

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Jaringanku Sarana Nusantara

PT. Jaringanku Sarana Nusantara (JSN) didirikan pada tahun 2016 dan berkantor pusat di Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Pada tahun-tahun awal pendiriannya, JSN masih beroperasi dalam lingkup wilayah terbatas. Namun, berkat visi yang kuat dan strategi pengembangan yang tepat, perusahaan ini mulai memperluas jangkauan layanannya. Pada tahun 2020, JSN membuka cabang baru di Kendal, Jawa Tengah, sebagai langkah ekspansi dalam memperluas cakupan wilayah layanan internet mereka.

Dalam menjalankan bisnisnya, JSN mengandalkan berbagai teknologi jaringan terkini, seperti fiber optik, jaringan wireless broadband, dan teknologi VSAT (Very Small Aperture Terminal). Penggunaan teknologi ini memungkinkan JSN untuk memberikan layanan koneksi internet yang stabil, cepat, dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. JSN tidak hanya fokus pada wilayah perkotaan, tetapi juga menjangkau daerah-daerah yang sebelumnya sulit mendapat akses internet yang memadai, sehingga turut mendukung pemerataan infrastruktur digital nasional.

JSN telah melayani lebih dari 30 mitra kerja lokal di berbagai daerah. Layanan yang diberikan meliputi internet dedicated, layanan VPN, colocation server, cloud services, hingga email hosting, yang menjadikan JSN sebagai penyedia solusi IT terpadu. Didukung oleh tim profesional yang berpengalaman di bidang teknologi informasi dan jaringan, serta sistem pemantauan 24 jam, JSN

mampu mempertahankan kualitas layanan dengan jaminan SLA (Service Level Agreement) hingga 98%.

Melalui semangat “Jaringanku... Jaringan Kita Bersama”, JSN tidak hanya berfokus pada aspek bisnis, tetapi juga pada nilai kolaboratif dan pemberdayaan komunitas lokal. Dengan membawa nilai inovatif, integritas, dan kualitas sebagai dasar operasional perusahaan, JSN terus berkomitmen untuk menjadi mitra strategis dalam mendukung transformasi digital di Indonesia. Perusahaan ini terus tumbuh menjadi ISP lokal yang memiliki visi nasional, serta berperan aktif dalam menciptakan konektivitas yang merata dan berkelanjutan.

2.2. Visi dan Misi Jaringanku Sarana Nusantara

PT Jaringanku Sarana Nusantara (JSN) memiliki arah dan tujuan yang jelas sebagai landasan dalam memberikan layanan terbaik bagi pelanggan. Arah dan tujuan tersebut tercermin dalam visi dan misi perusahaan, yang menjadi pedoman utama dalam setiap pengambilan keputusan, strategi pengembangan, serta budaya kerja di lingkungan perusahaan. Dengan visi dan misi yang kuat, JSN berkomitmen untuk terus tumbuh dan berinovasi sebagai penyedia layanan internet yang andal dan berkualitas di Indonesia. Jaringanku Sarana Nusantara memiliki visi dan misi sebagai berikut:

2.2.1. Visi Perusahaan

“Menjadi Penyedia Layanan Internet dengan kualitas terbaik dan layanan andal melalui tiga budaya perusahaan: Inovatif, Integritas, dan Kualitas.”

2.2.2. Misi Perusahaan

1. Menyediakan layanan internet berkualitas tinggi yang cepat, stabil, dan aman bagi berbagai segmen pelanggan, mulai dari rumah tangga hingga perusahaan besar, guna mendukung kebutuhan komunikasi dan transformasi digital.
2. Membangun budaya kerja yang inovatif, berintegritas, dan berorientasi pada kualitas, sehingga mampu memberikan solusi teknologi yang relevan, berkelanjutan, dan sesuai dengan perkembangan zaman.
3. Mewujudkan layanan pelanggan yang andal dan responsif melalui sistem dukungan teknis 24/7 serta komunikasi yang terbuka dan tepat waktu, guna memastikan kepuasan dan loyalitas pengguna jasa JSN.

2.3. *Core Value* Jaringanku Sarana Nusantara

1. Inovatif mencerminkan komitmen JSN untuk terus menciptakan solusi teknologi dan jaringan yang mutakhir, serta menyesuaikan layanannya dengan kebutuhan pelanggan di era digital yang berkembang cepat. Nilai ini mendorong JSN untuk selalu memperbarui dan meningkatkan infrastrukturnya agar tetap relevan dan efisien.
2. Integritas adalah landasan etika perusahaan yang mencakup kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab dalam setiap interaksi—baik di antara tim internal maupun saat berurusan dengan pelanggan dan mitra bisnis. Dengan komunikasi terbuka dan akuntabel, JSN berusaha membangun kepercayaan jangka panjang dengan semua pemangku kepentingannya.
3. Kualitas menunjukkan komitmen JSN dalam menyediakan layanan internet dan teknologi yang andal, stabil, dan konsisten. Perusahaan menempatkan

kualitas sebagai prioritas utama demi memastikan kinerja layanan optimal, mulai dari kecepatan koneksi hingga support teknis, bagi pelanggan korporat maupun individu.

2.4. Logo dan Filosofi Perusahaan

Logo sangat penting bagi perusahaan karena berfungsi sebagai simbol visual yang mewakili identitas, nilai, dan filosofi perusahaan. Logo membantu membedakan perusahaan dari pesaing, memudahkan konsumen mengenali dan mengingat merek, serta meningkatkan kepercayaan dan citra profesional. Selain itu, logo menjadi elemen kunci dalam strategi pemasaran dan branding yang mendukung penyebaran pesan perusahaan secara konsisten di berbagai media. Dengan demikian, logo merupakan aset strategis yang vital dalam membangun reputasi dan keberhasilan perusahaan.



Gambar 2. 1 Logo PT Jaringanku Sarana Nusantara

(Sumber: www.jsn-net.id, 2025)

Lambang atau logo PT Jaringanku Sarana Nusantara (JSN) secara visual menampilkan desain modern dengan huruf "JSN" yang khas dan tegas, menggunakan warna biru sebagai warna dominan yang melambangkan kepercayaan, profesionalisme, dan teknologi. Bentuk huruf yang saling terhubung

mencerminkan konektivitas dan integrasi jaringan, sesuai dengan layanan JSN di bidang internet dan data center. Terdapat juga garis melengkung, ini diartikan sebagai simbol alur data atau jaringan global. Secara keseluruhan, lambang JSN dirancang untuk memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia layanan internet yang handal, terhubung secara luas, dan siap mendukung transformasi digital masyarakat Indonesia.

2.5. Produk dan Layanan

JSN sebagai penyedia layanan Internet Service Provider (ISP) menawarkan layanan internet berbasis fiber optic yang ditujukan untuk pelanggan perorangan maupun korporat. Layanan internet ini bersifat unlimited tanpa batasan kuota, dengan kecepatan yang simetris antara upload dan download, sehingga sangat cocok untuk aktivitas seperti streaming, game online, hingga keperluan kerja jarak jauh. Pelanggan dapat memilih berbagai paket kecepatan sesuai kebutuhan, mulai dari 3 Mbps hingga 10 Mbps atau lebih. Selain itu, JSN juga menyediakan berbagai opsi alamat IP, termasuk IP publik, IP statis, maupun IP private yang dibutuhkan untuk penggunaan khusus seperti CCTV, remote server, dan lainnya. Menariknya, JSN memberikan layanan uji coba gratis selama 7 hari bagi calon pelanggan, serta jaminan ketersediaan layanan dengan Service Level Agreement (SLA) sebesar 98%, lengkap dengan dukungan teknis yang aktif selama 24 jam.

Di bidang server dan data center, JSN menyediakan layanan colocation server di pusat data Tier-3 seperti Cyber Building dan 3D IDC Jakarta. Pelanggan dapat menyimpan server fisik milik sendiri (colocation) atau menyewa server dari

JSN dalam bentuk dedicated server maupun Virtual Private Server (VPS). Fasilitas yang disediakan sangat lengkap dan profesional, mulai dari koneksi internet berkecepatan tinggi, sistem kelistrikan dengan UPS dan genset, pendingin ruangan yang stabil, serta keamanan fisik 24 jam yang dilengkapi dengan CCTV. Untuk pelanggan yang tidak ingin mengelola server secara mandiri, tersedia pula layanan managed hosting, di mana tim teknis JSN akan mengelola seluruh aspek teknis dari server tersebut. Layanan ini sangat ideal bagi perusahaan yang membutuhkan performa tinggi dan keamanan data yang andal.

Sementara itu, dari sisi network configuration, JSN memiliki keunggulan dalam pengaturan dan optimasi jaringan yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Salah satu fitur unggulannya adalah custom routing, yaitu pengaturan jalur internet secara khusus agar terhubung langsung ke server global seperti Google Cache, Facebook, YouTube CDN, dan server game online, sehingga menghasilkan koneksi yang cepat dan minim gangguan. Selain itu, JSN juga menyediakan fitur load balancing dan failover untuk memastikan koneksi tetap berjalan lancar meskipun terjadi gangguan pada salah satu jalur. Pelanggan korporat juga dapat memanfaatkan layanan VPN, IP static, hingga Quality of Service (QoS) untuk mengatur prioritas bandwidth, memastikan aplikasi penting seperti video conference atau sistem keuangan tetap stabil saat digunakan bersamaan. Dengan sistem monitoring real-time yang dimiliki, JSN mampu mendeteksi dan mengatasi gangguan secara cepat demi menjaga performa layanan yang maksimal.

2.6. Deskripsi Responden

Identitas responden merupakan deskripsi mengenai karakteristik umum dari individu yang menjadi sampel dalam suatu penelitian. Responden dari penelitian ini adalah pengguna layanan internet dari JSN Kendal dan pengumpulan data dilakukan sebanyak 97 responden. Data mengenai responden yang telah terkumpul, akan dikelompokkan berdasarkan identitasnya, seperti umur, jenis kelamin, status pernikahan, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan per bulan, dan intensitas penggunaan Internet Service Provider JSN Kendal. Berdasarkan hasil jawaban yang telah penulis kelompokkan, maka dapat dihasilkan klasifikasi identitas responden sebagai berikut:

2.6.1. Responden Berdasarkan Umur

Umur merupakan salah satu variabel demografis penting yang dapat memengaruhi cara pandang, preferensi, serta keputusan responden dalam menanggapi suatu fenomena atau permasalahan yang diteliti. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, distribusi umur responden dianalisis untuk mengetahui karakteristik dasar populasi yang dijadikan sampel. Berikut data identitas responden berdasarkan umur:

Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Frekuensi	Persentase
1	17-25 tahun	51	53
2	26-30 tahun	15	15
3	31-40 tahun	12	12
4	> 40 tahun	19	20
Jumlah		97	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan data pada tabel 2.1 hasil klasifikasi identitas responden berdasarkan rentang usia dapat disimpulkan bahwa rentang usia responden terbanyak adalah usia 17-25 tahun yaitu sebanyak 51 orang dari seluruh jumlah total sampel, lalu disusul dengan rentang usia > 40 tahun dengan jumlah 19 orang dari seluruh total sampel. Kemudian pada urutan ketiga adalah responden dengan rentang usia 26-30 tahun dengan jumlah 15 responden dan terakhir responden dengan rentang usia 31-40 tahun yang hanya memiliki jumlah 12 responden dari seluruh total sampel.

2.6.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin memberikan gambaran mengenai proporsi jumlah laki-laki dan perempuan yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Berikut data identitas responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	58	60
2	Perempuan	39	40
Jumlah		97	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan data pada tabel 2.2 dapat ditemukan bahwa total responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 58 (60%) orang dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 39 orang (40%). Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden laki-laki.

2.6.3. Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Status pernikahan merupakan salah satu aspek demografis penting yang dapat memengaruhi sudut pandang dan kebiasaan responden dalam mengambil

keputusan. Dalam konteks penelitian ini, status pernikahan diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu sudah menikah dan belum menikah. Berikut data identitas responden berdasarkan status pernikahan:

Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Status Pernikahan

No	Status Pernikahan	Frekuensi	Persentase
1	Belum Menikah	56	58
2	Sudah Menikah	41	42
Jumlah		97	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan data pada tabel 2.3 dapat ditemukan bahwa total responden yang belum menikah sebanyak 56 (58%) orang dan responden yang sudah menikah sebanyak 41 orang (42%). Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden yang belum menikah.

2.6.4. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan terakhir merupakan salah satu indikator penting dalam mengidentifikasi latar belakang responden. Pendidikan memengaruhi cara seseorang berpikir, memahami informasi, hingga dalam mengambil keputusan. Berikut data identitas responden berdasarkan tingkat pendidikan akhir:

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir

No	Tingkat Pendidikan Akhir	Frekuensi	Persentase
1	SMP	4	4
2	SMA	59	61
3	Diploma	7	7
4	S1/S2/S3	25	26
5	Lainnya	2	2
Jumlah		97	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan data pada tabel 2.4 dapat ditemukan bahwa total responden paling banyak adalah tingkat pendidikan SMA sebanyak 59 (61%) orang dan paling sedikit adalah tingkat pendidikan lainnya yaitu SD sebanyak 2 orang (2%). Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan SMA.

2.6.5. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu aspek penting dalam mengidentifikasi latar belakang sosial responden. Status pekerjaan mencerminkan tingkat pendapatan dan tanggung jawab seseorang, preferensi, pola konsumsi, hingga cara merespons suatu permasalahan. Berikut data identitas responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Belum Bekerja	12	12
2	Pelajar/Mahasiswa	17	17
3	TNI/POLRI/PNS	6	6
4	Pegawai Swasta	14	14
5	Wiraswasta	25	27
6	Lainnya	23	24
Jumlah		97	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan data pada tabel 2.5 dapat ditemukan bahwa total responden paling banyak adalah wiraswasta sebanyak 25 (27%) orang dan paling sedikit adalah TNI/POLRI/PNS sebanyak 6 orang (6%). Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden dengan pekerjaan wiraswasta.

2.6.6. Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Pendapatan per bulan merupakan indikator penting dalam melihat kemampuan ekonomi responden. Tingkat pendapatan dapat memengaruhi

preferensi, pola konsumsi, gaya hidup, serta keputusan responden terhadap suatu produk, layanan, atau fenomena yang diteliti. Berikut data identitas responden berdasarkan pendapatan per bulan:

Tabel 2. 6 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

No	Pendapatan Per Bulan	Frekuensi	Persentase
1	< Rp1.000.000	23	24
2	> Rp1.000.000 – Rp3.000.000	35	36
3	> Rp3.000.000 – Rp5.000.000	20	21
4	> Rp5.000.000	19	19
Jumlah		97	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan data pada tabel 2.6 dapat ditemukan bahwa total responden paling banyak adalah dengan pendapatan > Rp1.000.000 – Rp3.000.000 sebanyak 35 (36%) orang dan paling sedikit adalah dengan pendapatan > Rp5.000.000 sebanyak 19 orang (19%). Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden dengan pendapatan > Rp1.000.000 – Rp3.000.000.

2.6.7. Responden Berdasarkan Lama Berlangganan Internet Service Provider JSN Kendal

Intensitas penggunaan layanan internet menjadi indikator penting dalam menilai variabel yang diteliti dari produk Internet Service Provider (ISP). Berikut data identitas responden berdasarkan pendapatan intensitas penggunaan:

Tabel 2. 7 Responden Berdasarkan Lama Berlangganan

No	Intensitas Penggunaan	Frekuensi	Persentase
1	< 1 Tahun	18	19
2	1-3 Tahun	45	46
3	> 3 Tahun	34	35
Jumlah		97	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan data pada tabel 2.7 dapat ditemukan bahwa total responden paling banyak intensitas penggunaan adalah 1-3 kali sebanyak 45 (46%) orang dilanjut dengan pengguna dengan intensitas penggunaan > 3 tahun sebanyak 34 (35%) orang dan paling sedikit intensitas penggunaan adalah < 1 tahun sebanyak 18 orang (19%). Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden dengan intensitas penggunaan 1-3 tahun.