

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis datanya, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kualitatif adalah metode yang didasarkan pada filsafat *postpositivisme* dan digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi yang alami (berbeda dengan eksperimen). Peneliti bertindak sebagai instrumen kunci dalam pengumpulan data, yang dilakukan secara triangulasi (gabungan berbagai teknik), dengan analisis data bersifat induktif atau kualitatif. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna daripada generalisasi. Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan fenomena atau keadaan yang terjadi saat ini menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab permasalahan secara aktual. Sukmadinata (2018) juga menyatakan bahwa penelitian deskriptif berusaha untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, dampak yang terjadi, atau kecenderungan yang sedang berlangsung.

Firmansyah *et al.* (2019) menambahkan bahwa dalam penelitian deskriptif, penggunaan alat atau perangkat lunak tidak menjadi keharusan, tetapi interpretasi yang mendalam sangat penting untuk mengungkapkan fakta atau hasil penelitian.

Dari pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa metode penelitian deskriptif adalah sebuah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan, menginterpretasikan sesuatu fenomena, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual. Dengan demikian, peneliti beranggapan bahwa metode penelitian deskriptif sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti. Karena dalam penelitian ini, peneliti berusaha mendeskripsikan sebuah masalah atau fenomena pada analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing studi kasus PLN ICON Plus dengan Iconnet di kota Tangerang Selatan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yang bermaksud ingin membuktikan analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing studi kasus PLN ICON Plus dengan Iconnet di kota Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pengambilan data menggunakan observasi dan wawancara terhadap informan.

B. Operasional Variabel Penelitian

Agar variabel dalam penelitian ini dapat diukur dan diamati secara jelas, perlu dirumuskan definisi operasional variabel terlebih dahulu. Definisi operasional variabel adalah definisi yang didasarkan pada sifat-sifat yang mudah diamati, dengan rumusan yang jelas, pasti, dan tidak membingungkan. Definisi operasional merupakan elemen penting dalam penelitian, karena dengan definisi operasional, peneliti dapat menyusun dan mengembangkan alat ukur data yang tepat dan akurat.

Untuk memperjelas pengertian dan menghindari kesalahpahaman terkait istilah-istilah dalam penelitian ini, definisi dan batasan operasional dari variabel

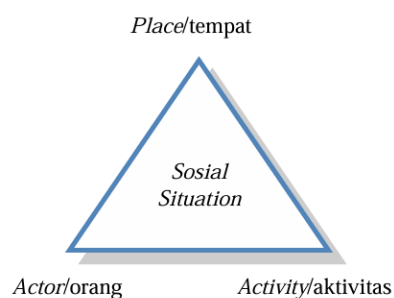
yang digunakan perlu ditetapkan. Hal ini akan membantu memberikan pemahaman yang seragam mengenai variabel yang diukur dan memungkinkan proses pengukuran yang lebih objektif dan konsisten dalam penelitian. Berikut adalah definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini::

1. Strategi Pemasaran: Rencana jangka panjang yang dirancang oleh perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya melalui penggunaan dan alokasi sumber daya yang tersedia secara optimal.
2. Daya Saing: Kemampuan perusahaan, sub-sektor, atau negara untuk bersaing di pasar, diukur melalui kemampuan dan kinerja dalam menjual serta memasok barang atau jasa yang ditawarkan.
3. Sampel: Bagian dari populasi yang diteliti, yang dipilih secara cermat, kredibel, dan relevan dengan tujuan penelitian..
4. *Strengths* (Kekuatan): Aspek positif yang dimiliki perusahaan, seperti kepercayaan konsumen terhadap pelayanan, kualitas produk, dan reputasi PLN ICON Plus dengan Iconnet di kota Tangerang Selatan.
5. *Weaknesses* (Kelemahan): Aspek negatif yang dapat menurunkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan, kualitas produk, atau reputasi PLN ICON Plus dengan Iconnet di kota Tangerang Selatan.
6. *Opportunities* (Peluang): Peluang yang muncul dari perkembangan teknologi, tren pasar, dan kebutuhan konsumen yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

7. *Threats* (Ancaman): Ancaman dari persaingan pasar, perubahan kebijakan industri, dan perubahan perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi posisi PLN ICON Plus di Kota Tangerang Selatan.

C. Lingkungan Penelitian

Menurut Hardani *et al.* (2020) Penelitian kualitatif dilakukan pada situasi sosial tertentu dari situasi sosial yang tunggal, sampai masyarakat yang kompleks. Situasi sosial ditunjukkan pada gambar dan *scope* penelitian, digambarkan seperti gambar berikut.



Gambar 3.1 Situasi Sosial (*Social Situation*) (sumber: Hardani *et al.* (2020))

Inti dari situasi sosial adalah: orang-orang (*actor*), yang melakukan aktifitas (*actifity*) pada tempat/lokasi (*place*) tertentu.

1. *Place* (tempat) yaitu lokasi objek penelitian dimana terjadi kegiatan penelitian. Dalam hal ini objek penelitian adalah di PLN ICON Plus SBU Regional Bagian Jakarta Banten yang beralamat di Kawasan PLN Cawang Jl. Mayjend Sutoyo No. 1, Cililitan, RW.9, Cililitan, Kec. Kramat jati, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
2. *Activity* (aktivitas) yaitu aktivitas yang terjadi di lokasi objek penelitian. Aktivitas yang dimaksud adalah proses pengumpulan data primer melalui *in dept interview* dan pengumpulan data sekunder.

3. *Actor* (orang) yaitu seseorang atau sekumpulan orang sebagai sumber data atau sebagai informan yang memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dipersyaratkan menurut Hardani *et al.* (2020) yaitu :
- a. Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayatinya
 - b. Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti.
 - c. Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk diminta informasi.
 - d. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil “kemasannya” sendiri.
 - e. Mereka yang pada mulanya tergolong “cukup asing” dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber.

Siapa yang dijadikan sampel sumber data, dan berapa jumlahnya dapat diketahui setelah penelitian selesai.

Tabel 3.1 Informan

No	Nama Informan	Jabatan	Perusahaan	Sumber
1	Wahyu Toni Hermawan	General Manager ICON Plus SBU Jakarta Banten	PLN ICON Plus SBU Jakarta Banten	Internal
2	Ahmad Hidayat	Manager Penjualan dan Aktivasi Ritel	PLN ICON Plus SBU Jakarta Banten	Internal
3	Aris Puji Pmungkas	SPV Pemasaran Retail	PLN ICON Plus SBU Jakarta Banten	Internal
4	Syahrul	Account Executif Staff Pemasaran Retail	PLN ICON Plus SBU Jakarta Banten	Internal
5	Muh Yusuf Hamka	Account Executif Staff Pemasaran Retail	PLN ICON Plus SBU Jakarta Banten	Internal
6	Muh Arief	Pelanggan		Eksternal
7	Achmad Zarkasih	Pelanggan		Eksternal
8	Iman Santoso	Pelanggan		Eksternal
9	Rangga Satria	Pelanggan		Eksternal
10	Arifin Prasetyo	Pelanggan		Eksternal

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang valid dalam penelitian ini, diperlukan teknik pengumpulan data yang sesuai. Peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. *Interview* (Wawancara)

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2019), wawancara adalah proses bertukar informasi dan ide antara dua orang melalui tanya jawab untuk memahami makna suatu topik tertentu. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara langsung dengan tatap muka jika memungkinkan, atau menggunakan media lain seperti telepon jika situasi tidak mendukung

pertemuan langsung. Tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan data yang relevan dengan penelitian. Ada dua macam pendekatan yang digunakan dalam wawancara, yaitu :

a) Wawancara Terstruktur

Pewawancara menggunakan daftar pertanyaan (interview guide) yang telah disusun sebelumnya. Semua responden diberikan pertanyaan yang sama dengan urutan yang sama pula.

b) Wawancara Tidak Terstruktur

Pewawancara tidak menggunakan pedoman pertanyaan yang baku, namun memiliki topik umum. Bersifat fleksibel dan lebih bebas, tergantung pada situasi dan arah pembicaraan.

Dalam metode wawancara ini, peneliti menggunakan pendekatan wawancara terstruktur yang mana pertanyaan yang diajukan kepada responden sama, namun fleksibilitas pewawancara dalam menggali lebih dalam tergantung pada situasi wawancara dan keterampilan pewawancara.

2. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2019) adalah dasar dari semua ilmu pengetahuan, di mana melalui observasi, peneliti mempelajari perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Dalam penelitian ini, observasi digunakan untuk memahami secara langsung konteks atau situasi yang sedang diteliti.

Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

a) Observasi Berperan serta

Peneliti terlibat langsung dalam aktivitas subjek yang diteliti, sehingga berperan sebagai pengamat sekaligus partisipan. Misalnya, dalam penelitian etnografi.

b) Observasi Nonpartisipan

Peneliti hanya mengamati tanpa terlibat dalam aktivitas yang dilakukan oleh subjek. Observasi ini lebih pasif dan bersifat dari luar.

Dari segi instrumentasi yang digunakan, observasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu

a) Observasi Terstruktur

Pengamatan dilakukan berdasarkan pedoman atau instrumen yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga lebih sistematis dan fokus pada aspek-aspek tertentu yang ingin diamati.

b) Observasi Tidak Terstruktur

Peneliti tidak menggunakan pedoman khusus, melainkan lebih fleksibel dan observasi dilakukan secara spontan sesuai dengan kondisi di lapangan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan observasi nonpartisipan, di mana peneliti hanya mengamati tanpa terlibat dalam aktivitas yang dilakukan oleh subjek. Observasi ini lebih pasif dan bersifat dari luar. Dengan cara ini, peneliti dapat mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan mendalam tentang masalah yang diamati.

3. Metode Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2019), dokumen adalah catatan peristiwa yang telah terjadi, baik dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang. Studi dokumen berfungsi sebagai pelengkap metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Dalam penelitian ini, metode dokumentasi mencakup pengumpulan berbagai dokumen yang berkaitan dengan perusahaan, seperti sejarah berdirinya, visi dan misi, struktur organisasi di PLN ICON Plus, laporan pembelian, catatan persediaan, laporan penjualan, serta dokumen-dokumen terkait kebijakan pemasaran. Selain itu, dokumentasi juga meliputi catatan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan selama penelitian berlangsung.

Melalui metode ini, peneliti dapat memeriksa data terdokumentasi yang berhubungan langsung dengan kebijakan dan kegiatan perusahaan yang relevan dengan penelitian.

E. Teknik Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Pendekatan ini dilakukan dengan menganalisis data yang telah diperoleh dan mengembangkan pola hubungan yang spesifik. Menurut Sugiyono (2019), analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusunnya ke dalam

pola, memilih data yang penting dan relevan untuk dipelajari, serta menarik kesimpulan, sehingga data tersebut mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Tujuan analisis data adalah untuk menyampaikan informasi kepada pihak lain dan merangkum data untuk menghasilkan kesimpulan.

Data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi, dan literatur diolah dengan tujuan untuk mengevaluasi ketepatan, kelengkapan, dan kebenaran informasi. Selanjutnya, data tersebut disusun berdasarkan kategorisasi yang sesuai dengan permasalahan dan kebutuhan penelitian. Menurut Miles dan Huhberman (1984) dalam Sugiyono (2019), terdapat tiga aktivitas dalam analisis data, yaitu :

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasikan data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Proses ini dilakukan sejak data dikumpulkan dan berlangsung terus-menerus sepanjang kegiatan penelitian. Tujuannya adalah untuk menyaring data yang relevan, mengeliminasi data yang tidak penting, serta mengorganisasikan data agar lebih mudah dianalisis. Reduksi data membantu peneliti untuk fokus pada informasi yang mendukung tujuan penelitian

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data merupakan proses mengorganisasikan dan menyusun data dalam bentuk narasi, matriks, grafik, jaringan, atau tabel agar informasi yang terkumpul lebih mudah dipahami dan dianalisis. Tujuan dari penyajian data adalah agar peneliti dapat melihat gambaran keseluruhan dan memahami

apa yang sedang terjadi, sehingga dapat menarik kesimpulan atau mengambil tindakan berdasarkan informasi tersebut.

3. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Kesimpulan awal mulai muncul ketika peneliti mulai mengumpulkan data. Namun, kesimpulan tersebut perlu diuji kebenarannya melalui proses verifikasi yang terus menerus sepanjang penelitian. Penarikan kesimpulan bukanlah akhir dari proses analisis, melainkan bagian dari proses yang terus berkembang. Verifikasi dilakukan dengan cara melihat kembali catatan lapangan, melakukan triangulasi data, berdiskusi dengan pihak lain, atau merefleksi ulang temuan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil benar-benar valid dan dapat dipertanggungjawabkan

Sajian data merupakan upaya peneliti untuk memperoleh gambaran mengenai data yang telah dikumpulkan dan hubungannya dengan fokus penelitian yang sedang dijalankan. Untuk itu, sajian data dapat disajikan dalam berbagai format, seperti matriks, grafik, tabel, dan lainnya. Menarik kesimpulan adalah proses merumuskan kesimpulan dari penelitian, baik kesimpulan sementara maupun kesimpulan akhir. Kesimpulan sementara dapat dibuat untuk setiap data yang ditemukan selama penelitian berlangsung, sedangkan kesimpulan akhir dirumuskan setelah seluruh data dianalisis.

Dalam menganalisis data yang terkumpul, penulis menggunakan pendekatan analisis data deskriptif kualitatif. Ini berarti bahwa analisis dilakukan secara sistematis dalam bentuk kalimat berdasarkan fakta yang diperoleh dari penelitian

lapangan, sehingga memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan yang dapat menjawab permasalahan yang diangkat.

Dari hasil analisis tersebut, penarikan kesimpulan dilakukan dengan pendekatan berpikir induktif. Pendekatan ini berarti bahwa analisis dimulai dari fakta-fakta spesifik atau peristiwa konkret, yang kemudian dijadikan dasar untuk membuat generalisasi yang bersifat umum. Dengan kata lain, berpikir induktif melibatkan penarikan kesimpulan dari pengetahuan yang khusus menuju pengetahuan yang lebih umum. Dalam penerapannya, data dan fakta yang ada, serta pandangan individu terkait masalah yang dibahas, diolah menjadi solusi dan kesimpulan yang bersifat umum.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, yang mencakup beberapa metode, yaitu analisis matriks IFAS (*Internal Factors Summary*), analisis matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*), dan analisis matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Analisis data merupakan proses sistematis yang melibatkan pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan, serta materi lainnya yang telah dikumpulkan. Menurut Emzir (2016), Tujuan dari proses ini adalah untuk meningkatkan pemahaman terhadap materi yang diteliti dan memungkinkan peneliti untuk menyajikan temuan yang telah diperoleh kepada orang lain. Penelitian ini memanfaatkan metode analisis SWOT untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi penelitian secara menyeluruh.

Langkah-langkah analisis SWOT terdiri dari:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh PLN ICON Plus dengan Iconnet di Kota Tangerang Selatan.
2. Menentukan faktor-faktor yang relevan untuk meningkatkan mutu PLN ICON Plus dengan Iconnet di Kota Tangerang Selatan, dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
3. Menetapkan bobot relatif masing-masing faktor berdasarkan tingkat kepentingannya sebagai penentu keberhasilan upaya perbaikan mutu di perusahaan.
4. Menentukan rating atau skor (dari 1 hingga 4) untuk setiap faktor, yang mencerminkan kondisi internal dan eksternal PLN ICON Plus dengan Iconnet di Kota Tangerang Selatan.
5. Menghitung total skor dengan mengalikan bobot dan rating untuk masing-masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
6. Menghitung total skor akhir untuk faktor internal (kekuatan – kelemahan) dan faktor eksternal (peluang – ancaman).
7. Menentukan posisi strategis dari faktor internal dan faktor eksternal PLN ICON Plus dengan Iconnet di Kota Tangerang Selatan.
8. Mengembangkan rencana strategis berdasarkan posisi yang dihasilkan dari analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing PLN ICON Plus dengan Iconnet di Kota Tangerang Selatan.

Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan program serta perumusan strategi, dilakukan analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2018), analisis SWOT berfungsi sebagai alat untuk merumuskan strategi dengan mempertimbangkan berbagai faktor secara sistematis. Pendekatan ini bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), sambil meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Analisis SWOT menurut Budiman & Barlian (2020), merupakan suatu analisis secara mendalam mengenai kemampuan faktor strategik internal dan faktor strategik eksternal organisasi yang dikaitkan dengan perumusan suatu strategi untuk mencapai tujuan tertentu. Faktor strategik internal terdiri atas kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakneses*), sedangkan faktor strategik eksternal terdiri atas peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Analisis ini akan dimulai dengan mengidentifikasi, menganalisis dan mendiagnosis keadaan lingkungan di luar organisasi. Hal ini penting agar pimpinan organisasi dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman lingkungan tempat organisasi melakukan aktivitasnya.

1. Internal

a) *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan merujuk pada faktor-faktor atau kompetensi yang menjadi keunggulan perusahaan dibandingkan dengan pesaing. Salah satu faktor kekuatan adalah kompetensi khusus, di mana organisasi memiliki keunggulan komparatif dalam unit usaha yang beroperasi di pasar. Dalam dunia bisnis, keterampilan, produk unggulan, dan faktor

lainnya sangat penting untuk bersaing. Oleh karena itu, dalam merencanakan usaha, penting untuk mempertimbangkan kebutuhan pasar yang ada. Kekuatan dapat mencakup citra perusahaan, sumber daya keuangan, lokasi strategis, dan elemen lainnya.

b) *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan adalah tantangan yang harus dihadapi oleh individu atau organisasi dalam menjalankan operasionalnya, yang diakibatkan oleh keterbatasan atau kekurangan di berbagai faktor. Tanda-tanda kelemahan dalam organisasi dapat terlihat dari kurangnya sarana dan prasarana, melemahnya kemampuan manajemen, serta kurangnya kompetensi pemasaran dalam menarik minat konsumen. Hal ini bisa berakibat pada rendahnya tingkat laba.

2. Eksternal

a) *Opportunity* (Peluang)

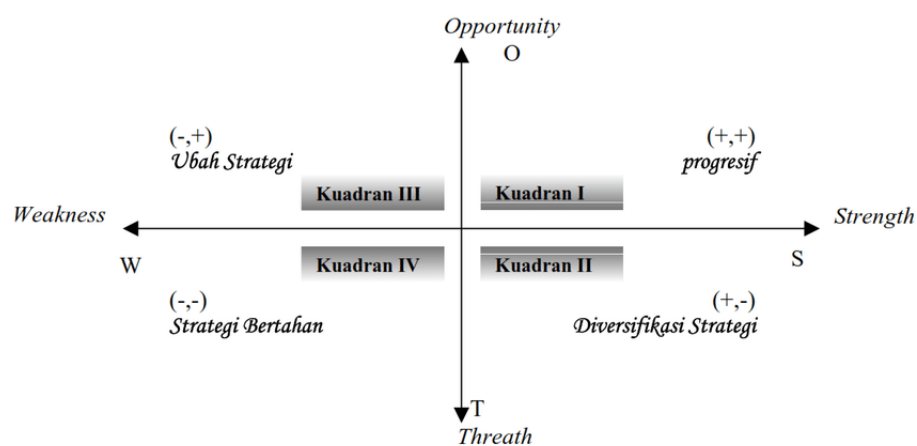
Peluang adalah kondisi atau situasi yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan keuntungan bagi perusahaan. Contoh peluang termasuk perubahan dalam peraturan perundang-undangan, perubahan kondisi persaingan pasar, dan faktor-faktor lainnya yang dapat menguntungkan.

b) *Threat* (Ancaman)

Ancaman merujuk pada berbagai indikasi di lingkungan yang dapat merugikan atau menghambat kinerja perusahaan jika tidak ditangani dengan baik. Contohnya termasuk banyaknya perusahaan

pesaing, krisis ekonomi, dan faktor-faktor lain yang dapat membahayakan keberlangsungan usaha.

Hasil perhitungan data IFAS dan EFAS digambarkan dalam diagram SWOT yang terdapat empat kuadran yang menunjukkan posisi serta kondisi dari perusahaan yang kita analisis.



Gambar 3.2 Diagram SWOT (sumber: Rangkuti (2018))

Berdasarkan Diagram SWOT dengan Matriks Cartesius yang ditunjukkan pada gambar 3.2, penjelasan mengenai masing-masing kuadran adalah sebagai berikut:

1. Kuadran I: Situasi ini sangat menguntungkan, di mana organisasi memiliki kekuatan dan peluang. Dalam kondisi ini, organisasi dapat memanfaatkan seluruh potensi internalnya untuk meraih peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth-oriented strategy*).
2. Kuadran II: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, organisasi ini masih memiliki kekuatan internal. Strategi yang perlu diterapkan adalah

memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman jangka panjang melalui diversifikasi. Diversifikasi berarti menciptakan strategi yang berbeda dari biasanya dengan memanfaatkan kekuatan internal agar dapat menghadapi ancaman di masa depan.

3. Kuadran III: Organisasi berada dalam posisi mendapatkan peluang eksternal yang sangat besar, namun juga menghadapi beberapa kelemahan internal. Fokus utama organisasi di kuadran ini adalah meminimalkan masalah internal sehingga dapat secara efektif memanfaatkan peluang dari luar.
4. Kuadran IV: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, di mana organisasi menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Strategi yang digunakan dalam kuadran ini adalah mempertahankan diri untuk membangun kekuatan internal serta meminimalkan kelemahan agar dapat menghadapi ancaman yang ada.

Analisis SWOT digunakan untuk memperoleh informasi terkait analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing, Studi pada PLN ICON Plus dengan Iconnet di Kota Tangerang Selatan. Adapun matriks analisis SWOT seperti Gambar berikut :

	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
Threats	ST Memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman	WT Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman
Opportunities	SO Memanfaatkan potensi untuk meraih peluang	WO Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang

Gambar 3.3 Matriks Analisis SWOT (sumber: Rangkuti (2018))

Matriks SWOT dapat menggambarkan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat diselaraskan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini terdiri dari beberapa strategi:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Pada strategi ini menggunakan kekuatan internal organisasi untuk memanfaatkan peluang eksternal. Organisasi yang memiliki posisi ini menunjukkan bahwa organisasi dalam kondisi prima dan sangat baik. Organisasi memiliki keunggulan untuk bersaing dan memiliki peluang organisasinya, untuk mengembangkan sehingga kesempatan ini harus dimaksimalkan guna mencapai tujuan organisasi.

2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini digunakan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki. Tidak sedikit ditemukan bahwa organisasi memiliki peluang yang baik akan tetapi menghadapi masalah internal berupa kelemahan yang dimilikinya. Kondisi seperti ini tentunya sangat merugikan organisasi karena kehilangan kesempatan yang baik untuk mengembangkan organisasi. Untuk selanjutnya, organisasi harus memiliki kebijakan strategis untuk meminimalisasi kelemahan yang dimiliki.

3. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ini menggunakan kekuatan organisasi untuk menghindari atau mengurangi adanya ancaman eksternal. Ancaman eksternal lebih banyak berasal dari pesaing potensi yang melakukan inovasi secara besar besaran, sedangkan organisasi tidak merespon dengan strategi yang sama.

4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini lebih dikenal dengan strategi bertahan atau defensif yang menekankan pada tindakan untuk pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Organisasi yang berada pada posisi ini harus ekstra hati-hati dalam mengambil kebijakan, apabila kebijakan yang diambil tidak sesuai dengan kondisi internal organisasi, maka akan menambah kondisi organisasi semakin buruk.