

## Analisa strategik terhadap rancang bangun malaysia sdn bhd dalam upaya penetrasi pasar malaysia

Azam Fitrasani Baderi, Author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20453890&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

**ABSTRAK**

Industri EPC adalah industri yang merancang (Design Engineering), menyediakan material, alat dan mesin (Procurement) dan membangun (Construction); pabrik-pabrik (plants & factories) dan infrastruktur lainnya Galan, jembatan, pelabuhan, bendungan, dll). Sebagai perusahaan konstruksi nasional yang berkembang, PT Rancang Bangun telah melakukan penetrasi ke pasar global dengan mendirikan anak perusahaan di luar negeri seperti Rancang Bangun Malaysia Sdn Bhd.

Tujuan pendirian anak perusahaan ini pertama-tama adalah dalam rangka penetrasi ke pasar regional di Malaysia dan Asia Tenggara. Analisa terhadap posisi strategis Rancang Rangun Malaysia Sdn Bhd di pasar Malaysia pada saat ini; analisa dan simulasi untuk mendapatkan strategi terbaik yang dapat dilakukan perusahaan guna memperkuat posisi strategis perusahaan di pasar Malaysia merupakan topik karya akhir ini.

Rancang Bangun Malaysia didirikan tahun 1990 dengan cara mengambil alih sebuah perusahaan Malaysia Lucky Sdn Bhd. Secara umum, Rancang Bangun Malaysia Sdn Bhd sesungguhnya adalah kepanjangan tangan dari PT Rancang Bangun di Malaysia yang beroperasi sebagai Strategic Regional Unit (SRU) sehingga kapabilitas perusahaan ini adalah sama dengan induknya yaitu project EPCC maupun turnkey project.

Pertumbuhan industri dalam bidang kimia dan petrokimia, oil dan gas, energi, semen dan mineral proses juga agroindustri nasional dalam kurun waktu lima tahun kedepan akan mengalami variasi pertumbuhan sehingga industri EPCC di Indonesia juga akan sedikit mengalami peningkatan. Pada bidang migas dan energi, terutama akibat tambahan kebutuhan energi listrik di Jawa dan Bali, industri EPCC pada sektor tersebut akan mengalami peningkatan. Sementara industri yang lainnya cenderung akan stagnan. Tiga perusahaan EPCC lokal yang memperebutkan kue tersebut adalah PT Rancang Bangun, PT Pitaloka, dan PT Indah Semesta Buana Ilmu. Dengan tidak memiliki paten basic design engineering dan dengan mulai diberlakukannya pasar bebas; membuat perusahaan EPCC lokal merasa terancam sehingga perlu mengadakan pengembangan usaha.

<br />

PT Rancang Bangun sendiri telah melakukan beberapa terobosan dengan mengakuisisi beberapa perusahaan di luar negeri dan pembelian paten terhadap beberapa equipment industri pupuk dan sistem polimerisasi aspal. Strategic regional unit yang dimiliki PT Rancang Bangun lebih diarahkan pada pasar regional dan sangat diharapkan dapat membantu memperluas pasar EPCC PT Rancang Bangun. Pasar Malaysia dengan tingkat pertumbuhan riil sebesar 4,2 % pada tahun 2002 dan sektor migas Malaysia yang kian bertumbuh - dimotori perusahaan minyak nasional Malaysia Petronas merupakan peluang yang harus dilirik setiap industri EPCC di Indonesia. Juga industri CPO Malaysia yang sangat stabil perkembangannya dan industri konstruksi Malaysia pada umumnya merupakan pasar yang menggiurkan.

<br />

<br />

Metode yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan pendekatan pengumpulan data dan studi kepustakaan.

<br />

<br />

Data yang dikumpulkan adalah berupa laporan keuangan dan company profile serta Annual Report dari PT Rancang Bangun dan Rancang Bangun Malaysia Sdn Bhd; data rencana jangka panjang serta company policy dari kedua perusahaan; data sekunder mengenai pasar EPC di Indonesia dan Malaysia; data mengenai pesaing kedua perusahaan; serta data-data lain yang relevan. Selain itu, untuk lebih memperdalam pemahaman mengenai permasalahan perusahaan, dilakukan juga wawancara terhadap pihak top management/ Board of Directors Rancang Bangun Malaysia Sdn Bhd serta middle level management dari PT Rancang Bangun yang terlihat dalam perencanaan strategis perusahaan (Corporate Analyst, Legal Manager, Market Analyst, dsb).

<br />

<br />

Studi kepustakaan terutama menekankan pada bisnis internasional serta foreign direct investment, untuk dapat memberikan gambaran mengenai investasi serta peluang pasar di luar negeri. Setelah itu dipelajari teori-teori mengenai manajemen strategis serta tools yang diperlukan untuk mengenali permasalahan serta menganalisa dan mencari jawaban atas permasalahan tersebut.

<br />

<br />

Pada tahap analisa pertama kali dilakukan analisa terhadap lingkungan eksternal perusahaan dengan pendekatan Porterian terhadap Kesempatan (Opportunities) dan Ancaman (Threat) dengan cara membuat matriks EFASlvf (External Factor Analysis Summary Matrix); serta melakukan analisa posisi kompetitif perusahaan dengan membuat Competitive Profile Matrix.

<br />

<br />

Selanjutnya dilakukan analisa terhadap lingkungan internal perusahaan dengan melakukan analisa terhadap Aspek Pemasaran dan Aspek Finansial. Analisa dari aspek pemasaran dilakukan terhadap Market Share serta Marketing Mix perusahaan. Sedangkan tools dari analisa finansial menggunakan rasio-rasio keuangan untuk menganalisa profitabilitas serta likuiditas anak perusahaan. Dari kedua pendekatan tersebut, dibuat matriks IFASM (Internal Factor Analysis Summary) yang melihat faktor internal perusahaan dari sisi Kekuatan (Strength) dan Kelemahan (Weakness) perusahaan.

<br />

<br />

Kedua faktor internal dan eksternal perusahaan kemudian digabungkan dalam satu matriks yang disebut Strategic Factor Analysis Matrix (SF ASM) untuk nantinya digunakan pada pembuatan strategi. Analisa mengenai strategi yang patut digunakan oleh Rancang Bangun Malaysia Sdn Bhd dalam menghadapi pasar Malaysia dilakukan dengan menggunakan bermacam tools yang tersedia. Pertama-tama analisa dilakukan menggunakan matriks TOWS (Threats-Opportunity-Weakness-Strength). Selanjutnya dibuat matriks BCG dan Matriks IE (GE Matrix) serta Matriks Grand Strategy. Kesemua matriks tersebut Akhirnya dibandingkan dan diambil pilihan strategi yang terbaik dengan menggunakan tools matriks Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

<br />

<br />

Beberapa kesimpulan yang didapat dari karya akhir ini adalah RANMAL memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi walaupun dengan market share yang kecil, strategi pemasaran RANMAL masih bertumpu pada PETRONAS sehingga peluang pasar terlewatkan; posisi keuangan RANMAL menunjukkan tingkat efisiensi yang rendah pada biaya overhead dan operasional.

<br />

<br />

Secara umum, dapat disimpulkan bahwa dipandang dari sudut stakeholder Malaysia, kinerja keuangan RANMAL terlihat baik, hanya kurang menguntungkan untuk investasi. Sedangkan dari sisi shareholder PT Rancang Bangun, kinerja keuangan RANMAL bukan merupakan indikator keberhasilan karena fungsi dari SRU hanya sebagai marketing arm.

<br />

<br />

Beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan RANMAL diantaranya dengan mendayagunakan status perusahaan lokal, mendapatkan partner lokal yang berkualitas, menggunakan Petronas sebagai entry point pasar Malaysia; melakukan efisiensi operating dan overhead cost dan memperbesar retained earning. Matriks QSPM menunjukkan bahwa pilihan strategi "mendapatkan partner lokal yang berkualitas sehingga menghasilkan sinergi" merupakan pilihan terbaik.