

BAB II

COMPANY PROFILE

2.1 Perusahaan PT Sinotif Indonesia

2.1.1 Sejarah Perusahaan

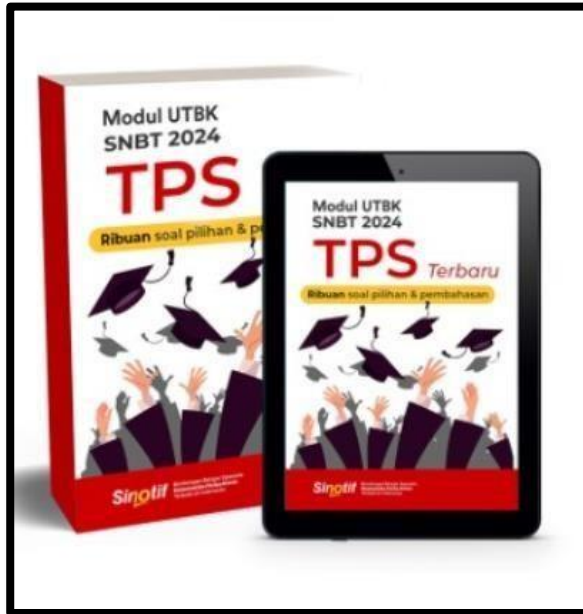
PT Sinotif Indonesia merupakan perusahaan yang didirikan oleh Hindra Gunawan dan Anthonyus Kuswanto pada 25 Maret 2000 yang bergerak dibidang Pendidikan. PT Sinotif Indonesia membuka bimbel yang memiliki fokus dalam mata pelajaran Matematika, Fisika dan Kimia dari tingkat Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), dan Sekolah Menengah Atas (SMA) dari berbagai kurikulum, mulai dari nasional hingga internasional (*Cambridge, IB, HSC, Singapore*). Pada tahun 2000 hingga 2020, PT Sinotif Indonesia melakukan bimbingan belajar secara tatap muka atau *offline*, namun PT Sinotif Indonesia melakukan perubahan pada tahun 2020 menjadi bimbingan belajar secara *online* yang memiliki konsep secara interaktif dan *live* melalui aplikasi Zoom. PT Sinotif Indonesia memberikan pengalaman yang menarik untuk para siswa dengan membuktikan bahwa pembelajaran secara *online* tetap dapat merasakan pembelajaran secara tatap muka. Langkah ini menjadi bukti nyata dari upaya PT Sinotif Indonesia untuk terus berinovasi sesuai dengan kemajuan teknologi masa kini, namun tetap memperhatikan kebutuhan siswa di lingkungan sekolah.

PT Sinotif Indonesia memiliki keunggulan dalam berbagai aspek sebagai pusat bimbingan belajar. Pertama, keahlian yang spesifik dalam matematika, fisika, dan kimia yang dapat menjamin standar pembelajaran yang tinggi. Kedua, program pembelajaran disesuaikan dengan kebutuhan individu dengan menggunakan metode belajar khusus, yaitu *Specialized, Personalized, Systemized*,

dan *Limitless* untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Ketiga, memiliki modul belajar yang lengkap dengan "Paket 7 Lapis" yang menyajikan rangkuman dan latihan secara sistematis. Keempat, pendekatan *personal* dengan memperhatikan karakter dan gaya belajar masing-masing siswa, menciptakan lingkungan yang nyaman dan mendukung. Kelima, laporan berkala dengan melibatkan orangtua dalam evaluasi dan *progress* belajar siswa secara rutin. Keenam, layanan tanya jawab PR 24 jam *nonstop* melalui *website e-learning* dan aplikasi yang akan dijawab oleh lebih dari 130 guru di Indonesia. Ketujuh, garansi uang kembali untuk *Program Diamond* dengan menunjukkan komitmen PT Sinotif Indonesia terhadap kepuasan dan kenyamanan siswa.

PT Sinotif Indonesia menawarkan program yang terdiri dari dua pilihan utama, yaitu *Sinotif Premier* dan *Sinotif Mobile*. Dalam rangkaian program *Sinotif Premier* tersedia empat paket, yaitu *Premier Diamond*, *Premier Platinum*, *Premier Gold*, dan *Premier Silver*. *Premier Diamond* menawarkan paket pembelajaran eksklusif dengan satu siswa dan satu guru dalam sesi 90 menit. Sementara itu, *Premier Platinum* menawarkan paket dengan tiga hingga lima siswa dan satu guru dalam sesi 90 menit. *Premier Gold* menawarkan paket dengan enam hingga lima belas siswa dalam sesi 90 menit. Bagi yang lebih memilih fleksibilitas, *Premier Silver* memberikan kesempatan untuk belajar secara mandiri dengan bimbingan guru dalam sesi 90 menit. Di sisi lain, *Sinotif Mobile* memberikan kebebasan kepada siswa untuk belajar kapan pun dan di mana pun mereka berada dengan waktu 24/7, mereka mendapatkan akses melalui *platform* "SeratusInstitute by Sinotif" dan "Tanya Jawab Soal by Sinotif" yang memberikan pengalaman belajar yang sangat fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan individu.

PT Sinotif Indonesia menghadapi persaingan yang ketat dari berbagai kompetitor yang juga beroperasi di Indonesia, seperti Ruang Guru, Primagama, Ganesha Operation (GO), Pahamify, Quiper, dan Eduprime. Meskipun begitu, Sinotif memiliki sebuah *Unique Selling Point* (USP) yang membedakannya dari para kompetitor. *Unique Selling Point* adalah konsep yang menonjolkan keunggulan khusus dari suatu produk atau jasa kepada *target audience* dibandingkan dengan kompetitor di bidang yang sama. *Unique Selling Point* (USP) dari Sinotif Indonesia terletak pada metode pembelajaran *online* yang mereka tawarkan untuk pelajaran Matematika, Fisika dan Kimia yang memungkinkan pengaturan waktu yang fleksibel, namun tetap interaktif sehingga siswa tidak merasa bosan. Selain itu, Sinotif Indonesia juga sangat memperhatikan kebutuhan siswa yang ingin masuk ke Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Dalam mendukung tujuan tersebut, Sinotif Indonesia menyediakan modul-modul pembelajaran yang dirancang khusus untuk membantu para siswa dalam mempersiapkan diri menghadapi ujian masuk PTN. Modul-modul yang diberikan terdapat Tes Potensi Skolastik (TPS) dan Tes Literasi. Tes Potensi Skolastik (TPS) yang berisi mengenai kemampuan penalaran umum, pengetahuan dan pemahaman umum, kemampuan memahami bacaan dan menulis dan pengetahuan kuantitatif, sedangkan Tes Literasi berisi literasi dalam bahasa Indonesia, literasi dalam bahasa Inggris dan penalaran matematika. Berikut ini modul-modul persiapan PTN yang dibuat oleh Sinotif Indonesia.



Gambar 2.1 Modul Persiapan PTN

Sumber: Perusahaan (2024)

Seiring dengan perhatian dan dukungan yang diberikan oleh PT Sinotif Indonesia, terdapat sejumlah siswa-siswa yang mengikuti bimbingan di Sinotif Indonesia telah berhasil diterima di berbagai Perguruan Tinggi Negeri (PTN) ternama di Indonesia sebanyak 88,24 % yang lulus melalui jalur UTBK dan SNBT. Oleh karena itu, Sinotif Indonesia dapat membuktikan bahwa Sinotif Indonesia dapat membantu para siswa-siswa yang ingin masuk ke Perguruan Tinggi Negeri (PTN) melalui modul-modul persiapan PTN yang dibuat oleh Sinotif Indonesia.

PT Sinotif Indonesia memiliki identitas yang menjadi simbol visual untuk melakukan promosi dan menjadi sebuah citra kepada orang-orang terhadap PT Sinotif Indonesia. Berikut ini merupakan Logo dari PT Sinotif Indonesia.



Gambar 2.2 Logo PT Sinotif Indonesia

Sumber: Data Perusahaan (2024)

Logo PT Sinotif Indonesia memiliki sebuah makna simbolis melalui dua warna, yaitu merah dan kuning. Warna merah yang melambangkan keberanian, sedangkan warna kuning yang melambangkan semangat yang murni yang terdapat dalam huruf "n" dan "o". Gabungan ini menciptakan makna semangat secara murni yang membara yang tidak terpadamkan untuk mencapai keunggulan. Selain itu, PT Sinotif Indonesia bukan hanya sekadar tempat bimbingan belajar, namun menjadi tempat siswa untuk terus bersemangat yang membara untuk meraih kesuksesan di akademik.

2.1.2 Visi dan Misi

Dalam setiap langkah mengelola sebuah perusahaan, menegakkan visi dan misi menjadi landasan utama. Oleh karena itu, PT Sinotif Indonesia merumuskan visi dan misi untuk meraih kesuksesan sebagai berikut.

- **Visi:**

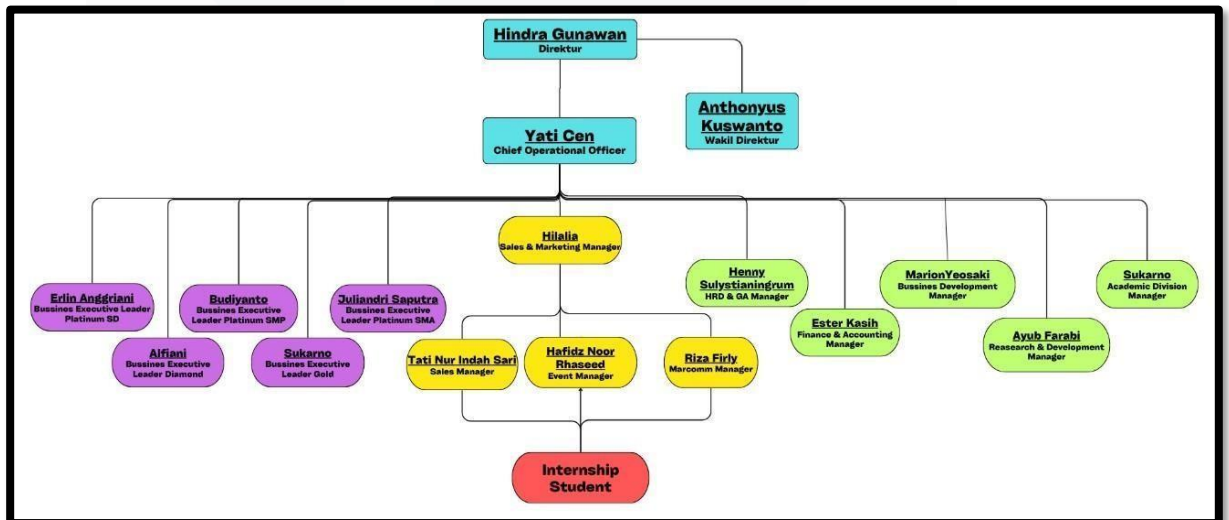
Menjadi perusahaan pendidikan terbaik di dunia yang terus berinovasi dan mengikuti perkembangan teknologi di bidang pendidikan.

- **Misi:**

Sinotif berkomitmen untuk membangun, mengembangkan, serta mendorong generasi muda yang berkualitas, mandiri, dan mampu bersaing dalam dunia yang semakin kompetitif lewat inovasi di bidang pendidikan yang terus berkelanjutan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Di bawah ini terdapat bagan struktur perusahaan dari PT Sinotif Indonesia dalam bentuk gambar untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antar bagian dalam perusahaan PT Sinotif Indonesia.



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan

Sumber: Data Perusahaan (2024)

Struktur perusahaan PT Sinotif Indonesia terdiri dari beberapa tokoh yang bertanggung jawab untuk memastikan kelancaran operasional perusahaan sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. Hendra Gunawan sebagai *founder* dan Anthonyus Kuswanto sebagai *co-founder* yang memiliki tugas

untuk memimpin perusahaan dengan memberikan arahan dan membagi tugas secara efektif kepada seluruh tim. Selain itu, mereka bertanggung jawab untuk memastikan keselarasan antara tujuan perusahaan dan aktivitas sehari-hari.

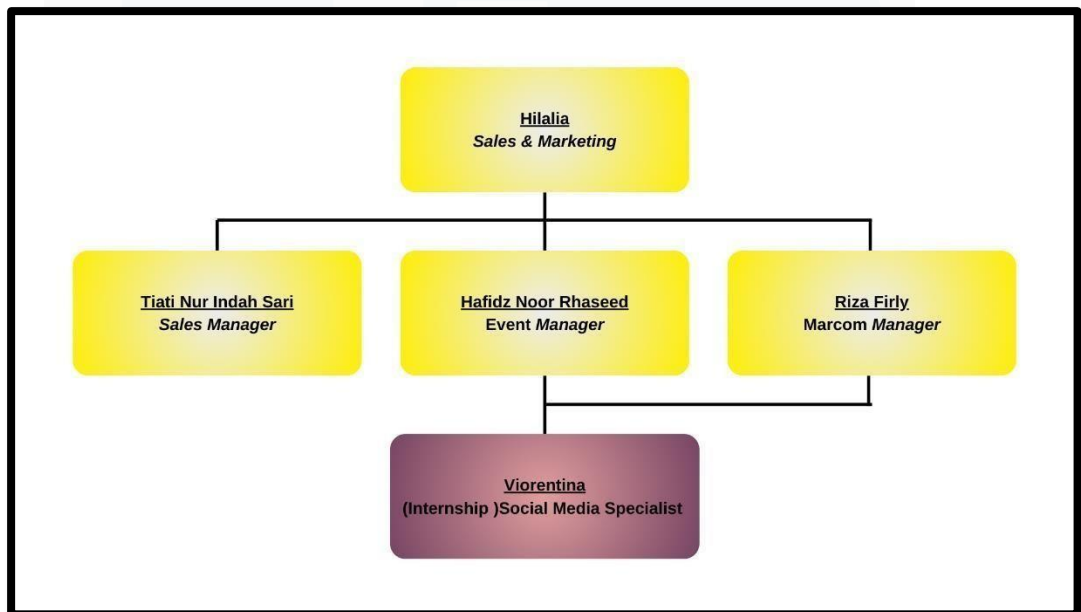
Di bawah kepemimpinan mereka, terdapat Yati Cen sebagai *chief operational officer* yang memiliki tugas untuk mengelola laporan-laporan dan mengambil keputusan penting. Erlin Anggriani, Alfiani, Budiyanto, Juliandri Saputra, dan Sukarno sebagai *Business Executive Leaders* untuk masing-masing tingkat pendidikan yang dimana Erlin Anggriani dalam tingkat *Platinum* Sekolah Dasar (SD), Budiyanto dalam tingkat *Platinum* Sekolah Menengah Pertama (SMP), Juliandri Saputra dalam tingkat *Platinum* Sekolah Menengah Atas (SMA), Alfiani dalam tingkat *Diamond* dan Sukarno dalam tingkat *Gold* yang memiliki tugas untuk mengurus administrasi, laporan, dan koordinasi guru-guru.

Heny Sulystianingrum sebagai *Head of Resource Development & General Affairs* memiliki tugas untuk mengurus perekrutan dan manajemen SDM. Ester Kasih sebagai *Finance and Accounting Manager* memiliki tugas untuk mengelola kondisi keuangan perusahaan. Marion Yeosaki sebagai *Business Development Manager* memiliki tugas untuk mencari investor dan mitra bisnis. Ayub Farabi sebagai *Research and Development Manager* memiliki tugas untuk mencari inovasi untuk meningkatkan layanan perusahaan, termasuk pengembangan aplikasi dan situs *web* dari “SeratusInstitute by Sinotif” dan “Tanya Jawab Soal by Sinotif”.

Sukarno tidak hanya menjabat sebagai *Business Executive Leaders*, namun ia juga menjabat sebagai *Academic Division Manager* yang memiliki tugas untuk melatih guru-guru Sinotif Indonesia dan mengembangkan SOP Guru untuk memastikan kualitas pengajaran yang optimal.

Hilalia sebagai *Marketing & Sales manager* memiliki tugas untuk mengarahkan proyek-proyek yang dapat membangun citra perusahaan. Riza Firly sebagai

Marcom Manager memiliki tugas untuk mengembangkan ide hingga promosi yang menampilkan nilai-nilai perusahaan secara optimal. Hafidz Noor Rhaseed sebagai *Event Manager* memiliki tugas untuk mengatur kebutuhan acara-acara, baik secara internal maupun eksternal dan melakukan kerjasama dengan sekolah-sekolah. Tati Nur Indah Sari sebagai *Sales Manager* memiliki tugas untuk menawarkan layanan perusahaan dan mencapai target penjualan. Berikut ini struktur divisi dari *sales and marketing*.



Gambar 2.4 Struktur Perusahaan divisi sales and marketing

Sumber: Olahan Penulis (2024)

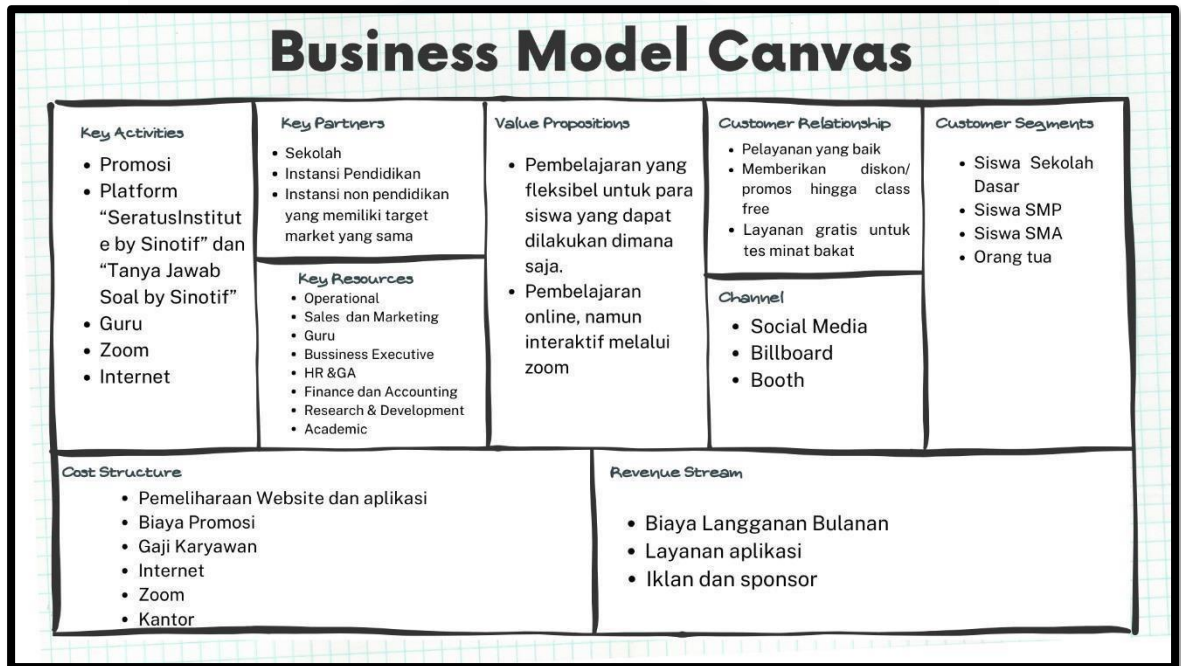
Dengan struktur yang telah dibuat, PT Sinotif Indonesia terus bergerak maju dalam memenuhi komitmen kepada siswa dan mitra bisnisnya.

2.3 Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) merupakan suatu model yang dapat menggambarkan sebuah dasar dari pemikiran perusahaan untuk menciptakan, menyerahkan dan menagkap suatu nilai (Osterwalder et al, 2020). *Business Model Canva* terdiri dari 9 elemen, yaitu *Key Partnerships*, *Key Activities*, *value Propositions*, *Customer Relationship*, *Customer Segments*, *Key Resouces*, *channels*, *Cost Structure* dan *Revenue Streams*.

- *Key Partnerships*: Melakukan indentifikasi pihak ketiga yang dapat bekerjasama sehingga dapat mencapai tujuan bersama dan memberikan nilai tambahan.
- *Key Activities*: Menggambarkan kegiatan utama yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan, menyampaikan hingga menghasilkan sebuah layanan kepada pelanggan,
- *Value Propositions*: Nilai unik yang ditawarkan untuk pelanggan. Dalam hal ini, perusahaan menjelaskan layanan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
- *Customer Relationship*: Menjelaskan hubungan yang dibangun perusahaan dengan pelanggan.
- *Customer Segments*: Perusahaan melakukan indentifikasi kelompok target pelanggan yang akan dilayani oleh perusahaan.
- *Key Resource*: Sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan untuk keberhasilan opsional perusahaan.
- *Channels*: Perusahaan menentukan saluran komunikasi atau distribusi yang akan digunakan sehingga pelanggan mengetahui mengenai perusahaan.
- *Cost Structure*: Menentukan struktur biaya yang terkait untuk menjalankan perusahaan tersebut.
- *Revenue Streams*: Melakukan indentifikasi untuk menghasilkan pendapatan dari perusahaan tersebut.

Berikut ini, *Business Model Canvas* dari PT Sinotif Indonesia.



Gambar 2.5 *Business Model Canvas* PT Sinotif Indonesia

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Dalam *Business Model Canvas* PT Sinotif Indonesia yang tercantum dalam Gambar 2.4, PT Sinotif Indonesia menjalin kemitraan strategis dengan berbagai pihak. *Key Partners* perusahaan meliputi sekolah, instansi pendidikan lainnya, dan instansi non-pendidikan yang memiliki *target market* yang sama. PT Sinotif Indonesia bekerja sama dengan sekolah dari tingkat SD hingga SMA, baik yang menggunakan kurikulum Nasional maupun Internasional. Selain itu, perusahaan juga menjalin kemitraan dengan lembaga pendidikan lain seperti les bahasa dan les seni. Di sisi non-pendidikan, kemitraan meliputi klinik kesehatan, optik, dan lain-lain. Dalam *Key Activities*, PT Sinotif Indonesia melakukan promosi, terdapatnya *platform* "SeratusInstitute by Sinotif" dan "Tanya Jawab Soal by Sinotif", terdapat guru, internet, dan aplikasi Zoom yang dapat disampaikan kepada pelanggan. Aktivitas ini memastikan layanan yang diberikan tetap berkualitas dan interaktif meskipun dilakukan secara *online*.

Dalam *Key Resources*, PT Sinotif Indonesia memiliki berbagai divisi yang mendukung keberhasilan perusahaan. Divisi-divisi tersebut meliputi *Operasional, Sales dan Marketing, Guru, Business Executive, HR & GA, Finance dan Accounting, Research & Development*, serta *Academic*. Sumber daya ini memastikan operasional perusahaan berjalan lancar dan efektif. Jika *Value Proposition*, PT Sinotif Indonesia menawarkan jam secara fleksibilitas dalam pembelajaran untuk para siswa sehingga dapat memungkinkan para siswa untuk belajar di mana saja secara *online*. Meskipun dilakukan secara *online*, pembelajaran tetap interaktif melalui Zoom, memberikan pengalaman belajar yang tetap efektif dan menarik. Dalam *Customer Relationships*, PT Sinotif Indonesia membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui layanan yang memuaskan, diskon/promo, dan kelas gratis. PT Sinotif Indonesia juga menyediakan layanan tes minat bakat gratis bagi pelanggan sehingga menjadi nilai lebih bagi layanan yang ditawarkan.

Dalam *Customer Segments*, PT Sinotif Indonesia terbagi menjadi dua kelompok utama, yaitu siswa dari tingkat SD hingga SMA dan orang tua. Melalui *Channel*, PT Sinotif Indonesia menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti *social media, billboard*, dan *booth* di sekolah-sekolah untuk menjangkau *target audience* Sinotif Indonesia. Dalam pengelolaan *Cost Structure*, PT Sinotif Indonesia memikirkan biaya-biaya seperti pemeliharaan *website* dan aplikasi, biaya promosi, gaji karyawan, internet, Zoom, dan biaya kantor. Struktur biaya yang terencana dapat memastikan perusahaan dapat beroperasi dengan lancar. Sedangkan, *Revenue Stream*, PT Sinotif Indonesia terdiri dari biaya langganan bulanan dari siswa yang belajar di PT Sinotif Indonesia, layanan aplikasi yang digunakan, serta pendapatan dari iklan dan sponsor sehingga pendapatan tersebut dapat mendukung operasional dan pengembangan layanan perusahaan secara berkelanjutan.