

Manajemen strategik perusahaan umum gas negara menjadi persero yang profesional

Sri Budi Mayaningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20442394&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Gas bumi merupakan bahan bakar dengan keunggulan kompetitif yang tinggi. Sebagai produk utama PGN, gas bumi dilengkapi dengan diferensiasi pelayanan, yaitu : service burner pelanggan secara cuma-cuma dan penagihan rekening di tempat pelanggan. Hal inilah yang menempatkan PGN pada posisi seller market, dengan waiting list calon pelanggan yang makin menumpuk. Bantuan Bank Dunia sangat besar artinya bagi perkembangan usaha PGN. Rencana pembangunan pipa Trans Sumatera ? Jawa serta pengembangan dari Duri ke Batam dan kemungkinannya ke Singapore yang diperkirakan memakan biaya di atas Rp.1,- triliun, telah mendapat lampu hijau dari berbagai pihak. Tidak mustahil obsesi PGN untuk menjadi distributor gas terbesar di negeri ini dapat terwujud.

Di pihak Pertamina sebagai pemasok sedang melakukan pengembangan pengilangan yang membutuhkan dana tidak sedikit, sehingga subsidi harga ke BUMN mulai dikurangi. Mengingat keuntungan PGN sebagian besar disebabkan oleh margin yang tinggi, yang mana hal tersebut akan menjadi berkurang, maka PGN harus melakukan strategi overall cost leadership. Ancaman lain adalah peminat dari swasta untuk masuk ke bisnis serupa. Dengan economies of scale yang dimiliki PGN, diferensiasi service dan dilayaninya kota-kota industri yang strategis oleh PGN serta informasi pemasaran yang cukup bagus (form CCI), maka PGN cukup memiliki kekuatan. Sebagai challenger di pasar bahan bakar Indonesia, gas bumi menantang minyak yang hampir habis cadangannya. Sementara itu batu bara yang cadanganflyd tertiflggi di Indonesia merupakan substitusi bahan baku bagi PGN. Dengan demikian kondisi tersebut sangat mendukung Market Development Strategy, terlebih lagi didukung umur ekonomi pipa yang relatif panjang.