

Daftar Isi

	Halaman
Kata Pengantar	iv
Abstrak	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
Bab I. Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Penelitian	7
1.6 Sistematikan Penulisan	8
Bab II. Tinjauan Teori	10
2.1 Konsep Manajemen Strategi	10
2.1.1 Pengertian	10
2.1.2 Manfaat Manajemen Strategi	11
2.1.3 Tahapan Manajemen Strategi	12
2.1.4 Model Manajemen Startegi	13
2.1.5 Pendekatan Manajemen Strategi	15
2.2 Pengertian dan Konsep Strategi	16
2.2.1 Tipe Tipe Strategi	17
2.2.2 Perumusan Strategi	18
2.2.3 Penilaian Strategi	19
2.2.4 Pengelompokan Strategi	20
2.2.5 Strategi Perusahaan	20
2.3 Corporate Parenting	22
2.4 Kreasi Nilai oleh Perusahaan Induk	23
2.5 Kesesuaian Pengasuhan	26
2.6 Alat Analisa Strategi Portofolio	33
Bab III. Metode Penelitian	38
3.1 Kerangka dan Alur Penelitian	38
3.2 Penentuan Sampel	40
3.3 Tipe Data dan Metode Pengumpulan Data	41
3.3.1 Tipe Data Penelitian	41
3.4 Metode Pengolahan Data	42
3.4.1 Pengolahan Data pada Matriks GE	42

3.4.2 Pengolahan Data pada Matriks TOWS	44
3.4.3 Pengolahan Data pada Parenting Fit Matriks	44
3.5 Metode Analisa Data	46
3.5.1 Metode Analisa Data Matriks GE	46
3.5.2 Metode Analisa Data Matriks TOWS	46
3.5.3 Metode Analisa Parenting Fix Matriks	47
Bab IV. Profil Perusahaan	50
4.1 Latar Belakang Perusahaan	50
4.1.1 Struktur Organisasi Perusahaan	51
4.1.2 Produk Perusahaan	52
4.1.3 Performa Perusahaan	52
4.1.4 Visi, Misi dan Strategi Perusahaan	55
Bab V. Hasil Penelitian dan Pembahasan	58
5.1 Strategi Arah PT. Kimia Farma (Persero), Tbk	58
5.2 Strategi Portofolio PT. Kimia Farma (Persero), Tbk	58
5.2.1 Kondisi Politik/Regulasi Kesehatan Indonesia	59
5.2.2 Kondisi Ekonomi Global dan Nasional	60
5.2.3 Kondisi Sosial Masyarakat Indonesia	62
5.2.4 Perkembangan Teknologi Farmasi Nasional	63
5.2.5 Kekuatan Bisnis Internal Perusahaan	64
5.3 Pengembangan Alternatif Strategi dengan Matrik GE	67
5.4 Identifikasi Matriks TOWS	76
5.5 Strategi Pengasuhan PT. Kimia Farma (Persero), Tbk	83
5.5.1 Identifikasi Faktor Sukses Kritis	83
5.5.1.1 Critical Success Factors KFTD, KFA dan SIL	83
5.5.1.2 Identifikasi Peluang Pengasuhan	84
5.5.2 Karakteristik Induk Perusahaan	85
5.5.3 Kesesuaian antara Karakteristik Pengasuhan dan Faktor Sukses Kritis	87
5.5.4 Kesesuaian Karakteristik dan Peluang Pengasuhan	91
5.6 Analisis Hubungan Pemetaan Strategi Perusahaan dengan Parenting Fit Mix	94
Bab VI. Kesimpulan dan Saran	101
6.1 Kesimpulan	101
6.2 Saran	102
Daftar Pustaka	104

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Matriks SWOT	37
Tabel 3.1 Rekapitulasi Data	42
Tabel 3.2 Paired Comparison untuk Indikator Daya Tarik Industri	43
Tabel 3.3 Contoh Tabel Peringkat	43
Tabel 3.4 Rekapitulasi Nilai dan Bobot	44
Tabel 3.5 Matriks SWOT	47
Tabel 4.1 Korporat Portofolio	52
Tabel 4.2 Kinerja Posisi Keuangan Konsolidasi	53
Tabel 4.3 Laba Rugi Komprehensif	53
Tabel 4.4 Rasio Keuangan Perusahaan	54
Tabel 5.1 Faktor-faktor Lingkungan Strategis PT. Kimia Farma (Persero), Tbk	66
Tabel 5.2 Skoring Faktor Daya Tarik Industri dan Faktor Kekuatan Bisnis PT. Kimia Farma (Persero), Tbk	70
Tabel 5.3 Skoring Faktor Eksternal Daya Tarik Industri Dan Faktor Internal Kekuatan Perusahaan PT. Kimia Farma Trading & Distribution (KFTD)	71
Tabel 5.4 Skoring Faktor Eksternal Daya Tarik Industri Dan Faktor Internal Kekuatan Perusahaan PT. Kimia Farma Apotek (KFA)	72
Tabel 5.5 Skoring Faktor Eksternal Daya Tarik Industri Dan Faktor Internal Kekuatan Perusahaan PT. Sinkona Indonesia Lestari (SIL)	74
Tabel 5.6 Matriks TOWS	77
Tabel 5.7 Alternatif Pro dan Kontra Terhadap Alternatif Strategi TOWS Matriks	80
Tabel 5.8 Value Fit antara Critical Success Factors dengan Parenting Characteristic PT. Kimia Farma Trading & Distribution	88
Tabel 5.9 Value Fit antara Critical Success Factors dengan Parenting Characteristic PT. Kimia Farma Apotek	89
Tabel 5.10 Value Fit antara Critical Success Factors dengan Parenting Characteristic PT. Sinkona Indonesia Lestari	90
Tabel 5.11 Parenting Characteristics & Parenting Opportunities KFTD, KFA dan SIL	92
Tabel 5.12 Indikator Sinergi	97

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pasar Farmasi Indonesia	2
Gambar 2.1 Level Strategi	10
Gambar 2.2 Proses Tahapan Manajemen Strategik	13
Gambar 2.3 Model Manajemen Strategic	13
Gambar 2.4 Model Manajemen Strategic	19
Gambar 2.5 Model Konseptual Kesesuaian Pengasuhan di Perusahaan Multibisnis	27
Gambar 2.6 Parenting Fit Matrix	33
Gambar 2.7 Matriks GE	35
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian	38
Gambar 3.2 Alur dan Urutan Penelitian	39
Gambar 3.3 Parenting Fit Matrix	47
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	51
Gambar 4.2 Korporat Portofolio	51
Gambar 5.1 Kondisi Pasar Farmasi Nasional 3Q 2017	62
Gambar 5.2 Matrik GE PT. Kimia Farma (Persero), Tbk dan Entitas Anak Perusahaan	75
Gambar 5.3 Posisi Parenting Fit Matriks	93
Gambar 5.4 Model Parenting Strategy PT. Kimia Farma (Persero), Tbk	95
Gambar 5.5 Penentuan Parenting Action PT. Kimia Farma (Persero), Tbk	96
Gambar 5.6 Model Share Services PT. Kimia Farma (Persero), Tbk	99

Daftar Lampiran

Lampiran 1. Rekapitulasi Rating Faktor Daya Tarik Industri dan Faktor Kekuatan Bisnis PT Kimia Farma (Persero) Tbk (Holding)	107
Lampiran 2. Rekapitulasi Rating Faktor Daya Tarik Industri dan Faktor Kekuatan Bisnis PT Kimia Farma Trading & Distribution (KFTD)	108
Lampiran 3. Rekapitulasi Rating Faktor Daya Tarik Industri dan Faktor Kekuatan Bisnis PT Kimia Farma Apotek (KFA)	109
Lampiran 4. Rekapitulasi Rating Faktor Daya Tarik Industri dan Faktor Kekuatan Bisnis PT Sinkona Indonesia Lestari	110
Lampiran 5. Rekapitulasi Rating Critical Success Factors PT. Kimia Farma Trading & Distribution (KFTD)	111
Lampiran 6. Rekapitulasi Rating Critical Success Factors PT. Kimia Farma Apotek (KFA)	112
Lampiran 7. Rekapitulasi Rating Critical Success Factors PT. Sinkona Indonesia Lestari	113
Lampiran 8. Rekapitulasi Rating Parenting Opportunities KFTD, KFA dan SIL	114