

INTISARI

Pembangunan infrastruktur di Indonesia yang terintegrasi, berkelanjutan, dan memadai, seperti yang telah direncanakan, memberi peluang bagi perusahaan konstruksi untuk dapat terus berkembang. Dengan peluang tersebut serta potensi dari divisi *Engineering, Procurement, Construction, Manufacturing, and Maintenance* (EPCMM) yang dimiliki, pada tahun 2021 Samator Group mendirikan anak perusahaan bernama PT Arohera yang bergerak di industri jasa konstruksi (EPC) dengan spesialisasi di bidang teknologi *cryogenic*. Dalam perjalanannya, PT Arohera mengalami kendala dalam mencapai target penjualan disebabkan rendahnya jumlah proyek yang mampu diperoleh. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk membantu PT Arohera dalam menyusun strategi bersaing yang dapat dilakukan untuk mencapai atau bahkan melampaui target penjualan yang telah ditetapkan, terutama target penjualan tahun 2026, yaitu sebesar Rp 500 miliar.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara, observasi, serta melalui data sekunder dari dokumentasi perusahaan, artikel berita online, dan data yang dikeluarkan oleh pemerintah. Identifikasi dan analisis faktor internal pada penelitian ini menggunakan analisis *Resource-Based View* dan analisis VRIO, sedangkan identifikasi dan analisis faktor eksternal menggunakan analisis PESTEL. Selanjutnya analisis internal dan eksternal dilakukan menggunakan analisis SWOT sebagai dasar untuk menyusun strategi dengan menilai dan memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan perusahaan, menangkap peluang pasar, dan bertahan terhadap ancaman eksternal.

Berdasarkan penelitian, strategi bersaing yang dapat dilakukan PT Arohera adalah dengan tetap menjalankan strategi *cost leadership* yang telah dilakukan saat ini dan memberikan perhatian lebih pada perbaikan aspek internalnya terlebih dahulu agar dapat memanfaatkan peluang dan mengantisipasi risiko dari faktor eksternal.

Kata kunci: strategi bersaing, analisis RBV, analisis VRIO, analisis PESTEL, analisis SWOT, EPC, *cryogenic*

ABSTRACT

The integrated and sustainable infrastructure development in Indonesia, provides opportunities for construction companies to grow. Recognizing these opportunities and leveraging the potential of its Engineering, Procurement, Construction, Manufacturing, and Maintenance (EPCMM) division, the Samator Group established a subsidiary named PT Arohera in 2021. PT Arohera operates in the construction services industry (EPC) with a specialization in cryogenic technology. Throughout its journey, PT Arohera has faced challenges in achieving its sales targets due to the limited number of projects it can obtain. Therefore, this research aims to assist PT Arohera in formulating competitive strategies to achieve, and potentially exceed, its sales targets, especially the target of Rp 500 billion in sales by 2026.

The primary data collection method for this research involves interviews and observations. The secondary data obtained from company documentation, online news articles, and government-issued data. Identification and analysis of internal factors in this research use Resource-Based View and VRIO analysis, while the identification and analysis of external factors use PESTEL analysis. Subsequently, internal and external analyses are conducted using SWOT analysis as a basis for formulating strategies by assessing and leveraging strengths, overcoming company weaknesses, capturing opportunities, and defending against external threats.

The results of this research shows that the competitive strategy that suitable for PT Arohera is to continue implementing its current cost leadership strategy and more focus on improving internal aspects. This approach aims to optimize market opportunities and anticipate risks from external factors. By this competitive strategy, it is hoped that PT Arohera can achieve its sales target by 2026.

Keywords: competitive strategy, RBV analysis, VRIO analysis, PESTEL analysis, SWOT analysis, EPC, *cryogenic*