



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Formulasi strategi penciptaan shareholder value di industri retail Indonesia tahun 2004-2008 menggunakan penerapan konsep value building growth
SARI, Monikha Pravita, Mudrajad Kuncoro, Prof.,Dr.,M.Soc.Sc
Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Intisari	x
Abstract	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Batasan Penelitian.....	11
1.5 Kontribusi	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Pertumbuhan Perusahaan.....	17
2.3 <i>Value Building Growth (VBG)</i>	22
BAB III. METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Sampel / Data.....	30
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3 Langkah-langkah Analisis Data.....	31
BAB IV. PROFIL INDUSTRI RETAIL INDONESIA DAN PROFIL PERUSAHAAN	36
4.1 Profil Industri <i>Retail</i> Indonesia.....	36
4.2 Profil PT. Alfa Retailindo, Tbk.....	41



4.3 Profil PT. Hero Supermarket, Tbk.....	44
-------------------------------------------	----

4.4 Profil PT. Matahari Putra Prima, Tbk	45
------------------------------------------------	----

4.5. Profil PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk	46
-----------------------------------------------------	----

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1.Data	50
----------------	----

5.1.1. Data PT. Alfa Retailindo, Tbk	50
--------------------------------------------	----

5.1.2. Data PT. Hero Supermarket, Tbk.....	51
--------------------------------------------	----

5.1.3. Data PT. Matahari Putra Prima, Tbk.....	52
------------------------------------------------	----

5.1.4. Data PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk.....	53
----------------------------------------------------	----

5.2.Analisis Data.....	54
------------------------	----

5.2.1. Analisis PT. Alfa Retailindo, Tbk.....	54
-----------------------------------------------	----

5.2.2. Analisis PT. Hero Supermarket, Tbk	58
-------------------------------------------------	----

5.2.3. Analisis PT. Matahari Putra Prima, Tbk	61
-----------------------------------------------------	----

5.2.4. Analisis PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk	63
---------------------------------------------------------	----

5.2.5. Perhitungan Rata-rata Industri	66
---------------------------------------------	----

5.2.6. Analisis dengan <i>VBG Matrix</i>	67
------------------------------------------------	----

5.3.Formulasi Strategi.....	68
-----------------------------	----

5.3.1. Formulasi Strategi PT. Alfa Retailindo, Tbk	68
----------------------------------------------------------	----

5.3.2. Formulasi Strategi PT. Hero Supermarket, Tbk.....	73
----------------------------------------------------------	----

5.3.3. Formulasi Strategi PT. Matahari Putra Prima, Tbk dan PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk	78
--------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	79
------------------------------------	----

6.1.Kesimpulan	81
----------------------	----

6.2.Saran	83
-----------------	----

Daftar Pustaka	85
----------------------	----