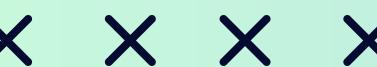


Analisis Pasar Maskapai Domestik India & Strategi Masuk Pasar





Anggota Kelompok 5

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Kanaya Abdiela• Muhammad Rosyid• Nadya Hapsari Putri• Naufal Gajendra A.• Revani Nanda Putri | <p>(2341760118 / 07)</p> <p>(2341760121 / 14)</p> <p>(2341760179 / 16)</p> <p>(2341760074 / 17)</p> <p>(2341760056 / 23)</p> |
|--|--|

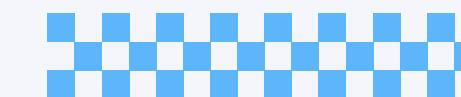




Tujuan Utama Analisis



- Menjelaskan kondisi pasar penerbangan domestik India di Q1.
- Melihat pola harga dan permintaan penumpang.
- Mengidentifikasi maskapai mana yang paling kuat.
- Menemukan peluang masuk pasar bagi maskapai baru.
- Memberikan rekomendasi strategi yang menguntungkan bagi investor.





DASHBOARD REPORT





INSIGHT 1 KPI Utama

Gambaran Besar Pasar Saat Ini

- 10.68 ribu total pemesanan
- 97.08 juta rupee total pendapatan
- 9.09 ribu rupee harga rata-rata tiket
- 8.37 ribu rupee harga median (titik tengah harga)

Apa artinya?

Harga tiket di pasar India cenderung stabil antara 8-10 ribu rupee. Ini menunjukkan bahwa penumpang India suka harga menengah, bukan yang terlalu murah atau terlalu mahal.





INSIGHT 2

Permintaan Berdasarkan Musim



Bagaimana Musim Mempengaruhi Pemesanan?

1. Wedding Season (Jan-Mar): 25.5%
 - Banyak orang bepergian untuk acara keluarga dan pernikahan.
 - Biasanya bersedia membayar harga lebih tinggi.
2. Summer Season (Apr-Jun): 74.5%
 - Liburan sekolah, liburan keluarga, dan traveling umum.
 - Jumlah penumpang naik tajam.

Kesimpulan:

Musim berpengaruh besar pada pola belanja tiket. Penting bagi maskapai untuk menyesuaikan harga, jadwal, dan promosi berdasarkan musim.

Wedding Season vs Summer Season

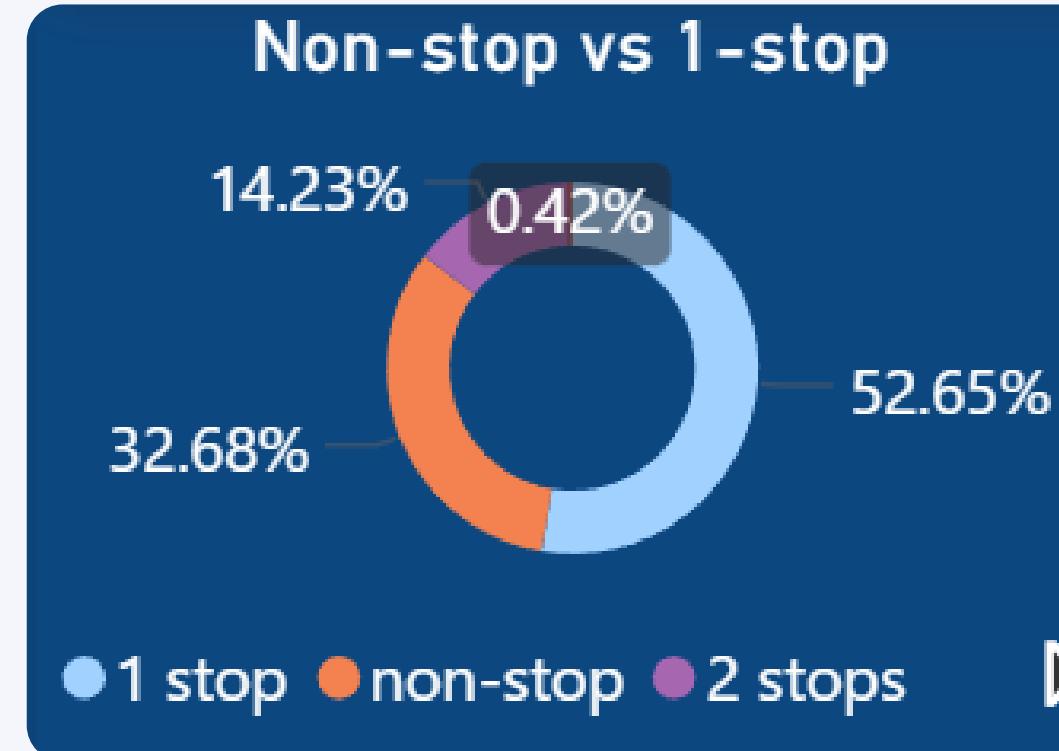


● Summer Season ● Wedding Se...



INSIGHT 3

Non-stop vs 1-stop



Jenis Penerbangan yang Paling Banyak Dipilih

- 1-stop: 52.65%
- Non-stop: 32.68%
- 2-3 stop sangat kecil jumlahnya.

Apa artinya?

1. Banyak rute yang belum memiliki penerbangan langsung (non-stop).
2. Penumpang akhirnya terpaksa menggunakan rute 1-stop.
3. Di sini ada peluang bahwa maskapai baru bisa menawarkan rute direct untuk menarik minat pasar.



INSIGHT 4 Harga Rata-Rata per Maskapai

Siapa yang Mahal, Siapa yang Murah?

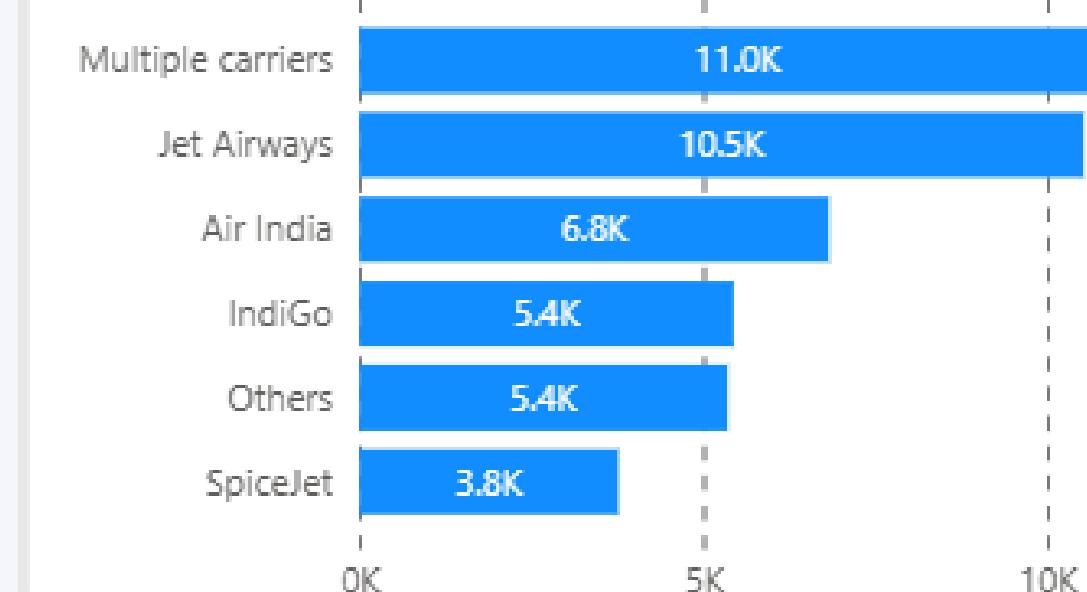
- Multiple Carriers → 11.0K (paling mahal)
- Jet Airways → 10.5K
- Air India → 6.8K
- IndiGo → 5.4K
- Others → 5.4K
- SpiceJet → 3.8K (paling murah)

Penjelasan penting:

- Ada kesenjangan harga (price gap) yang besar antara maskapai mahal dan maskapai murah.
- Namun, kisaran tengah (8.5K-9.5K) masih kosong pemain besar.

Inilah celah pasar di mana maskapai baru bisa masuk sebagai: "Maskapai dengan harga menengah tapi layanan lebih baik dari low-cost."

Average Price per Airline





INSIGHT 5

Tren Bulanan

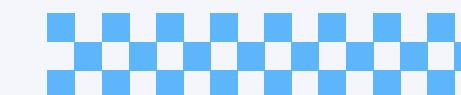
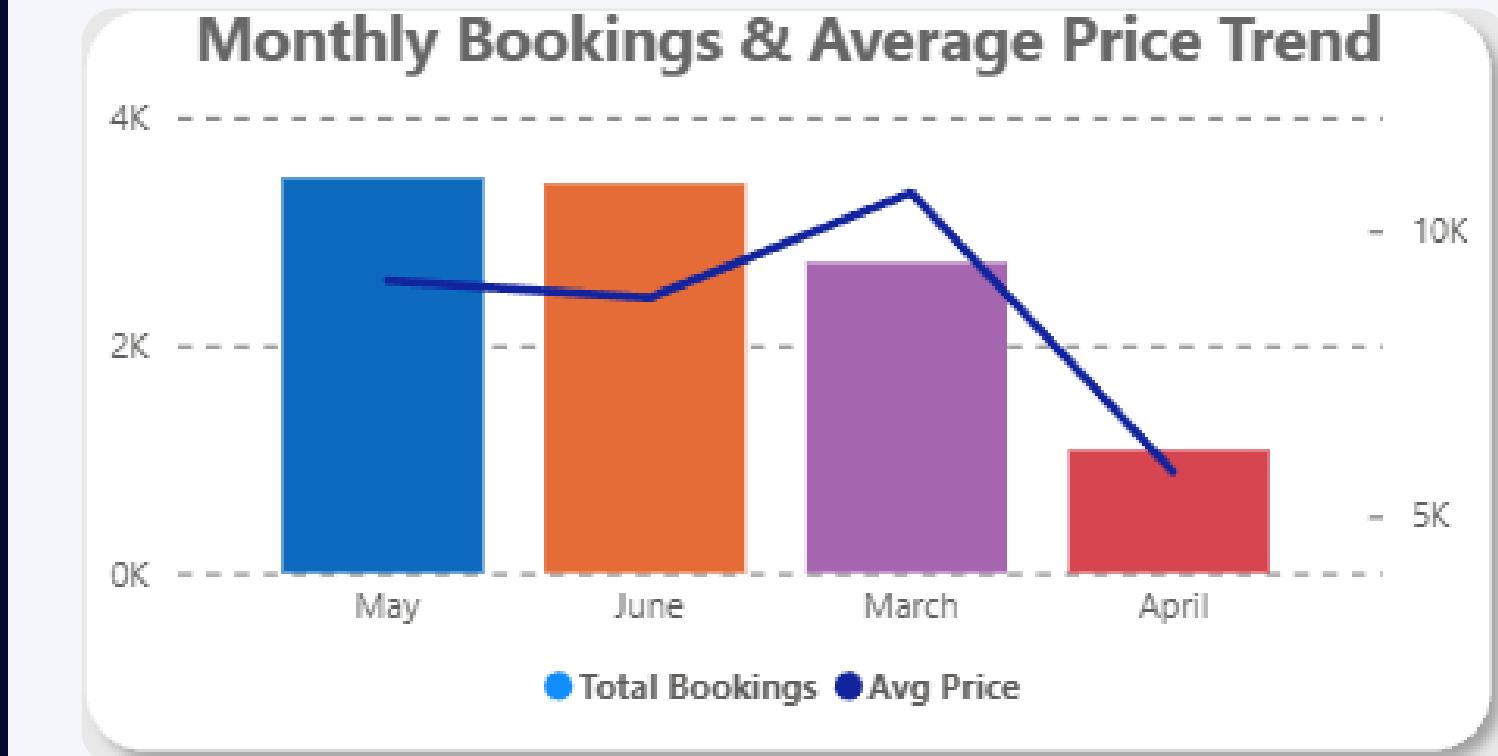


Bagaimana Perubahan Booking dan Harga dari Waktu ke Waktu?

- Booking tertinggi pada Mei dan Juni
- Harga tertinggi pada Maret (puncak Wedding Season)

Arti penting untuk bisnis:

1. Wedding Season → naikkan harga (orang tetap beli).
2. Summer Season → penumpang banyak sehingga bisa fokus promosi untuk menarik keluarga.

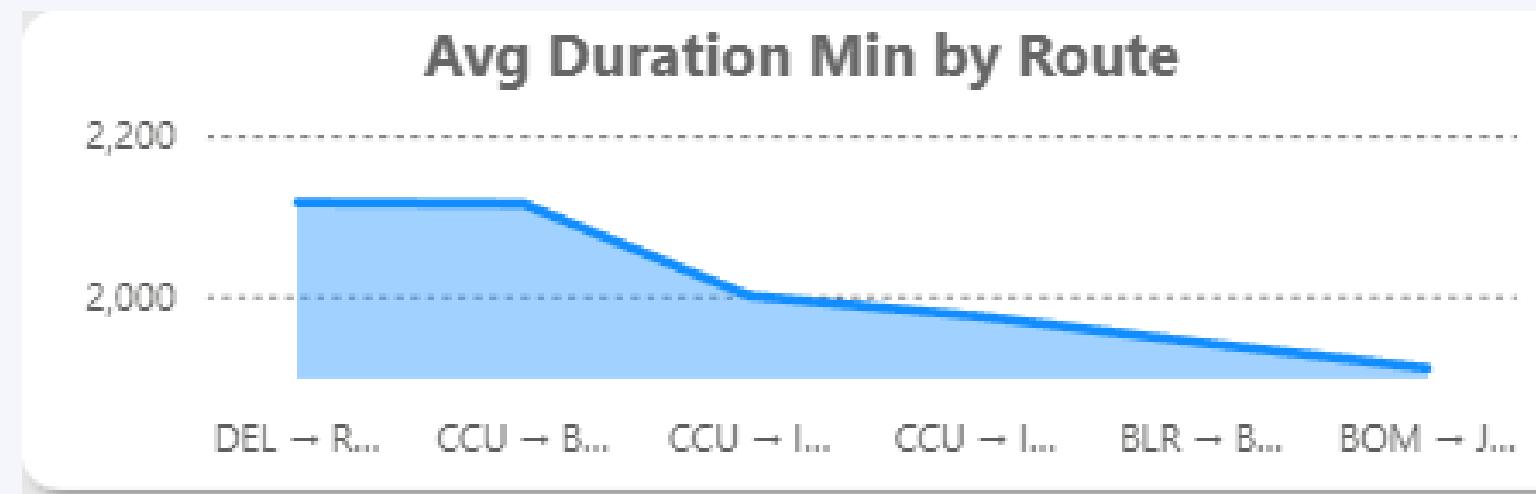




0 0 0 0

INSIGHT 6

Durasi Penerbangan per Rute



Rute-Rute Mana yang Paling Lama Durasi Perjalannya?

Beberapa rute seperti:

- DEL → RPR → NAG → BOM → COK
- CCU → BBI → IXR → DEL → BLR (memiliki durasi perjalanan yang lebih panjang dibanding rute lain.)

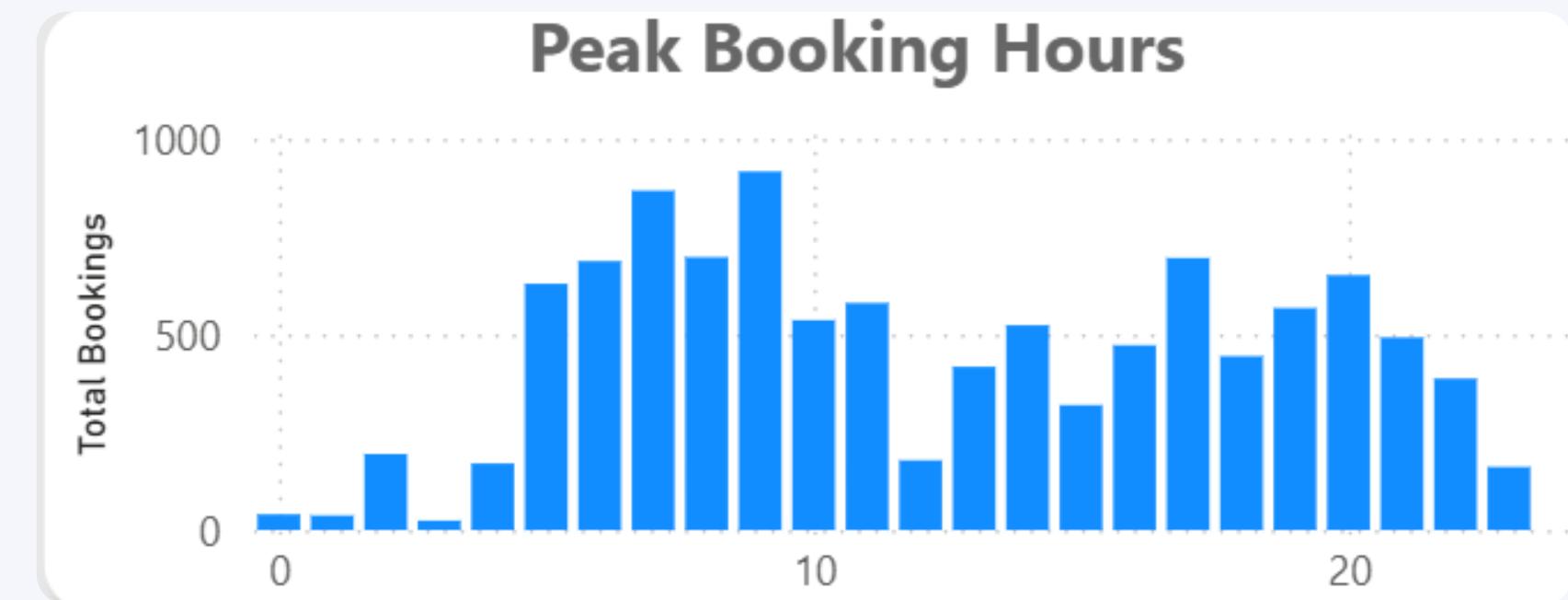
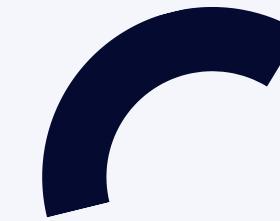
Kenapa penting?

Penumpang umumnya lebih suka penerbangan langsung di rute panjang, karena menghemat waktu. Maskapai baru bisa menawarkan pilihan direct flight di rute ini untuk menambah daya tarik.



INSIGHT 7

Jam Sibuk Pemesanan



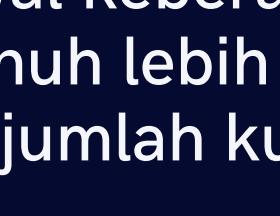
Jam Ketika Penumpang Paling Banyak Membeli Tiket

2 jam paling ramai:

- Jam 9 pagi - 10 pagi
- Jam 7 malam - 8 malam

Makna bisnis:

Jika maskapai baru menyediakan jadwal keberangkatan pada jam-jam ini, peluang pesawat terisi penuh lebih besar. Ini membantu meningkatkan load factor (jumlah kursi terisi).





OOOO

INSIGHT 8

Rute dengan Pendapatan Tertinggi

Top 10 Revenue Routes

Route	Total Bookings	Total Revenue
BLR → BOM → DEL	402	6320716
BLR → DEL	1552	8630850
BOM → HYD	621	2442275
CCU → BLR	724	3298584
CCU → BOM → BLR	979	11246545
CCU → DEL → BLR	565	6081241
DEL → AMD → BOM → COK	205	2611774
DEL → BOM → COK	2376	26027193
DEL → HYD → COK	326	2379582
DEL → JAI → BOM → COK	240	2942817
Total	7990	71981577

Satu rute dari 10 rute yang menghasilkan pendapatan terbesar adalah

BLR → BOM → DEL (Pendapatan: 6.32M)

Rekomendasi rute awal untuk masuk pasar:

- DEL → COK
- BLR → BOM
- BOM → BLR

Ketiga rute ini cocok untuk maskapai baru karena:

- ✓ banyak penumpang
- ✓ durasi cukup panjang
- ✓ potensi direct flight
- ✓ margin pendapatan baik



Analisis Peluang Pasar (Market Gap)



Harga Maskapai Saat Ini (Peta Segmen):

- Mahal: Jet Airways (10K+)
- Murah: SpiceJet (3-5K)
- Tengah: hampir tidak ada pemain kuat

Peluang besar:

>Masuk ke segmen harga menengah (8K-9.5K).

Segmen ini menawarkan:

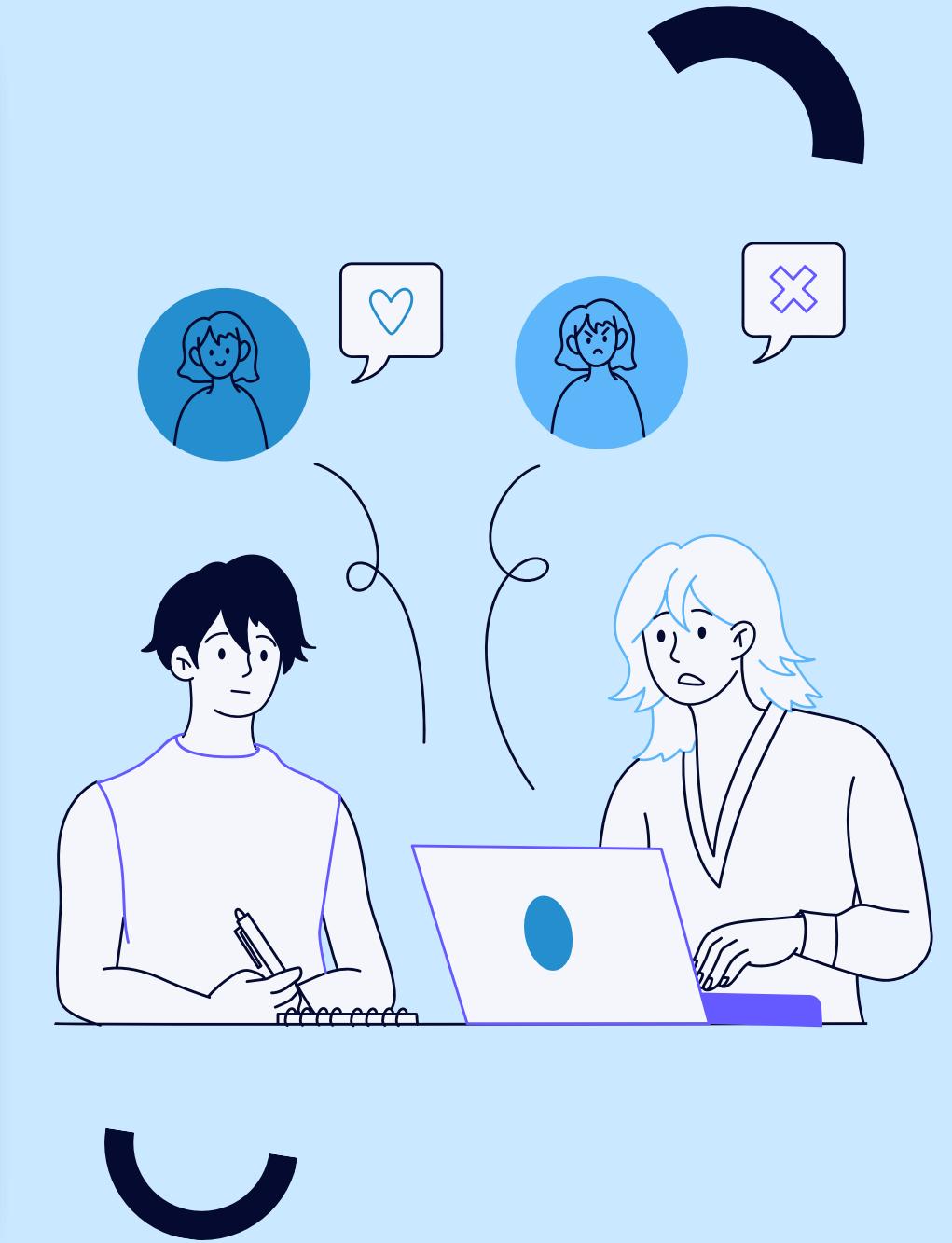
- Harga tidak terlalu mahal
- Layanan lebih baik daripada low-cost
- Target pasarnya luas (keluarga, pekerja, pelancong)

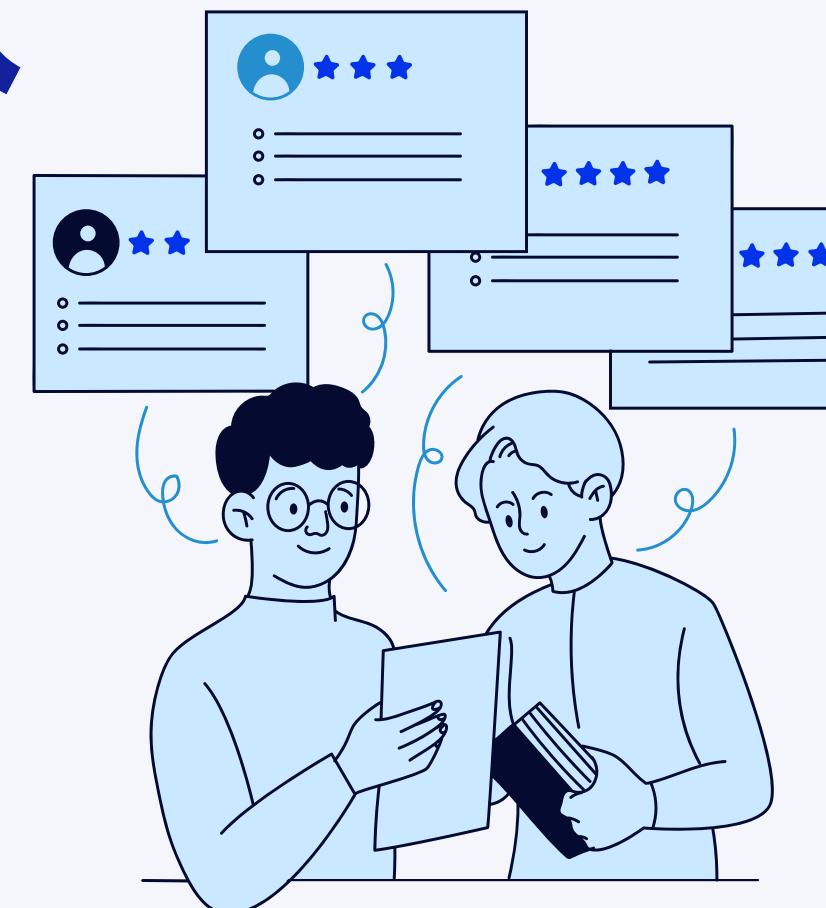




Analisis Finansial

1. Asumsi Keuangan:
 - Biaya tetap awal (fixed cost): 5 juta rupee
 - Harga tiket rata-rata yang ingin ditargetkan: 9.000 rupee
 - Estimasi load factor awal: 65% (artinya 65% kursi terisi)
2. Break-even point (titik impas):
→ Sekitar 550 pemesanan per bulan
3. Jika maskapai baru hanya mengambil 3% dari pasar saat ini:
 - $3\% \times 10.680 \text{ booking} = 320 \text{ booking}$
 - Pendapatan bulanan: $\approx 2.9 \text{ juta rupee}$
4. Artinya:
Dalam 8-10 bulan, investasi awal bisa kembali.





Strategi Masuk Pasar

Strategi Utama untuk Maskapai Baru:

1. Posisi Maskapai
 - Masuk sebagai “premium-lite” (layanan bagus + harga menengah).
2. Rute Awal yang Disarankan
 - DEL → COK
 - BLR → BOM
 - BOM → BLR
3. Strategi Harga
 - Wedding Season → harga sedikit dinaikkan
 - Summer Season → diskon keluarga
4. Strategi Jam Terbang
5. Fokus jadwal di jam ramai 09-10 dan 19-20.



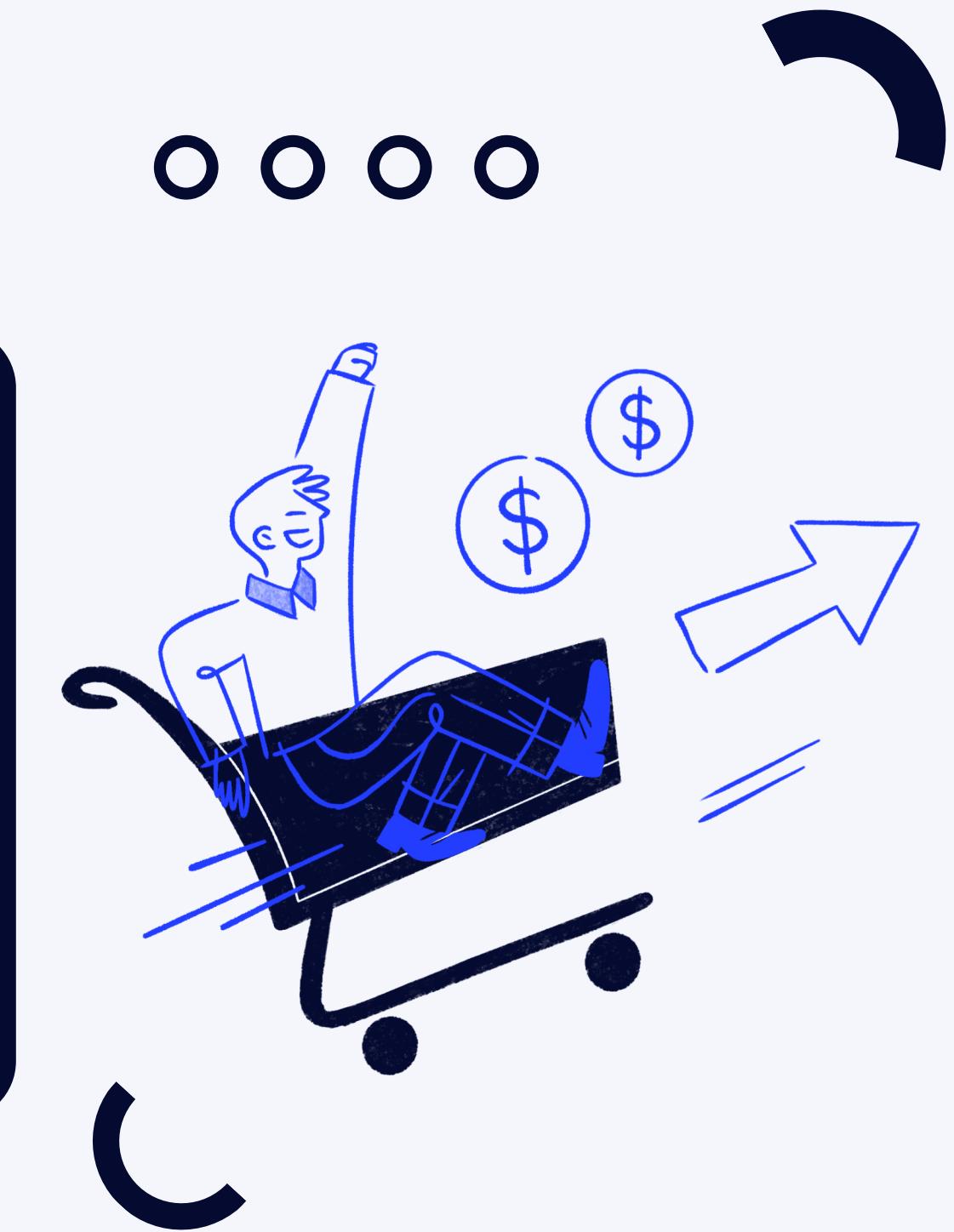
Risiko & Asumsi Bisnis

Risiko yang Perlu Diwaspadai:

- Kenaikan harga bahan bakar (avtur)
- Persaingan harga dari maskapai besar
- Kebijakan penerbangan India yang ketat

Asumsi:

- Harga pasar stabil
- Permintaan tetap tinggi di wedding & summer
- Rute-rute utama tidak berubah





Kesimpulan

Data menunjukkan bahwa pasar penerbangan India sangat besar dan ramai, terutama saat musim Summer. Rute antara kota-kota besar juga menghasilkan pendapatan tertinggi.

Peluang terbaik untuk maskapai baru adalah:

- Masuk pasar saat Summer (karena banyak orang bepergian).
- Fokus pada rute kota besar.
- Menawarkan penerbangan langsung pada rute yang saat ini masih transit.

Dengan langkah sederhana ini, maskapai baru bisa cepat mendapatkan penumpang dan bersaing dengan maskapai lain.



