

**RINGKASAN EKSEKUTIF**  
**PT Maritim Industri Indonesia ( MARINA )**  
**“ Perusahaan Galangan Kapal ”**

PT. Maritim Industri Indonesia (MARINA) merupakan sebuah perusahaan galangan kapal yang muncul untuk dapat menyelesaikan masalah pelanggan. Dengan dapat mempercepat lead time produksi dibandingkan kompetitor, produk yang dapat mengurangi biaya operasional pelanggan, dan inisiasi digitalisasi yang ditawarkan kepada pelanggan Marina berharap dapat menjadi salah satu pemain terdepan dalam industri produksi galangan kapal.

Dari sisi korporat strategi, Marina mempunyai visi Menjadi mitra solusi pembangunan kapal yang unggul untuk produktivitas pelanggan. Didalam lean canvas model, customer segments PT Marina adalah B2B. Unique value proposition yang ditawarkan adalah sistem digitalisasi di segala segmen seperti customisasi desain kapal jenis tug dan barge yang bisa dilakukan secara online melalui website perusahaan. Sedangkan unfair advantage yang dimiliki PT Marina adalah pabrik dan kantor yang menerapkan lean manufacturing di setiap lini dan prosesnya, pengembangan Rnd dan engineering value.

Berdasarkan analisis risiko terdapat 24 risiko yang berpotensi mengganggu operasional bisnis PT Marina sebagai sebuah perusahaan industri galangan. Risiko – risiko tersebut di analisis berdasarkan faktor internal dan eksternal dalam konteks pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan keuangan dimana setiap konteks memiliki tingkat risiko yang berbeda. Terdapat tujuh risiko kategori sangat tinggi dan enam risiko kategori tinggi yang menjadi fokus kegiatan mitigasi perusahaan sesuai dengan tujuan jangka pendek manajemen risiko. Lima risiko kateogi sedang akan dilakukan mitigasi dalam jangka menengah dan sisanya tidak dilakukan mitigasi karena dapat diterima oleh perusahaan.

**Kata kunci :** Galagan kapal, Marina, Digitalisasi.

## EXECUTIVE SUMMARY

### PT Maritim Industri Indonesia ( MARINA )

#### “Shipyard Company”

PT. Maritim Industri Indonesia (MARINA) is a shipbuilding company that emerged to be able to solve customer problems. By being able to accelerate production lead times compared to competitors, products that can reduce customer operational costs, and the initiation of digitalization offered to customers Marina hopes to become one of the leading players in the shipbuilding production industry.

From a corporate strategy perspective, Marina has a vision to become a superior shipbuilding solution partner for customer productivity. In the lean canvas model, PT Marina's customer segments are B2B. The unique value proposition offered is a digitalization system in all segments, such as customizing the design of tug and barge vessels that can be done online through the company's website. Meanwhile, PT Marina's unfair advantages are factories and offices that implement lean manufacturing in every line and process, Rnd development and engineering values.

Based on the risk analysis, there are 24 risks that have the potential to disrupt the business operations of PT Marina as a shipbuilding industry company. These risks are analyzed based on internal and external factors in the context of marketing, operations, human resources, and finance where each context has a different level of risk. There are seven very high risk categories and six high category risks which are the focus of the company's mitigation activities in accordance with the short-term risk management objectives. Five moderate category risks will be mitigated in the medium term and the rest will not be mitigated because they are acceptable to the company.

**Keywords :** Shipyard, Marina, Digitization.