

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	6
1.3 PERTANYAAN PENELITIAN.....	7
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	7
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	7
1.6 LINGKUP PENELITIAN.....	8
1.6.1 METODE PENELITIAN.....	8
1.6.2 BATASAN PENELITIAN.....	9
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>

2.1	PENGERTIAN KEUNGGULAN BERSAING.....	11
2.1.1	SUMBER-SUMBER KEUNGGULAN.....	11
2.1.2	KEUNGGULAN POSISIONAL.....	12
2.1.3	STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING GENERIK.....	15
2.2	FAKTOR-FAKTOR KUNCI KESUKSESAN.....	18
2.3	STRATEGI <i>POSITIONING</i> .....	20
2.3.1	<i>POINTS OF DIFFERENCE</i> .....	22
2.3.2	<i>POINTS OF PARITY</i> .....	23
2.4	STRATEGI KEPEMIMPINAN BIAYA.....	25
2.4.1	STRATEGI PENEKAN BIAYA LUAS.....	27
2.4.2	STRATEGI PENEKAN BIAYA TERBATAS.....	29
2.5	ANALISIS RANTAI NILAI ( <i>VALUE CHAIN</i> ).....	32
2.6	PENELITIAN TERDAHULU.....	35
2.7	KERANGKA PENELITIAN.....	39
	<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
3.1	DESAIN PENELITIAN.....	40
3.2	METODE PENGUMPULAN DATA.....	40
3.2.1	DATA PRIMER.....	40
3.2.2	DATA SEKUNDER.....	41
3.2.3	NARASUMBER DAN METODE PENELITIAN.....	41
3.3	INSTRUMEN PENELITIAN.....	44
3.3.1	FAKTOR KUNCI KESUKSESAN.....	44
3.3.2	STRATEGI <i>POSITIONING</i> PERUSAHAAN.....	45

3.3.3	<i>COST LEADERSHIP STRATEGY</i> .....	45
3.3.4	<i>VALUE CHAIN ANALYSIS</i> .....	46
3.4	METODE ANALISIS DAN PENGUKURAN DATA.....	46
3.4.1	METODE ANALISIS DATA.....	46
3.4.2	METODE PENGUKURAN DATA.....	47
3.4.2.1	PENGUKURAN DATA INTERVIEW.....	47
3.4.2.2	<i>STRATEGIC GROUP MAP</i> .....	51
3.5	OBJEK PENELITIAN.....	53
3.5.1	VISI DAN MISI PERUSAHAAN.....	54
3.5.2	RINGKASAN OBJEK PENELITIAN.....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>56</b>
4.1	IDENTIFIKASI PERMASALAHAN PERUSAHAAN.....	57
4.2	<i>KEY SUCCESS FACTOR</i> PARIWISATA KEBUN BINATANG.....	58
4.2.1	<i>KEY SUCCESS FACTOR</i> TMR.....	61
4.3	<i>STRATEGIC POSITIONING</i> .....	66
4.3.1	<i>POINT OF PARITY</i> DAN <i>POINT OF DIFFERENT</i> .....	70
4.3.1.1	<i>POINT OF PARITY</i> TMR.....	70
4.3.1.2	<i>POINT OF DIFFERENCE</i> TMR.....	72
4.4	<i>COST LEADERSHIP STRATEGY</i> .....	74
4.5	ANALISA <i>VALUE CHAIN</i> TMR.....	78
4.6	HASIL ANALISA DATA.....	81
4.6.1	<i>KEY SUCCESS FACTOR</i> .....	81
4.6.2	<i>STRATEGIC GROUP MAP</i> .....	92

4.6.3	<i>COST LEADERSHIP</i> .....	96
4.6.4	<i>VALUE CHAIN</i> TMR.....	98
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>102</b>
5.1	SIMPULAN.....	102
5.2	SARAN.....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>108</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>110</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Devisa Sektor Pariwisata 2019-2021.....	2
Tabel 1.2	Jumlah Wisatawan Obyek Wisata Unggulan di DKI Jakarta.....	5
Tabel 3.1	Daftar Sumber Data Penelitian Tesis.....	41
Tabel 3.2	Contoh Jawaban Skala Likert.....	47
Tabel 3.3	Cara Pengolahan Data Skala Likert.....	49
Tabel 3.4	Interval Skala Likert 5 Indikator.....	50
Tabel 4.1	Jumlah Wisatawan Obyek Wisata Unggulan di DKI Jakarta.....	57
Tabel 4.2	Kuesioner KSF Penelitian Tesis.....	63
Tabel 4.3	Kuesioner <i>Strategic Positioning</i> Penelitian tesis.....	67
Tabel 4.4	Perbandingan Harga Tiket Lokasi Wisata.....	73
Tabel 4.5	Kuesioner <i>Cost Leadership</i> Penelitian Tesis .....	75
Tabel 4.6	Kuesioner <i>Value Chain</i> Penelitian Tesis .....	79
Tabel 4.7	Rekap Lelang Pakan Satwa Taman Margasatwa Ragunan.....	86
Tabel 4.8	Penilaian atas penawaran pemasok dan ketentuan keikutsertaan....	87
Tabel 4.9	Perbandingan TMR Dengan Perusahaan di Industri Sejenis.....	92
Tabel 4.10	Laporan Realisasi Anggaran (LRA) Taman Margasatwa Ragunan (2022).....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Penelitian.....	39
Gambar 3.1	<i>Strategic Group Map</i> .....	51
Gambar 3.2	Struktur Organisasi Ragunan.....	54
Gambar 4.1	<i>Porter's Value Chain</i> .....	78
Gambar 4.2	<i>Five Porter Analysis</i> .....	81
Gambar 4.3	Pembukaan Kebun Binatang pada area Jakarta.....	84
Gambar 4.5	Lelang Pengadaan Pakan Satwa Taman Margasatwa Ragunan tahun 2021.....	85
Gambar 4.6	Aplikasi <i>Mobile Phone</i> dan Instagram Taman Margasatwa Ragunan.....	89
Gambar 4.7	Kepadatan Loker Tiket Taman Margasatwa Ragunan.....	89
Gambar 4.8	<i>Strategic Group Map Price vs Segment</i> .....	94
Gambar 4.9	<i>Strategic Group Map Brand Awareness vs Product Differentiation</i> .....	95
Gambar 4.10	<i>Strategic Group Map Venue Quality vs Services</i> .....	95
Gambar 4.11	<i>Value Chain</i> Taman Margasatwa Ragunan.....	98

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Daftar Scoring Pertanyaan Wawancara <i>Key Success Factor</i> .....	110
Lampiran B	Daftar Scoring Pertanyaan Wawancara <i>Strategic Posotioning</i> .....	111
Lampiran C	Daftar Scoring Pertanyaan Wawancara <i>Cost Leadership</i> .....	112
Lampiran D	Daftar Scoring Pertanyaan Wawancara <i>Value Chain</i> .....	112
Lampiran E		
Lampiran F	Transkrip Wawancara Tesis.....	113