

PENERAPAN SALES TERRITORY MANAGEMENT PT TUNASJAYA MEKARARMADA YOGYAKARTA

Muchamad Nur Ikhsan Ramadhani

Abstrak

PT Tunasjaya Mekararmada merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Dealer* dan bengkel resmi motor Honda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *sales territory management* pada PT Tunasjaya Mekararmada Yogyakarta. Objek dari penelitian ini dilakukan di PT Tunasjaya Mekararmada Yogyakarta dengan metode penelitian wawancara semi terstruktur. Responden pada penelitian ini sebanyak dua orang yaitu *branch head* dan *supervisor*, yang mana kedua jabatan tersebut merupakan penanggung jawab utama dari perencanaan dan penerapan strategi yang digunakan perusahaan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: angka *call*, *effective call*, dan target volume penjualan. Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini pada umumnya merupakan penelitian dengan pendekatan studi kasus. Hasil yang diperoleh dari penelitian yaitu penerapan *sales territory management* masih belum tercapai dengan baik dikarenakan pembagian wilayah kerja yang kurang begitu jelas sehingga *salesman* kurang terfokus pada suatu wilayah tertentu, maka dari itu perusahaan perlu menetapkan wilayah kerja yang jelas untuk setiap *salesman*, perusahaan juga perlu meningkatkan target *effective call* serta target volume karena hal tersebut menjadi tolok ukur keberhasilan penerapan *sales territory management*.

Kata Kunci : *Sales Territory Management*

5/14/23


IMPLEMENTATION OF SALES TERRITORY MANAGEMENT AT PT TUNASJAYA MEKARARMADA YOGYAKARTA

Muchamad Nur Ikhsan Ramadhani

Abstract

PT Tunasjaya Mekararmada is a company engaged in the field of authorized dealers and repair shops for Honda motorbikes. This study aims to analyze the implementation of sales territory management at PT Tunasjaya Mekararmada Yogyakarta. This research was conducted at PT Tunasjaya Mekararmada Yogyakarta with a semi-structured interview research method. Respondents in this study were two people, namely branch heads and supervisors, both positions are the main person in charge of planning and implementing the strategy used by the company. The indicators used in this study include: call numbers, effective calls, and sales volume targets. This research is a research conducted with descriptive qualitative method. This research is generally a case study approach. The results obtained from this research are that the implementation of sales territory management has not been achieved properly due to the unclear division of work areas so that salesmen are less focused on a particular area, therefore the company needs to establish a clear work area for each salesman, the company also needs to improve effective call targets and volume targets because these are benchmarks for the success of implementing sales territory management.

Keyword: Sales Territory Management