

INTISARI

PT Gas Energi Indonesia dibentuk oleh PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk dalam rangka perluasan bisnis gas di area hilir khususnya di bidang perdagangan gas bumi dan gas *CNG* untuk mengantisipasi kondisi persaingan usaha yang semakin ketat khususnya dalam hal ketersediaan pasokan dan untuk memanfaatkan teknologi transportasi non pipa untuk penetrasi dan pengembangan pangsa pasarnya.

Penulis melalui tesis ini mencoba melakukan penelitian untuk membantu merumuskan strategi bagi PT Gas Energi Indonesia di tengah industri gas di Indonesia. Melalui tesis ini penulis mengumpulkan data dengan membagikan kuesioner kepada karyawan PT Gas Energi Indonesia mulai dari staf hingga senior manager dan kepala divisi serta menggunakan sumber data sekunder yang mendukung penelitian ini. Tesis ini mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dan internal PT Gas Energi Indonesia dalam industri hilir gas bumi untuk merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing PT Gas Energi Indonesia dalam industri hilir di Indonesia. Matriks EFE dipergunakan sebagai alat untuk menganalisis lingkungan eksternal dan matriks IFE dipergunakan untuk menganalisis kondisi internal. Pada tahapan input, melalui analisis matrik IFE dan EFE penulis mengkuantitatifkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan sehingga diperoleh nilai 2,91 untuk hasil IFE dan 2.82 untuk hasil EFE yang digunakan sebagai input di tahapan analisis berikutnya. Pada tahapan pencocokan, penulis melakukan analisis matrik *Internal External* atau IE untuk memperoleh strategi alternatif. Pada tahapan ini diperoleh dua strategi alternatif yaitu penetrasi pasar dan pengembangan produk. Untuk menentukan strategi terbaik bagi perusahaan, maka pada tahapan keputusan, penulis melakukan analisis matrik *QSPM* (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) sehingga diketahui bahwa strategi terbaik adalah strategi penetrasi pasar.

Berdasarkan hasil analisis dengan merujuk kepada semua informasi yang ada, beberapa hal menjadi saran penulis bagi perusahaan diantaranya adalah perusahaan disarankan untuk cepat merespon perubahan di lingkungan eksternal, lebih agresif mencari pelanggan baru, gencar dalam melakukan sosialisasi dan promosi, mempertimbangkan faktor harga dengan menentukan harga jual gas yang bersaing untuk mempercepat pengembangan pasar dan senantiasa menjaga hubungan baik dengan pemerintah dan semua pihak yang bisa mempengaruhi kelangsungan bisnis perusahaan.

Kata Kunci Strategi, kondisi lingkungan eksternal dan internal, analisis *IFE*, *EFE*, *IE*, *QSPM*.

ABSTRACT

PT Gasas Energi Indonesia formed by PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk in expanding gas business in the area downstream especially in the field of trade of natural gas and gas CNG to anticipate the conditions of competition increasingly fierce, especially in terms of availability of supply and to utilize transportation technology non pipes for penetration and development of its market share.

The author via this thesis try to do research to help formulate a strategy for PT Gasas Energi Indonesia in the middle of the gas industry in Indonesia. Through this thesis the authors collected data by distributing questionnaires to employees of PT Gasas Energi Indonesia ranging from staff to senior manager and head of the division as well as the use of secondary data sources that support this research. This thesis identifies external factors and internal PT Gasas Energi Indonesia in the downstream gas industry to formulate appropriate strategies to enhance the competitiveness of PT Gasas Energi Indonesia in the downstream industry in Indonesia. EFE matrix is used as a tool to analyze the external environment and IFE matrix is used to analyze the internal conditions. At the input stage, via the IFE and EFE matrix analysis to quantify the author of the strengths, weaknesses, opportunities and threats that the company obtained a value of 2.91 to 2.82 for the results of IFE and EFE results are used as inputs in the stage subsequent analysis. At the matching stage, the authors analyze the matrix Internal External or IE to obtain alternative strategies. At this stage obtained two alternative strategies are market penetration and product development. To determine the best strategy for the company, then the decision stage, the authors analyze the matrix QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) so that it is known that the best strategy is market penetration strategy.

According to analysis by reference to all available information, some things become author's suggestion for the company include the company are advised to quickly respond to changes in the external environment, a more aggressive search for new customers, intensively in the dissemination and promotion, consider the price factor to determine the selling price competing gas to accelerate the development of the market and always maintain good relations with the government and all parties that could affect business continuity.

Key words *Strategy, external and internal environment, IFE, EFE, IE, QSPM analysis*