

Strategi pengembangan daya saing gas alam/LNG Indonesia dalam pasar internasional

Purnadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=80107&lokasi=lokal>

Abstrak

Gas alam dewasa ini sudah merupakan alternatif sumber energi yang penggunaannya semakin hari semakin meningkat. Hal ini didasarkan bahwa penggunaan gas alam lebih menguntungkan (lebih efisien), disamping bersih dan ramah lingkungan, serta tidak berbau, tidak korosif, tidak berwarna dan tidak beracun. Gas alam dipasarkan dengan model transportasi dalam dua Cara yaitu dengan menggunakan pipa atau dalam bentuk cair atau LNG (liquefied natural gas).

Walaupun saat ini Indonesia adalah pengeksport LNG terbesar di dunia, namun dalam beberapa tender yang diikuti dalam tiga tahun terakhir ini sering mengalami kegagalan. Hal ini sangat merisaukan, mengingat saat ini Indonesia mempunyai beberapa sumber gas alam yang siap untuk dilakukan produksi seperti Tangguh dan Donggi. Sementara itu beberapa kontrak yang lama akan segera berakhir pada tahun 2004 dan 2008. Apalagi persaingan gas alam atau LNG ke depan akan semakin ketat karena selain kebutuhan dunia yang meningkat, pasokan juga akan meningkat dengan jumlah negara pengeksport yang bertambah pula.

Dengan kegagalan tersebut Indonesia kehilangan kesempatan untuk segera mendapatkan devisa yang sangat diperlukan untuk pembangunan negara yang sedang dilanda krisis ini. Disamping itu, Indonesia bisa kehilangan pangsa pasar yang sudah kita miliki sekarang ini.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas maka tesis ini akan melakukan penelitian untuk dapat menentukan strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing gas alam/ LNG Indonesia dalam pemasaran internasional. Metode penelitian yang dipergunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang didukung dengan data-data yang bersifat kuantitatif. Adapun analisis- analisis yang dilakukan adalah berupa analisis lingkungan internal berupa analisis sumber daya dan kemampuan dan analisis diamond Porter, analisis lingkungan eksternal berupa lingkungan mikro atau industri dari Porter, analisis daya saing yang didasarkan pada analisis daya dorong (driving forces), analisis positioning berupa analisis kelompok strategis dan analisis matriks growth-share BCG (modifikasi). Selanjutnya berdasarkan analisis- analisis tersebut ditetapkan strategi yang tepat.

Ada beberapa pokok permasalahan yang dibahas dalam tesis ini yaitu bagaimana persaingan bisnis gas alam atau LNG dalam pasar internasional kini maupun di masa datang, bagaimana peta posisi daya saing gas alam atau LNG Indonesia dalam persaingan di pasar internasional dan strategi bisnis apa yang harus dilakukan untuk dapat meningkatkan daya saing gas alam atau LNG Indonesia, sehingga PT. Pertamina (Persero) yang ditunjuk sebagai pemasar tunggal LNG Indonesia dapat meningkatkan pemasaran LNG dalam pasar internasional.