

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| ABSTRAK | xii |
| <i>ABSTRACT</i> | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian | 7 |
| 1.7 Sistematika Penulisan | 7 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 9 |
| 2.1 Strategi Korporat..... | 9 |
| 2.1.1 Diversifikasi | 10 |
| 2.2 Strategi Pengasuhan | 11 |
| 2.2.1 Karakteristik Perusahaan Induk | 13 |
| 2.1.2 Karakteristik Unit Bisnis..... | 14 |
| 2.2 <i>Parenting Fit Matrix</i> | 16 |
| 2.3 Kapabilitas Dinamis..... | 18 |
| 2.4 Strategi Pengendalian Korporat | 21 |
| 2.5 Model Penelitian | 22 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN | 24 |

| | | |
|---------------|---|-----------|
| 3.1 | Desain Penelitian | 24 |
| 3.2 | Metode Pengumpulan Data..... | 24 |
| 3.3 | Instrumen Penelitian | 25 |
| 3.3.1 | Instrumen Wawancara..... | 26 |
| 3.3.2 | Instrumen Kuesioner | 28 |
| 3.4 | Metode Analisis Data..... | 33 |
| 3.5 | Profil Perusahaan | 34 |
| 3.5.1 | Majalah Suara Muhammadiyah | 37 |
| 3.5.2 | Toko Suara Muhammadiyah..... | 37 |
| 3.5.3 | Bulogmu & Log-MART | 38 |
| 3.5.4 | SM Penerbitan..... | 39 |
| 3.5.5 | SM Logistik..... | 39 |
| 3.5.6 | SM Kreatif & EO | 40 |
| 3.5.7 | SM Tour dan Travel..... | 40 |
| 3.5.8 | SM Pusat Data Penelitian & Pengembangan | 40 |
| BAB IV | DISKUSI DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 4.1 | Kesesuaian Karakteristik Peluang Pengasuhan Unit Bisnis dan Karakteristik Perusahaan Induk | 41 |
| 4.1.1 | Unit Bisnis Bulogmu & Logmart..... | 42 |
| 4.1.2 | Unit Bisnis Tour & Travel | 45 |
| 4.1.3 | Unit Bisnis Pusat Data dan Litbang | 47 |
| 4.1.4 | Unit Bisnis Majalah | 49 |
| 4.1.5 | Unit Bisnis Logistik | 51 |
| 4.1.6 | Unit Bisnis Toko Suara Muhammadiyah..... | 52 |
| 4.1.7 | Unit Bisnis Penerbitan | 54 |
| 4.1.8 | Unit Bisnis Kreatif | 56 |
| 4.2 | Kesesuaian Karakteristik Faktor Sukses Kritis Unit Bisnis dan Karakteristik Perusahaan Induk | 57 |
| 4.2.1 | Unit Bisnis Bulogmu & Logmart..... | 58 |
| 4.2.2 | Unit Bisnis Tour and Travel..... | 60 |
| 4.2.3 | Unit Bisnis Pusat Data dan Litbang | 62 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2.4 Unit Bisnis Majalah | 63 |
| 4.2.5 Unit Bisnis Logistik | 65 |
| 4.2.6 Unit Bisnis Toko Suara Muhammadiyah | 66 |
| 4.2.7 Unit Bisnis Penerbitan | 68 |
| 4.2.8 Unit Bisnis Kreatif | 69 |
| 4.3 Posisi Unit Bisnis dalam Parenting Fit Matrix | 71 |
| 4.4 Hasil Evaluasi Penilaian <i>Parenting Fit Matrix</i> | 73 |
| 4.4.1 Logmart & Bulogmu | 73 |
| 4.4.2 Majalah | 74 |
| 4.4.3 Toko SM | 75 |
| 4.4.4 SM Kreatif | 75 |
| 4.4.5 Pusat Data & Litbang | 75 |
| 4.4.6 Tour & Travel | 76 |
| 4.4.7 Logistik | 77 |
| 4.4.8 Penerbitan | 77 |
| 4.5 Rekomendasi Strategi Alternatif PT Syarikat Cahaya Media | 78 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 81 |
| 5.1 Simpulan | 81 |
| 5.2 Saran | 82 |
| 5.3 Implikasi | 82 |
| 5.4 Keterbatasan | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA | 84 |
| LAMPIRAN | 86 |