

**MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING
DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN
DI INDUSTRI NON-DESTRUCTIVE TESTING DI INDONESIA
KASUS: PT. PRATITA PRAMA NUGRAHA**

TESIS

**FAKHRU RIZA
0606147296**



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
JAKARTA
MARET 2009**

**MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING
DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN
DI INDUSTRI NON-DESTRUCTIVE TESTING DI INDONESIA
KASUS: PT. PRATITA PRAMA NUGRAHA**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S2

**FAKHURU RIZA
0606147296**



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
JAKARTA
MARET 2009**

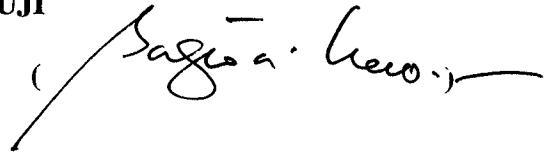
HALAMAN PENGESAHAN

Karya Akhir ini diajukan oleh :
Nama : **Fakhru Riza**
NPM : 0606147296
Program Studi : **MAGISTER MANAJEMEN**
Judul Karya Akhir : **Membangun Keunggulan Bersaing Dengan Reputasi Perusahaan Di Industri Non-Destructive Testing Di Indonesia.**

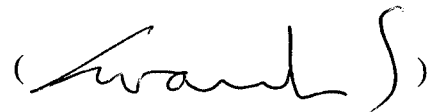
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : **Bagio N. Karno, MBA**



Penguji : **Avanti Fontana, Ph.D.**



Penguji : **Prof. Dr. Sofjan Assauri**

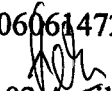


Ditetapkan di : **Jakarta**

Tanggal : **02 April 2009**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Thesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
Telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fakhru Riza
NPM : 0606147296
Tanda Tangan : 
Tanggal : 02 April 2009



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala atas berkat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir yang berjudul:

**Membangun Keunggulan Bersaing Dengan Reputasi Perusahaan
Di Industri *Non-Destructive Testing* Di Indonesia**

Kasus: PT. Pratita Prama Nugraha

sebagai salah satu persyaratan guna mencapai gelar Magister Manajemen di Universitas Indonesia.

Karya Akhir ini dapat terselesaikan atas kerja sama, bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kerja sama, bimbingan, bantuan, dan dukungan kepada:

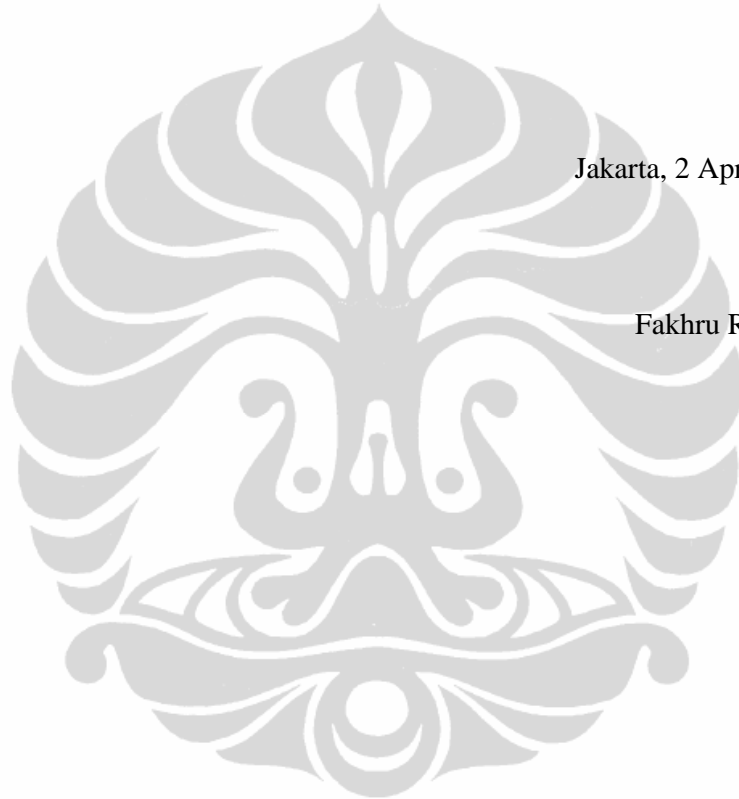
1. Bapak Rhenald Kasali, PhD, selaku Direktur Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
2. Bapak Bagio N. Karno, MBA selaku dosen pembimbing, pemberi cahaya disaat-saat pikiran buntu selama penulisan Karya Akhir ini.
3. Ayah dan Mamah serta kakak dan adik-adik tersayang yang selalu memberikan do'a dan dukungannya yang sangat berharga.
4. Dua wanita tercinta, Meidy Rianti Zulkarnain atas dukungan yang tiada henti dan Maia Annisa Nauli Riza yang memberikan motivasi untuk cepat terselesaikannya Karya Akhir ini.
5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia yang telah memberikan ilmu dan dukungannya
6. Seluruh rekan-rekan MMUI, khususnya kelas G-06 da PS-06 atas kebersamaan dan perjuangan selama masa kuliah.
7. Seluruh teman dan kolega di kantor PT. Pratita Prama Nugraha atas kerja samanya selama ini.

8. Seluruh keluarga dan teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa Karya Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu semua saran dan kritik demi perbaikan Karya Akhir ini akan diterima secara terbuka dan lapang dada.

Jakarta, 2 April 2009

Fakhru Riza



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fakhru Riza
NPM : 0606148296
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Thesis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN DI INDUSTRI *NON-DESTRUCTIVE TESTING* DI INDONESIA. KASUS: PT. PRATITA PRAMA NUGRAHA

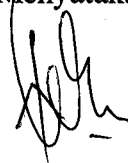
berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia /format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Tanggal : 2 April 2009

Yang Menyatakan,



(Fakhru Riza)

ABSTRAK

Nama : Fakhru Riza
Program Studi : Magister Manajemen
Judul : Membangun Keunggulan Bersaing Dengan Reputasi Perusahaan
Di Industri *Non-Destructive Testing* Di Indonesia
Kasus: PT. Pratita Prama Nugraha

Thesis ini dilakukan untuk mengevaluasi reputasi perusahaan PT. Pratita Prama Nugraha yang dipersepsikan oleh pelanggannya. Penelitian ini juga sekaligus mencari tahu tentang pandangan dari *principals* mengenai hal-hal yang dianggap penting bagi sebuah perusahaan dengan fungsi sebagai *marketing channel / distributor*. Hasil dari penelitian ini dimaksudkan untuk dapat meningkatkan reputasi perusahaan PT. Pratita, memberikan diferensiasi dari perusahaan pesaingnya. Dengan terbentuknya sebuah reputasi perusahaan yang mapan maka diharapkan pelanggan semakin percaya untuk melakukan bisnis dengan PT. Pratita. Dengan demikian *customer loyalty* akan terbina. Tentunya diharapkan juga dengan tingginya *customer loyalty* maka akan menambah *entry barrier* bagi perusahaan pendatang yang akan terjun kedalam bisnis ini. Pengumpulan data dalam penelitian ini yang ditujukan untuk mengetahui persepsi reputasi perusahaan dari pelanggan dilakukan melalui survei. Sedangkan pengumpulan data dari sudut pandang *principals* dilakukan dengan *interview*. Hasil yang dari survei dan *interview* adalah untuk mengevaluasi keadaan reputasi PT. Pratita sekarang. Dari hasil survei, masing-masing dimensi / indikator dianalisa dan diartikan makna yang terkandung dari hasil penelitian tersebut. Kemudian hasil survei tersebut dikaitkan lagi dengan langkah-langkah strategik dengan memperkuat *resources* untuk memperkuat reputasi perusahaan.

Kata kunci:
Reputasi perusahaan, keunggulan bersaing

ABSTRACT

Name : Fakhru Riza
Study Program: Magister Manajemen
Title : Building Competitive Advantage With Corporate Reputation
In Non-Destructive Testing In Indonesia
Case: PT. Pratita Prama Nugraha

This thesis is done to evaluate the costumers' reception of PT. Pratita Prama Nugraha's reputation. This research will also inquire about the principals' perception regarding things that are viewed as important for a company functioning as a marketing channel / distributor. The result of this research is meant to improve the reputation of PT. Pratita, which would differentiate it from its competitors. With an established company reputation, it is expected that the costumers will have greater trust to conduct business with PT. Pratita. And therefore, customer loyalty will be fostered. And, surely, a high customer loyalty would add to the existing entry barrier for new companies who will enter this business. Data collection in this research, which objective is to inquire costumers' perception about company's reputation, was done through a survey; whereas data collection from the principals' perspective was done through interview. The result of both survey and interview is used to evaluate the current reputation of PT. Pratita. From the survey result, each dimension / indicator was analyzed and was further developed to express the significance of the research. The result of the research was then related to the company's strategic steps by improving the resources in order to strengthen the company's reputation.

Key words:
Corporate reputation, competitive advantage

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 POKOK PERMASALAHAN	3
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	4
1.4 PEMBATASAN MASALAH.....	4
1.5 METODE PENELITIAN	4
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN.....	5
BAB 2 LANDASAN TEORI	7
2.1 ANALISIS REPUTASI PERUSAHAAN	7
2.1.1 Kekuatan dan Keuntungan CRA.....	7
2.1.2 Batasan dan Kelemahan CRA.....	8
2.2 REPUTATION QUOTIENT	9
2.3 PASAR BISNIS/ B2B.....	10
2.3.1 Proses Pembelian B2B.....	11
2.3.2 Tekanan yang Mempengaruhi Prilaku Pembelian B2B.....	12
2.4 MENJAGA HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN (CUSTOMER RELATIONSHIP) ..	13
2.5 ETIKA BISNIS.....	15
2.6 MARKETING CHANNEL	15
2.6.1 Proses Seleksi Marketing Channel	16
2.7 ENTRY BARRIER	17
2.7 KEUNGGULAN BERSAING (COMPETITIVE ADVANTAGE).....	18
BAB 3 PENGETAHUAN PERUSAHAAN, PRODUK... ..	22
3.1 PERUSAHAAN PT PRATITA PRAMA NUGRAHA.....	22

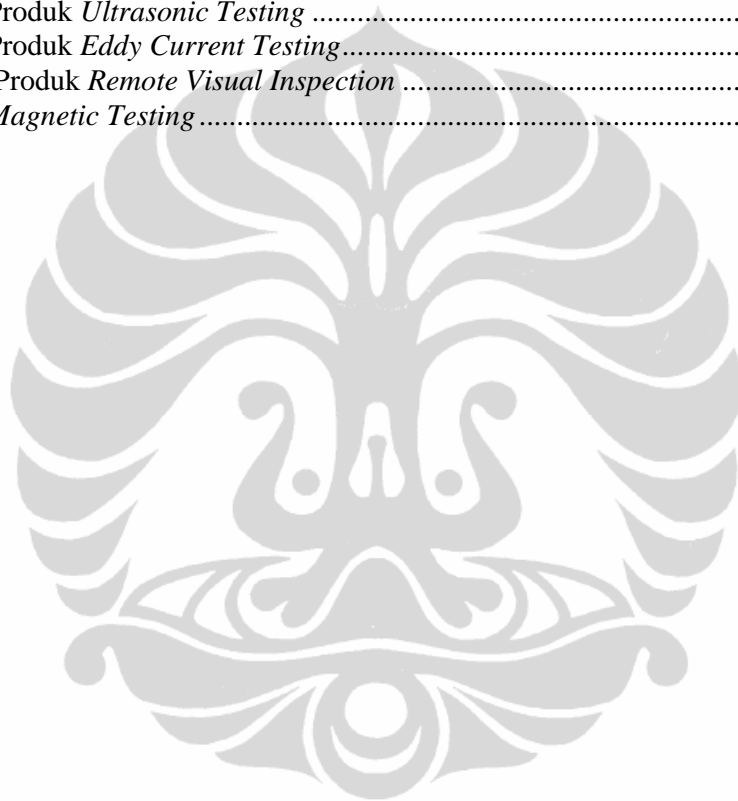
3.2 PERUSAHAAN <i>GE SENSING AND INSPECTION</i>	25
3.3 PRODUK DAN METODOLOGI NDT	26
3.4 PESAING DAN PRODUKNYA.....	32
BAB 4 METODE PENELITIAN.....	34
4.1 DESAIN PENELITIAN	34
4.2 METODE PENGUMPULAN DATA.....	35
4.2.1 <i>Metode Pengambilan Sampel</i>	35
4.2.2 <i>Kriteria Responden</i>	35
4.2.3 <i>Ukuran Sampel</i>	36
4.2.4 <i>Skala Pengukuran</i>	36
4.3 DESAIN KUESIONER.....	37
4.4 DESAIN <i>INTERVIEW</i>	39
4.5 METODE ANALISIS DATA	39
4.5.1 <i>Persiapan Data</i>	40
4.5.2 <i>Uji Validitas</i>	40
4.5.3 <i>Uji Reliabilitas</i>	40
4.5.4 <i>Analisis Deskriptif</i>	40
BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	42
5.1 PROFIL RESPONDEN.....	42
5.2 UJI VALIDITAS.....	45
5.3 UJI RELIABILITAS	48
5.4 ANALISIS HASIL SURVEI.....	50
5.4.1 <i>Pengukuran dan Analisis Dimensi Emotional Appeal</i>	50
5.4.2 <i>Pengukuran dan Analisis Dimensi Products</i>	52
5.4.3 <i>Pengukuran dan Analisis Dimensi Services</i>	53
5.4.4 <i>Pengukuran dan Analisis Dimensi Expertise</i>	55
5.4.5 <i>Pengukuran dan Analisis Dimensi Leadership</i>	57
5.5 ANALISIS HASIL <i>INTERVIEW</i>	59
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	62
6.1 KESIMPULAN	62
6.2 SARAN	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN 1: KUESIONER UNTUK PELANGGAN	L-1
LAMPIRAN 2: KUESIONER UNTUK <i>PRINCIPALS</i>	L-3
LAMPIRAN 3: OUTPUT HASIL ANALISIS SPSS	L-5

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Major Stages of Organisational Buying Process</i>	12
Tabel 2. <i>Marketshare</i>	32
Tabel 3. <i>Competitor Products</i>	33
Tabel 4. Interval Interpretasi Hasil Nilai Rata-Rata Perdimensi.....	38
Tabel 5. Lama Kerja.....	42
Tabel 6. Posisi Jabatan	43
Tabel 7. Lama Menjabat	43
Tabel 8. Lama Kenal Pratita.....	44
Tabel 9. Peranan Dalam Pembelian	44
Tabel 10. Uji validitas dimensi <i>emotional appeal</i>	45
Tabel 11. Uji validitas dimensi <i>products</i>	46
Tabel 12. Uji validitas dimensi <i>services</i>	46
Tabel 13. Uji validitas dimensi <i>expertise</i>	47
Tabel 14. Uji validitas dimensi <i>leadership</i>	47
Tabel 15. Hasil uji reliabilitas	48
Tabel 16. Tabel Reliabilitas	49
Tabel 17. Hasil survei dimensi <i>emotional appeal</i>	51
Tabel 18. Hasil survei dimensi <i>products</i>	52
Tabel 19. Hasil survei dimensi <i>services</i>	54
Tabel 20. Hasil survei dimensi <i>expertise</i>	56
Tabel 21. Hasil survei dimensi <i>leadership</i>	58
Tabel 22. Hasil survei <i>principals</i>	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses CRA menggunakan <i>Reputation Quotient</i>	9
Gambar 2 <i>Porter Five Forces</i>	18
Gambar 3 <i>Milestone</i>	24
Gambar 4. <i>Conventional Radiography Tools and Equipments</i>	27
Gambar 5. <i>Computed Radiography Tools and Equipments</i>	27
Gambar 6. Produk <i>Ultrasonic Testing</i>	28
Gambar 7. Produk <i>Eddy Current Testing</i>	29
Gambar 8. Produk <i>Remote Visual Inspection</i>	30
Gambar 9. <i>Magnetic Testing</i>	31



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Matriks.....	60
------------------------	----

