

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
PADA SEGMENT LAYANAN FIXED BROADBAND INTERNET
PADA PLN ICON PLUS DENGAN ICONNET
DI KOTA TANGERANG SELATAN**

TESIS



Oleh

MUHAMMAD REZKULLAH EFFENDY

231015200043

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS PAMULANG

TANGERANG SELATAN

2025

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
PADA SEGMENT LAYANAN FIXED BROADBAND INTERNET
PADA PLN ICON PLUS DENGAN ICONNET
DI KOTA TANGERANG SELATAN**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Mencapai
Gelar Magister Manajemen



**Oleh :
MUHAMMAD REZKULLAH EFFENDY
231015200043**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAMULANG
TANGERANG SELATAN
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA SEGMENT LAYANAN FIXED BROADBAND INTERNET PADA PLN ICON PLUS DENGAN ICONNET DI KOTA TANGERANG SELATAN

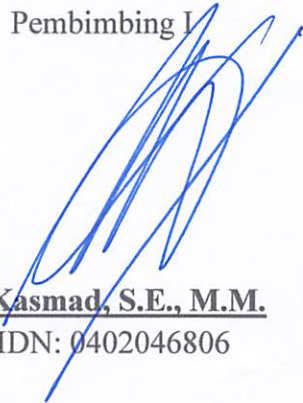
Tesis ini diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Pamulang

Oleh:

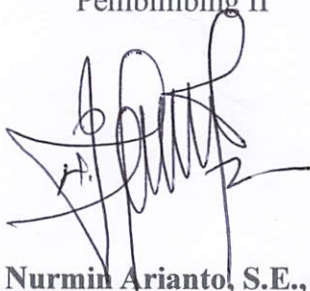
Muhammad Rezkullah Effendy
NIM : 231015200043

Tesis ini telah disetujui untuk diajukan ke Tim Penguji
pada tanggal 04 Juli 2025 oleh:

Pembimbing I

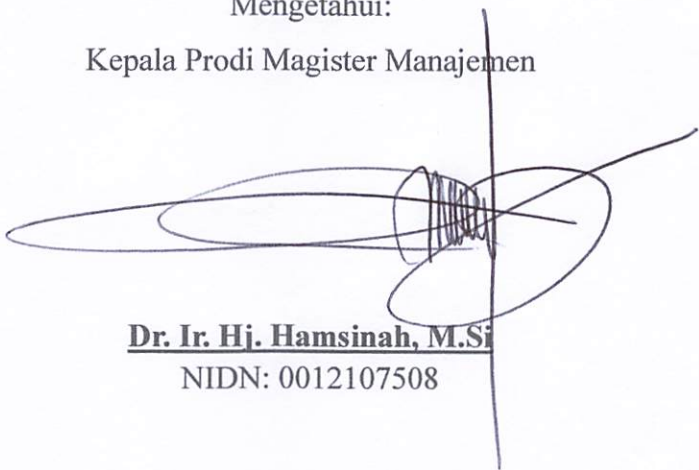

Dr. Kasmad, S.E., M.M.
NIDN: 0402046806

Pembimbing II


Dr. Nurmin Arianto, S.E., M.M.
NIDN: 0419078902

Mengetahui:

Kepala Prodi Magister Manajemen


Dr. Ir. Hj. Hamsinah, M.Si
NIDN: 0012107508

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
PADA SEGMENT LAYANAN FIXED BROADBAND INTERNET
PADA PLN ICON PLUS DENGAN ICONNET
DI KOTA TANGERANG SELATAN

Tesis ini disusun untuk persyaratan memperoleh Gelar Magister Manajemen pada
Program Pascasarjana Universitas Pamulang

Oleh:

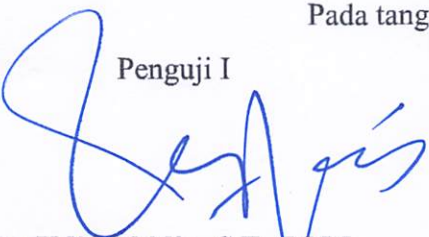
Muhammad Rezkullah Effendy

NIM : 231015200043

Telah dipertahankan dihadapan dewan penguji Program Pascasarjana
Universitas Pamulang Tangerang Selatan

Pada tanggal 19 Juli 2025

Penguji I



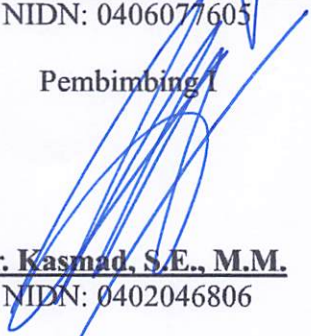
Dr. Udin Ahidin, S.E., M.M.
NIDN: 0406077605

Penguji II



Dr. Rosa Lesmana, S.E., M.M.
NIDN: 0419117903

Pembimbing I



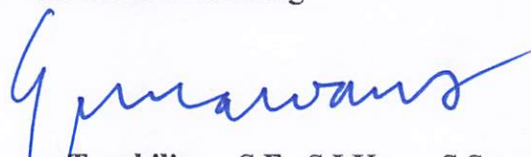
Dr. Kasmad, S.E., M.M.
NIDN: 0402046806

Pembimbing II



Dr. Nurmin Arianto, S.E., M.M.
NIDN: 0419078902

Disahkan,
Direktur Program Pascasarjan
Universitas Pamulang



Prof. Dr. Gunawan Tangkilisan, S.E., S.I.Kom., S.Sos.,
S.H., MBA, M.M., M.Si., M.H.
NIDK: 8849350017

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rezkullah Effendy
Nim : 231015200043
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Segmen Layanan *Fixed Broadband* Internet Pada PLN ICON Plus Dengan Iconnet Di Kota Tangerang Selatan

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab untuk dapat dipergunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Tangerang Selatan, 03 Juli 2025

Penulis



Muhammad Rezkullah Effendy

231015200043

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh PLN ICON Plus SBU Regional Jakarta Banten dalam meningkatkan daya saing layanan *fixed broadband* internet melalui merek dagang Iconnet, khususnya di wilayah Kota Tangerang Selatan. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan, serta merumuskan strategi pemasaran yang relevan dan efektif guna meningkatkan daya saing di tengah ketatnya persaingan industri internet tetap (*fixed broadband*).

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pendekatan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur terhadap informan manajerial internal PLN ICON Plus serta pelanggan eksternal yang mewakili pengguna layanan Iconnet. Kerangka analisis yang digunakan adalah bauran pemasaran jasa 8P, yang mencakup *product, price, place, promotion, participant, people, process*, dan *physical evidence*. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan analisis IFAS dan EFAS untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, serta memetakan posisi strategis perusahaan melalui matriks SWOT versi Rangkuti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Iconnet telah dirancang secara menyeluruh dan adaptif terhadap karakteristik pasar lokal. Keunggulan utama terletak pada hak eksklusif pemanfaatan *Right of Way* (RoW) dari infrastruktur eksisting milik PLN, penawaran harga yang kompetitif dan transparan, serta layanan *unlimited* tanpa denda dengan proses instalasi yang cepat. Promosi dilakukan melalui kombinasi saluran digital dan pendekatan komunitas, meskipun masih dihadapkan pada tantangan seperti keterbatasan jaringan, *visual branding* yang kurang konsisten, serta hambatan logistik dan perizinan lokal. Analisis SWOT menempatkan perusahaan pada Kuadran I dalam matriks SWOT, yang menunjukkan bahwa strategi pertumbuhan (*growth strategy*) merupakan pendekatan yang tepat untuk diterapkan. Rekomendasi strategis yang dihasilkan meliputi penguatan identitas merek secara visual, percepatan ekspansi jaringan melalui kemitraan lokal, serta peningkatan personalisasi layanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran Jasa 8P, SWOT, Iconnet, PLN ICON Plus, Daya Saing.

ABSTRACT

This research aims to analyze the marketing strategies implemented by PLN ICON Plus SBU Regional Jakarta Banten to enhance the competitiveness of its fixed broadband internet service, Iconnet, particularly in the South Tangerang City area. The primary focus of this study is to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the company, and to formulate relevant and effective marketing strategies to improve competitiveness amidst the intense competition in the fixed broadband industry.

The research employed a qualitative approach with a descriptive method. Data was collected through structured interviews with internal managerial informants from PLN ICON Plus and external customers representing Iconnet service users. The analytical framework used was the 8P service marketing mix, which includes product, price, place, promotion, participant, people, process, and physical evidence. Additionally, this study utilized IFAS (Internal Factors Analysis Summary) and EFAS (External Factors Analysis Summary) analysis to identify internal and external factors, and to map the company's strategic position using Ranguti's version of the SWOT matrix.

The research findings indicate that Iconnet's marketing strategies have been comprehensively designed and are adaptable to the characteristics of the local market. Key advantages include the exclusive right to utilize the Right of Way (RoW) from existing PLN infrastructure, competitive and transparent pricing, unlimited services without penalties, and rapid installation processes. Promotions are conducted through a combination of digital channels and community-based approaches, although challenges persist, such as network limitations, inconsistent visual branding, and local logistics and permitting hurdles. SWOT analysis positioned the company in Quadrant I of the SWOT matrix, suggesting that a growth strategy is the appropriate approach. The resulting strategic recommendations include strengthening visual brand identity, accelerating network expansion through local partnerships, and enhancing service personalization to increase customer loyalty.

Keywords: *Marketing Strategy, 8P Service Marketing Mix, SWOT, Iconnet, PLN ICON Plus, Competitiveness..*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah kita panjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena hanya dengan rahmat-Nya Hasil penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas dalam memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) pada Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Pamulang.

Judul penelitian ini adalah “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA SEGMENT LAYANAN FIXED BROADBAND INTERNET PADA PLN ICON PLUS DENGAN ICONNET DI KOTA TANGERANG SELATAN”.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang digunakan oleh PLN ICON Plus, khususnya melalui layanan Iconnet, dalam meningkatkan daya saing perusahaan di industri *broadband* internet di wilayah Kota Tangerang Selatan. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan penelitian ini di masa yang akan datang. Dalam penyusunan tesis ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Pranoto, S.E., M.M., selaku Ketua Yayasan Sasmita Jaya yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan bagi penulis untuk menimba ilmu sebanyak-banyaknya di Universitas Pamulang.
2. Dr. Nurzaman, M.M., M.Si., selaku Rektor Universitas Pamulang yang telah memfasilitasi proses belajar dan mengajar Program Pascasarjana..
3. Prof. Dr. Gunawan Tangkilisan, S.E., S.I.Kom., S.Sos., S.H., MBA, M.M., M.Si., M.H., selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Pamulang yang telah membantu kelancaran penyelesaian tesis ini.
4. Assoc. Prof. Dr. Ir. Hamsinah M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen yang telah membantu kelancaran penyelesaian tesis ini.

5. Dr. Kasmad, S.E., M.M., selaku pembimbing I, yang telah meluangkan waktu dan menyumbangkan pikiran untuk membimbing dan membantu memecahkan masalah yang tak dapat penulis selesaikan
6. Dr. Nurmin Arianto, S.E., M.M., selaku pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dan menyumbangkan pikiran untuk membimbing, memberikan dorongan semangat, dan membantu menyelesaikan masalah yang tak dapat penulis selesaikan.
7. Dr. Udin Ahidin, S.E., M.M. selaku dosen penguji I yang telah memberi kritik, saran, dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Dr. Rosa Lesmana, S.E., M.M. selaku dosen penguji II yang telah memberi kritik, saran, dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Pimpinan dan seluruh staf PLN ICON Plus SBU Jakarta dan Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
10. Bapak dan Ibu Staf Karyawan Program Pascasarjana Universitas Pamulang.
11. Seluruh sahabat rekan dan keluarga yang telah membantu terlaksananya penelitian dan penulisan tesis ini.

Semoga Allah SWT, berkenan memberi rahmat dan hidayah-Nya, agar hasil penelitian ini bermanfaat bagi penulis, masyarakat Indonesia, dan pengembangan Ilmu pengetahuan dan teknologi.

Tangerang Selatan, 03 Juli 2025

Penulis



Muhamamd Rezkullah Effendy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	15
C. Perumusan Masalah	15
D. Tujuan Penelitian.....	16
E. Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	18
A. Kajian Teoritik.....	18
1. Manajemen.....	18
2. Manajemen Pemasaran.....	23
3. Konsep <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> (STP).....	26
4. Strategi Pemasaran	28
5. Daya Saing	38
B. Kajian Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Penelitian	48
D. Proposisi-Proposisi.....	50
1. Proposisi 1	50
2. Proposisi 2	51
3. Proposisi 3	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	53
A. Jenis Penelitian.....	53
B. Operasional Variabel Penelitian	54

C. Lingkungan Penelitian	56
D. Teknik Pengumpulan Data	58
E. Teknik Analisis Data	61
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	72
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	72
1. Sejarah Singkat.....	72
2. Visi dan Misi	73
3. Struktur Organisasi.....	77
4. Iconnet.....	78
B. Hasil Penelitian	79
1. Interview Secara Terbuka.....	79
2. Asumsi-Asumsi yang Digunakan.....	90
3. Keterbatasan Penelitian.....	92
4. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	93
5. Menentukan Matriks IFAS dan EFAS.....	96
6. Perhitungan Bobot dan Rating	107
7. Formulasi Strategi	119
C. Pembahasan.....	123
1. Strategi Pemasaran Yang Sudah Dilaksanakan	123
2. Hambatan Atau Kendala Yang Dihadapi.....	132
3. Strategi Pemasaran Yang Sebaiknya Dilaksanakan	134
D. Proposisi-Proposisi.....	137
1. Proposisi 1	137
2. Proposisi 2.....	138
3. Proposisi 3.....	139
BAB V PENUTUP.....	141
A. Kesimpulan	141
B. Saran.....	142
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	148