

ABSTRAK

PT Prabawatama Indonesia merupakan perusahaan yang memiliki tiga unit bisnis. semua unit bisnis memiliki kesamaan yaitu bergerak pada industri kesehatan. Untuk mempertahankan bisnis maka perusahaan perlu melakukan strategi bisnis. Maka perlu adanya analisis kondisi kinerja pada setiap unit bisnis. Setelah dilakukan analisis dari laporan pendapatan perusahaan diketahui bahwa Klinik Rejosari Husada memiliki rata-rata pertumbuhan pendapatan yang paling rendah dibanding dengan kedua unit bisnis lain yaitu sebesar 0,99% per-tahunnya. Rendahnya pertumbuhan pendapatan dari unit bisnis Klinik Rejosari Husada dapat menjadi masalah karena unit bisnis ini menyumbang rata-rata 45% pendapatan dari seluruh unit bisnis PT Prabawatama Indonesia. Rendahnya pertumbuhan pendapatan dapat mengancam perusahaan kedepannya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi *Strategic Fit* dari PT Prabawatama Indonesia serta untuk mengidentifikasi hasil evaluasi strategi bisnis PT Prabawantara Indonesia sebagai gambaran dan dasar kondisi perusahaan dan memberikan usulan perbaikan strategi bisnis untuk meningkatkan *competitive advantage* dari PT Prabawantara Indonesia di masa yang akan datang. Pertanyaan pertama mengenai *strategic fit* dari PT Prabawatama Indonesia akan dijawab dengan melakukan analisis terhadap *Value Chain* yang sesuai antar unit bisnis dan memetakan *strategic fit* dari PT Prabawatama Indonesia. Pertanyaan kedua mengenai permasalahan yang dihadapi oleh Rejosari Husada akan dijawab menggunakan The Grid Framework. Setelah faktor-faktor tersebut dianalisis maka didapatkan faktor-faktor bisnis yang menjadi kelemahan dan kekuatan dari strategi yang saat ini diterapkan. Dari penelitian ini dapat dilihat bahwa untuk meningkatkan *competitive advantage* dari Klinik Pratama Rejosari Husada dapat dilakukan dengan menerapkan *strategic fit* antar unit bisnis pada PT PT Prabawatama Indonesia berupa sinergi dalam pembelian terhadap pemasok, pemanfaatan teknologi, aktivitas operasional, dan aktivitas *sales and marketing*. selain melakukan *strategic fit*, *competitive advantage* juga dapat ditingkatkan melalui evaluasi strategi bisnis yaitu dengan melakukan perbaikan pada faktor *rivalry*, *offering*, *revenue*, dan *customer base*.

Kata Kunci : *Competitive Advantage*, *Strategic Fit*, *The Grid*

Abstarct

PT Prabawatama Indonesia is a company that has three business units. All business units have something in common, namely engaged in the health industry. To maintain business, the company needs to carry out a business strategy. So it is necessary to analyze the condition of performance in each business unit. After analysis of the company's earnings report, it is known that Rejosari Husada Clinic has the lowest average revenue growth compared to the other two business units, which is 0.99% per year. The low revenue growth of the Rejosari Husada Clinic business unit can be a problem because this business unit contributes an average of 45% of revenue from all PT Prabawatama Indonesia business units. Low revenue growth can threaten the company in the future. The purpose of this study is to identify the Strategic Fit of PT Prabawatama Indonesia and to identify the results of PT Prabawantara Indonesia's business strategy evaluation as an overview and basis for the company's condition and provide proposals for business strategy improvements to increase the competitive advantage of PT Prabawantara Indonesia in the future. The first question regarding the strategic fit of PT Prabawatama Indonesia will be answered by analyzing the appropriate Value Chain between business units and mapping the strategic fit of PT Prabawatama Indonesia. The second question regarding the problems faced by Rejosari Husada will be answered using The Grid Framework. After these factors are analyzed, business factors are obtained that are weaknesses and strengths of the current strategy applied. From this research, it can be seen that to increase the competitive advantage of Pratama Rejosari Husada Clinic can be done by implementing strategic fit between business units at PT Prabawatama Indonesia in the form of synergy in purchasing suppliers, technology utilization, operational activities, and sales and marketing activities. In addition to strategic fit, competitive advantage can also be increased through business strategy evaluation, namely by making improvements to rivalry, offering, revenue, and customer base factors.

Keywords : Competitive Advantage, Strategic Fit, The Grid