



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil PT Aldebaran Rekayasa Cipta (Baran Energy)

Gambar 2.1 Logo Perusahaan



Baran Energy adalah sebuah *brand* yang berada di bawah naungan PT Aldebaran Rekayasa Cipta. Baran Energy merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi inovasi terbaru dengan mengembangkan dan memproduksi *energy storage system* dan juga *electric vehicle* (EV) yang dibuat khusus untuk digunakan di Indonesia. Dibentuk pada tahun 2018 oleh Victor Wirawan, Baran Energy dikenal sebagai salah satu penggerak perubahan penggunaan sumber energi di Indonesia.

Baran Energy dibentuk dengan tujuan untuk mendorong proses adaptasi penggunaan *renewable energy* dan juga *electric vehicle* di Indonesia bersamaan dengan membentuk sebuah pasar baru yang berkelanjutan di bidang tersebut. Hingga saat ini, Baran Energy kerap mengadakan acara berupa ‘Baran Roadshow’ dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mensosialisasikan penggunaan *renewable energy* melalui produk mereka yaitu Baran Power. Acara ini sukses diadakan di beberapa kota dengan jumlah peserta acara kurang lebih 200 orang di setiap kota.

Berangkat dari *database* yang didapat saat melaksanakan *event*, Baran Energy memetakan pasar mereka ke beberapa sektor. Industri-industri skala kecil dan menengah, developer properti, hotel/*resort*, dan juga rumah sakit menjadi beberapa target pasar yang diutamakan oleh Baran Energy.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

2.1.1.1 Visi

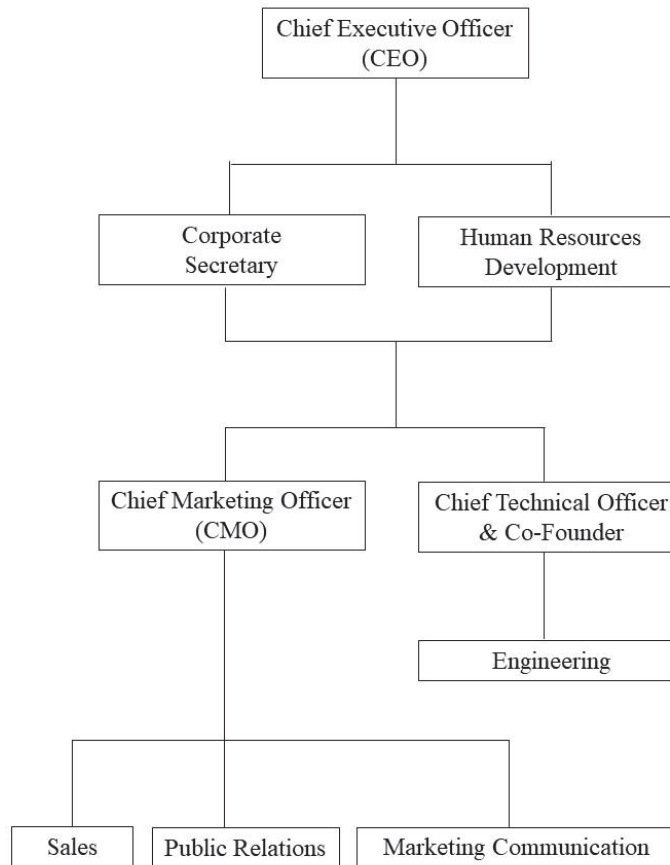
- a. *Accelerate renewable energy and electric vehicle adoption in Indonesia market* (mempercepat adaptasi energi terbarukan dan juga mobil listrik di pasar Indonesia).
- b. *Becoming major player with scale and market reach advantage* (menjadi pemain utama dengan skala dan keunggulan jangkauan pasar)

2.1.1.2 Misi

- a. *Bring affordable renewable energy and electric vehicle to mass market* (membawa energi terbarukan yang terjangkau dan mobil listrik ke pasar massal).
- b. *Ease Indonesia transition to renewable energy and electric mobility by providing suitable product and services customized for Indonesian market* (memudahkan transisi Indonesia ke energi terbarukan dan mobil listrik dengan menyediakan produk dan layanan yang disesuaikan untuk pasar Indonesia).

2.1.2 Struktur Perusahaan

Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Aldebaran Rekayasa Cipta



Sumber: PT Aldebaran Rekayasa Cipta

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Divisi *marketing communication* bertugas untuk melaksanakan seluruh kegiatan komunikasi pemasaran. Dalam melaksanakan kegiatan komunikasi pemasaran, perusahaan memerlukan strategi yang matang agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan secara jelas ke target *audience*.

Di PT Aldebaran Rekayasa Cipta, divisi *marketing communication* berfokus pada penyelenggaraan *event*, pengelolaan media sosial, *direct marketing* dan *personal selling*. Penyelenggaraan *event* bertujuan untuk memperkenalkan produk dari Baran Energy secara langsung kepada masyarakat. Selama penyelenggaraan *event*, pengunjung mendapatkan penjelasan mengenai produk dari Baran Energy secara rinci. Pengunjung juga

dapat bertanya langsung dengan staf dari Baran Energy serta dapat melakukan transaksi pembelian produk.

Pengelolaan media sosial milik Baran Energy bertujuan agar masyarakat semakin merasa dekat dengan Baran Energy. Melalui media sosial (terutama Instagram) Baran Energy kerap menyapa *followers* atau yang diberi istilah ‘Baran Lovers’ dengan memberikan pertanyaan, kuis berhadiah, atau hanya sekedar memberikan informasi mengenai sumber energi terbarukan dan *power storage system*.

Direct marketing dan *personal selling* Baran Energy lebih berfokus pada hubungan *business to business* dalam bentuk projek kerja dalam skala besar yang memerlukan penanganan khusus. Meskipun berfokus pada hubungan *business to business*, penggunaan *personal selling* juga diterapkan ke dalam hubungan *business to consumers* dengan melakukan panggilan telepon untuk *follow up* dan juga *meeting* secara personal dengan calon konsumen.