

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Sinotif Indonesia merupakan bimbingan belajar spesialis eksakta, yang fokus memberikan pembelajaran di bidang Fisika, Matematika, dan Kimia tingkat SD sampai SMA. PT Sinotif Indonesia resmi berdiri pada tanggal 25 Maret 2000 oleh Bapak Hindra Gunawan dan Bapak Anthonyus Kuswanto sebagai pendirinya. Pasca terjadinya pandemi Covid-19, Sinotif beralih menjadi bimbingan belajar daring dengan konsep "*live* dan interaktif". Dengan melihat perkembangan teknologi yang terus melesat maka Sinotif mempertahankan konsep belajar *online live* interaktif. Sinotif menawarkan pengalaman belajar "*Online Rasa tatap Muka*" kepada siswanya untuk mendapatkan pembelajaran yang terbaik. Walaupun merupakan bimbingan belajar *online*, Sinotif selalu berupaya untuk memberikan bimbingan belajar terbaik melalui *live* interaktif senyata mungkin dengan guru-guru yang mampu merangkul siswanya untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh mereka. Dengan konsep tersebut, Sinotif dapat menjangkau siswa di seluruh Indonesia dengan memanfaatkan teknologi dengan jaringan internet. Sinotif juga memiliki prinsip "*what you need is what you get*" yang berarti Sinotif memberikan jawaban dari apa yang dibutuhkan, ditargetkan, dan apa yang menjadi kesulitan dari siswanya.

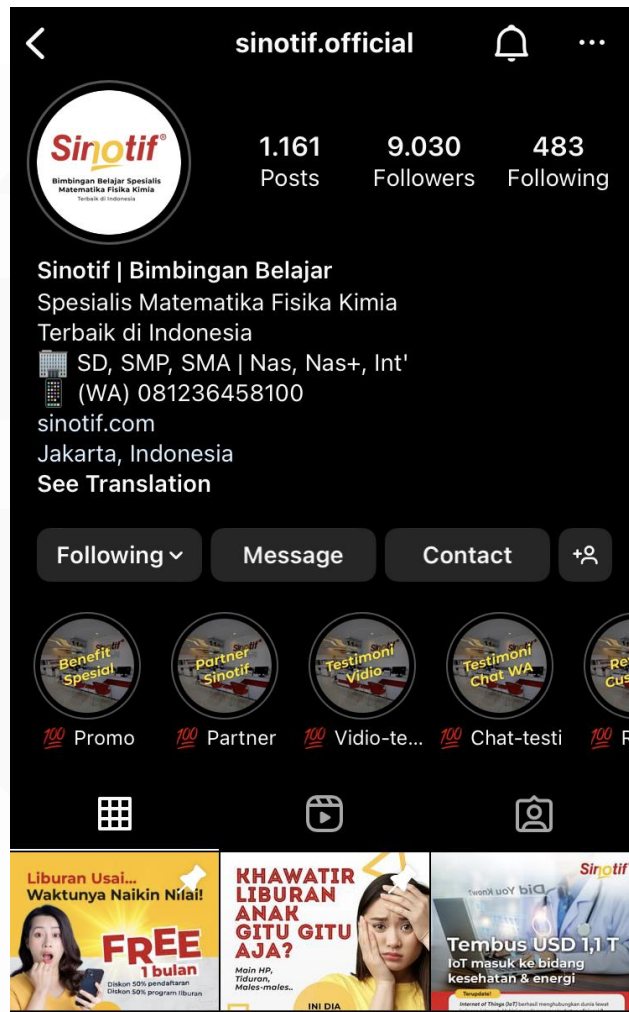
Sinotif memahami setiap anak tumbuh dan berkembang dengan keunikan masing-masing. Keunikan tersebut menjadikan setiap anak memiliki kebutuhan yang berbeda dan Sinotif memahami hal tersebut. Sebab itu, Sinotif hadir untuk memberikan layanan belajar yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing anak. Sinotif terus berupaya kepada setiap anak untuk bisa mendapatkan layanan belajar yang tepat sehingga apa yang mereka butuhkan di sekolah dapat terpenuhi. Sampai sekarang, Sinotif terbukti berhasil membimbing lebih dari tiga puluh ribu murid dari seluruh Indonesia.

Sinotif memiliki berbagai media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube. Instagram dan Tiktok Sinotif berguna untuk melakukan strategi

pemasaran melalui konten yang menarik berupa edukasi dan hiburan, melakukan promosi potongan harga, dan komunikasi lainnya kepada konsumen. Sedangkan Sinotif memiliki dua Youtube *channel* yang bernama “sinotifofficial” dan “100 *institute*”. Youtube sinotifofficial berguna untuk memberikan video-video mengenai informasi sinotif dan juga *podcast* pendidikan, sedangkan Youtube 100 institute berguna untuk memberikan materi pembelajaran matematika, fisika, dan kimia dari tingkat SD sampai SMA.

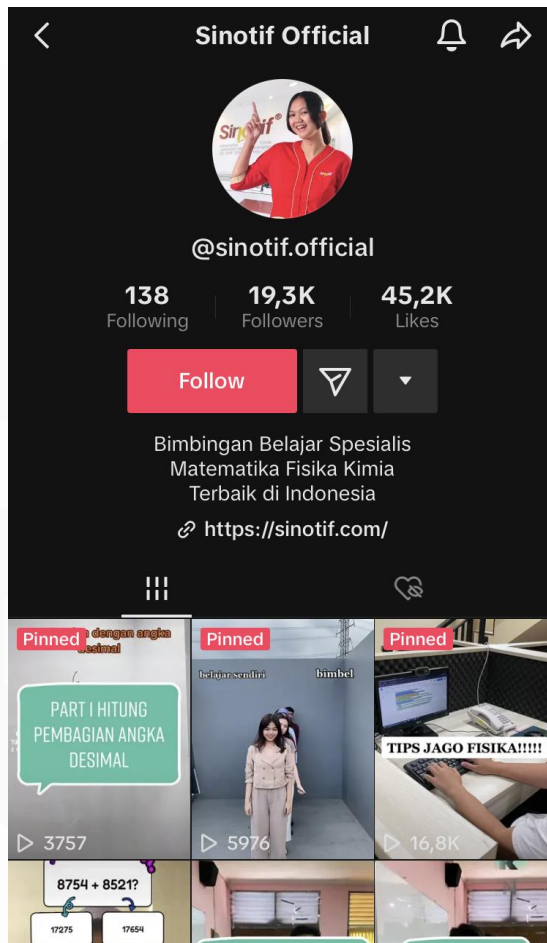
2.1.1 Data Umum Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT Sinotif Indonesia
Alamat	: Jalan Danau Sunter Utara, Blok B1B, No. 34, Sunter Agung, Jakarta Utara
Nomor Telepon	: 081236458100
Tagline	: “Bimbel Online Rasa tatap Muka”
Situs Web	: sinotif.com
Media Sosial	:
1. Youtube	: sinotifofficial (13.000+ <i>subscirbers</i>) : 100 <i>institute</i> (85.000+ <i>subscirbers</i>)
2. Instagram	: sinotif.official (9.000+ <i>followers</i>)
3. Tiktok	: sinotif.official (19.000+ <i>followers</i>)



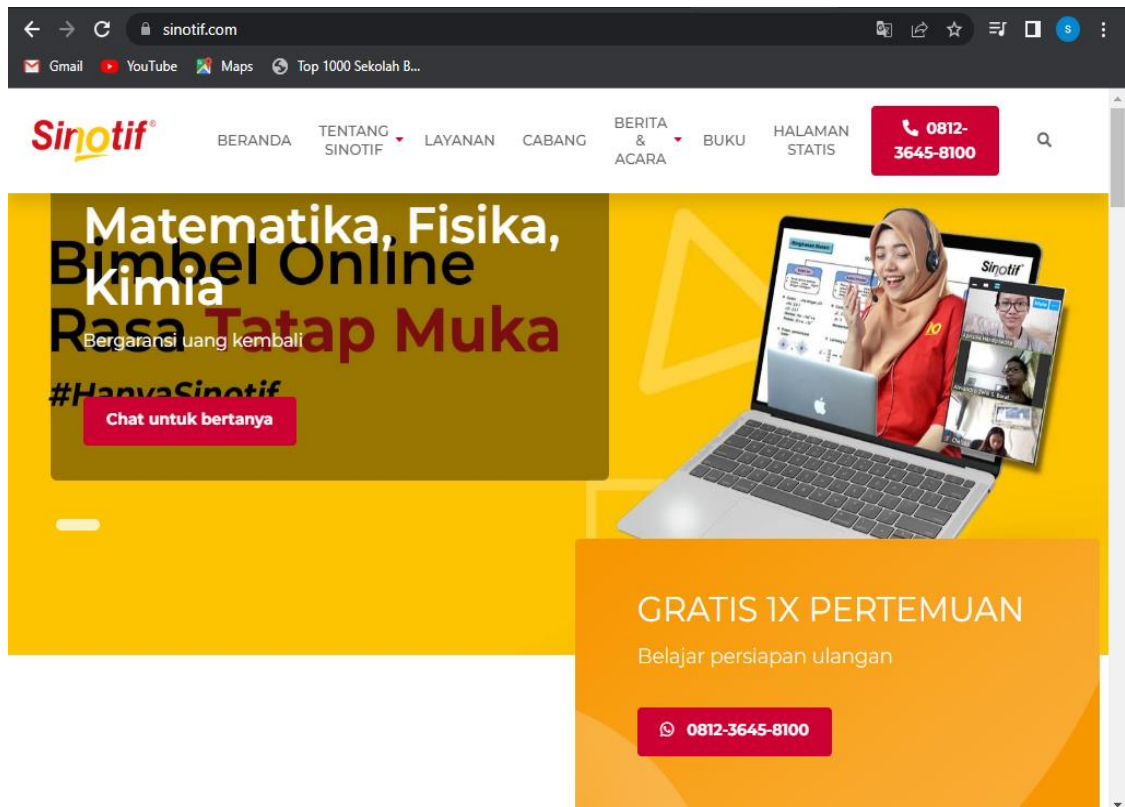
Gambar 2. 1 Akun Instagram Sinotif

Sumber: Instagram Sinotif



Gambar 2. 2 Akun Tiktok Sinotif

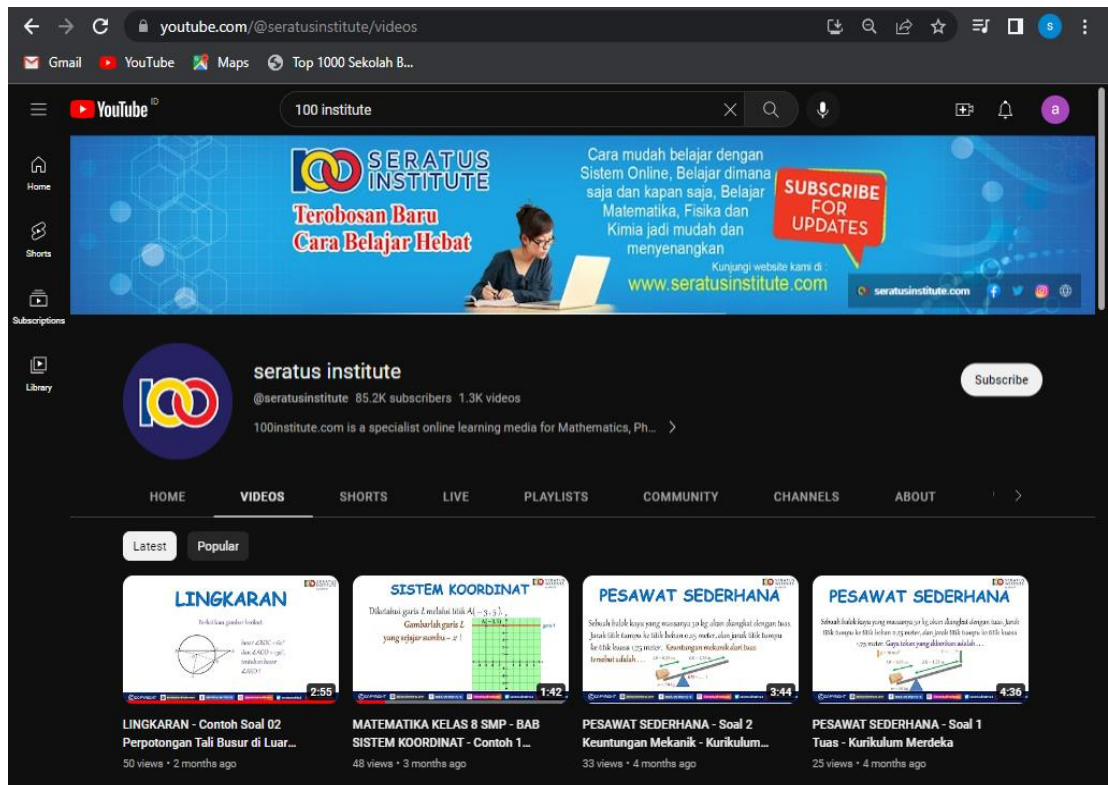
Sumber: Tiktok Sinotif



Gambar 2. 3 Situs Web Sinotif

Sumber: Sinotif.com, 2023

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2. 4 Youtube Sinotif

Sumber: 100 institute, 2023

2.1.2 Logo PT Sinotif



Gambar 2. 5 Logo Perusahaan PT Sinotif Indonesia

Sumber: Data perusahaan, 2023

Logo Sinotif terdiri dari dua warna yaitu warna kuning dan merah. Warna merah melambangkan sebagai api yang berarti Sinotif memberikan semangat dan keberanian yang yang berapi-api. Sedangkan warna kuning melambangkan emas yang berarti kemurnian. Arti dari kemurnian tersebut mengindikasikan bahwa Sinotif selalu berupaya untuk memberikan ilmu yang murni kepada siswa didiknya. Jika diperhatikan lebih jelas, warna kuning tersebut membentuk huruf 10. Huruf 10 ini mengartikan nilai 10 atau sempurna.

2.2 Visi Misi Perusahaan

2.2.1 Visi PT Sinotif Indonesia

PT Sinotif Indonesia memiliki visi yaitu “Menjadi perusahaan pendidikan terbaik di dunia yang terus berinovasi serta mengikuti perkembangan teknologi di bidang pendidikan”.

2.2.2 Misi PT Sinotif Indonesia

Adapun misi yang dimiliki oleh PT Sinotif Indonesia yaitu “Sinotif berkomitmen untuk membangun, mengembangkan, serta mendorong generasi muda yang mandiri, berkualitas, dan dapat bersaing dalam dunia yang semakin kompetitif melalui inovasi di bidang pendidikan yang terus berkelanjutan.”

2.3 Produk PT Sinotif Indonesia

PT Sinotif Indonesia menawarkan layanan belajar yang terbagi menjadi empat jenis Layanan belajar tersebut dibagi menjadi beberapa jenis agar siswa dapat memilih layanan belajar mana yang paling sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu, Sinotif memberikan materi pembelajaran dengan menyesuaikan kurikulum para siswanya. Sinotif mampu memberikan materi pembelajaran dengan kurikulum nasional, nasional+, sampai kurikulum internasional. Keempat jenis layanan belajar Sinotif dapat dibedakan menjadi berikut:

1. Premiere Diamond

Memberikan konsep belajar privat yaitu satu guru untuk satu siswa.

2. Premiere Platinum

Memberikan konsep belajar semi privat yaitu satu guru untuk tiga sampai lima siswa.

3. Premiere Gold

Layanan belajar yang berisi enam sampai lima belas siswa di satu kelas dengan tingkatan yang sama.

4. Premiere Silver

Memberikan konsep belajar mandiri dengan bimbingan dan pemantauan guru.



Gambar 2. 6 Perbandingan Produk Sinotif Premiere

Sumber: Data Perusahaan, 2023

2.4 Kualifikasi Sinotif

1. Sinotif telah membantu 35.629 siswa
2. Spesialis Eksakta, matematika, fisika, kimia
3. Berpengalaman lebih dari 20 tahun
4. Kurikulum Nasional, Nasional+, dan Internasional (Cambridge, IB, HSC)

2.5 Cabang Sinotif

PT Sinotif Indonesia memiliki beberapa cabang di beberapa daerah untuk melakukan ekspansi bisnis. Berikut adalah cabang-cabang Sinotif:

1. Sinotif Sunter Raya 1

Jalan Danau Sunter Utara, Blok B1B, No. 2-3, Sunter Agung, Jakarta Utara

2. Sinotif Gading Serpong

Ruko Glaze 1, Jalan Boulevard Raya Gading Serpong, Blok A No. 5, Paramount Gading Serpong, Tangerang.

3. Sinotif BSD TOL Boulevard

Jalan Pahlawan Seribu, Tangerang Ruko Tol Boulevard Blok D No. 17, BSD

4. Sinotif Rawamangun

Jalan Balai Pustaka Timur, No. 39, Blok B12, Rawamangun, Jakarta Timur

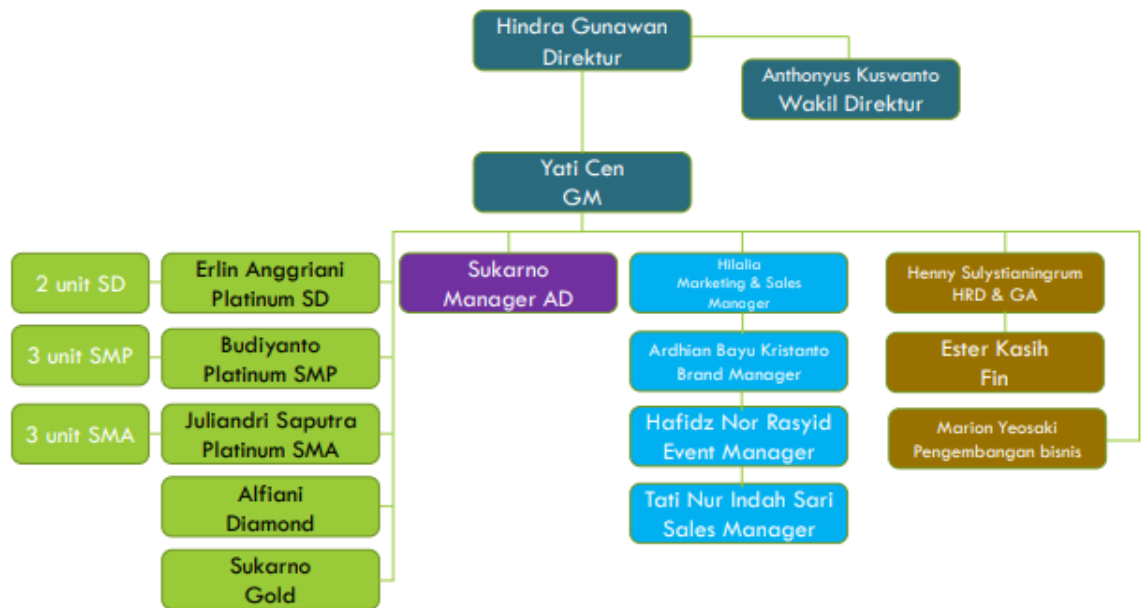
5. Sinotif Kemang Pratama

Jalan Kemang Pratama Raya, Blok A, No. 9, Kel. Sepanjang Jaya, Rawalumbu, Bekasi

2.6 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut ini merupakan sebuah struktur organisasi yang terdapat pada PT Sinotif Indonesia, yang mana pembagian kerja dalam perusahaan tersebut dapat ditunjukkan melalui gambar berikut:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Tabel 2.1 Struktur Organisasi PT Sinotif Indonesia

Sumber: Data Perusahaan, 2023

PT Sinotif Indonesia dipimpin oleh Hindra Gunawan sebagai Direktur dan Anthonyus Kuswanto sebagai Wakil Direktur. Dibawah kepemimpinan tersebut terdapat *General Manager* yang ditempati oleh Yati Cen. Lalu dibawahnya terdapat departemen unit sekolah (SD, SMP, dan SMA), *Manager AD (Academic Development)*, *Marketing*, *HRD*, dan *Finance*. Departemen-departemen tersebut akan bertanggungjawab kepada Yati Cen selaku *General Manager*, sedangkan Yati Cen akan bertanggungjawab kepada Anthonyus Kuswanto dan Hindra Gunawan. Berikut penjelasan detail terkait struktur organisasi PT Sinotif Indonesia beserta tugasnya:

1. Direktur dan Wakil Direktur

Posisi Direktur diisi oleh Bapak Hindra Gunawan, sedangkan posisi Wakil Direktur diisi oleh Bapak Anthonyus Kuswanto. Kedua posisi ini berperan langsung untuk mengawasi tiap-tiap departemen. Selain itu, Direktur dan Wakil Direktur juga bertugas untuk mengawasi pertumbuhan perusahaan

agar tetap berjalan lancar dan sesuai dengan visi misi perusahaan yang telah ditetapkan.

2. *General Manager*

Posisi ini diisi oleh Ibu Yati Cen, bertugas untuk membawahi tiap-tiap *manager* dan menerima laporan dari tiap *manager*. Laporan-laporan tersebut akan dipertanggungjawabkan kepada direktur dan wakil direktur.

3. *Manager Academic Development*

Academic Development dipimpin oleh Bapak Sukarno yang membawahi tiap pimpinan unit sekolah tingkat SD, SMP, dan SMA. Tentunya dari tiap tingkat sekolah yaitu SD, SMP, dan SMA memiliki materi dan prosedur yang berbeda-beda. Maka dari itu, terdapat unit dari tingkat sekolah.

4. *Marketing & Sales Manager*

Posisi ini diisi oleh Ibu Hilalia, bertanggungjawab pada aktivitas penjualan dan pemasaran yang dilakukan oleh Sinotif. *Marketing & Sales Manager* membawahi posisi *Brand Manager*, *Event Manager*, dan *Sales Manager*.

5. *Brand Manager*

Posisi ini diisi oleh Bapak Ardhian Bayu, bertugas dalam membuat *branding* untuk menciptakan *brand image* yang baik bagi Sinotif. Contoh dari beberapa *branding* tersebut adalah membuat konten di media sosial, menjadi pembicara dalam *podcast*, *IG live*, dan lain-lain.

6. *Event Manager*

Posisi ini diisi oleh Bapak Hafidz Noor, bertugas untuk membuat event seperti pengadaan olimpiade eksakta atau *Try Out*. Selain itu juga *Event Manager* bertugas untuk melakukan *partnership*, atau kolaborasi lainnya untuk memperluas nama perusahaan.

7. *Sales Manager*

Posisi ini diisi oleh Ibu Tati, bertugas untuk bertanggungjawabkan pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan oleh Perusahaan.

8. *Human Resource Development*

Posisi ini diisi oleh Ibu Henny, bertanggungjawab dalam proses perekrutan karyawan, guru, serta peserta magang. Ibu Henny yang akan melakukan wawancara langsung dalam proses perekrutan. Selain itu, Ibu Henny juga membawahi posisi keuangan dan pengembangan bisnis.

9. *Finance*

Posisi ini diisi oleh Ibu Ester Kasih, bertugas untuk mengatur seluruh arus kas keuangan perusahaan Sinotif seperti dengan melakukan pembayaran tagihan perusahaan, menyusun dan melakukan pemeriksaan laporan keuangan, membuat analisis keuangan, dan sebagainya.

10. *Business Development*

Posisi ini diisi oleh Ibu Marion Yeosaki, bertugas untuk mengembangkan pertumbuhan bisnis dengan menganalisis peluang pasar dan membuat proyeksi target penjualan dan perkiraan pendapatan.

2.7 Landasan Teori

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan bagi sebuah merek. Pemasaran berguna untuk memberikan informasi mengenai merek maupun produk yang mereka tawarkan kepada pelanggannya. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan keuntuntungan. Berikut adalah teori-teori yang relevan dalam melakukan pemasaran selama penulis menjalankan aktivitas magang di PT Sinotif Indonesia sebagai *Marketing Research & Development*.

1. *Digital Marketing*

Digitalisasi memungkinkan untuk menyebarkan informasi dalam jumlah yang besar dan juga mempercepat penyebaran informasi tersebut.

Pemasaran yang dilakukan melalui digital dapat menggunakan media digital apa pun seperti internet, *email*, *smartphone*, aplikasi, dan sebagainya. Menurut Kotler dan Keller (2016), *digital marketing* yaitu kegiatan promosi yang dilakukan oleh sebuah merek ataupun produk dengan memanfaatkan media elektronik. Sinotif melakukan berbagai pemasaran melalui digital seperti membuat konten edukasi dan hiburan melalui sosial media. Selain itu, Sinotif juga melakukan kerjasama dengan pihak sekolah dan instansi melalui digital seperti siaran langsung di Instagram, webinar pendidikan di Zoom, dan sebagainya.

2. *Collaborative Marketing*

Kolaborasi adalah proses dimana dua atau lebih perusahaan yang bersatu untuk melakukan promosi. Kerjasama ini dapat menghasilkan konten ataupun produk dengan kualitas yang tinggi. Mengutip dari Levinger (2004), menjelaskan bahwa kolaborasi didasari dengan prinsip saling menguntungkan bagi para pihak, yang bertujuan untuk memperkuat posisi para pihak. Dengan menyatukan sumber daya dari masing-masing pihak perusahaan yang melakukan *collaborative marketing*, perusahaan dapat mencapai sesuatu lebih banyak dari yang hanya mereka dapatkan jika mereka melakukan marketing dengan sendiri. Sinotif melakukan *collaborative marketing* dengan berbagai sekolah dan instansi lainnya yang menghasilkan konten-konten menarik di media sosial untuk menarik perhatian calon konsumen. Sinotif dapat membuat berbagai *event* Kerjasama seperti lomba eksakta, pengadaan *try out*, webinar pendidikan, menjadi sponsor dari suatu acara, menjadi *speaker* dari suatu podcast, dan sebagainya.

3. *Brand Awareness*

Brand awareness menggambarkan tingkat kesadaran pelanggan atau konsumen atas sebuah merek atau produk. Menurut Yudhiartika & Haryanto (2012), *Brand awareness* (kesadaran merek) berarti kemampuan

mengukur pengetahuan tentang keberadaan merek. Suatu merek bisa dikatakan memiliki brand awareness yang baik jika banyak orang yang mengenal, mengingat, dan terhubung emosional dengan merek tersebut. *Brand awareness* berfungsi untuk membangun kepercayaan dalam diri konsumen sehingga mereka dapat menjadikan sebuah merek menjadi pilihan utama. Selain itu, dengan *brand awareness* yang baik, sebuah merek dapat meningkatkan ketenaran sehingga citra merek dapat menjadi lebih kuat dan membantu meraih keberhasilan sebuah merek dalam jangka panjang. *Brand awareness* menjadi elemen yang penting untuk diperhatikan oleh sebuah merek dalam strategi pemasarannya. Untuk membangun *brand awareness* yang baik, Sinotif terus berupaya untuk melakukan strategi pemasaran yang konsisten. Semakin kuat Sinotif meningkatkan *brand awareness*, maka semakin memungkinkan juga bagi konsumen untuk menjadikan Sinotif sebagai pilihan utamanya.