

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri minyak dan gas (migas) merupakan salah satu industri penggerak perekonomian di dunia. Industri migas ini di bagi menjadi dua bagian yaitu *upstream* dimana melingkupi pekerjaan seperti pengeboran minyak ataupun distribusi dari tambang minyak dan *downstream* yang mana melakukan pekerjaan untuk penyulingan atau proses pembuatan bahan bakar minyak (BBM). Untuk sebuah perusahaan bergerak di bidang migas ini maka perusahaan tersebut mempunyai *entry* dan *exit barrier* yang tinggi karena membutuhkan biaya yang besar untuk memiliki aset untuk menunjang bisnis tersebut. Aset-aset ini berbagai macam dan diantaranya adalah pipa-pipa yang terbentang puluhan bahkan ratusan kilometer untuk mengirimkan migas dari tempat pengeboran menuju tempat penyulingan.

Pipa-pipa yang digunakan untuk industri ini memiliki spesifikasi dan kualifikasi yang tinggi, oleh karenanya menjadi sangat mahal. Untuk menunjang pengecekan dan perawatan pipa-pipa migas ini maka berkembanglah metode pengecekan Uji Tak Rusak atau yang dikenal sebagai *Non-Destructive Testing* (NDT). Metode ini dapat menguji sebuah material untuk mengetahui adanya internal korosi, cacat, ataupun penipisan material yang mana sangat berbahaya bila tidak diketahui karena akan mengakibatkan kebocoran atau bahkan pada kasus pipa bertekanan tinggi akan membuatnya meledak.

Industri NDT di dunia sekarang ini berkembang sangat baik karena dalam perjalannya berkembang ke sektor industri lain yang membutuhkan pengecekan tanpa merusak benda yang diuji seperti pada industri pesawat terbang, industri pembangkit tenaga listrik, dan industri automotif. Tidak bedanya di Indonesia, industri NDT sangat diminati oleh industri-industri tersebut untuk meningkatkan kualitas, mengurangi resiko kecelakaan, dan menurunkan biaya pergantian.

Saat ini perusahaan dunia *General Electric Sensing and Inspection* (GE S&I) menjadi salah satu pemain kunci dunia sebagai perusahaan yang membuat alat-alat berteknologi tinggi yang memungkinkan pengecekan NDT dapat dilakukan. Dengan membawa nama besar GE dan berbagai *brand name* dibawah naungannya menjadikan GE S&I menjadi perusahaan terbesar yang memproduksi alat-alat NDT. Dikarenakan membutuhkan pengetahuan sangat spesifik untuk menggeluti industri ini dan juga kompetisi masih sedikit, industri NDT berkembang menjadi industri dengan margin keuntungan yang masih cukup besar.

Perusahaan raksasa seperti GE mempunyai mitra kerja di setiap negara dan untuk GE S&I pada khususnya bermitra dengan PT. Pratita Prama Nugraha (PT. Pratita) sebagai *marketing channel* untuk memasarkan produk-produknya untuk wilayah Indonesia. PT. Pratita ini sudah menggeluti pemasaran alat-alat NDT selama 26 tahun. Kombinasi antara merek yang kuat dari GE dan pengalaman NDT dari Pratita membuahkan hasil yang sangat baik untuk pemasaran produk-produk NDT di Indonesia. Akan tetapi, PT. Pratita belum pernah menguji secara akademis mengenai persepsi yang sesungguhnya dari sudut pandang *principals*.

Seperti halnya di industri lain, sebuah perusahaan harus selalu meningkatkan dan mengembangkan perannya di industri untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Dalam bisnis B2B seperti halnya di industri NDT ini, reputasi perusahaan ini erat sekali hubungannya dengan kepercayaan para pelanggan. Namun demikian, membangun dan membesarkan sebuah reputasi perusahaan tidaklah mudah. Disamping harus memiliki asosiasi yang bagus antara produk dan kualitasnya, perusahaan juga harus senantiasa memberikan nilai tambah kepada pelanggannya terhadap barang dan jasa yang dijualnya.

Dalam hal ini penulis merasa tertarik untuk membantu PT. Pratita melakukan studi yang membahas mengenai *corporate reputation* (reputasi perusahaan) pada perusahaan PT. Pratita dari dua perspektif yang berbeda yaitu dari sisi pelanggan dan juga dari sisi *principals*. Reputasi perusahaan ini akan menjadi tolak ukur dimana keberadaan PT. Pratita sekarang ini dan juga untuk menentukan area-area mana yang masih perlu ditingkatkan untuk meningkatkan bisnisnya dimasa yang akan datang.

## 1.2 Pokok Permasalahan

Di dalam menjalankan bisnis sebagai pemasok alat-alat NDT diperlukan keahlian khusus untuk dapat mengimbangi diskusi dan memberi solusi yang tepat kepada para pelanggan. Di dalam industri ini, persaingan masih relatif sangat kecil karena hanya ada beberapa perusahaan besar kelas dunia yang memegang *marketshare* terbesar. Di Indonesia sendiri pun, persaingan dari perusahaan-perusahaan pemasok alat-alat NDT yang setara dengan PT. Pratita adalah kurang dari lima perusahaan. Dilihat dari pasar yang sangat luas dan pemain yang sedikit maka margin profitabilitas dari bisnis ini masih cukup bagus.

Di era yang sudah globalisasi ini tentunya banyak perusahaan baik luar negeri ataupun dalam negeri yang sudah melirik ke dalam bisnis ini. Bilamana keahlian dan teknologi NDT sudah dinilai tidak lagi spesial / khusus yang hanya bisa dimiliki oleh orang-orang tertentu yang berpengalaman, maka perusahaan-perusahaan *incumbents* yang sudah eksis sekarang ini akan kehilangan profitabilitas margin seperti yang didapat sekarang ini.

Untuk mempertahankan *status quo* yang sekarang ini maka PT. Pratita harus melakukan *positioning* yang berbeda terhadap perusahaan pesaing ataupun pendatang lainnya. Dilihat dari industri yang pesaingnya sedikit, dibutuhkan kemampuan dan keahlian yang khusus, dan pelanggan yang relatif *price-insensitive* ini maka Penulis akan menggali bagaimana reputasi perusahaan dapat meningkatkan *entry barrier* bagi perusahaan pendatang untuk masuk ke dalam bisnis ini.

Beberapa permasalahan yang penting dibahas adalah tentang reputasi PT. Pratita dilihat dari dua sudut pandang yang berbeda yaitu: dari sisi pelanggan, dan dari sisi *principals*, selain itu penting juga dibahas mengenai keberadaan PT. Pratita dibandingkan dengan para pesaingnya. Pokok permasalahan yang akan dibahas dalam karya tulis ini mencakup:

1. Bagaimana reputasi PT. Pratita di Industri NDT sebagaimana dipersepsikan oleh pelanggan?
2. Bagaimana persepsi PT. Pratita dilihat dari sudut pandang *principals*?
3. Bagaimana reputasi bisa membantu persaingan di industri NDT?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dari penjabaran pokok permasalahan tersebut maka karya tulis ini dimaksudkan untuk mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut. Dengan demikian tujuan dari penelitian adalah untuk:

1. Mengetahui reputasi PT. Pratita di industri NDT seperti yang dipersepsikan pelanggannya.
2. Mengetahui persepsi yang dinilai dari *principals* terhadap PT. Pratita.
3. Mengetahui apakah reputasi perusahaan dapat membantu persaingan di industri NDT.

### 1.4 Pembatasan Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup penelitian maka penelitian hanya dilakukan kepada pelanggan di Jakarta. Responden dari penelitian ini merupakan responden proposif dimana penulis menentukan orang-orang yang masuk ke dalam kriteria responden yang diperlukan. Penulis membuat kriteria responden yang mana mereka sebagai perusahaan sudah mempunyai bisnis yang berjalan dengan PT. Pratita, dan juga kompetitornya. PT. Pratita menginginkan untuk mendapat kepercayaan lebih dari pelanggannya dan meningkatkan bisnis yang ada.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui reputasi perusahaan PT. Pratita pada saat sekarang ini supaya manajemen perusahaan dapat mempertimbangkan langkah-langkah apa saja yang diperlukan perusahaan untuk meningkatkan reputasi perusahaan dimata pelanggan. Selain dari itu, penelitian ini juga di tambahkan dengan *interview* kepada para principal dari PT. Pratita untuk mengetahui hal penting apa saja bagi *principals* yang diinginkan dari perusahaan-perusahaan yang akan ditunjuk sebagai *marketing channel*-nya.

### 1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam karya tulis ini adalah:

1. Penelitian kepustakaan

Penelitian kepustakaan ini dilakukan untuk mencari dan mendapatkan landasan teori yang sesuai dengan pokok permasalahan dan mengevaluasi faktor-faktor penting yang mempengaruhi keinginan belanja dari pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data-data pendukung dari referensi jurnal-jurnal dan penelitian-penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya.

## 2. Penelitian lapangan (*field research*)

Penelitian lapangan ini dilakukan untuk mendapatkan data-data yang aktual dari konsumen sebagai pelanggan langsung dan pengguna alat-alat NDT. Dalam penelitian lapangan ini dilakukan dua hal yaitu:

- a. Penelitian lapangan dengan melakukan survey pada beberapa perusahaan pelanggan untuk memperoleh info tentang reputasi perusahaan dari sisi pelanggan.
- b. Penelitian lapangan dengan melakukan elektronik survei terhadap para *principals* untuk mengetahui hal-hal yang dianggap penting yang mereka inginkan dari perusahaan-perusahaan *marketing channel*-nya.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penulisan ini, dibuat sistematika penulisan sebagai berikut:

- Bab 1: Pendahuluan, yang berisi latar belakang, pokok permasalahan, tujuan penelitian, pembatasan masalah, metode penelitian, dan sistematika penulisan.
- Bab 2: Landasan Teori, yang membahas mengenai teori-teori yang mendasari penelitian ini yaitu definisi reputasi perusahaan, *Corporate Reputation Analysis (CRA)*, *Reputation Quotient*, pasar bisnis (B2B), etika berbisnis, *marketing channel* dan proses seleksinya, dan *entry barrier* perusahaan.
- Bab 3: Pengetahuan Perusahaan, Produk, dan Pelanggan, yang membahas sekilas mengenai perusahaan PT. Pratita, GE S&I, produk-produk yang dipasarkan, dan beberapa karakteristik perusahaan pelanggan dan pesaing.

- Bab 4: Metode Penelitian, yang membahas mengenai desain penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian
- Bab 5: Hasil Penelitian dan Analisis, yang berisi tentang hasil uraian penelitian dengan menggunakan perangkat statistik serta pembahasan atas hasil penelitian yang didapat.
- Bab 6: Kesimpulan dan Saran, yang berisi kesimpulan dari penelitian mengenai evaluasi reputasi perusahaan PT. Pratita dan saran dan langkah-langkah yang sebaiknya diambil oleh perusahaan untuk dapat menambah kepercayaan pelanggannya, meningkatkan kepercayaan dari *principal*-nya, dan membedakan diri dari semua pesaingnya.

