



INTISARI

Penelitian dilakukan untuk mengkaji strategi perusahaan induk PT Bintraco Dharma (BD) mengenai kesesuaian pengasuhan terhadap perusahaan anak dengan *corporate parenting fit matrix*, mengkaji pemetaan bisnis perusahaan anak dengan menggunakan *BCG growth-share matrix* dan merancang usulan sinergi BD dalam usaha meningkatkan nilai tambah. Penelitian ini menggunakan metoda analisis kasus deskriptif karena tepat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian bagaimana dan mengapa serta berfokus kepada penggambaran objek penelitian dengan sistematis, lengkap, jelas dan runtut sehingga gambaran penelitian secara komprehensif dapat diperoleh. Data primer diperoleh terutama dengan wawancara dan observasi, data sekunder berasal dari data internal dan eksternal. Setelah diperoleh data dan informasi yang valid, kemudian diolah untuk memperoleh gambaran karakteristik perusahaan induk, karakteristik perusahaan anak yang hasil akhirnya adalah *corporate parenting fit matrix* dan hasil pemetaan *BCG growth-share matrix*. Dari data dan informasi yang valid tersebut juga dapat digali potensi-potensi sinergi yang dapat dilakukan untuk menciptakan nilai tambah. Dari empat perusahaan anak yang diteliti dengan *corporate parenting fit matrix* menunjukkan bahwa tiga berada pada *heartland* dan satu pada *edge of heartland*. Dari tiga perusahaan anak yang diteliti dengan *BCG growth-share matrix*, masing-masing berada pada area *cash cows*, *question marks* dan *dogs*. Masih terdapat peluang sinergi yang dapat diinisiasi oleh BD untuk menciptakan nilai tambah.

Kata kunci: *corporate parenting fit matrix*, *BCG growth-share matrix*, sinergi, *corporate value > break up value*, Industri otomotif.



ABSTRACT

The research was conducted to study PT Bintraco Dharma's (BD) parenting fit using corporate parenting fit matrix, mapping the business unit using BCG growth-share matrix and develop synergy suggestion to increase value creation. This research utilized descriptive case study to answer the research question how and why and focus on researchs object description with a systematic, complete, clear and coherent in order to get comprehensive research view. Primary data was collected from interview and observation, and secondary data was collected through internal and external data. The data and information was processed to get parent characteristics and business unit characteristics to produce corporate parenting fit *matrix* and BCG growth-share matrix. The data was also applied to explore synergy opportunities to create value. Four business units were categorized as three units in heartland area and one unit was in edge of heartland. From BGC growth-share matrix, one unit was in cash cows, one unit was in question mark and one unit was in dogs area. There were some of synergy opportunities initiated by BD to create values.

Key word: corporate parenting fit matrix, BCG growth-share matrix, synergy, corporate value > break up value, automotive industry.