ABSTRAK

STRATEGI PARENTING PT PLN INDONESIA POWER UNTUK PENCIPTAAN NILAI TAMBAH (VALUE CREATION) DALAM MENGHADAPI TRANSISI DARI SUBSIDIARY MENJADI SUBHOLDING TAHUN 2024-2026

PT PLN (Persero) melaksanakan aksi korporasi yaitu pembentukan *Holding Subholding* yaitu transformasi PT PLN Indonesia Power menjadi *Subholding* yang berfokus pada pembangkitan tenaga listrik yang aset nya menjadi bertambah dari 10 GW menjadi 20 GW. Tranformasi bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan aset pembangkit yang tadinya tersebar menjadi terpusat dan menghasilan *Value Creation* berupa penghematan anggaran bahan bakar atau effisiensi energi dan optimasi biaya.

Target Value Creation yang ditargetkan Rp 112 miliar semester 1 2023 dari tidak tercapai dan hal ini perlu dilakukan evaluasi secara menyeluruh karena salah satu indikator keberhasilan Holding Subholding adalah pencapaian Value Creation pada Strategic Business Unit (SBU) di mana sampai tahun 2026 ditarget sampai Rp 424 miliar. Faktor Faktor tidak berhasilnya pencapai Value Creation akan dianalisis secara menggunakan Value Chain Analysis, BCG (Boston Consulting Group) Parenting Architypes dan Analisis Pareto Gap pencapaian Value Creation.

Hasil Analisis akan disintesakan dengan konsep parenting antara Holding Company (HQ) dengan Strategic Bisnis Unit (SBU) sehingga dihasilkan Parenting Strategy sebagai panduan dalam mengelola SBU yang dilaksanakan oleh HQ. Parenting Strategy ini yang mengekstrak Competitive Advantage HQ untuk mengekstrak Value Creation setiap masing masing SBU. Parenting Strategy yang dihasilkan berdasarkan Parenting Capabilities dan Parenting Opportunitines adalah Parenting Strategy Hands-On Manager yang mampu mengekstrasi value dari SBU untuk memberikan Value Creation berupaya penurunan biaya bahan bakar dengan mengoptimalkan kemampuan korporat.

Kata Kunci: Parenting Strategy, Strategic Busines Unit, Subholding, Hands-On Manager