

**PERANCANGAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN STRATEGIK  
SEBAGAI UPAYA MEMENANGKAN PERSAINGAN GLOBAL  
PADA  
PT LANGGENG MAKMUR INDUSTRI, Tbk**

**T E S I S**

**OLEH :**

**DONNIE GUNAWAN, ST.**

**NIM : 8112403005**



No. INDUK	1472/06
TGL TERIMA	19 05 2006
B E T GADI H	MM
No. BUKU	MM GUN P-1
KCP. ME	1(satu)

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
JANUARI 2006**

PERANCANGAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN STRATEGIK  
SEBAGAI UPAYA MEMENANGKAN PERSAINGAN GLOBAL

PADA

PT LANGGENG MAKMUR INDUSTRI, Tbk

TESIS

Diajukan Kepada

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Untuk Memenuhi Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Magister Manajemen

OLEH:

DONNIE GUNAWAN, ST.

NIM : 8112403.005

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

JANUARI 2006

## Lembar Persetujuan Pembimbing Tesis

Tesis Oleh Donnie Gunawan ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Surabaya,

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a vertical line on the left, a curved line on the right, and a horizontal line at the top.

Y.B. Budi Iswanto, Ph.D

## Halaman Penetapan Panitia Penguji Tesis

Tesis ini telah diuji dan dinilai

Oleh Panitia Penguji pada

Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya

Pada tanggal 11 bulan Pebruari Th 2006

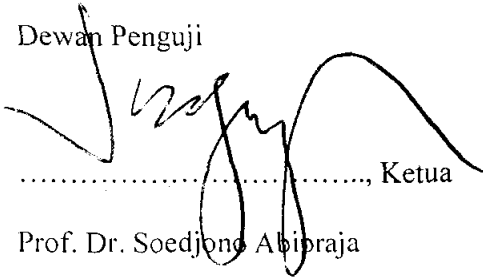
### Panitia Penguji

1. Ketua : Prof. Dr. Soedjono Abipraja
2. Sekretaris : Y.B. Budi Iswanto, Ph.D.
3. Anggota : Prof. V. Henky Supit, S.E., Ak.

## Lembar Persetujuan dan Pengesahan Tesis

Tesis oleh Donnie Gunawan ini telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 11 Pebruari 2006

Dewan Penguji

  
....., Ketua  
Prof. Dr. Soedjono Abipraja

....., Anggota

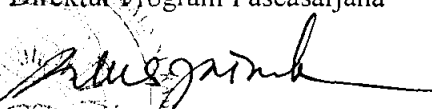
Y.B. Budi Iswanto, Ph.D

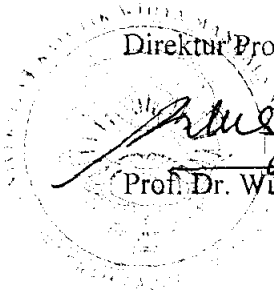
  
....., Anggota

Prof. V. Henky Supit, S.E., Ak

Mengetahui

Direktur Program Pascasarjana

  
Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko



Tesis ini telah diuji dan dinilai  
Oleh Panitia Penguji pada  
Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya  
Pada tanggal 11 bulan Pebruari Th 2006

Panitia Penguji :

1. Ketua : Prof. Dr. Soedjono Abipraja
2. Sekretaris : Y.B. Budi Iswanto, Ph.D.
3. Anggota : Prof. V. Henky Supit, SE., Ak.

# **KATA PENGANTAR**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan bimbinganNya penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis dengan judul “PERANCANGAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN STRATEJIK SEBAGAI UPAYA MEMENANGKAN PERSAINGAN GLOBAL PADA PT LANGGENG MAKMUR INDUSTRI, Tbk” yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulisan Tesis ini memang jauh dari sempurna mengingat penulis pun masih dalam tahap belajar. Oleh karena itu penulis sangat berterima kasih jika para pembaca penelitian ini sudi memberi kritik, koreksi dan saran yang bersifat membangun.

Penulis menyadari bahwa selesainya penulisan tesis ini adalah berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Y.B. Budi Iswanto Ph.D selaku dosen pembimbing yang banyak meluangkan waktu memberikan masukan, bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan tesis ini dari awal hingga selesai.
2. Bapak dan Ibu dosen Magister Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang banyak memberikan bekal kepada penulis selama mengikuti kuliah.
3. Rima Tanago, S.Kom yang telah memberikan semangat, dorongan, dan doa agar dapat menyelesaikan tesis.



4. Orang tua dan saudara yang telah memberikan semangat, dorongan, dan doa agar dapat menyelesaikan tesis.
5. Semua pihak dan seluruh rekan yang menyediakan waktu, materi, tempat dan berbagai peralatan yang ikut menunjang terselesaikannya tesis ini
6. Teman-teman di Tata Usaha Universitas Katolik Widya Mandala (Vivi, Hari, dan Novi) serta teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis

Akhir kata penulis berharap semoga penulisan tesis ini berguna bagi ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, Januari 2006

Penulis

## **DAFTAR ISI**

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Abstract.....	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.3.1 Tujuan Umum.....	2
1.3.2 Tujuan Khusus.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	4
2.2 Pengertian Kualitas Produk.....	8
2.3 Pengembangan Produk Baru.....	10
2.4 Total Quality Management.....	10
2.5 Teori Five Force Model.....	12
2.6 Unsur Dalam Value Chain.....	16
2.7 Sumber Informasi Dalam Pengambilan Keputusan.....	17
2.7.1 Arus Informasi Eksternal.....	18
2.7.2 Arus Intraorganisasi.....	19
2.8 Mengelola Informasi Untuk Mengambil Keputusan Yang Lebih Baik.....	19
2.8.1 Pentingnya Informasi Dalam Pengambilan Keputusan.....	20
2.8.2 Mismanajemen Informasi Sekarang.....	21
2.8.3 Peningkatan Penggunaan komputer Pribadi.....	22
2.9 Kebutuhan Akan Sistem Pendukung Keputusan.....	24
2.9.1 Kebutuhan Manajer.....	25
2.9.2 Kebutuhan Informasi Yang Khusus Untuk Keputusan Khusus.....	26
2.10 Fungsi-fungsi Sistem Pendukung Keputusan.....	28
2.10.1 Penentuan Kebutuhan Informasi.....	28
2.10.2 Perolehan dan Pemrosesan Informasi.....	30
2.10.3 Penggunaan Informasi.....	31

2.11 Merancang Sistem Pendukung Keputusan.....	31
2.11.1 Bank Data Sentral.....	32
2.11.2 Pusat Informasi.....	33
2.11.3 Informasi Sebagai Sumber Daya Organisasi.....	34
<b>BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL</b>	
3.1 Kerangka Konseptual.....	36
<b>BAB 4 METODE PENELITIAN</b>	
4.1 Tahap-tahap Analisis Strategi Bauran.....	38
<b>BAB 5 ANALISIS HASIL PENELITIAN</b>	
5.1 Data Penelitian.....	40
5.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	40
5.1.2 Bahan Baku.....	45
5.1.3 Proses Produksi.....	46
5.1.4 Pemasaran.....	47
5.2 Pembuat Keputusan.....	53
5.3 Daerah Pemasaran Pipa PVC PDAM.....	55
5.4 Competitive Advantage Perusahaan.....	55
5.5 Analisis Industri Pipa PVC PDAM.....	58
<b>BAB 6 PEMBAHASAN</b>	
6.1 Pembahasan Hasil Penjualan.....	60
6.2 Pembahasan Hasil Survey.....	60
6.3 Pembahasan Pembuat Keputusan.....	61
6.4 Pembahasan Daerah Pemasaran Pipa PVC PDAM.....	62
6.5 Pembahasan Competitive Advantage Perusahaan Pipa PVC .....	62
6.6 Pembahasan Analisis Industri Pipa PVC PDAM.....	63
<b>BAB 7 SIMPULAN DAN SARAN</b>	
7.1 Simpulan.....	64
7.2 Saran.....	66
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Intisari perbedaan antara Penjualan & Pemasaran.....	5
Tabel 5.1 : Penjualan Pipa PVC.....	47
Tabel 5.2 : Penjualan Fitting PVC.....	48
Tabel 5.3 : Hasil survey PVC tahun 2004.....	49
Tabel 5.4 : Hasil survey PVC tahun 2005.....	51
Tabel 5.5 : Matriks Tanggung Jawab Perencanaan Strategi Bauran Pemasaran.....	53
Tabel 5.6 : Pemberian Skor Terhadap Penanggung Jawab Perencanaan.....	54
Tabel 5.7 : Hasil Pengujian B4T.....	56
Tabel 5.8 : Analisis Industri.....	58

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Bauran Pemasaran.....	7
Gambar 2.2 : Five Force Model.....	12
Gambar 2.3 : Value Chain.....	16
Gambar 2.4 : Arus dan Jenis Informasi.....	18
Gambar 2.5 : Fungsi Sistem Pendukung Keputusan.....	26
Gambar 2.6 : Bank Data Sentral Dalam DSS.....	32
Gambar 3.1 : Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 5.1 : Struktur Organisasi PT LMI, Tbk.....	43
Gambar 5.2 : Model Proses PT LMI, Tbk.....	46
Gambar 5.3 : Analisis Porter yang dikembangkan.....	59
Gambar 6.1 : Analisis Industri PVC.....	63
Gambar 7.1 : Simpulan Analisis Industri PVC.....	66
Gambar 7.2 : Brand Development.....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Customer Survey.....	71

## **ABSTRACT**



## ABSTRACT

One of the companies undergoing this trouble is PT Langgeng Makmur Industri, Tbk. The problem is the decrease in PVC pipe and fitting product sale. From this final project analysis a solution to prevent the company from continuous losses shall be found. After the analysis is made, the most probable cause of the decrease beside the macro economic crisis happening in Indonesia is the wrong strategy stated by the company. Therefore a plan must be made for a strategy in marketing mix for the company. Marketing mix strategy is obtained by processing sales data, customer survey, marketing area, competitive advantage company, industrial analysis for PVC pipe and fitting, and the present condition of the market.

The final conclusion of this analysis is the implementation of the strategy of marketing mix to the PVC pipe and fitting product produced by the company and the knowledge on decision maker. Some suggestions are also presented.

Keywords : Good Strategy and Good Execution