



KAJIAN MANAJEMEN STRATEGIK (MAGIK): STRATEGY GENERATION & SELECTION

STAGE TWO: THE MATCHING STAGE

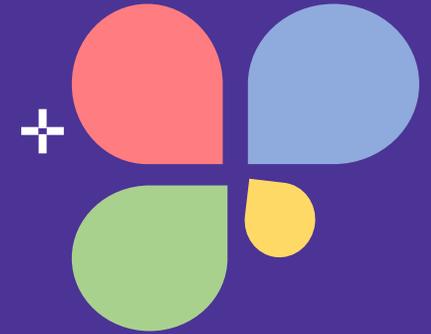
RUANG MAHASISWA
www.jsm-synergy.com



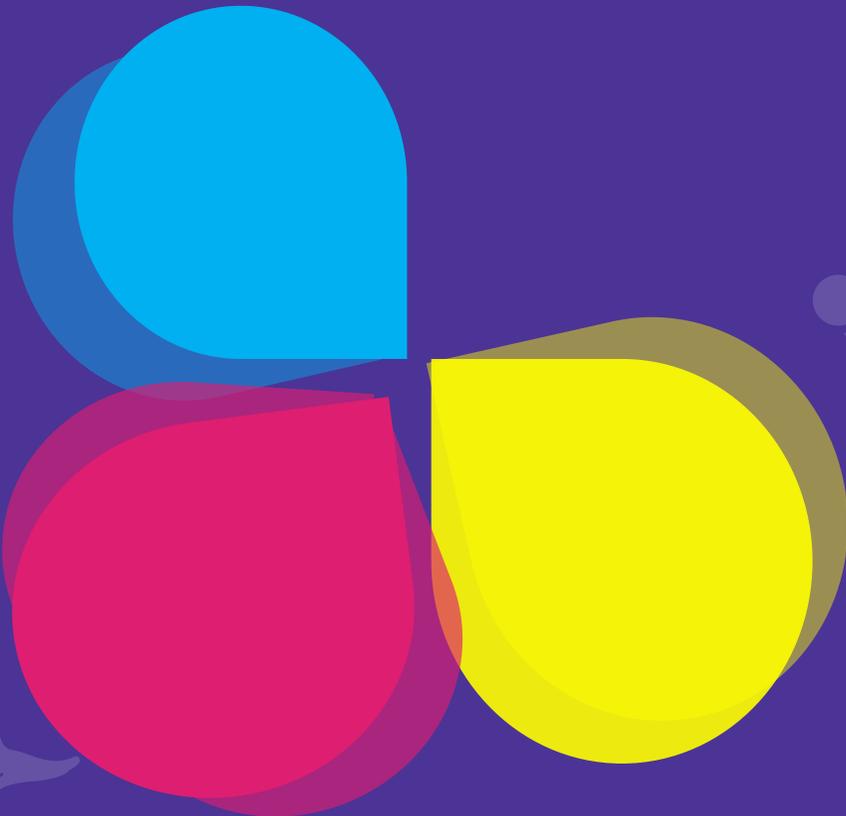


OVO+

Source FEB UNTAR
2019/2020



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



STAGE TWO: THE MATCHING STAGE

SWOT MATRIX

SPACE MATRIX

BCG MATRIX

IE MATRIX

GRAND STRATEGY
MATRIX

SWOT MATRIX

OVO

Strengths

1. Fitur keamanan ganda
2. Kemudahan melakukan transaksi pembayaran
3. Transfer sesama pengguna (*free admin*)
4. Fitur pembayaran tagihan (pulsa, listrik, BPJS)
5. Banyak promo *discount* dan *cashback*
6. Bekerja sama dengan berbagai *merchant*

Weaknesses

1. Bergantung pada jaringan internet
2. Risiko keamanan data dan privasi
3. Biaya admin pada saat *top up*
4. Biaya transfer ke rekening bank
5. Pelayanan *customer service* relatif lambat
6. Kenaikan tarif (pulsa, listrik, BPJS)

Opportunities

1. Regulasi yang semakin berkembang
2. Perkembangan zaman dan teknologi
3. Bertambahnya *provider* internet
4. Pengaruh OVO besar terhadap bisnis lain
5. Pangsa pasar yang sangat luas
6. Hadirnya digitalisasi perbankan

(SO)

1. S1, O1
2. S5, O4

(WO)

1. W3, O6

Threats

1. Banyaknya pesaing OVO
2. Situasi politik, sosial, dan ekonomi yang kurang kondusif
3. Masyarakat yang was-was
4. Literasi masyarakat kurang
5. Banyaknya penyalahgunaan aplikasi
6. Peraturan yang merugikan

(ST)

1. S1, T3
2. S6, T1

(WT)

1. W5, T4
2. W2, T5

Strategi SO

- Dengan adanya kekuatan OVO yaitu fitur keamanan berganda, maka akan membuka peluang ovo untuk membuat strategi di mana menjadi perusahaan *financial technology* yang beregulasi dan berkembang, sehingga OVO semakin mendapat kepercayaan masyarakat termasuk dalam bidang keamanannya.
- Dengan adanya kekuatan OVO dalam hal menyediakan berbagai fitur untuk membayar bermacam tagihan (pulsa, listrik, BPJS, TV kabel, dsb), maka akan dengan mudah untuk mencoba sebuah peluang, yaitu OVO dapat memengaruhi banyak bisnis, mulai dari *e-commerce*, *ojek online*, *provider internet*, PLN, dsb.

Strategi WO

- Hadirnya digitalisasi perbankan, sehingga memudahkan *top up* saldo OVO dapat menghilangkan biaya transfer saldo OVO ke rekening bank .

Strategi ST

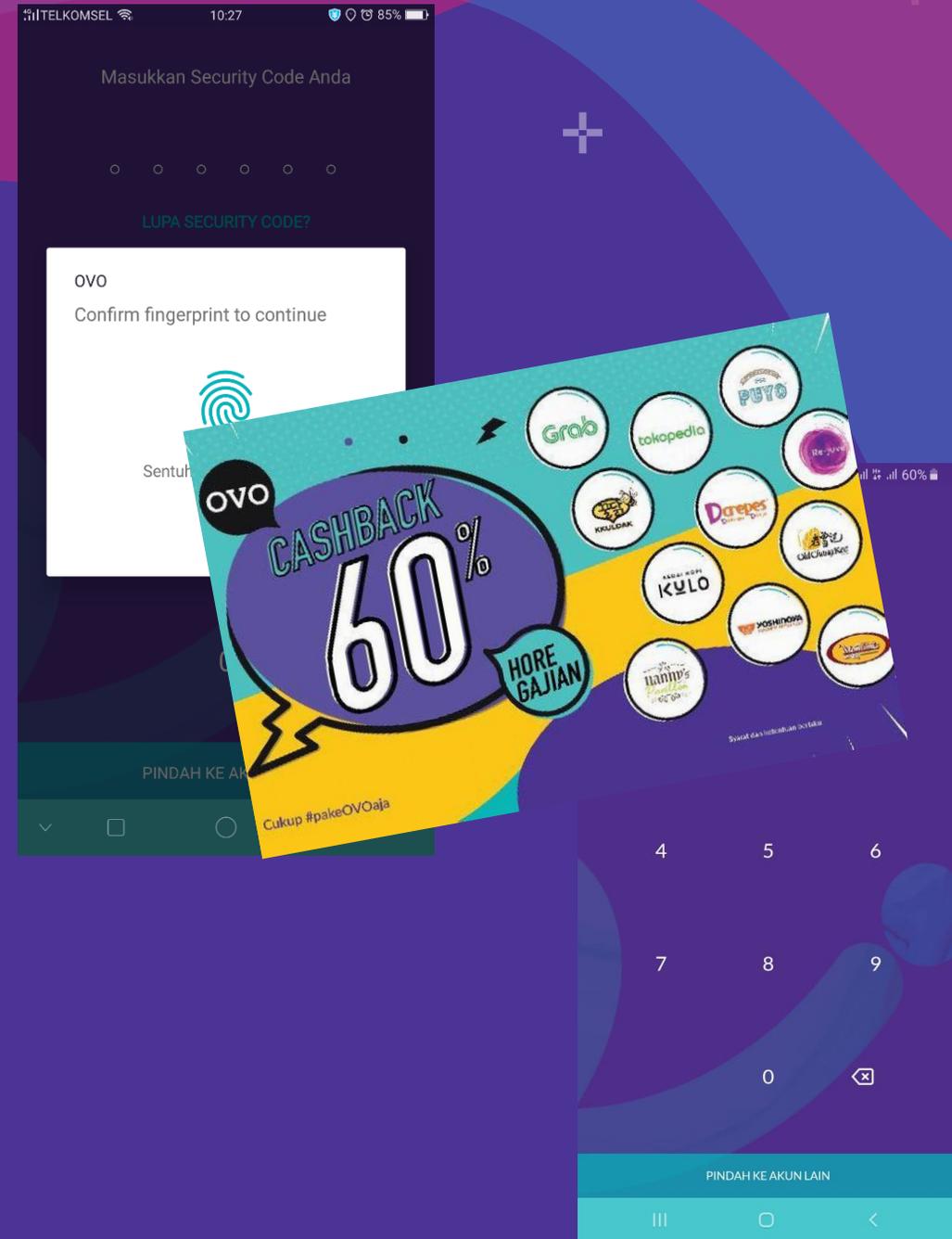
- Akibat perkembangan zaman, banyak *FinTech* baru yang akan menyaingi OVO, dengan itu OVO dapat membuat strategi dengan menggunakan kekuatan OVO yaitu, bekerja sama dengan berbagai *merchant* sehingga dapat digunakan di mana saja hingga pengguna tidak akan berpaling lagi karena lengkapnya kegunaan OVO dalam mempermudah pembayaran di mana saja .
- Masyarakat yang was-was terhadap *cyber-crime*, dengan memperkuat lagi kelebihan OVO dalam fitur keamanan sehingga pengguna OVO dapat lebih percaya dalam menggunakan OVO sebagai *fintech* yang aman.

Strategi WT

- Literasi dan pengetahuan masyarakat yang masih kurang dengan ancaman yang ada tersebut maka strategi yang harus dibuat adalah dengan memperbaiki pelayanan *customer service* menjadi lebih responsif.
- Banyaknya penyalahgunaan aplikasi untuk mendapat keuntungan pribadi maka dibuat strategi yaitu dengan memperketat sistem keamanan terhadap data agar tidak disalah gunakan pada pihak yang tidak bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Dari berbagai ancaman yang dihadapkan dan kelemahan yang dimiliki OVO, OVO masih dapat mengatasinya. Hal-hal tersebut dikarenakan OVO memiliki kekuatan yang cukup besar dan dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari matrix swot yang memproyeksikan apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan OVO.



SPACE MATRIX

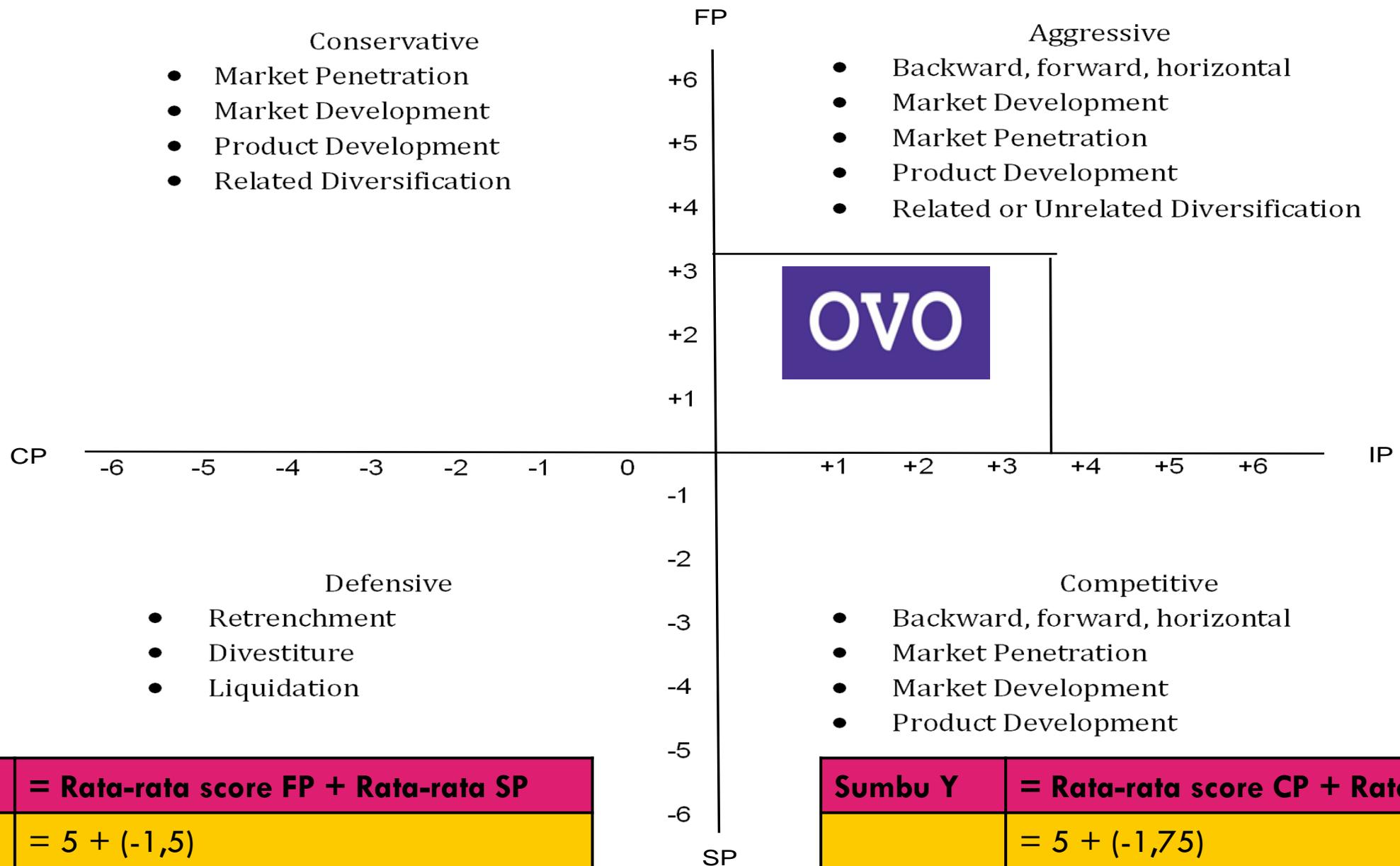
| FINANCIAL POSITION (FP) | Rating |
|--|---------------|
| Tingkat Likuiditas | 5 |
| Net Profit | 5 |
| Pertumbuhan Pendapatan | 6 |
| Keseimbangan antara Aset dan Kewajiban | 4 |
| Rata-rata | 5 |

| STABILITY POSITION (SP) | Rating |
|--|---------------|
| Kualitas Produk dan Jasa | -2 |
| Perkembangan Teknologi | -1 |
| Tersedia Peralatan & Perlengkapan yang Memadai | -2 |
| Terkenalnya & Tersedianya Produk di Pasaran | -1 |
| Rata-rata | -1,5 |

SPACE MATRIX

| INDUSTRY POSITION (IP) | Rating |
|---------------------------------|---------------|
| Market Share yang Luas | 6 |
| Peningkatan Permintaan Pasar | 5 |
| Perkembangan Produk dan Layanan | 4 |
| Teknologi yang Tersedia | 5 |
| Rata-rata | 5 |

| COMPETITIVE POSITION (CP) | Rating |
|-----------------------------------|---------------|
| Kerjasama Antar Pesaing | -2 |
| Pertumbuhan Pasar yang Suportif | -1 |
| Persaingan dengan Perusahaan Lain | -1 |
| Loyalitas dan Kesetiaan Pelanggan | -3 |
| Rata-rata | -1,75 |



| | |
|----------------|--|
| Sumbu X | = Rata-rata score FP + Rata-rata SP |
| | $= 5 + (-1,5)$ |
| | = 3,5 |

| | |
|----------------|--|
| Sumbu Y | = Rata-rata score CP + Rata-rata IP |
| | $= 5 + (-1,75)$ |
| | = 3,25 |

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Space Matrix, dapat disimpulkan bahwa OVO masuk kategori yang *aggressive*, maka dapat disimpulkan bahwa OVO berada pada posisi yang baik, maka OVO diharapkan dapat menggunakan kekuatan internalnya guna memanfaatkan peluang eksternal, mengatasi kelemahan internal, dan menghindari ancaman eksternal.

BCG MATRIX

Relative Market Share

High ←

→ Low

Market Growth Rate

Low

STARS



OVO Grab
OVO Tokped

QUESTION MARKS



OVO x
Prudential

CASH COWS



PLN, Pulsa,
PDAM, BPJS

DOGS



Iuran
lingkungan

OVO

KESIMPULAN

Dengan keadaan pangsa pasar yang tinggi dalam dunia fintech ini, OVO ialah dompet digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dengan mengikuti perkembangan zaman, tidak menutup kemungkinan fitur-fitur lain yang dibuat oleh OVO akan dapat diandalkan oleh masyarakat Indonesia untuk mengurangi penggunaan uang cash seiring dengan berjalannya waktu menuju era yang semakin global.



OVO

IE MATRIX

Sel 1 berada pada *Grow and Build*
(Tumbuh dan Membangun)

| THE EFE TOTAL WEIGHTED SCORES | THE IFE TOTAL WEIGHTED SCORES | | | |
|---|-------------------------------|----------------------|------------------------|---------------------|
| | | Strong 3.0 to 4.0 | Average 2.0 to 2.99 | Weak 1.0 to 1.99 |
| | High 3.0 to 4.0 | OVO | | |
| | Medium 2.0 to 2.99 | | | |
| | Low 1.0 to 1.99 | | | |

OVO berada di region 1, tepatnya di sel 1. Hal ini terlihat dari:

- IFE Matrix 3.39
- EFE Matrix 3.37

OVO

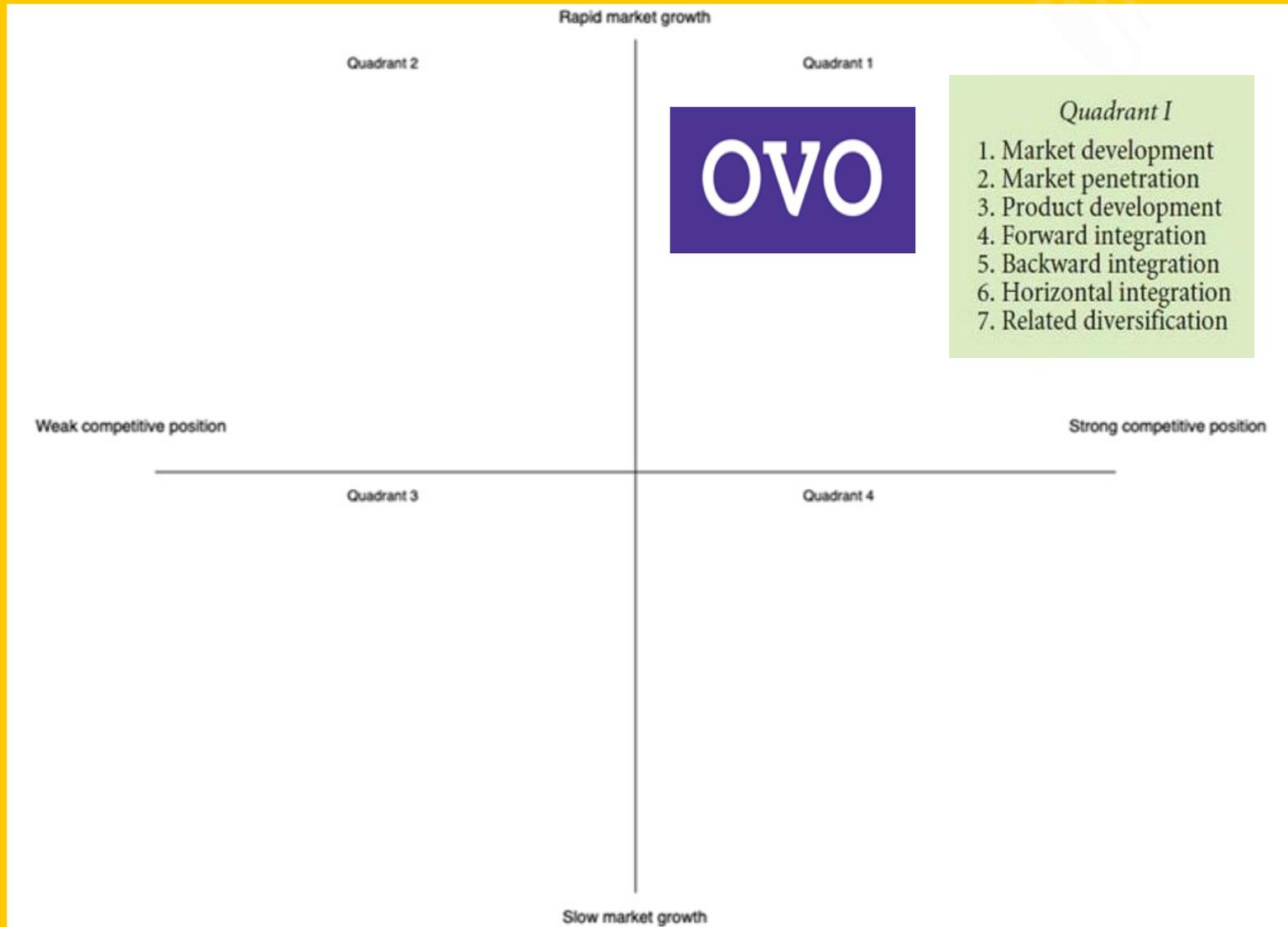
Alternatif strategi:

Intensive strategies (market penetration, market development, and product development) dan Integrative strategies (backward integration, forward integration, and horizontal integration)

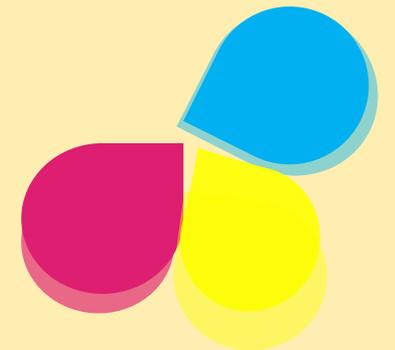


KESIMPULAN

OVO berada pada posisi *Grow and Build* dimana strategi yang paling cocok untuk posisi ini adalah *intensive strategy* dan *integrative strategy*. OVO dapat melakukan *market penetration* dengan memberikan promosi besar-besaran di hari-hari tertentu, misalnya di akhir bulan, di hari libur nasional, dan di hari ulang tahun OVO untuk meningkatkan antusiasme pengguna. OVO juga dapat melakukan *market development* dengan memperkenalkan produknya ke luar negeri dan melakukan *product development* misalnya mengembangkan produk OVO sehingga bisa digunakan untuk pertukaran uang luar negeri. OVO juga bisa melakukan *integrative strategies* seperti *forward integration* (meningkatkan kontrol atas distributor), *backward integration* (meningkatkan kontrol atas supplier), dan *horizontal integration* (menguasai pesaing). Dengan demikian OVO dapat menumbuhkan usahanya dan dapat bersaing di tengah persaingan yang ada dan pada era yang semakin global.

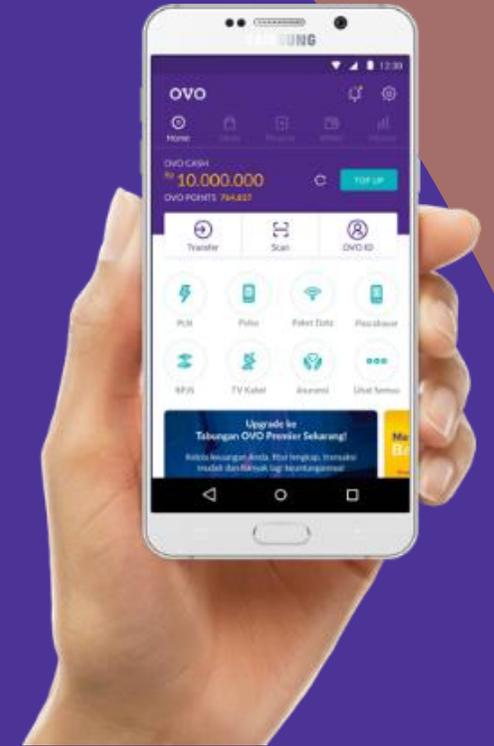


GRAND STRATEGY MATRIX



KESIMPULAN

Dalam Grand Strategy Matrix, OVO berada di posisi kuadran 1 yang dimana posisi persaingan teknologi yang termasuk dalam pertumbuhan yang hadir sebagai fintech terdepan di Indonesia yang telah mengubah lanskap ritel dan teknologi. OVO semakin memperkuat posisinya sebagai platform fintech terdepan dengan persaingan antar perusahaan sejenis lainnya seperti Dana. Seiring pertumbuhan OVO yang sangat pesat hanya dalam waktu dua tahun. OVO saat ini merupakan perusahaan independen yang dikelola oleh manajemen profesional sehingga dapat berhasil dengan pertumbuhan pasar yang luas di bidang teknologi.



OVO

TERIMA KASIH

RUANG MAHASISWA
www.jsm-synergy.com

