

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Perusahaan

Praktik kerja magang yang dilaksanakan dalam laporan ini yaitu di CV Fivot atau Fivot Skincare. Fivot Skincare merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang industri kecantikan, yang sudah berdiri sejak tahun 2009 oleh dr. Elia Maskun S.L. Fivot Skincare menyediakan berbagai macam perawatan secara menyeluruh, yang tidak hanya perawatan untuk wajah saja, melainkan perawatan untuk badan juga tersedia (Fivot Skincare, 2017). Fivot Skincare merupakan sebuah klinik kecantikan yang berorientasi pada hasil jangka panjang untuk pelanggan, sehingga produk- produknya menggunakan bahan natural premium yang bertujuan bukan hanya membuat kulit menjadi cantik, tetapi juga sehat.

Bahan natural premium, menjadi hal utama dari Fivot Skincare karena hal tersebut didasari oleh pengalaman dr. Maskun dalam prakteknya sebagai dokter estetika, di mana banyak pasien yang mengeluhkan adanya efek negatif seperti kemerahan dan kulit menjadi terasa tipis setelah penggunaan dalam jangka waktu panjang. Melalui video perkenalannya pada kanal youtube Fivot Skincare, dr. Maskun menceritakan perjalanan profesinya yang berawal sebagai dokter umum tetapi kemudian terjun ke dunia estetika karena banyaknya pasien yang menanyakan masalah kecantikan wajah ketika berkonsultasi.

Pada awalnya, dr. Maskun menggunakan krim pemutih wajah dengan dosis yang cukup tinggi karena akan memberikan hasil yang cepat, sehingga banyak pasien yang merasa puas. Lambat laun dengan sejalannya waktu, banyak keluhan dan masukan dari pasien mengenai cream whitening yang mengakibatkan wajah memerah, dari kejadian tersebut menjadi titik balik dr. Maskun untuk mengubah seluruh visi dan misi klinik, yang bukan hanya mementingkan hasil saja tetapi mengutamakan

kesehatan dan kecantikan jangka panjang untuk para pasien di klinik kecantikan Fivot Skincare. Hal tersebut didasari karena dr. Maskun sendiri memiliki ketertarikan yang sangat besar terhadap pengembangan produk. Berbekal ilmu yang dimilikinya dan ditambah oleh dukungan para kolega, menjadikan dr. Maskun bisa mengembangkan berbagai produk hingga natural dengan bahan-bahan premium yang tidak hanya bisa mengatasi permasalahan kulit, tetapi juga bisa tetap mempertahankan, bahkan mendukung kesehatan kulit dalam jangka panjang.

Dalam melakukan penyebaran informasi, Fivot Skincare menggunakan berbagai media untuk menginformasikan kepada para calon konsumen dan konsumen potensialnya melalui website, youtube, twitter, facebook dan instagram @fivotskincare. Fivot Skincare mengangkat *tagline "Beauty Is Yours"* sebagai *company branding* agar diingat oleh target pasarnya. Penggunaan tagline tersebut memiliki makna tersendiri bagi Fivot Skincare untuk mempengaruhi konsumen bahwa setiap orang berhak untuk menjadi cantik dan Fivot Skincare hadir untuk membantumewujudkan hak tersebut dengan mengatasi berbagai kebutuhan masalah kulit yang dialami.

Berdirinya Fivot Skincare menjadikan bisnis ini terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, sehingga Fivot Skincare sampai saat ini sudah memiliki 3 (tiga) klinik di Tangerang (Fivot Skincare, 2017) yaitu:

- a. Fivot Kutabumi, merupakan klinik utama yang sudah berdiri sejak tahun 2009
- b. Fivot Gading Serpong, merupakan cabang kedua yang diresmikan pada tahun 2015 untuk mengakomodasi pasien-pasien dr. Maskun yang berada di daerah Gading Serpong dan Serpong
- c. Fivot Pasar Kemis, merupakan cabang ketiga yang baru diresmikan pada September 2020 lalu.

Untuk memberikan pelayanan yang menyeluruh kepada konsumen, Fivot Skincare memberikan program *membership* kepada para pasien yang sudah berkonsultasi dan kepada loyal konsumen. Fivot Skincare memiliki

2 (dua) jenis *membership* yaitu *regular member* dan *priority member*. Ketika konsumen sudah melakukan transaksi di Fivot Skincare, maka konsumen tersebut sudah otomatis masuk dalam *regular member*, dan jika konsumen tersebut melakukan transaksi lebih dari Rp 7.000.000 dalam satu tahun maka konsumen tersebut akan *upgrade* menjadi *priority member*. Perbedaan dari kedua member tersebut dapat terlihat dari *cashback* yang diberikan, ketika konsumen melakukan transaksi dengan minimal Rp 100.000 maka pada *regular member* konsumen mendapatkan *cashback* sebesar Rp 2.500, sementara untuk *priority member* konsumen akan mendapatkan *cashback* sebesar Rp 5.000 dan *cashback* tersebut berlaku untuk kelipatan. Perbedaan lain adalah fasilitas yang diberikan, *priority member* mendapatkan fasilitas yang lebih banyak dibandingkan dengan *regular member*.

Hingga saat ini, Fivot Skincare menjadi pelopor klinik kecantikan di salah satu cabangnya karena memiliki berbagai kelebihan, yaitu:

- a. Menyediakan berbagai produk untuk segala kebutuhan dan segala budget
- b. Merupakan klinik dengan alat-alat treatment yang paling lengkap dan modern untuk Kecamatan Pasar Kemis dan sekitarnya
- c. Terapis Fivot skincare adalah terapis-terapis profesional dengan memiliki sertifikasi Nasional
- d. Memberikan garansi tukar produk dalam 10 hari dari tanggal pembelian apabila ada ketidakcocokan dengan produk yang dipakai
- e. Memberikan bonus, cash back, point reward dan hadiah-hadiah yang menarik untuk pelanggan-pelanggan kami yang telah menjadi member Fivot Skincare
- f. Menyediakan layanan konsultasi online, pembelian online dan pengiriman online untuk pelanggan-pelanggan Fivot skincare yang karena kendala waktu dan jarak tidak bisa langsung ke klinik.

Lama berdirinya Fivot Skincare hingga saat ini tidak memudahkan eksistensinya sebagai klinik kecantikan, karena pelayanan dan kualitas yang diberikan oleh Fivot Skincare kepada para konsumen menjadi hal

utama mereka, sehingga Fivot Skincare dapat terus maju dan berkembang dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumennya.

2.1.2 Logo Fivot Skincare

Gambar 2.1 Logo Fivot Skincare



Sumber : Data Olahan Laporan Tahun, 2020

Fivot Skincare memiliki logo berbentuk tulisan “FIVOT” yang merupakan singkatan dari *Fiat Voluntas Tua* dari bahasa latin, yang jika diterjemahkan yaitu *Terjadilah Sesuai Kehendakmu*. Penggunaan nama tersebut memiliki arti yang mendalam, seperti iman dan keyakinan yang dimiliki oleh dr. Maskun bahwa keberadaan dan keberlangsungan klinik Fivot Skincare pastinya tidak terlepas dari kehendak tuhan, dan memberikan harapan bahwa segala sesuatu keberlangsungan praktek dan pelayanan yang diberikan oleh Fivot Skincare dilakukan dengan adanya kehendak tuhan yang maha kuasa.

2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Fivot Skincare telah menetapkan visi yaitu *“Happy customer with healthy and natural beauty, by combining go natural product and up to date technology”*. Visi tersebut dimaksudkan bahwa Fivot Skincare ingin membuat para konsumen bahagia dengan mendapatkan kecantikan secara

sehat dan alami dengan memadukan produk alami karena Fivot Skincare menggunakan bahan alami serta alat-alat yang digunakan dengan teknologi terkini yang pastinya *treatment* yang dilakukan akan bekerja secara maksimal.

Setelah mengetahui visi tersebut, maka Fivot Skincare mempunyai misi yaitu:

- a. Klinik yang bisa memberikan *excellent service* yang bisa membuat pelanggan tersenyum dan memberikan kepuasan kepada pelanggan
- b. Klinik yang bisa menyediakan produk perawatan yang berkualitas dengan bahan-bahan natural yang mengutamakan keamanan dan kesehatan pelanggan dalam jangka Panjang
- c. Klinik yang memanfaatkan teknologi terbaru yang bisa memuaskan dan memudahkan pelanggan, baik dalam hal alat treatment, pemesanan produk, pelayanan maupun *system reward*.

2.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

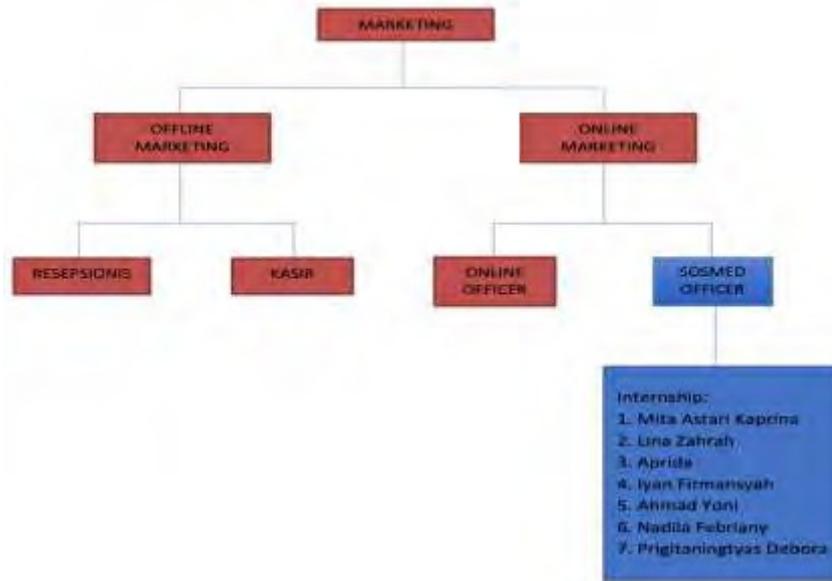
Diagram 2.1 Struktur Organisasi Fivot Skincare



Sumber : Data Olahan Laporan Tahun, 2020

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Diagram 2.2 Divisi Marketing



Sumber : Data Olahan Laporan Tahun, 2020

Melihat bagan di atas, peserta praktik kerja magang menempati posisi pada divisi *Social Media Officer*. Divisi *Social Media Officer* dibawah langsung oleh departemen marketing pada bagian *online marketing*. Peserta praktik kerja magang ditempatkan pada divisi *Social Media Officer* untuk media sosial instagram sebagai *content creator* yang membuat ide-ide, mengeksekusi ide, membuat desain, serta membuat *caption*. Selain itu, membantu untuk merancang kegiatan yang ingin atau sedang dijalankan oleh Fivot Skincare. Pada divisi *Social Media Officer* memiliki tanggung jawab dalam memproduksi konten yang bermanfaat dan menarik untuk dipublikasikan di media sosial instagram Fivot Skincare. Dengan mengikuti perkembangan tren dunia kecantikan saat ini, maka dari itu pembuatan konten harus sesuai dan semenarik mungkin agar calon konsumen atau konsumen potensial dapat tergugah dan melakukan aksi untuk berkonsultasi dan melakukan treatment di klinik kecantikan Fivot Skincare.