

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Satukelas Adhyapana Nusantara merupakan perusahaan yang fokus utamanya adalah bidang edukasi tetapi dalam bentuk digital. Perusahaan ini mengusung visi memberikan solusi teknologi untuk pendidikan yang lebih mudah diakses, berkualitas, dan terjangkau. Produk utama PT Satukelas Adhyapana Nusantara adalah Satukelas.com, sebuah platform pembelajaran daring yang menawarkan berbagai kursus dan pelatihan dalam berbagai bidang, mulai dari bisnis, teknologi, hingga pengembangan pribadi. Satukelas.com dirancang untuk membantu pengguna meningkatkan keterampilan dan pengetahuan yang relevan dengan dunia kerja, serta mendukung UMKM dalam meningkatkan kemampuan digital dan manajerial mereka melalui kursus-kursus yang tersedia.

PT Satukelas Adhyapana Nusantara merupakan Lembaga Manajemen Formasi yang sudah memiliki lebih dari 20 tahun pengalaman di bidang pelatihan dan pendidikan. Pada 1998, berdiri sebagai Lembaga Pelatihan Kerja dan menyelenggarakan pelatihan profesional. Pada 1999, merilis TAXES (Tax Electronic Search) database peraturan pajak digital pertama di Indonesia. Pada 2001, merilis Indonesian Tax Review, majalah perpajakan pertama di Indonesia.

Pada tahun 2005, Satukelas merilis MyBrevet, yaitu kursus dan ujian Brevet Pajak AB & C digital pertama di Indonesia. Pada 2020, PT Satukelas Adhyapana menginisiasi digitalisasi dan tahun April 2021, Satukelas merilis MVP (Minimum Viable Product) dengan menyediakan 50 kelas pelatihan digital dan 3 sertifikasi kompetensi. Kemudian pada November 2021, Satukelas berhasil mengembangkan lebih dari 200 kelas pelatihan digital serta secara rutin mengadakan webinar dan konsultasi bulanan. Tidak berhenti sampai di situ, pada Januari 2022 Satukelas kembali merilis versi terbaru satukelas.com dengan menghadirkan fitur-fitur pendukung seperti corporate dashboard dan jamboard untuk menunjang proses

pembelajaran daring yang lebih interaktif. Hingga kini, Satukelas telah berpengalaman lebih dari 20 tahun di bidang pendidikan, menyelenggarakan lebih dari 700 pelatihan berbasis kompetensi, dengan fokus utama pada pengembangan sumber daya manusia baik untuk korporasi maupun individu seperti pelajar dan mahasiswa, serta didukung oleh sertifikasi resmi dari BNSP. Selain itu, Satukelas juga secara konsisten merilis sekitar 20 hingga 25 pelatihan dan webinar setiap bulan dengan fasilitator yang ahli di bidangnya. Menurut data dari perusahaan (2024), Satukelas memiliki 15.000 member satukelas, 1.500 member korporasi, dan 200 member institusi pendidikan (SMU/SMK & Univ/Politeknik). Mitra pengguna produk Satukelas diantaranya adalah Bumame farmasi, BRI Life, Jasamarga, Lippo Insurance, Astra, Nippon Express, Sucofindo, dll. Dan untuk mitra kerjasama satukelas yaitu, LSP Marketing Kreatif Nasional, Asosiasi Teknisi Perpajakan Indonesia, LSP MSDM Unggul Indonesia, LSP Trainer Nuswantoro, dan Reallyenglish.

Satukelas sendiri melayani berbagai segmen pelanggan yang bergerak di bidang pendidikan dengan pendekatan yang berbeda sesuai kebutuhan. Untuk Corporate dan Professional, Satukelas menyediakan Corporate Digital Learning Center, program sertifikasi, serta penyelenggaraan in-house training. Untuk Universitas dan Sekolah Menengah, Satukelas menghadirkan School Digital Learning System, program sertifikasi, dan program magang. Sementara itu, untuk Guru, Satukelas menyediakan program peningkatan kompetensi agar dapat menunjang kualitas pengajaran.

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Berikut adalah visi misi PT Satukelas Adhyapana Nusantara:

Visi

- Memberikan solusi sistem pembelajaran yang berbasis digital agar mudah diakses, menyesuaikan perkembangan teknologi, dan terjangkau dari segi harga

Misi

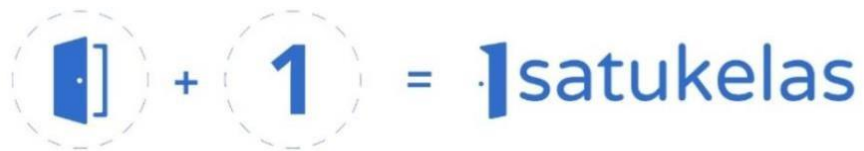
- Menciptakan ekosistem pendidikan digital.
- Mendukung sumber daya manusia yang memiliki kompetensi yang sesuai dengan standar kerja.
- Membuat proses belajar menjadi lebih efektif dan efisien dengan teknologi.

2.1.2 Logo Perusahaan

Logo ini merupakan kombinasi antara bentuk pintu dan angka “1”. Logo berbentuk pintu dimaksudkan untuk melambangkan bahwa pintu adalah awal dari langkah menuju tujuan. Pintu juga melambangkan pikiran yang terbuka, yang simbolis dari kesediaan untuk belajar, memiliki pengetahuan, dan terus berkembang. Angka “1” dalam logo Satukelas mewakili ambisi untuk menjadi yang terbaik atau yang pertama. Angka ini dipilih karena pengucapan Satukelas yang mudah diingat. Itulah mengapa penggunaan desain yang mudah diingat dalam logo memperkuat identitas merek kami di benak audiens. Tampilan logo dirancang dengan sudut-sudut yang sedikit melingkar.

Selain itu, hal ini juga memberikan tampilan yang lebih ramah dan tidak kaku, sesuai dengan nilai inti platform pembelajaran Satukelas yang ramah dan inklusif. Pintu terbuka disajikan untuk melambangkan “ruangan yang lebih cerah” atau kehidupan yang lebih baik. Hal ini terkait dengan peningkatan keterampilan pengguna dan peluang pengembangan profesional. Pintu terbuka adalah simbol yang mewakili potensi bagi setiap orang melalui hak atas pendidikan atau mencerminkan harapan bahwa setiap individu memiliki peluang untuk berkembang melalui akses pendidikan yang tepat.

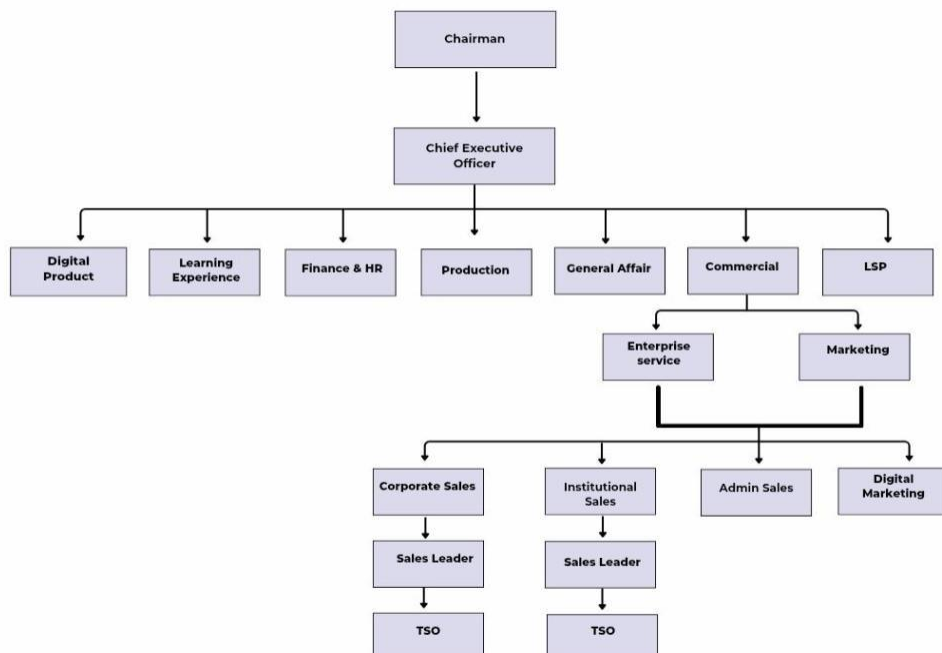
Tipografi “Satukelas” mewakili impian perusahaan untuk membangun sistem pembelajaran yang memudahkan siapapun. Penggunaan tipografi ini menegaskan identitas Satukelas sebagai *platform* pembelajaran yang memiliki visi jangka panjang dalam dunia pendidikan. Sementara angka “1” juga mewakili tekad perusahaan untuk menjadi platform pembelajaran terbaik dan paling terjangkau. Oleh karena itu, Satukelas akan terus menyediakan pendidikan yang relevan dan membuatnya lebih mudah diakses oleh banyak orang.



Gambar 2.1 Logo PT Satukelas Adhyapana Nusantara
Sumber Gambar: Company profile (2024)

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan *company profile* PT Satukelas Adhyapana Nusantara berikut merupakan uraian struktur organisasi PT Satukelas Adhyapana Nusantara:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Satukelas Adhyapana Nusantara
Sumber Gambar: Dokumentasi Perusahaan (2024)

- a. Chief Executive Officer (CEO)
Bertanggung jawab penuh atas strategi dan operasional perusahaan. CEO bertanggung jawab untuk membuat keputusan dan mengelola demi pertumbuhan dan kelangsungan bisnis, serta memastikan koordinasi berlangsung secara optimal.
- b. Commercial
Fungsi strategis yang bertanggung jawab atas pengelolaan aktivitas komersial perusahaan secara keseluruhan. Divisi ini berfokus pada pengembangan kerja sama bisnis, peningkatan pendapatan, serta pencapaian target penjualan melalui layanan enterprise dan aktivitas pemasaran. Commercial berperan sebagai penghubung utama antara perusahaan dengan mitra, klien korporasi, dan institusi.
- c. Enterprise Service
Enterprise Service berada di bawah fungsi Commercial dan berperan dalam mengelola hubungan kerja sama dengan mitra perusahaan dan klien institusi. Divisi ini menjalankan fungsi manajemen dengan menjalin dan memelihara hubungan profesional guna memastikan keberlanjutan kerja sama, sekaligus memahami kebutuhan pelatihan dan pengembangan kompetensi klien melalui komunikasi yang intensif dan proaktif. Selain itu, Enterprise Service berperan dalam pemasaran layanan dengan menawarkan serta mempresentasikan solusi pelatihan yang relevan, termasuk penyusunan program pelatihan yang bersifat custom sesuai kebutuhan mitra, serta menyusun proposal dan melakukan negosiasi kontrak untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Dalam pelaksanaannya, divisi ini juga bertanggung jawab atas pengelolaan proyek dengan berkoordinasi bersama tim internal agar program pelatihan berjalan lancar sesuai kebutuhan mitra, mengawasi pelaksanaan proyek hingga selesai, serta memastikan layanan yang diberikan memenuhi standar

kualitas dan target yang telah ditetapkan. Enterprise Service turut melakukan monitoring dan evaluasi dengan memantau kinerja program pelatihan mitra, memberikan masukan untuk peningkatan kualitas layanan, menyusun laporan perkembangan kerja sama, serta menyampaikan rekomendasi kepada manajemen. Di samping itu, divisi ini memiliki tanggung jawab terhadap pencapaian target penjualan dan retensi mitra, baik dari sisi pendapatan maupun penambahan mitra baru, serta mengupayakan retensi melalui pemberian layanan purna jual yang optimal.

d. Marketing

Divisi Marketing bertanggung jawab untuk merancang strategi pemasaran untuk menjangkau lebih banyak pengguna layanan Satukelas. Divisi ini memastikan pesan dan nilai layanan perusahaan tersampaikan secara konsisten kepada target pasar.

- Corporate Sales

Divisi ini bertanggung jawab dalam memasarkan program pelatihan Satukelas kepada perusahaan serta membangun hubungan bisnis jangka panjang.

- Sales Leader

Bertugas memimpin tim sales korporasi, mengawasi pencapaian target penjualan, serta mengoordinasikan strategi penjualan yang sesuai dengan kebutuhan klien perusahaan.

- TSO (Tele Sales Officer)

Mendukung aktivitas penjualan melalui komunikasi langsung dengan calon klien, melakukan follow-up prospek, serta membantu proses administrasi penjualan.

e. Institutional Sales

Berfokus pada penjualan layanan kepada institusi, seperti lembaga pendidikan, instansi pemerintah, maupun organisasi lainnya. Divisi ini

memastikan layanan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan institusional.

- Sales Leader

Bertanggung jawab memimpin tim sales institusi, menetapkan strategi penjualan, serta memastikan pencapaian target kerja sama dengan institusi.

- TSO (Tele Sales Officer)

Berperan dalam menghubungi calon klien institusi, mengelola database prospek, serta mendukung proses penjualan dan komunikasi awal.

f. Admin Sales

Admin Sales memiliki peran pendukung dalam aktivitas penjualan perusahaan. Divisi ini memastikan proses administrasi penjualan berjalan tertib dan terdokumentasi dengan baik, sehingga mendukung kelancaran kerja tim sales dan manajemen.

g. Digital Marketing

Digital Marketing bertanggung jawab atas pengelolaan aktivitas pemasaran digital perusahaan. Divisi ini berfokus pada pemanfaatan media digital untuk meningkatkan visibilitas merek dan konversi pengguna. Divisi ini juga bertanggung jawab untuk memonitor dan menganalisis performa kampanye digital sebagai dasar evaluasi dan perbaikan strategi pemasaran.

Di dalam struktur organisasi PT Satukelas Adhyapana Nusantara, penulis berada di divisi Digital Marketing yang berada di bawah tanggung jawab Marketing. Divisi Marketing secara struktural berada di bawah Commercial. Commercial bertanggung jawab untuk mengelola aktivitas komersial Satukelas secara menyeluruh. Divisi Commercial pada Satukelas mengutamakan untuk terus

menjaga kerja sama dengan klien, meningkatkan penjualan, dan mengefisiensi operasional melalui divisi enterprise service dan aktivitas pemasaran.

Alur koordinasi dimulai dari Commercial yang merancang strategi pemasaran secara menyeluruh, kemudian diteruskan ke Marketing yang bertanggung jawab untuk menjangkau lebih banyak peserta untuk bergabung ke Satukelas. Dalam kerja magang, penulis menerima arahan langsung dari supervisor selaku Marketing Manager. Supervisor bertanggung jawab untuk menginstruksikan pelaksanaan strategi digital yang sudah ditetapkan oleh divisi Commercial, dan memastikan kegiatan digital marketing sepadan dengan rencana pemasaran, yaitu meningkatkan *brand awareness*, meningkatkan penjualan dan membangun *network*.

