

# The selection of business strategy for photovoltaic panel technology (case study in PT WIKA INTRADE) = Pemilihan strategi bisnis pada teknologi photovoltaic panel : studi kasus pada PT WIKA INTRADE

Yoga Abraham, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20281482&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Kebutuhan atas listrik selalu meningkat setiap tahunnya, hal ini sejalan dengan pertumbuhan populasi di Indonesia. Peningkatan pertumbuhan penduduk yang tinggi menyebabkan peningkatan atas kebutuhan listrik, khususnya untuk wilayah yang sulit dijangkau. Beban untuk menggunakan sumber daya yang takterbaharukan sebagai energi utama semakin bertambah setiap tahunnya.

Pemerintah bermaksud untuk meningkatkan rasio elektrifikasi dengan memanfaatkan panas bumi, tenaga air dan tenaga matahari. Saat ini PT WIKA INTRADE yang merupakan anak perusahaan dari PT WIKA (Persero) Tbk. yang sedang mengembangkan salah satu strategi bisnisnya dalam bidang konversi energi, salah satu kegiatannya adalah merakit dan menjual photovoltaic panel.

Tujuan dari proposal ini adalah untuk memilih strategi yang paling menarik dan yang dapat diterapkan bagi Perusahaan untuk dapat meningkatkan peluang perusahaan pada pasar photovoltaic panel.

Penelitian ini dimulai dengan mengidentifikasi semua informasi dasar yang diperlukan (input stage) dan melakukan pembobotan dengan menggunakan External Factor Evaluation Matrix (EFEM), Internal Factor Evaluation Matrix (IFEM) dan Competitive Profile Matrix (CPM) untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap strategi perusahaan. Penggunaan Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats Matrix dan Grand Strategy Matrix akan digunakan dalam matching stage untuk menghasilkan strategi-strategi yang dapat digunakan sebagai pilihan bagi perusahaan.

Tahap terakhir dalam penelitian ini adalah untuk memilih strategi yang paling tepat untuk digunakan Perusahaan, dalam hal ini Penulis akan menggunakan Qualitative Strategic Planning Matrix untuk memilih strategy secara objektif.

Hasil akhir dari penelitian ini adalah menyimpulkan bahwa strategi yang paling menarik bagi perusahaan untuk diterapkan adalah dengan melakukan Forward Integration. Perusahaan dianggap akan lebih menguntungkan jika dapat menguasai dan mempunyai kontrol atas pelaku distributor dan pelaku retail.

.....The need for electricity continues to increase each year in line with population growth in Indonesia. The number increase brought to higher demand of electricity, especially in the remote areas in Indonesia. The burdens to use non-renewable resources as the primary energy are getting bigger every year.

Government is intend to increase the electrification ratio by utilizing the renewable energy such as geothermal, hydropower, solar power. Currently, PT WIKA INTRADE a subsidiary of PT WIKA (Persero) Tbk. is developing a business strategy unit engaged in energy conversion, one of which activities are assembling and selling the photovoltaic panel. The proposed of this study is to select the most attractive and applicable strategy for the Company to apply in order to seize the photovoltaic market.

The study will begins by identifying all basic information needed (the input stage) and perform weighting by using the External Factor Evaluation Matrix based (EFEM), Internal Factor Evaluation Matrix (IFEM) and Competitive Profile Matrix (CPM) to identify the biggest influence on the current strategy. Using Strength-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT) Matrix and Grand Strategy Matrix to formulate the feasible

strategies based on the basic input that already identified will perform in the matching stage. In order to choose the most attractive strategy among the feasible strategies, the author will use Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) to evaluate alternative strategies objectively.

The final result of this study is defined that the most attractive strategy for the Company to be applied is by Forward Integration. The strategy propose will benefit the Company if the Company can over control the distributors and the retailer.