

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Batasan Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Strategi Korporat	11
2.2 Strategi Diversifikasi	13
2.3 <i>Corporate Parenting Framework</i>	17
2.3.1 <i>Critical Success Factors</i>	18
2.3.2 <i>Parenting Opportunities</i>	18
2.3.3 <i>Parenting Characteristics</i>	21
2.3.4 <i>Parenting Fit Matrix</i>	23
2.4 Strategi Dalam Mengasuh Unit Bisnis	25

BAB III METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN

3.1 Metode Penelitian	31
3.2 Metode Pengumpulan Data	31
3.3 Jenis Data	33
3.4 Metode Analisis Data	33
3.5 Profil Perusahaan	36
3.5.1 Profil PT. GMUM	36
3.5.2 Profil Unit-unit Bisnis PT. GMUM	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pendekatan Analisis Terstruktur	46
4.1.1 GadjahMada University Club (UC)	47
4.1.2 Gama Konsultan	56
4.1.3 Gama Multi Finance (GMF)	65
4.1.4 Rumah Sehat dan Apotek UGM	72
4.1.5 Gama Auto Service (GAS)	80
4.1.6 Gama Pos dan Logistik	89
4.1.7 Plaza Agro GadjahMada	98
4.1.8 Gama Giri Mandiri	105
4.2 Posisi Unit-unit Bisnis PT. GMUM	
Dalam <i>Parenting Fit Matrix</i>	114
4.2.1 GadjahMada University Club (UC)	114
4.2.2 Gama Konsultan	115
4.2.3 Gama Multi Finance (GMF)	115
4.2.4 Rumah Sehat dan Apotek UGM	116
4.2.5 Gama Auto Service (GAS)	117
4.2.6 Gama Pos dan Logistik	117
4.2.7 Plaza Agro GadjahMada	118
4.2.8 Gama Giri Mandiri	118

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	120
5.2 Saran	126

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Identifikasiterhadap <i>critical success factors</i> dari University Club	53
Tabel 4.2	Identifikasiterhadap <i>parenting opportunities</i> dari University Club	56
Tabel 4.3	Identifikasiterhadap <i>critical success factors</i> dari Gama Konsultan	62
Tabel 4.4	Identifikasiterhadap <i>parenting opportunities</i> dari Gama Konsultan	65
Tabel 4.5	Identifikasiterhadap <i>critical success factors</i> dari Gama Multi Finance	69
Tabel 4.6	Identifikasiterhadap <i>parenting opportunities</i> dari Gama Multi Finance	72
Tabel 4.7	Identifikasiterhadap <i>critical success factors</i> dari RumahSehatdanApotek UGM	77
Tabel 4.8	Identifikasiterhadap <i>parenting opportunities</i> dari RumahSehatdanApotek UGM	80
Tabel 4.9	Identifikasiterhadap <i>critical success factors</i> dari Gama Auto Service.....	84
Tabel 4.10	Identifikasiterhadap <i>parenting opportunities</i> dari Gama Auto Service	88
Tabel 4.11	Identifikasiterhadap <i>critical success factors</i> dari Gama PosdanLogistik	94
Tabel 4.12	Identifikasiterhadap <i>parenting opportunities</i> dari Gama PosdanLogistik	98
Tabel 4.13	Identifikasiterhadap <i>critical success factors</i> dari Plaza Agro GadjahMada	101
Tabel 4.14	Identifikasiterhadap <i>parenting opportunities</i> dari Plaza Agro GadjahMada	105

Tabel 4.15	Identifikasiterhadap <i>critical success factors</i> dari Gama GiriMandiri	108
Tabel 4.16	Identifikasiterhadap <i>parenting opportunities</i> dari Gama GiriMandiri	111
Tabel 4.17	RingkasanKoordinatSetiap Unit Bisnisdari PT. Gama Multi Usaha Mandiri	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Parenting Fit Matrix</i>	25
Gambar 2.2	<i>The Corporate Parent as Intermediary</i>	26
Gambar 2.3	<i>Corporate Strategy Framework</i>	29
Gambar 4.1	Posisimasing-masing unit bisnisdidalam <i>Parenting</i> <i>Fit Matrix</i>	113