

Analisis Tren Penjualan dan Dinamika Pasar: Studi Kasus PT. Enseval Putera Megatrading

Daud Tri Bakti Purba¹, Ajif Yunizar Pratama Yusuf²

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya¹

Email : daud.tribakticoc@gmail.com, ajif.yunizar@dsn.ubharajaya.ac.id

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tren penjualan dan dinamika pasar PT. Enseval Putera Megatrading dalam periode tertentu. Data yang digunakan mencakup informasi penjualan dari berbagai cabang di Indonesia, yang diperoleh dari laporan penjualan bulanan dan tahunan. Melalui analisis ini, kami mengidentifikasi pola penjualan yang konsisten maupun fluktuatif, serta faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, baik dari segi internal seperti strategi pemasaran, kualitas layanan, dan manajemen stok, maupun dari segi eksternal seperti kondisi ekonomi, persaingan pasar, dan perubahan kebijakan pemerintah. Penelitian ini juga mengukur efektivitas berbagai strategi penjualan yang telah diterapkan oleh perusahaan, dengan tujuan untuk memberikan rekomendasi yang berbasis data guna meningkatkan performa penjualan di masa depan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat variasi penjualan yang signifikan antar cabang dan periode, yang disebabkan oleh beberapa faktor internal seperti kinerja tim penjualan dan eksternal seperti tren permintaan pasar dan fluktuasi harga bahan baku. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi manajemen dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dan adaptif terhadap dinamika pasar yang terus berubah.

Kata Kunci: *Trend Penjualan, Dinamika Pasar, Analisis Penjualan*

ABSTRACT

This study aims to analyze the sales trends and market dynamics of PT. Enseval Putera Megatrading over a specific period. The data used includes sales information from various branches across Indonesia, obtained from monthly and annual sales reports. Through this analysis, we identified consistent and fluctuating sales patterns, as well as the factors influencing sales, both internally, such as marketing strategies, service quality, and inventory management, and externally, such as economic conditions, market competition, and government policy changes. This research also measures the effectiveness of various sales strategies implemented by the company, with the aim of providing data-driven recommendations to enhance future sales performance. The results of the study show significant sales variations between branches and periods, caused by several internal factors like sales team performance and external factors such as market demand trends and raw material price fluctuations. These findings offer valuable insights for management in formulating more effective and adaptive strategies in response to the ever-changing market dynamics.

Keywords: *Sales Trends, Market Dynamics, Sales Analysis*

Penulis Korespondensi

Daud Tri Bakti Purba

Tanggal Submit : 08/07/2024

Tanggal Diterima : 21/07/2025

Tanggal Terbit : 15/08/2025

This is an open access article under the [CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0) International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Publisher's Note: JPPM stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.

I. PENDAHULUAN

PT. Enseval Putera Megatrading adalah salah satu distributor farmasi dan barang konsumsi terkemuka di Indonesia. Didirikan pada tahun 1973, perusahaan ini telah berkembang menjadi distributor dengan jaringan distribusi yang luas, mencakup hampir seluruh wilayah Indonesia. PT. Enseval Putera Megatrading mendistribusikan berbagai macam produk farmasi, alat kesehatan, dan barang konsumsi,

memastikan ketersediaan produk-produk ini di berbagai wilayah, dari kota besar hingga daerah terpencil.

Sebagai distributor utama, PT. Enseval Putera Megatrading bekerja sama dengan berbagai produsen terkemuka baik dari dalam maupun luar negeri. Perusahaan ini memiliki lebih dari 50 cabang yang tersebar di seluruh nusantara, yang memungkinkan pengiriman produk dengan

cepat dan efisien ke pelanggan akhir, termasuk rumah sakit, apotek, klinik, dan toko-toko ritel.

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memiliki strategi penjualan yang efektif serta pemahaman yang mendalam mengenai dinamika pasar. PT. Enseval Putera Megatrading, sebagai salah satu distributor terkemuka di Indonesia, memainkan peran penting dalam distribusi produk farmasi, alat kesehatan, dan produk konsumen. Oleh karena itu, analisis terhadap tren penjualan dan dinamika pasar perusahaan ini menjadi krusial untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi performa bisnis dan bagaimana perusahaan dapat beradaptasi terhadap perubahan pasar.

Tren penjualan mencerminkan pola permintaan dan preferensi konsumen yang berubah seiring waktu. Analisis terhadap tren ini tidak hanya memberikan wawasan mengenai performa historis, tetapi juga membantu dalam peramalan penjualan masa depan serta pengembangan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Selain itu, dinamika pasar, yang mencakup perubahan dalam lingkungan bisnis, persaingan, kebijakan pemerintah, dan faktor ekonomi, memiliki dampak signifikan terhadap operasional dan strategi perusahaan.

PT. Enseval Putera Megatrading memiliki sejarah panjang dalam industri distribusi di Indonesia dan telah membangun jaringan distribusi yang luas serta hubungan yang kuat dengan berbagai pemangku kepentingan. Namun, seperti halnya perusahaan lain, PT. Enseval Putera Megatrading juga dihadapkan pada tantangan yang timbul dari perubahan kondisi pasar dan persaingan yang intens. Dalam konteks ini, analisis mendalam mengenai tren penjualan dan dinamika pasar menjadi esensial untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada, serta untuk merumuskan langkah-langkah strategis yang diperlukan guna menjaga dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis tren penjualan PT. Enseval Putera Megatrading dalam beberapa tahun terakhir serta memahami dinamika pasar yang mempengaruhi penjualan tersebut. Metodologi yang digunakan mencakup analisis data penjualan historis dan kajian literatur terkait industri distribusi. Hasil dari studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan strategi bisnis yang lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar, serta memberikan panduan praktis bagi perusahaan dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan lainnya, seperti pemegang saham, pemerintah, dan akademisi, mengenai dinamika pasar dan faktor-faktor yang mempengaruhi performa penjualan perusahaan di sektor distribusi. Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berharga dalam pengambilan keputusan strategis yang lebih baik di masa depan.

II. PENELITIAN YANG TERKAIT

Penelitian pertama yang dijadikan rujukan adalah studi oleh Susilo dan Hartono (2020) yang menganalisis strategi pemasaran dalam industri farmasi di Indonesia. Penelitian ini menyoroti pentingnya diversifikasi produk dan pengembangan jaringan distribusi sebagai faktor utama yang mendukung peningkatan kinerja penjualan. Penelitian oleh Susilo dan Hartono (2020) berfokus pada strategi pemasaran

dalam industri farmasi di Indonesia, dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat meningkatkan kinerja penjualan perusahaan farmasi. Penelitian ini menemukan bahwa perusahaan farmasi yang menerapkan diversifikasi produk cenderung lebih berhasil dalam menarik berbagai segmen pasar, mengurangi risiko ketergantungan pada satu jenis produk, dan meningkatkan pendapatan melalui berbagai saluran penjualan.

Penelitian Susilo dan Hartono (2020) menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil mengembangkan jaringan distribusi yang luas dan efisien dapat meningkatkan ketersediaan produk mereka di pasar, mempercepat waktu pengiriman, dan mengurangi biaya distribusi, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja penjualan. Penelitian ini menemukan bahwa perusahaan farmasi yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap kebutuhan pasar cenderung memiliki kinerja penjualan yang lebih baik. Mereka dapat mempertahankan relevansi produk mereka, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada.

Temuan dari penelitian Susilo dan Hartono (2020) sangat relevan bagi PT. Enseval Putera Megatrading, yang juga mengimplementasikan strategi diversifikasi produk dan memiliki jaringan distribusi yang luas. PT. Enseval Putera Megatrading terus berinovasi dalam pengembangan produk farmasi dan kesehatan, serta memperluas jaringan distribusinya untuk menjangkau lebih banyak pelanggan di seluruh Indonesia. Dengan mengadaptasi strategi-strategi yang diidentifikasi dalam penelitian ini, PT. Enseval Putera Megatrading mampu meningkatkan kinerja penjualannya dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar. Penelitian ini memberikan dasar yang kuat untuk memahami bagaimana strategi pemasaran yang efektif dapat mendukung pertumbuhan dan keberhasilan perusahaan dalam industri farmasi yang dinamis dan kompetitif.

Penelitian oleh Setiawan et al. (2021) berfokus pada bagaimana perusahaan farmasi di Indonesia menyesuaikan diri dengan perubahan dinamika pasar, terutama dalam konteks pandemi COVID-19. Pandemi ini membawa perubahan drastis dalam perilaku konsumen dan operasional bisnis, menuntut perusahaan untuk cepat beradaptasi agar tetap kompetitif. PT. Enseval Putera Megatrading telah memanfaatkan infrastruktur digital yang kuat untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar selama pandemi. Perusahaan ini mengimplementasikan berbagai strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan platform e-commerce, digital advertising, dan content marketing. Selain itu, PT. Enseval Putera Megatrading juga meningkatkan efisiensi logistik melalui optimalisasi manajemen rantai pasokan dan otomatisasi proses distribusi.

Hasil penelitian Setiawan et al. (2021) memberikan wawasan berharga tentang pentingnya fleksibilitas dan inovasi dalam strategi pemasaran dan logistik untuk menghadapi perubahan dinamika pasar. PT. Enseval Putera Megatrading telah menunjukkan bahwa dengan mengadopsi strategi ini, perusahaan dapat mempertahankan keunggulan kompetitif dan terus berkembang meskipun dalam kondisi yang menantang.

Studi oleh Ramadhani dan Permana (2023) memberikan wawasan mendalam mengenai tren penjualan dalam industri farmasi di Indonesia selama lima tahun terakhir. Penelitian ini menyoroti beberapa faktor kunci yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan, yaitu perubahan

Regulasi yang mana regulasi pemerintah dapat memiliki dampak signifikan terhadap industri farmasi, baik dalam hal persyaratan produksi maupun distribusi produk. Perubahan ini dapat mempengaruhi cara perusahaan seperti PT. Enseval Putera Megatrading beroperasi dan beradaptasi.

Kemudian Inovasi Produk yang mendorong kemajuan dalam inovasi produk farmasi, seperti pengembangan obat-obatan baru atau formulasi yang lebih efektif, dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Inovasi ini bisa menjadi pendorong utama pertumbuhan penjualan. Serta Kondisi ekonomi yang berubah-ubah dapat mempengaruhi daya beli konsumen dan permintaan pasar untuk produk farmasi. Perusahaan harus responsif terhadap fluktuasi ini untuk menjaga kinerja penjualan yang stabil.

Temuan studi ini menunjukkan bahwa untuk PT. Enseval Putera Megatrading dan pemain lain di industri farmasi, penting untuk terus memantau dan menganalisis tren pasar serta melakukan adaptasi strategi yang tepat. Hal ini akan membantu mereka untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga untuk tumbuh di tengah dinamika yang terus berubah dalam industri ini.

Berdasarkan kajian pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan PT. Enseval Putera Megatrading dalam menghadapi tren penjualan dan dinamika pasar sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang adaptif, penggunaan teknologi digital, serta kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Studi-studi ini memberikan dasar yang kuat untuk menganalisis lebih lanjut kinerja dan strategi perusahaan dalam konteks yang lebih luas.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data penjualan dari PT. Enseval Putera Megatrading selama periode tertentu guna memahami pola penjualan dan faktor-faktor yang mempengaruhi performa penjualan perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data penjualan produk-produk perusahaan selama beberapa tahun terakhir

Metode yang digunakan dalam analisis data ini meliputi pendekatan deskriptif untuk mengidentifikasi pola penjualan secara umum serta analisis tren untuk mengetahui perkembangan penjualan dari waktu ke waktu.

Selain itu, di deskripsikan hubungan antara variabel-variabel penjualan dengan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi penjualan, seperti faktor ekonomi, promosi, dan faktor internal perusahaan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pola tertentu dalam penjualan produk-produk PT. Enseval Putera Megatrading yang dapat diidentifikasi melalui data historis. Selain itu, hubungan antara variabel penjualan dengan faktor-faktor lain dapat dijelaskan menggunakan model regresi yang relevan, memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan perusahaan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Tren Penjualan PT. Enseval Putera Megatrading selama periode lima tahun terakhir, PT. Enseval Putera Megatrading (EPM) berhasil mencatat pertumbuhan penjualan yang signifikan, didorong oleh strategi inovasi produk yang terencana dan efektif. Perusahaan telah mengadopsi pendekatan proaktif dalam mengembangkan dan

memperkenalkan produk-produk baru yang tidak hanya memenuhi, tetapi juga mengantisipasi kebutuhan pasar.

1. Pengembangan Formulasi Baru

PT. EPM telah menonjol dalam pengembangan formulasi baru menggunakan teknologi terkini. Inovasi ini mencakup peningkatan kualitas produk dan adaptasi terhadap permintaan konsumen yang semakin kompleks. Misalnya, mereka berhasil menghadirkan produk dengan formulasi yang lebih efisien dan ramah lingkungan, sejalan dengan tren global untuk produk yang lebih berkelanjutan.

2. Penggunaan Kemasan Praktis

Perusahaan juga mengutamakan penggunaan kemasan yang lebih praktis dan ramah pengguna. Ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan konsumen tetapi juga mengoptimalkan efisiensi logistik dan distribusi. Kemasan yang inovatif dan mudah didaur ulang telah menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar.

3. Diversifikasi Varian Produk

Dengan diversifikasi varian produk, PT. EPM berhasil menjangkau lebih banyak segmen pasar. Strategi ini tidak hanya memperluas pangsa pasar mereka tetapi juga mengurangi risiko ketergantungan pada satu produk tertentu. Melalui diversifikasi yang bijaksana, perusahaan dapat merespons dengan cepat terhadap perubahan preferensi konsumen dan dinamika pasar.

4. Respons Terhadap Tren Masa Depan

Selain fokus pada kebutuhan pasar saat ini, PT. EPM juga secara aktif mengantisipasi tren masa depan. Mereka terlibat dalam riset mendalam untuk memahami perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi terbaru. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengembangkan produk-produk inovatif yang relevan dalam jangka panjang, mempertahankan daya saing perusahaan di pasar yang kompetitif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat variasi penjualan yang signifikan antar cabang dan periode. Beberapa cabang menunjukkan pola penjualan yang konsisten dengan tren meningkat, sementara cabang lainnya mengalami fluktuasi yang cukup besar. Faktor-faktor internal seperti kinerja tim penjualan, strategi pemasaran, dan manajemen stok berperan penting dalam menentukan kinerja penjualan di setiap cabang.

Faktor Internal yang Mempengaruhi Penjualan:

1) Kinerja Tim Penjualan

Kinerja tim penjualan merupakan faktor krusial dalam menentukan hasil penjualan di setiap cabang PT. Enseval Putera Megatrading. Tim penjualan yang terlatih dengan baik, memiliki motivasi yang tinggi, dan memahami secara mendalam tentang produk yang dijual cenderung mencapai target penjualan yang lebih tinggi. Implementasi program pelatihan secara berkala tidak hanya meningkatkan pengetahuan produk tim penjualan, tetapi juga membantu mereka untuk mengembangkan keterampilan komunikasi dan negosiasi yang diperlukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

2) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk meningkatkan penjualan. PT. Enseval Putera Megatrading telah berhasil mengimplementasikan berbagai strategi seperti promosi, diskon, dan program loyalitas pelanggan. Program-program ini tidak hanya meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap produk perusahaan tetapi juga mendorong pembelian impulsif dan loyalitas jangka panjang. Evaluasi terus-menerus terhadap efektivitas strategi pemasaran perlu dilakukan untuk mengidentifikasi apa yang berhasil dan menyesuaikan strategi sesuai dengan perubahan tren pasar dan preferensi pelanggan.

3) Manajemen Stok

Manajemen stok yang efisien adalah landasan untuk memastikan ketersediaan produk yang memadai dan tepat waktu. Ketidakmampuan untuk memenuhi permintaan pelanggan dapat mengakibatkan kehilangan penjualan yang signifikan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengadopsi sistem manajemen stok yang canggih yang memanfaatkan teknologi untuk memprediksi permintaan, mengelola inventaris dengan efisien, dan mengurangi risiko kekurangan stok yang dapat menghambat penjualan.

Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Penjualan:

1) Kondisi Ekonomi

Fluktuasi dalam kondisi ekonomi nasional memiliki dampak langsung terhadap daya beli masyarakat, termasuk dalam pembelian produk farmasi. Selama periode ekonomi yang baik, konsumen cenderung lebih mampu untuk menghabiskan uang mereka untuk produk kesehatan, yang dapat mengakibatkan peningkatan penjualan. Di sisi lain, dalam situasi resesi ekonomi, konsumen cenderung membatasi pengeluaran mereka untuk kebutuhan yang lebih mendasar, yang dapat menyebabkan penurunan penjualan. Analisis yang mendalam terhadap sensitivitas produk terhadap perubahan kondisi ekonomi sangat penting untuk merencanakan strategi penjualan yang responsif dan adaptif.

2) Persaingan Pasar

Persaingan yang sengit di pasar farmasi memaksa perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan mereka. Keberadaan pesaing baru dengan produk yang serupa atau inovatif dapat menggeser pangsa pasar PT. Enseval Putera Megatrading jika tidak ditanggapi dengan strategi yang tepat. Evaluasi terus-menerus terhadap posisi pasar perusahaan dan analisis kompetitif terhadap pesaing dapat membantu perusahaan untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar mereka.

3) Perubahan Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan regulasi obat dan produk kesehatan dapat memiliki dampak signifikan terhadap operasi dan penjualan perusahaan. Perubahan dalam regulasi yang menguntungkan, seperti pengurangan biaya lisensi atau percepatan proses regulasi produk baru, dapat meningkatkan efisiensi dan profitabilitas perusahaan. Di sisi lain, regulasi yang lebih ketat atau perubahan pajak dapat menghadirkan tantangan baru yang mempengaruhi biaya operasional dan harga jual produk. Strategi kebijakan yang proaktif dan hubungan yang baik dengan regulator pemerintah sangat penting untuk mengelola dampak dari perubahan kebijakan ini.

Efektivitas Strategi Penjualan dan Implikasinya

Analisis efektivitas strategi penjualan perusahaan menunjukkan bahwa langkah-langkah seperti program promosi dan diskon telah berhasil dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Program pelatihan untuk tim penjualan juga terbukti meningkatkan kinerja mereka dalam mencapai target penjualan. Implikasi dari analisis ini adalah pentingnya berkelanjutan dalam evaluasi dan pengembangan strategi penjualan yang responsif terhadap perubahan dalam lingkungan eksternal dan internal perusahaan.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang telah dianalisis dengan detail, PT. Enseval Putera Megatrading dapat merancang strategi yang lebih holistik dan terintegrasi untuk meningkatkan performa penjualan di masa depan. Langkah-langkah ini tidak hanya akan membantu perusahaan untuk tetap kompetitif di pasar yang dinamis tetapi juga untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam bisnis mereka.

V. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, kami telah mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja penjualan PT. Enseval Putera Megatrading. Secara khusus, kinerja tim penjualan, strategi pemasaran, dan manajemen stok dianggap sebagai faktor internal utama yang berkontribusi terhadap hasil penjualan yang baik di berbagai cabang perusahaan. Di sisi lain, kondisi ekonomi, persaingan pasar, dan perubahan kebijakan pemerintah merupakan faktor eksternal yang memainkan peran penting dalam menentukan tingkat penjualan perusahaan.

Analisis mendalam terhadap kinerja tim penjualan menunjukkan bahwa investasi dalam pelatihan dan pengembangan keterampilan karyawan dapat memberikan hasil yang signifikan dalam mencapai target penjualan. Strategi pemasaran yang efektif, seperti promosi dan program loyalitas pelanggan, terbukti berhasil dalam meningkatkan kesadaran pelanggan dan merangsang pembelian. Manajemen stok yang efisien juga terbukti penting untuk memenuhi permintaan pelanggan tanpa kehilangan penjualan yang mungkin terjadi akibat kekurangan stok.

Di sisi lain, fluktuasi dalam kondisi ekonomi nasional mempengaruhi daya beli masyarakat dan, oleh karena itu, permintaan produk farmasi. Persaingan yang intensif di pasar farmasi menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan guna mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Perubahan dalam regulasi pemerintah juga dapat memiliki dampak signifikan terhadap operasi perusahaan, baik dalam hal biaya operasional maupun proses bisnis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam melakukan penelitian ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang sangat berarti. Tanpa bantuan mereka, penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.

Pertama-tama, terima kasih kepada PT. Enseval Putera Megatrading atas kerjasama dan izin yang diberikan untuk mengakses data penjualan dari berbagai cabang di Indonesia. Data yang diberikan sangat berharga dalam menganalisis tren penjualan dan dinamika pasar perusahaan.

Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua staf dan tim penjualan di PT. Enseval Putera Megatrading yang telah memberikan wawasan yang berharga selama proses pengumpulan data dan analisis. Kontribusi mereka dalam memahami faktor-faktor internal yang mempengaruhi kinerja penjualan sangatlah berarti.

Terima kasih juga kepada pihak-pihak lain yang telah memberikan dukungan dalam bentuk bantuan fasilitas penelitian, dana hibah, dan sumber daya lainnya yang mendukung kelancaran penelitian ini. Bantuan ini tidak hanya memfasilitasi akses terhadap data yang dibutuhkan tetapi juga memungkinkan analisis yang mendalam dan komprehensif terhadap topik yang kompleks ini.

Saya menghargai kontribusi dari semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini, dan harapan saya adalah bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan strategi bisnis PT. Enseval Putera Megatrading di masa depan. Semoga hasil analisis yang telah dilakukan dapat memberikan pandangan yang jelas dan rekomendasi yang berharga bagi perusahaan dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Sekali lagi, terima kasih atas semua dukungan dan kesempatan yang telah diberikan. Saya sangat berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi landasan yang kuat untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis PT. Enseval Putera Megatrading ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Analisis Pasar Industri Farmasi Indonesia, 2023.
- [2] Gonzalez, M., & Wang, L. (2022). "Understanding Market Dynamics: Trends in Pharmaceutical Distribution." *International Journal of Business Economics*, 15(3), 112-130.
- [3] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- [4] Indonesian Pharmaceutical Association. (2023). "Annual Report on Pharmaceutical Market Trends." Jakarta: IPA Publishers.
- [5] John Wiley & Sons. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- [6] Jones, R. (2022). "The Impact of Economic Factors on Pharmaceutical Distribution: A Global Perspective." *Journal of Economic Research*, 25(4), 78-95.
- [7] Laporan Keuangan PT. Enseval Putera Megatrading (2018-2023).
- [8] Ministry of Health Republic of Indonesia. (2022). "Regulatory Framework for Pharmaceutical Distribution in Indonesia." Jakarta: Ministry of Health.
- [9] Montgomery, D. C., Peck, E. A., & Vining, G. G. (2015). *Introduction to Linear Regression Analysis* (5th ed.).
- [10] PT. Enseval Putera Megatrading. (2024). Diakses dari <https://www.enseval.com>.
- [11] Publikasi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- [12] Ramadhani, F., & Permana, Y. (2023). Analisis Tren Penjualan dalam Industri Farmasi Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 14(1), 85-100.
- [13] Setiawan, R., et al. (2021). Adaptasi terhadap Perubahan Dinamika Pasar dalam Industri Farmasi Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 201-215.
- [14] Smith, J. (2023). "Strategies for Effective Sales Performance in Pharmaceutical Distribution: A Case Study of PT. Enseval Putera Megatrading." *Journal of Business Distribution Strategies*, 10(2), 45-62.
- [15] Statistics Indonesia. (2023). "Statistical Yearbook of Indonesia 2023." Jakarta: Statistics Indonesia.
- [16] Susilo, A., & Hartono, H. (2020). Strategi Pemasaran dalam Industri Farmasi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 113-128.
- [17] World Health Organization. (2021). "Global Overview of Pharmaceutical Distribution Systems." Geneva: WHO Press.