

## DAFTAR ISI

Lembar Judul .....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Lembar Pernyataan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Isi .....	xii
Intisari .....	xiii
Abstract.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat Penelitian .....	6
1.6. Lingkup Penelitian .....	7
1.7. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1. Analisis PESTEL .....	9
2.2. Analisis <i>Five Forces Porter</i> .....	12
2.2.1. Ancaman Rivalitas di antara Kompetitor ( <i>Rivalry among Competing Sellers</i> ) .....	13
2.2.2. Ancaman Pendatang Baru ( <i>Potential New Entrants to The Industry</i> ) .....	13

2.2.3. Ancaman Produsen Produk Pengganti ( <i>Producers of Substitute Products</i> ).....	14
2.2.4. Daya Tawar Pemasok ( <i>Supplier Bargaining Power</i> ).....	15
2.2.5. Daya Tawar Pembeli ( <i>Customer Bargaining Power</i> ) .....	16
2.3. Analisis Faktor Kunci .....	17
2.4. Analisis Sumber Daya dan Kapabilitas.....	19
2.5. Analisis Rantai Nilai .....	21
2.6. Analisis VRIO.....	22
2.7. Analisis SWOT .....	23
2.8. Strategi Bersaing .....	24
2.9. Kajian Peneliti Terdahulu .....	25
<b>BAB II METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1. Desain Penelitian .....	29
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	29
3.3. Instrumen Penelitian .....	34
3.4. Metode Analisis Data.....	37
3.5. Profil Perusahaan .....	41
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1. Analisis PESTEL .....	46
4.1.1. Politik.....	46
4.1.2. Ekonomi.....	48
4.1.3. Sosiokultural .....	50
4.1.4. Teknologi .....	51
4.1.5. Lingkungan .....	52
4.1.6. Hukum.....	52
4.2. Analisis Porter's Five Forces .....	57

4.2.1. Persaingan antar Kompetitor.....	57
4.2.2. Persaingan dari Pendaatang Baru .....	60
4.2.3. Persaingan dari Produk Substitusi .....	63
4.2.4. Daya Tawar Pemasok .....	69
4.2.5. Daya Tawar Konsumen.....	73
4.3. Analisis Faktor Sukses Kunci .....	79
4.4. Analisis Rantai Nilai .....	82
4.4.1. Operation.....	83
4.4.1.1 Saluran Distribusi Tour&Travel.....	83
4.4.1.2 Pengelolaan Operasional MICE .....	85
4.4.1.3 Relasi/Negosiasi dengan Rekanan.....	86
4.4.2. Marketing.....	86
4.4.2.1 Fokus Bisnis .....	87
4.4.2.2 Penawaran Produk dan Promosi.....	87
4.4.3. Pelayanan .....	89
4.4.3.1 Cara Pelayanan Konsumen.....	89
4.4.3.2 Sistem Pembayaran Berjangka .....	90
4.4.4. Manajemen Perusahaan .....	90
4.4.4.1 Tata Kelola Perusahaan .....	91
4.4.4.2 Budaya Perusahaan.....	93
4.4.5. Sumber Daya Manusia .....	94
4.4.6. Keuangan .....	95
4.4.7. Sistem Teknologi .....	96
4.4.8. Rangkuman Hasil Analisis Rantai Nilai .....	97
4.5. Analisis VRIO.....	101
4.6. Analisis SWOT .....	107
4.7. Formulasi Strategi Bersaing Generik Porter .....	110



<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>112</b>
5.1.	Simpulan .....	112
5.2.	Implikasi .....	116
5.2.1.	Implikasi Akademis .....	116
5.2.2.	Implikasi Praktis .....	116
5.3.	Keterbatasan.....	117
5.4.	Saran .....	117
<b>Daftar Pustaka</b>	.....	<b>119</b>
<b>Daftar Lampiran</b>	.....	<b>121</b>