

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. ICON PLUS SEMARANG

DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 PT. Indonesia Comnets Plus

2.1.1 Sejarah Singkat PT. Indonesia Comnets Plus

PT. Indonesia Comnets Plus atau Icon Plus didirikan pada tanggal 3 Oktober 2000, perusahaan tersebut menyediakan layanan jaringan telekomunikasi yang menggunakan akses serat optik dari hulu ke hilir dengan Izin Pemanfaatan Jaringan (IPJ) untuk pengelolaan ruang milik jalan dari PT. PLN Persero. Strategi yang dilakukan adalah menjalin kerja sama dengan berbagai perusahaan dan lembaga di berbagai sektor, terutama yang kegiatan operasionalnya membutuhkan jaringan telekomunikasi yang ekstensif dan andal. Icon Plus juga secara konsisten melakukan inovasi produk dan layanan dengan mengedepankan kualitas jaringan dan teknologi terkini.

Pada tahun 2001, Iconn Plus memulai kegiatan komersialnya dengan *Network Operation Center* yang berlokasi di Gandul. Sebagai entitas anak perusahaan dari PT. PLN Persero, PT. Indonesia Comnets Plus (Icon Plus) berfokus pada penyediaan jaringan, jasa, dan konten telekomunikasi, khusus untuk mendukung teknologi dan sistem informasi PT. PLN Persero serta publik. Untuk itu perseroan mengadakan berbagai layanan unggulan seperti *Clear Channel*, *Multi Protocol Label Switching* (MPLS), akses *internet broadband*, *Voice over Internet Protocol* (VoIP), dan aplikasi perbankan. Namun, seiring dengan kebutuhan

industri akan jaringan telekomunikasi dengan tingkat *availability* dan *reliability* yang konsisten perseroan melihat peluang baru untuk mengembangkan usahanya yaitu dengan mengkomersialkan kelebihan kapasitas jaringan telekomunikasi ketenaga listrikan serat optik milik PLN di Jawa dan Bali.

Sejak tahun 2008, Icon Plus secara konsisten dan bertahap melakukan ekspansi konektivitas jaringan telekomunikasi ke berbagai wilayah terpencil di Indonesia dengan memaksimalkan pendayagunaan hak jaringan ketenaga listrikan milik PT. PLN Persero, yaitu “*Right of Ways*” (RoW), yang memiliki cakupan wilayah di seluruh Indonesia. Hal tersebut dilakukan sesuai dengan visi “Menjadi Penyedia solusi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) terkemuka di Indonesia berbasis jaringan melalui pemanfaatan aset strategis”. Icon Plus juga secara konsisten melakukan inovasi produk dan layanan dengan mengedepankan kualitas jaringan dan teknologi terkini.

2.1.2 Visi dan Misi

2.1.2.1 Visi

Visi dari PT. Icon Plus adalah menjadi penyedia solusi TIK (Teknologi Komunikasi Informasi) terkemuka di Indonesia berbasis jaringan melalui pemanfaatan aset strategis.

2.1.2.2 Misi

Adapun misi dari PT. Icon Plus adalah sebagai berikut :

- Memberikan layanan TIK yang terbaik di kelasnya kepada pelanggan guna meningkatkan nilai perusahaan.

- Memenuhi kebutuhan dan harapan PLN secara proaktif dengan menyediakan solusi-solusi TIK yang inovatif dan memberikan nilai tambah.
- Membangun organisasi pembelajar yang berkinerja tinggi untuk mendorong perusahaan mencapai bisnis yang unggul dan menjadi pilihan bagi talenta-talenta terbaik.
- Memberi kontribusi terhadap perkembangan telekomunikasi.

2.1.3 Logo dan Makna

Logo adalah suatu gambar atau sketsa yang memiliki arti tertentu sebagai identitas dan mewakili arti dari suatu perusahaan, organisasi, atau lembaga. Dalam menentukan logo yang digunakan oleh PT. Icon Plus, terdapat makna dari beberapa unsur yang meliputi warna, bentuk, dan tulisan.

Sebagai identitas yang menunjukkan salah satu anak perusahaan dari PT. PLN Persero, warna yang digunakan pada logo PT. Icon Plus juga mengikuti warna pada perusahaan induknya, yaitu merah, biru, dan kuning. Adapun logo yang digunakan PT. Icon Plus hingga saat ini ditunjukkan pada gambar logo perusahaan berikut :



Gambar 2. 1 Logo PT. Icon Plus

Sumber : PT. Icon Plus Semarang, 2022

Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan mengenai arti dari logo PT. Icon Plus sebagai berikut :

1. *Integrity* (dari karakter “I” logo PT. Icon Plus)

ICONERS (Sebutan untuk seluruh karyawan PT. Icon Plus) harus jujur, tulus dan dapat dipercaya dalam berpikir, berkata dan bertindak. Tanda garis coretan pada huruf “I” melambangkan ICONERS harus selalu berhubungan dengan Tuhan Yang Maha Esa.

2. *Care* (dari karakter “C” logo PT. Icon Plus)

ICONERS selalu bersikap peduli, berempati dan responsif serta memberikan pelayanan yang melebihi harapan *stake holder*.

3. *Open Mind* (dari karakter “O” logo PT. Icon Plus)

ICONERS bersikap secara objektif dan komunikatif untuk menghasilkan kinerja yang baik.

4. *Innovation* (dari karakter “N” logo PT. Icon Plus)

ICONERS selalu mengerahkan kreativitas dalam segala hal untuk menghasilkan nilai tambah bagi *stake holder*.

5. *Teamwork* (dari lambang lingkaran elips logo PT. Icon Plus)

ICONERS percaya bahwa kekuatan sinergi dapat membentuk tim pemenang. ICONERS bekerja sama dengan semangat gotong royong, saling mengisi dan saling menyemangati, berfikir menang untuk memperoleh hasil yang maksimal.

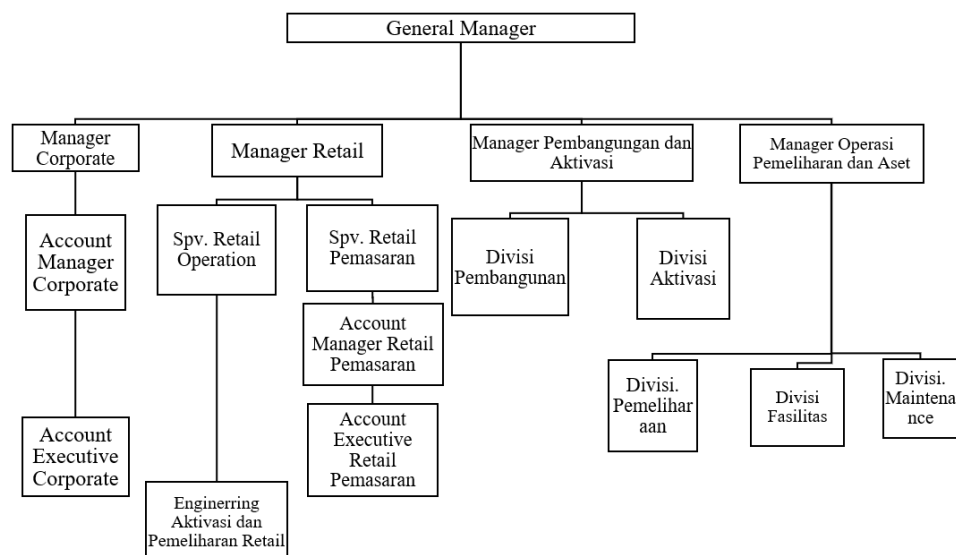
6. *Excellent* (dari karakter “+” logo PT. Icon Plus)

ICONERS bekerja dengan cerdas dan ulet untuk menghasilkan kualitas terbaik dalam mendukung keberhasilan perusahaan.

7. Lambang *ellips* yang bermakna *teamwork* (sinergi, tim yang efektif).
8. Huruf condong ke kanan yang bermakna rendah hati.
9. Huruf kecil pada logo menggambarkan pribadi yang rendah hati, dan inovatif.

2.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam rangka melakukan tugas operasional perusahaan sangat membutuhkan adanya struktur organisasi. Struktur organisasi merupakan kerangka dan susunan perwujudan pola hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian dan orang-orang yang meujudkan pembagian delegasi tugas, kedudukan, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu perusahaan. Berikut adalah struktur organisasi PT Indonesia Comnets Plus Semarang :



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT. Icon Plus Semarang

Sumber : PT. Icon Plus Semarang, 2022

2.1.5 Produk dan Layanan PT. Icon Plus

Sebagai perusahaan yang menjadi penyedia TIK (Teknologi Komunikasi Informasi) Icon Plus membagi produknya kedalam 4 (empat) kategori produk yaitu:

1. ICONNET

Layanan ini merupakan solusi konektivitas yang memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Solusi yang diberikan berupa produk *Fixed Broadband Internet* yang menghubungkan lokasi pelanggan di berbagai wilayah Indonesia. Jaringan *end to end* fiber optik akan menjamin kelancaran pertukaran informasi yang cepat dan aman sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

2. ICON Web

Kebutuhan pelanggan untuk mendapatkan akses informasi dan komunikasi tanpa batas melalui jaringan Internasional dan *peering* dengan provider lokal. Merupakan fokus utama Icon Plus untuk melayani pelanggannya.

3. ICON Base

Infrastruktur yang handal menjadi kunci dimana keamanan data menjadi hal yang penting saat ini. Icon Plus memberikan berbagai macam layanan, infrastruktur yang aman dan dapat memberikan nilai yang lebih bagi efisiensi bisnis pelanggan. Didukung oleh data *Center Tier-3* yang berlokasi di dalam negeri. Icon Plus berkomitmen untuk

memberikan layanan infrastruktur terbaik dengan tingkat keamanan yang tinggi.

4. ICONApps

Sebagai “*ICT Enabler of PLN*“, Icon Plus memberikan berbagai solusi aplikasi untuk menunjang integrasi proses bisnis PLN. Solusi-solusi tersebut ditujukan untuk dapat senantiasa membantu PLN memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya.

2.1.6 Upaya PT. Icon Plus dalam meningkatkan *Service Quality, Trust, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan*

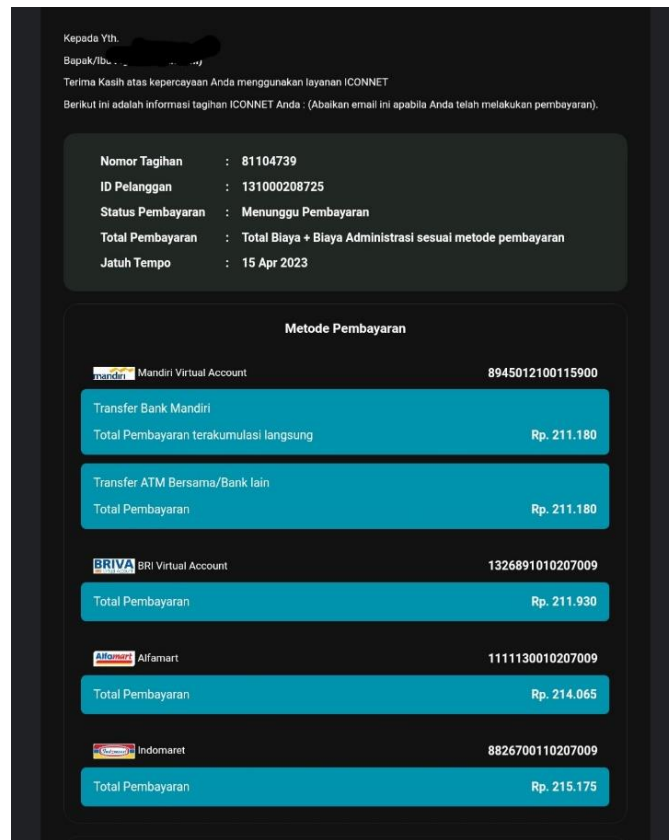
Penyediaan sarana dan prasarana merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Sarana dan prasarana yang memadai dapat membantu mempercepat serta memperlancar proses kinerja pegawai, salah satunya dalam hal pemberian pelayanan kepada pelanggan atau konsumen. Sarana dan prasarana yang terdapat pada PT. Icon Plus Semarang sangat baik dan peralatannya sudah cukup serta memadai. Selain itu, Icon Plus juga berupaya meningkatkan kualitas pelayanan pada pelanggan terutama di bidang prosedur dalam hal pemasangan produk ICONNET. Hal tersebut terbukti dengan jangka waktu proses pemasangan yang terbilang cepat, dalam waktu kurang dari 3 hari setelah proses registrasi dan pembayaran awal, produk ICONNET dapat segera di pasang ke lokasi calon pelanggan. Berikut merupakan gambar tahapan dalam proses pemasangan ICONNET kepada pelanggan :



Gambar 2. 3 Tahapan Proses pemasangan ICONNET

Sumber : PT. Icon Plus Semarang, 2023

Icon Plus tidak hanya memberikan kemudahan dalam bidang prosedur pemasangan saja, tetapi juga memberikan kemudahan dalam bidang pembayaran dengan memberikan pilihan atau opsi metode pembayaran tagihan yang beragam. Pilihan metode pembayaran yang beragam diberikan untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran tagihan setiap bulannya. Beberapa pilihan pembayaran ICONNET terdiri dari Virtual Account Bank Mandiri, Virtual Account Bank BRI, transfer antar bank, pembayaran via alfamart atau indomaret terdekat. Berikut merupakan contoh beberapa pilihan metode pembayaran tagihan ICONNET dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 2. 4 Metode Pembayaran Tagihan ICONNET

Sumber : PT. Icon Plus Semarang, 2023

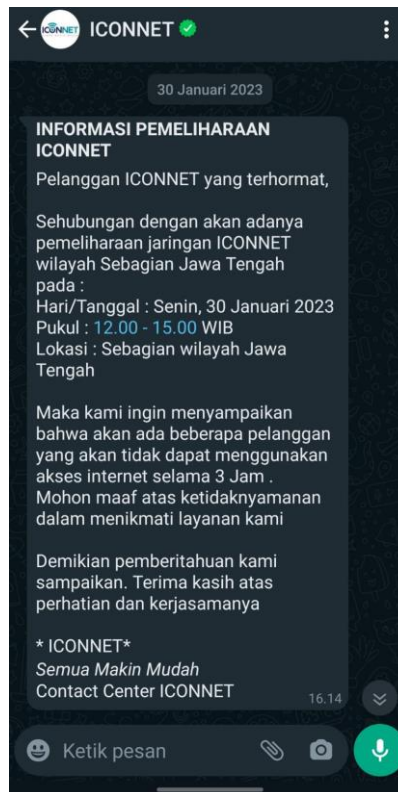
Kemudian dalam hal menerima permasalahan atau keluhan dari pelanggan ICONNET, pihak Icon Plus memberikan fasilitas melalui layanan *Customer Service* yang telah disediakan. *Customer Service* berperan memberikan pelayanan kepada pelanggan untuk menanggapi permasalahan dan bertugas untuk menyelesaikan masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan. Untuk dapat menghubungi pihak *Customer Service*, Icon Plus memberikan beberapa pilihan terkait *Call Center* yang dapat dihubungi, yaitu dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2. 5 Call Center ICONNET yang disediakan Icon Plus

Sumber : Instagram Iconnet.care, 2023

PT. Icon Plus sebagai salah satu anak perusahaan PLN pemegang jasa telekomunikasi perlu memberikan pelayanan teknologi dan informasi yang baik kepada pelanggannya. Hal tersebut apabila berjalan dengan baik maka akan meningkatkan kepercayaan dari para pelanggan. Salah satu upaya yang dilakukan Icon Plus untuk menjaga kepercayaan pelanggan ICONNET dilakukan dengan selalu memberikan pesan *broadcast* melalui aplikasi *whatsapp* kepada pelanggannya ketika terjadi gangguan dan berapa lama estimasi gangguan, hal tersebut bertujuan untuk memberikan pengertian kepada pelanggan. Pelanggan yang menerima broadcast tersebut diharapkan dapat memahami kondisi lapangan bahwasanya terdapat permasalahan yang mengakibatkan gangguan koneksi pada wifi pelanggan. Berikut merupakan gambar pesan *broadcast* dari perusahaan kepada pelanggan :



Gambar 2. 6 Pesan *Broadcast* kepada Pelanggan ICONNET

Sumber : PT. Icon Plus Semarang, 2023

Dari upaya – upaya yang dilakukan oleh PT. Icon Plus di atas yaitu dengan memberikan *service quality* yang baik maka pelanggan ICONNET akan merasa terpuaskan. Dengan adanya rasa kepuasan tersebut maka akan tercipta kepercayaan atau *trust* terhadap Icon Plus sebagai perusahaan penyedia layanan internet wifi. Kemudian dari rasa kepercayaan para pelanggan terhadap ICONNET akan mendorong pelanggan untuk loyal atau terus menggunakan ICONNET di masa yang akan datang.

2.2 Profil Responden

Identitas responden tersaji guna mencari tahu bagaimana kondisi atau latar belakang responden yang digunakan untuk sampel penelitian. Identitas responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, jumlah pendapatan atau tingkatan penghasilan, dan jangka waktu menggunakan ICONNET. Jumlah partisipan yang dibutuhkan sebanyak 100 orang yang pernah berlangganan ICONNET.

Lama waktu yang digunakan untuk penelitian ini adalah kurang lebih selama dua minggu pada bulan Maret 2023. Sesuai dengan data yang telah diperoleh dari partisipan, berikut adalah penjabaran lebih lanjut :

2.2.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Pelanggan ICONNET PT. Icon Plus terdiri dari laki-laki dan perempuan. Terdapat 100 orang yang dijadikan sampel pada penelitian ini. berikut adalah data responden menurut jenis kelamin :

Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	Laki-laki	71	71%
2.	Perempuan	29	29%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel diatas menjelsakan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki – laki sebanyak 71% sedangkan responden berjenis kelamin perempuan memiliki jumlah sebanyak 29% dari total responden sejumlah 100 orang (100%). Dapat disimpulkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki – laki lebih banyak dibandingkan dengan responden berjenis kelamin perempuan.

2.2.2 Responden Berdasarkan Usia

Usia responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah responden yang minimal sudah berusia 20 tahun. Hal ini bertujuan agar lebih relevan dengan topik penelitiannya dan untuk menghindari usia dibawahnya yang belum dapat memahami konteks isi kuesioner. Berikut data responden berdasarkan usia :

Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	20-29	29	55%
2.	30-39	55	29%
3.	40-49	7	7%
4.	50-59	7	7%
5.	60-69	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan data dari tabel 2.2 diatas dapat diketahui bahwa rentang usia terbanyak yaitu usia 30-39 tahun sebanyak 55% dan rentang usia terendah berada pada usia 60-69 tahun sebanyak 2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah berasal dari kalangan usia dewasa yang masih produktif bekerja.

2.2.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan dalam penelitian ini adalah kegiatan yang dilakukan oleh responden sehari-hari. Selain itu, pekerjaan yang dilakukan oleh responden bermaksud untuk mengetahui status responden. Adanya pengelompokan pekerjaan ini bertujuan untuk mengetahui jenis pekerjaan apa yang mendominasi pelanggan ICONNET PT. Icon Plus. Berikut adalah data pekerjaan yang diperoleh dari penelitian :

Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	Pegawai Swasta	36	36%
2.	Wirausaha	15	15%
3.	Pelajar / Mahasiswa	15	15%
4.	BUMN	14	14%
5.	Pegawai Negeri Sipil	14	14%
6.	Pensiunan	4	4%
7.	TNI / Polri	1	1%
8.	Ibu Rumah Tangga	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwasanya responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta mendominasi responden pelanggan ICONNET PT. Icon Plus sebanyak 36% (36 responden), selanjutnya frekuensi terkecil dari jenis pekerjaan responden adalah ibu rumah tangga dan TNI/POLRI masing – masing sebesar 1%.

2.2.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Jenis dan tinggi rendahnya pendidikan individu mempengaruhi pola pikir, gaya hidup, dan juga status sosialnya. Pendidikan juga mempengaruhi penghasilan seseorang yang mengakibatkan pada perubahan gaya hidup dan status sosial. Berikut adalah pendidikan terakhir responden dari pelanggan ICONNET PT. Icon Plus :

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	Sarjana (S1)	57	57%
2.	SMA	26	26%
3.	Diploma	17	17%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir responden pelanggan ICONNET mayoritas adalah tamatan sarjana dengan jumlah 57 orang atau 57%. Maka dari data primer di atas diketahui bahwa tamatan sarjana mendominasi yaitu sebanyak 57 responden.

2.2.5 Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil yang didapatkan seseorang dari pekerjaan agar dapat memenuhi kebutuhan atau kehendaknya. Maksud pendapatan pada penelitian kali ini, yaitu jumlah rata-rata uang yang responden dapatkan selama sebulan baik melalui hasil usaha ataupun dari pendapatan lain-lain :

Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	≤Rp3.000.000	31	31%
2.	>Rp3.000.000 – Rp5.000.000	24	24%
3.	>Rp5.000.000 – Rp7.000.000	21	21%
4.	>Rp7.000.000 – Rp9.000.000	4	4%
5.	>Rp9.000.000	20	20%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 2.5 diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan ≤Rp. 3.000.000 sebanyak 31 responden (31%), dan minoritas responden memiliki pendapatan >Rp 7.000.000 – Rp 9.000.000 sebanyak 4 responden (4%).

2.2.6 Responden Berdasarkan Rentang Waktu Berlangganan

Data yang memuat mengenai rentang waktu berlangganan memiliki tujuan untuk mengetahui berapa lama responden dalam berlangganan atau menggunakan

ICONNET PT. Icon Plus. Berikut ini adalah data yang menunjukkan rentang waktu responden berlangganan ICONNET sebagai berikut :

Tabel 2. 6 Responden Berdasarkan Lama Berlangganan

No.	Rentang Waktu Berlangganan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	2 – 6 bulan	17	17%
2.	>6 – 12 bulan	54	54%
3.	>12 bulan	29	29%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Sesuai dengan data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah yang pernah berlangganan ICONNET PT. Icon Plus dalam jangka waktu >6 – 12 bulan, yaitu sebanyak 54%. Kemudian diikuti responden yang berlangganan >12 bulan sebanyak 29%. Responden yang berlangganan 2 – 6 bulan sebanyak 17%.