

INTISARI

Fokus manajemen PT United Tractors Tbk (UT) sebagai distributor alat berat untuk meningkatkan penjualan alat berat di sektor konstruksi dilakukan karena sektor pertambangan batu bara yang sangat dinamis dan tidak menentu. Namun pangsa pasar UT di sektor konstruksi masih belum optimal jika dibandingkan dengan kompetitor. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen sektor konstruksi dalam memilih alat berat jenis *excavator*, sebagai jenis alat berat paling populer, kemudian penulis juga menggali seputar proses penyediaan alat berat oleh konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk bisa memberikan masukan kepada jajaran manajemen UT dalam upaya untuk meningkatkan pangsa pasarnya di sektor konstruksi.

Penelitian dilakukan dengan proses wawancara kualitatif dengan narasumber 3 orang internal, yaitu penjual alat berat dari distributor alat berat serta 3 orang eksternal, yaitu konsumen alat berat. Faktor-faktor dalam pemilihan alat berat jenis *excavator* adalah harga beli, *Term of Payment* (TOP), kemudahan perolehan atau ketersediaan suku cadang (*spareparts*), *brand* yang sudah terkenal di area nya, serta nilai jual kembali dari alat tersebut.

Kemudian terkait proses penyediaan alat berat oleh konsumen diawali dari *initiative* konsumen, setelah itu dilakukan *negotiation* untuk memperoleh pilihan produk mana yang akan dibeli sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Serta dilakukan *decision* oleh perwakilan *management* perusahaan. Kemudian ada *dealing process* yang berisi pengaturan jual beli antara konsumen dan distributor. Baru kemudian proses penggunaan oleh *user*. Hasil penggalian informasi juga divalidasi dengan proses triangulasi dimana penulis menggunakan triangulasi sumber data dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari wawancara dengan dokumen – dokumen pendukungnya.

Melalui hasil penelitian ini, diharapkan bisa menjadi masukan kepada jajaran manajemen UT untuk menentukan strategi pemenangan pada penjualan alat berat di sektor konstruksi.

Kata Kunci : Konsumen, Alat Berat, Konstruksi, *Excavator*, Kualitatif

ABSTRACT

The management focus of PT United Tractors Tbk (UT) as a distributor of heavy equipment to increase heavy equipment sales in the construction sector was carried out because the coal mining sector was very dynamic and uncertain. However UT's market share in the construction sector is still not optimal compared to competitors. Therefore, the authors conducted research related to factors that influence the construction sector customers in choosing excavators, as the most popular type of heavy equipment, then the authors also explored the process of providing heavy equipment by customers. This research was conducted to be able to provide input to the UT management in an effort to increase its market share in the construction sector.

The study was conducted with a qualitative interview process with 3 internal people, namely heavy equipment sellers from heavy equipment distributors and 3 external people, namely heavy equipment customers. Factors in the selection of excavators are purchase prices, Term of Payment (TOP), ease of acquisition or availability of spare parts (spare parts), well-known brands in the area, and resale value of the equipment.

Then related to the process of providing heavy equipment by customers beginning with the customer initiative, after that negotiation is carried out to obtain a choice of which products to be purchased according to the needs of the company. And a decision is made by the company's management representative. Then there is a dealing process that contains arrangements for buying and selling between customers and distributors. Only then the user usage process. The results of extracting information were also validated by the triangulation process in which the authors used triangulation of data sources by comparing information obtained from interviews with supporting documents.

Through the results of this study, it is expected that it can be an input for UT management to determine the winning strategy for heavy equipment sales in the construction sector.

Keywords: Customer, Heavy Equipment, Construction, Excavator, Qualitative