

## INTI SARI

Karya tulis ini mempunyai dua tujuan. Pertama, mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada PT Pamapersada Nusantara (Pama). Kedua, mengevaluasi *content* strategi bisnis Pama dalam mempertahankan posisinya sebagai pemimpin kontraktor pertambangan batubara di Indonesia apakah sudah sesuai dengan konsep-konsep teori manajemen strategi.

Bentuk penelitian yang dipilih merupakan penelitian deskriptif (*descriptive research*), yaitu berusaha memperoleh gambaran lengkap tentang lingkungan eksternal dan internal bisnis kontraktor pertambangan batubara dan strategi bersaing yang dimiliki oleh Pama. Sumber data berasal dari data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan jalan mengadakan wawancara dan observasi secara langsung serta data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber terkait dengan penelitian.

Hasil analisis industri menunjukkan bahwa industri ini nampak tidak menarik karena tingginya intensitas persaingan industri maupun kekuatan tawar menawar dari pembeli. Pama mempunyai kekuatan internal yang penting dan mempunyai peluang untuk berada pada strategi *agresif* dalam mempertahankan posisi sebagai *market leader*. Pama harus membidik pasar yang lebih luas di dalam negeri dan di luar negeri dan melakukan diversifikasi usaha. Sebagai *market leader* dalam industri ada tiga strategi yang dapat dilakukan. Pertama, strategi untuk bertindak *offensive*. Pama akan tetap fokus kepada operasi penambangan batubara dengan mencari daerah operasional baru yang ada di dalam negeri dan di luar negeri. Kedua, *fortify-and-defend strategy*. Pama berusaha untuk mendapatkan kontrak untuk proyek berjangka panjang yang berskala besar, diversifikasi usaha dan dukungan dari United Tractors untuk membatasi penjualan alat-alat berat ke perusahaan kompetitor. Ketiga, *muscle-flexing strategy*. Pama harus mengurangi biaya penggunaan BBM (solar), tire dan pengadaan suku cadang alat-alat berat yang merupakan ongkos yang tinggi dalam operasional di lapangan.

Kata kunci : PT Pamapersada Nusantara, Manajemen Strategik, *Market Leader*.

## **ABSTRACT**

This thesis has two aims. First, to identify internal and external factors that effect on PT Pamapersada Nusantara (Pama). Second, to evaluate content of Pama's business strategy in maintaining its position as a market leader in mining contractor industry, whether it has been fitted the concepts and theories of strategic management.

Descriptive research is chosen as the research form in order to get complete description of external and internal environment in mining contractor industry and Pama's competitive strategy. Sources of data consist of primary data and secondary data. Primary data was taken from direct interview and observation, secondary data was taken from many sources related with the research.

The result of industry analysis shows that the industry is apparently not attractive because of its high level competition intensity and the bargaining power of its buyers. Pama has important internal strengths and chances to implement an aggressive strategy in order to maintain its position as the market leader. Pama should widen its market, both inside and outside of the country and diversify business. As the market leader in the industry, three strategies can be done by Pama. First, offensive strategy. Pama should continue focusing on coal mining operation by looking for new operation area. Second, fortify-and-defend strategy. Pama should try to get a new long term coal mining project, diversify business and also get support from United Tractors. Third, muscle-flexing strategy. Pama should reduce costs of fuel, tires and heavy equipment spare-parts.

**Key word:** PT Pamapersada Nusantara, Strategic Management, Market Leader.