

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHANii
LEMBAR PERNYATAANiii
KATA PENGANTARiv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Pertanyaan Penelitian	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.6 Lingkup Penelitian	16
1.7 Sistematika Penulisan	16
 BAB II LANDASAN TEORI	 18
2.1 Konsep Dasar Manajemen Strategik	18
2.2 Strategi Diversifikasi	20
2.3 Rantai Nilai (<i>Value Chain</i>)	22
2.4 <i>Strategic Fit</i>	26
2.5 Sinergi	29
2.6 Keunggulan Korporat (<i>Corporate Advantage</i>)	31

BAB III	METODE PENELITIAN	37
3.1	Desain Penelitian	37
3.2	Metode Pengumpulan Data	38
3.3	Instrumen Penelitian	39
3.4	Metode Analisis Data	40
3.5	Profil Perusahaan	41
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1	Rantai Nilai Masing – Masing Unit Bisnis IMS Grup	45
4.1.1	Rantai Nilai IMS	45
4.1.2	Rantai Nilai IMSS	51
4.1.3	Rantai Nilai IMST	57
4.1.4	Rantai Nilai IMSC	62
4.2	Analisis <i>Strategic Fit</i> Antar Unit Bisnis IMS Grup	67
4.2.1	Aktivitas Primer	67
4.2.2	Aktivitas Pendukung	76
4.3	Analisis Terciptanya Sinergi Antara Unit Bisnis IMS Grup	82
4.4	Analisis Keunggulan Korporat Pada IMS Grup	87
4.4.1	Sumber Daya	87
4.4.2	Bisnis	94
4.4.3	Keunggulan Bersaing	96
4.4.4	Organisasi	97
4.4.5	Kontrol dan <i>Reward</i>	101
4.4.6	Koherensi	102
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	104
5.1	Simpulan	104
5.2	Implikasi	106
5.3	Keterbatasan	106
5.4	Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109

LAMPIRAN	110
----------------	-----