

ABSTRAK

ANALISIS PENERAPAN STRATEGI KORPORASI PADA PT INDONESIA POWER MENGGUNAKAN *PARENTING NEEDS*

Wendy Frayoga Damanik
20/471046/PEK/26773

Perusahaan induk memiliki potensi baik untuk menciptakan dan menghancurkan sejumlah besar nilai berdasarkan aktivitasnya dan manfaat, serta biaya yang dihasilkan untuk bisnis. PT Indonesia Power merupakan salah satu Anak Perusahaan PT PLN (Persero), lingkup penelitian ini hanya pada 4 anak perusahaan PT Indonesia Power yang merupakan *under common control entities* yaitu PT Cogindo Daya Bersama, PT Artha Daya Coalindo, PT Putra Indotenaga, dan PT Indo Tenaga Hijau. Permasalahan pada penelitian ini adalah pendapatan dari penjualan kWh Indonesia Power setiap tahun mengalami penurunan, sehingga dibutuhkan *initiative strategies* dari *beyond* kWh untuk meningkatkan *revenue* dari anak perusahaan. Maka perlu adanya evaluasi dan analisa terkait inisiatif *business alignment* antara Indonesia Power dan anak perusahaan.

Pendekatan analisis penelitian ini menggunakan *corporate parenting profile* yang bertujuan untuk menilai tingkat kesesuaian *critical success factors* anak perusahaan dengan *parenting characteristic* perusahaan induk, sehingga di dapatkan *parenting needs* anak perusahaan yang menggambarkan posisi pengasuhan anak perusahaan ke dalam enam kategori yang berbeda yaitu *financial sponsor*, *hands-on manager*, *hands-off owner*, *strategic guide*, *functional leader* dan *family builder*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT CDB dan PT ADC membutuhkan strategi pengasuhan pemimpin fungsional (*functional leader*), dimana perusahaan induk dan anak perusahaan dapat memanfaatkan layanan bersama untuk membangun keunggulan biaya dan memfasilitasi integrasi global dan kolaborasi global. Perusahaan induk juga menyediakan kapabilitas strategis melalui pusat kompetensi yang terkait dengan penjualan, pemasaran, dan operasi. PT PIT dan PT ITH membutuhkan strategi pengasuhan panduan strategis (*strategic guide*), yang secara tatakelola perusahaan induk dapat memberikan anak perusahaan pedoman strategis dan target, serta tantangan rencana strategis. Perusahaan induk menangani keputusan keuangan dan strategis, anak perusahaan mempertahankan hak untuk keputusan dan pelaksanaan operasional.

Kata Kunci: *Corporate Parenting Profile, Critical Success Factors, Parenting Characteristic, Parenting Needs.*

ABSTRACT

ANALYSIS OF CORPORATE STRATEGY IMPLEMENTATION AT PT INDONESIA POWER USING THE PARENTING NEEDS

Wendy Frayoga Damanik
20/471046/PEK/26773

The corporate parent has the potential both to create and to destroy significant amounts of value based on its activities and the resulting benefits and costs for the businesses. PT Indonesia Power is one of the Subsidiaries PT PLN (Persero), the scope of this research is only on 4 subsidiaries of PT Indonesia Power which are under common control entities namely PT Cogindo Daya Bersama, PT Artha Daya Coalindo, PT Putra Indotenaga, and PT Indo Energi Hijau. The problem in this research is that revenue from sales of Indonesia Power has decreased every year, so initiative strategies from beyond kWh are needed to increase revenue from subsidiaries. Hence the need for evaluation and analysis related to business alignment initiatives between Indonesia Power and its subsidiaries.

The approach to this research analysis uses a corporate parenting profile which aims to assess the degree of compatibility of the critical success factors of a subsidiary with the parenting characteristics of the parent company, so that the parenting needs of a subsidiary are obtained which describe the parenting position of a subsidiary into six different categories, namely financial sponsor, hands-on manager, hands-off owner, strategic guide, functional leader and family builder.

The results of the study show that PT CDB and PT ADC need a functional leader nurturing strategy, whereby parent companies and subsidiaries can leverage shared services to establish cost advantages and facilitate global integration and global collaboration. The parent company also provides strategic capabilities through competence centers related to sales, marketing and operations. PT PIT and PT ITH need a strategic guide nurturing strategies, which in terms of parent company governance can provide subsidiaries with strategic guidelines and targets, as well as challenges to strategic plans. The parent company handles financial and strategic decisions, the subsidiary company retains the rights to operational decisions and execution.

Key Words: *Corporate Parenting Profile, Critical Success Factors, Parenting Characteristic, Parenting Needs.*