

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo B Clinic Slimming & Aesthetic
Sumber: PT. Cantik Putih Indonesia, 2024.

Sebagai perusahaan kosmetik yang didirikan pada tahun 2020, B Clinic telah berhasil dalam melayani konsumen untuk treatment produk kecantikan dan saat ini sudah mempunyai lebih dari 17 cabang yang tersebar di Pulau Jawa. B Clinic telah meluncurkan rangkaian produk *skincare drug store* yang bermerk "BC SKIN" dengan *tagline* "Brings Clinic to Your Home" (Liputan6.com, 2022).

BC SKIN hadir dengan berbagai rangkaian *skincare* yang dapat disesuaikan dengan jenis dan kebutuhan kulit, dengan menggunakan bahan-bahan terbaik yang mendatangkan ragam manfaat untuk kesehatan serta perawatan kulit yang berkualitas. Selaras dengan *tagline* yang mereka angkat, BC Skin memiliki misi agar semua orang dapat turut serta merasakan manfaat klinik kecantikan yang dapat dipergunakan di rumah setiap harinya.

Produk pertama yang dirilis perusahaannya adalah BC Skin Blueberry Mask yang diluncurkan pada tanggal 9 Desember 2022 di Grand Hyatt, Jakarta dengan menggunakan tema "Journey of B Clinic". Acara tersebut dihadiri lebih dari 150

undangan yang adalah *Brand Ambassador* B Group, yakni Anjasmara, Amanda Manopo, Sahila Hisyam, Harris Vriza, Haviza Devi, Nabila, Ilyas, Kezia Warrouw, dan Wisnu Wardhana (Papabear). Acara ini juga dimeriahkan oleh Tiara Andini dan Andmesh sebagai bintang tamu.

Peluncuran produk tersebut dinyatakan oleh dr.Hervita selaku owner dan CEO dari BC SKIN. BC SKIN Blueberry Mask sebagai produk *wash-off gel mask* yang mempunyai *ingredients utama* ekstrak blueberry, Niacinamide, Castor Oil, Royal Jelly Extract, maupun Salicylic Acid. Produknya dinilai dapat menghadirkan sensasi dingin yang bermanfaat untuk dapat mencerahkan, melembabkan, menenangkan, sekaligus mengangkat sel-sel kulit mati, sehingga juga dapat berfungsi sebagai bahan antioksidan yang efektif (Liputan6.com, 2022).

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi :

“Membawa klinik kosmetik ke dalam rumah”

Visi ini mengindikasikan adanya suatu komitmen dan tekad yang kuat dari B Clinic untuk menghadirkan perawatan kulit yang dapat diakses seluruh pelanggan di dalam rumah, dimana mereka dapat menjalankan perawatan kulit mereka masing-masing dengan praktis dan berkualitas, seperti halnya dengan klinik kosmetik bintang 5.

Misi :

1. Menyajikan produk perawatan kulit yang efektif dan terjangkau

Hal ini selaras dengan komitmen B Clinic untuk senantiasa menawarkan produk-produk perawatan kulit yang menggunakan bahan-bahan terbaik dan efektif untuk merawat kesehatan kulit, tanpa harus mengorbankan kualitas. Produk-produk dari rangkaian BC SKIN dirancang untuk dapat disesuaikan dengan jenis kulit dan kebutuhan konsumen yang berbeda, menjadikan setiap orang bisa mendapatkan manfaat dari produk perawatan kulit yang tepat.

2. Menyediakan akses kemudahan serta kenyamanan

Tujuan besar B Clinic adalah untuk menghadirkan suatu perawatan kulit yang pada umumnya hanya tersedia di klinik kecantikan bergensi dapat diakses dari rumah. Dengan produk yang praktis, seperti masker wajah dan serum yang dirancang untuk penggunaan sehari-hari, konsumen dapat merawat kulit mereka dengan mudah tanpa harus mengunjungi klinik secara langsung.

3. Memberdayakan konsumen dengan pengalaman serta pengetahuan mengenai perawatan kulit yang baik

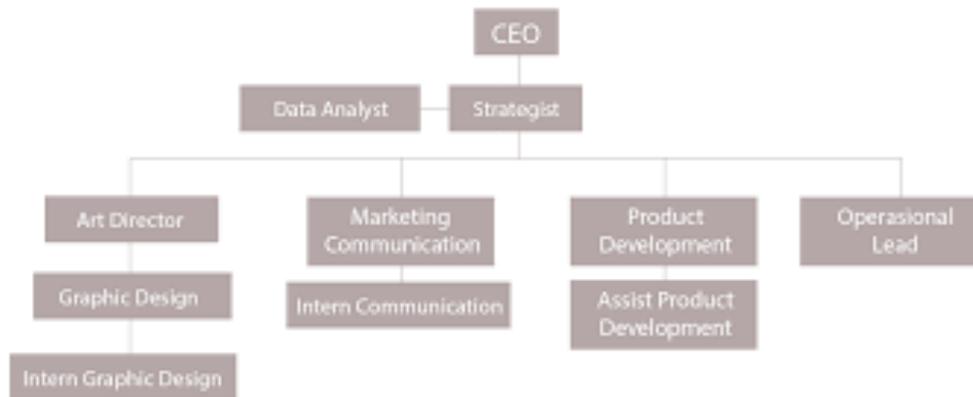
B Clinic memegang komitmen untuk mengedukasi konsumen mengenai pentingnya perawatan kulit yang tepat dengan memberikan informasi tentang produk-produk yang digunakan, serta bagaimana cara menggunakannya secara efektif. Dengan demikian, konsumen tidak hanya mendapatkan produk perawatan kulit berkualitas, tetapi juga pengetahuan yang dapat membantu mereka merawat kulit dengan lebih baik.

4. Inovasi serta pengembangan berkelanjutan

B Clinic senantiasa mengadakan inovasi dalam upaya pengembangan produk *skincare* yang mengikuti perkembangan tren dan kebutuhan pasar, serta berfokus pada pemilihan bahan-bahan alami yang aman dan bermanfaat untuk kulit.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

2.3.1 Struktur Organisasi B Clinic



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Cantik Putih Indonesia
Sumber: PT. Cantik Putih Indonesia, 2024.

Adapun PT. Cantik Putih Indonesia dikepalai dan dipimpin oleh CEO, yang mana dibawahnya dibagi ke dalam berbagai divisi, baik divisi kreatif, divisi komunikasi, pengembangan produk, maupun operasionalnya. Kemudian, terdapat data analyst dan strategist yang merupakan asisten dari CEO, yang tugasnya untuk menyajikan brief untuk seluruh divisi mengenai produk yang diluncurkan, baik upaya analisis *data customer*, strategi bisnis dan juga konsep. Kemudian, setelah melaksanakan upaya menelaah data produk yang diharapkan konsumen serta memperoleh strategi/konsep yang sesuai, maka divisi *strategist* akan menjalankan kegiatan pertemuan dan pertukaran pendapat dengan seluruh divisi.

Dalam divisi kreatif terdapat *graphic designer*, *intern graphic design*, maupun *art director* yang berkontribusi pada pembentukan tampilan visual dari B Clinic. Kemudian, terdapat divisi komunikasi dan pemasaran, yang tugasnya dalam mempersiapkan seluruh kebutuhan terkait dengan penjualan dan promosi produk sekaligus mengatur keperluan media sosial dan *key opinion leader* (KOL). Selain itu, terdapat divisi operasional yang bertugas pada bagian stok barang, pengiriman dan keperluan operasional perusahaan.