

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan**

*Service Quality Centre Pte Ltd* (SQC) merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang konsultasi dan pelatihan manajemen internasional, dengan kantor yang telah tersebar di beberapa negara di Asia, mulai dari kantor pusatnya yang berlokasi di Singapura, dengan kantor cabangnya yang berlokasi di Indonesia, Malaysia, dan Tiongkok. Berdasarkan informasi yang ditayangkan di Youtube SQC Indonesia, diketahui bahwa sejarah SQC (*Service Quality Centre*) dimulai di Singapura ketika negara tersebut ingin mengembangkan tumpuan keunggulan setelah milenium baru. Pemerintah Singapura pada waktu itu memberikan amanat kepada badan milik suatu pemerintah bernama *Productivity & Standards Board*, dimana sebelumnya lebih dikenal dengan istilah *National Productivity Boards* (NPB) untuk mengembangkan sebuah tumpuan keunggulan baru yang dapat diandalkan dan berguna bagi berbagai aspek kehidupan, yakni budaya layanan. (*signalhire.com*, 2025)

NPB (*National Productivity Board*) pada masa itu berkolaborasi dengan *Singapore Airlines* (SIA) sebagai sebuah maskapai penerbangan yang berhasil dinobatkan sebagai maskapai penerbangan terbaik kedua di dunia (*2025 World Airline Awards*), sehingga lahirlah SQC (*Service Quality Centre*) berkat adanya persamaan keinginan dari kedua belah pihak untuk merintis konsep pelatihan layanan *bootcamp* di Singapura. Pada saat itu, *Singapore Airlines* mendapat banyak sekali penobatan sebagai maskapai penerbangan dengan keunggulan layanan yang mumpuni. Di Indonesia pada saat itu juga, dimulailah upaya-upaya dari perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan mutu layanannya, berdasarkan informasi yang diedarkan melalui laman LinkedIn resmi SQC Indonesia.

### **2.1.1 Profil Perusahaan**

Dalam menjalankan kegiatan penyediaan jasa layanan, Service Quality Centre Indonesia memiliki visi dan misi yang menjadi pacuan akan tujuan berdirinya perusahaan ini, serta pendekatan yang diterapkan kepada kliennya.

a. Visi Service Quality Centre Indonesia

Service Quality Centre Indonesia memiliki visi, yakni akan menjadi organisasi terkemuka kelas dunia untuk pengembangan dan penerapan layanan, kualitas, dan inovasi.

b. Misi Service Quality Centre Indonesia

Service Quality Centre Indonesia memiliki misi, yakni bermitra dengan organisasi/klien dari berbagai sektor untuk mencapai keunggulan layanan dan inovasi layanan.

c. 3 pendekatan SQC Indonesia dalam pelatihan, dapat disingkat menjadi “FunTaStic”

(1) Service Quality Centre Indonesia merancang berbagai program, terutama pelatihan, dengan cara yang “*Fun*”. Artinya, pelatihan di SQC Indonesia akan melibatkan peserta melalui berbagai metode, dengan aktivitas berbasis pengalaman, video, diskusi, presentasi, dan simulasi. Pendekatan ini diharapkan dapat menciptakan keterlibatan yang lebih baik, pemahaman yang lebih baik, motivasi belajar yang lebih tinggi, dan pengalaman belajar yang berkesan.

(2) Program Service Quality Centre Indonesia dirancang secara khusus untuk klien agar sesuai dengan kebutuhan, tantangan, dan konteks mereka. Pendekatan “*Tailor-made*” ini diadopsi karena SQC Indonesia menyadari bahwa setiap organisasi yang menghadapi tantangan berbeda membutuhkan solusi yang berbeda pula untuk perbaikan.

(3) Performa dari sebuah organisasi harus dikembangkan dengan pendekatan holistik, yang berarti pengembangan harus mencakup

aspek-aspek yang menyeluruh di seluruh organisasi, termasuk kepemimpinan, sumber daya manusia, kerja sama tim, produk, proses, sistem, fasilitas, dan pengukuran kinerja. Pendekatan “*Holistic*” seperti ini dapat membantu meningkatkan kinerja organisasi secara optimal, lebih cepat, dan berdampak signifikan bagi para pemangku kepentingan. (Sumber: *Website SQC Indonesia*)



Gambar 2.1 Logo Perusahaan (Service Quality Centre Indonesia)  
Sumber: Official Website of Service Quality Centre (2025)

Seiring dengan berkembangnya zaman, maka semakin banyak pula kebutuhan manusia yang perlu dipenuhi, dan tentunya perusahaan sebagai bisnis akan melakukan penyesuaian dan inovasi. Hingga saat ini, bidang usaha atau produk perusahaan berkembang secara pesat, dengan mengedepankan efisiensi untuk tetap memberikan hasil yang maksimal. Berikut merupakan produk-produk yang disediakan oleh SQC Indonesia.

- a. Service Quality Centre Indonesia secara aktif mengadakan pelatihan secara berkala.

Hingga saat ini, terdapat 6 kategori pelatihan di SQC Indonesia, yang bertujuan untuk membantu lembaga, perusahaan maupun organisasi untuk mencapai transformasi, mulai dari lingkup kepemimpinan, Sumber Daya Manusia, produk, proses atau pemetaan pengalaman, serta tempat. Rangkaian program pelatihan SQC Indonesia

menawarkan mulai dari pengembangan organisasi holistik, serta pelatihan pola pikir dan keterampilan, dengan fokusnya yang dimulai dari meningkatkan dan menonjolkan keunggulan dari organisasi terkait. Dengan mendalami apa yang diperlukan untuk memaksimalkan potensi kepemimpinan, keunggulan SDM di sebuah perusahaan dapat ikut terdorong, yang pada akhirnya bertujuan untuk memenuhi apa yang menjadi janji layanan organisasi, tentunya yang diukur baik dengan tujuan jangka pendek maupun panjang.

Pengembangan keterampilan kerjasama tim juga menjadi rangkaian program pelatihan Service Quality Centre Indonesia, karena tentunya ini sama pentingnya dalam pemberian layanan. Untuk mendukung keseluruhan rangkaian, pembelajaran terkait inovasi layanan disediakan demi peningkatan yang berkelanjutan. Selain pelatihan yang bersifat dijadwalkan khusus untuk klien tertentu, terdapat kelas umum yang diadakan setiap bulan. Kelas umum ini tersedia baik untuk kelas secara luring maupun daring yang tetap mendorong keterlibatan peserta secara aktif dengan tersedianya aktivitas pembelajaran yang beragam.

Untuk mewujudkan efisiensi waktu, Service Quality Centre Indonesia menerapkan *Learning Management System* (LSM atau e-learning), baik yang bersifat *synchronous (real-time)* maupun *asynchronous* (waktu yang fleksibel). Agar peserta dapat tetap terlibat aktif dalam pembelajaran, maka terdapat beberapa aktivitas yang meliputi video menarik, penyampaian konten, kuis, tugas & latihan, laporan individu, diskusi (*QnA*), serta sertifikat digital. Program pelatihan yang telah tercangkup di dalam kurikulum LMS di SQC Indonesia terdiri atas:

- (1) Kualitas pemimpin yang efektif: mendemonstrasikan pada para peserta tentang wawasan atas kualitas yang dibutuhkan untuk menjadi pemimpin yang efektif, lengkap dengan pengingat dan panduannya.

- (2) Membuat dan mengelola pengalaman pelanggan (*Customer Experience*): mendemonstrasikan pada para peserta akan makna, esensi, serta prinsip akan bagaimana merancang dan mengelola CX dengan tepat dan positif.
- (3) Memberikan layanan unggul: mendemonstrasikan pada peserta tentang wawasan yang dibutuhkan untuk mendukung layanan yang konsisten dan prima kepada customer, yang diikuti dengan pembahasan peran dan tanggung jawab staf yang berhubungan dengan layanan prima dan pengembangan mindset.
- (4) Kualitas yang membuat anda menjadi karyawan yang luar biasa: mendemonstrasikan pada peserta akan 6 kualitas yang diperlukan untuk mendukung proses mencapai kesuksesan, baik kesuksesan karir maupun kehidupan pribadi.
- (5) Merangkul perubahan, mengelola stres & produktivitas: mendemonstrasikan pada para peserta mengenai langkah praktis dan aplikatif yang dapat diambil untuk mengelola stress dan meningkatkan produktivitas.
- (6) Berkomunikasi dan berasosiasi secara efektif di tempat kerja: mendemonstrasikan pada para peserta untuk mempelajari seputar tips dan trik dalam menjalin interaksi, berkomunikasi dengan baik, serta memperluas relasi di tempat kerja dengan seefektif mungkin.
- (7) Pemecahan masalah yang efektif untuk manajemen keluhan yang lebih baik: mendemonstrasikan pada para peserta untuk mengelola kompleks atau kritik dengan profesional, serta mengidentifikasi langkah-langkah pemecahan masalah yang dapat diambil.
- (8) Pelatihan praktis dan keterampilan pemberdayaan: mendemonstrasikan pada para peserta tentang 5 langkah praktis dalam melakukan coaching, serta menuntun mereka dalam melakukan identifikasi terhadap inti dan peran pemimpin

sebagai coach dalam mendukung peningkatan kinerja staf dari klien yang bersangkutan.

- (9) Penjualan berdampak tinggi melalui keterampilan layanan: mendemonstrasikan pada para peserta akan pengaruh layanan yang prima dan berkompetensi dalam meningkatkan sales atau target penjualan dari sebuah bisnis.

Di samping menjalankan pelatihan, Service Quality Centre Indonesia percaya bahwa klien juga membutuhkan persiapan ekosistem layanan jika hendak mencapai pengalaman pelanggan yang maksimal maupun meningkatkan kompetensi tim dalam pengelolaan dan pemberian pelayanan kepada pelanggan mereka. Secara garis besar, program non-training di SQC Indonesia membantu klien untuk belajar bagaimana bertindak di berbagai tingkat dalam perjalanan budaya layanan. Oleh karena itu, berikut merupakan program non-training yang tersedia.

*b. Competency Certification Services*

Service Quality Centre Indonesia sedang mengerjakan proyek kolaborasi dengan Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker) dan Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) agar para penyedia jasa dapat dilatih untuk berada dalam ranah standar profesional, bahkan melampaunya ([sqcentre.co.id](http://sqcentre.co.id), 2022). Lembaga Sertifikasi Kompetensi Kualitas Pelayanan (LSP) dikembangkan karena terdapat kesamaan dengan rencana pemerintah agar SDM di Indonesia bisa memperoleh kenaikan daya saing. Tujuan dari pengembangan lembaga sertifikasi LSP adalah untuk menjadi tolak ukur dan mensertifikasi pekerja maupun profesional yang nanti bertanggung jawab melayani pelanggan secara langsung. LSP ini juga berlaku untuk pihak yang mengawasi kinerja tim layanan, maupun mengelola layanan di organisasi dari pihak yang bersangkutan. Program penilaian ini diklasifikasikan menjadi 3 tingkat profesional layanan, yakni manager dan pemimpin, supervisor,

serta frontliner. Setelah lulus uji standar kompetensi minimum, peserta akan memperoleh Certificate of Service Quality Competency. (*sqcentre.co.id*, 2022)

c. Layanan Penilaian

Layanan penilaian yang disediakan oleh SQCI berbentuk laporan yang dirancang komprehensif dan memberikan rincian seputar potensi individu, serta sekmennya apa saja yang dapat ditingkatkan oleh karyawan.

(1) *STAR PRO*

Menjadi alat indentifikasi bagi potensi layanan, dengan 8 dimensi layanan STAR sebagai fondasinya, agar dapat diperoleh pemahaman atas hasil dan tindak lanjut yang diperlukan. STAR tersebut terdiri atas pandangan positif, pola pikir yang mengedepankan kepentingan pelanggan, orientasi terhadap orang, rasa hormat yang mendasar, daya tanggap yang dipersonalisasi, keandalan, kecerdasan profesional dan akal.

(2) *Service Motive Profiling*

Menjadi alat untuk memahami kompetensi karyawan serta mengenali motivasi di dalam diri mereka, dengan tujuan untuk memastikan peningkatan hasil layanan mereka. Alat inventaris atau tes dari *Service Motive Profiling* ini dikembangkan melalui Teori Kebutuhan McClelland yang menjadi referensi, dimana tes ini diharapkan berguna untuk memperoleh gambaran yang lebih baik terkait kecenderungan motivasi yang mendorong peserta untuk menunjukkan kinerja yang baik dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawabnya. Setelah tes ini selesai dikerjakan, laporan hasil tesnya akan diberikan kepada peserta agar bisa memperoleh pengenalan dan pemahaman yang lebih baik lagi tentang diri mereka, serta kepada pihak atasan dari peserta

sehingga bisa melakukan penyesuaian dengan alat maupun metode motivasi yang paling sesuai dengan diri peserta.

(3) *Personality Profiling* atau *DISC (Dominance, Influence, Steadiness and Conscientiousness)*

Program asesmen ini membantu menilai kompetensi karyawan dengan kacamata psikologi, dimana hasil akhir dari asesmen ini adalah laporan komprehensif seputar potensi peserta serta hal apa saja yang bisa ditingkatkan, sehingga kerap digunakan untuk proses rekrutmen karyawan, proses seleksi dari calon penerus (pemimpin), ataupun penghargaan karyawan.

(4) *Service Quality Management Assessment*

Untuk mengetahui area yang perlu ditingkatkan secara berkelanjutan dan berdampak dari karyawan atau peserta, terdapat 3 elemen yang dapat membantu mengetahuinya, yakni tingkat kepatuhan terhadap standar layanan, dampak layanan terhadap pelanggan, dan seberapa baik kualitas dikelola. Dengan misi yang sejalan dengan SQMF (*Service Quality Management Framework*) yang dimiliki dan dijalakan oleh SQC Indonesia, maka SQC Indonesia mengembangkan alat penilaian yang bertujuan untuk menilai bagaimana kualitas dikelola, dengan hasil dan dampak dari kepemimpinan layanan, rencana peningkatan layanan jangka panjang, kampanye kualitas layanan internal, program pengembangan kompetensi dan peningkatan proses layanan berkelanjutan, serta program pengukuran layanan sebagai kriteria penilaian. Dengan demikian, tujuan dari penilaian dengan SQMF adalah memberikan gambaran agar manajemen dapat melihat peluang dan area yang perlu dikembangkan dalam cara kualitas layanan dikelola di dalam perusahaan atau organisasi tempat peserta bekerja dan menjalankan tanggung jawabnya. (Sumber: [sqcentre.co.id](http://sqcentre.co.id))

#### d. Program Konsultasi

Program konsultasi Service Quality Centre Indonesia dirancang agar tim yang bertanggung jawab dalam manajemen organisasi bisa membawa perubahan dari organisasi yang baik menjadi hebat dalam aspek pelayanannya.

##### (1) Gambaran Besar Perkembangan Organisasi: Misi, Visi, dan Nilai Inti dari Perusahaan

Tujuan dari pembuatan program konsultasi yang satu ini adalah membantu perusahaan atau organisasi dalam mencetuskan, memperjelas, serta mengembangkan misi, visi serta nilai inti dari perusahaan atau organisasi tersebut. Hal ini didasari oleh pentingnya organisasi untuk mengetahui alasan dibalik eksistensinya, tugas dan tujuan utama yang hendak mereka capai di kemudian hari, serta nilai apa saja yang mereka yakini dan pegang menjadi pedoman bagi berjalannya organisasi tersebut, serta rasa kesatuan antar para anggotanya. Dengan memiliki deskripsi yang jelas terkait poin-poin yang telah dibahas diatas, maka pihak eksternal yang memiliki pandangan dan tujuan yang sama akan tertarik untuk terlibat atau menjadi bagian dari organisasi tersebut.

##### (2) *Strategic Service Intent (SSI)*

Setelah mengetahui keunggulan keunikan dari perusahaan dan organisasi, maka penting untuk dikembangkan agar pertumbuhan dan persaingan dapat terus terjadi. Mengembangkan keunggulan layanan menjadi pelengkap yang tidak kalah penting dengan keunggulan bisnis dan keunggulan operasional untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Segala usaha tentunya perlu didasari dengan fokus dan arah yang jelas,

agar kesatuan dari setiap anggota dalam organisasi atau perusahaan dapat tetap terjaga, begitu pun dengan semangatnya. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat membantu klien dalam menetapkan apa yang menjadi fokus strategi layanan maupun niat pelayanan strategis mereka.

### (3) Proses Layanan & Pengembangan Standar

Konsultasi ini menyediakan panduan *Customer Experience Journey*, yang dilengkapi dengan arahan untuk cara menganalisis, merancang, mengelola, meningkatkan, dan mengukur *Customer Experience*, dengan tujuan meningkatkan kompetitivitas dan diferensiasi dengan pesaing dari klien yang bergerak di bidang serupa. Dengan demikian, peningkatan *Customer Experience* dilakukan dengan menjadi pendengar yang baik bagi pelanggan, menggali pandangan positif maupun negatif mereka tentang layanan, tingkat kepuasan mereka, mencari informasi tentang pain point, serta pengalaman seperti apa yang mereka harapkan. Setelah itu, klien akan dibantu oleh tim konsultan SQC Indonesia untuk mengembangkan *Customer Experience Journey* sebagai peta visual yang berurutan dari awal layanan organisasi hingga pada tahapan ketika layanan tersebut telah selesai.

Setelah menjalankan proses analisis, standar *Customer Experience* akan dikembangkan untuk menjadi tolak ukur bagi klien, dengan menerapkan pendekatan pengukuran kepatuhan untuk melacak tingkat konsistensi penerapan standar *Customer Experience*, serta pengukuran dampak untuk memperoleh wawasan terkait tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang dijalankan oleh klien sebagai pihak perusahaan atau organisasi terkait. Melalui pengalaman atas aktivitas pemindaian organisasi SQC Indonesia, tim konsultan SQC Indonesia dapat memperoleh kacamata tambahan terhadap *Customer Journey*

dari klien, yakni dapat memahami tentang terkait kualitas layanan melalui sudut pandang tim internal. (*sqcentre.co.id*, 2022)

### **2.1.2 Sejarah Perusahaan**

Pada tahun 1993, Service Quality Centre cabang Indonesia hadir dengan nama PT Service Quality Centre Indonesia, mitra usaha patungannya adalah Service Quality Centre dan Salim Group sebagai pemilik dari *Bank Central Asia* (BCA), dengan misi membantu organisasi di Indonesia berhasil dalam keunggulan layanan. Kelas pelatihan SQCI pertama dilaksanakan di tempat Bootcamp yang berlokasi di Cicurug, Sukabumi. Pada tahun 1995, SQC membuka cabang barunya di Selangor Darul Ehsan, Malaysia. Pada tahun 2006, SQC mengembangkan "Program Pelatihan Layanan Pelanggan" sebagai kurikulum nasional dan bentuk upaya dalam mempersiapkan pekerja layanan yang bertugas dalam pertemuan tahunan IMF (*International Monetary Fund*) di Singapura. (Sumber: *Lokercepat.id*, 2023)

Pada tahun 2008, Service Quality Centre dipercayakan untuk mengembangkan Profesional Layanan Tersertifikasi atau *Certified Service Professional* (CSP) sebagai kurikulum nasional lainnya, dengan kepercayaan dar Badan Pengembangan Tenaga Kerja Singapura yang saat ini dikenal sebagai *SkillsFuture Singapore* (SSG). Setahun kemudian pada tahun 2009, SSG memutuskan untuk mempercayakan SQC sebagai Pusat Pendidikan & Pelatihan Berkelanjutan atau *Continuing Education & Training* (CET) pertama untuk keunggulan layanan *Singapore Workforce Skills Qualification* (WSQ). Pada tahun 2010, SQC bergabung bersama dengan *PSB Academy Corporate Learning & Consulting* (CLC) untuk membentuk *TÜV SÜD PSB Learning*. Pada tahun yang sama, SQC dipercayakan kembali oleh SSG untuk melakukan pengembangan terhadap "*The Service Innovator* (TSI)" sebagai salah satu kurikulum nasional, disusul dengan kepercayaan selanjutnya pada tahun 2011, yakni menjadikan SQC sebagai Pusat Pendidikan dan Pelatihan

Berkelanjutan (CET) untuk keterampilan kerja WSQ. (Sumber: [sqcentre.com](http://sqcentre.com))

Pada tahun 2014, Service Quality Indonesia resmi menjadi anak perusahaan dari MDIS Corporation Pte Ltd., yang merupakan anak perusahaan dari *Management Development Institute of Singapore* (MDIS). Pada tahun 2015, SQC berhasil mendapatkan pengakuan dalam skala nasional atas kontribusi yang berdampak dalam meningkatkan layanan di Singapura secara positif, yang diperoleh dari Gerakan *Go the Extra Mile for Service* (GEMS Up) dalam rangka "Peringatan 10 tahun dari *Service Excellence Medallion*." Pada tahun 2016, SQC mengembangkan sayap kesuksesannya ke luar negeri untuk memperoleh branding internasionalnya, yang dilakukan dengan menyediakan peluang waralaba pada pengembangan dan model pelatihannya. Pada tahun yang sama, tepatnya sejak 1 September 2016, SQC diakui sebagai Organisasi Pelatihan Terakreditasi atau *Accredited Training Organisations* (ATO) SSG, dimana SQC menjadi penyedia pelatihan yang berkualitas untuk mengembangkan tenaga kerja yang terampil. Pada tahun 2017, SQC menunjuk pemegang waralaba pertama di Malaysia. Pada tahun 2019, SQC mendapatkan pengakuan sebagai Mitra *South West SkillsFuture Advice* yang didasari atas komitmen SQC untuk mengembangkan kualitas kinerja karyawan dengan metode pembelajaran berkelanjutan dan peningkatan keterampilan. (Sumber: [sqcentre.com](http://sqcentre.com))

Sejak didirikan di Indonesia pertama kali, Service Quality Centre Indonesia telah menjadi penyedia program pelatihan dan pelayan yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan klien, hingga bisa menjangkau kemitraan yang cakupannya tidak hanya sektor swasta saja, tetapi juga sektor publik di Indonesia. Secara singkat, inilah sebagian klien yang bermitra dengan SQC Indonesia, dengan informasi yang diperoleh melalui laman website resmi [sqcentre.co.id](http://sqcentre.co.id), sehingga dapat dikategorikan sebagai berikut.

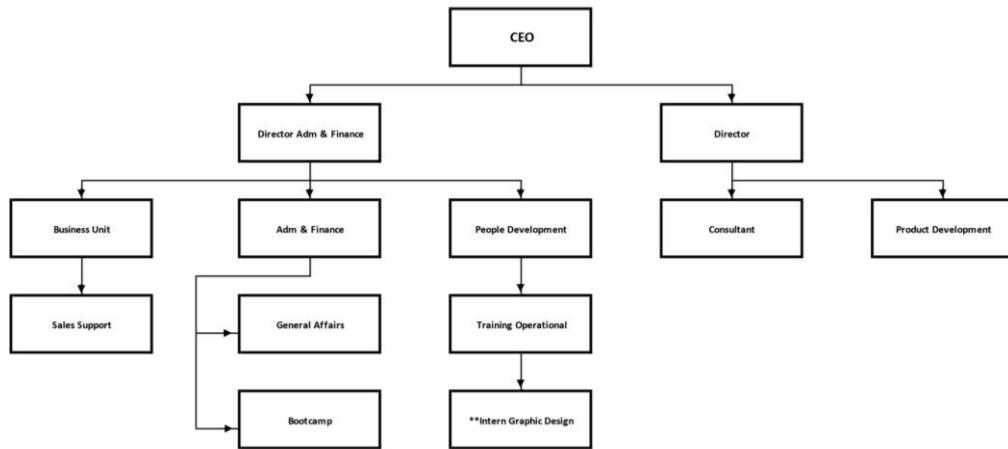
#### A. Kategori Layanan

- (1) Layanan transportasi dan distribusi sumber daya: Maskapai penerbangan, bandara, pelabuhan, kendaraan umum, pengiriman paket atau logistik.
- (2) Layanan kesehatan dan keperawatan: Rumah sakit, klinik, laboratorium, farmasi.
- (3) Layanan finansial: Perbankan, investasi, sekuritas, pembiayaan, penyewaan, asuransi.
- (4) Layanan pariwisata, keramahtamahan dan hiburan: Hotel, tur, travel, taman hiburan, restoran, hingga makanan & minuman (*F&B*).
- (5) Layanan teknis, administrasi, dan bisnis: IT, *outsourcing*, kontraktor, pemerintahan, penyedia listrik dan air, pendidikan, dan penyedia telekomunikasi.

#### B. Kategori Produk

- (1) Produksi: Manufaktur, otomotif, pertanian, minyak, pertambangan, gas, dan energi.
- (2) Jual-beli dan real estat: Ritel, *e-commerce*, pusat perbelanjaan, dan properti.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan  
Sumber: Service Quality Centre Indonesia (2025)

Struktur organisasi perusahaan Service Quality Centre Indonesia telah terlampir dengan jajaran dan posisinya masing-masing. *Chief Executive Officer* (CEO) bertugas untuk memastikan visi, misi dan nilai yang dimiliki perusahaan agar bisa diterapkan dengan baik, sehingga setiap aktivitas dapat membawa perusahaan pada tujuan yang telah ditetapkan, meliputi penentuan strateginya dan penerapan rencana bisnisnya. Untuk keuangan, CEO bertugas untuk mempertimbangkan dan menentukan pemasukan dan pengeluaran anggaran dari perusahaan.

Dalam jenjang direktur, terdapat *Director Administration & Finance* yang bertugas dalam mengatur administrasi yang meliputi pendataan transaksi keuangan dari perusahaan, dan melakukan pengelolaan terhadap keuangan, serta mendukung bidang administrasi lainnya. Selain itu, terdapat *Director* yang menjadi pemimpin sekaligus koordinator yang bertanggung jawab dalam memantau kinerja perusahaan, serta melaporkan pada CEO terkait hal ini. Selanjutnya, terdapat divisi *Business Unit* yang bertanggung jawab dalam hal pengintegrasian kebijakan dan prosedur perusahaan ke dalam operasional unit bisnis, serta mengkomunikasikan hal terkait kepada anggota unit.

Untuk perdataan, terdapat divisi *Administration & Finance* yang bertanggung jawab dalam mengumpulkan, menganalisis, serta menafsirkan data keuangan perusahaan, mengorganisasikan catatan faktur dan pembayaran pajak, serta mempersiapkan keperluan data laporan laba rugi, neraca keuangan, serta laporan anggaran. Selain itu, divisi administration & finance bertugas untuk melakukan identifikasi tentang potensi risiko terhadap likuiditas serta arus kas, dan liabilitas keuangan.

Untuk pengembangan sumber daya manusia, terdapat divisi *People Development* yang bertugas dalam membantu meningkatkan performa kerja karyawan dengan mengasah skill atau keterampilan, dan tentunya juga untuk membantu karyawan dalam mempelajari hal-hal baru yang dapat diaplikasikan dalam pekerjaan, bahkan memungkinkan pekerjaan dapat selesai dengan lebih cepat, efektif, dan efisien. Dengan demikian, diharapkan agar dapat lahir karyawan-karyawan bertenaga yang dapat diandalkan dan berpotensi untuk menjadi penerus maupun pemimpin perusahaan di masa depan. Selain itu, terdapat divisi *Consultant* yang dapat menjadi wadah bagi customer untuk berbicara dan menceritakan soal kendala, permasalahan, maupun suatu aspek pribadi lainnya. Setelahnya, consultant bertugas untuk memberikan feedback atau pendapat yang dapat dipercaya berdasarkan pengalaman consultant maupun SQC Indonesia. Hal ini didasari atas analisis yang dilakukan terhadap problema tersebut, sehingga dapat didukung dengan rekomendasi juga.

Untuk meningkatkan pemahaman terhadap permintaan konsumen, terdapat divisi *Product Development* yang bertanggung jawab dalam melaksanakan analisis dan riset pasar secara komprehensif sebagai usaha untuk memahami tren industri, perilaku konsumen, maupun kebutuhan atau gap yang belum terpenuhi maupun belum ditemukan solusinya. Dengan demikian, produk yang ditawarkan oleh SQC Indonesia bisa mencapai target audiens yang tepat sasaran. Product development juga bertanggung jawab dalam hal manajemen projek, pengujian berkelanjutan, peluncuran produk, serta pengembangan dan evaluasi terhadap produk terkait yang melibatkan *customer*.

*Sales Support*, sebagai salah satu divisi yang tidak kalah penting, bertanggung jawab untuk menjadi pembuat modul dan *guideline* sebagai materi pembelajaran yang mudah dipahami. Dengan upaya menjaga hubungan pihak perusahaan dengan customer/klien, *Sales Support* bertanggung jawab dalam melakukan *follow up* kepada customer/klien agar kesejahteraan mereka terjaga, sehingga SQC Indonesia dapat terus berkembang kearah yang lebih baik lagi dalam pelayanannya. Sales support juga bertanggung jawab untuk lead generation, yakni menyaring prospek-prospek berkualitas untuk bisa difollow up oleh perwakilan dari tim sales. Dengan demikian, *Sales Support* juga dilibatkan dalam pemasaran produk melalui berbagai platform komunikasi untuk membantu klien agar tetap terupdate dengan informasi terbaru dari SQC Indonesia.

Untuk kegiatan operasional, *General Affairs* memiliki peran yang krusial dalam maintenance serta perawatan peralatan dan infrastruktur kantor. *General Affairs* akan memastikan berjalannya fungsi item operasional maupun fasilitas dengan baik, sehingga dapat menimalkan kerusakan maupun hambatan dalam segala kegiatan di SQC Indonesia. *General Affairs* juga bertugas dalam mengelola segala perizinan operasional bisnis, lisensi, kepatuhan perizinan, dan sebagainya, serta melakukan persiapan terhadap laporan berkala yang dibutuhkan untuk manajemen maupun instansi tertentu. Di samping itu, terdapat divisi *Training Operational* sebagai pihak yang menetapkan prosedur atau metode pengajaran yang tepat dalam training, membantu pengembangan prosedur pengujian dan evaluasi, alat bantu visual untuk keperluan multimedia. *Training Operational* juga bertanggung jawab dalam menjaga tingkat relevansi latihan tinjauan, dan membuat penilaian serta prosedur untuk menguji tingkat keberhasilan pelatihan.

Sebagai salah satu program yang kerap diadakan oleh Service Quality Centre Indonesia, terdapat divisi *Bootcamp* yang bertugas untuk merancang rencana yang strategis untuk pelaksanaan boothcamp sekaligus susunan rencana kerjanya, mengawasi pelaksanaan rangkaian kegiatan untuk memastikan agar kegiatan dapat berjalan dengan lancar. Dalam divisi *Bootcamp* ini pula, akan ada pihak yang mengatur ketersediaan logistik, dana dan keuangan, pengumpulan data,

mengelola sosial media dan platform komunikasi lainnya, menjaga hubungan dan komunikasi dengan pihak eksternal seperti kemitraan dan sponsor, hingga pihak yang mengelola kebutuhan yang bersinggungan dengan teknologi informasi.

Sebagai posisi yang diisi oleh penulis selama masa magang, terdapat beberapa tanggung jawab yang diberikan pada *Intern Graphic Design*. Penulis bertugas dalam membuat desain grafis untuk keperluan materi promosi, membantu pembuatan *layout* untuk brosur, *flyer*, poster, *banner*, dan materi cetak lainnya. Selain itu, *Intern Graphic Design* juga bertugas dalam mengatur dan menyimpan file desain dengan rapi (*digital asset management*), kemudian memastikan setiap desain selesai tepat waktu sesuai deadline, telah mendapatkan approval dari supervisor, serta dapat memastikan desain tetap relevan dengan tren terbaru.

## 2.3 Portofolio Perusahaan

### 2.3.1 *Private Class*

Dalam poster iklan instagram ini, SQC Indonesia menjelaskan bahwa mereka membuka kelas training yang diadakan secara privat. Terdapat elemen kampanye berkat bahasanya yang persuasif, terutama dengan kata “investasi 2 jam” bisa memberikan manfaat hingga “seumur hidup” dari klien. Di sisi lain, terdapat kalimat pendorong lainnya yang dapat memacu klien untuk bisa berkembang, yakni dengan kalimat “Jangan mau ketinggalan kompetitor!” sebagai bentuk dari urgensi dalam sebuah pernyataan, dimana tentunya terdapat naluri manusia yang secara natural ingin menjadi yang terbaik dan tampil selangkah lebih depan. Hal ini semakin didukung dengan adanya fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*) yang memungkinkan seseorang untuk selalu ingin mengikuti tren, hal atau kegiatan yang banyak dilakukan oleh orang lain. Di samping itu, rasa tidak mau mengalami kegagalan atau berusaha untuk mengurangi potensinya tentunya menjadi bensin pendorong bagi seseorang atau bisnis untuk mencari cara mengembangkan produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.



Gambar 2.3 *Instagram Feeds* Program *Private Class*  
Sumber: Instagram resmi dari Service Quality Centre Indonesia

Penggunaan gambar 2 orang yang sedang berlari di lapangan lari dengan menggunakan setelan jas kerja yang formal, melambangkan target dalam pekerjaan atau bisnis yang hendak dicapai. Selain itu, 2 orang dapat menyimbolkan pertandingan, dimana pasti ada pemenang, yang penting perlu ada usaha dari masing-masing pihak sebagai kompetitor untuk menjadi lebih baik dalam segala aspek pelayanan. Dengan fleksibilitas yang ditawarkan oleh SQC Indonesia, ditambah lagi dengan tersedianya pelatih yang dipilih sesuai dengan kebutuhan klien, maka pengguna dapat mencapai tujuan bisnisnya dengan cara yang menyenangkan, interaktif, dan efisien.

### 2.3.2 *Consulting*

Di instagram SQC Indonesia, kerap terdapat pembagian storytelling, dengan elemen yang dianggap relevan dalam pekerjaan, yakni komunikasi, leadership, dan kerjasama tim. Berhubung film “Sore: Istri dari Masa Depan” sempat tayang di bioskop Indonesia dan memperoleh popularitas yang besar, maka terbukti bagaimana SQC Indonesia melibatkan riset terhadap tren pasar terkini, yakni dunia entertainment yang diminati oleh banyak orang, dan perfilman secara spesifik.



Gambar 2.4 Instagram Feeds Halaman 1-3 untuk *Consulting*  
Sumber: Instagram resmi dari Service Quality Centre Indonesia

Dalam skenario cerita ini, dideskripsikan bagaimana ketika mengejar kesuksesan di dalam tim, pasti pernah mengalami kegagalan maupun mengalami kekurangan tertentu, tetapi yang membedakan adalah apakah sebuah tim akan menyerah atau memilih untuk melangkah kembali walaupun perlu memulai semuanya dari awal. Dalam konteks film Sore: Istri dari Masa Depan, perasaan yang kurang mengenakan seperti “masa lalu, rasa sakit, dan kematian” dapat menjadi simbolisasi dalam bisnis maupun hubungan, tetapi bagaimana sebuah tim perlu untuk tidak “meromantisasi” apa yang telah terjadi, tetapi mencari solusi atau penyelesaian terhadap masalah atau hal-hal negatif tersebut.



Gambar 2.5 Instagram Feeds Halaman 4-6 untuk *Consulting*  
Sumber: Instagram resmi dari Service Quality Centre Indonesia

Mengingat setiap manusia punya kebebasan dalam berpendapat dan hak sejak lahir, tentunya seseorang tidak bisa diubah ketika dipaksa, tetapi penting untuk menggunakan pendekatan komunikasi yang berbeda untuk seseorang agar dapat membuka hati dan pikiran untuk bisa berubah sesuai keinginan tim. Selain

itu, digambarkan juga bagaimana pentingnya pemimpin untuk menanamkan kepercayaan terhadap timnya untuk bisa bekerjasama dengan baik dalam mencapai tujuan bersama. Dengan demikian, postingan instagram ini menggunakan pendekatan persuasi yang cukup implisit. Walaupun karya poster iklan ini lebih cenderung menawarkan sebuah jalan cerita, tetapi terdapat poin utama yang dihubungkan menjadi jasa yang hendak ditawarkan oleh SQC Indonesia, yakni program *consulting*.

### **2.3.3 Training Public Speaking “*High Impact Presentation Skill for Beginner*” bersama Aes William Wagen**

Kembali lagi, SQC Indonesia memilih isu yang tepat dan dibutuhkan oleh banyak orang, mengingat pentingnya kemampuan presentasi untuk menyampaikan pesan yang berdampak secara efektif. Hal ini didukung atas riset yang dilakukan oleh *National Institute of Mental Health (NIMH)* yang menunjukkan sebanyak 75% masyarakat dunia secara global merasakan ketakutan untuk berbicara di depan umum, padahal ini merupakan skill yang krusial untuk dimiliki oleh setiap orang tanpa memandang latar belakang profesi mereka. Banyak orang yang merasakan rasa yang tidak nyaman ketika menjadi *spotlight* dalam menyampaikan informasi, seperti panik, gugup, ditambah lagi dengan penggunaan bahasa maupun pembawaan dalam berbicara yang kurang efektif sehingga membuat audiens tidak tertarik dengan pembahasan maupun pembicaranya.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.6 Instagram Feeds Halaman 1-3 untuk Program *Training Public Speaking: High Impact Presentation Skill for Beginner*

Sumber: Instagram resmi dari Service Quality Centre Indonesia

Berdasarkan *style* karya yang ditampilkan, penulis melihat bahwa terdapat pembuatan desain karakter berupa ilustrasi. Gaya gambar yang diadopsi adalah kartunis, dengan sedikit sentuh gaya karikatur. Pemilihan gaya seperti ini dianggap oleh penulis cocok dengan target audiens yang lebih mengarah ke kalangan usia dewasa muda hingga tua, karena mirip dengan komik yang dapat dibaca oleh banyak kalangan, bukan seperti jenis kartun tertentu yang kebanyakan mengarah pada anak kecil sebagai target audiens. Di sisi lain, ilustrasi dapat memberikan kesan yang lebih personal karena digambar langsung oleh tangan manusia mulai dari bentuk dasarnya hingga proses *rendering*.



Gambar 2.7 Instagram Feeds Halaman 4-5 untuk Program *Training Public Speaking: High Impact Presentation Skill for Beginner*

Sumber: Instagram resmi dari Service Quality Centre Indonesia

Untuk kedua halaman selanjutnya, kesan yang korporat dan profesional lebih terasa karena tentunya SQC Indonesia ingin Dengan demikian, SQCI menawarkan solusi agar klien maupun *trainer* bisa membawakan presentasi dan berbicara secara lebih maksimal, serta meningkatkan kepercayaan diri mereka.

Karya poster instagram ini merupakan salah satu contoh pengimplementasian ilustrasi dalam media informasi. Hal ini memberikan kesan yang lebih mendekatkan diri dengan audiens dan kesan yang *fun* seperti pembawaan *trainer* di SQC Indonesia dalam membawakan materi pembelajaran, ditambah lagi dengan penggunaan *tone of voice* yang *casual*. Didukung dengan pembicara yang telah berpengalaman dalam menjadi *trainer* selama 20 tahun, maka poster iklan ini bisa menjadi pilihan yang baik bagi para klien yang membutuhkan pelatihan untuk mengasah kemampuan presentasi maupun berbicara di depan umum.

#### 2.3.4 Program LMS (*Learning Management System*)

Mengingat setiap orang memiliki preferensi cara belajar yang berbeda-beda, ditambah lagi dengan kesibukan masing-masing, tentunya SQC Indonesia perlu beradaptasi dengan perubahan dan perkembangan zaman ini. Dengan demikian, SQC Indonesia menyediakan media pembelajaran yang memungkinkan customer atau klien untuk belajar secara mandiri dari mana saja. Topik pembahasan yang dibahas sangat beragam, meliputi materi untuk dapat merangkul dan menerima perubahan, mengelola stres, meningkatkan produktivitas, memberikan layanan prima, hingga meningkatkan kualitas komunikasi layanan untuk pemahaman yang lebih baik.



Gambar 2.8 *Instagram Feeds* Lembar 1-3 tentang tema-tema pembahasan dalam *Learning Management System*

Sumber: Instagram resmi dari Service Quality Centre Indonesia

Untuk ketiga lembar pertama dari desain *carousel* ini, penulis menemukan bahwa terdapat perbedaan *style* yang cukup signifikan dengan desain-desain

sebelumnya, dimana terdapat penggunaan aset 3 dimensi, mengingat ilustrasi dan foto merupakan wujud dari aset 2 dimensi. Aset karya 3 dimensi dapat membantu menciptakan desain yang terkesan lebih nyata, imersif, dan mendalam. Selain itu, desain 3 dimensi juga erat kaitannya dengan modernitas, dan persis seperti konsep yang hendak direpresentasikan dari penggunaan *Learning Management System* yang mirip seperti *e-learning* sebagai sistem pelajaran yang baru lebih banyak digunakan pada abad ke-21, secara spesifik sejak era pandemi Covid-19 pada tahun 2020an yang memungkinkan semua orang untuk belajar dari rumah saja secara jarak jauh tanpa mengurangi jumlah materi pembelajaran.



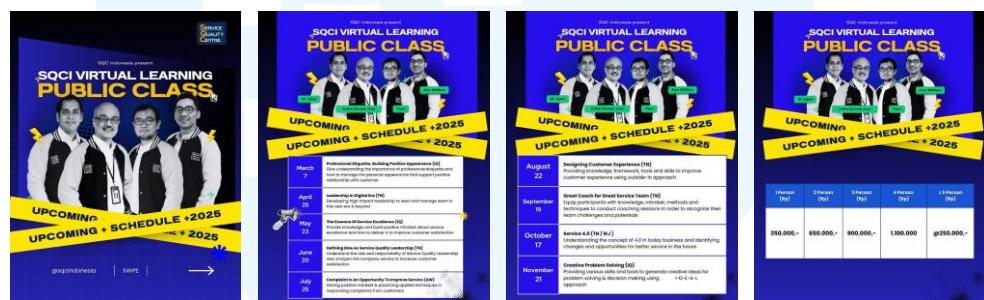
Gambar 2.9 *Instagram Feeds* Lembar 1-3 tentang tema-tema pembahasan dalam *Learning Management System*

Sumber: Instagram resmi dari Service Quality Centre Indonesia

Dari pihak internal, diajarkan pula bagaimana untuk melihat keluhan dari pihak eksternal sebagai peluang, cara memecahkan masalah dan mengambil keputusan yang efektif, penjualan berdampak tinggi melalui keterampilan layanan, hingga berbicara di era digital. Terkait kepemimpinan, terdapat materi Pelatihan praktis dalam tindakan, pemimpin berdampak tinggi di masa krisis, mengelola pengalaman pelanggan, pengalaman pelanggan, dan pemikiran desain yang disediakan untuk melengkapi kebutuhan soft skills maupun hard skills dari karyawan sebuah perusahaan maupun organisasi. Dalam karya desain ini, *art style* yang digunakan adalah dalam wujud 3D *character* dan *icon*, dipadu dengan desain grafis yang berwujud 2D.

### 2.3.5 Public Class

Selain mengadakan program pelatihan yang terkhusus bagi suatu pihak saja, SQC Indonesia juga menyediakan program kelas yang dibuka secara publik, dengan tujuan untuk menyatukan berbagai pihak dalam pembahasan topik yang sama, serta membantu mereka dalam mencapai tujuan bisnis dengan konteks yang serupa. Pelatihan ini dilaksanaan dengan pelatih-pelatih terpilih yang telah berpengalaman selama bertahun-tahun. Selain itu, pelatih-pelatih di SQC Indonesia juga menyediakan materi terkini yang banyak membahas seputar teknologi di samping etika dan moral dalam pelayanan.



Gambar 2.10 Program Virtual Learning Public Class 2025  
Sumber: Instagram resmi dari Service Quality Centre Indonesia

Materi kelas umum ini membahas etika profesional, membangun penampilan positif, kepemimpinan di era digital, hakikat layanan prima, mendefinisikan peran sebagai kepemimpinan mutu layanan, keluhan merupakan peluang untuk meningkatkan layanan, merancang pengalaman pelanggan, pelatih hebat untuk tim layanan hebat, layanan di era digital 4.0, hingga pemecahan masalah yang kreatif. Setiap bulan, SQCI menyediakan materi pembelajaran yang berbeda, tetapi SQCI menawarkan keuntungan untuk peserta agar bisa menginvestasikan uangnya bersama rekan kerjanya, dimana semakin banyak peserta pelatihan yang bergabung, maka harga perorangannya akan ikut turun. Desain yang digunakan di tahun 2025 ini cenderung modern dan sesuai dengan target audiens di masa-masa ini, dimana sudah banyak Generasi Z yang sudah mulai masuk ke dunia kerja, mulai lebih memahami akan pentingnya *personal branding* dan mengembangkan *skills*.