

INTISARI

Perusahaan ABC merupakan perusahaan penanaman modal asing yang memiliki kontrak kerjasama dengan Pemerintah Indonesia dalam bentuk kontrak bagi hasil produksi minyak dan gas bumi atau yang dikenal dengan sebutan *Production Sharing Contract (PSC)*. Produk yang dihasilkan dari perusahaan ABC adalah berupa minyak bumi mentah dan juga gas bumi. Harga jual dari produk minyak mentah dunia pada sejak tahun 2012 stabil diatas US\$ 100/*barrel* hingga tahun 2014. Namun, secara cepat pada pertengahan tahun 2014, harga jual minyak mentah dunia, terus mengalami penurunan hingga dibawah angka US\$ 40/*barrel* pada tahun 2016. Penurunan harga jual minyak mentah dunia tersebut disebabkan adanya perubahan lingkungan bisnis eksternal seperti politik internasional yang menyebabkan jumlah penawaran minyak mentah lebih besar dibandingkan jumlah kebutuhan akan produk tersebut. Kondisi penurunan harga jual minyak mentah dunia ini mendorong peneliti untuk melakukan evaluasi terhadap strategi yang diterapkan perusahaan ABC, mengidentifikasi kekuatan, kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan ABC serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan ABC, dan yang terakhir adalah merumuskan strategi yang sesuai untuk perusahaan berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki oleh perusahaan ABC. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan *depth interview* dengan narasumber yang merupakan karyawan dari perusahaan ABC. Hasil penelitian ini menghasilkan evaluasi strategi perusahaan yang menunjukkan bahwa strategi perusahaan yang tidak lagi relevan jika hanya berfokus pada mempertahankan hasil produksi minyak dan gas bumi. Hasil evaluasi ini juga didukung dengan data *Internal dan External Matrix (IE-Matrix)* yang menunjukkan bahwa nilai faktor internal perusahaan lebih besar pada angka (3,07) dibandingkan dengan faktor eksternal perusahaan berada pada angka (2,97) dengan rekomendasi strategi *grow and build*. Hasil dari identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang kemudian dianalisis menggunakan *SWOT matrix* memperoleh hasil rumusan strategi yaitu strategi *growth* dengan 9 inisiatif untuk bertumbuh yang dibangun berdasarkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan. Berdasarkan hasil analisis dengan *grand strategy matrix* posisi perusahaan berada pada kuadran untuk *growth strategy* dengan rekomendasi *concentric growth, market development, product development, dan innovation*.

Kata kunci: Perubahan Lingkungan Bisnis, IE-Matrix, SWOT Matrix, Grand Strategy Matrix

ABSTRACT

PT. ABC is a multinational company which enters a partnership in oil and gas production with Government of Indonesia in a form of Production Sharing Contract (PSC). Since 2012 until 2014 oil price was stable above US\$100/barrel. However, in the middle of 2014 up to 2016 the price decreased sharply and reached US\$40/barrel. The decreasing of oil price within this period was caused by external environment changing such as political situation and global economic condition which lead to the supply of crude oil exceeded the demand itself. This condition triggers the researcher to evaluate the strategies implemented by PT. ABC, identify the strength, the weakness, opportunity, and the threat. This research is conducted with qualitative method through deep interview with PT. ABC employees as the interviewees. This method discloses that current company strategies are no longer relevant if only focusing on maintaining oil and gas production level. The evaluation result based on Internal and External Matrix (IE-Matrix) data shows internal factor value is higher (3.07) compared with external factor value (2.97) which conclude grow and build as the recommendation. Result from identification of strength, weakness, opportunity, and threat which later on analyzed using SWOT matrix is growth strategy with 9 (nine) initiatives to grow based on company's strength and opportunity. Based on grand strategy analysis, company position is on growth strategy quadrant with concentric growth, market development, product development, and innovation as recommendation.

Keyword: Business Environmental Change, IE-Matrix, SWOT Matrix, Grand Strategy Matrix