BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Centrepoint Healthcare

PT Centrepoint Healthcare berdiri sejak 28 November 2011 sebagai salah satu perseroan terbatas di Indonesia yang telah resmi terdaftar dibawah naungan Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Awalnya, perusahaan ini bergerak di bidang layanan kesehatan, namun seiring berjalannya waktu, PT Centrepoint Healthcare bertransformasi menjadi penyedia layanan kecantikan medis dengan berfokus pada pengembangan klinik estetika bernama De-Hair Laser & Aesthetics pada 2014. Klinik ini berfokus pada berbagai jenis perawatan, seperti *Laser Hair Removal*, *Photofacial Treatment*, *Crystal Radiant Facial*, *Whitening Treatment*, *Hollywood Skin Tightening*, *Skin Booster*, dan lainnya (PT Centrepoint Healthcare, 2020). Dengan pengalamannya di industri kecantikan medis selama 12 tahun, De-Hair Laser & Aesthetics berhasil dikenal sebagai salah satu klinik penyedia *laser hair removal* terkemuka di Jakarta Selatan. Per 2025, De-Hair Laser and Aesthetics juga mulai memperluas jangkauannya di Tangerang Selatan dan Jakarta Pusat, tepatnya cabang Gading Serpong dan Menteng.

De-Hair Laser & Aesthetics terus berkomitmen untuk menjadikan keamanan, keefektifan, dan kenyamanan pasien sebagai prioritas yang harus di jaga. Oleh karena itu, semua perawatan dan pelayanan yang diberikan merupakan yang terbaik, seperti pekerja medis yang telah bersertifikat dan teknologi medis yang telah teruji serta disetujui oleh FDA (*Food and Drug Administration*). Salah satu teknologi unggulan yang digunakan oleh De-Hair Laser & Aesthetics adalah ALMA Laser yang membuat *brand* dikenal sebagai salah satu klinik penyedia *laser hair removal* terkemuka di Jakarta Selatan.

Saat ini, De-Hair Laser & Aesthetics telah memiliki 7 cabang yang tersebar di wilayah Jakarta Pusat, Jakarta Selatan & Tangerang Selatan, diantaranya Kemang sebagai lokasi pusat klinik, Gandaria City Mall, Mall of Indonesia, Central Park Mall, Gunawarman, Menteng, dan Gading Serpong.

2.2 Visi Misi De-Hair Laser & Aesthetics

Sebagai salah satu klinik kecantikan medis, tentunya De-Hair Laser & Aesthetics memiliki visi dan misi yang diterapkan dalam perusahaan. Berikut ini merupakan visi misi perusahaan yang telah diolah oleh penulis:

VISI

To be the premier destination where beauty meets medical aesthetics, setting the standard for excellence and innovation in the industry.

MISI

Elevating Beauty and Cultivating Excellence.

1) *Commited* → De-Hair Laser and Aesthetics bertekad untuk menjadikan keamanan, kenyamanan, dan kepuasan pasien sebagai prioritas. Komitmen *brand* terhadap pasien ditunjukkan melalui protokol medis yang ketat, tenaga profesional bersertifikat, serta pendampingan *pascatreatment* yang menyeluruh.
2) *Transformative* → Setiap layanan dirancang untuk mengubah penampilan dan rasa percaya diri pasien. Klinik selalu berusaha memberikan hasil yang dapat "mentransformasi" setiap kebutuhan dan kualitas hidup pasien dalam jangka panjang.
3) *Personalized* → De-Hair Laser and Aesthetics memahami bahwa kondisi kulit dan keinginan estetika setiap orang berbeda. Oleh karena itu, klinik menggunakan pendekatan perawatan yang dipersonalisasi, dimulai dari konsultasi menyeluruh, analisis kulit, dan rencana *treatment* yang disesuaikan dengan kebutuhan setiap pasien.
4) *Collaboration* → Keunggulan klinik terletak pada kerja sama antara dokter, perawat, dan pasien. Pasien terlibat secara aktif dalam setiap keputusan perawatan dan tim medis yang berkolaborasi untuk berbagi pengetahuan dan memberikan pilihan terbaik untuk klien.
5) *Innovation* → De-Hair Laser and Aesthetics senantiasa mengadopsi teknologi dan metode terkini, seperti Alma Laser, Venus Freeze, dan Skin Booster

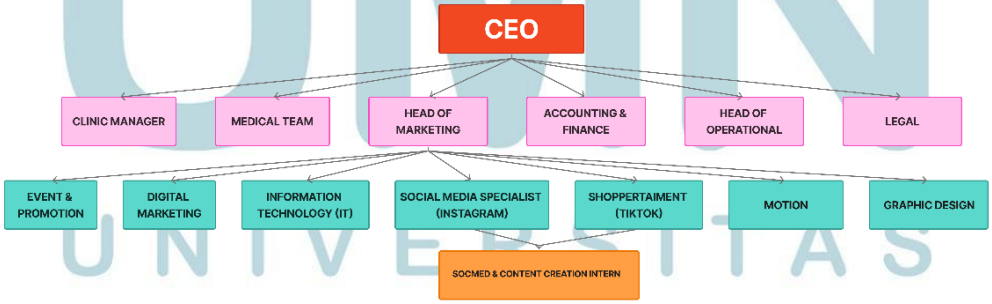
terbaru, serta rutin mengikuti pelatihan dan riset untuk memastikan perawatan mutakhir dan *evidence-based*.

6) *Quality* → Untuk memastikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan, klinik menerapkan standar mutu tinggi pada setiap tahap layanan, termasuk audit rutin, sertifikasi alat medis, obat berkualitas tinggi, prosedur higenis, dan *outcome* dari pasien.

2.3 Struktur Organisasi De-Hair Laser & Aesthetics

Struktur organisasi adalah kerangka susunan dan hubungan antara tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang berbeda dalam menjalankan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi (Tewal et al., 2017). Adanya struktur membuat lebih mudah menjalankan fungsi manajemen dalam suatu organisasi atau perusahaan. Dengan kata lain, struktur yang baik adalah yang mendukung efektivitas kerja dengan minimal kompleksitas.

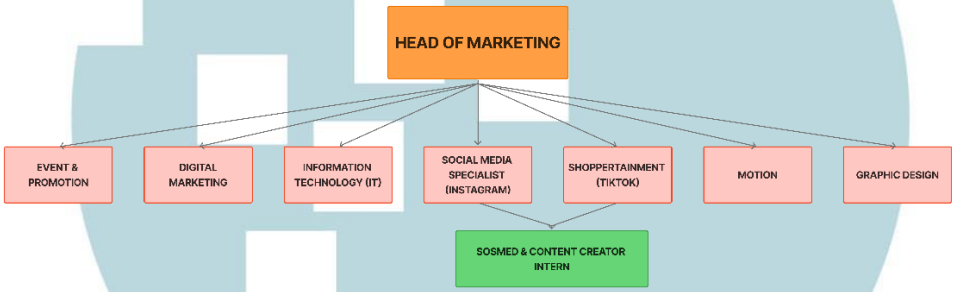
De-Hair Laser & Aesthetics merupakan salah satu klinik kecantikan berlisensi medis yang telah berdiri selama 12 tahun. De-Hair Laser & Aesthetics beroperasi di Indonesia, tepatnya Jakarta Pusat, Jakarta Selatan & Tangerang Selatan. De-Hair Laser & Aesthetics tentunya mempunyai struktur organisasi yang memiliki wewenang dan tanggung jawab yang berbeda di tiap posisinya dalam mencapai tujuan bersama perusahaan. Berikut ini merupakan struktur organisasi secara umum:



Gambar 2.1 Struktur Organisasi De-Hair Laser & Aesthetics

Sumber: Dokumen Perusahaan Yang Diolah Oleh Penulis (2025)

Terdapat beberapa divisi yang memiliki wewenang dan peranan masing-masing untuk tercapainya sebuah tujuan perusahaan, yakni sebagai klinik estetika berlisensi medis yang terus berkomitmen memberikan keamanan, keefektifan, dan kenyamanan bagi pasien. Untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut, tentunya perusahaan membutuhkan *Department Marketing* untuk memperkenalkan dan mempromosikan *brand* kepada audiens, baik secara *online* maupun *offline*.



Gambar 2.2 Struktur Department Marketing

Sumber: Dokumen Perusahaan Yang Diolah Oleh Penulis (2025)

Departemen *Marketing* bertanggung jawab terhadap keseluruhan pemasaran dari awal hingga akhir. Mulai dari proses pembuatan materi pemasaran dan strategi pemasaran hingga tahapan eksekusi. Berikut ini merupakan deskripsi tugas dari masing-masing posisi di Departemen *Marketing* dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. *Head of Marketing*

Bertanggung jawab atas perencanaan strategis, pelaksanaan, dan pengawasan seluruh aktifitas pemasaran perusahaan. *Head of Marketing* juga menjadi penghubung utama antara strategi bisnis perusahaan dengan aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh berbagai sub-divisi, seperti *event & promotion*, *digital marketing*, *information technology*, *social media specialist*, *shoppertaiment*, *motion*, dan *graphic design*. Selain itu, *Head of Marketing* juga membina *sosmed & content creator intern* yang membantu operasional konten harian.

B. *Event & Promotion*

Bertanggung jawab untuk merencanakan dan melaksanakan berbagai kegiatan promosi merek, baik secara *offline* maupun *online*. Divisi ini memiliki tugas utama dalam menyusun konsep acara yang menarik, kreatif, dan tentunya tetap relevan dengan tujuan kampanye pemasaran yang dijalankan. Selain itu, bagian ini juga berperan dalam membangun *brand engagement* secara langsung melalui interaksi fisik maupun virtual.

C. *Digital Marketing*

Bertanggung jawab dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang mencakup SEO (*Search Engine Optimization*), SEM (*Search Engine Marketing*), *email marketing*, serta pengelolaan iklan digital berbayar di berbagai platform. Selain itu, divisi ini juga bertanggung jawab untuk menganalisis seluruh kinerja kampanye pemasaran menggunakan alat analitik seperti *Google Analytics* dan *Google Ads*.

D. *Information Technology (IT)*

Bertanggung jawab dalam pemeliharaan dan pengembangan *website*, pengelolaan alat digital seperti CRM, CMS, dan *software* otomasi, serta penyediaan solusi untuk masalah teknis. Tim IT juga bertanggung jawab untuk menjaga data dan sistem digital yang digunakan oleh seluruh tim marketing, serta melakukan *backup* dan pemeliharaan sistem secara teratur.

E. *Social Media Specialist (Instagram)*

Bertanggung jawab dalam mengelola aktivitas harian perusahaan di *platform* Instagram. Posisi ini juga bertanggung jawab dalam perencanaan dan penjadwalan konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan identitas visual dan *tone of voice* dari *brand*, termasuk dengan *caption* yang disesuaikan dengan isi konten dan target audiensnya. Selain itu, mereka juga melakukan analisis performa konten melalui fitur *insight* Instagram untuk mengetahui seberapa efektif, jangkauan, dan keterlibatan strategi yang digunakan.

F. *Shoppertaiment (Tiktok)*

Bertanggung jawab dalam membuat konten video pendek yang kreatif, interaktif, dan relevan dengan audiens TikTok, dengan tujuan utama untuk mendukung aktivitas pemasaran dan meningkatkan konversi penjualan secara tidak langsung. Memahami algoritma TikTok sangat penting untuk memastikan bahwa setiap konten memiliki kemungkinan besar untuk muncul di laman FYP dan mendapatkan impresi terbaik.

G. *Motion*

Bertanggung jawab dalam merancang dan membuat animasi, *bumper* video, infografis bergerak, dan transisi visual untuk mendukung cerita dan *branding* adalah tanggung jawab utama posisi ini. Seorang *motion designer* yang bekerja di bidang pemasaran harus memiliki kemampuan untuk mengubah brief kreatif menjadi konten dinamis yang dapat menarik perhatian audiens, terutama di *platform online* seperti Instagram, TikTok, dan media iklan lainnya. *Motion Designer* tidak hanya bekerja secara mandiri, tetapi juga berkolaborasi dengan tim konten, spesialis sosial media, dan desainer grafis untuk memastikan bahwa semua karya konsisten secara visual dan meningkatkan narasi merek.

H. *Graphic Design*

Bertanggung jawab dalam membuat berbagai materi visual yang digunakan dalam pemasaran *online* dan *offline*, seperti *feeds* Instagram, *cover content*, *digital banner*, *flyer campaign*, dan lainnya sesuai dengan perencanaa strategi pemasaran.

I. *Social Media & Content Creation Intern*

Ini merupakan posisi penulis selama praktik kerja magang yang bertanggung jawab dalam mendukung operasional tim media sosial, terutama di Instagram dan TikTok. Posisi ini membantu tim sosial media dan tim *shoppertainment* dalam membuat dan memastikan adanya konten harian yang diunggah. Dibalik itu, posisi ini juga memiliki tanggung jawab yang serupa dengan tim sosial media dan tim *shoppertainment*, mulai dari menganalisis

suatu tren konten, membuat *content planning*, mengeksekusi konten, *editing* ringan, pembuatan *caption content*, hingga mengunggah konten.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA