

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Centrepointhcare

PT Centrepointhcare merupakan perusahaan berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan di Indonesia. Perusahaan ini hadir sebagai bagian dari industri kesehatan yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan medis yang berkualitas, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kesehatan di era modern. Dalam operasionalnya, PT Centrepointhcare berfokus pada penyediaan layanan kesehatan yang komprehensif dan berorientasi pada pasien. Layanan yang diberikan mencakup pendekatan preventif, promotif, hingga kuratif, yang bertujuan untuk tidak hanya menangani penyakit, tetapi juga menjaga dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh.



Gambar 2.1 Logo PT. Centrepointhcare

Secara administratif, PT Centrepointhcare berlokasi di kawasan strategis, yaitu Mall of Indonesia, Jakarta Utara. Lokasi ini memberikan kemudahan akses bagi masyarakat serta didukung oleh infrastruktur yang memadai. Keberadaan perusahaan di pusat aktivitas perkotaan juga menjadi salah satu faktor pendukung dalam menjangkau target pasar yang lebih luas, khususnya masyarakat urban dengan kebutuhan layanan kesehatan yang tinggi.

Sebagai perusahaan di sektor kesehatan, PT Centrepointhcare menghadapi dinamika industri yang terus berkembang, seperti kemajuan teknologi medis, digitalisasi layanan kesehatan, serta perubahan regulasi

pemerintah. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan beradaptasi agar mampu memberikan layanan yang relevan, efektif, dan efisien sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, PT Centrepont Healthcare menjunjung tinggi prinsip profesionalisme, kualitas pelayanan, serta kepuasan pelanggan. Komitmen ini diwujudkan melalui upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia, penerapan standar pelayanan yang baik, serta pengembangan sistem layanan yang terintegrasi. Selain itu, perusahaan juga berusaha membangun hubungan yang baik dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pasien, tenaga medis, dan mitra kerja.

Dengan visi untuk menjadi penyedia layanan kesehatan yang unggul dan terpercaya, PT Centrepont Healthcare terus berupaya meningkatkan kapabilitasnya melalui inovasi berkelanjutan dan strategi bisnis yang adaptif. Melalui langkah tersebut, perusahaan diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam mendukung sistem kesehatan nasional serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas.

Sejalan dengan visi tersebut, PT Centrepont Healthcare juga berkomitmen untuk memberikan layanan yang berorientasi pada kebutuhan pasien dengan mengutamakan kualitas, profesionalisme, dan kepuasan pelanggan. Komitmen ini diwujudkan melalui pengembangan sumber daya manusia yang kompeten, pemanfaatan teknologi yang mendukung pelayanan kesehatan, serta penerapan standar operasional yang konsisten. Dengan pendekatan tersebut, perusahaan berupaya menciptakan pengalaman layanan kesehatan yang aman, nyaman, dan berkualitas bagi setiap pasien.

Selain berfokus pada peningkatan kualitas layanan, PT Centrepont Healthcare turut mengembangkan strategi komunikasi dan pemasaran yang efektif guna memperluas jangkauan layanan kepada masyarakat. Melalui pemanfaatan platform digital, kerja sama dengan berbagai pihak, serta kegiatan promosi yang terencana, perusahaan berusaha meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kesehatan dan memanfaatkan layanan kesehatan yang tersedia. Upaya ini menjadi bagian dari strategi perusahaan dalam memperkuat

posisi sebagai penyedia layanan kesehatan yang terpercaya dan relevan dengan perkembangan kebutuhan masyarakat modern.

2.2 VISI MISI Centrepont Healthcare

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. Berikut merupakan beberapa misi yang dimiliki oleh PT Centrepont Healthcare :

1. *Committed* : Perusahaan memiliki komitmen tinggi dalam mengutamakan kenyamanan, keamanan, dan kepuasan pasien. Hal ini diwujudkan melalui penerapan prosedur yang ketat, pemberian pendampingan secara menyeluruh setelah perawatan, serta kolaborasi dengan tenaga spesialis yang kompeten dan berkualitas.
2. *Transformative* : Layanan yang diberikan tidak hanya berfokus pada aspek estetika, tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan rasa percaya diri pasien. Lebih dari itu, perusahaan berupaya memberikan dampak positif terhadap kualitas hidup pasien dalam jangka panjang.
3. *Personalized* : Perusahaan memahami bahwa setiap pasien memiliki kondisi, kebutuhan, dan harapan yang berbeda. Oleh karena itu, setiap pasien akan memperoleh konsultasi secara menyeluruh serta analisis kondisi kulit yang mendalam, sehingga perawatan yang diberikan bersifat personal dan disesuaikan secara spesifik.
4. *Collaboration* : Perusahaan menerapkan pendekatan kolaboratif dengan melibatkan tenaga medis seperti perawat dan dokter, serta pasien dalam setiap proses perawatan. Melalui kerja sama ini, pasien dapat memperoleh informasi yang akurat dan sesuai dengan kebutuhan perawatan yang dijalani.
5. *Innovation* : Perusahaan menunjukkan keterbukaan terhadap perkembangan teknologi di bidang estetika medis. Hal ini tercermin

dari penggunaan berbagai teknologi perawatan modern serta peningkatan kompetensi tenaga medis melalui pelatihan berkelanjutan, sehingga layanan yang diberikan tetap relevan dengan standar global.

6. *Quality* : Perusahaan menetapkan standar kualitas yang tinggi guna memastikan konsistensi layanan bagi pasien. Hal ini meliputi penggunaan obat dan teknologi yang terjamin, pelaksanaan uji rutin terhadap peralatan medis, serta penerapan praktik sanitasi yang ketat. Selain itu, evaluasi layanan dilakukan secara berkala untuk memastikan pasien memperoleh pengalaman dan hasil perawatan yang optimal sesuai harapan.

2.3 Struktur Organisasi Centerpoint Healthcare

Struktur organisasi dalam pelaksanaan kerja magang di PT Centrepoint Healthcare Indonesia disusun untuk mendukung koordinasi dan kelancaran operasional perusahaan. Setiap divisi memiliki peran dan tanggung jawab yang saling terhubung dalam mencapai tujuan perusahaan. Selama menjalankan kerja magang sebagai KOL Specialist Intern, penulis berada di bawah supervisi Head of Marketing dan berkoordinasi dengan berbagai divisi terkait, seperti Social Media Specialist, Graphic Design, serta pihak *external* berupa *Key Opinion Leader* (KOL).

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

STRUKTUR ORGANISASI PT CENTERPOINT HEALTHCARE



2.2 Gambar Struktur organisasi PT centrepoint Healthcare

Sumber : Website perusahaan

CEO berperan sebagai penentu arah kebijakan agar seluruh bagian organisasi berjalan selaras dengan visi, misi, dan target bisnis perusahaan. Di bawah CEO terdapat beberapa divisi inti yang menjalankan operasional perusahaan, yaitu Clinic Manager, Medical team, Head of Marketing, Head of Operational, dan Accounting & Finance. Berikut ini adalah penjelasan beberapa divisi utama di bawah CEO, diantaranya :

1. Clinic Manager

Bertanggung jawab dalam mengawasi jalannya operasional klinik sehari-hari, dengan memastikan seluruh layanan yang diberikan, baik medis maupun non-medis, telah sesuai dengan standar dan prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan.

2. Medical Team

Merupakan tenaga profesional yang berperan penting dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada klien. Tim ini terdiri dari dokter serta tenaga medis yang memiliki sertifikasi resmi, sehingga dapat menjamin kualitas, efektivitas, dan keamanan setiap perawatan yang diberikan.

3. Head Of Marketing

Head of Marketing bertanggung jawab dalam menyusun strategi, mengimplementasikan, serta mengawasi seluruh kegiatan pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan. Posisi ini juga berperan sebagai penghubung utama antar divisi, seperti *social media specialist*, *digital marketing*, *information technology*, serta *Event & Promotion*. Selain itu, *Head of Marketing* memimpin berbagai divisi yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi digital dan pemasaran perusahaan. Berikut merupakan beberapa divisi yang berada di bawah koordinasi *Head of Marketing*:

a) *Digital Marketing*

Divisi ini berperan dalam merancang dan menjalankan strategi pemasaran digital, mulai dari *Search Engine Marketing* (SEM), *Search Engine Optimization* (SEO), hingga melakukan analisis terhadap setiap kampanye yang dijalankan. Analisis tersebut dilakukan dengan memanfaatkan tools seperti *Google Ads* dan *Google Analytics*, sehingga performa kampanye dapat terukur dan dievaluasi secara optimal.

b) *Motion*

Divisi *Motion* bertugas untuk mendesain dan memproduksi konten visual bergerak yang digunakan untuk menyampaikan pesan serta memperkuat branding perusahaan. *Output* yang dihasilkan meliputi infografis interaktif, video bumper, animasi, hingga transisi visual yang dinamis. Dalam konteks pemasaran, peran ini penting untuk mengubah konsep kreatif menjadi konten yang menarik secara visual dan sesuai untuk dipublikasikan di berbagai platform media sosial seperti TikTok, Instagram, maupun media iklan lainnya. Selain itu, divisi *Motion* juga bekerja secara kolaboratif bersama *content creator*, *graphic designer*, dan tim *social media* guna menghasilkan konten yang efektif dan terintegrasi.

c) *Social Media Specialist*

Social Media Specialist bertanggung jawab dalam mengelola serta mengoptimalkan keberadaan bisnis di berbagai platform media sosial. Perannya mencakup penyusunan jadwal publikasi, perancangan strategi konten yang sesuai dengan target audiens, pembuatan kalender konten, hingga membangun interaksi dua arah dengan audiens melalui komentar maupun pesan langsung. Selain itu, posisi ini juga melakukan pemantauan performa konten dengan mempertimbangkan algoritma media sosial agar tetap relevan dengan tren dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas. *Social Media Specialist* juga menyusun laporan evaluasi terhadap konten yang telah dipublikasikan guna mengukur efektivitasnya, sekaligus menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategi pemasaran ke depan. Oleh karena itu, kemampuan analisis media sosial yang mendalam menjadi hal yang sangat penting.

d) Event & Promotion

Divisi ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan konsep kegiatan perusahaan agar lebih menarik serta selaras dengan strategi pemasaran yang telah ditetapkan. Tanggung jawab utamanya meliputi menjalin kerja sama dengan *Key Opinion Leader* (KOL), influencer, serta berbagai mitra bisnis untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

a) Information Technology (IT)

Departemen ini bertanggung jawab dalam membangun dan mengelola infrastruktur digital perusahaan, mulai dari pengembangan *software*, website, hingga sistem seperti CMS dan CRM. Seluruh sistem tersebut dikelola secara langsung oleh tim IT guna mendukung operasional dan kebutuhan digital perusahaan secara menyeluruh.

b) Graphic Design

Divisi ini bertanggung jawab dalam menghasilkan berbagai desain visual yang selaras dengan strategi pemasaran perusahaan dengan memanfaatkan beragam aplikasi desain. *Output* yang dihasilkan mencakup desain feed Instagram, cover konten, hingga materi kampanye seperti poster atau flyer.

c) *Shopperertainment* (TikTok)

Divisi ini berfokus pada pembuatan konten video pendek yang dioptimalkan untuk platform TikTok. Perannya adalah mendukung tujuan pemasaran sekaligus mendorong promosi penjualan secara tidak langsung melalui konten yang menarik. Untuk itu, divisi ini dituntut memahami algoritma TikTok secara mendalam, termasuk tren yang muncul di halaman *For You Page* (FYP), agar konten yang dihasilkan mampu menjangkau audiens yang lebih luas.

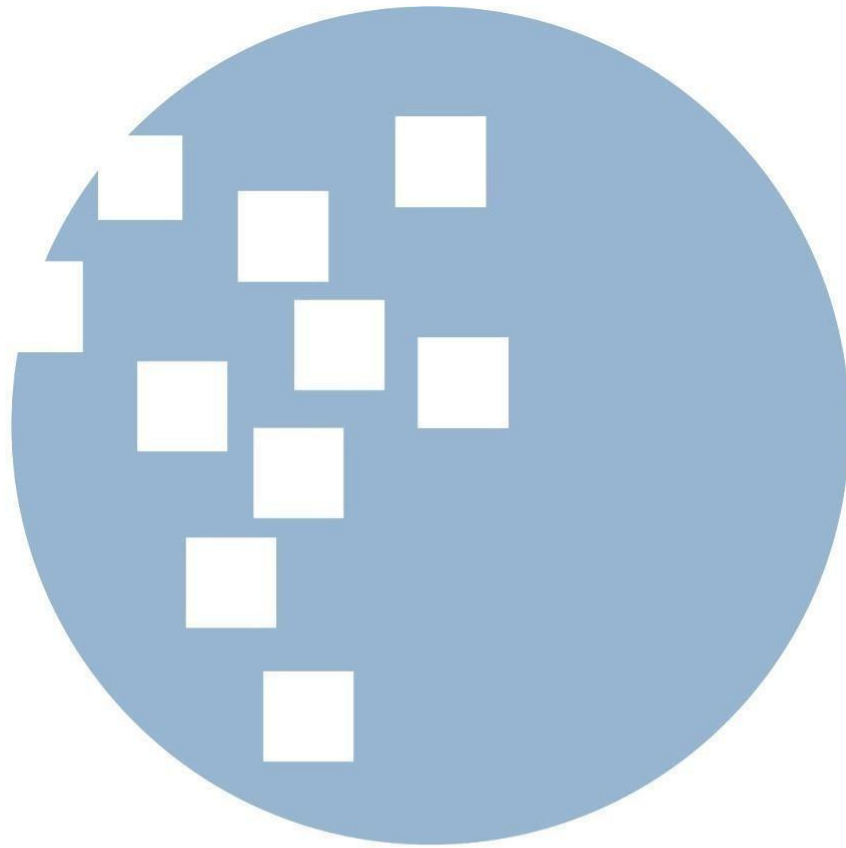
4. *Head Of Operational*

Head of Operational bertanggung jawab dalam mengelola dan memastikan seluruh kegiatan operasional perusahaan berjalan secara efektif dan efisien sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Posisi ini berperan dalam menyusun prosedur operasional, mengkoordinasikan berbagai divisi terkait, serta melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan aktivitas harian agar tetap selaras dengan target perusahaan. Selain itu, *Head of Operational* juga berfokus pada peningkatan kualitas layanan, optimalisasi sumber daya, serta penyelesaian kendala operasional guna menjaga kelancaran proses bisnis secara keseluruhan.

5. *Accounting & Finance*

Divisi *Accounting & Finance* memiliki tanggung jawab dalam mengelola seluruh aspek keuangan perusahaan, mulai dari pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, hingga pengelolaan anggaran. Divisi ini memastikan bahwa setiap aktivitas keuangan berjalan secara transparan, akurat, dan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Selain itu, *Accounting & Finance* juga berperan dalam melakukan analisis keuangan

untuk mendukung pengambilan keputusan strategis, mengontrol arus kas, serta menjaga stabilitas finansial perusahaan.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA