



KAJIAN MANAJEMEN STRATEGIK (MAGIK): EXTERNAL ASSESSMENT

RUANG MAHASISWA

www.jsm-synergy.com



traveloka



Traveloka first, then the world

Source FEB UNTAR 2019-2020

- Annisa Mardiana
- Doni Davidsen
- Alza Dinda
- Pratiwi
- Ferent Felia
- Sherine
- Melviana Seba
- Veti Yolla
- Rahel Rehuel
- Janice Netanya



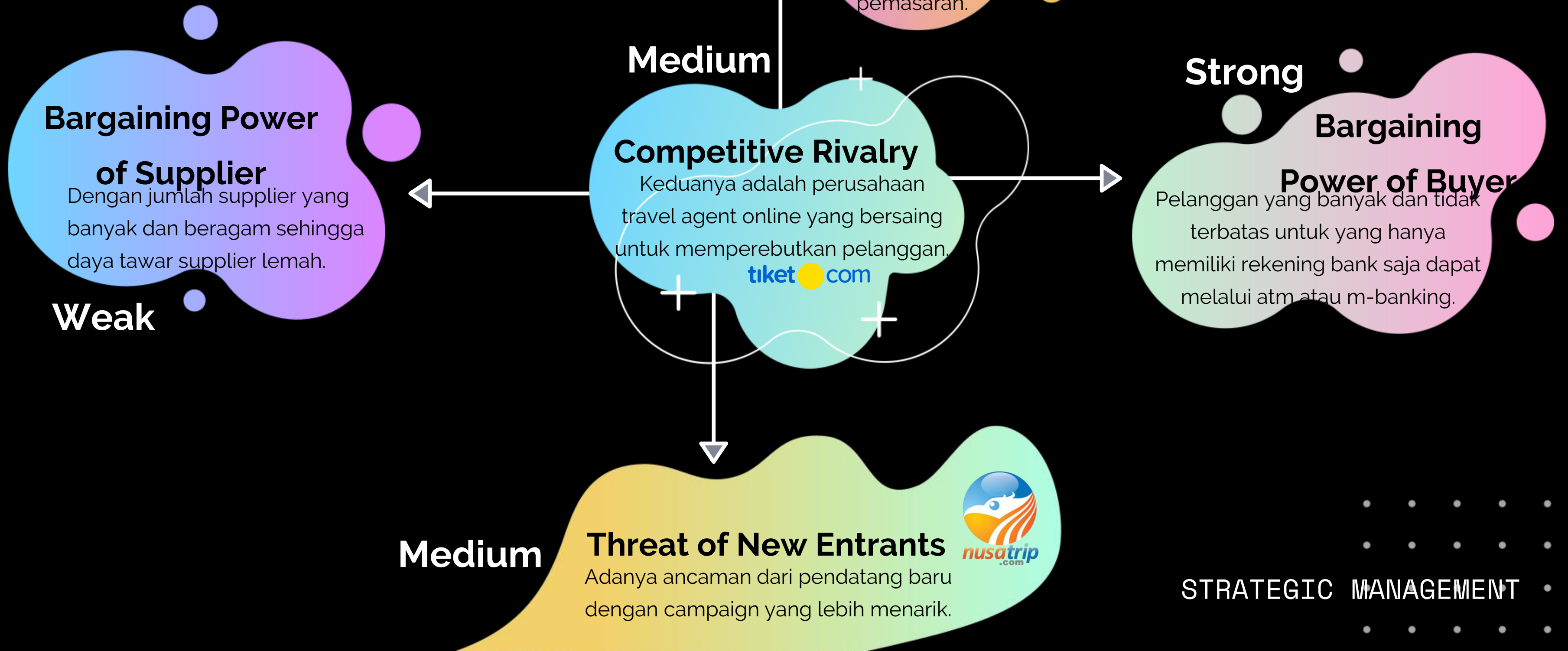
External Assessment

- Porter's Five Forces
- EFE Matrix
- CPM Matrix



STRATEGIC MANAGEMENT →

Porter's Five Forces



Competitive Rivalry: **Medium**

Bisnis Travel Agent saat ini dikuasai oleh 2 pemain utama yaitu Traveloka & Tiket.com. Mereka bersaing ketat memperebutkan para pengguna.

		
Valuasi	\$2 miliar+	Tidak diketahui, <i>exit</i> melalui akuisisi oleh Blibli
Unduhan di Android (Pengguna)	10.000.000+	5,000,000+
Statistik Situs (Smiliar Web)	Peringkat 8 di kategori "Airlines and Airports"	Peringkat 86 di kategori "Airlines and Airports"
Jenis Layanan di Situs	Pesawat, Hotel, Kereta, Bus & Shuttle, Transportasi Bandara, Pertunjukan, Pembayaran	Pesawat, Hotel, Kereta, Sewa Mobil, Pertunjukan

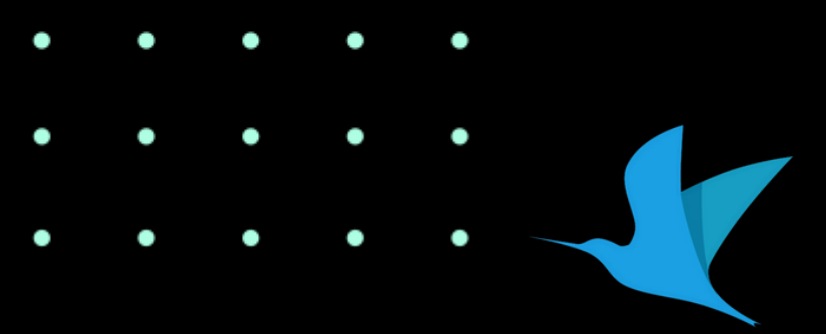
Threat of New Entrants: **Medium**

Untuk memasuki persaingan, pendatang baru harus menyediakan modal yang cukup besar, di lain sisi juga harus memiliki strategi bisnis yang baik. Dari segi promosi perusahaan pendatang harus bekerja keras dalam pemasaran. Jadi dapat disimpulkan bahwa ancaman pendatang baru di bidang ini tidak begitu kuat bagi perusahaan Traveloka. Hal ini dapat dilihat dari tingkat pengunjung traveloka yang tinggi dan promosi yang lebih signifikan dibandingkan dengan perusahaan pesaing dan pendatang baru.

Travel agent di Indonesia kedatangan pemain baru , Website ini diluncurkan pada bulan April 2013 dan misi utama Nusatrip.com adalah membantu memudahkan dalam perencanaan perjalanan wisata ataupun bisnis, dan menyediakan solusi mudah bagi para pelaku bisnis atau wisatawan untuk memesan hotel dan tiket pesawat di Indonesia maupun ke seluruh dunia. Pada Maret 2015, Nusatrip meluncurkan fitur pencarian untuk tiket penerbangan kelas bisnis.



Threat of Substitutes: **Weak**



Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi banyak mengubah pola strategi pemasaran. Ketika internet sudah lazim digunakan dan dimanfaatkan, pola strategi pemasaran online menjadi masif dan besar. Jadi dapat disimpulkan bahwa ancaman substitusi pada industri ini lemah.

Bargaining Power of Suppliers: **Weak**



Supplier terdiri dari perusahaan yang bekerja sama dengan Traveloka, dengan jumlah yang banyak dan bervariasi. Dengan jumlah supplier yang banyak dan beragam, dapat disimpulkan daya tawar supplier lemah.

Official Partner of KAI & Railink




Whether it's a trip to the airport or a cross-country adventure, book your train tickets hassle-free with us!

Hotel Partners

Domestic & International Hotel Partners

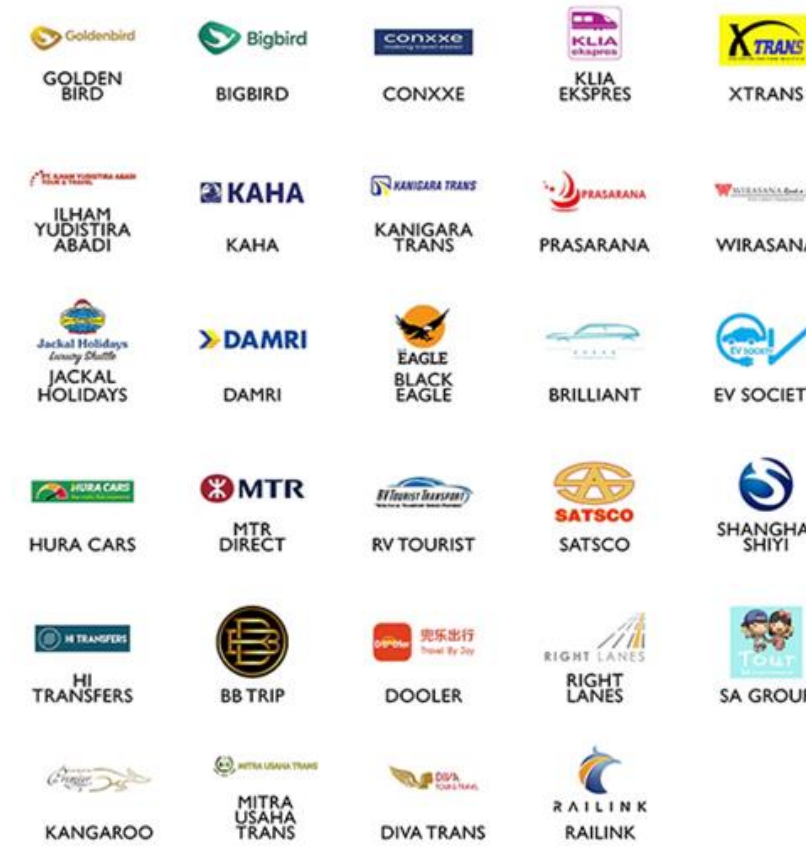
We are partnering with hotel chains across the globe to ensure a comfortable stay wherever you travel!

Hotel review powered by 



Airport Transfer Partners

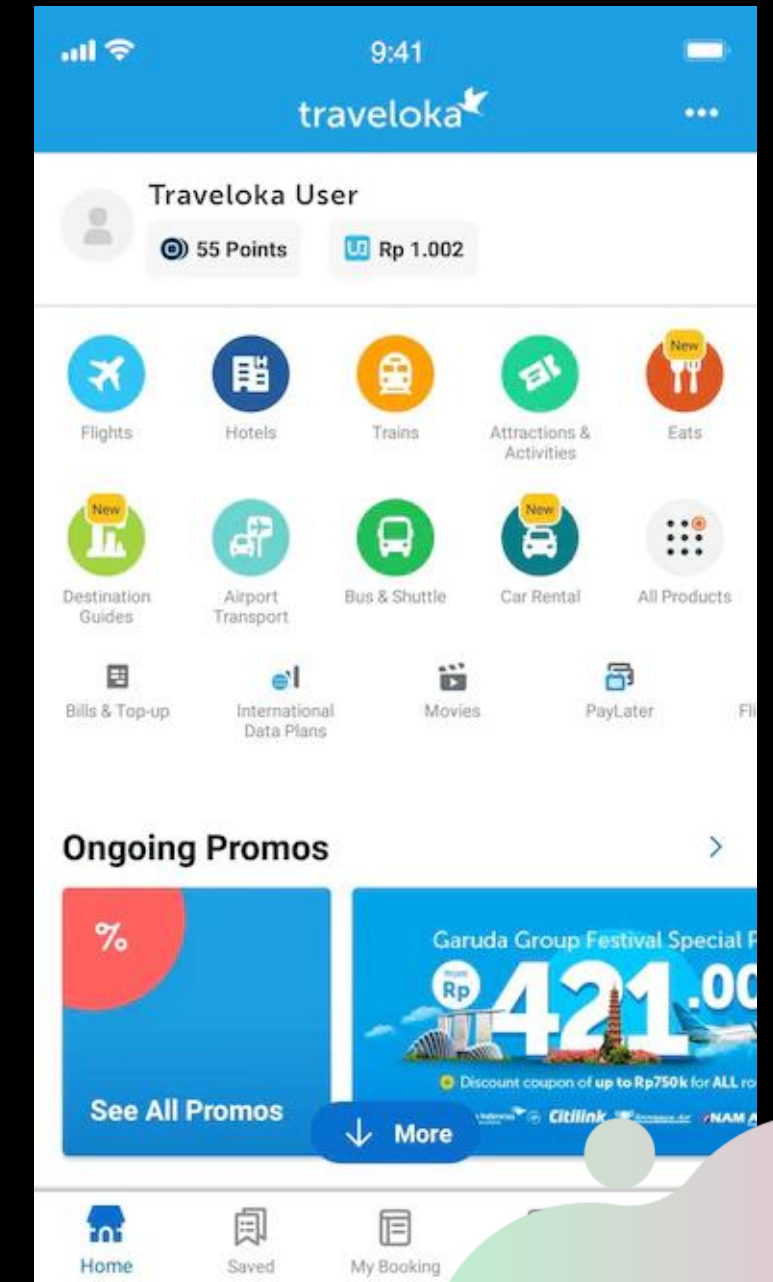
We team up with top domestic and foreign transportation companies to give you a comfortable ride from and to the airport.



Bargaining Power of Consumers: **Strong**

Pelanggan di Mass Market terdiri dari semua segmen pasar, usia, gender, profesi. Pelanggan yang banyak & tidak terbatas untuk yang hanya memiliki rekening bank saja dapat melalui m-banking / atm

Pelanggan yang beragam juga karena kategori fitur yang disediakan oleh traveloka banyak sesuai dengan kebutuhan customer dan harga yang terjangkau dapat didapatkan ketika adanya promo yang disediakan berbagai macam aplikasi traveling. Namun, pelanggan juga mudah berpindah tempat ke aplikasi lainnya sehingga daya tawar dari pelanggan dapat disimpulkan kuat.



External Factor Evaluation (EFE) Matrix

strategy tool used to examine company's external environment and to identify the available opportunities and threats.



Key External Factors	Weight	Rating	Weighted Score
Opportunities			
1. Keperluan orang untuk bepergian	0.08	4	0.32
2. Keinginan serba instan	0.20	3	0.60
3. Berkembangnya dunia teknologi	0.04	2	0.08
4. Layanan berbahasa asing	0.11	1	0.11
5. Kemudahan & kelengkapan informasi	0.07	2	0.14
Threats			
1. Pesaing yang menyediakan layanan yang serupa	0.15	3	0.45
2. Orang yang awam dengan teknologi	0.06	2	0.12
3. Kurangnya kepercayaan terhadap layanan <i>online</i>	0.09	3	0.27
4. Sistem <i>online</i> dapat diretas & terjadi data error	0.05	4	0.2
5. Ketidakstabilan situasi/kondisi lingkungan	0.15	1	0.15
Total	1.00		2.44

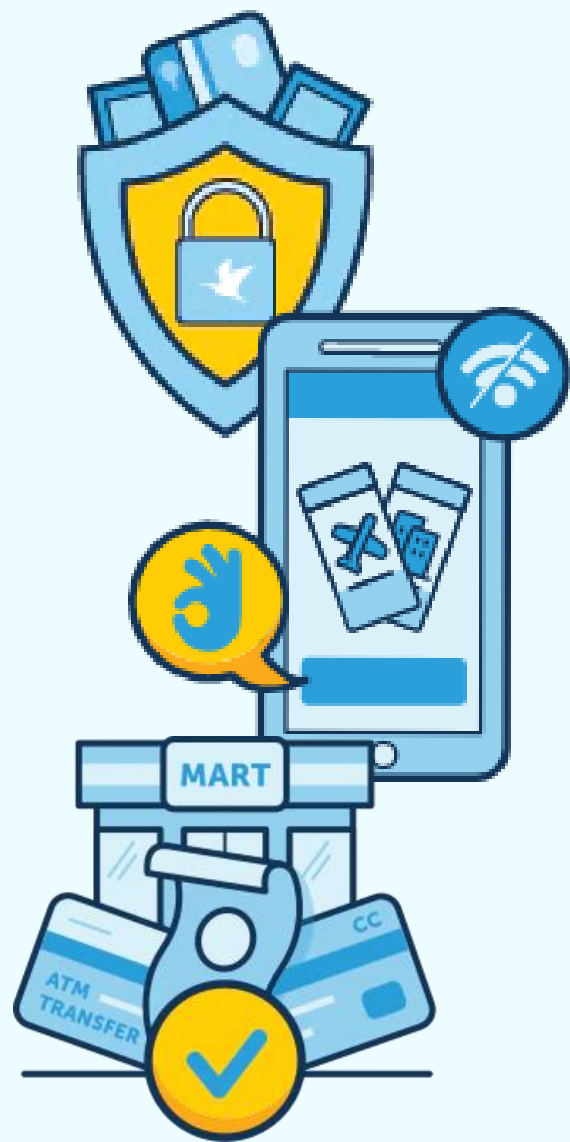


External Factor Evaluation (EFE) Matrix



kesimpulan:

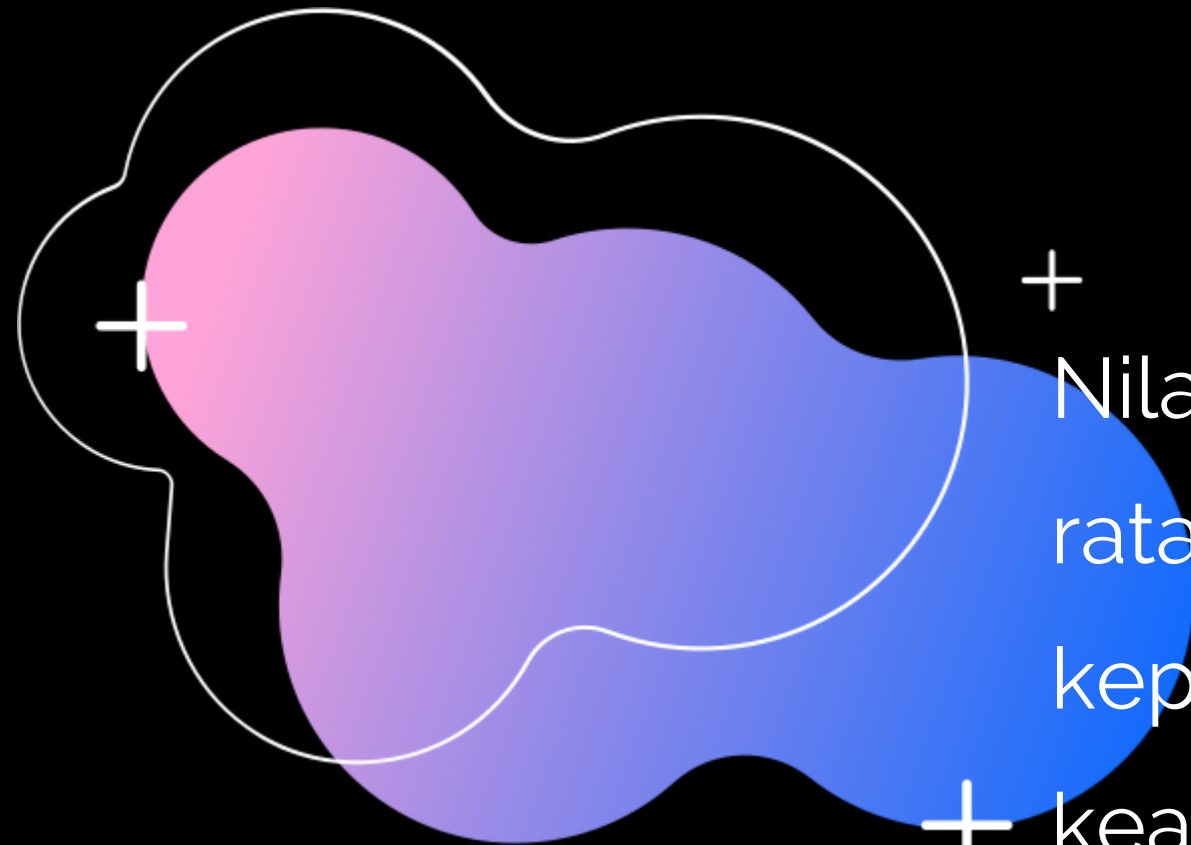
Berdasarkan evaluasi faktor dari sisi eksternal, terdapat faktor peluang atau kesempatan seperti keperluan orang untuk berpergian, keinginan yang serba instan, perkembangan teknologi, layanan berbahasa asing, kemudahan informasi namun terdapat juga faktor ancaman seperti pesaing dengan bisnis yang sama, orang awan teknologi, rendahnya tingkat "trust", sistem mudah di hacked atau data error, juga ketidakstabilan lingkungan. Faktor-faktor ini dapat mempengaruhi pertimbangan pengambilan keputusan perusahaan untuk jangka panjang atau masa mendatang.



External Factor Evaluation (EFE) Matrix



kesimpulan:

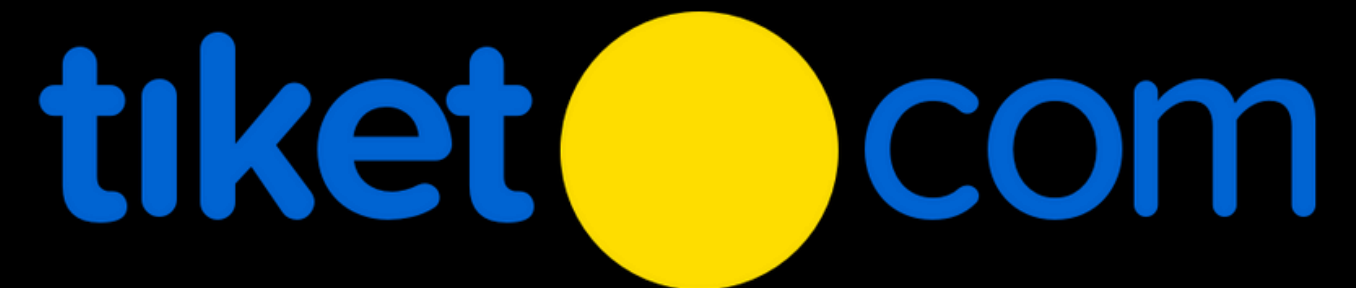


- + Nilai matriks EFE Traveloka sebesar 2,44 adalah nilai rata-rata, sehingga yang menjadi fokus perhatian adalah keperluan atau demand orang terhadap travelling dan
- + keamanan sistem terhadap hacker atau data error.

Competitors



Tiket.com adalah situs web yang menyediakan layanan pemesanan hotel, tiket pesawat, tiket kereta api, penyewaan mobil, tiket konser, tiket atraksi, tiket hiburan dan tiket event yang berbasis di Jakarta, Indonesia. Tiket.com dibentuk pada bulan Agustus 2011.



Pegipegi adalah perusahaan yang melayani pemesanan hotel, tiket pesawat, dan tiket kereta api melalui situs web, serta aplikasi gratis di Android dan iOS. Berbasis operasional di Jakarta, Pegipegi secara fokus membantu mengelola kebutuhan liburan ataupun perjalanan bisnis dengan menjadi Fun Traveling Partner bagi masyarakat Indonesia.

Competitive Profile Matrix (CPM)

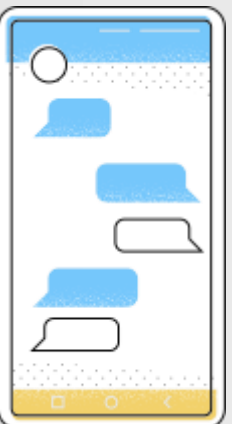


Identifies firm's major competitors and their strengths & weaknesses in relation to a sample firm's strategic positions.



STRATEGIC MANAGEMENT

Critical Success Factors	Weight	Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
1. Advertising	0.15	4	0.60	4	0.60	3	0.45
2. Price Competitiveness	0.17	4	0.68	3	0.51	3	0.51
3. Services Offered	0.12	4	0.48	2	0.24	2	0.24
4. Customer Loyalty	0.15	3	0.45	3	0.45	2	0.30
5. Management	0.11	4	0.44	2	0.22	2	0.22
6. Global Expansion	0.13	3	0.39	1	0.13	1	0.13
7. Corporate Social Responsibility	0.07	2	0.14	2	0.14	1	0.07
8. Partnership	0.10	4	0.40	3	0.30	2	0.20
Total	1.00		3.58		2.59		2.12



Competitive Profile Matrix (CPM)



kesimpulan:

Walaupun sama-sama aplikasi ciptaan anak bangsa yang berasal dari dalam negeri, namun ternyata traveloka dinilai lebih unggul daripada [pegipegi](#) maupun [tiket.com](#) dilihat dari sisi periklanan, kompetisi harga, pelayanan, manajemen dan kerjasama. Keunggulan-keunggulan ini dapat menjadi nilai plus perusahaan serta menjadi bahan pertimbangan untuk terus unggul dan bersaing di masa depan.





TERIMA KASIH

RUANG MAHASISWA
www.jsm-synergy.com

