

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

- Keunggulan unjuk kerja keuangan PT. Merck Indonesia Tbk diantara perusahaan-perusahaan farmasi lainnya yang diuji (tabel 3.2.) lebih disebabkan oleh tingkat profitabilitasnya yang paling tinggi.
- Terdapat hubungan yang kuat antara keunggulan performa keuangan suatu perusahaan farmasi di Indonesia dengan *service quality* yang dirasakan oleh pelanggan-pelanggannya. Dari analisis pada bab empat dapat dilihat bahwa pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan farmasi berpengaruh dalam memperoleh unjuk kerja keuangan yang baik, terutama dari peningkatan keuntungan bersih perusahaan dan peningkatan pendapatan atau penjualan perusahaan dari tahun ke tahun.
- Semua kategori kelompok responden (rumah sakit, apotek dan dokter) sama-sama perlu mendapat perhatian dari perusahaan farmasi. Karena PT. Kalbe Farma Tbk yang unggul dalam dimensi-dimensi jasa (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles*) untuk kelompok responden memiliki *CAGR net profit* yang semakin meningkat dari tahun 2000 ke 2003 dan tertinggi dari empat perusahaan farmasi lainnya. (lihat tabel 3.1.)

- Semua area di Indonesia harus diperhatikan, karena PT. Kalbe Farma Tbk unggul hampir di setiap wilayah, serta anak perusahaannya PT. Dankos Laboratories melengkapi keunggulan dari kuat di daerah-daerah yang kecil. Hal ini membuktikan bahwa PT. Kalbe Farma Tbk ingin menjadi industri farmasi terdepan di Indonesia. Dan bukannya tidak mungkin pada saat ini PT. Kalbe Farma Tbk telah menjadi industri farmasi nomor satu mengguguli PT. Merck Indonesia Tbk, kalau dilihat dari pertumbuhan *CAGR net profit* yang meningkat sangat pesat.
- Teori lima *service dimensions* dapat digunakan dalam industri farmasi di Indonesia. Tetapi untuk menghasilkan unjuk kerja keuangan yang baik harus diiringi dengan unjuk kerja operasional yang baik pula.

5.2. Saran

- Perusahaan farmasi di Indonesia selain memperhatikan pelayanan jasa juga harus memperhatikan kemampuan dalam mengelola perusahaannya, seperti meningkatkan kualitas dari produk dan karyawannya, memperbaiki *brand image* nya dimata pelanggan, efisiensi di segala bidang (operasional, manajemen perusahaan) serta hubungan dengan para pelanggannya agar dapat bersaing dalam industri farmasi di Indonesia.
- PT Merck Indonesia Tbk dapat memperbaiki pelayanan jasanya kepada pelanggan agar tidak terkejar oleh perusahaan farmasi yang lain. Karena

pelayanan jasa (service quality) kepada pelanggan merupakan muara dari segala bentuk strategi operasional yang dilakukan oleh perusahaan.