

## Intisari

Penurunan kinerja perusahaan hampir di seluruh unit bisnis PT. “X” menimbulkan pertanyaan mengenai peranan level korporat yang ada di PT. “X”. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk menjawab bagaimana seharusnya level korporat di PT. “X” memberikan peranannya dalam konfigurasi dan melakukan koordinasi strategi korporasi, untuk memberikan nilai tambah bagi unit-unit bisnis di PT. “X”.

Untuk menjadi level korporat yang berhasil adalah dengan menciptakan kesesuaian (*fit*) antara karakter level korporat (*parent's characteristics*) dengan unit-unit bisnisnya. Sehingga, dengan meneliti hubungan kesesuaian antara karakter level korporat dengan karakteristik unit bisnis serta faktor-faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan strategi korporasi menggunakan *Corporate Strategy Framework*, dapat diperoleh dasar atau pondasi penyusunan strategi korporasi yang efektif untuk penciptaan kreasi nilai oleh level korporat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa level korporat PT. “X” cenderung mengutamakan pengaruh Fungsi dan Layanan Terpusat dan gaya pengasuhan Pengendali Strategi (*Strategic Control*) sebagai karakteristik level korporat yang ternyata tidak sepenuhnya sesuai (*fit*) terhadap peluang pengasuhan dan Faktor Sukses Kritis yang ada di unit bisnis ILS, PLS, WHM, dan SBM. Penelitian juga berhasil menunjukkan konfigurasi letak unit bisnis: WHM di wilayah *Heartland*, ILS dan PLS di wilayah *Edge of Heartland*, dan SBM di wilayah *Value Trap* dari *Ashridge-Fit Matrix*, untuk kemudian diperoleh keputusan-keputusan perbaikan di level korporat dan unit bisnis untuk penyusunan strategi korporasi yang efektif dan penciptaan kreasi nilai oleh level korporat.

Kata kunci: strategi korporasi; *Corporate Strategy Framework*; *Ashridge-Fit Matrix*; peluang pengasuhan; kreasi nilai; karakteristik unit bisnis; karakteristik level korporat; Faktor Sukses Kritis; *Key Success Factor*

## Abstract

*Performance declining for all business units of PT. “X” raised question mark on the functions of parent of PT. “X”. Therefore, we need to conduct special research to get answer on how should be a parent of PT. “X” gives its functions to do coordination and build corporate strategy for value creation in the business units of PT. “X”.*

*To be a successfull corporate level, the must have item is a situation of fit between parent’s characteristics with the business units. Thus, conducting a research on how parent’s characteristics fit with business unit’s characteristics and other factors that affected the success of corporate strategy using Corporate Strategy Framework, will lead into ways of coordination and foundation of corporate strategy for value creation by the parent.*

*The research shows that parent’s of PT. “X” tends to have focus on Function and Centralize Services and have Strategic Control as the parenting style, constructing parent characteristics that in fact it doesn’t fit perfectly with parenting opportunities and critical success factors in the business units (ILS, PLS, WHM and SBM). The research also shows the configuration of each business units in the Ashridge-Fit Matrix: Heartland for WHM, Edge of Heartland for ILS and PLS, and Value Trap for SBM, then it provide decision on improvement in the parent and business units to get better coordination, effective corporate strategy, and to have value creation by the parent.*

*Key words: corporate strategy; Corporate Strategy Framework; Ashridge-Fit Matrix; parenting opportunities; value creation; business unit’s characteristics; parent’s characteristics; Key Success Factor*