

## ABSTRAK

### ANALISIS STRATEGI PORTOFOLIO BISNIS MELALUI PENDEKATAN *PARENTING FIT MATRIX* (STUDI PADA PT SYARIKAT CAHAYA MEDIA)

**Arsy Elia Pertiwi**

20/470897/PEK/26624

Strategi korporat dibutuhkan oleh perusahaan multibisnis agar terjadi penciptaan nilai melalui pengaruh perusahaan induk terhadap anak bisnisnya (Collis & Montgomery, 1997). PT Syarikat Cahaya Media (PT SCM) merupakan perusahaan yang memiliki delapan unit bisnis di sektor berbeda, yaitu BulogMu & Logmart, Toko SM, Penerbitan, Majalah SM, Pusdalitbang, Tour & Travel, Logistik, dan SM Kreatif. Banyaknya unit bisnis yang dikelola tersebut menyebabkan dua unit bisnis memiliki performa dan kontribusi finansial yang kurang terhadap PT SCM walaupun berada dalam industri yang menarik. Kedua unit tersebut adalah unit bisnis Kreatif dan Logistik dengan kontribusi finansial tahun 2021 hanya sebesar 3,6% dan 0,5%. Selain itu, unit bisnis Travel & Tour dan Pusat Data Litbang juga tidak menunjukkan kontribusi yang baik bagi perusahaan. Kondisi ini dapat disebabkan karena adanya ketidaksesuaian antara karakteristik perusahaan induk dan karakteristik unit bisnis sehingga kebutuhan unit bisnis tidak dapat dipenuhi oleh PT SCM.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi portofolio bisnis dengan pendekatan *parenting fit matrix*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan instrumen penelitian melalui kuesioner dan wawancara semi terstruktur terhadap direktur dan setiap manajer unit bisnis PT SCM. Hasil penelitian menunjukkan tingkat kesesuaian karakteristik PT SCM dan peluang pengasuhan setiap unit bisnis dalam rentang 0,54-0,7, sedangkan karakteristik PT SCM dan faktor sukses kritis setiap unit bisnis adalah 0,56-0,73. Hanya unit bisnis Bulogmu & Logmart yang berada di posisi *heartland* dalam *parenting fit matrix*, unit bisnis lainnya berada dalam posisi *edge of heartland*. Hasil pemetaan tersebut berimplikasi terhadap rekomendasi strategi pengasuhan berdasarkan karakteristik unit bisnis serta perlunya PT SCM untuk meningkatkan kapabilitas dinamis melalui melakukan *reconfiguration support activities* untuk mencapai kecocokan yang lebih baik bagi unit bisnis.

**Kata kunci:** *parenting fit matrix*, multibisnis, faktor sukses kritis, peluang pengasuhan, gaya pengasuhan

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF BUSINESS PORTFOLIO STRATEGY USING THE PARENTING FIT MATRIX APPROACH (STUDY ON PT SYARIKAT CAHAYA MEDIA)**

**Arsy Elia Pertiwi**

20/470897/PEK/26624

*Multi-business companies need a corporate strategy to create value through the influence of the parent company on its subsidiary businesses (Collis & Montgomery, 1997). PT Syarikat Cahaya Media (PT SCM) is a company that owns 8 business units in many sectors, namely BulogMu & Logmart, Toko SM, Penerbitan, Majalah SM, PUSDALITBANG, Tour & Travel, Logistik, and SM Kreatif. Many managed business units have resulted in 2 business units having less than satisfactory performance and financial contribution to PT SCM, despite being in attractive industries. These two units are SM Kreatif and Logistik, with respectively a financial contribution of only 3.6% and 0.5% in 2021. The Travel & Tour and PUSDALITBANG units also do not show an excellent contribution to the company. This condition may be caused by a mismatch between the characteristics of the parent company and the characteristics of the business units, resulting in the business units' needs not being fulfilled by PT SCM.*

*Therefore, this research was completed to evaluate the business portfolio using the parenting fit matrix approach. The research method used is qualitative descriptive, with research instruments in the form of questionnaires and semi-structured interviews with the director and managers of each business unit of PT SCM. The research results show the level of fit between the characteristics of PT SCM and the parenting opportunities of each business unit within 0.54-0.70 range, while the characteristics of PT SCM and the critical success factors of each business unit within 0.56-0.73 range. Only the BulogMu & Logmart business unit is positioned in the heartland quadrant of the parenting fit matrix. In contrast, the other business units are positioned at the edge of heartland. The mapping results imply recommendations for nurturing strategies based on the business units' characteristics and the need for PT SCM to enhance dynamic capabilities through reconfiguration support activities to achieve a better fit for the business units.*

**Keywords:** *parenting fit matrix, multibusiness, critical success factor, parenting opportunity, parenting style*