

DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
Intisari	xii
<i>Abstract</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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 Batasan Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Konsep Strategi	9
2.2 Manajemen Strategi.....	12
2.2.1 Pengertian Manajemen Strategi	12
2.2.2 Manfaat Manajemen Strategi	12
2.2.3 Tahapan Manajemen Strategi	12
2.3 Analisis Lingkungan Internal	13
2.3.1 Analisis SWOT	14
2.4 Analisis Lingkungan Eksternal	15
2.4.1 Analisis PESTEL	16
2.4.2 Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	19

2.5 Formulasi Strategi	22
2.5.1 <i>Input Stage</i>	23
2.5.1.1 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	24
2.5.1.2 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	26
2.5.2 <i>Matching Stage</i>	27
2.5.2.1 Matriks Internal/Eksternal (I/E Matrix)	28
2.5.2.2 Matriks SWOT	29
2.5.3 <i>Decision Stage</i>	31
2.6 Badan Layanan Umum (BLU)	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Desain Penelitian.....	35
3.2 Metode Pengumpulan Data	37
3.3 Instrumen Penelitian.....	37
3.4 Metode Analisis Data	38
3.5 Gambaran Umum Perusahaan	39
3.5.1 Sejarah Singkat Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno (PPKGBK) ..	39
3.5.2 Kebijakan/Aturan Layanan PPKGBK	43
3.5.3 Visi PPKGBK	43
3.5.4 Misi PPKGBK	43
3.5.5 Budaya Kerja PPKGBK.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran <i>Multifunctional Venue</i> di Jakarta dan Sekitarnya	46
4.2 Analisis Lingkungan Eksternal	47
4.2.1 Analisis PESTEL	48
4.2.1.1 Faktor Politik	48
4.2.1.2 Faktor Ekonomi	52

4.2.1.3 Faktor Sosial Budaya	53
4.2.1.4 Faktor Teknologi	55
4.2.1.5 Faktor Lingkungan	56
4.2.1.6 Faktor Legal/Regulasi.....	57
4.2.2 Analisis <i>Porter's Five Force</i>	60
4.2.2.1 Ancaman Pendatang Baru (<i>Threat of New Entrants</i>)	60
4.2.2.1 Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (<i>Bargaining Power of Suppliers</i>).61	
4.2.2.3 Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (<i>Bargaining Power of Buyers</i>).....	63
4.2.2.4 Ancaman Produk Pengganti (<i>Threat of Substitute Products</i>)	64
4.2.2.5 Persaingan di dalam Industri (<i>Rivalry Among Existing Firms</i>).....	65
4.3 Analisis Lingkungan Internal	67
4.3.1 Faktor Kekuatan.....	68
4.3.2 Faktor Kelemahan.....	73
4.4 Formulasi Strategi	78
4.4.1 <i>Input Stage</i>	78
4.4.1.1 Matriks IFE.....	79
4.4.1.2 Matriks EFE.....	81
4.4.2 <i>Matching Stage</i>	83
4.4.2.1 Matriks I/E.....	83
4.4.2.2 Matriks SWOT	84
4.4.3 <i>Decision Stage</i> menggunakan <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>	87
4.4.4 Strategi GBK dalam Persaingan Bisnis <i>Multifunctional Venue</i>	90
4.4.4.1 Pengembangan GBK sebagai Kawasan Multifungsi dengan Konsep <i>One Stop Service</i> dan <i>Sustainable Development</i>	90
4.4.4.2 Pengembangan GBK sebagai Kawasan Multifungsi yang Terintegrasi, Berbasis Teknologi, dan Ramah Lingkungan.....	91
4.4.4.3 Sinergi Ekosistem Dengan Melibatkan Seluruh <i>Stakeholder</i> GBK Dalam Upaya Peningkatan Layanan Operasional Yang Berujung	

Pada Peningkatan Pendapatan	92
4.4.4.4 Kerja Sama Pengembangan dan Pemanfaatan Teknologi	93
4.4.4.5 Restrukturisasi Organisasi dengan Penyempurnaan Standar Operasional dan Perbaikan Manajemen SDM.....	94
BAB V KESIMPULAN	97
5.1 Keterbatasan Penelitian	99
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	102