



## INTISARI

Sampai dengan tahun 2005 kebutuhan produk Paraxylene dan Benzene domestik dipasok oleh Pertamina yaitu Kilang Paraxylene Cilacap, adapun kekurangannya diimpor. Pada bulan Maret tahun 2006, di Indonesia tepatnya di Tuban Jawa Timur telah beroperasi kilang sejenis yang juga memproduksi Paraxylene dan Benzene yaitu PT. TPPI (Trans-Pacific Petrochemical Indotama). Dengan telah beroperasinya PT. TPPI mulai Maret tahun 2006, sebagian kebutuhan Paraxylene dan Benzene domestik juga dipasok oleh TPPI di samping oleh Kilang Paraxylene Cilacap. Pertamina yang selama ini merupakan satu-satunya pemasok domestik, saat ini harus bersaing dengan PT. TPPI Tuban, walaupun Pertamina memiliki *share* sejumlah 15 % terhadap perusahaan tersebut. Permasalahannya bagaimana strategi bisnis Paraxylene dan Benzene yang perlu diterapkan Pertamina dalam meningkatkan *customer value* menghadapi persaingan dan perkembangan bisnis ini.

Tujuan penelitian ini adalah memberikan gambaran tentang bisnis Paraxylene dan Benzene saat ini, isu-isu strategis serta posisi Pertamina dalam menghadapi persaingan pada industri Paraxylene dan Benzene yang selanjutnya dapat digunakan untuk menyusun suatu acuan dalam mengambil langkah pencapaian strategis jangka pendek dan jangka panjang bisnis Paraxylene dan Benzene Pertamina.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metodologi yang meliputi analisis Visi & Misi, analisis eksternal (analisis lingkungan industri, analisis kompetisi & industri yang meliputi *Five Forces Analysis*, *Driving Force*, *Key Success Factor*) serta analisis internal (strategi yang sedang berjalan, kekuatan dan kelemahan perusahaan). Selanjutnya dilakukan identifikasi penyebab isu strategis yang dihadapi perusahaan sebagai dasar untuk menentukan agenda tindakan strategis perusahaan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa daya tarik industri Paraxylene dan Benzene masih relatif tinggi walaupun persaingan saat ini meningkat. Penelitian juga menunjukkan bahwa Visi, Misi, Tujuan dan Strategi Pertamina relatif sudah baik. Namun bila kondisi saat ini tidak ditingkatkan, Pertamina akan tertinggal oleh meningkatnya persaingan pada bisnis Paraxylene dan Benzene ini. Langkah yang paling efektif dan memungkinkan bagi Pertamina adalah memperkuat nilai-nilai sudah baik yang ada pada Pertamina dan selanjutnya meningkatkan keunggulan dalam bersaing secara berkelanjutan seperti dalam bidang pemasaran, operasional, sumber daya manusia, penelitian, pengembangan dan organisasi.

Kata kunci : strategi, keunggulan bersaing, isu strategis.



## ABSTRACT

Until year 2005 domestic Paraxylene and Benzene product demands are supplied by Pertamina, i.e. Cilacap Paraxylene Plant, and the shortage is imported. On March year 2006, in Tuban, East Java, Indonesia a similar type of plant has operated and also produced Paraxylene and Benzene—PT. TPPI (Trans-Pacific Petrochemical Indotama). With PT.TPPI operating, starting on March 2006, some of domestic Paraxylene and Benzene demands are also supplied by TPPI besides by Cilacap Paraxylene Plant. Pertamina, having been the sole domestic supplier all this time, at the moment would have to compete with PT. TPPI Tuban, eventhough Pertamina owns 15% *share* of the company. The problem is what strategy on Paraxylene and Benzene business for Pertamina to apply in order to increase *customer value* when facing competition and development of this business.

The goal of the research is to give description about the current Paraxylene and Benzene business, strategic issues and Pertamina position when encountering competition on Paraxylene and Benzene industry. In the future it could be use to compose reference on taking steps for short term and long term achievement in Pertamina Paraxylene and Benzene business.

In this research, the writer applied methodology that consists of Vision & Mission analysis, external analysis (industrial environment analysis, competition & industry analysis consisting *Five Forces Analysis*, *Driving Force*, *Key Success Factor*) and internal analysis (current strategy, strengths and weaknesses of the company). Next to be done is identification for the cause of strategic issue faced by company as the ground to determine the agenda of company's strategic action.

Result of analysis showed that the appeal of Paraxylene and Benzene industry is still relatively high eventhough at the moment, the competition increases. Research also showed that Vision, Mission, Aim and Strategy of Pertamina are already relatively good. However if the current condition is not improved, Pertamina will get left behind by the rise of competition on this Paraxylene and Benzene business. Most effective and viable step for Pertamina is to strengthen the good values already present on Pertamina and to then enhance competitive advantage continuously such as on areas of marketing, operational, human resources, research, development, and organization.

Keywords: strategy, competitive advantage, strategic issue.