

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Kegiatan magang dilaksanakan di *PT. Beauty Source Indonesia*, yaitu perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan serta pengembangan layanan kecantikan perawatan kulit. Perusahaan ini menaungi beberapa unit usaha yang berfokus pada pelayanan estetika dan kesehatan kulit. Dalam pelaksanaan kegiatan magang, penulis ditempatkan pada salah satu unit usaha yang berada di bawah naungan *PT. Beauty Source Indonesia*, yaitu *Stephanie Skin Clinic*.

2.1.1 Profil Perusahaan

Berdasarkan informasi yang tercantum pada situs resmi stephanieskincare.com/id, *Stephanie Skin Clinic* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Hospital & Health Care*, dengan fokus layanan pada estetika medis dan dermatologi. Klinik ini menyediakan berbagai prosedur perawatan kecantikan yang ditujukan untuk kulit wajah dan tubuh, dengan pendekatan medis. *Stephanie Skin Clinic* didirikan pada tahun 2006 oleh dr. Nenie Herawati dengan visi membantu masyarakat menjaga kesehatan kulit serta penampilan agar tetap segar dan awet muda seiring bertambahnya usia. Secara legal dan operasional, *Stephanie Skin Clinic* berada di bawah badan hukum *PT. Beauty Source Indonesia*, yang bertanggung jawab atas pengelolaan, pengembangan, serta pengawasan operasional klinik secara profesional dan berkelanjutan selama 21 tahun berjalannya bisnis ini. Dalam pelayanannya, *Stephanie Skin Clinic* mengintegrasikan layanan dermatologi klinis dan estetika medis dengan pendekatan holistik serta dukungan teknologi medis terkini. Layanan dermatologi yang tersedia mencakup perawatan jerawat, penanganan eksim dan dermatitis, terapi psoriasis, *skrining* kanker kulit, dan lainnya yang bertujuan untuk mendeteksi kelainan kulit secara dini dan akurat.

Dengan visi untuk menjadi jaringan layanan dermatologi dan estetika medis terpercaya di Indonesia dengan komitmen menghadirkan hasil dan pelayanan terbaik, serta memperluas akses perawatan berkualitas bagi masyarakat di berbagai kota. Dan dengan misi yaitu:

1. Menyediakan layanan dermatologi dan estetika medis yang aman, efektif, dan berbasis standar medis.
2. Menghadirkan teknologi terkini dengan hasil yang presisi.
3. Memberikan pendekatan *personal* sesuai kebutuhan unik setiap pasien sesuai proporsi.
4. Mengembangkan kualitas tim medis secara berkelanjutan.



Gambar 2.1 Logo Stephanie Skin Clinic
Sumber: <https://www.stephanieskincare.com/id>

Dalam logonya sendiri memiliki warna-warna *neutral* seperti *cream* (#B5927F) dan coklat (#7D6860). Warna dan *Typeface* yang digunakan sejalan dengan desain dan estetika yang *clean* dan *trustworthy*. Stephanie Skin Clinic menyediakan layanan dermatologi klinis dan estetika medis yang komprehensif, meliputi penanganan jerawat, eksim, dermatitis, psoriasis, skrining kanker kulit, perawatan *anti-aging* dan *facial contouring*, *peeling* kimia, *skin booster* dan terapi antioksidan, perawatan pori dan tekstur kulit, *facial & hydrafacial*, *acne scar treatment*, prosedur berbasis teknologi laser dan cahaya seperti laser *CO₂*, *IPL*, *laser hair removal*, *laser tattoo removal*, serta tindakan dermatologi bedah termasuk pengangkatan tahi lalat, kutil, lipoma, perbaikan bekas luka, dan eksisi kanker kulit, yang seluruhnya dilakukan berdasarkan evaluasi medis menyeluruh dengan pendekatan *personal*, dan standar keamanan yang ketat.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Stephanie *Skin Clinic* merupakan klinik perawatan kulit dan estetika medis yang didirikan pada tahun 2006 oleh dr. Nenie Herawati. Klinik ini hadir dengan visi untuk memberikan layanan dermatologi dan estetika berbasis medis yang berfokus pada kesehatan kulit jangka panjang, pencegahan penuaan dini, serta peningkatan kualitas penampilan secara aman dan terukur.

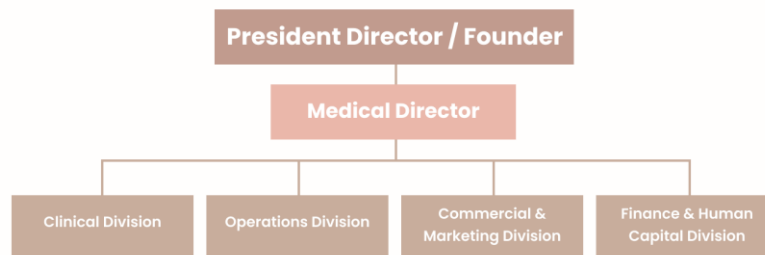
Dalam operasionalnya, Stephanie *Skin Clinic* menerapkan pendekatan holistik dan *evidence-based*, didukung oleh penggunaan teknologi medis terkini, prosedur berstandar medis, serta tenaga profesional yang kompeten di bidang dermatologi dan estetika. Klinik ini menyediakan berbagai perawatan yang bertujuan untuk memperbaiki kualitas kulit, menjaga fungsi *skin barrier*, serta mendukung regenerasi sel kulit secara optimal.

Seiring dengan meningkatnya kepercayaan pasien dan permintaan layanan, Stephanie *Skin Clinic* terus melakukan ekspansi bisnis dan pengembangan jaringan layanan. Banyak pasien yang mengalami hasil perawatan positif dan berkelanjutan, sehingga mendorong kebutuhan akan akses layanan yang lebih luas. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, hingga saat ini Stephanie *Skin Clinic* telah beroperasi di 8 lokasi strategis di Indonesia, meliputi Jakarta, Tangerang, Bali, dan Batam, guna memberikan pelayanan yang lebih mudah dijangkau oleh masyarakat (Stephanie, 2025).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan dipimpin oleh *President Director / Founder* sebagai penentu arah strategis dan pengambil keputusan utama, serta didukung oleh *Medical Director* yang bertanggung jawab atas tata kelola dan standar pelayanan medis. Di bawahnya terdapat *Clinical Division*, *Operations Division*, *Commercial & Marketing Division*, serta *Finance & Human Capital Division* yang masing-masing menangani layanan medis, operasional, pemasaran, serta keuangan dan SDM. Posisi *graphic Designer intern* berada dibawah *Commercial & Marketing*

Division yang membantu tim marketing dalam pembuatan materi visual untuk kebutuhan promosi dan komunikasi brand. Posisi ini mendukung pembuatan konten desain untuk media sosial, *website*, *campaign digital*, materi cetak (poster, brosur, *banner*), serta kebutuhan visual lainnya sesuai arahan *brand guideline*.

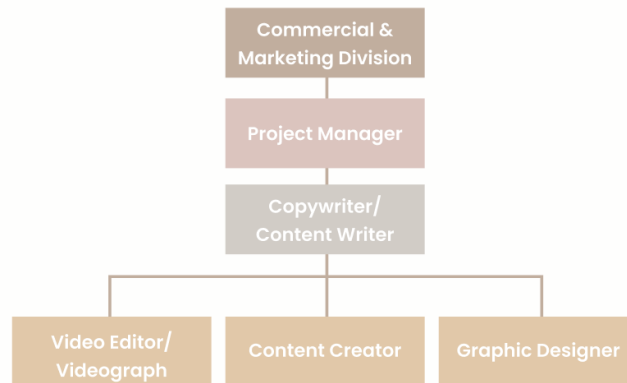


Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Struktur organisasi perusahaan dipimpin oleh seorang *President Director / Founder* yang bertanggung jawab atas arah strategis perusahaan secara keseluruhan. Posisi ini memegang peran utama dalam menetapkan visi jangka panjang, mengarahkan pengembangan brand, serta memastikan pengawasan medis berjalan sesuai standar dan regulasi yang berlaku. *President Director / Founder* menjadi pengambil keputusan tertinggi dan memastikan seluruh divisi berjalan selaras dengan tujuan bisnis dan nilai perusahaan. Di bawahnya terdapat *Medical Director* yang berperan dalam tata kelola klinis perusahaan. *Medical Director* bertanggung jawab atas standar pelayanan dan kualitas tindakan medis, memastikan seluruh prosedur klinis sesuai dengan regulasi kesehatan, serta melakukan supervisi terhadap dokter dan tenaga medis.

Selanjutnya, struktur organisasi terbagi ke dalam beberapa divisi utama. *Clinical Division* bertanggung jawab atas pelaksanaan layanan medis secara langsung kepada pasien, termasuk operasional klinis harian, kualitas pelayanan, dan kepatuhan terhadap standar medis yang telah ditetapkan. Divisi ini menjadi ujung tombak dalam memberikan pengalaman dan hasil perawatan terbaik kepada pasien. *Operations Division* bertugas mengelola operasional perusahaan secara

menyeluruh, mulai dari manajemen fasilitas, pengadaan, logistik, hingga efisiensi proses kerja. Divisi ini memastikan seluruh aktivitas perusahaan berjalan efektif, terkoordinasi, dan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP).



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Commercial & Marketing Division berfokus pada pengembangan strategi pemasaran, peningkatan *brand awareness* dalam desain, serta pencapaian target penjualan. Divisi ini bertanggung jawab dalam perencanaan kampanye promosi, pengelolaan komunikasi pemasaran, pengembangan relasi pelanggan, serta analisis pasar untuk mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan. Struktur *Commercial & Marketing Division* dipimpin oleh divisi yang bertanggung jawab atas strategi pemasaran dan pengembangan brand perusahaan. Di bawahnya terdapat *Project Manager* yang mengoordinasikan perencanaan, pelaksanaan, serta *timeline* setiap *campaign* dan proyek marketing agar berjalan efektif dan sesuai target. Selanjutnya, *Copywriter/Content Writer* berperan dalam menyusun konsep komunikasi dan materi tulisan untuk berbagai kebutuhan promosi, baik *digital* maupun *offline*. Dalam pelaksanaannya, tim ini didukung oleh beberapa peran kreatif, yaitu *Video Editor/Videographer* yang menangani produksi dan pengolahan konten video, *Content Creator* yang membuat konten kreatif untuk media sosial dan *platform digital*, serta *Graphic Designer* yang bertanggung jawab atas desain visual dan materi promosi sesuai dengan identitas brand perusahaan. Dan dibawah dari semua posisi tersebut terhadap posisi *Graphic Designer Intern* yang bertanggung jawab

akan *Design-Design* yang diberikan kepada proyek-proyek yang diberikan oleh *Project Manager*.

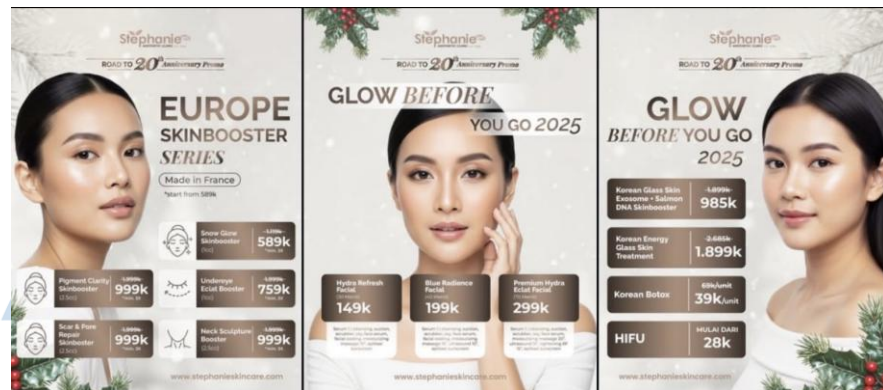
Terakhir, *Finance & Human Capital Division* bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan perusahaan serta manajemen sumber daya manusia. Dari sisi keuangan, divisi ini mengelola anggaran, laporan keuangan, kontrol biaya, dan kepatuhan pajak. Dari sisi *human capital*, divisi ini menangani rekrutmen, pengembangan karyawan, evaluasi kinerja, serta pengelolaan budaya dan kebijakan sesuai dengan perusahaan.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang layanan, dan bukan barang fisik, *Stephanie Skin Clinic* memanfaatkan strategi *digital marketing* melalui platform *Instagram*, *Tiktok*, dan *Youtube* untuk menyebarkan informasi terkait proses layanan, promo, program perusahaan, serta lokasi dan cabang-cabangnya. Selain memaksimalkan konten *digital*, *Stephanie Skin Clinic* juga memproduksi beberapa media cetak untuk mendukung promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Berikut ini beberapa proyek dan kegiatan yang telah dijalankan oleh *Stephanie Skin Clinic*:

2.3.1 Anniversary Stephanie Skin Clinic

Sebagai bagian dari portofolio pemasaran *digital* perusahaan, tim *Marketing* mengembangkan *campaign* “*Road to 20th Anniversary Promo*” yang dipublikasikan melalui *Instagram* dalam rangka menyambut anniversary klinik untuk menandakan dekade baru. *Campaign* ini mengusung konsep *Glow Before You Go 2025* dengan menampilkan rangkaian *treatment* unggulan seperti *Europe Skinbooster Series*, berbagai pilihan facial (*Hydra Refresh Facial*, *Blue Radiance Facial*, dan *Premium Hydra Eclat Facial*), serta *treatment* populer seperti *Korean Glass Skin Exosome*, *Korean Energy Glass Skin Treatment*, dan *Korean Botox*.



Gambar 2.4 Instagram Post Anniversary
Sumber: Instagram Stephanie_Skincare

Strategi ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengemas momentum perayaan tahunan menjadi *campaign* penjualan yang terintegrasi, sekaligus memperkuat *positioning brand* sebagai klinik kecantikan.



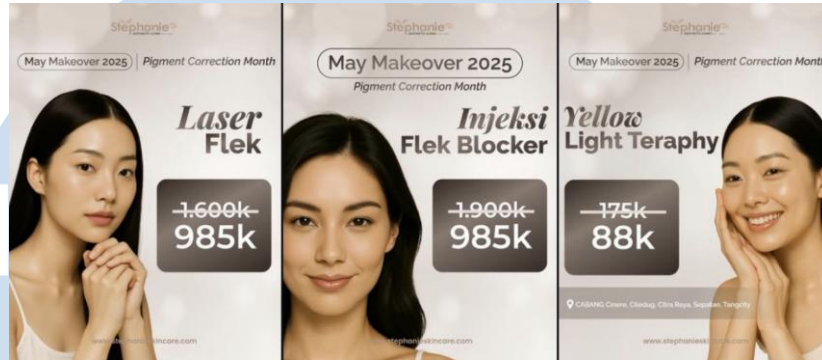
Gambar 2.5 Youtube Banner Anniversary
Sumber: Youtube Stephanie Skincare

Konsistensi identitas visual ini juga diperkuat melalui penggunaan desain *banner Youtube* dengan konsep yang selaras, sehingga perayaan 20 tahun pengalaman klinik dapat semakin menegaskan kredibilitas dan reputasi perusahaan sebagai *Skin Clinic* yang terpercaya dalam bentuk *milestone*.

2.3.2 May Makeover 2025

Sebagai bagian dari portofolio pemasaran *digital* perusahaan, tim *Commercial & Marketing* mengembangkan *campaign* seperti “May Makeover 2025, Pigment Correction Month” yang dipublikasikan melalui media sosial *Instagram*. Campaign ini berfokus pada promosi *treatment* perawatan pigmentasi kulit dengan menampilkan tiga layanan utama, yaitu *Laser Flek*, *Injeksi Flek Blocker*, dan *Yellow Light Therapy*. Masing-masing *treatment* ditawarkan dengan harga promo khusus, yang ditampilkan secara

visual melalui desain konten yang informatif dan menarik untuk meningkatkan daya tarik audiens.



Gambar 2.6 Instagram Post May Makeover 2025
Sumber: Instagram Stephanie_Skincare

Melalui rangkaian konten ini, perusahaan menunjukkan kemampuan dalam menyusun strategi promosi berbasis *campaign* tematik bulanan, dengan komunikasi visual yang konsisten, penekanan pada informasi diskon, serta penyertaan detail cabang layanan. Portofolio ini mencerminkan upaya perusahaan dalam meningkatkan *brand awareness*, *engagement* media sosial, serta mendorong peningkatan kunjungan dan penjualan *treatment* selama periode promosi.

2.3.3 Raya Special Promo

Berdasarkan portofolio promosi perusahaan, salah satu aktivitas pemasaran yang dilakukan adalah pembuatan konten *Instagram* dalam rangka *campaign* Raya yang dirayakan tiap tahunnya untuk merayakan bulan Ramadhan. *Campaign* ini menampilkan rangkaian promo *Exclusive Raya Skin Treatment Bundles* yang dikemas dalam tiga *Instagram post* berbeda. *Treatment* yang dipromosikan meliputi *Plasma Glow Therapy*, *Korean Snow Whitening Facial*, dan *Premium Instant Glowing Therapy* dengan penawaran harga spesial untuk Raya 2025.



Gambar 2.7 Instagram Post Raya 2025
Sumber: Instagram Stephanie_Skincare

Melalui desain visual yang konsisten dan komunikatif, portofolio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran *digital* yang terintegrasi, informatif, dan berorientasi pada peningkatan *brand awareness* serta minat konsumen untuk berpenamplan lebih maksimal di hari-hari besar.



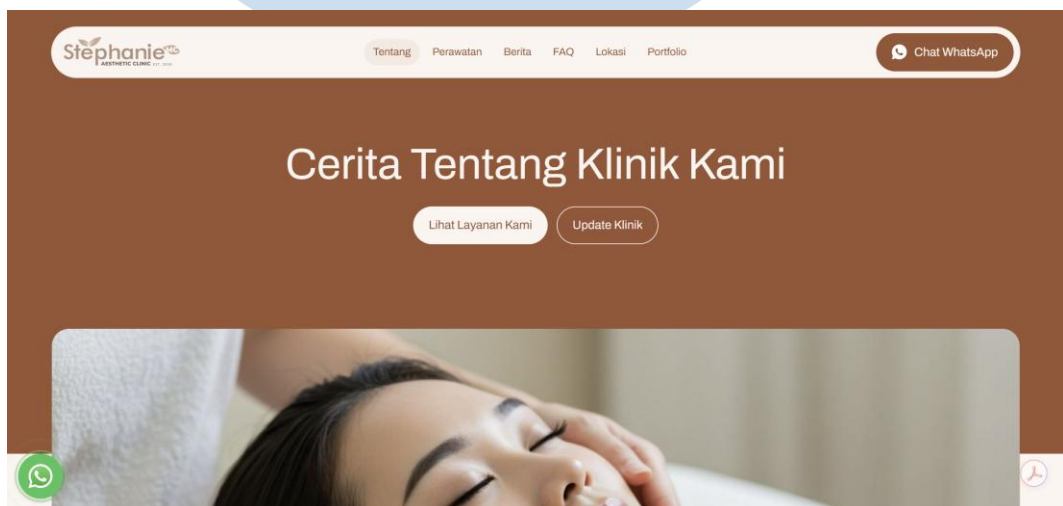
Gambar 2.8 Instagram Post Raya 2026
Sumber: Instagram Stephanie_Skincare

Dilanjutkan untuk promosi Raya 2026, Terdapat lanjutan promo dalam bentuk *campaign* yang berisi tentang *Raya NAD+ Skin Energy Program* yang berfokus pada regenerasi dan revitalisasi energi kulit melalui terapi berbasis *NAD+*, *Bestie Raya Glow Package* yang menawarkan konsep perawatan berdua dengan kombinasi *hydrafacial* dan perawatan pendukung untuk hasil kulit lebih *glowing*, serta *Raya Brightening Booster* yang mengedepankan *skin booster*. Secara keseluruhan, portofolio program

tematik *Stephanie Skin Clinic* menunjukkan inovasi dan profesionalisme perusahaan dalam menghadirkan perawatannya, sehingga menjadi salah satu alasan ketertarikan penulis untuk memilih dan menjalani program magang di klinik ini.

2.3.4 Website *Stephanie Skin Clinic*

Berdasarkan portofolio promosi perusahaan, salah satu *platform* utama yang digunakan adalah website resmi yang dapat diakses melalui <https://www.stephanieskincare.com/id>. Website tersebut berfungsi sebagai media informasi sekaligus sarana komunikasi *digital* antara perusahaan dan masyarakat. Melalui *platform* ini, pengunjung dapat memperoleh berbagai informasi mengenai layanan serta penawaran yang tersedia di klinik. Informasi yang disajikan meliputi profil perusahaan yang mencakup visi dan misi klinik, berbagai jenis *treatment* yang ditawarkan, serta portofolio layanan perawatan kulit yang disediakan oleh *Stephanie Skin Clinic*.



Gambar 2.7 Website *Stephanie Skin Clinic*
Sumber: <https://www.stephanieskincare.com/id>

Struktur Selain itu, *website* ini juga menyediakan berbagai fitur pendukung, seperti kupon promosi yang dapat diklaim oleh pelanggan, artikel atau berita seputar perawatan kulit yang dapat menjadi referensi bagi masyarakat, serta halaman *Frequently Asked Questions (FAQ)* yang berisi

jawaban atas pertanyaan umum terkait layanan klinik. Pengunjung juga dapat menemukan informasi mengenai lokasi dan cabang-cabang Stephanie *Skin Clinic* yang tersebar di wilayah Jabodetabek, sehingga memudahkan calon pelanggan dalam mengakses layanan yang tersedia. Dengan adanya *website* resmi ini, perusahaan dapat menyampaikan informasi secara lebih terstruktur, meningkatkan kredibilitas merek, serta memperluas jangkauan komunikasi dengan masyarakat melalui media *digital*.

