

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Batasan Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	9
KAJIAN TEORI	9
2.1 Strategi dan Manajemen Strategik.....	9
2.2 Strategi Korporasi	11
2.3 <i>Parenting Strategy</i>	12
2.4 Kerangka Kerja Analisis Strategi Korporasi (<i>Parenting Advantage</i>).....	19
2.5 Teori <i>Value Creation</i> (Penciptaan <i>Value</i>).....	22
2.6 <i>Value Creation</i> PLN Indonesia Power	24
BAB III	26
METODA PENELITIAN	26
3.1 Metoda Penelitian	26
3.1.1 Kerangka Analisis.....	26
3.1.2 Rancangan Penelitian (<i>Design Research</i>).....	27
3.1.3 Metoda Pengumpulan Data (<i>Data Collection Method</i>).....	28
3.1.4 Metoda Analisis Data	38

3.2	Profil Perusahaan	39
3.2.1	Profil <i>Strategic Business Unit</i>	43
BAB IV		52
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Analisis Visi dan Misi <i>Subholding</i> PLN Indonesia Power	53
4.2	Identifikasi <i>Critical Succes Factor (CSF) Value Creation Strategic Business Unit (SBU)</i>	57
4.3	Identifikasi <i>Parenting Opportunities</i>	60
4.4	Identifikasi <i>Parenting Capabilities</i>	62
4.5	Identifikasi Spesifik Kebutuhan <i>Parenting Strategy</i>	64
4.6	Rancangan <i>Parenting Strategy</i> dan <i>Corporate Center</i>	68
4.7	Manajemen Resiko <i>Parenting Strategy</i>	73
BAB V		75
KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	76
DAFTAR		
PUSTAKA.....		78