

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Sinotif Indonesia merupakan lembaga pendidikan non-formal yang berfokus pada bidang eksakta, yaitu Matematika, Fisika, dan Kimia. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 25 Maret 2000 oleh Hindra Gunawan dan Anthonyus Kuswanto dengan visi untuk memberikan layanan bimbingan belajar berkualitas yang berorientasi pada kebutuhan siswa. Sejak awal berdirinya, Sinotif berkomitmen untuk membantu siswa dari berbagai jenjang pendidikan, mulai dari Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), hingga Sekolah Menengah Atas (SMA), baik dengan kurikulum nasional maupun internasional seperti Cambridge, IB, HSC, dan Singapore *Curriculum* (Sinotif, 2025).

Seiring perkembangan zaman dan meningkatnya kebutuhan akan sistem belajar yang lebih fleksibel, Sinotif terus berinovasi dalam metode pengajarannya. Setelah pandemi COVID-19 pada tahun 2020, Sinotif memperkenalkan sistem pembelajaran berbasis daring dengan konsep *Online Rasa Tatap Muka*, yang memungkinkan siswa mendapatkan pengalaman belajar interaktif secara langsung melalui platform digital. Konsep ini berlandaskan pada prinsip “*What you need is what you get*,” di mana setiap siswa mendapatkan bimbingan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan mereka.

Sinotif menerapkan empat pendekatan utama dalam proses belajar mengajar, yaitu *Specialized*, *Personalized*, *Systemized*, dan *Limitless*. Pendekatan *Specialized* memastikan bahwa setiap siswa dibimbing oleh pengajar yang ahli di bidangnya sehingga pengajaran yang diberikan lebih fokus dan mendalam. Pendekatan *Personalized* menekankan pada kebutuhan individu siswa, di mana metode dan materi pembelajaran disesuaikan dengan target belajar masing-masing. Pendekatan *Systemized* bertujuan menciptakan proses belajar yang terstruktur melalui modul pembelajaran dan laporan hasil belajar yang dikirimkan secara berkala. Sementara itu, pendekatan *Limitless* memberi kebebasan bagi siswa untuk

belajar kapan pun dan di mana pun melalui platform e-learning SeratusInstitute.com dan aplikasi Tanya Jawab Soal by Sinotif.

Selain metode pembelajaran, Sinotif memiliki dua program unggulan, yaitu Sinotif Premier dan Sinotif Mobile. Program Sinotif Premier terdiri dari empat jenis pembelajaran, yakni *Premier Diamond* (kelas privat eksklusif dengan format satu siswa satu guru), *Premier Platinum* (kelas semi-privat berisi tiga hingga lima siswa), *Premier Gold* (kelompok belajar dengan enam hingga lima belas siswa), dan *Premier Silver* (program mandiri dengan pengawasan tutor profesional). Sementara itu, Sinotif Mobile memungkinkan siswa belajar secara fleksibel selama 24 jam melalui perangkat digital, mendukung prinsip pembelajaran tanpa batas waktu dan tempat.



Gambar 2.1 Logo PT Sinotif Indonesia

Sumber: Data Internal PT Sinotif Indonesia

Logo Sinotif memiliki makna filosofis yang menggambarkan semangat perusahaan dalam menghadirkan pembelajaran yang menyenangkan dan penuh semangat. Warna merah pada tulisan “Si” dan “tif” melambangkan keberanian, semangat, dan determinasi dalam menghadapi tantangan belajar. Sedangkan warna kuning pada huruf “no” melambangkan optimisme, kecerdasan, dan keceriaan yang menjadi ciri khas proses belajar di Sinotif. Bentuk lengkungan di bawah huruf “o” menggambarkan dinamika dan fleksibilitas dalam proses pendidikan, menunjukkan bahwa Sinotif selalu beradaptasi terhadap perkembangan zaman. Desain keseluruhan logo yang sederhana namun kuat merepresentasikan identitas Sinotif

sebagai lembaga pendidikan modern yang fokus pada peningkatan kemampuan akademik melalui pendekatan yang kreatif dan personal.

## **2.2 Visi Misi PT Sinotif**

### **VISI**

Visi PT Sinotif Indonesia menjadi perusahaan pendidikan terdepan di dunia dengan terus berinovasi dan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dalam bidang pendidikan.

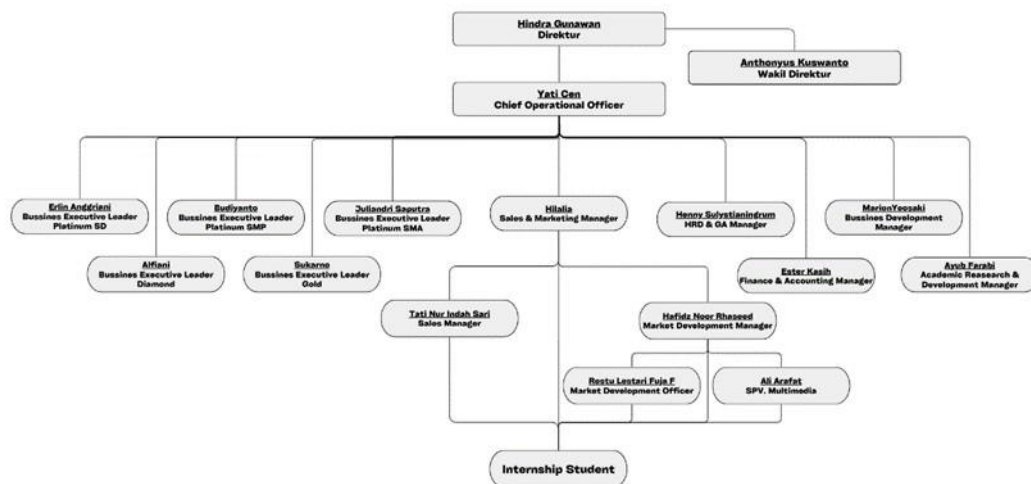
### **MISI**

Misi PT Sinotif Indonesia adalah berkomitmen untuk membangun, mengembangkan, dan memberdayakan generasi muda agar menjadi individu yang berkualitas, mandiri, serta mampu bersaing di era yang semakin kompetitif melalui inovasi pendidikan yang berkelanjutan.

## **2.3 Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur organisasi PT Sinotif Indonesia dirancang secara sistematis agar setiap bagian memiliki tanggung jawab dan fungsi yang jelas dalam mencapai visi dan misi perusahaan. Struktur ini mencerminkan hierarki manajemen yang efektif, di mana setiap divisi saling berkoordinasi untuk menjaga efisiensi serta kualitas operasional perusahaan.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Sinotif Indonesia

Sumber: Dokumen PT Sinotif Indonesia (2025)

Dalam struktur organisasi tersebut, perusahaan dipimpin oleh Hindra Gunawan sebagai direktur dan Anthonyus Kuswanto sebagai wakil direktur. Keduanya memiliki tanggung jawab utama dalam menetapkan arah kebijakan, mengawasi operasional, serta memastikan seluruh kegiatan perusahaan berjalan sejalan dengan visi dan misi Sinotif.

Posisi *Chief Operational Officer* (COO) dipegang oleh Yati Cen yang bertugas untuk mengatur jalannya kegiatan operasional secara keseluruhan serta menjadi penghubung antara jajaran direksi dan para kepala divisi. COO memiliki peran penting dalam memastikan efektivitas koordinasi lintas departemen dan dalam pengambilan keputusan strategis yang mendukung kinerja perusahaan.

Divisi *Sales and Marketing* dipimpin oleh Hilalia sebagai *Sales and Marketing Manager*. Posisi ini bertanggung jawab dalam menyusun strategi pemasaran, mengembangkan kampanye promosi, serta membangun citra merek Sinotif baik secara digital maupun konvensional. Di bawah koordinasinya terdapat Tati Nur Indah Sari sebagai *Sales Manager* yang berfokus pada strategi penjualan layanan bimbingan belajar serta pengawasan terhadap pencapaian target penjualan.

Bagian *Market Development* dipimpin oleh Hafidz Noor Rhaseed sebagai *Market Development Manager* yang memiliki tanggung jawab untuk memperluas jangkauan layanan dan menarik calon pelanggan baru. Dalam pelaksanaannya, Hafidz dibantu oleh Restu Lestari Fuja F. selaku *Market Development Officer* yang menangani kegiatan riset pasar dan implementasi strategi pengembangan produk, serta Ali Arafat sebagai *Supervisor Multimedia* yang bertugas mengelola produksi konten visual, video, dan media digital yang digunakan dalam kampanye pemasaran Sinotif.

Departemen *Human Resource Development* (HRD) dan *General Affair* (GA) dipimpin oleh Henny Sulystianingrum yang memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya manusia, mulai dari proses rekrutmen, pelatihan, hingga pengembangan karyawan.

Bagian *Finance and Accounting* dikelola oleh Ester Kasih yang bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan, pembuatan laporan keuangan, serta menjaga stabilitas kondisi finansial perusahaan.

Sementara itu, Marion Yeosaki menjabat sebagai *Business Development Manager* yang fokus pada pengembangan strategi bisnis, peningkatan kerja sama eksternal, serta memperluas jaringan mitra Sinotif. Posisi Ayub Farabi sebagai *Academic Research and Development Manager* berperan penting dalam melakukan penelitian serta pengembangan metode pembelajaran guna memastikan Sinotif selalu adaptif terhadap perkembangan kurikulum dan kebutuhan siswa.

Pada bidang akademik, Erlin Anggriani, Budiyanto, Juliandri Saputra, Alfiani, dan Sukarno berperan sebagai *Business Executive Leaders* yang menangani berbagai jenjang pendidikan, mulai dari Platinum SD, Platinum SMP, *Platinum SMA*, *Diamond*, hingga *Gold*. Setiap pemimpin eksekutif bertanggung jawab untuk memastikan kualitas pengajaran tetap konsisten dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh manajemen Sinotif.

Pada struktur organisasi PT Sinotif Indonesia saling terhubung secara sinergis untuk mendukung operasional perusahaan, baik dalam bidang pendidikan,

pemasaran, pengembangan bisnis, maupun pelayanan kepada siswa dan orang tua. Penulis sebagai *Marketing Development Intern* ditempatkan di bawah supervisi Departemen *Market Development* dan bekerja sama langsung dengan tim *multimedia* serta tim pemasaran digital dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya.

## 2.4 Ruang Lingkup Departemen

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi *Marketing Development* dengan posisi sebagai *Marketing Development Intern*. Divisi ini memiliki tanggung jawab untuk merancang, mengembangkan, serta melaksanakan strategi pemasaran yang berorientasi pada pertumbuhan pasar dan peningkatan *brand awareness* Sinotif di sektor pendidikan non-formal.



Gambar 2.3 Ruang Lingkup Marketing PT Sinotif Indonesia

Sumber: Dokumen PT Sinotif Indonesia (2025)

Ruang lingkup kerja dalam divisi *Market Development* terdiri atas tiga posisi utama, yaitu *Market Development Manager*, *Market Development Officer*, dan *Internship Student*. Setiap posisi memiliki peran dan tanggung jawab yang berbeda namun saling berkaitan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan.



Hafidz Noor Rhaseed sebagai *Manager Market Development* bertanggung jawab dalam mengarahkan dan mengawasi seluruh kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh tim. Tugas utamanya meliputi penyusunan strategi pengembangan pasar, pengawasan terhadap kampanye promosi digital, serta evaluasi efektivitas program pemasaran yang dijalankan. Posisi ini juga berperan dalam memberikan arahan strategis terkait pemanfaatan media sosial, konten digital, dan kerja sama eksternal agar sejalan dengan visi dan misi perusahaan.

Restu Lestari Fuja F. sebagai *Market Development Officer* yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan operasional dari strategi yang telah ditetapkan oleh manajer. Posisi ini berperan dalam melakukan riset pasar, analisis target *audiens*, serta membantu merancang dan melaksanakan kegiatan promosi. Selain itu, *Market Development Officer* juga bertanggung jawab dalam menjaga hubungan baik dengan mitra sekolah, orang tua siswa, serta pihak eksternal lainnya yang berkaitan dengan aktivitas pemasaran.

Penulis berperan sebagai bagian dari tim pelaksana yang membantu kegiatan operasional harian di Departemen *Market Development*. Dalam pelaksanaannya, penulis berkontribusi dalam proses perencanaan dan pembuatan konten media sosial, khususnya pada platform TikTok. Kegiatan tersebut mencakup penyusunan *content plan*, pembuatan naskah, pengambilan gambar, hingga proses *editing* video yang akan diunggah. Selain itu, penulis juga terlibat dalam pengelolaan komunikasi *audiens* melalui Meta Business Suite dengan cara membalas komentar, pesan, dan pertanyaan dari pengguna media sosial Sinotif.

Penulis turut mendukung kegiatan lapangan seperti sosialisasi ke sekolah-sekolah dan kunjungan ke rumah orang tua siswa untuk mendokumentasikan testimoni. Kegiatan tersebut bertujuan untuk memperkuat hubungan antara perusahaan dengan pengguna jasa serta menambah kredibilitas merek Sinotif melalui konten testimoni yang bersifat autentik.

Secara keseluruhan, Departemen *Market Development* berperan penting dalam memperluas jangkauan dan eksposur merek Sinotif kepada masyarakat.

Dengan adanya kerja sama antara manajer, *officer*, dan peserta magang, departemen ini mampu menjaga konsistensi strategi komunikasi dan memastikan pesan pemasaran tersampaikan secara efektif kepada *audiens* sasaran. Melalui kegiatan magang di departemen ini, penulis memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai implementasi strategi komunikasi pemasaran digital dan pentingnya kolaborasi dalam menciptakan citra positif perusahaan di tengah persaingan industri pendidikan non-formal.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA