

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Citilink Indonesia, khususnya di Stasiun Halim Perdana Kusuma, yang berlokasi di Jl. Halim Perdana Kusuma RT.1/RW.9, Halim Perdana Kusumah, Kec. Makasar, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Stasiun Halim Perdana Kusuma dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu pusat operasional maskapai PT. Citilink Indonesia, yang menerapkan sistem *web check-in* dalam proses pelayanan kepada penumpang

3.1.2 Objek, Waktu dan Jadwal Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama bulan Desember hingga April. Rentang waktu tersebut dipilih untuk memperoleh data yang relevan mengenai penerapan sistem *web check-in* dan pengaruhnya terhadap efisiensi operasional serta di PT. Citilink Indonesia pada periode tersebut.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian						
		Des	Jan	Feb	Mar	April	Mei	Juni
1	Pengajuan Judul Penelitian							
2	Observasi Tempat Penelitian							
3	Pengajuan Izin Penelitian							
4	Persiapan Instrumen Penelitian							
5	Pengumpulan Data							
6	Pengelolaan Data							
7	Analisis Data							
9	Penulisan laporan							
10	Seminar Hasil Proposal							

Sumber: Rencana Penelitian (2024)

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana pengalaman dan persepsi subjek terhadap penerapan sistem web check-in yang diterapkan oleh PT. Citilink Indonesia.

Menurut penulis, metode kualitatif cocok digunakan dalam penelitian ini karena dapat menggambarkan dan menjelaskan suatu fenomena secara alami berdasarkan kenyataan di lapangan. Penelitian dilakukan dalam kondisi yang wajar (*natural setting*) dan memfokuskan pada pemahaman mendalam terhadap makna dari suatu pengalaman, bukan hanya pada data-data kuantitatif semata.

Selain itu, dalam penelitian ini juga digunakan studi kasus sebagai bagian dari pendekatan kualitatif. Studi kasus membantu penulis untuk memahami secara rinci dan intensif penerapan sistem web check-in dalam konteks operasional PT. Citilink Indonesia. Seperti yang dikemukakan oleh Sukmadinata (2020), studi kasus merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji secara mendalam suatu fenomena dalam konteks tertentu.

Menurut penulis, pendekatan ini penting agar dapat menggambarkan secara utuh bagaimana sistem web check-in diterima oleh pelanggan, serta bagaimana pelaksanaannya berdampak terhadap efisiensi operasional dan tingkat kepuasan pengguna. Dengan kata lain, penelitian ini tidak hanya berusaha memaparkan fakta, tetapi juga menggali makna di balik pengalaman dan persepsi subjek.

Untuk memperoleh data yang valid, penelitian ini juga menggunakan teknik triangulasi, yaitu penggabungan beberapa metode pengumpulan data seperti wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi. Menurut Sugiyono (2021), triangulasi diperlukan untuk memastikan keabsahan data yang diperoleh dari berbagai sumber atau teknik yang berbeda.

3.3 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

- 1) Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama (Supriyono dalam Andika, 2019:34). Dalam penelitian ini, data primer didapatkan melalui wawancara langsung dengan narasumber dari pihak PT. Citilink Indonesia, baik dari staf operasional yang terlibat dalam layanan *web check-in* maupun dari pelanggan yang pernah menggunakan layanan tersebut. Menurut penulis, data primer ini penting untuk memahami secara langsung pengalaman, persepsi, dan tanggapan mereka terhadap penerapan sistem tersebut.
- 2) Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti dokumen, arsip, dan sumber lainnya yang relevan. Adapun data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen internal PT. Citilink Indonesia yang berkaitan dengan implementasi sistem *web check-in*, laporan operasional, statistik penggunaan layanan, serta literatur atau referensi yang mendukung kajian ini. Menurut penulis, data sekunder ini membantu memberikan gambaran umum dan melengkapi informasi yang diperoleh dari data primer.

3.4 Sumber Data

Sumber data merupakan asal atau tempat data diperoleh. Dalam penelitian kualitatif, sumber data bisa berasal dari manusia maupun non-manusia, yang biasa disebut sebagai narasumber atau partisipan (Zulkipli, 2022:60). Menurut penulis, pemilihan sumber data yang tepat sangat penting agar hasil penelitian benar-benar menggambarkan kondisi yang terjadi di lapangan.

Dalam penelitian ini, sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi (Zulkipli, 2022:60). Data diperoleh dari

interaksi langsung dengan pihak-pihak yang terlibat dalam penerapan sistem web check-in di PT. Citilink Indonesia.

Menurut penulis, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih utuh mengenai pengalaman, persepsi, dan dampak dari sistem tersebut.

- 1) Informan kunci: Manajer Operasional PT. Citilink Indonesia yang bertanggung jawab atau terlibat langsung dalam layanan *web check-in*. Mereka memberikan informasi utama terkait proses implementasi sistem, tantangan yang dihadapi, serta dampaknya terhadap operasional.
- 2) Informan utama: Pelanggan atau penumpang PT. Citilink Indonesia yang telah menggunakan layanan *web check-in*. Informasi dari mereka dibutuhkan untuk mengetahui pengalaman pengguna, kemudahan, serta kepuasan terhadap layanan yang diberikan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari suatu penelitian adalah untuk memperoleh data yang relevan dan akurat. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi alamiah), menggunakan sumber data primer dan sekunder, serta berbagai teknik yang sesuai dengan konteks penelitian. Menurut Sugiyono (2021), teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui observasi (pengamatan), wawancara (interview), dokumentasi, dan studi literatur.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menggali informasi mengenai penerapan sistem *web check-in* di PT. Citilink Indonesia, serta pengaruhnya terhadap efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan, meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik-teknik ini dipilih karena memberikan gambaran yang mendalam dan komprehensif mengenai topik yang diteliti.

3.5.1 Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung melalui pengamatan terhadap objek penelitian. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati penerapan sistem *web check-in* di PT. Citilink Indonesia.

Observasi ini melibatkan pengamatan terhadap interaksi pelanggan dengan sistem *web check-in*, serta proses operasional yang mendukung kelancaran layanan *check-in*. Menurut Sugiyono (2021), dengan menggunakan observasi partisipan, peneliti dapat memperoleh data yang lebih lengkap dan tajam, serta dapat mengidentifikasi makna yang terkandung dalam setiap perilaku atau kejadian yang diamati.

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi tidak terstruktur, di mana peneliti tidak mengandalkan instrumen pengamatan yang baku, melainkan lebih fleksibel dengan pedoman pengamatan yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada di lapangan. Observasi ini dilakukan dengan cara memantau langsung proses *check-in* melalui sistem *web check-in*, mengamati bagaimana penumpang menggunakan sistem tersebut, serta menilai aspek-aspek kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan layanan yang diberikan. Peneliti berfokus pada kegiatan yang berhubungan dengan operasional *check-in*, serta dampaknya terhadap efisiensi operasional.

3.5.2 Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang melibatkan percakapan untuk menggali informasi dari narasumber atau informan. Dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai persepsi pelanggan terhadap sistem *web check-in* di PT. Citilink Indonesia, serta dampaknya terhadap efisiensi operasional.

Menurut Sugiyono (2021), wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab. Teknik ini tidak dapat digantikan oleh observasi, karena wawancara memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam mengenai pandangan, pengalaman, dan persepsi

partisipan terkait fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan narasumber utama, yaitu para penumpang yang menggunakan sistem *web check-in* di PT. Citilink Indonesia, serta staf yang terlibat langsung dalam operasional sistem tersebut. Peneliti telah menyiapkan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan kunci yang relevan dengan tujuan penelitian.

Peneliti melakukan wawancara dengan 25 (dua puluh lima) orang responden, yang terdiri dari penumpang yang menggunakan fasilitas *web check-in* dan beberapa staf di lapangan yang terlibat langsung dalam proses *check-in*.

Instrumen pertanyaan dikembangkan berdasarkan komponen-komponen pertanyaan berikut:

Untuk Penumpang:

- 1) Bagaimana pengalaman Anda menggunakan sistem *web check-in* di PT. Citilink Indonesia?
- 2) Apakah *web check-in* memudahkan anda dalam proses *Check-in* dibandingkan ke counter ?
- 3) Seberapa cepat dan nyaman proses *Web Check-in* menurut anda ?
- 4) Bagaimana pendapat Anda mengenai pengurangan antrean di Counter Chec-in setelah menggunakan layanan *web check-in*?
- 5) Apakah Anda merasa puas dengan layanan *check-in* digital yang telah diberlakukan oleh Citilink ?
- 6) Pernahkah anda mengalami kendala teknis saat menggunakan *Web Check-in* ? Jika iya, seperti apa kendalanya?
- 7) Apakah anda akan tetap menggunakan *web check-in* untuk kegiatan penerbangan anda selanjutnya ?
- 8) Menurut anda , apakah *web check-in* ini membuat layanan citilink terlihat lebih modern dan profesional ?
- 9) Apakah Anda memiliki saran untuk meningkatkan fitur atau pengalaman selama anda menggunakan layanan *web check-in* di citilink?

Untuk Staf di Lapangan (misalnya, staf check-in atau petugas lainnya):

- 1) Menurut anda, apakah *Web check-in* dapat membuat proses kerja di lapangan menjadi lebih efisien ? jelaskan alasannya ?
- 2) Bagaimana pengaruh layanan *Web check-in* terhadap beban kerja staff, terutama pada saat jam crowded ?
- 3) Apakah layanan *Web check-in* dapat membantu dan mengurangi antrian penumpang di area Counter Check-in ? jika iya, apa dampaknya menurut anda ?
- 4) Apa saja kendala yang biasa anda hadapi sebagai staff dalam pelaksanaan layanan *Web Check-in* di lapangan kepada penumpang?
- 5) Sejak di berlakukannya layanan System *Web Check-in* terhadap penumpang Citilink, apakah ada perubahan dalam cara kerja team atau koordinasi di area Counter Check-in atau bandara ? jika iya, bisa di ceritakan ?
- 6) Bagaimana anda menilai tingkat kepuasan penumpang yang menggunakan layanan *Web Check-in* dibandingkan dengan yang menggunakan layanan Konvensional ?
- 7) Menurut anda, apakah langkah atau prosedur yang perlu diperbaiki dalam mengimplementasi kan system *Web check-in* untuk meningkatkan efisiensi operasional di PT. Citilink Indonesia ?
- 8) Bagaimana menurut pandangan anda sebagai staff melihat kontribusi layanan *Web check-in* terhadap efisiensi operasional secara keseluruhan dalam PT. Citilink Indonesia ?
- 9) Menurut anda, adakah rencana pengembangan atau peningkatan Sistem *Web Check-in* ini ke depannya untuk operasional citilink agar menjadi lebih baik lagi ? jika iya, apa saja yang sedang di pertimbangkan ?

3.5.3 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2021), dokumen merupakan catatan yang merekam peristiwa atau kejadian di masa lalu. Dokumen ini bisa berupa berbagai bentuk, seperti tulisan, gambar, atau karya lainnya yang memiliki nilai historis dan relevansi. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data terkait penerapan teknologi *web check-in* pada PT. Citilink Indonesia. Dokumentasi tersebut mencakup berbagai rekaman, laporan, dan bukti tertulis terkait implementasi sistem *web check-in*, serta data yang berkaitan dengan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan yang diperoleh dari perusahaan.

Menurut Ibrahim (2022), juga mengemukakan bahwa dokumen dapat berbentuk catatan tertulis atau rekaman kejadian masa lalu yang berupa surat, laporan, atau dokumen resmi lainnya. Dalam konteks penelitian ini, dokumentasi yang dikumpulkan meliputi laporan operasional internal, dokumentasi kebijakan terkait implementasi teknologi digital, serta data terkait penggunaan sistem *web check-in* oleh penumpang.

Dokumentasi digunakan sebagai pendukung untuk memperkaya data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, serta untuk memberikan gambaran lebih mendalam tentang penerapan teknologi ini dalam operasional maskapai. Proses dokumentasi dilakukan dengan mempelajari sumber-sumber informasi yang ada di perusahaan, seperti laporan kinerja, catatan pelaksanaan, dan prosedur operasional standar (SOP) terkait dengan layanan *check-in* digital.

3.6 Teknik Analisis Data

Untuk merumuskan strategi pengembangan dan peningkatan layanan sistem *web check-in* di PT. Citilink Indonesia, menurut penulis terdapat beberapa tahapan penting yang perlu dilakukan. Tahap pertama adalah merangkum dan mengidentifikasi informasi dasar yang diperlukan, baik dari aspek internal maupun eksternal perusahaan.

Informasi ini nantinya menjadi dasar dalam merumuskan strategi yang tepat dan relevan. Tahap kedua adalah tahap pencocokan, yaitu menyusun alternatif strategi berdasarkan hasil kombinasi antara faktor-faktor internal (seperti kekuatan dan kelemahan perusahaan) dan faktor eksternal (seperti peluang dan ancaman dari lingkungan luar). Tahap ketiga adalah tahap pengambilan keputusan, di mana strategi alternatif yang telah disusun akan dipilih berdasarkan relevansi dan potensi dampaknya terhadap pengembangan layanan sistem web check-in (Dafid, 2021).

Alat analisis yang digunakan dalam menyusun strategi ini adalah analisis SWOT. Menurut penulis, analisis SWOT menjadi sangat penting karena dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi perusahaan, baik dari sisi internal maupun eksternal. Analisis ini mencakup kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang berkaitan dengan sistem *web check-in* di PT. Citilink Indonesia.

Data untuk analisis SWOT ini diperoleh dari hasil wawancara dan observasi terhadap staf dan pelanggan yang berinteraksi langsung dengan layanan tersebut. Berikutnya akan disusun matriks SWOT sebagai alat bantu untuk menganalisis strategi berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal tersebut.

Berdasarkan Tabel 3.2 diatas, menurut Rangkuti dalam Dosinaen dan Sastika (2019:5–6), penyusunan matriks faktor strategi eksternal perlu mempertimbangkan beberapa hal penting. Salah satunya adalah menentukan terlebih dahulu isu-isu strategis yang ingin dianalisis, karena hal tersebut kemungkinan besar akan memengaruhi perusahaan di masa mendatang.

Adapun langkah-langkah dalam menyusun faktor-faktor strategi eksternal adalah sebagai berikut:

- 1) Mengelompokkan faktor-faktor internal ke dalam dua kategori utama, yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), masing-masing terdiri dari 5 hingga 10 poin.
- 2) Memberikan bobot pada setiap faktor dalam kolom kedua. Bobot diberikan dengan skala 0,0 sampai 1,0 berdasarkan tingkat pengaruh masing-masing faktor terhadap kinerja perusahaan. Total seluruh bobot harus berjumlah 1,00.
- 3) Menentukan rating untuk setiap faktor pada kolom ketiga dengan skala 1 sampai 4. Rating diberikan berdasarkan sejauh mana faktor tersebut menjadi kekuatan (semakin kuat, rating 4) atau kelemahan (semakin lemah, rating 1).
- 4) Mengalikan bobot dengan rating untuk memperoleh skor pembobotan pada kolom keempat. Nilai ini menunjukkan kontribusi relatif masing-masing faktor terhadap kondisi internal perusahaan.
- 5) Menambahkan keterangan atau catatan pada kolom kelima yang berfungsi menjelaskan alasan pemilihan faktor serta dasar pemberian bobot dan rating.
- 6) Menjumlahkan seluruh skor pembobotan untuk mendapatkan total skor IFAS. Nilai ini akan menjadi dasar untuk menilai seberapa baik perusahaan memanfaatkan kekuatannya dan mengatasi kelemahannya.

Setelah seluruh faktor internal dianalisis melalui Matriks IFAS, hasilnya akan digunakan bersama Matriks EFAS untuk menentukan strategi yang paling tepat. Dalam konteks penelitian ini, strategi tersebut berkaitan dengan penerapan sistem *web check-in* di PT. Citilink Indonesia, khususnya dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan.

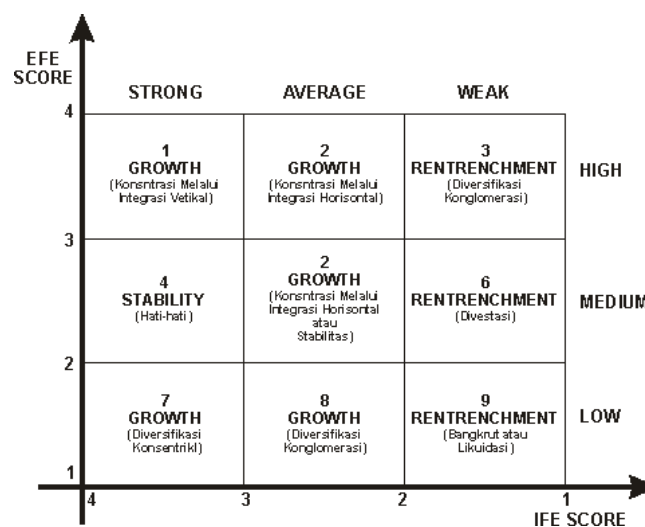
dan ancaman yang relevan dengan industri. Adapun langkah-langkah dalam menyusun Matriks EFAS adalah sebagai berikut:

- 1) Klasifikasikan faktor-faktor eksternal ke dalam dua kategori utama, yaitu peluang dan ancaman. Masing-masing kelompok sebaiknya terdiri dari minimal 5 hingga maksimal 10 faktor.
- 2) Tentukan bobot untuk setiap faktor pada kolom kedua, dengan rentang nilai antara 0,0 (tidak signifikan) hingga 1,0 (sangat signifikan). Penetapan bobot dilakukan berdasarkan seberapa besar pengaruh faktor tersebut terhadap kinerja atau posisi strategis perusahaan.
- 3) Isi nilai rating pada kolom ketiga menggunakan skala 1 hingga 4. Untuk kategori peluang, rating tertinggi (4) diberikan pada peluang yang sangat menguntungkan, sedangkan rating terendah (1) untuk peluang yang kecil. Sebaliknya, pada kategori ancaman, rating 1 diberikan pada ancaman yang paling serius, dan rating 4 menunjukkan bahwa ancaman tersebut relatif kecil.
- 4) Kalikan nilai bobot dengan rating, sehingga didapatkan nilai skor (kolom keempat). Nilai skor inilah yang menggambarkan besarnya kontribusi masing-masing faktor terhadap strategi perusahaan, dengan kisaran antara 1,0 hingga 4,0.
- 5) Berikan keterangan tambahan pada kolom kelima. Catatan ini menjelaskan alasan pemilihan faktor dan pertimbangan di balik pemberian bobot serta rating.
- 6) Setelah semua faktor diidentifikasi dan skor dihitung, jumlahkan seluruh nilai skor akhir pada kolom keempat. Hasil total skor ini menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu merespons faktor-faktor eksternal yang ada. Nilai total ini juga dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dengan perusahaan lain dalam industri sejenis.

Sebagai langkah akhir, setelah seluruh faktor internal dan eksternal perusahaan berhasil dianalisis, maka dapat ditentukan strategi yang paling sesuai berdasarkan kombinasi antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Matriks Internal-Eksternal (IE) merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi posisi suatu organisasi berdasarkan dua dimensi utama: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dievaluasi melalui skor total dari matriks IFE (Internal Factor Evaluation), sedangkan faktor eksternal dianalisis melalui skor EFE (External Factor Evaluation). Matriks IE dibagi ke dalam sembilan sel yang terbagi ke dalam tiga kategori utama strategi: grow and build (sel 1, 2, 4), hold and maintain (sel 3, 5, 7), serta harvest or divest (sel 6, 8, 9). Penggunaan matriks IE sangat bermanfaat untuk menentukan strategi apa yang paling sesuai bagi perusahaan dalam menghadapi kondisi pasar dan kompetensi internal yang dimiliki.

Dalam penggunaannya, skor IFE diplot pada sumbu horizontal dan skor EFE pada sumbu vertikal. Jika posisi perusahaan berada di sel 1, 2 atau 4, maka perusahaan direkomendasikan untuk menerapkan strategi pertumbuhan seperti integrasi horizontal, pengembangan produk atau penetrasi pasar. Bila berada pada sel 3, 5 atau 7, strategi stabilisasi atau mempertahankan posisi (hold and maintain) lebih tepat, seperti melalui peningkatan efisiensi operasional. Sedangkan pada sel 6, 8, dan 9, perusahaan perlu mempertimbangkan strategi defensif, seperti divestasi atau pengurangan produk. Dengan demikian, matriks IE tidak hanya memetakan posisi strategis perusahaan, tetapi juga memberikan arah tindakan strategis yang realistis berdasarkan kondisi aktual organisasi.

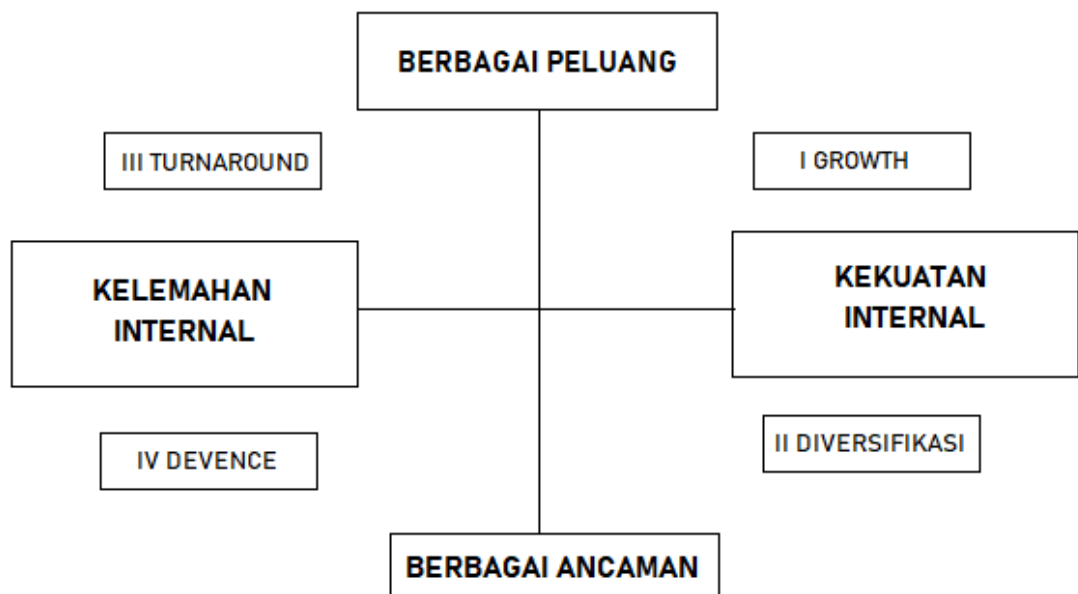


Gambar 3.1 Matrik IE

Tabel 3.4 Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGHT (S) Menentukan 1-10 FaktorFaktor Kekuatan Internal	WEAKNESS (W) Menentukan 1-10 FaktorFaktor Kelemahan Internal
	Strategi SO Menciptakan Strategi Yang Menggunakan Kekuatan Untuk Memanfaatkan Peluang	Strategi WO Menciptakan Strategi Yang Meminimalkan Kelemahan Untuk Memanfaatkan Peluang
OPPORTUNITIES (O) Menentukan 1-10 Faktor Faktor Kekuatan Eksternal	Strategi ST Menciptakan Strategi Yang Menggunakan Kekuatan Untuk Menjadi Ancaman	Strategi WT Menciptakan Strategi Yang Meminimalkan Kelemahan Untuk Menghindari Ancaman

Sumber : Rangkuti, (2019)

**Gambar 3.1 Diagram Matriks SWOT**

Keterangan :

Kuadran I: Kondisi ini menunjukkan situasi yang menguntungkan bagi PT Citilink Indonesia. Perusahaan memiliki kekuatan internal yang kuat serta peluang eksternal yang besar, seperti pertumbuhan penggunaan teknologi digital dan meningkatnya preferensi pelanggan terhadap layanan mandiri seperti *web check-in*. Oleh karena itu, strategi yang dapat diterapkan adalah strategi pertumbuhan agresif (*growth-oriented strategy*), dengan cara memperluas penerapan sistem digital dalam operasional dan layanan pelanggan.

Kuadran II: Pada kuadran ini, PT Citilink Indonesia menghadapi sejumlah ancaman eksternal, seperti persaingan yang ketat di industri penerbangan dan perubahan regulasi. Namun, perusahaan masih memiliki kekuatan internal, misalnya kemampuan operasional yang efisien dan reputasi brand yang baik. Strategi yang sesuai adalah strategi diversifikasi, baik dalam bentuk pengembangan pasar maupun layanan, dengan tetap mengandalkan keunggulan internal untuk menjawab tantangan jangka panjang.

Kuadran III: Situasi ini menggambarkan kondisi di mana peluang pasar sangat terbuka, seperti meningkatnya kebutuhan layanan berbasis digital dan efisiensi proses check-in. Namun, PT Citilink Indonesia menghadapi kelemahan internal, misalnya keterbatasan infrastruktur teknologi di beberapa bandara atau kurangnya edukasi kepada pelanggan. Strategi yang perlu dilakukan adalah meminimalkan kelemahan-kelemahan tersebut agar perusahaan dapat menangkap peluang pasar secara optimal.

Kuadran IV: Kondisi ini merupakan tantangan terbesar bagi PT Citilink Indonesia, karena perusahaan menghadapi baik tekanan eksternal maupun kelemahan internal secara bersamaan. Contohnya adalah risiko ketidakpuasan pelanggan akibat keterbatasan sistem serta tekanan kompetitor yang lebih siap secara digital. Strategi yang paling tepat adalah strategi bertahan (*defensive strategy*), seperti efisiensi operasional, peningkatan layanan dasar, dan perbaikan internal secara bertahap.

Penggunaan Matriks SWOT ini sangat membantu dalam proses analisis strategi pada penelitian terkait PT Citilink Indonesia. Matriks ini mampu menyajikan gambaran yang jelas mengenai kombinasi antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan), sehingga menghasilkan empat alternatif strategi: kekuatan-peluang (SO), kekuatan-ancaman (ST), kelemahan-peluang (WO), dan kelemahan-ancaman (WT).

3.7. Matrik *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk membantu manajer dalam memilih alternatif strategi terbaik dari beberapa pilihan yang ada. Matrik ini bekerja dengan cara menggabungkan faktor-faktor strategis utama dari analisis internal (IFE) dan eksternal (EFE), lalu menilai daya tarik relatif dari masing-masing strategi yang diusulkan berdasarkan bobot dan skor yang diberikan. Proses ini menghasilkan nilai total daya tarik (Total Attractiveness Scores/TAS) untuk setiap strategi alternatif, yang mencerminkan sejauh mana strategi tersebut mampu merespon peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal.

Dalam penerapannya, QSPM memerlukan pemahaman yang baik atas faktor-faktor strategis serta kemampuan untuk mengevaluasi strategi secara objektif. Setiap faktor strategis diberi bobot berdasarkan tingkat kepentingannya, kemudian dinilai untuk masing-masing strategi dengan Skor Daya Tarik (Attractiveness Score) mulai dari 1 (tidak menarik) hingga 4 (sangat menarik). Nilai TAS diperoleh dengan mengalikan bobot dengan skor daya tarik. Strategi dengan nilai TAS tertinggi dianggap sebagai pilihan paling layak untuk diimplementasikan. Kelebihan QSPM adalah kemampuannya menyediakan pendekatan kuantitatif dalam pengambilan keputusan strategis, namun keberhasilannya tetap bergantung pada keakuratan analisis dan objektivitas penilaian dari pihak pengambil Keputusan.