

LEMBAR JUDUL .....	i
LEMBAR DEDIKASI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
RIWAYAT HIDUP.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
INTISARI .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.1.1 Ekonomi Kreatif dan Peluang Bisnis Indonesia 2010-201.....	2
1.1.2 Belajar dari Kejatuhan Ekonomi-bisnis Properti Indonesia 1998-2000.....	6
1.1.3 <i>Strategic Leadership</i> Ciputra.....	9
1.1.4 <i>Value Chain Strategy</i> /Strategi Rantai Nilai Ekonomi Kreatif Ciputra.....	10
1.1.5 PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	10
1.2 Perumusan Masalah .....	12
1.3 Batasan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	14
1.5 Manfaat Penelitian .....	14
1.6 Sistematika Penulisan .....	15
BAB II TINJAUAN LITERATUR .....	18
2.1 Konsep Dasar Kewirausahaan.....	18
2.2 Konsep Dasar Bisnis <i>Property/Real Estate</i> .....	18
2.2.1 <i>Real Estate Development</i> .....	20
2.2.2 <i>Property Development</i> .....	21
2.2.3 <i>Project Development Stages</i> .....	23
2.2.3.1 <i>Initiation</i> .....	23
2.2.3.2 <i>Planning dan Design</i> .....	23
2.2.3.3 <i>Executing</i> .....	24

2.2.3.4	<i>Monitoring dan Controlling</i> .....	24
2.2.3.5	<i>Closing</i> .....	24
2.2.4	Peran Pemerintah.....	24
2.2.5	Kebijakan Publik.....	25
2.2.6	Teori Pertumbuhan dan Perkembangan Kota.....	26
2.2.6.1	<i>Contentric Area Theory</i> .....	27
2.2.6.2	<i>Axial Theory</i> .....	27
2.2.6.3	<i>Sectoral Theory</i> .....	27
2.2.6.4	<i>Multiple Nucley Theory</i> .....	27
2.2.6.5	<i>Urban Management Theory</i> .....	28
2.2.7	Wisata .....	30
2.2.7.1	<i>Tourism Theories</i> .....	30
2.2.8	Ruang Publik .....	31
2.2.8.1	<i>PublicArea Theory</i> .....	31
2.2.9	Manajemen/ <i>Strategic Management</i> .....	32
2.2.10	Sratejik Pemasaran / <i>Strategic Marketing</i> .....	32
2.2.10.1	Definisi Strategjik Pemasaran/ <i>Marketing Strategic Definition</i> .....	32
2.2.10.2	Unsur Strategjik Pemasaran/ <i>Marketing Strategic Element</i> .....	38
2.2.10.3	Komponen Strategjik Pemasaran/ <i>Marketing Strategic Component</i> ....	40
2.2.10.4	Tujuan Strategjik Pemasaran/ <i>Marketing Strategic Objective</i> .....	43
2.2.11	Manajemen Strategjik/ <i>Differentiation, Positioning, dan Brand</i> .....	45
2.2.12	Manajemen dan <i>Entertainment</i> .....	45
2.2.13	Ekonomi Kreatif Indonesia .....	46
2.2.14	Manajemen <i>Property-tainment</i> .....	49
2.2.15	<i>Leadership</i> .....	50
2.2.16	<i>Strategic Leadership</i> .....	51
2.2.17	<i>Property-tainment Strategic Leadership</i> .....	52
2.2.18	Manajemen Rantai Nilai/ <i>Value Chain Management</i> .....	52
2.2.18.1	Lingkungan Eksternal.....	53
2.2.18.1	Lingkungan Umum .....	53
2.2.18.2	Lingkungan Industri .....	53
2.2.18.3	Lingkungan Internal .....	53
2.3	Konsep Dasar Manajemen.....	56
2.4	Konsep Dasar Manajemen Strategi.....	56
2.4.1	Analisis Eksternal Perusahaan.....	57
2.4.2	Analisis Internal Perusahaan .....	58
2.4.3	Strategi Keunggulan Kompetitif.....	59
2.5	<i>Blue Ocean Strategy</i> .....	59
2.5.1	Inovasi Nilai .....	60
2.5.2	Kanvas Strategi .....	61
2.5.3	Kerangka Kerja Empat Langkah .....	62
2.6	Alat Analisis .....	63
2.6.1	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) .....	64
2.6.2	Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI).....	65



2.6.3 Matriks Profil Persaingan (CPM) .....	66
2.6.4 Matriks Internal Eksternal (IE) .....	67
2.6.5 Analisis SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i> ) .....	68
2.6.6 Cara Membuat Analisis SWOT .....	68
2.7 Matriks QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> ) .....	71
2.8 Kerangka Pemikiran .....	72
2.8.1 Evaluasi Strategi .....	72
2.8.2 Perumusan Strategi .....	73
III METODE PENELITIAN.....	75
3.1 Jenis Penelitian .....	75
3.2 Data Penelitian .....	75
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	76
3.4 Subyek Penelitian .....	78
3.5 Teknik Pengolahan Data .....	79
3.6 Rancangan Implikasi Hasil penelitian.....	84
BAB IV OBYEK YANG DITELITI .....	85
4.1 Ciputra .....	85
4.1.1 Profil Ciputra .....	86
4.1.2 <i>Entrepreneurship</i> Ciputra .....	87
4.1.3 <i>Leadeship</i> Ciputra .....	85
4.2 Profil Grup Bisnis Ciputra .....	89
4.2.1 PT. PJA (Pembangunan Jaya Ancol) Tbk .....	89
4.2.2 PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	90
4.2.2.1 Budaya Perusahaan/ <i>Corporate Culture</i> .....	91
4.2.2.2 Visi PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	95
4.2.2.3 Misi PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	95
4.2.2.4 Kinerja Pendapatan PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	96
4.2.2.5 Pengunjung PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	96
4.2.2.6 Wahana, Pariwisata, dan Rekreasi PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	96
4.2.2.6.1 Dufan (Dunia Fantasi) .....	96
4.2.2.6.2 <i>Atalntis Water Adventure</i> .....	97
4.2.2.6.3 Samudra .....	97
4.2.2.6.4 Padang Golf Ancol.....	98
4.2.2.6.5 Hailai.....	98
4.2.2.6.6 Gondola.....	98
4.2.2.6.7 Taman dan Pantai.....	98
4.2.2.6.8 Pasar Seni.....	98
4.2.2.6.9 Putri Duyung.....	99
4.2.2.6.10 Marina.....	99
4.2.2.6.11 Pulau Bidadari.....	99
4.2.2.6.12 <i>Out bound</i> .....	99
4.2.2.7 Strategi Pemasaran PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	99



BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	102
5.1 Analisis Strategi Perusahaan .....	102
5.1.1 Evaluasi Strategi Perusahaan .....	102
5.1.2 Perumusan Strateg Perusahaan .....	102
5.2 Identifikasi Faktor IE (Internal-Eksternal) PT. TIJA (Taman Impian Jaya Anco).....	103
5.2.1 Kekuatan Eksternal PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	103
5.2.1.1 Analisa Lingkungan Eksternal Makro.....	103
5.2.1.2 Analisa Lingkungan Eksternal Mikro.....	107
5.2.1.3 Kekuatan Internal PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	112
5.2.1.4 Faktor Penentu Keberhasilan dalam CPM PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	114
5.2.1.5 Faktor Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Eksternal, Profil Kompetitif, dan Faktor Internal PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	114
5.2.1.6 Hasil Kuesioner Penentuan Peringkat Faktor Eksternal, Profil Kompetitif, dan Faktor Internal PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	114
5.2.1.7 Penentuan Bobot dan Hasil dengan Menggunakan Software Expert Choise 2000 untuk Faktor Eksternal (EFE), Profil Kompetitif (CP), dan Faktor Internal (EFI) PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	118
5.2.1.8 Tahap Masukan/ <i>Input Stage</i> .....	124
5.2.2 Tahap Pencocokan ( <i>Matching Stage</i> ) .....	130
5.2.2.1 Matriks Internal Eksternal (IE) PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	130
5.2.3 Tahap Keputusan (Matriks QSPM) .....	139
5.3 Analisa <i>Blue Ocean Strategy</i> .....	142
5.3.1 Analisa Kanvas Strategi .....	142
4.3.2 Analisa Kerangka Kerja Empat Langkah .....	144
5.4 <i>Leadership</i> di PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	146
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	166
6.1 Kesimpulan .....	166
6.2 Rekomendasi .....	169
DAFTAR PUSTAKA/ <i>BIBLIOGRAPHY</i> .....	175
LAMPIRAN .....	177



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Tugas Utama Pemerintah Kota .....	29
Tabel 2.2 Konsep Pemasaran.....	34
Tabel 2.3 Strategi Pemasaran/ <i>Marketing Strategic</i> .....	37
Tabel 2.4 Fungsi Pemasaran Stratejik/ <i>Marketing Strategic Function</i> .....	40
Tabel 2.5 Contoh Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) .....	64
Tabel 2.6 Contoh Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) .....	65
Tabel 2.7 Contoh CPM .....	66
Tabel 2.8 Matriks SWOT .....	70
Tabel 3.1 Metode Penelitian .....	77
Tabel 3.2 Metode Analisis .....	79
Tabel 4.1 Struktur Organisasi/ <i>Organizational Chart</i> PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	95
Tabel 5.1 Hasil Kuesioner Penentuan Peringkat Faktor Eksternal PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	115
Tabel 5.2 Hasil Kuesioner Penentuan Peringkat Profil Kompetitif PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	116
Tabel 5.3 Hasil Kuesioner Penentuan Peringkat Faktor Internal PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	117
Tabel 5.4 Matriks EFE PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	125
Tabel 5.5 Matriks CPM PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	126
Tabel 5.6 Matriks IFE PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	128
Tabel 5.7 Matriks IE PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	131
Tabel 5.8 Matriks SWOT PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	133
Tabel 5.9 Matriks QSPM PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	139
Tabel 5.10 Matriks CPM PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	143



Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Industri Kreatif di Indonesia .....	4
Gambar 2.1 Diagram Penurunan Inflasi Peningkatan Permintaan Properti/ <i>Real Estate</i> .....	22
Gambar 2.2 Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif di Indonesia .....	47
Gambar 2.3 Industri Kreatif/ <i>Innovative Marketing</i> .....	48
Gambar 2.4 Model Kota Kreatif .....	49
Gambar 2.5 Upaya Bersamaan dalam Mengejar Diferensiasi dan Biaya Rendah .....	61
Gambar 2.6 Kanvas Strategi .....	62
Gambar 2.7 Kerangka Kerja Empat Langkah .....	63
Gambar 2.8 Kerangka Kerja Analitis untuk Perumusan Strategis .....	64
Gambar 2.9 Matriks IE .....	67
Gambar 2.10 Kerangka Evaluasi Strategi Perusahaan PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	73
Gambar 2.11 Kerangka Pemikiran Perumusan Strategi Perusahaan PT. TIJA (Taman Impian JayaAncol) .....	74
Gambar 3.1 Struktur Manajemen PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	78
Gambar 4.1 Budaya Perusahaan PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	94
Gambar 5.1 Langkah 1, Penentuan Bobot Evaluasai Faktor Eksternal/EFE, PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol), dengan Metode AHP Menggunakan <i>Software Expert Choice 2000</i> .....	118
Gambar 5.2 Langkah 2, Penentuan Bobot Faktor Eksternal/EFE, PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol), dengan Metode AHP Menggunakan <i>Software Expert Choice 2000</i> .....	119
Gambar 5.3 Langkah 3, Penentuan Bobot Faktor Eksternal/EFE, PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol), dengan Metode AHP Menggunakan <i>Software Expert Choice 2000</i> .....	119
Gambar 5.4 Hasil Bobot Faktor Eksternal/EFE, PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol), dengan Metode AHP Menggunakan <i>Software Expert Choice 2000</i> .....	120
Gambar 5.5 Langkah 1, Penentuan Bobot Profil Kompetitif/CP, PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol), dengan Metode AHP Menggunakan <i>Software Expert Choice 2000</i> .....	120
Gambar 5.6 Langkah 2, Penentuan Bobot Profil Kompetitif/CP, PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol), dengan Metode AHP Menggunakan <i>Software Expert Choice 2000</i> .....	121
Gambar 5.7 Langkah 3, Penentuan Bobot Profil Kompetitif/CP, PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol), dengan Metode AHP Menggunakan <i>Software Expert Choice 2000</i> .....	121
Gambar 5.8 Langkah 4, Hasil Bobot Profil Kompetitif/CP, PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol), dengan Metode AHP Menggunakan <i>Software Expert Choice 2000</i> .....	122
Gambar 5.9 Langkah 1, Penentuan Bobot Faktor Internal/IFE, PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol), dengan Metode AHP Menggunakan <i>Software Expert Choice 2000</i> .....	122



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Analisis strategi bisnis property-tainment dalam industri real estate atau properti :: Studi pada PT. Taman Impian Jaya Ancol**  
FAWZI, Ahmad Zulfikar, Ertambang Nahartyo, Ph.D

Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Gambar 5.10	Langkah 2, Penentuan Bobot Faktor Internal/IFE, PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol), dengan Metode AHP Menggunakan <i>Software Expert Choice 2000</i> .....	123
Gambar 5.11	Langkah 3, Penentuan Bobot Faktor Internal/IFE, PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol), dengan Metode AHP Menggunakan <i>Software Expert Choice 2000</i> .....	123
Gambar 5.12	Langkah 4, Hasil Bobot Faktor Internal/IFE, PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol), dengan Metode AHP Menggunakan <i>Software Expert Choice 2000</i> .....	124
Gambar 5.13	Keunggulan/ <i>Competitive Advantage</i> dari PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) Dibandingkan dengan Kedua Pesaing Terdekatnya .....	128
Gambar 5.14	<i>Canvas Strategy</i> dari PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) Dibandingkan dengan Kedua Pesaing Terdekatnya.....	144
Gambar 5.15	Disain Ancol Spectacular 2011-2015 .....	148
Gambar 5.16	Antisipasi persaingan Ancol Spectacular 2011-2015 .....	149
Gambar 5.17	<i>Task Oriented Behavior</i> (1) .....	157
Gambar 5.18	Hasil <i>Task Oriented Behavior</i> (2) .....	158
Gambar 5.19	<i>Score</i> dari <i>Task Oriented Behaviors</i> (3) .....	158
Gambar 5.20	<i>Relation Oriented Behaviors</i> (1) .....	159
Gambar 5.21	Hasil <i>Task Oriented Behavior</i> (2) .....	159
Gambar 5.22	<i>Score</i> dari <i>Task Oriented Behaviors</i> (3) .....	160
Gambar 5.23	<i>Change Oriented Behaviors</i> (1) .....	160
Gambar 5.24	Hasil <i>Change Oriented Behaviors</i> (2) .....	161
Gambar 5.25	<i>Score</i> dari <i>Change Oriented Behaviors</i> (3) .....	161
Gambar 5.26	Komposisi Kepemilikan Saham Pemda DKI, PT. PJA (Pembangunan Jaya Ancol), dan Masyarakat.....	163
Gambar 5.27	Komposisi Kepemilikan Saham PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol), yang di Miliki oleh PT. PJA (Pembangunan Jaya) dan PT. PJ (Pembangunan Jaya) .....	163
Gambar 5.28	<i>Ancol Spectacular</i> 2011-2015 .....	165
Gambar 6.1	Empat Pilar Komunitas Utama .....	174

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 (a) Surat Izin Wawancara Penelitian pada PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	177
Lampiran 1 (b) Surat permohonan dari Ahmad Zulfikar Fawzi (Ikang Fawzi) kepada Dosen Pembimbing Thesis di FEB-UGM untuk dibuatkan surat izin untuk melakukan wawancara mendalam dan menyebarkan kuesioner ke PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) di Jakarta. ....	178
Lampiran 1 (c) Surat Izin Wawancara Penelitian pada PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	179
Lampiran 2 (Kuesioner Penelitian Wawancara Penelitian Analisis Perencanaan Strategi Bisnis pada PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	180
Lampiran 3 Kuesioner SWOT dan CPM .....	181
Lampiran 4 Kuesioner Pembobotan Faktor Eksternal .....	184
Lampiran 5 Kuesioner Pembobotan Profil Kompetitif pada PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	197
Lampiran 6 Kuesioner Pembobotan Faktor Internal .....	205
Lampiran 7 Kuesioner Penentuan Peringkat Faktor Eksternal PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	215
Lampiran 8 Kuesioner Penentuan Peringkat Profil Kompetitif Eksternal PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	216
Lampiran 9 Kuesioner Penentuan Peringkat Faktor Internal Eksternal PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	217
Lampiran 10 Matriks (a) QSPM.....	218
Lampiran 10 Matriks (b) QSPM dalam bentuk Tabel.....	219
Lampiran 11 Matriks <i>Blue Ocean Strategy</i> .....	223
Lampiran 12 Faktor-Faktor yang Dikategorikan sebagai Kekuatan PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	226
Lampiran 13 Faktor-Faktor yang Dikategorikan sebagai Kelemahan PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) .....	227
Lampiran 14 Faktor-Faktor yang Dikategorikan sebagai Peluang bagi PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	228
Lampiran 15 Faktor-Faktor yang Dikategorikan sebagai Ancaman bagi PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	229
Lampiran 16 Faktor-Faktor yang Dikategorikan sebagai Profil Kompetitif bagi Bisnis Ritel .....	230
Lampiran 17 Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Eksternal PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	231
Lampiran 18 Hasil Kuesioner Pembobotan Profil Kompetitif pada PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	244



Lampiran 19 Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Internal PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	252
Lampiran 20 Bukti Photos saat Melakukan <i>Indepth Interview</i> di PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol) ).....	262
Lampiran 21 Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Internal PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	263
Lampiran 22 Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Internal PT. TIJA (Taman Impian Jaya Ancol).....	267