

## ABSTRAK

### ANALISIS DUKUNGAN INTERNAL PERUSAHAAN TERHADAP PENJUALAN PRODUK PT AMN

Anis Very Rokhmaniatun

17/417375/PEK/22938

Pangan olahan untuk keperluan medis khusus yang disingkat PKMK adalah pangan olahan yang diproses atau diformulasi secara khusus untuk manajemen diet bagi orang dengan penyakit/gangguan tertentu. Pangan ini digunakan di bawah pengawasan tenaga kesehatan. Secara bisnis, produk-produk PKMK memiliki margin keuntungan yang besar walaupun volume penjualan produk-produk tersebut terbilang kecil dibandingkan produk susu umum. Volume yang kecil disebabkan pengguna produk PKMK memang diperuntukkan bagi pasien dengan kondisi medis tertentu. Namun keberadaan produk tersebut menjadi penting bagi bisnis yaitu sebagai pelengkap portfolio produk dan sarana untuk memperoleh kepercayaan dari tenaga medis sehingga dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan terutama dalam bidang penelitian dan *scientific*. Potensi pasar produk PKMK ini masih memungkinkan pertumbuhan karena kebutuhan akan produk PKMK masih cukup besar. Namun masih terdapat kesenjangan antara penjualan produk dengan target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan. Oleh sebab itu, perlu di analisis faktor-faktor apa yang mempengaruhi penjualan produk PKMK. Analisis dilakukan terhadap proses internal perusahaan dan strategi produk. Penelitian ini dilakukan untuk : 1) mencari faktor-faktor yang turut mempengaruhi penjualan dalam upaya memenuhi target perusahaan, 2) mencari model kondisi penjualan saat ini, 3) mengidentifikasi strategi yang dapat meningkatkan penjualan.

Kata kunci : *Produk Keperluan Medis Khusus, perpenjualan, analisis faktor*

**ABSTRACT**

**ANALYSIS OF COMPANY INTERNAL SUPPORT ON SALES OF PT AMN  
PRODUCTS**

Anis Very Rokhmaniatun

17/417375/PEK/22938

*Processed food for special medical purposes, abbreviated as PKMK, is processed food that is specifically processed or formulated for diet management for people with certain diseases / disorders. This food is used under the supervision of health workers. In business terms, PKMK products have a large profit margin even though the sales volume of these products is relatively small compared to general dairy products. The small volume caused by users of PKMK products is indeed intended for patients with certain medical conditions. However, the existence of these products is important for business, namely as a complement to the portfolio of products and facilities to gain the trust of medical personnel so as to increase the company's credibility, especially in the research and scientific fields. The market potential of this PKMK product still allows growth because the need for PKMK products is still quite large. But there is still a gap between product sales and sales targets set by the company. Therefore, it is necessary to analyze what factors influence the sales of PKMK products. Analysis is carried out on the company's internal processes and product strategies. This research was conducted to: 1) look for factors that also influence sales in an effort to meet the company's targets, 2) find the current model of sales conditions, 3) identify strategies that can increase sales.*

*Keywords: Special Medical Needs Products, sales, factor analysis*