

**ANALISIS STRATEGI CUSTOMER SOLUTION MANAGEMENT (CSM)  
TERHADAP KEBUTUHAN KONSUMEN UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI  
OPERASIONAL DI PT UNITED TRACTORS**

***ANALYSIS OF CUSTOMER SOLUTION MANAGEMENT (CSM) STRATEGIES  
TOWARDS CUSTOMER NEEDS TO IMPROVE OPERATIONAL EFFICIENCY IN PT  
UNITED TRACTORS***

Rayell Danish Bryo Kalesaran<sup>1</sup>, Joni Fat<sup>2</sup>, Hadian Satria Utama<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Indonesia

Correspondence		
Email: rayell.525210019@stu.untar.ac.id, jonif@ft.untar.ac.id, hadianu@ft.untar.ac.id	No. Telp:	
Submitted: 5 January 2025	Accepted: 14 January 2025	Published: 15 January 2025

**ABSTRACT**

*PT United Tractors is one of the subsidiaries of PT Astra International Tbk. which is engaged in the sale of heavy equipment with various brands in it. United Tractors is committed to becoming a world-class solutions-based company in the field of heavy equipment, mining and energy, to create benefits for stakeholders. This research aims to assist companies in optimizing and implementing CSM in meeting consumer needs to improve operational efficiency at PT United Tractors. The research method used is Qualitative method with Case Study approach. The technique of collecting data is done by conducting in-depth interviews with United Tractors Management, primary and secondary data. This research is expected to provide a comprehensive overview of the existence of CSM in helping to meet consumer needs and improve operational efficiency, marketing and business development in the automotive industry to increase competitiveness with similar competitors in today's digital era.*

**Keywords:** CSM, Consumer Needs, Efficiency

**ABSTRAK**

PT United Tractors merupakan salah satu anak perusahaan dari PT Astra International Tbk. yang bergerak dibidang penjualan alat berat dengan berbagai macam brand di dalamnya. United Tractors berkomitmen untuk menjadi perusahaan kelas dunia berbasis solusi di bidang alat berat, pertambangan dan energi, untuk menciptakan manfaat bagi para pemangku kepentingan. Penelitian ini bertujuan untuk membantu perusahaan dalam mengoptimalkan dan menerapkan CSM dalam memenuhi kebutuhan konsumen untuk meningkatkan efisiensi operasional di PT. United Tractors. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus. Teknik mengumpulkan data dilakukan dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada Manajemen United Tractors, data primer dan sekunder. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang adanya CSM dalam membantu memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan efisiensi operasional, pemasaran dan pengembangan bisnis di industri otomotif untuk meningkatkan daya saing dengan kompetitor serupa di era digital saat ini.

**Kata Kunci:** CSM, Kebutuhan Konsumen, Efisiensi

**PENDAHULUAN**

Konsep solusi pelanggan adalah konsep yang kompleks dan terus berkembang, dengan berbagai potensi manfaat dan tantangan. Song (2016) menekankan pentingnya organisasi profesional dalam menawarkan solusi pelanggan, khususnya dalam konteks pemasok material global. Namun, Bond (2020) memperingatkan potensi kerugian pada solusi pelanggan, terutama pada saat krisis seperti pandemi COVID-19. Restuccia (2019) memberikan bukti empiris mengenai dampak positif solusi terhadap hasil yang berhubungan dengan pelanggan, khususnya bagi pelanggan baru. Töytäri (2018) menyoroti perlunya pendekatan penjualan yang proaktif dan berfokus pada nilai pelanggan dalam menjual solusi.

Perusahaan harus terus berinovasi, meningkatkan kualitas pelayanan, dan efisiensi operasional agar tetap bertahan serta meningkatkan pangsa pasarnya. PT United Tractors,

pemimpin industri alat berat dan pertambangan di Indonesia, terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi. Untuk mempertahankan posisinya, PT United Tractors menggunakan *Customer Solution Management* (CSM) sebagai alat pendekatan strategis untuk menyesuaikan solusi yang ditawarkan dengan kebutuhan pelanggan, membangun hubungan yang kuat, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

CSM memungkinkan PT United Tractors memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam, mengidentifikasi tantangan operasional, dan menyediakan solusi yang tepat. Dengan demikian, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya secara lebih efisien dan meningkatkan kinerja operasional. Pemahaman yang baik tentang karakteristik, kebutuhan, preferensi, dan tantangan pelanggan memungkinkan perusahaan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, menyusun produk dan layanan yang sesuai, serta meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

PT United Tractors dapat memahami lebih baik kebutuhan dan preferensi pelanggan tren pasar yang mempengaruhi industri alat berat dan pertambangan. Dengan menganalisis data mengenai populasi unit yang ada, dapat membantu mengelola dan menyusun strategi CSM yang lebih efektif, meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan mempertahankan posisi sebagai pemimpin industri.

### Rumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk mengamati CSM terhadap kebutuhan konsumen sebagai strategi untuk meningkatkan efisiensi operasional perusahaan di PT United Tractors. Berikut adalah rumusan masalah yang diangkat :

1. Bagaimana penerapan CSM dapat membantu PT United Tractors dalam memenuhi kebutuhan konsumen di industri alat berat?
2. Apa saja kendala dan tantangan yang dihadapi PT United Tractors dalam mengoptimalkan CSM untuk meningkatkan efisiensi operasional perusahaan?
3. Bagaimana dampak implementasi CSM terhadap pemasaran, pengembangan bisnis, dan daya saing PT United Tractors di era digital saat ini?

### Tujuan Penelitian

Menganalisis dan memahami CSM untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam meningkatkan Efisiensi Operasional perusahaan.

### Konsep Teori

#### *Customer Solution Management*

Customer Solution Management (CSM) di PT United Tractors (UT) adalah strategi untuk memperkuat loyalitas pelanggan dan mencapai kesuksesan bisnis jangka panjang melalui program kemitraan. Pada tahun 2021, CSM berhasil melaksanakan 131 proyek, dengan 81 di cabang UT dan 50 di lokasi proyek. Evaluasi terhadap dampak CSM menunjukkan skor rata-rata 8,42 dari 10, menunjukkan penilaian positif dari pelanggan. CSM telah berhasil meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta mendukung pertumbuhan bisnis UT.

#### *Customer Relationship Target*

Dalam hubungan pelanggan, tingkat keterkaitan dengan distributor dapat dibagi menjadi beberapa level. Pertama, ada distributor yang sangat vital dan tidak bisa dipisahkan dari bisnis kita. Kedua, ada distributor yang diharapkan menjadi bagian dari visi jangka panjang kita. Ketiga, kita ingin memberikan kontribusi kepada distributor, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, serta membangun sesuatu bersama mereka sebagai tujuan dekat. Jika hubungan sudah terjalin, kita ingin melanjutkannya karena distributor tersebut paling handal dan memenuhi harapan kita. Namun, jika hubungan belum terjalin, kita bersedia

mendengarkan dan mencoba produk mereka. Sebaliknya, jika hubungan tidak memberikan manfaat atau kita tidak mengenalnya, kita tidak tertarik untuk berinteraksi dengan distributor tersebut.

**Tabel 3.6 Strategi CSM**

<b>Strategi CSM</b>	<b>Output Strategi</b>
<b>Forecast Repair &amp; Maintenance</b>	Meningkatkan produktivitas unit pelanggan dengan perbaikan dan perawatan prediktif dan tepat waktu.
<b>Warehouse Management</b>	Meningkatkan pengelolaan stok bagian melalui pelatihan SOP dan manajemen rantai pasokan yang lebih baik.
<b>Certification</b>	Meningkatkan kemampuan operasional dan perawatan dengan sertifikasi untuk operator dan mekanik.
<b>Digitalization Procurement System</b>	Modernisasi proses pengadaan melalui pemantauan dan kontrol digital.
<b>Contract Mechanic</b>	Penugasan mekanik kontrak untuk kontrol unit sebanyak 2+ per bulan.
<b>Customer Engagement</b>	Mengadakan pertemuan bulanan di kantor pelanggan untuk meningkatkan hubungan dan umpan balik.
<b>Competitor Strategy Response</b>	Menawarkan kontrak suku cadang (LIB) dan pusat komando UT untuk menghadapi kompetisi.
<b>Training and Certification</b>	Pelatihan untuk operator dan sertifikasi untuk mekanik untuk meningkatkan kemampuan perbaikan minor.
<b>Penetapan Target Kolaborasi dengan Pelanggan</b>	Pencapaian target operasional dan peningkatan loyalitas pelanggan melalui penetapan target bersama

### ***Customer Observation***

*Customer observation* adalah penelitian dan pengumpulan data untuk memahami kebutuhan pelanggan dan interaksi mereka dengan produk atau layanan perusahaan. Metode yang digunakan termasuk wawancara, survei, dan analitik. Melalui observasi ini, perusahaan dapat mengetahui bagaimana pelanggan menggunakan produk, apa yang mereka cari, dan bagaimana mereka merespons situasi berbeda.

PT United Tractors (UT) memiliki beberapa perbedaan signifikan dibandingkan pesaingnya. UT cenderung lambat dalam merespons dan memproses permintaan pelanggan, berbeda dengan pesaing yang lebih cepat dan responsif. Meski demikian, pelanggan menghargai kesopanan dan dedikasi tim UT. Pesaing UT menawarkan nilai tambah seperti sistem konsinyasi, yang memudahkan akses ke peralatan dan suku cadang, serta mekanik yang siap sedia di lokasi untuk layanan yang lebih efisien. Pesaing juga lebih proaktif dalam menjadwalkan perawatan teratur dan memberikan pelatihan untuk perbaikan kecil atau perawatan berkala, sehingga mengurangi ketergantungan pada layanan profesional.

### ***Physical Availability (PA)***

*Physical Availability (PA)* adalah persentase kesiapan mesin atau unit untuk beroperasi sesuai kebutuhan. Ini mencerminkan seberapa sering mesin siap digunakan dan menyediakan indikator kinerja berdasarkan waktu atau target tertentu. PA telah lama digunakan dalam industri pertambangan untuk menunjukkan tingkat kesiapan alat berat. Dengan PA, departemen layanan dapat menganalisis efektivitas penggunaan alat berat dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Pemantauan PA secara teratur membantu memastikan efisiensi operasional dan meminimalkan waktu henti yang tidak terencana.

$$PA = \frac{\sum \text{Schedule Time} - \sum R\&M \text{ Time}}{\sum \text{Schedule Time}} \times 100\%$$

### Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif untuk menganalisis permasalahan yang terjadi yang berfokus pada oendekatan yang mendalam serta berfokus pada masalah yang menekankan pada pemahaman isu-isu sosial.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data sangat penting dalam penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam diikuti dengan dokumentasi dan studi pustaka.

### Jenis dan Sumber Data

Data adalah informasi atau fakta yang diperoleh dari pengamatan, pengukuran, atau penelitian. Sumber data merujuk pada cara atau tempat data diperoleh, seperti observasi langsung, wawancara, dokumen, survei, atau rekaman sejarah. Pemilihan sumber data yang tepat penting untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil analisis penelitian

### Metode Penentuan dan Profil Informan

Peneliti melakukan wawancara dengan salah satu informan utama berinisial AS yang menjabat sebagai Business Consultan sebagai salah satu Middle Manajemen dalam perusahaan tersebut dengan lama waktu bekerja 12 tahun dengan oendidikan terakhir S1. Dalam penelitian kualitatif, informan utama adalah individu yang memiliki pengetahuan atau pengalaman langsung terkait dengan topik penelitian.

### Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah proses sistematis untuk menginterpretasi dan memahami informasi dari teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, atau analisis dokumen. Ini berlangsung interaktif dan berkelanjutan hingga tidak ada informasi baru yang muncul.

### Proses Analisis Data

Proses analisis data melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dari informasi yang diperoleh, serta penyajian hasilnya dalam bentuk laporan atau narasi yang relevan dengan tujuan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi CSM di PT United Tractors (UT) pada tahun 2021 berhasil dengan baik. Program ini melaksanakan 131 proyek, dengan 81 di berbagai cabang UT dan 50 di lokasi proyek. Evaluasi dari pelanggan menunjukkan skor rata-rata 8,42 dari 10, menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap efektivitas CSM dalam memenuhi kebutuhan mereka. Ini memperkuat hubungan pelanggan, mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang, dan meningkatkan efisiensi operasional UT. Tantangan seperti respon lambat sedang ditangani untuk meningkatkan efektivitas CSM.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, hipotesis nol (H0) yang menyatakan bahwa CSM tidak berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan konsumen dan efisiensi operasional PT United Tractors dapat ditolak. Responden mengindikasikan bahwa CSM telah berhasil memenuhi kebutuhan konsumen melalui koordinasi langsung dan meningkatkan produktivitas, serta kepuasan pelanggan. Selain itu, CSM meningkatkan efisiensi operasional melalui tindakan pencegahan yang terukur. Jadi, CSM terbukti berdampak signifikan pada kedua aspek tersebut.

Tahun	Jenis	Jumlah
2019	PC 130 F-7	1
	PC 210-10M	1
	PC195LC-8	2
	PC45MR-3/P2	4
	WA 150-5	1
2020	WA 150-5	1
2021	D31EX-22	2
	D31EX-22/S3	1
	PC210LC	2
	WA150-5	1
2022	GD535-5	3
	PC200 - 10 M0	6
	WA150-6	1
2023	PC200 - 10 M0	2
Total		28

Gambar 4.2 Data Populasi Unit 5 Tahun terakhir

## KESIMPULAN

CSM di PT United Tractors (UT) telah berhasil meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan skor rata-rata 8,42 dari evaluasi kuesioner. Program kemitraan yang dijalankan berhasil memperkuat hubungan dengan pelanggan dan memberikan kontribusi signifikan pada pertumbuhan bisnis jangka panjang UT. Implementasi CSM juga meningkatkan efisiensi operasional dengan mengurangi waktu henti dan meningkatkan produktivitas, memperkuat daya saing UT di industri alat berat dan pertambangan. Tantangan seperti respon lambat sedang diatasi dengan peningkatan responsivitas, efisiensi proses, dan penggunaan teknologi canggih serta pelatihan staf, untuk terus mengoptimalkan kontribusi CSM pada pertumbuhan bisnis UT.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada PT. United Tractors karena telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan magang sekaligus penelitian di PT. United Tractors Tbk. tersebut, bagi seluruh staf dan manajemen yang telah membimbing peneliti dalam kegiatan ini khususnya bagi Bapak Stephanus Aditya yang telah menjadi informan utama dan mentor bagi peneliti selama magang di PT. United Tractors Tbk.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bond E.U et all (2020) The Future of B2B Customer Solutios in a Post-Covid-19 Economy : Managerioal Issues and an Agenda for Academic Inquiry
- [2] Epi Y et al (2021) Pengaruh Anggaran Biaya Terhadap Efisiensi Biaya Operasional Pada PT AKRI Indonesia Cabang Medan
- [3] Nugraha I. A (2018) Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Ecolab International Indonesia dengan perspektif Balance Scorecard
- [4] Manurung V.A.T., Praja A.K., & Utama Y.C (2016). Meningkatkan Physical Availability (PA) Scania P380 dengan Program Customer Solution Management di PT TSP, PT United Tractors Site Satui – Sungai Danau
- [5] Noor I. (2020) Perancangan Preventive Maintanance Alat Berat di PT. Kalimantan Primna Persada

[6] S. W. Won and S. Young (2016) Making Gatekeepers in Suppliers System : A Case for Offering Customer Solution

[7] United Tractors. New Energy for Growth Retrieved (2021) from [https://www.unitedtractors.com/wpcontent/uploads/2022/03/SR2021\\_UT\\_Final\\_17032022.pdf](https://www.unitedtractors.com/wpcontent/uploads/2022/03/SR2021_UT_Final_17032022.pdf)

[8] United Tractors. (2023). History. Retrieved March 19, 2024, from <https://www.unitedtractors.com/en/history/>

[9] United Tractors. Visi & Misi. Retrieved 2024, from <https://www.unitedtractors.com/visi-misi/>

[10] Urva G and Ramadhani S (2021) Optimalisasi E-Report Utilities Shift Supervisor untuk Meningkatkan Kinerja Operasional.