

Strategi persaingan PT Garuda Indonesia (persero) tbk dalam menghadapi ASEAN open sky 2015 = Competitive strategy of PT Garuda Indonesia persero tbk facing Asean open sky 2015

Lumempouw, Geysbert Josua, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20350695&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai strategi persaingan PT Garuda Indonesia dalam Menghadapi ASEAN Open Sky 2015, karena kompetisi persaingan akan berubah ketika kebijakan tersebut diberlakukan. Ketika Batik Air mengancam eksistensi Garuda Indonesia di pasar penerbangan Full Service Carrier, Garuda Indonesia juga akan menghadapi lawan – lawan yang baru seperti Singapore Airlines atau Malaysia Airlines yang memiliki segmentasi pasar yang sama dengan Garuda Indonesia. ASEAN Open Sky 2015 memberikan peluang untuk adanya rute – rute potensial yang baru bagi Garuda Indonesia di ASEAN tapi juga memberikan ancaman besar ketika pasar penerbangan komersil di Indonesia juga bisa dimasuki oleh maskapai penerbangan Asia Tenggara yang lain.

Penelitian ini menggunakan analisis Rantai Nilai, analisis STEEP, analisis 5 Kekuatan Porter, analisis SWOT, Model Bisnis Canvas dan Pemetaan Kompetitif (Competitive Mapping). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Garuda Indonesia dengan grand strategy yang sudah ada masih memerlukan beberapa strategi alternatif karena strategi yang ada sekarang belum cukup efektif untuk menghadapi persaingan yang baru. Untuk itu diperlukan beberapa strategi alternatif antara lain penetrasi pasar dan penambahan armada, pembukaan hubport baru, kerjasama dengan tourism board, penggunaan one on one marketing dan promosi pemakaian produk dalam negeri.

.....This thesis discusses the competitive strategies of PT Garuda Indonesia Facing ASEAN Open Sky 2015, due to the competition of competition will change when the policy is enforced. When Batik Air threatened the existence of Garuda Indonesia in Full Service Carrier aviation market, Garuda Indonesia will also face new opponent like Singapore Airlines or Malaysia Airlines, which has similar market segmentation.

ASEAN Open Sky 2015 provides an opportunity of potential new routes services for Garuda Indonesia in ASEAN, but also a big threat when the commercial aviation market in Indonesia can also be entered by the the other airline in Southeast Asian.

This research using Value Chain analysis, STEEP analysis, Five Forces Porter analysis, SWOT analysis, Business Model Canvas and Competitive Mapping. Result of this research showed the existing Grand Strategy of Garuda Indonesia still requires some alternative strategies because the current strategy is not effective yet to face the new competition. It is necessary for some alternative strategies, that is market penetration and the addition of fleet, opening new hubport, cooperation with tourism board, one on one marketing and promotion of using domestic products.