

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI ALIANSI PT. BKS UNIT BISNIS PENYEWAAN RUANG KANTOR

Muhammad Ridhawan Akbar

19/452760/PEK/25712

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi aliansi PT. BKS dalam unit bisnis penyewaan ruang kantor dengan menganalisis strategi diversifikasi yang akan dilakukan oleh PT. BKS dalam memperbaiki keadaan lini bisnis sewa ruang kantor. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan ilmu dan pengetahuan pembaca berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada objek penelitian, hal yang diharapkan juga adalah pembelajaran dan dapat diambil manfaatnya. Terutama bagaimana perusahaan melakukan usaha-usaha agar dapat memutar balikkan keadaan perusahaan/lini bisnis perusahaan yang sedang kurang baik.

Data penelitian diolah secara kualitatif menggunakan sumber data primer melalui wawancara dan kuesioner terhadap narasumber. Penelitian menggunakan pendekatan teori Aliansi untuk melihat apakah keputusan Aliansi lebih baik dilakukan dibanding dengan melakukannya secara mandiri. Integrasi Vertikal untuk melihat tahapan mana saja yang dapat dilakukan secara internal ataupun eksternal, dan pemilihan perusahaan yang melakukan kegiatan eksternal dalam pembentukan Kerjasama yang akan dilakukan. Pendekatan teori tipe aliansi untuk dapat melihat skema Kerjasama yang dapat dilakukan oleh kedua perusahaan, sehingga mendapatkan metode Kerjasama yang terbaik dari lini bisnis yang akan dilakukan. Pendekatan teori Rantai Nilai untuk melihat porsi mana dari kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan pada bisnis baru oleh masing-masing perusahaan sehingga dapat menciptakan nilai tambah dari Kerjasama kedua perusahaan PT. BKS dan PT. MBC.

Berdasarkan hasil analisa, disimpulkan bahwa PT. BKS dan PT. MBC memiliki kualitas, kelebihan dan kekurangan masing-masing dari sisi *tangible* dan *intangibile* sehingga ketika kedua perusahaan tersebut dapat meletakkan ke masing-masing proses dan kegiatan di bisnis baru dan menjadi sebuah nilai tambah yang baik bagi bisnis baru yang akan dilakukan.

Kata Kunci: *Aliansi, Integrasi Vertikal, Rantai Nilai, Kecocokan Strategik*

ABSTRACT

ALLIANCE STRATEGY ANALYSIS PT. BKS ON OFFICE SPACE RENT BUSINESS UNITS

Muhammad Ridhawan Akbar

19/452760/PEK/25712

This research aims to analyze the alliance strategy of PT. BKS in the office space rental business unit by analyzing the diversification strategy that will be carried out by PT. BKS in turning around the condition of the office rental business line. The results of the research are expected to provide knowledge and insight to readers based on research conducted on the object of the research, in hoping that readers will have point of view of the effort of the company in order to reverse the state of the company / company line of business which is currently not doing well.

The research data are using qualitative approach using primary data sources through interviews and questioners. This study uses a Alliance theory approach to see whether Alliance is better than creating new business internally. Vertical Integration to see which stages can be carried out internally or externally, and the selection of companies that carry out external activities in the formation of the Cooperation that will be carried out. The type of alliance theory approach is to be able to see the Cooperation schemes that can be carried out by the two companies, to get the best Cooperation method from the line of business that will be carried out. The value chain theory approach is to see which portion of the activities that will be carried out in the new business by each company so that it can create value creation or added value from the cooperation between the two companies, PT. BKS and PT. MBC.

Based on the results of the analysis, it was concluded that PT. BKS and PT. MBC has its own qualities, advantages and disadvantages in terms of tangible and intangible so that when the two companies can put their respective processes and activities into new business and become an added value for the new business that will be carried out.

Keywords: *Alliances, Vertical Integration, Value Chain, Strategic Fit.*