

## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan .....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Batasan Masalah .....	7
1.7 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II LANDASAN TEORI .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Konsep Strategi Perusahaan.....	9
2.1.2 Logika Nilai Tambah .....	15
2.1.3 Manajemen atau Parenting Strategi .....	17
2.1.4 Sinergi.....	18

2.1.5	Alat Untuk Mengelola Beragam Bisnis Dalam Korporasi .....	20
2.1.6	BCG Matriks.....	21
2.2	Kerangka Penelitian .....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		26
3.1	Desain Penelitian .....	26
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.2.1	Jenis Data.....	26
3.2.2	Sumber Data .....	27
3.3	Metode Analisis .....	27
3.4	Profil Perusahaan .....	28
3.4.1	PT Rekayasa Industri .....	28
3.4.2	PT Mega Eltra.....	29
3.4.3	PT Pupuk Indonesia Logistik.....	30
3.4.4	PT Pupuk Indonesia Utilitas .....	31
3.4.5	PT Pupuk Indonesia Pangan .....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		34
4.1	Strategi Parenting PIHC dalam Master Plan dan Rencana Jangka Panjang	34
4.2	Penentuan <i>Parenting Characteristic</i> PIHC.....	41
4.3	Penentuan <i>Critical Success Factor</i> PT Rekayasa Industri (“Rekind”).....	45
4.4	Penetapan <i>Critical Succes Factor</i> PT Mega Eltra (“ME”) .....	46
4.5	Penetapan <i>Critical Succes Factor</i> PT Pupuk Indonesia Logistik(“Pilog”)	47

4.6	Penetapan <i>Critical Succes Factor</i> PT Pupuk Indonesia Utilitas (“PIU”).	48
4.7	Penetapan <i>Critical Succes Factor</i> PT Pupuk Indonesia Pangan (“PIP”).	49
4.8	Pembobotan <i>Critical Success Factor</i> Rekind .....	50
4.9	Pembobotan <i>Critical Success Factor</i> ME.....	50
4.10	Pembobotan <i>Critical Success Factor</i> Pilog .....	51
4.11	Pembobotan <i>Critical Success Factor</i> PIU .....	52
4.12	Pembobotan <i>Critical Success Factor</i> PIP .....	53
4.13	Deskripsi dan Pembobotan <i>Parenting Opportunities</i> .....	54
4.14	Deskripsi dan Pembobotan <i>Parenting Opportunities</i> Rekind.....	55
4.15	Deskripsi dan Pembobotan <i>Parenting Opportunities</i> ME .....	56
4.16	Deskripsi dan Pembobotan <i>Parenting Opportunities</i> Pilog.....	57
4.17	Deskripsi dan Pembobotan <i>Parenting Opportunities</i> PIU .....	57
4.18	Deskripsi dan Pembobotan <i>Parenting Opportunities</i> PIP .....	58
4.19	Kesesuaiaan <i>Parent Characterictic</i> dengan <i>Critical Success Factor</i> dan <i>Parent Opportunities</i> Rekind.....	59
4.20	Kesesuaiaan <i>Parenting Characterictic</i> dengan <i>Critical Success Factor</i> dan <i>Parent Opportunities</i> ME .....	60
4.21	Kesesuaiaan <i>Parenting Characterictic</i> dengan <i>Critical Success Factor</i> dan <i>Parent Opportunities</i> Pilog .....	62
4.22	Kesesuaiaan <i>Parenting Characterictic</i> dengan <i>Critical Success Factor</i> dan <i>Parent Opportunities</i> PIU .....	63
4.23	Kesesuaiaan <i>Parent Characterictic</i> dengan <i>Critical Success Factor</i> dan <i>Parenting Opportunities</i> PIP .....	65

4.24	<i>Parenting Fit Matrix</i> .....	66
4.25	Dampak Perubahan Strategi Parenting terhadap Anak Perusahaan Non Pupuk. ....	70
4.26	BCG Matriks Anak Perusahaan Non Pupuk. ....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		82
5.1	Kesimpulan .....	82
5.2	Saran .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....		85
LAMPIRAN.....		87