

Analisis Manajemen Stratejik PT Perusahaan Gas negara (PERSERO)

Soeseno Adi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=90769&lokasi=lokal>

Abstrak

Gas bumi atau gas alam yang merupakan bahan bakar dan bahan baku industri adalah salah satu kekayaan alam Indonesia dan menjadi sumber daya alam andalan bagi negara Indonesia terutama untuk menghasilkan devisa yang sangat besar bagi pemerintah. Sumber daya alam ini juga telah menjadikan Indonesia dikenal sebagai produsen dan pengeksport gas alam cair terbesar di dunia selama lebih dan sepuluh tahun terakhir ini.

Namun demikian, gas bumi yang dihasilkan tersebut tidak bisa dinikmati secara optimal oleh masyarakat Indonesia sendiri. Alokasi penjualan gas bumi lebih banyak disalurkan ke luar negeri dari pada ke dalam negeri dengan alasan untuk meningkatkan pendapatan negara melalui ekspor gas alam cair ke luar negeri. Ketimpangan alokasi gas bumi ini secara jangka panjang akan banyak merugikan bangsa Indonesia sehingga sebaiknya ketimpangan alokasi ini tidak boleh dibiarkan begitu saja mengingat manfaat gas bumi yang sangat banyak. Bahkan gas bumi mampu menciptakan keunggulan kompetitif nasional Indonesia dalam persaingan dengan bangsa-bangsa lain di dunia.

PT Perseroan Gas Negara (Persero), selanjutnya disingkat PGN, diberi tugas dan kewenangan secara eksklusif (exclusive assignment) oleh Pemerintah Indonesia melalui Peraturan Pemerintah (PP) No. 37 Tahun 1994, untuk mengembangkan dan mendistribusikan gas bumi ke pasar domestik. Berdasarkan hal tersebut, PGN memfokuskan bisnisnya pada lini bisnis distribusi dan lini bisnis transmisi gas bumi. Distribusi gas berkaitan dengan bisnis retail gas untuk konsumsi rumah tangga, kepentingan komersial, dan industri kecil lainnya melalui * pipa distribusi, sementara itu transmisi gas berkaitan dengan bisnis gas untuk konsumsi industri berskala besar dan jasa transportasi gas melalui pipa transmisi.

Untuk melaksanakan tugas tersebut, PGN membutuhkan kejelasan visi, misi, dan strategi bisnis jangka panjang PGN sehingga PGN sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan public utility company mampu memberikan layanan yang lebih merata dan dinikmati oleh banyak kalangan di Indonesia baik secara langsung melalui konsumsi gas untuk rumah tangga, komersial, dan industri domestik maupun secara tidak langsung melalui perolehan devisa hasil penjualan ke pasar luar negeri. Selain itu, PGN perlu memiliki strategi yang tepat guna mendukung penciptaan keunggulan kompetitif nasional.

Penelitian ini menghasilkan saran pengembangan strategi bagi PGN agar melakukan reformulasi visi dan misi PGN guna mendukung penciptaan keunggulan kompetitif nasional, merintis penciptaan keunggulan kompetitif nasional dalam industri gas bumi dan penguasaan teknologi dan manajemen pemanfaatan gas bumi, melakukan strategi penetrasi pasar dalam negeri yang secara proaktif memberi masukan kepada Pemerintah dan DPR untuk memberi dukungan politik, dan menciptakan aliansi stratejik antara PGN dan produsen gas bumi di Indonesia mengingat posisi PGN sebagai penjual atau penyalur gas bumi dan bukan

sebagai produsen gas bumi akan banyak dilemahkan oleh pemberlakuan UU Migas No. 22 tahun 2001. Strategi ini harus secara konsisten dan terus menerus dikerjakan oleh PGN dengan dukungan Pemerintah agar manfaat gas bumi bisa dinikmati oleh seluruh masyarakat Indonesia baik secara langsung maupun tidak langsung.