AnalisisÂ Corporate Parenting StrategyÂ Dalam Menciptakan Nilai Tambah Pada Anak Perusahaan PT
Kereta Api Indonesia (Persero)
Noval Hamonangan Siagian, Prof. Drs. Wakhid Slamet Ciptono, M.B.A., M.P.M., M.P.U., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

# ANALISIS CORPORATE PARENTING STRATEGY DALAM MENCIPTAKAN NILAI TAMBAH PADA ANAK PERUSAHAAN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)

## INTISARI

PT Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan badan usaha milik negara yang memiliki peran strategis dalam pengembangan ekosistem transportasi berbasis rel di Indonesia. Dalam mendukung pengembangan usaha, PT KAI mengelola sejumlah anak perusahaan dengan karakteristik bisnis yang berbeda, antara lain layanan komuter, logistik, properti, jasa pendukung, pariwisata, dan kereta bandara. Perbedaan karakteristik tersebut menimbulkan kebutuhan pengasuhan yang tidak seragam, sehingga diperlukan analisis mengenai kesesuaian peran PT KAI sebagai perusahaan induk dalam menciptakan nilai tambah bagi anak perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *corporate parenting strategy* PT KAI dalam mengelola portofolio anak perusahaan serta mengevaluasi keefektifannya dalam menciptakan *parenting advantage*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan konfirmasi informan. Alat analisis yang digunakan adalah *Corporate Parenting Framework* melalui identifikasi *parenting characteristics, critical success factors, parenting opportunities,* serta pemetaan dalam *parenting fit matrix*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT KAI menerapkan *corporate parenting strategy* melalui penetapan arah strategis, pengawasan kinerja, pengendalian portofolio, koordinasi lintas entitas, dukungan sumber daya, serta penguatan sinergi dalam kelompok usaha. Namun demikian, keefektifan strategi tersebut belum sepenuhnya seragam pada seluruh anak perusahaan. *Parenting advantage* paling kuat terlihat pada anak perusahaan yang memiliki keterkaitan erat dengan bisnis inti dan ekosistem perkeretaapian, seperti KAI Commuter, KAI Logistik, dan KAI Properti. Sementara itu, KAI Services/RMU, KAI Wisata, dan KAI Bandara/Railink masih memerlukan penguatan mandat, fleksibilitas ruang usaha, percepatan pengambilan keputusan, dan sinergi komersial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa PT KAI perlu menerapkan pola pengasuhan yang terdiferensiasi sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan strategis masing-masing anak perusahaan agar nilai tambah dapat dioptimalkan dan risiko *parenting misfit* dapat dikurangi.

***Kata Kunci***: *Corporate Parenting Strategy, Corporate Parenting Framework, Parenting Advantage, Parenting Fit Matrix, Anak Perusahaan, PT Kereta Api Indonesia (Persero).*

AnalisisÂ Corporate Parenting StrategyÂ Dalam Menciptakan Nilai Tambah Pada Anak Perusahaan PT
Kereta Api Indonesia (Persero)
Noval Hamonangan Siagian, Prof. Drs. Wakhid Slamet Ciptono, M.B.A., M.P.M., M.P.U., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

# ANALYSIS OF CORPORATE PARENTING STRATEGY IN CREATING ADDED VALUE FOR THE SUBSIDIARIES OF PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)

## ABSTRACT

PT Kereta Api Indonesia (Persero) is a state-owned enterprise that plays a strategic role in developing a rail-based transportation ecosystem in Indonesia. To support its business development, PT KAI manages several subsidiaries with different business characteristics, including commuter services, logistics, property, supporting services, tourism, and airport rail services. These differences create varied parenting needs, making it necessary to analyze the suitability of PT KAI's role as a parent company in creating added value for its subsidiaries. This study aims to analyze the implementation of PT KAI's corporate parenting strategy in managing its subsidiary portfolio and to evaluate its effectiveness in creating parenting advantage. This study employs a qualitative approach with a case study method. Data were obtained through in-depth interviews, document studies, and informant confirmation. The analytical tool used in this study is the Corporate Parenting Framework, which includes the identification of parenting characteristics, critical success factors, parenting opportunities, and mapping in the parenting fit matrix.

The findings show that PT KAI implements its corporate parenting strategy through strategic direction setting, performance supervision, portfolio control, cross-entity coordination, resource support, and the strengthening of synergy within the business group. However, the effectiveness of this strategy is not yet fully uniform across all subsidiaries. The strongest parenting advantage is found in subsidiaries that have close linkages with the core railway business and railway ecosystem, such as KAI Commuter, KAI Logistik, and KAI Properti. Meanwhile, KAI Services/RMU, KAI Wisata, and KAI Bandara/Railink still require clearer mandates, greater business flexibility, faster decision-making, and stronger commercial synergy. This study concludes that PT KAI needs to apply a differentiated parenting approach according to the characteristics and strategic needs of each subsidiary, so that added value can be optimized and the risk of parenting misfit can be reduced.

**Keywords**: Corporate Parenting Strategy, Corporate Parenting Framework, Parenting Advantage, Parenting Fit Matrix, Subsidiaries, PT Kereta Api Indonesia (Persero).