AnalisisÂ Corporate Parenting StrategyÂ Dalam Menciptakan Nilai Tambah Pada Anak Perusahaan PT
Kereta Api Indonesia (Persero)
Noval Hamonangan Siagian, Prof. Drs. Wakhid Slamet Ciptono, M.B.A., M.P.M., M.P.U., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **x**
INTISARI ..... **xi**
ABSTRACT ..... **xii**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
I.1. Latar Belakang **1**
I.2. Rumusan Masalah **7**
I.3. Pertanyaan Penelitian **10**
I.4. Tujuan Penelitian **11**
I.5. Manfaat Penelitian **11**
I.6. Lingkup Penelitian **12**
I.7. Sistematika Penulisan **13**
BAB II **15**
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN **15**
II.1. Strategi Korporasi **15**
II.1.1. Pengertian dan Ruang Lingkup Strategi Korporasi 16
II.1.2. Tingkatan Strategi dalam Perusahaan Multi unit 18
II.2. Strategi Diversifikasi dalam Korporasi **20**
II.2.1. Jenis-Jenis Strategi Diversifikasi 23
II.3. Corporate Parenting Strategy **25**
II.3.1. Konsep dan Peran Perusahaan Induk (*Corporate Parent*) 28
II.3.2. *Parenting Advantage, Parenting Misfit* dan *Value Destruction* 30
II.4. Pengelolaan Unit Bisnis dalam Grup Usaha **32**
II.4.1. Hubungan Induk dan Unit Bisnis 34
II.4.2. Karakteristik Anak Perusahaan dalam Perusahaan Multi bisnis 36
II.5. Corporate Parenting Framework **39**
II.6. Strategi Pengelolaan Unit Bisnis (*Parenting Style*) **43**
II.7. Penelitian Terdahulu dan Posisi Penelitian **45**

UNIVERSITAS GADJAH MADA
AnalisisÂ Corporate Parenting StrategyÂ Dalam Menciptakan Nilai Tambah Pada Anak Perusahaan PT
Kereta Api Indonesia (Persero)
Noval Hamonangan Siagian, Prof. Drs. Wakhid Slamet Ciptono, M.B.A., M.P.M., M.P.U., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

II.8. Kerangka Pemikiran Penelitian 49

BAB III 54

METODE PENELITIAN 54

III.1. Desain Penelitian 54

III.2. Metode Pengumpulan Data 56
III.2.1. Jenis Data 56
III.2.2. Teknik Pengumpulan Data 58
III.2.3. Informan Penelitian 59
III.2.4. Waktu dan Lokasi Penelitian 62

III.3. Instrumen Penelitian 64
III.3.1. Panduan Wawancara 64
III.3.2. Matriks Analisis Data 66
III.3.3. Dokumentasi dan Pencatatan Data 67
III.3.4. Formulir Konfirmasi Informan 69

III.4. Metode Analisis Data 70
III.4.1. Identifikasi *Critical Success Factors* dan *Parenting Opportunities* 70
III.4.2. Identifikasi *Parenting Characteristics* Perusahaan Induk 72
III.4.3. Penilaian Tingkat Kesesuaian (*Parenting Fit*) 73
III.4.4. Pemetaan dalam *Parenting Fit Matrix* 75

III.5. Profil Kasus dan Portofolio Anak Perusahaan 76
III.5.1. PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai *Corporate Parent* 78
III.5.2. Portofolio Anak Perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) 78
III.5.3. Karakteristik Umum Anak Perusahaan dalam Grup KAI 80
III.5.4. Dinamika Pengelolaan Portofolio Anak Perusahaan 81
III.5.5. Relevansi Kasus terhadap *Corporate Parenting Framework* 82

BAB IV 84

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 84
IV.1. *Parenting Characteristics* PT KAI sebagai Perusahaan Induk 84
IV.2. *Critical Success Factors* Anak Perusahaan 89
IV.3. *Parenting Opportunities* PT KAI terhadap Anak Perusahaan 94
IV.4. Penilaian Tingkat Kesesuaian (*Parenting Fit*) 99
IV.5. Makna Posisi Anak Perusahaan dalam *Parenting Fit Matrix* 106
IV.6. Ringkasan Hasil Analisis 111

BAB V 114

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI 114
V.1. Kesimpulan 114
V.2. Rekomendasi Manajerial 117
V.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya 120

DAFTAR PUSTAKA 123

LAMPIRAN 125

AnalisisÂ Corporate Parenting StrategyÂ Dalam Menciptakan Nilai Tambah Pada Anak Perusahaan PT
Kereta Api Indonesia (Persero)
Noval Hamonangan Siagian, Prof. Drs. Wakhid Slamet Ciptono, M.B.A., M.P.M., M.P.U., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume Penumpang Angkutan Kereta Api di Indonesia (2019-2025) (dalam juta orang) 2

Tabel 1.2 Gambaran Skala Aset Beberapa Anak Usaha PT Kereta Api Indonesia (Persero) (dalam ribu rupiah, sebelum eliminasi) 5

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan 48

Tabel 3.1 Daftar Informan Penelitian..... 61

Tabel 3.2 Skala Penilaian Kesesuaian..... 73

Tabel 4.1 Ringkasan Critical Success Factor Anak Perusahaan PT KAI 89

Tabel 4.2 Ringkasan Parenting Opportunities PT KAI terhadap Anak Perusahaan..... 95

Tabel 4.3 Rekapitulasi Penilaian Tingkat Kesesuaian Pengasuhan PT KAI 102

Tabel 4.4 Pembacaan Nilai Gabungan untuk Parenting Fit Matrix 103

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**AnalisisÂ Corporate Parenting StrategyÂ Dalam Menciptakan Nilai Tambah Pada Anak Perusahaan PT
Kereta Api Indonesia (Persero)**
Noval Hamonangan Siagian, Prof. Drs. Wakhid Slamet Ciptono, M.B.A., M.P.M., M.P.U., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Volume Penumpang Angkutan Kereta Api di Indonesia..... 2

Gambar 1.2 Grafik Volume Barang Angkutan Kereta Api di Indonesia..... 3

Gambar 1.3 Grafik Skala Aset Anak Usaha PT KAI 2021-2025 5

Gambar 2.1 Parenting Fit Matrix – Heartland Matrix dalam Corporate Parenting Strategy 42

Gambar 2.2 Kerangka Penelitian 51

Gambar 3.1 Struktur Portofolio Anak Usaha KAI..... 79

Gambar 4.1 Karakteristik Pengasuhan PT KAI sebagai Perusahaan Induk..... 84

Gambar 4.2 Pemetaan Anak Perusahaan PT KAI dalam Parenting Fit Matrix ..104