

PENERAPAN SALES TERRITORY MANAGEMENT PT TUNAS MANDIRI PACITAN

Yoni Andrian Pramuditya

Abstrak

PT Tunas Mandiri Kabupaten Pacitan merupakan pabrik rokok yang terletak di Kabupaten Pacitan. Pabrik tersebut sudah berdiri sejak tahun 2004 yang didirikan oleh Bapak Rudi Kuswoyo yang juga merupakan pemilik tunggal PT Tunas Mandiri Pacitan. Objek dari penelitian ini dilakukan di PT Tunas Mandiri Pacitan dengan metode penelitian wawancara semi terstruktur. Responden pada penelitian ini sebanyak dua responden yaitu manajer pemasaran dan supervisor area, 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. Hasil yang diperoleh dari penelitian yaitu penerapan *sales territory management* terdapat beberapa catatan dikarenakan cakupan wilayah yang menjadi *territory* setiap tim *sales* terlalu besar dan anggota tim hanya tiga orang sehingga tim tidak bisa menyebar dan menjangkau area pemasaran keseluruhan, maka dari itu perusahaan perlu menambah jumlah anggota dalam setiap tim *sales*, target *effective call* masih terlalu kecil untuk cakupan wilayah yang besar, sebaiknya ditingkatkan lagi karena *effective call* merupakan awal mula terjadinya order, hal ini tercermin dari realisasi target penjualan selama periode Januari sampai Juli 2022 yang hanya mencapai 75% tiap periode dari total keseluruhan target volume penjualan.

Kata Kunci : *Sales Territory Management*

 13/10 '23

IMPLEMENTATION OF SALES TERRITORY MANAGEMENT AT PT TUNAS MANDIRI PACITAN

Yoni Andrean Pramuditya

Abstract

PT Tunas Mandiri Pacitan Regency is a cigarette factory located in Pacitan Regency. The factory has been established since 2004 which was founded by Mr. Rudi Kuswoyo who is also the sole owner of PT Tunas Mandiri Pacitan. The object of this research was carried out at PT Tunas Mandiri Pacitan with a semi-structured interview research method. Respondents in this study were two respondents, namely marketing managers and area supervisors, both of whom are responsible for planning and implementing the strategy used by the company. The indicators used in this study include: call numbers, effective calls, and sales volume targets. The results obtained from the research are that the implementation of sales territory management is still not optimal because the area that becomes the territory of each sales team is too large and there are only three team members so that the team cannot spread and reach the entire marketing area, therefore the company needs to increase the number of members in for each sales team, the effective call target is still too small for large area coverage, it should be increased again because effective calls are the beginning of orders, this is reflected in the realization of sales targets during the period January to July 2022 which only reached 75% each period of the total overall sales volume target.

Keywords: Sales Territory Management