

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Industri jasa konsultasi dan pelatihan di Indonesia telah mengalami peningkatan pesat, terutama dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data terakhir tahun 2019 yang dilansir dari <https://binakonstruksi.pu.go.id>, regulasi pemerintah seperti UU Jasa Konstruksi 2017 dan aturan Kementerian PUPR mengenai standar remunerasi dan pelelangan telah memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ini. Tren ini menunjukkan semakin pentingnya peran industri jasa konsultasi dan pelatihan dalam perekonomian Indonesia.

Peningkatan pesat ini tidak hanya disebabkan oleh regulasi pemerintah, tetapi juga oleh semakin tingginya kesadaran perusahaan dan instansi terhadap pentingnya pengembangan sumber daya manusia (SDM). Dalam era persaingan global yang semakin ketat, perusahaan perlu memastikan bahwa karyawan mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan yang relevan agar dapat tetap kompetitif. Jasa konsultasi dan pelatihan memberikan solusi yang dibutuhkan untuk meningkatkan kompetensi SDM melalui program yang terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Hal ini menjadikan industri ini sebagai salah satu pilar penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan inovasi di berbagai sektor.

Perkembangan teknologi digital juga telah mendorong transformasi dalam industri ini. Banyak perusahaan konsultasi dan pelatihan yang mengadopsi teknologi untuk menyelenggarakan pelatihan secara daring, membuatnya lebih mudah diakses oleh peserta dari berbagai daerah. Ini memungkinkan jangkauan yang lebih luas dan efisiensi yang lebih tinggi dalam pelaksanaan program pelatihan. Dengan demikian, industri jasa konsultasi dan pelatihan tidak hanya tumbuh dalam hal jumlah layanan tetapi juga beradaptasi dengan perubahan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis.

Perusahaan di berbagai sektor kini semakin menyadari pentingnya peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) melalui pelatihan yang terstruktur dan strategis. Industri ini melayani kebutuhan akan peningkatan

kompetensi, baik bagi individu maupun instansi, terutama dalam menghadapi tantangan global dan kompetisi yang semakin ketat. Konsultan bisnis memiliki peran penting dalam membantu perusahaan menyusun strategi yang tepat guna meningkatkan daya saing dan produktivitas perusahaan.

Sebagai bagian dari industri ini, PT Sinergi Membangun Bangsa atau dikenal juga dengan Jogja Synergy Office berperan dalam menyediakan jasa konsultasi dan pelatihan yang relevan dengan kebutuhan pasar. Perusahaan yang berdiri pada akhir tahun 2018 ini menawarkan layanan di berbagai bidang, yang mencakup pelatihan sumber daya manusia (SDM), manajemen strategis, dan pengembangan kapasitas organisasi. Unit-unit ini berfokus pada memberikan solusi yang praktis dan terukur bagi klien yang ingin meningkatkan kinerja mereka melalui program pelatihan yang terintegrasi.

PT Sinergi Membangun Bangsa telah menjalin kemitraan dengan berbagai perusahaan dan instansi di Indonesia, menawarkan solusi pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik setiap klien. Melalui pendekatan konsultatif, perusahaan ini tidak hanya menyediakan pelatihan standar, tetapi juga mengembangkan modul-modul pelatihan yang dirancang khusus untuk membantu klien mencapai tujuan strategis mereka. Dengan demikian, PT Sinergi Membangun Bangsa mampu memberikan nilai tambah yang signifikan dalam pengembangan SDM, yang sangat penting di era persaingan global.

Unit-unit di bawah PT Sinergi Membangun Bangsa berkomitmen untuk terus berinovasi dan menyesuaikan program pelatihan mereka dengan tren terbaru dan kebutuhan pasar. Misalnya, dengan semakin banyaknya perusahaan yang membutuhkan pelatihan berbasis teknologi digital, Diorama Training telah memperluas portofolionya untuk mencakup pelatihan teknologi informasi dan pemasaran digital. Upaya ini tidak hanya meningkatkan daya saing perusahaan tetapi juga memastikan bahwa klien mereka mendapatkan pelatihan yang relevan dan *up-to-date*.

Tercatat total unit konsultasi dan pelatihan yang dimiliki oleh PT Sinergi Membangun Bangsa adalah 23 unit yang tersebar di beberapa wilayah di Indonesia. Beberapa unit konsultasi dan pelatihan tersebut diantaranya; Diorama Training,

Berdiklat Training, Lokal Media Training, Jogja Training, Nisbi Indonesia, Training Hukum dan SDM, Manpower Indonesia, Gemilang Training, Surya Indonesia Training, Galeri Solusi Mandiri, Info Pelatihan, Solusi Mitra Training, Training Mekatronika dan lain sebagainya.

**Gambar 1.1 Beberapa Unit di PT Sinergi Membangun Bangsa**



Pada masing-masing unitnya, PT Sinergi Membangun Bangsa memiliki struktur organisasi yang mandiri, disesuaikan dengan kebutuhan dan jenis layanan yang diberikan. Setiap unit memiliki peran-peran spesifik seperti divisi RnD (*Research and Development*), divisi *Marketing* yang terdiri dari CRO (*Customer Relationship Officer*) dan Manager, dan divisi operasional yaitu HRD (*Human Resources and Development*), logistik, dan *finance*. Struktur ini memungkinkan setiap unit untuk bekerja secara independen tetapi tetap sejalan dengan visi dan misi perusahaan secara keseluruhan. Dengan adanya struktur organisasi yang terpisah, setiap unit memiliki fleksibilitas untuk merancang strategi yang sesuai dengan karakteristik pasar dan klien mereka.

Sejalan dengan prinsip tersebut, *customer relations* memainkan peran penting dalam menjaga hubungan baik dengan klien sehingga dapat mempertahankan komitmen mereka dalam memilih jasa pelatihan pada masing-masing unitnya. Dalam bisnis modern, kemampuan perusahaan untuk memahami, mengelola, dan memenuhi harapan pelanggan menjadi kunci sukses yang tidak bisa diabaikan. Hal ini terutama berlaku di sektor jasa, di mana interaksi langsung dengan klien menjadi bagian dari pengalaman klien. Strategi *customer relations*

yang baik dapat meningkatkan nilai merek dan memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan kliennya.

Pentingnya *customer relations* dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan klien telah menjadi perhatian utama di industri jasa. Kemampuan perusahaan untuk membangun hubungan yang baik dengan klien tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga menciptakan hubungan baik yang berkelanjutan. Di tengah persaingan yang semakin ketat, perusahaan yang mampu menjaga hubungan personal dengan klien memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan.

Di sektor jasa seperti yang dijalankan oleh PT Sinergi Membangun Bangsa, strategi *customer relations* berperan penting dalam memastikan bahwa setiap klien merasa dihargai dan mendapatkan layanan yang sesuai dengan ekspektasi mereka. Melalui pendekatan ini, perusahaan tidak hanya berfokus pada penyediaan layanan tetapi juga pada pengelolaan hubungan yang mendalam dengan klien, yang menjadi fondasi untuk membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang.

Pada PT Sinergi Membangun Bangsa, aktivitas *customer relations* merupakan bagian integral dari layanan yang diberikan. Sebagai penyedia layanan pelatihan, kepuasan klien menjadi prioritas utama, terutama dalam mempertahankan klien jangka panjang. Dengan pendekatan yang berbasis konsultasi, perusahaan ini dituntut untuk menjaga kualitas interaksi dengan klien, mendengarkan kebutuhan mereka, dan memberikan solusi yang sesuai dengan ekspektasi mereka.

Ekspektasi klien terus berubah seiring perkembangan zaman, terutama dengan semakin cepatnya kemajuan teknologi dan digitalisasi di berbagai sektor. Pelanggan saat ini mengharapkan pengalaman yang lebih personal, interaktif, dan instan dalam setiap layanan yang mereka terima. Selain itu, mereka semakin kritis dalam menilai kualitas pelayanan serta hasil yang terukur dari setiap investasi yang mereka lakukan, termasuk dalam layanan pelatihan dan konsultasi.

PT Sinergi Membangun Bangsa menyadari pentingnya kedua elemen ini dalam strategi bisnisnya. Salah satunya pada unit Diorama Training, upaya untuk memastikan kepuasan dan membangun hubungan jangka panjang dengan klien

dilakukan melalui peningkatan kualitas program pelatihan dan kemampuan fasilitator. Selain itu, perusahaan juga memperhatikan umpan balik dari klien secara berkala untuk memastikan bahwa setiap pelatihan yang diberikan memenuhi standar yang diharapkan.

Hal ini dibuktikan berdasarkan rekap data tahunan 2023-2024, salah satu unit yang paling banyak dipercaya klien adalah Diorama Training, yang menawarkan program pelatihan berbasis simulasi untuk berbagai industri. Unit ini telah mendapatkan popularitas tinggi berkat pendekatannya yang interaktif dan praktis dalam meningkatkan keterampilan peserta.

Diorama Training menawarkan berbagai layanan pelatihan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengembangan sumber daya manusia (SDM) di berbagai sektor. Program tersebut mencakup Top Training untuk pelatihan di bidang engineering, Pensiun Preneurship yang mempersiapkan keterampilan kewirausahaan di masa pensiun, ToT LSP – IKI BNSP untuk sertifikasi kompetensi trainer, serta Outbound Training yang dirancang untuk membangun kerja sama tim dan manajemen acara. Setiap program memiliki pendekatan yang spesifik untuk memastikan kebutuhan peserta terpenuhi secara optimal.

**Gambar 1.2 Layanan di Unit Diorama Training**



Selain itu, Unit Diorama Training menyediakan berbagai program pelatihan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan lintas sektor industri. Beberapa

program pelatihan yang paling banyak diminati mencakup bidang *Accounting*, *Banking*, dan *Human Resource*, yang secara konsisten menjadi pilihan utama dari klien sektor keuangan dan pengelolaan sumber daya manusia. Selain itu, pelatihan di bidang *Sales*, *Customer Service*, serta *Risk Management* juga memperoleh perhatian besar, terutama dari perusahaan yang berfokus pada peningkatan kinerja penjualan dan menjaga hubungan jangka panjang dengan klien.

Di sisi lain, pelatihan yang berkaitan dengan *Leadership Development* dan *Strategic Management* sering kali dipilih untuk mendukung pengembangan kompetensi manajerial, yang sangat relevan bagi perusahaan dalam membentuk pemimpin yang adaptif di era kompetitif ini. Pada sektor teknologi dan manufaktur, pelatihan seperti *Information Technology* dan *Industrial Safety* menjadi program yang diminati, karena memberikan solusi terhadap kebutuhan teknis yang semakin kompleks.

Beragam program pelatihan yang komprehensif ini, dikombinasikan dengan pendekatan berbasis simulasi yang interaktif dan aplikatif, menjadikan Diorama Training sebagai unit yang unggul dalam memberikan pelatihan berkualitas dan relevan, sesuai dengan kebutuhan klien dari berbagai sektor.

**Gambar 1.3 Beberapa Pelatihan di Unit Diorama Training**



Dalam 1 (satu) tahun terakhir, Unit Diorama Training telah dipercaya oleh puluhan klien dari berbagai perusahaan dan instansi untuk menyelenggarakan

program pelatihan dan konsultasi di berbagai bidang. Hal ini menjadikan unit ini sebagai salah satu unit yang paling diminati di PT Sinergi Membangun Bangsa, dibandingkan dengan unit-unit lainnya. Angka pastinya tidak dapat disebutkan karena bersifat rahasia perusahaan, namun data internal menunjukkan bahwa kontribusi Unit Diorama Training terhadap total jumlah klien perusahaan secara keseluruhan sangat signifikan.



Dengan fokus pada pelatihan berbasis simulasi, Diorama Training mampu menarik minat perusahaan dan instansi yang membutuhkan solusi praktis dalam pengembangan SDM. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat strategi *customer relations* yang diterapkan dinilai sangat relevan dalam mempertahankan klien jangka panjang.

Keberhasilan ini juga tidak terlepas dari berbagai upaya promosi yang terstruktur dan dirancang secara strategis untuk menjangkau kebutuhan pasar yang spesifik. Unit Diorama Training berhasil menarik banyak klien melalui penerapan strategi promosi yang efektif dan relevan dengan kebutuhan pasar. Promosi dilakukan melalui pendekatan pemasaran langsung, seperti penggunaan media digital, termasuk penggunaan situs web resmi Unit Diorama Training dan platform media sosial mereka. Media ini digunakan untuk menyampaikan informasi tentang program pelatihan, manfaatnya, dan testimoni dari klien sebelumnya. Selain itu, tim pemasaran Diorama Training secara aktif melakukan komunikasi dengan klien

potensial melalui pesan langsung via WhatsApp untuk menawarkan solusi pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

Strategi lain yang diterapkan adalah memanfaatkan hubungan personal dan jaringan profesional, khususnya melalui tim pemasaran yang memiliki pemahaman mendalam tentang industri target. Aktivitas branding juga dilakukan dengan menjaga kualitas pelayanan dan hasil pelatihan yang tinggi, sehingga menciptakan reputasi yang baik di antara klien sebelumnya. Akumulasi dari langkah-langkah ini membentuk kepercayaan klien baru terhadap layanan yang ditawarkan oleh Diorama Training, menjadikannya unit dengan jumlah klien terbanyak di PT Sinergi Membangun Bangsa.

Proses pelayanan klien di Unit Diorama Training dirancang untuk memastikan pengalaman yang efisien dan memuaskan bagi setiap klien. Ketika klien pertama kali menghubungi unit ini, *Customer Relationship Officer* (CRO) akan memberikan respons yang cepat dan ramah untuk menjelaskan layanan yang tersedia. CRO kemudian akan menggali kebutuhan klien dengan menanyakan jenis pelatihan yang diperlukan, tujuan pelatihan, jumlah peserta, serta anggaran yang telah disiapkan.

Berdasarkan informasi yang diberikan, CRO akan menawarkan program pelatihan yang paling relevan dan sesuai dengan kebutuhan klien. Selain itu, mereka juga akan menjelaskan berbagai manfaat dan fasilitas yang termasuk dalam paket pelatihan, seperti materi pelatihan, peralatan pendukung, hingga pelatih profesional yang kompeten di bidangnya.

Selanjutnya, unit ini akan menunjuk seorang *Liaison Officer* (LO) khusus yang bertanggung jawab membantu seluruh kebutuhan operasional selama pelatihan berlangsung. LO akan memastikan setiap aspek pelatihan, termasuk fasilitas, materi, dan jadwal, berjalan sesuai dengan ekspektasi peserta. Pada akhir pelatihan, peserta akan menerima sertifikat sebagai tanda telah menyelesaikan pelatihan, serta *souvenir* yang di design sesuai dengan identitas Unit Diorama Training. Selain itu, untuk terus meningkatkan layanan, peserta juga akan diminta untuk mengisi form testimoni yang menjadi salah satu strategi untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan klien terhadap Unit Diorama Training.

Peran *Liaison Officer* (LO) tidak hanya sebatas memastikan kelancaran operasional pelatihan, tetapi juga menjadi penghubung antara peserta dan tim pelatihan. LO bertanggung jawab untuk menangani setiap kebutuhan atau permintaan khusus dari peserta selama program berlangsung, serta menjadi titik kontak utama untuk menyelesaikan masalah yang mungkin muncul. Dengan demikian, LO berfungsi sebagai wajah utama unit dalam menjaga hubungan positif dengan peserta, yang pada gilirannya dapat mempertahankan komitmen mereka terhadap layanan yang disediakan oleh Diorama Training.

Meskipun PT Sinergi Membangun Bangsa khususnya unit Diorama Training telah mencapai keberhasilan yang signifikan, tantangan dalam menjaga hubungan dengan klien tetap ada. Salah satu tantangan terbesar adalah memastikan bahwa program pelatihan tetap relevan dan memenuhi ekspektasi klien yang terus berkembang. Selain itu, persaingan dalam industri pelatihan semakin ketat, dengan banyaknya penyedia jasa yang menawarkan program serupa.

Hal ini menyoroti pentingnya upaya *Customer Relationship Management* (CRM) dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan klien, terutama di tengah persaingan internal maupun eksternal dalam industri pelatihan. PT Sinergi Membangun Bangsa dengan 23 unitnya memiliki strategi pemasaran dan pendekatan tersendiri dalam menarik serta mempertahankan klien, sehingga persaingan antar-unit dalam perusahaan tidak dapat dihindari. Kondisi ini memungkinkan klien untuk berpindah dari satu unit ke unit lainnya dalam perusahaan yang sama apabila mereka menemukan layanan yang dianggap lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

Selain adanya persaingan internal, kompetisi eksternal dalam sektor jasa pelatihan juga semakin meningkat dengan bertambahnya jumlah penyedia pelatihan lain yang menawarkan program serupa. Klien memiliki lebih banyak alternatif dalam memilih penyedia pelatihan, baik di dalam PT Sinergi Membangun Bangsa maupun di luar perusahaan. Oleh karena itu, menjaga hubungan baik dengan klien menjadi suatu aspek yang krusial dalam mempertahankan komitmen mereka dalam memilih Unit Diorama Training.

Penerapan CRM yang efektif dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kepuasan klien melalui komunikasi yang lebih personal, pemahaman yang lebih mendalam terhadap kebutuhan mereka, serta pemberian layanan yang berkelanjutan. Dengan demikian, Unit Diorama Training perlu mempersiapkan upaya dalam strategi CRM agar dapat terus bersaing dan menjadi pilihan utama bagi klien di tengah dinamika industri pelatihan yang kompetitif. Tanpa adanya hubungan yang berkelanjutan, mereka bisa saja beralih ke penyedia lain yang menawarkan layanan lebih inovatif atau harga lebih kompetitif. Oleh karena itu, PT Sinergi Membangun Bangsa perlu terus berupaya dalam *customer relationship management* untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya.

Merujuk pada pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan upaya PT Sinergi Membangun Bangsa, khususnya pada unit Diorama Training, dalam menjaga hubungan baik dengan klien.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Upaya PT Sinergi Membangun Bangsa Unit Diorama Training Dalam Menjaga Hubungan Baik Dengan Klien?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami Upaya PT Sinergi Membangun Bangsa Unit Diorama Training Dalam Menjaga Hubungan Baik Dengan Klien.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam penelitian ini dapat dilihat dari dua aspek, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut :

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Harapan dari hasil penelitian ini adalah memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi secara umum, terutama dalam bidang Marketing *Public relations*. Selain itu, diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang memberikan manfaat bagi penelitian serupa yang akan dilakukan di masa depan.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan evaluasi kepada PT Sinergi Membangun Bangsa di Unit Diorama Training dalam upaya menjaga hubungan baik dengan para kliennya.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dimaksudkan agar pembaca dapat memahami penelitian ini secara jelas dan mendetail.

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum permasalahan yang menjadi fokus penelitian. Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat yang diharapkan dari aspek teoritis dan praktis, serta menjelaskan rancangan penelitian melalui sistematika penulisan.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijelaskan landasan teori secara konseptual dan sistematis. Penulis memilih literatur yang relevan dengan permasalahan, seperti konsep komunikasi, *public relations*, *customer relations*, pelayanan prima dan klien. Disajikan pula kerangka pemikiran untuk mengilustrasikan pola penelitian.

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam metodologi penelitian, dijelaskan tentang pendekatan penelitian kualitatif yang mencakup tahapan-tahapan penelitian dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Proses ini meliputi observasi terhadap objek dan subjek penelitian, identifikasi sumber data, penggunaan teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, penerapan teknik analisis data, verifikasi keabsahan data, serta penentuan lokasi dan jadwal penelitian.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil yang telah dianalisis berdasarkan data yang dikumpulkan dalam penelitian. Selain itu, bagian ini juga memberikan pembahasan mendalam tentang temuan-temuan yang ada, serta interpretasi terhadap data yang diperoleh. Pembahasan ini bertujuan untuk menghubungkan hasil penelitian dengan

teori atau literatur yang relevan, sehingga memberi pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

## **BAB V : PENUTUP**

Pada bagian terakhir ini memuat ringkasan temuan penelitian yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya. Selain itu, bab ini juga mencakup rekomendasi dan keterbatasan pengetahuan maupun pengalaman penulis terkait penelitian yang dilakukan.

