

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| Lembar Judul | i |
| Lembar Pengesahan | ii |
| Lembar Pernyataan | iii |
| Kata Pengantar | iv |
| Daftar Isi | vi |
| Daftar Gambar | viii |
| Daftar Tabel | ix |
| Daftar Lampiran | x |
| Abstrak | xi |
| Abstract | xii |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3. Pertanyaan Penelitian | 7 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.6. Lingkup Penelitian | 9 |
| 1.7. Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB 2. LANDASAN TEORI | 11 |
| 2.1. Diversifikasi | 11 |
| 2.1.1. Pengertian Diversifikasi | 11 |
| 2.1.2. Motivasi Strategis untuk Diversifikasi | 11 |
| 2.1.3. Tipe Diversifikasi | 12 |
| 2.2. Uji Diversifikasi | 14 |
| 2.2.1. Uji Daya Tarik (Attractiveness Test) | 14 |
| 2.2.2. Uji Biaya Masuk (Cost of Entry Test) | 14 |
| 2.2.3. Uji Lebih Baik (Better Off Test) | 15 |
| 2.3. Lima Kekuatan Porter | 17 |
| 2.3.1. Threats of New Entrants (Ancaman Pendetang Baru) | 18 |
| 2.3.2. <i>Bargaining Power of Buyer</i> (Kekuatan Daya Tawar Pembeli) | 20 |
| 2.3.3. <i>Bargaining Power of Suppliers</i> (Kekuatan Daya Tawar Pemasok) | 22 |

| | | |
|----------|--|----|
| 2.3.4. | <i>Threats of Substitute Product (Ancaman terhadap Barang Pengganti)</i> | 24 |
| 2.3.5. | <i>Rivalry Among Existing (Persaingan Diantara Pesaing)</i> | 24 |
| 2.4. | Kajian Penelitian Terdahulu | 24 |
| 2.5. | Kerangka Penelitian | 25 |
| BAB 3. | METODE PENELITIAN | 29 |
| 3.1. | Desain Penelitian | 29 |
| 3.2. | Metoda Pengumpulan Data | 31 |
| 3.3. | Informan Penelitian | 32 |
| 3.4. | Teknik Analisis Data | 32 |
| 3.5. | Objek Penelitian | 32 |
| 3.5.1. | Profil Perusahaan | 32 |
| 3.5.2. | Tinjauan Bisnis | 34 |
| BAB 4. | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 37 |
| 4.1. | Proses Penelitian | 37 |
| 4.2. | Strategi Diversifikasi | 38 |
| 4.3. | Analisis <i>Attractiveness Test</i> | 44 |
| 4.3.1. | Ancaman Pendaatang Baru (<i>Threat of New Entrants</i>) | 49 |
| 4.3.2. | Kekuatan Pemasok (<i>Bargaining Power of Suppliers</i>) | 50 |
| 4.3.3. | Kekuatan Pembeli (<i>Bargaining Power of Buyers</i>) | 50 |
| 4.3.4. | Ancaman Produk Substitusi (<i>Threat of Substitutes</i>) | 51 |
| 4.3.5. | Persaingan Antar Pesaing (<i>Rivalry Among Existing Competitors</i>) | 51 |
| 4.3.6. | Ringkasan Daya Tarik Industri MRO untuk Pasar IPP | 52 |
| 4.4. | Analisis Cost of Entry | 55 |
| 4.5. | Analisis Better of Test | 68 |
| 4.6. | Strategic Fit | 76 |
| 4.7. | Hasil Uji Diversifikasi | 80 |
| BAB 5. | KESIMPULAN DAN SARAN | 82 |
| 5.1. | Kesimpulan | 82 |
| 5.2. | Implikasi | 83 |
| 5.3. | Keterbatasan | 84 |
| 5.4. | Saran | 85 |
| LAMPIRAN | | 89 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1-1 Struktur Grup PLN Indonesia Power | 3 |
| Gambar 1-2 Realisasi Revenue Beyond kWh di Unit dan Anak Perusahaan | 5 |
| Gambar 2-1 Porter's Value Chain Model..... | 15 |
| Gambar 2-2 Lima Kekuatan Porter | 18 |
| Gambar 2-3 Kerangka Penelitian | 25 |
| Gambar 4-1 Grafik Five Forces Porter Sumber: data diolah peneliti | 49 |
| Gambar 4-2 Five Forces Porter Weighted Score..... | 54 |
| Gambar 4-3 Strategic Fit..... | 76 |
| Gambar 4-4 Rantai Nilai Bisnis MRO | 80 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3-1 Daftar Narasumber UBH | 32 |
| Tabel 4-1 Kriteria Strategi Masuk Industri | 42 |
| Tabel 4-2 Rekapitulasi Kuesioner Attractiveness Test | 44 |
| Tabel 4-3 Rekapitulasi Kuesioner Attractiveness Test Industri MRO PLN Indonesia Power | 52 |
| Tabel 4-4. Estimasi Biaya Kebutuhan Sertifikasi Experties | 57 |
| Tabel 4-5 Estimasi Biaya Tools dan Equipment Tambahan | 58 |
| Tabel 4-6 Estimasi Biaya Pemasaran dan Legalitas | 59 |
| Tabel 4-7 Estimasi Biaya Pelaksanaan Proyek Tahun Pertama | 59 |
| Tabel 4-8 Rekapitulasi Estimasi Biaya Masuk | 60 |
| Tabel 4-9 Historis Pendapatan dan Biaya MRO UBH | 61 |
| Tabel 4-10 Asumsi-Asumsi Yang Digunakan Pada Financial Model | 62 |
| Tabel 4-11 Financial Model, CAGR 3,5% | 64 |
| Tabel 4-12 Financial Model, CAGR 2.5% | 65 |
| Tabel 4-13 Financial Model, CAGR 4.5% | 66 |
| Tabel 4-14 Rangkuman Hasil Finansial | 67 |
| Tabel 4-15 Hasil Kuesioner Better Off Test | 68 |
| Tabel 4-16 Kesesuaian Rantai Nilai Bisnis Perusahaan Dengan Bisnis MRO Untuk Pasar IPP | 73 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Lembar Isian Kuesioner Attractiveness Test | 90 |
| Lampiran 2. Lembar Isian Kuesioner Better Off Test..... | 95 |
| Lampiran 3. Transkrip Wawancara Dengan Narasumber 1 | 98 |
| Lampiran 4. Transkrip Wawancara Dengan Narasumber 2 | 102 |
| Lampiran 5. Transkrip Wawancara Dengan Narasumber 3 | 107 |