

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GRAFIK.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 PERTANYAAN PENELITIAN.....	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	9
1.5 LINGKUP PENELITIAN	10
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	10
 BAB II TELAAH LITERATUR	 12
2.1 Kebijakan <i>Multi Distributorship</i> PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk ..	12
2.2 Strategi Multi Distributorship	14
2.3.1 Pengertian Strategi Multi Distributorship.....	14
2.3.2 Multi Distributorship dalam Multi Channel Distribution.....	15
2.3.3 Evaluasi Bisnis Distributor Anggota <i>Multi Distributorship</i>	19
2.3 Teori Manajemen.....	23
2.4 Akusisi Industri Semen	24
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu.....	25
2.6 Kerangka Penelitian.....	27

BAB III METODA PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Metoda Pengumpulan Data	30
3.3 Definisi Operasional	33
3.4 Metoda Analisis Data	34
3.5 Profil Kasus	35
3.6 Masalah Utama	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	36
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian	36
4.3.1 PT. Semen Indonesia Distributor (SID)	36
4.3.2 Koperasi Warga Semen Gresik (KWSG)	37
4.3.3 PT Berhasil Indonesia Gemilang (BIG)	38
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Penerapan Kebijakan dalam Penilaian Kinerja Distributor	39
4.2.2 Peningkatan Nilai Tambah Bagi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk Melalui Penerapan Strategi <i>Multi Distributorship</i>	47
4.3 Hasil Analisis	48
4.3.1 Analisis Penerapan Kebijakan dalam Penilaian Kinerja Distributor	49
4.3.2 Analisis Bahwa Strategi <i>Multi Distributorship</i> Dapat Meningkatkan Nilai Tambah Bagi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk	58
4.3.3 Analisis Perbaikan Rantai Nilai Operasional dalam Lingkup <i>Multi Distributorship</i>	65
BAB V SIMPULAN	71
5.1 Simpulan	71
5.2 Implikasi	73
5.3 Keterbatasan	74
5.4 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76