



KAJIAN MANAJEMEN STRATEGIK (MAGIK): STRATEGY GENERATION & SELECTION

STAGE ONE: THE INPUT STAGE

RUANG MAHASISWA
www.jsm-synergy.com

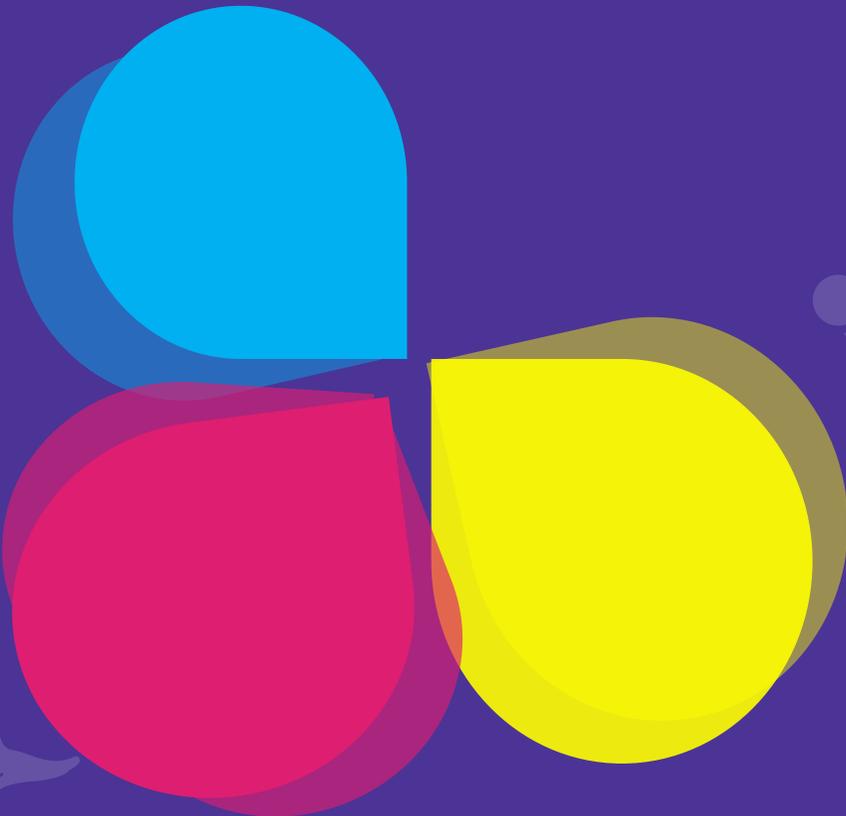
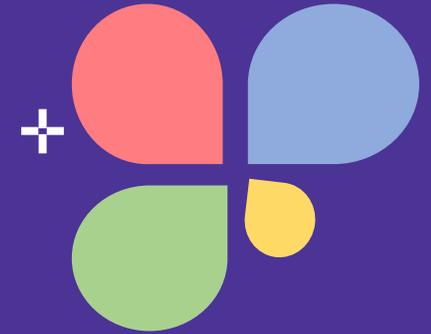




OVO+

Source FEB UNTAR
2019/2020

Febrienne Tiolemba
Wendy Clarissa Santoso
Cellin Lucky
Jevennie Wibowo
Silvia
Davin Azaria Purnama
Goutami
Yonathan Christian
Agnes Tania



STAGE ONE: THE INPUT STAGE

IFE MATRIX

EFE MATRIX

CPM MATRIX

INTERNAL FACTOR EVALUATION (IFE)

BUSINESS MODEL

Key Partners 1 Mandiri 2 Grab 3 Alfamart 4 Tokopedia 5 Moka 6 Pusat Perbelanjaan	Key Activities 1 Melakukan isi ulang/top up saldo 2 Melakukan transaksi online atau offline di merchant-merchant yang bekerja sama dengan OVO 3 Pembayaran parkir di tempat-tempat yang bekerja sama dengan OVO 4 Pembelian pulsa telepon dan pembayaran di layanan aplikasi yang bekerja sama dengan OVO	Value Proposition Transaksi melalui pembayaran non-tunai dapat dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen dengan lebih praktis dan cepat	Customer Relationship 1 Cashback 2 Promo 3 Digital Payment 4 Layanan OVO Points	Customer Segments 1 Mahasiswa 2 Pegawai 3 E-commerce 4 Publik (cakupan luas yang dapat digunakan oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun).
	Key Resources 1 Bank Mandiri 2 Grab 3 MOKA 4 Alfamart		Channels 1 Hipermarket 2 Bioskop 3 Coffee Shop 4 Department Store 5 Penyedia Parkir 6 Jaringan Rumah Sakit	
Cost Structure 1 Upah karyawan 2 Biaya data center 3 Pemasaran dan iklan 4 Penelitian dan pengembangan			Revenue Streams 1 Iklan 2 Top up 3 Mendapat biaya bulanan dari vendor/merchants yang bekerja sama dengan OVO	

IFE MATRIX

STRENGTHS

1. Fitur keamanan ganda.
2. Kemudahan melakukan transaksi, kapan saja.
3. Kemudahan dalam melakukan transfer saldo ke sesama pengguna (tanpa biaya).
4. Menyediakan berbagai fitur untuk membayar bermacam tagihan (pulsa, listrik, BPJS, TV kabel, dsb).
5. Menawarkan promo-promo *discount* dan *cashback* yang sangat menarik.
6. OVO bekerja sama dengan berbagai *merchant* sehingga dapat digunakan di mana saja.

WEAKNESSES

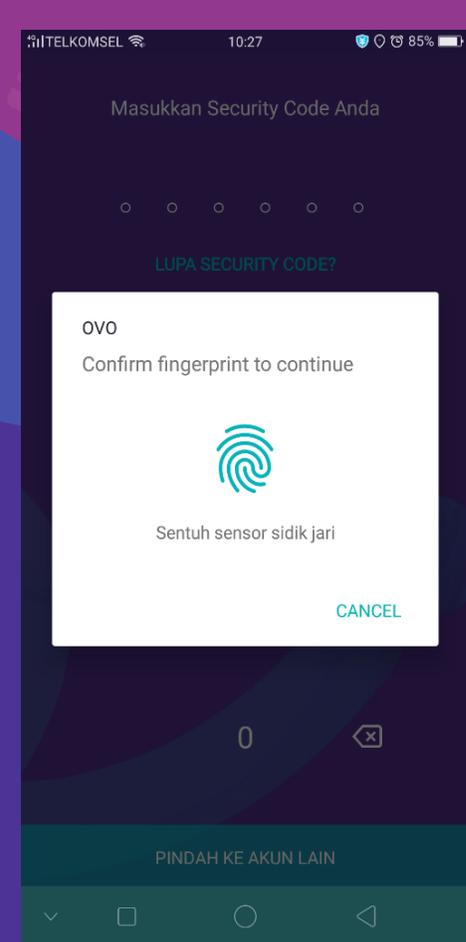
1. OVO sangat bergantung dengan jaringan internet.
2. Risiko keamanan data dan privasi yang dapat disalahgunakan pihak yang tidak bertanggung jawab.
3. Adanya biaya administrasi dalam melakukan *top up* melalui rekening bank.
4. Terdapat biaya transfer saldo OVO ke rekening bank.
5. Pelayanan *customer service* yang relatif lambat.
6. Kenaikan tarif-tarif (Tarif pengisian pulsa, PLN, BPJS, dsb)

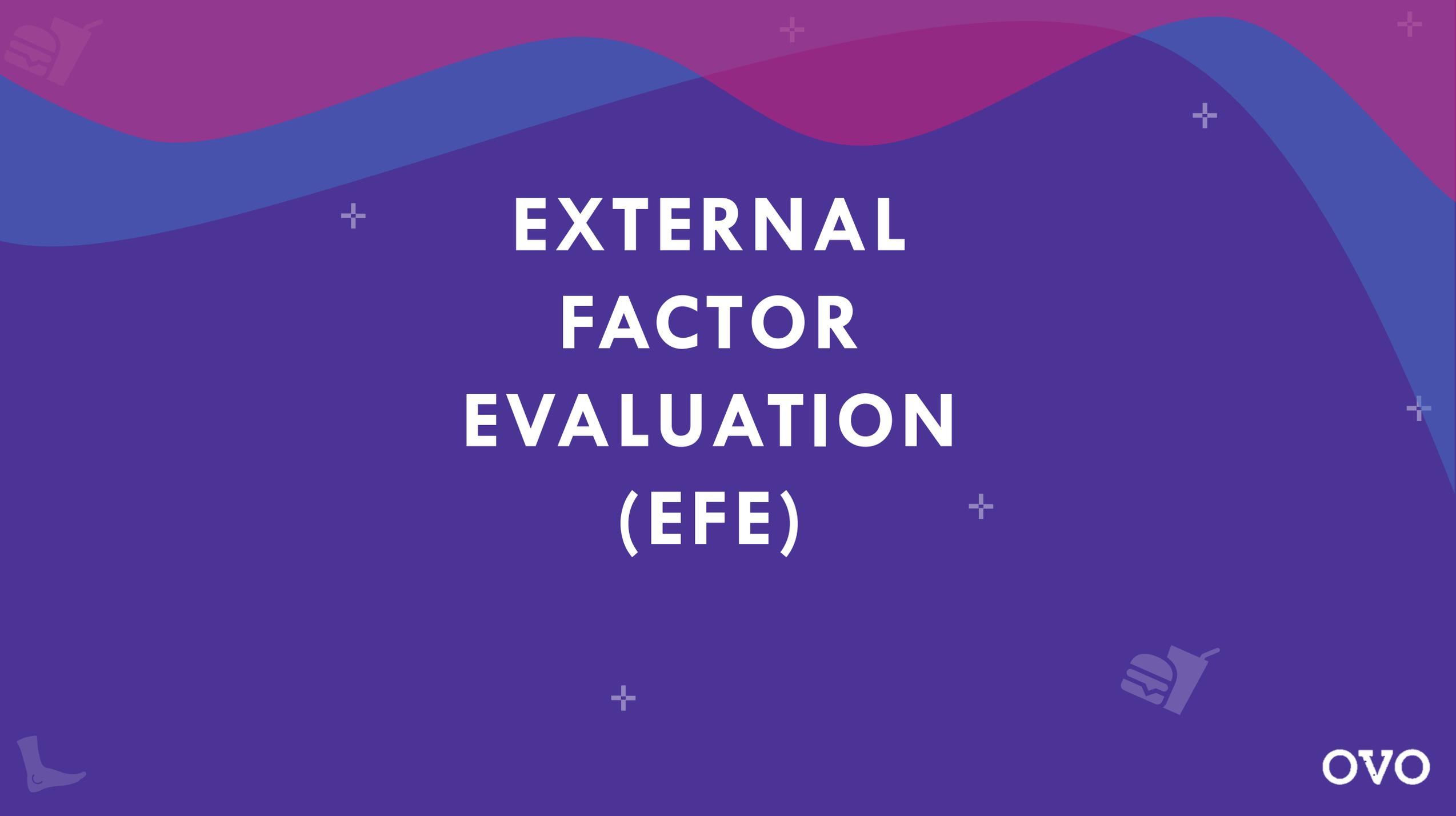
No.	FAKTOR-FAKTOR	BOBOT	PERINGKAT	NILAI
STRENGTHS (KEKUATAN)				
1.	Fitur keamanan ganda	0.10	4	0.4
2.	Kemudahan melakukan transaksi pembayaran	0.06	4	0.24
3.	Transfer sesama pengguna (<i>free admin</i>)	0.05	3	0.15
4.	Fitur pembayaran tagihan (pulsa, listrik, BPJS)	0.08	3	0.24
5.	Banyak promo <i>discount</i> dan <i>cashback</i>	0.10	3	0.3
6.	Bekerja sama dengan banyak <i>merchant</i>	0.11	4	0.44
WEAKNESSES (KELEMAHAN)				
1.	Bergantung pada jaringan internet	0.13	4	0.52
2.	Risiko keamanan data dan privasi	0.11	2	0.22
3.	Biaya admin pada saat <i>top up</i>	0.04	3	0.12
4.	Biaya transfer ke rekening bank	0.04	3	0.12
5.	Pelayanan <i>customer service</i> relatif lambat	0.10	4	0.4
6.	Kenaikan tarif (pulsa, listrik, BPJS)	0.08	3	0.24
TOTAL		1		3.39

KESIMPULAN

Berdasarkan evaluasi faktor internal, ditemukan beberapa kekuatan seperti, fitur keamanan yang disediakan OVO serta promo-promo yang ditawarkan. Namun, OVO juga memiliki beberapa kelemahan yang harus diperhatikan, yaitu kualitas jaringan internet yang dapat mengganggu proses transaksi.

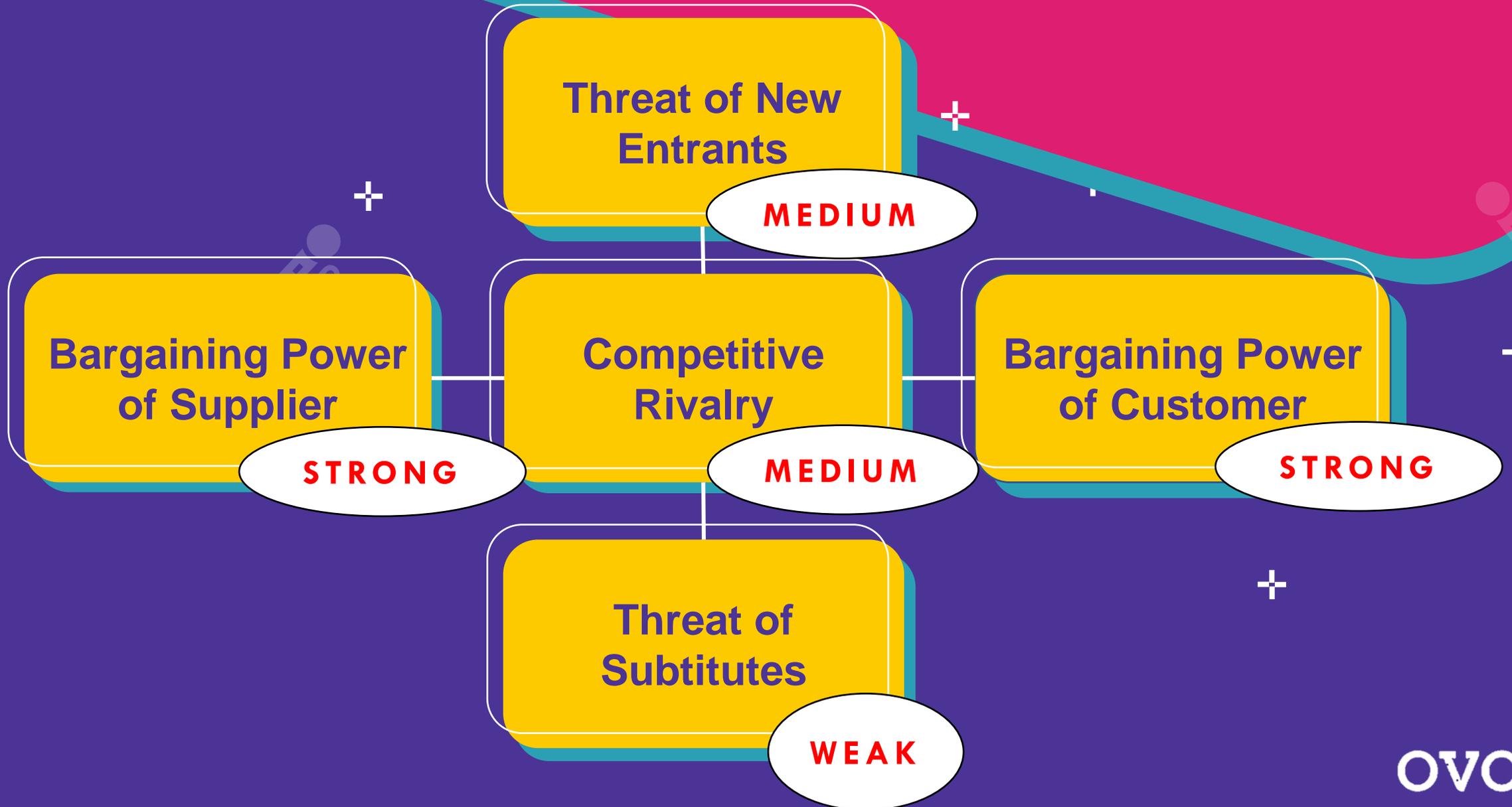
Nilai matriks 3.39 menunjukkan bahwa OVO sudah di posisi *Grow & Build*, sehingga OVO sekarang perlu melakukan integrasi bisnis (*backward, forward, horizontal*), atau melakukan penetrasi dan pengembangan pasar, serta melakukan pengembangan produk, agar dapat berkembang dan bertahan di tengah persaingan yang ada.





EXTERNAL FACTOR EVALUATION (EFE)

PORTER'S FIVE FORCES ANALYSIS +



EFE MATRIX

OPPORTUNITIES

1. Regulasi yang berkembang, sehingga OVO semakin mendapat kepercayaan masyarakat
2. Perkembangan zaman dan teknologi
3. Semakin banyak provider yang menyediakan internet dengan kecepatan tinggi, sehingga OVO dapat diakses.
4. OVO dapat memengaruhi banyak bisnis, mulai dari *e-commerce*, ojek online, provider internet, PLN, dsb.
5. Pangsa pasar yang sangat luas.
6. Hadirnya digitalisasi perbankan, sehingga memudahkan *top up* saldo OVO.

THREATS

1. Akibat perkembangan zaman, banyak *FinTech* baru yang akan menyaingi OVO.
2. Situasi politik, sosial dan ekonomi di Indonesia yang kurang kondusif.
3. Masyarakat yang was-was terhadap *cyber-crime*, sehingga ragu untuk menggunakan OVO.
4. Literasi dan pengetahuan masyarakat yang masih kurang.
5. Banyaknya penyalahgunaan aplikasi untuk mendapat keuntungan pribadi.
6. Peraturan-peraturan yang diratifikasi. (terkait dengan *digital signature* dan *E-Know Your Customer*)

No.	FAKTOR-FAKTOR	BOBOT	PERINGKAT	NILAI
OPPORTUNITIES (PELUANG)				
1.	Regulasi yang semakin berkembang	0.05	3	0.13
2.	Perkembangan zaman dan teknologi	0.14	4	0.56
3.	Bertambahnya <i>provider</i> internet	0.10	3	0.3
4.	Pengaruh OVO besar terhadap bisnis lain	0.03	2	0.06
5.	Pangsa pasar yang sangat luas	0.11	4	0.44
6.	Hadirnya digitalisasi perbankan	0.07	3	0.21
THREATS (ANCAMAN)				
1.	Banyak pesaing OVO	0.13	4	0.52
2.	Situasi politik, sosial, dan ekonomi kurang kondusif	0.09	3	0.27
3.	Masyarakat yang was-was	0.11	3	0.33
4.	Literasi masyarakat kurang	0.08	4	0.32
5.	Banyaknya penyalahgunaan aplikasi	0.04	2	0.08
6.	Peraturan yang merugikan	0.05	3	0.15
TOTAL		1		3.37

KESIMPULAN

Setelah melakukan analisa faktor eksternal, ditemukan bahwa peluang OVO sangat besar terhadap pangsa pasar di Indonesia, dikarenakan perkembangan zaman dan teknologi. Namun, OVO perlu memerhatikan ancaman terhadap pesaing-pesaing yang semakin gencar melakukan promosi.

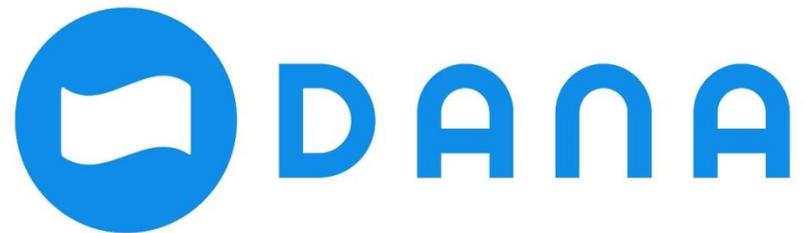
Nilai matriks 3.37 menunjukkan bahwa OVO sudah di posisi *Grow & Build*, sama seperti pendekatan internal, OVO hanya perlu mengembangkan perusahaannya dan melakukan penetrasi pasar, agar dapat bertahan dari ancaman pesaing-pesaing FinTech



CPM MATRIX

OVO

vs.



FAKTOR KEBERHASILAN		OVO		 GOPAY		 DANA	
	BOBOT	RATING	SKOR BOBOT	RATING	SKOR BOBOT	RATING	SKOR BOBOT
Promosi-promosi yang ditawarkan	0.12	4	0.48	3	0.36	3	0.36
Pelayanan yang ditawarkan	0.09	4	0.36	3	0.27	3	0.27
Penetrasi pasar	0.17	3	0.51	3	0.51	3	0.51
Popularitas	0.15	4	0.6	4	0.6	3	0.45
Keamanan data dan privasi	0.26	3	0.78	3	0.78	3	0.78
Customer Service	0.21	3	0.63	3	0.63	2	0.42
TOTAL	1		3.36		3.15		2.79

KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis CPM (*Competitive Profile Matrix*), OVO dinilai masih lebih unggul dibanding kedua pesaingnya, GOPAY serta DANA.

OVO mengungguli GOPAY dan DANA di bidang promosi yang ditawarkan. Selain itu, layanan yang ditawarkan juga dinilai lebih unggul dibanding kedua kompetitornya itu.

Meskipun unggul, OVO tetap perlu memerhatikan beberapa hal lain, seperti penetrasi pasar dan *customer service*, mengingat begitu ketatnya persaingan yang ada di duni FinTech ini.



TERIMA KASIH

RUANG MAHASISWA
www.jsm-synergy.com

