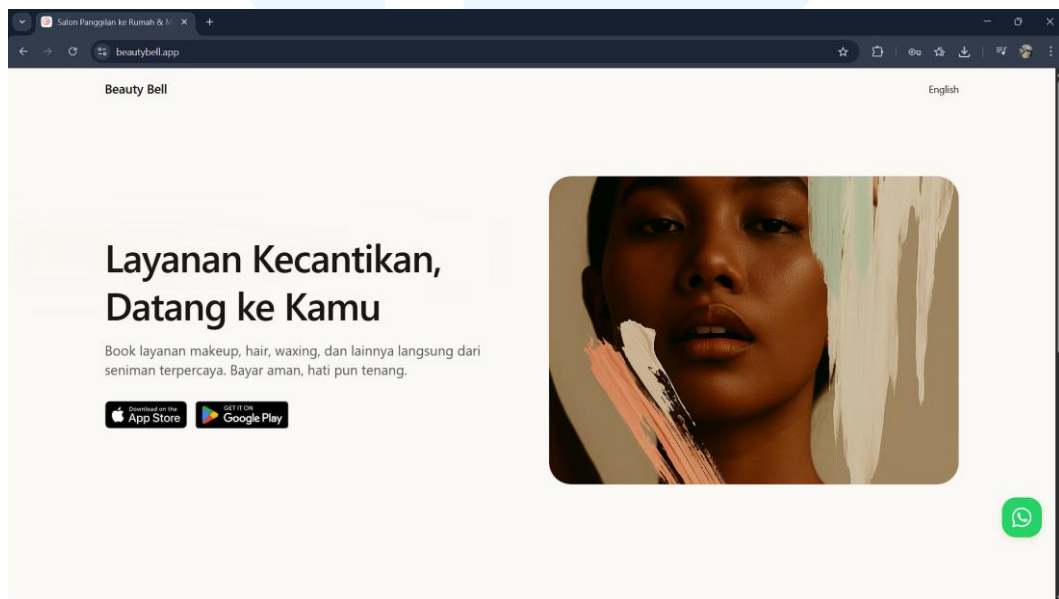


BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

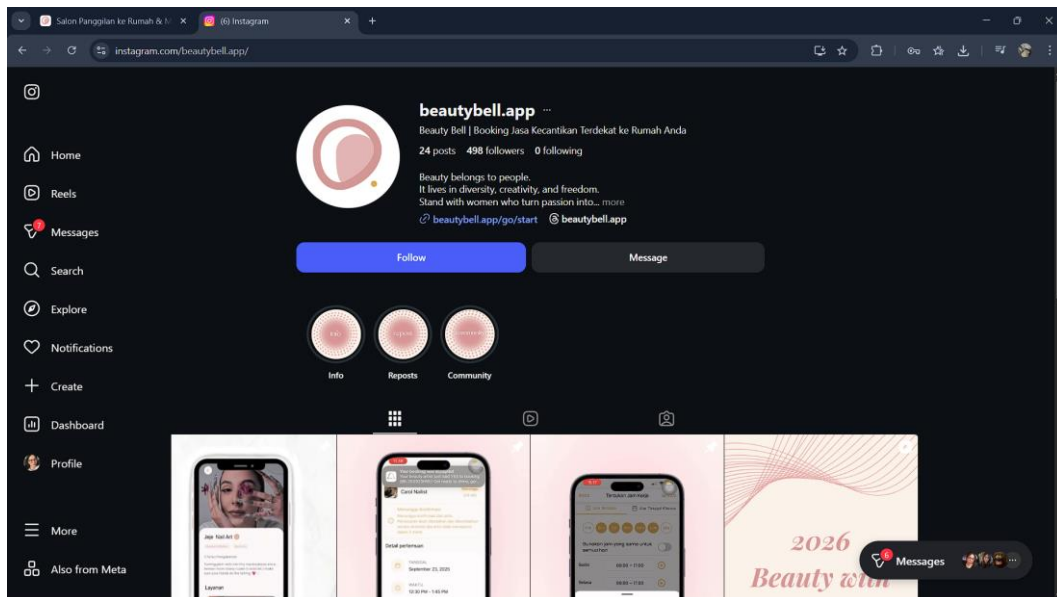
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

BeautyBell merupakan sebuah perusahaan *startup* yang berjalan di dalam industri kecantikan. BeautyBell menyediakan sebuah *platform* digital yang menghubungkan *customers* dengan tenaga profesional kecantikan seperti *makeup artist*, *hair stylist*, *nail artist*, dan berbagai macam tenaga profesional kecantikan lainnya. BeautyBell pertama didirikan pada tahun 2018 dan kantor pertamanya terletak di Jakarta lalu berkembang ke berbagai kota seperti Bandung dan Surabaya kemudian kantornya pindah ke Taman Permata Palem Blok D.36, Cirimekar, Cibinong, Bogor, Jawa Barat, 16917 (BeautyBell, 2026)



Gambar 0. Website BeautyBell

Sumber: Website BeautyBell (2026)



Gambar 2.2. Instagram BeautyBell
 Sumber: Instagram BeautyBell (2026)

BeautyBell fokus kepada layanan “*Beauty service on demand*” dimana *customers* bisa mengundah aplikasi BeautyBell lalu melihat semua harga, jasa dan juga portfolio yang ditunjukkan oleh tenaga profesional kecantikan atau *beauty artists*. Platform digital ini disediakan oleh BeautyBell untuk memudahkan *customer* untuk mencari *beauty artist* yang cocok untuk acara tertentu dan BeautyBell juga membantu *beauty artist* untuk mempromosikan layanan yang mereka sediakan di platform digital yang mudah untuk digunakan. Ada beberapa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh perusahaan BeautyBell. Berikut merupakan SWOT Analysis di perusahaan BeautyBell :

<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Platform digital yang mudah untuk digunakan: semua layanan, booking, <i>appointment schedule</i> bisa dilakukan didalam satu aplikasi. 2. Potensi untuk berkembang di berbagai macam kota kecil lainnya dengan permintaan yang tinggi.
-----------------	--

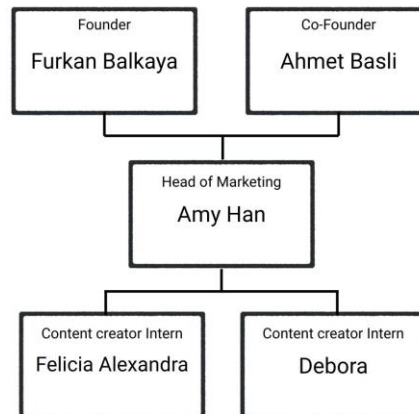
	3. Mampu menyesuaikan waktu dan lokasi sesuai dengan pengguna platform digital tersebut.
<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Brand Awareness</i> masih terbatas dibandingkan dengan platform digital kecantikan lainnya. 2. Layanan kecantikan <i>platform</i> digital tersebut belum berkembang ke kota-kota kecil. 3. Biaya operasional yang tinggi dibutuhkan untuk pertumbuhan dan perkembangan <i>startup</i>.
<i>Opportunities</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu berkolaborasi dengan brand kosmetik ataupun dengan <i>influencer/KOL</i> untuk memperluas <i>brand awareness</i> dan juga pemasaran platform digital. 2. Mampu mengembangkan <i>platform</i> digital dalam perkembangan era digital yang terjadi di dalam Indonesia. 3. Mampu untuk mengembangkan jenis layanan yang disediakan dengan menjual produk kecantikan ataupun menambahkan fitur <i>membership</i>.
<i>Threats</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan yang ketat antara layanan kecantikan lainnya. 2. Ketidakstabilan ekonomi dengan pengeluaran yang dibutuhkan untuk mengembangkan <i>startup</i>. 3. Kebutuhan sumber daya manusia yang tinggi untuk mengurus layanan digital dengan berpotensi untuk menambah biaya operasional.

Tabel 0. SWOT . Analisis Pribadi

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Menurut Gareth R. Jones (2017), Struktur Organisasi merupakan sebuah sistem mengenai hubungan kerja yang dapat menenrukan bagaimana sebuah kelompok atau individu bisa berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan. BeautyBell adalah

sebuah perusahaan yang fokus kepada *digital marketing* dan juga kreatif untuk menunjukkan *brand awareness* kepada audiens.



Gambar 2.3. Struktur Organisasi Perusahaan.

Sumber: Olahan penulis (2026).

Gambar 2.3 merupakan Struktur Organisasi Perusahaan BeautyBell terbaru. Semua individu yang berada di struktur organisasi bertanggung jawab atas semua pekerjaan sesuai dengan divisi mereka masing-masing. Penulis bekerja bersama Debora yang juga merupakan *Content creator intern*. Setiap proyek dipimpin oleh Furkan Balkaya dan Ahmet Basli yang merupakan *Founder* dan *Co-Founder* dari perusahaan BeautyBell. Amy Han yang merupakan *Head of Marketing* mempunyai jobdesk untuk memberikan koordinasi kepada penulis dan Debora mengenai konten apa yang harus dibuat untuk menarik perhatian audiens melalui *creative content* yang dipublikasi di media sosial.