

ABSTRAKSI

PT Telkom Tbk. merupakan perusahaan besar yang bergerak dibidang jasa telekomunikasi. Perkembangan teknologi yang begitu pesat mendorong PT Telkom Tbk. selain memproduksi fixed wireline saat ini juga memproduksi fixed wireless berbasis CDMA yang diberi brand "TELKOMFlexi" sebagai telepon bergerak terbatas dalam satu area code. Hal ini dimungkinkan karena "TELKOMFlexi" memiliki fitur limited mobility.

"TELKOMFlexi" merupakan produk baru karena baru dua tahun diluncurkan di PT Telkom DIVRE IV. Sistem penjualan "TELKOMFlexi" khususnya untuk penjualan sebagian besar produk FlexiTrendy beserta vouchernya menggunakan jasa perantara distributor, yang disebut dengan *Authorized Dealer*. Kinerja pemasarannya sangat bergantung pada para distributornya. Untuk itu mengukur kinerja para distributor sangat penting dengan tujuan nantinya pihak top management dapat mengevaluasi kinerja para distributornya apakah sesuai dengan target yang mereka inginkan.

Penelitian ini memperkenalkan suatu analisa mengenai kinerja distributor dengan menggunakan metode Objective Matrix (OMAX) untuk mendefinisikan para distributor berada pada nilai performansi yang telah ditentukan berdasarkan target perusahaan yang ada. Hasil dari pengukuran ini ditujukan agar pihak top management dapat mengetahui performansi kinerja para distributornya dimana dapat mengevaluasi kinerja para distributornya.

Nilai performansi keseluruhan untuk 12 bulan mulai Juli 2005 sampai dengan Juni 2006 adalah sebagai berikut : 648, 422, 609, 422 untuk AD Sanex Tell; 343, 607, 656, 492 untuk AD Putra Jaya; 265, 218, 641, 640 untuk AD Prima Pratama; 575, 417, 333, 482 untuk AD Mandala. Rasio yang kurang memberikan kontribusi terhadap peningkatan performansi distributor(Authorized Dealer) dan perlu diperbaiki adalah rasio 4, 3, dan 9 karena pada rasio ini dominasi performansi "buruk dan sangat buruk" banyak. Rasio 10 dan 7 juga perlu ditingkatkan meskipun tidak terlalu jelek karena didominasi performansi yang "sedang". Sedangkan untuk rasio 1, 2, 5, 6, 8, menunjukkan nilai rasio yang cenderung baik.

Langkah perbaikan performansi (*Rencana Aksi*) guna peningkatan performansi di masa datang adalah dengan cara memprioritaskan pada rasio yang memiliki nilai paling rendah untuk ditingkatkan. Di bagian akhir penelitian adalah dapat diketahuinya distributor-distributor mana yang dapat memenuhi target maupun yang tidak. Serta rekomendasi Rencana Aksi kepada para distributor (Authorized Dealer) serta perusahaan, yakni PT Telkom DIVRE IV. Rekomendasi Rencana Aksi kepada para distributor (Authorized Dealer) dengan menetapkan harga (*pricing*) secara variatif sesuai dengan tingkat fluktuasi permintaan konsumen, menerapkan diskon pada bulan-bulan yang penjualan produk Flexinya menurun, *merchandising* (kegiatan pengadaan barang) yang mempertimbangkan faktor musiman yang dapat berulang seperti hari besar keagamaan, tahun baru, dsb; dan juga soal inovasi, karena masyarakat suka dengan hal-hal baru. Rekomendasi Rencana Aksi kepada PT Telkom DIVRE IV dengan mengembangkan pola promosi serta mengkaji ulang tentang target (standar) rasio (4), (3), (9) yang ditetapkan, apakah akan diturunkan atau tetap dengan nilai tersebut untuk pencapaian target yang lebih optimal.