



## INTISARI

Energi yang digunakan masyarakat berasal dari bahan bakar fosil, yaitu minyak, gas dan batu bara. Bahan-bahan tersebut tidak dapat diperbaharui dan tidak berkelanjutan, sedangkan kebutuhan dunia akan energi mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Diperkirakan minyak bumi di Indonesia dapat diproduksi selama 10 tahun. Berdasarkan data-data Departemen Energi dan Sumber Daya Mineral Indonesia masih memiliki potensi sumber daya yang besar dan masih belum tereksplorasi secara optimal. Hal ini membuat banyak perusahaan asing maupun lokal yang bergerak di bidang pertambangan minyak dan gas bumi untuk bersaing memanfaatkan peluang yang ada. Salah satu dari perusahaan tersebut adalah Petrochina.

Studi ini membahas strategi bersaing Petrochina dalam industri minyak di Indonesia. Analisis yang digunakan adalah analisis eksternal dan internal. Adapun analisis eksternal meliputi pembahasan struktur industri minyak di Indonesia dengan menggunakan pendekatan rasio konsentrasi industri (CR4, CR8 dan IHH). Dalam analisis eksternal ini diulas juga aspek-aspek yang mempengaruhi kebijakan dan kinerja perusahaan dalam menjalankan bisnisnya di Indonesia. Adapun aspek-aspek tersebut meliputi faktor politik, faktor ekonomi, faktor teknologi dan faktor lingkungan alam.

Sedangkan analisis internal membahas strategi bersaing yang diterapkan perusahaan. Adapun alat analisis yang digunakan dalam studi ini ialah matrik *Boston Consulting Group* (BCG) dengan menggunakan *scatter diagram* untuk pengukuran skala pangsa pasar dan pertumbuhan industri. Dalam bagian ini juga dibahas strategi yang diterapkan perusahaan saat ini serta kinerja perusahaan selama periode waktu 2002 hingga 2007.

Adapun hasil dari studi ini dengan menggunakan metode-metode penelitian di atas adalah struktur industri minyak di Indonesia adalah oligopoli dan Petrochina hanya menguasai pangsa pasar sebesar 3,61% dengan pertumbuhannya sebesar -2,60% sehingga strategi yang cocok bagi perusahaan adalah sebagai *follower* dan *market penetration*.

**Kata kunci:** *konsentrasi pasar, oligopoli, matrik BCG, pangsa pasar, pertumbuhan, strategi non price, market penetration*



## ABSTRACT

The energy used by society came from fossil, that are oil, gas and coal. These elements are non renewables and non sustainable thing, while the need world of energy increasing significantly form year to year. Approximately oil in Indonesia can be produced within 10 years. Based on data from Department of Energy and Mineral resources Indonesia still has a lot of potential resources and still no exploited yet optimally. This situation leads to many oil and gas company to compete running the business. On of those is Petrochina.

This study is discussing competitive strategic of Petrochina in oil industry in Indonesia. There two analyses in this study, there are external analysis and internal analysis. The external analysis covers industrial structure of oil industry with concentration ratio method (CR4, CR8 and IHH). In this analysis also discussed factors that influenced the policy and performance of oil company. Those factors are politic, economy, technology and environment.

While internal analysis cover Petrochina's competitive strategic. The analysis tool in this discussion is Boston Consulting Group (BCG) matrix with scatter diagram to measure market share and industry growth. Also discussed in this analysis the strategy used by Petrochina and its performance within 2002-2007 periods.

The result of the analysis states structure of oil industry in Indonesia is oligopoly and Petrochina only has 3,61% of market share and -2,60% growth, so the competitive strategy suitable for the company is follower and market penetration.

**Keywords:** *market concentration, oligopoly, BCG matrix, market share, growth, non price strategy, market penetration*