

## ABSTRACT

PT Blue Gas Indonesia (BGI) is a company provide a service in LPG refill and provide kitchen appliances goods. The reason to write this strategy are caused by the decreasing in company sales for the past 5 years and the consumer trend change to make online purchases. By conducted external analysis; macro analysis and industry analysis and internal analysis; 7s Mckinsey analysis, will provide analysis of opportunities, threats, strengths and weaknesses that BGI had .than the research continued to analyzed company position in the industry to determine the medium-term strategy for the company. The strategy are market penetration and product development. After strategies are selected, a balanced score card (BSC) analysis provided the strategic map design and strategic initiatives as recommendations for BGI to determine the business strategy of PT Blue Gas Indonesia for period 2018 – 2021.

Keywords: Blue Gas, Strategy, BSC, Strategic Initiatives

## ABSTRAK

PT Blue Gas Indonesia (BGI) merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada industri LPG refill dan juga peralatan dapur. Penulisan rancangan strategi ini dipicu oleh adanya penurunan jumlah penjualan selama 5 tahun terakhir dan juga adanya perubahan tren masyarakat yang mulai gemar melakukan pembelian secara *online*. Dengan melakukan analisis eksternal; analisis makro dan juga analisis industri serta analisis internal; analisis 7s Mckinsey, diketahui peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh BGI. Setelah mengetahui posisi perusahaan di dalam industri, rancangan strategi yang dipilih untuk jangka menengah yaitu: penetrasi pasar dan juga pengembangan produk. Mengacu dari strategi yang sudah dipilih tersebut, maka dilanjutkan dengan membuat balanced scorecard (BSC) yang berisi rancangan peta strategi dan inisiatif strategi yang ditawarkan sebagai rekomendasi bagi manajemen BGI untuk menentukan strategi bisnis PT Blue Gas Indonesia periode tahun 2018 – 2021.

Kata kunci: Blue Gas, Strategi, BSC, Inisiatif Strategi