

**PENERAPAN PROGRAMA DINAMIS UNTUK PENENTUAN  
KOMBINASI TENAGA PENJUALAN YANG OPTIMAL  
PADA PERUSAHAAN SURAT KABAR "X"  
DI SURABAYA**



Oleh :

**NOVY EKA RISMAWATI**

**NRP : 11195008**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA  
SURABAYA  
1999**

## ABSTRAK

Media masa atau surat kabar saat ini merupakan salah satu kebutuhan masyarakat secara umum, dari lapisan bawah sampai ekonomi yang tinggi. Di samping fungsi utama sebagai sarana penyampaian berita dalam dan luar negeri, surat kabar juga merupakan sarana promosi untuk memperoleh konsumen bagi perusahaan, pedagang, dan lain-lain, serta sebaliknya merupakan informasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Dengan berkembangnya teknologi, pembuatan surat kabar bukan menjadi masalah, penataan format tampilan sudah demikian mudah dibuat, format huruf telah dapat dicetak secara rapi. Masalah pokok bagi perusahaan surat kabar adalah bagaimana dapat memenuhi kebutuhan para pelanggan/pelanggan potensial untuk dapat memperoleh informasi di surat kabar di samping terpenuhinya target penjualan perusahaan.

Perusahaan Surat Kabar "X" di Surabaya telah berkembang dan telah menguasai pemasaran di berbagai wilayah Indonesia, 60% pangsa pasar ada di tiga daerah pemasaran utama, yaitu : Surabaya, Malang, dan Jember. Perusahaan tersebut memiliki masalah pengaturan jumlah tenaga penjualan yang dapat beroperasi secara optimal, untuk dapat memenuhi target penjualan dengan biaya yang minimal. Untuk hal tersebut, penulis mencari ramalan penjualan dengan *methode least square*, setelah itu dicari jumlah kebutuhan tenaga penjualan dengan metode potensi penjualan (memperhatikan produktifitas dan labour turnover), serta untuk penentuan kombinasi tenaga penjualan digunakan metode Program Dinamis.

Penerapan Program Dinamis digunakan untuk menentukan kombinasi tenaga penjualan di tiga daerah pemasaran utama yaitu di Surabaya, Malang, dan Jember. Melalui program dinamis ini jumlah tenaga penjualan dialokasikan ke masing-masing daerah pemasaran untuk mencapai hasil yang optimal yaitu biaya operasional tenaga penjualan yang minimal bagi perusahaan Surat Kabar "X".

Hasil penelitian yang diperoleh untuk dapat benar-benar diketahui kebutuhan tenaga penjualan secara optimal pada suatu daerah pemasaran.