

INTISARI

PT Telekomunikasi Indonesia International (Telin) adalah anak perusahaan PT (Persero) Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) merupakan *arm length* di bisnis internasional khususnya dalam melakukan ekspansi internasional. Saat ini Telin telah memiliki 13 anak perusahaan/unit bisnis yang memiliki portofolio bisnis yang beragam sehingga menjadi tantangan dalam pengelolaannya. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan posisi anak perusahaan/unit bisnis dalam *parenting fit matrix* dan strategi *parenting* yang sebaiknya diterapkan di masing-masing anak perusahaan/unit bisnis.

Metode penelitian pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini menentukan posisi anak perusahaan/unit bisnis dalam *parenting fit matrix* dengan analisis terstruktur ketidaksesuaian (*misfit*) antara *parenting characteristic* dengan *critical success factors* dan kesesuaian (*fit*) antara *parenting characteristic* dengan *parenting opportunities* dalam lima kategori yaitu: *heartland business*, *edge of heartland business*, *ballast business*, *value trap business*, serta *alien territory business*. Strategi *parenting* untuk masing-masing anak perusahaan/unit bisnis dapat ditentukan berdasarkan posisi anak perusahaan/unit bisnis dalam *parenting fit matrix*.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa posisi anak perusahaan/unit bisnis dalam *parenting fit matrix* adalah: Telin Hong Kong *wholesale* pada *heartland business* dengan strategi *parenting* adalah *strategic planning*, Telin Hong Kong *retail* dan Telin Timor Leste pada *edge of heartland business* dengan strategi *parenting* adalah *strategic control*, Telkom USA pada *ballast business* dengan strategi *parenting* adalah *strategic control*, dan CCA Australia pada *alien territory* dengan strategi *parenting* adalah *financial control*.

Di masa mendatang, Telin akan melakukan inisiatif akuisisi dan aliansi, disarankan agar analisis posisi perusahaan target dalam *parenting fit matrix* menjadi salah satu parameter dalam memutuskan inisiatif tersebut. Selain itu *assessment* terhadap posisi anak perusahaan/unit bisnis perlu dilakukan secara konsisten untuk penyesuaian strategi *parenting* yang akan diterapkan.

Kata kunci: strategi korporat, corporate parenting framework, parenting fit matrix, strategi parenting.

ABSTRACT

PT Telekomunikasi Indonesia International (Telin) is a subsidiary of PT (Persero) Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) as an “arm length” in international business especially in international expansion matters. Currently Telin already has 13 subsidiaries/business units that have a diversified business portfolio that becomes a challenge in its management. This study aims to determine the position of subsidiaries/business units in parenting fit matrix and also determine parenting strategies that should be applied in each subsidiary/business unit.

Research method in this research is descriptive qualitative. This study determines the position of subsidiaries/business units in a parenting fit matrix with a structured analysis of misfits between parenting characteristic and critical success factor and fit between parenting characteristic and parenting opportunities in five categories: heartland business, edge of heartland business, ballast business, value trap business, and alien territory business. Parenting strategies for each subsidiary/business unit can be determined based on the position of the subsidiary/business unit in the parenting fit matrix.

This research reveals that the positions of subsidiaries/business units in parenting fit matrix are: Hong Kong wholesale on heartland business with parenting strategy is strategic planning, Telin Hong Kong retail and Telin Timor Leste on edge of heartland business with parenting strategy is strategic control, Telkom USA on ballast business with parenting strategy is strategic control, and CCA Australia on alien territory with parenting strategy is financial control.

In the future, Telin will initiate acquisitions and alliances, it is recommended that target company position analysis in parenting fit matrix be one of the parameters in deciding the initiative. In addition, assessment of the position of subsidiaries/business units should be done consistently to align the parenting strategies that will be applied.

Keywords: corporate strategy, corporate parenting framework, parenting fit matrix, parenting strategy