

INTISARI

Penentuan suatu strategi pada perusahaan untuk meningkatkan kinerja membutuhkan analisa mendalam untuk dapat dikatakan sesuai dengan berjalannya perkembangan perusahaan itu sendiri. Project Sales Generalist merupakan salah satu strategi yang diadopsi Bank Mandiri (Persero) Tbk. mulai pertengahan tahun 2019. Pencapaian dari angka persentase pertumbuhan per quarter dari Q1 2017 sampai Q1 2019 pada kinerja di segmen *New Core*, angka-nya belum menunjukkan hasil yang optimal. Project ini merubah skema sales yang awalnya specialist hanya dapat menjual *core product* menjadi generalist yakni dapat memasarkan *multi retail product*. Project Sales Generalist diterapkan kepada 12 area pilot dimana salah satunya adalah Area Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan *Fit Theory* untuk menganalisis kesesuaian penerapan Project Sales Generalist dengan perkembangan perusahaan pada masa mendatang. Selanjutnya *Optimal Distinctiveness Theory* digunakan untuk menganalisis kemampuan Project Sales Generalist memberikan (*distinctive*) kekhasan optimal pada perusahaan. Dengan mengetahui kesesuaian serta kekhasan setelah penerapan project kemudian dapat di ambil kesimpulan rekomendasi untuk melakukan review kembali Project Sales Generalist ini sehingga dapat mencapai target dan kinerja sesuai yang di tetapkan oleh manajemen serta meningkatkan laba perusahaan.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, *Fit Theory*, *Optimal Distinctiveness Theory*

ABSTRACT

Determination of a strategy in the company to improve performance that requires in-depth analysis to be said in accordance with the progress of the company itself. Project Sales Generalist is one of the strategies adopted by Bank Mandiri (Persero) Tbk. starting mid-2019. The achievement of the growth rate per quarter from Q1 2017 to Q1 2019 in performance in the New Core segment, the figures have not shown optimal results. This project is a sales scheme, which initially specialists can only sell core products to become generalists who can market multi-retail products. Generalist Project Sales is applied to 12 pilot areas, one of them is Yogyakarta Area.

This study uses a qualitative method with Fit Theory to analyze the suitability of the application of the Project Sales Generalist with the development of the company in the future. Furthermore, Optimal Distinctiveness Theory is used to analyze the ability of the Project Sales Generalist to give (distinctive) optimal characteristics to the company. By knowing the suitability and peculiarities after the implementation of the project, conclusions can be drawn from the recommendation to review the Project Sales Generalist so that it can achieve the targets and performance as set by management and increase company profits.

Keyword: Strategic Management , Fit Theory, Optimal Distinctiveness Theory