

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
INTISARI.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Bagi Kalangan Praktisi	8
1.4.2. Bagi Kalangan Akademisi.....	8
1.5. Landasan Teori.....	9
1.6. Metode Penelitian.....	13
1.6.1. Batasan Penelitian	13
1.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	14
1.6.3. Metode Analisis Data.....	15

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Strategi Korporat	18
2.2. Pengertian Strategi Diversifikasi.....	20
2.3. Pengertian Corporate Parenting Framework.....	23
2.4. Pengaruh Korporat terhadap Unit Bisnis.....	30
2.5. Pengertian Badan Usaha Milik Negara.....	35

BAB III. GAMBARAN UMUM PT RAJAWALI NUSANTARA INDONESIA

3.1. Sejarah Perkembangan PT Rajawali Nusantara Indonesia.....	37
3.2. Strategi Diversifikasi PT Rajawali Nusantara Indonesia	41
3.3. Profil Unit Bisnis PT Rajawali Nusantara Indonesia	41
3.3.1. Agro Industri	41
3.3.1.1. Industri Gula	41
3.3.1.2. Perkebunan	43
3.3.2. Farmasi dan Alat Kesehatan	44
3.3.3. Perdagangan Umum dan Jasa.....	45

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Pendekatan Analisis Terstruktur	49
4.1.1. PT Rajawali Nusantara II	49
4.1.2. PT Mitra Ogan.....	57
4.1.3. PT Mitra Kerinci.....	68

4.1.4. PT Phapros Tbk.	79
4.1.5. PT Mitra Banjaran	94
4.1.6. PT GIEB.....	103
4.1.7. PT Rajawali Glove Corporation.....	109
4.2. Strategi Korporat: <i>Corporate Parenting Framework</i>.....	118
4.2.1. PT Rajawali Nusantara II	118
4.2.2. PT Mitra Ogan.....	120
4.2.3. PT Mitra Kerinci.....	121
4.2.4. PT Phapros Tbk.	123
4.2.5. PT Mitra Banjaran	124
4.2.6. PT GIEB.....	126
4.2.7. PT Rajawali Glove Corporation.....	127
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	129
5.2. Saran	132
DAFTAR PUSTAKA.....	134

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Daftar Unit Bisnis PT Rajawali Nusantara Indonesia	4
Tabel 1.2.	Pertumbuhan Rugi-Laba Bisnis Unit PT Rajawali Nusantara Indonesia tahun 1999-2003 (dalam %).	5
Tabel 1.3.	Kontribusi Laba per Divisi PT Rajawali Nusantara Indonesia tahun 2003.	6
Tabel 1.4.	Identifikasi <i>critical success factors</i> unit bisnis A.	12
Tabel 1.5.	Identifikasi <i>parenting opportunities</i> unit bisnis A.	12
Tabel 1.6.	Daftar Unit Bisnis Sampel Penelitian Penerapan <i>Corporate Parenting Framework</i> PT Rajawali Nusantara Indonesia.	14
Tabel 4.1.	Pabrik-Pabrik di PT Rajawali Nusantara II.	49
Tabel 4.2.	Identifikasi terhadap <i>critical success factors</i> dari PT Rajawali Nusantara II	53
Tabel 4.3.	Identifikasi terhadap <i>parenting opportunities</i> dari PT Rajawali Nusantara II.	56
Tabel 4.4.	Identifikasi terhadap <i>critical success factors</i> dari PT Mitra Ogan.	62
Tabel 4.5.	Identifikasi terhadap <i>parenting opportunities</i> dari PT Mitra Ogan.	68
Tabel 4.6.	Identifikasi terhadap <i>critical success factors</i> dari PT Mitra Kerinci.	73
Tabel 4.7.	Identifikasi terhadap <i>parenting opportunities</i> dari PT Mitra Kerinci.	79

Tabel 4.8.	<i>Portofolio Product</i> PT Phapros Tbk.	81
Tabel 4.9.	Identifikasi terhadap <i>critical success factors</i> dari PT Phapros Tbk.....	88
Tabel 4.10.	Identifikasi terhadap <i>parenting opportunities</i> dari PT Phapros Tbk.....	93
Tabel 4.11.	Identifikasi terhadap <i>critical success factors</i> dari PT Mitra Banjarn.....	98
Tabel 4.12.	Identifikasi terhadap <i>parenting opportunities</i> dari PT Mitra Banjarn.....	102
Tabel 4.13.	Identifikasi terhadap <i>critical success factors</i> dari PT GIEB.....	105
Tabel 4.14.	Identifikasi terhadap <i>parenting opportunities</i> dari PT GIEB.....	109
Tabel 4.15.	Identifikasi terhadap <i>critical success factors</i> dari PT Rajawali Gloves Corporation.....	113
Tabel 4.16.	Identifikasi terhadap <i>parenting opportunities</i> dari PT Rajawali Gloves.....	116
Tabel 4.17.	Identifikasi kesesuaian <i>critical success factors</i> dan <i>parenting opportunities</i> dengan <i>parenting characteristics</i> keseluruhan unit bisnis dari PT Rajawali Nusantara Indonesia.....	116
Tabel 5.1.	Kesimpulan Strategi Korporat: <i>Corporate Parenting Framework</i>	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Posisi Bisnis Unit A dalam <i>Parenting Fit Matrix</i>	13
Gambar 2.1.	Korporat Berfungsi Sebagai Penghubung (<i>Intermediary</i>) Antara Unit Bisnis Dengan Investor/Pemegang Saham.....	30
Gambar 4.1.	Produksi Industri Kelapa Sawit.....	64
Gambar 4.2.	Pengembangan Industri Hilir Kelapa Sawit.....	65
Gambar 4.3.	Posisi Unit Bisnis PT Rajawali Nusantara Indonesia dalam <i>Parenting Fit Matrix</i>	117