Ketersediaan medical representatif sebagai perantara antara perusahaan dengan dokter
7	Kunjungan rutin pihak distributor/medical representatif
8	Pengetahuan medical representatif tentang produk
9	Kejelasan informasi yang diberikan oleh medical representatif ke dokter
10	Keterbukaan komunikasi/menjalin hubungan baik antara dokter dengan pihak perusahaan
11	Kesopanan tutur kata sales/medical representatif
12	Kerapihan sales/medical representatif
13	Kejelasan proses kontrak kerja
14	Terdapat call center perusahaan agar memudahkan berhubungan dengan perusahaan
15	Perusahaan memiliki website resmi

6.1.6 Targeting Apotik

Target pasar yang dapat difokuskan oleh perusahaan adalah apotik yang telah menjadi pelanggan PT. Gracia Pharmindo selama 1-2 tahun dan apotik tersebut memiliki perilaku pemesanan produk berjangka per bulan yaitu antara 1-2 bulan sekali yang memesan produk dengan ukuran besar (diatas 4 dus produk) dan sedang (3-4 dus produk) dengan memesan melalui line telepon atau email. Dan apotik ini biasanya memesan jika stok nya sudah kosong atau melakukan persediaan sampai batas tertentu/ stok sampai full.

6.1.7 Targeting Dokter

Target pasar pertama adalah target ini sudah menjadi pelanggan dari obat paracetamol anak Moretic Drops selama 1-2 tahun. Pelanggan ini sangat memegang peranan penting dari *medical representatif* sebagai perantara antara dokter dengan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena *medical representatif* dapat memberikan informasi tentang keunggulan produk, promosi, dan dapat juga sebagai jembatan penghubung yang baik antara konsumen dengan perusahaan. Target pasar kedua adalah pelanggan yang sudah berlanggan menggunakan obat paracetamol anak Moretic Drops sudah 1-2 tahun dan pelanggan ini merekomendasikan Moretic karena referensi dari tim dokter. Dan konsumen ini mementingkan keunggulan dari sebuah produk baik dari segi harga atau kualitas produk dibandingkan dengan produk paracetamol lainnya.

6.1.8 Positioning Dokter

Pentingnya peran *medical representatif* dalam mempromosikan produk maka hubungan antara dokter dengan *medical representatif* harus terjalin dengan baik agar konsumen (dokter) menjadi *loyal* terhadap perusahaan, sehingga dapat memudahkan perusahaan untuk mempromosikan produk-produknya dan memberikan promo-promo seperti seminar symposium dan memberikan *reward* atau bonus. Perusahaan juga harus mendukung kinerja dari *medical representatif* yaitu dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yang diperlukan oleh *medical representatif* agar dapat menjalin hubungan yang erat dengan dokter.

6.1.9 Usulan Untuk Memenangkan Pesaingan Apotik

Usulan perbaikan untuk apotik lebih dilihat dari segi pendistribusian produk obat. Segi pendistribusinya yaitu dari aliran pemesanan, pengiriman sampai pada aliran pembayarannya. Sebagai berikut usulan yang dapat diberikan oleh peneliti mengenai variabel atau faktor yang harus diperbaiki oleh perusahaan:

- Perusahaan dapat menggunakan sistem pembayaran online, yaitu perusahaan mempunyai no.rekening perusahaan resmi atau perusahaan memiliki *merchart* bank yang bisa dibawa oleh kurir pengiriman barang sehingga apotik tidak selalu harus membayar dengan sistem uang cash.
- Menambah *hotline* pada website resmi perusahaan
- Media komunikasi online yang langsung terhubung ke bagian pemesanan produk perusahaan. Alat komunikasi online tersebut akan diberikan kepada *medical surveyor* atau sales agar konsumen dapat memesan langsung kepada *medical surveyor* atau sales yang datang dan pesanan tersebut dapat langsung diproses di perusahaan.
- Menyediakan fasilitas yang diberikan kepada *medical representatif* agar dengan mudah melakukan interaksi dengan lancar dan baik kepada dokter-dokter.
- Menambah tempat pendistribusian atau menambahkan armada pengiriman
- Perusahaan dapat menyediakan box khusus dapat berupa kardus atau karton tebal yang tidak gampang rusak dan tidak dapat terkena matahari langsung.
- Perusahaan dapat menerapkan sistem grosir yaitu perusahaan memberikan potongan harga setiap pembelian tertentu.
- Menambah tempat pendistribusian.
- Membuat penjadwalan pengiriman produk yang akan didistribusikan agar pengiriman dapat dioptimalkan.
- Perusahaan dapat memberikan training dan memberikan prosedur kerja kepada operator.
- Perusahaan dapat memberlakukan pengiriman tersebut di sertai barcode.

- Perusahaan menambahkan karyawan yang bertugas untuk mengecek kualitas produk secara fisik tempat pendistribusian.
- Perusahaan dapat membuat rencana pemberian promo atau event khusus yang telah dijadwalkan untuk satu tahun kedepan.
- Mengadakan pengundian berhadiah.
- Perusahaan perlu menambah operator *customer service* atau perusahaan juga dapat menambahkan *hotline* pengaduan di website resmi perusahaan. Agar konsumen dapat menyampaikan kritik dan saran dengan mudah.

6.1.10 Usulan Untuk Memenangkan Persaingan Dokter

Usulan perbaikan untuk dokter lebih dilihat dari segi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang diperantarakan melalui *medical representatif*. Sebagai berikut usulan yang dapat diberikan oleh peneliti mengenai variabel atau faktor yang harus diperbaiki oleh perusahaan:

- Perusahaan dapat menjadwalkan pemberian insentif untuk jangka waktu satu tahun kedepan. Agar pemberian insentif dapat diwujudkan dengan lancar dan baik.
- Perusahaan perlu melakukan *Quality Control* pada distributor dan sebelum pengiriman.
- Perusahaan harus menambah karyawannya sebagai *medical representatif*.
- Perusahaan dapat menambahkan *hotline* pada website resmi perusahaan.
- Pemberian insentif berupa bonus atau hadiah kepada dokter.
- Pemberian kartu member yang memiliki keuntungan yang sangat menarik seperti kartu member tersebut dapat digunakan sebagai kartu asuransi kesehatan dan kematian.
- Perusahaan dapat memberikan souvenir atau hadiah langsung seperti pemberian seminar symposium gratis jika penjualan telah mencapai target tertentu tanpa diundi.
- *Medical representatif* juga harus memiliki jadwal kunjungan rutin

-
- Melakukan traveling bersama antara dokter-dokter dengan pihak perusahaan yang diberikan secara gratis.
 - Perusahaan memerlukan penambahan karyawan dan perusahaan juga memerlukan standar kinerja kepada operator dalam menerima telepon, atau dapat dilakukan juga pengawasan oleh supervisor agar tidak ada karyawan yang bermalas-malasan ketika sedang menanggapi telepon dari konsumen.
 - Perusahaan dapat menyediakan fasilitas seperti alat komunikasi yang canggih contohnya blackberry atau i-phone sehingga *medical representatif* bisa menghubungi dokter melalui pin blackberry, line, email, yahoo messenger dan lainnya. Atau perusahaan juga dapat memberikan fasilitas berupa email resmi dan nomor telepon pascabayar resmi perusahaan. Nomor telepon dan email resmi tersebut digunakan untuk masing-masing *medical representatif*.
 - Perusahaan dapat menambahkan *hotline* pada website resmi perusahaan.
 - Perusahaan juga memerlukan standar kinerja kepada operator dalam menerima telepon, atau dapat dilakukan juga pengawasan oleh supervisor agar tidak ada karyawan yang bermalas-malasan ketika sedang menanggapi telepon dari konsumen.

6.2 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebaiknya penelitian dilakukan kepada responden baik dokter dan apotik di luar kota Bandung atau di luar pulau Jawa. Sehingga dapat diketahui perilaku konsumen, variabel-variabel bauran pemasaran apa saja yang menurut responden penting dan performansi dari PT. Gracia Pharmindo baik dan buruk di luar kota Bandung atau di luar pulau Jawa. Sehingga dapat di analisis dan diberikan usulan perbaikan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor apa saja yang perlu diperbaiki oleh PT. Gracia Pharmindo di luar kota Bandung dan di luar pulau Jawa.