

**ANALISIS STRATEGI BISNIS PT PERTAMINA GAS
DALAM MEMPERKUAT POSISI
SEBAGAI PERUSAHAAN PENYEDIA LPG DOMESTIK**

Ilham Syah

20/465262/PEK/26265

Sejak dimulainya proses konversi Bahan Bakar Minyak (BBM) ke *Liquefied Petroleum Gas* (LPG) pada tahun 2007, pemakaian LPG di Indonesia terus meningkat dengan rata-rata kenaikan sebesar 4,6% setiap tahun. Tahun 2020 tercatat pemakaian LPG domestik sebesar 8,17 juta ton dengan porsi 78% dipenuhi oleh LPG impor. Semakin meningkatnya kebutuhan LPG dan meningkatnya harga minyak dunia membuat beban subsidi pemerintah membengkak. Salah satu strategi yang disusun pemerintah untuk mengurangi beban anggaran adalah dengan menghentikan impor LPG pada tahun 2030.

Sebagai perusahaan yang salah satu kegiatannya bergerak dalam produksi LPG kilang gas skema hilir, kondisi di atas merupakan tantangan sekaligus peluang bagi PT Pertamina Gas (Pertagas) untuk dapat mengoptimalkan produksi LPG dalam negeri sekaligus memperkuat posisinya sebagai penyedia LPG domestik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor sukses kunci dalam persaingan industri LPG, keunggulan kompetitif yang perlu dimiliki suatu perusahaan dalam industri LPG serta strategi kompetitif yang perlu dilakukan Pertagas dalam memperkuat posisi sebagai produsen LPG untuk keperluan domestik. Faktor-faktor sukses kunci diperoleh dari hasil analisis lingkungan eksternal menggunakan analisis PESTEL dan analisis *Porter's five forces*. Analisis rantai nilai dan VRIO digunakan untuk menganalisis lingkungan internal sehingga dapat diidentifikasi keunggulan kompetitif yang dimiliki Pertagas.

Dari hasil analisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal, diperoleh hasil bahwa strategi kompetitif generik yang tepat digunakan Pertagas adalah *best-cost strategy* yang merupakan kombinasi dari proses dengan efisiensi tinggi sehingga dapat menekan biaya serta diferensiasi produk yang diberikan. Untuk memperkuat posisi, maka Pertagas dapat menerapkan strategi optimalisasi atas operasional kilang eksisting, agresif untuk mendapatkan pasokan gas baru, melakukan terobosan untuk mini LPG *Plant*, akuisisi atas kilang swasta serta melakukan aliansi strategis atau perjanjian kemitraan dengan perusahaan lain.

Kata kunci : LPG ; analisis lingkungan eksternal ; analisis lingkungan internal ; analisis PESTEL ; analisis *Porter's five forces* ; faktor-faktor sukses kunci ; strategi kompetitif generik ; *best-cost strategy* ; memperkuat posisi

***BUSINESS STRATEGY ANALYSIS OF PT PERTAMINA GAS
IN STRENGTHENING POSITION
AS A DOMESTIC LPG PROVIDER COMPANY***

Ilham Syah

20/465262/PEK/26265

Since the starting of converting fuel oil (BBM) to liquefied petroleum gas (LPG) in 2007, the use of LPG in Indonesia was increasing with an average increase of 4.6% per year. In 2020, domestic LPG consumption was recorded at 8.17 million tons, with 78% of portion fulfilled by imported LPG. The increasing demand for LPG and rising world oil prices have made the burden on government subsidies swell. One of the strategies developed by the government to reduce the budget burden is to stop LPG imports by 2030.

As a company are engaged in the production of LPG in gas plant downstream scheme, the above conditions are both a challenge and an opportunity for PT Pertamina Gas (Pertagas) to optimize domestic LPG production while strengthening its position as a domestic LPG provider. This study aims to determine key success factors in the competition for the LPG industry, competitive advantages that a company needs to have in the LPG industry and the competitive strategies that Pertagas needs to implement in strengthening position as a producer of LPG for domestic use. The key success factors were obtained from the results of the analysis of the external environment using PESTEL analysis and Porter's five forces analysis. Value chain analysis and VRIO are used to analyze the internal environment to identify Pertagas' competitive advantage.

From the analysis of the external environment and the internal environment, it is found that the appropriate generic competitive strategy used by Pertagas is the best-cost strategy which is a combination of a high-efficiency process to reduce costs and differentiate the product provided. To strengthen its position, Pertagas can implement an optimization strategy for existing refinery operations, be aggressive in obtaining new gas supplies, make breakthroughs for mini LPG Plants, acquire private refinery, and enter into strategic alliances or partnership agreements with other parties.

Keywords: *LPG ; external environmental analysis ; internal environmental analysis ; PESTEL analysis ; Porter's five forces analysis; key success factors; generic competitive strategy ; best-cost strategy ; strengthening position*