

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

BMW Astra Cilandak merupakan dealer resmi BMW yang beroperasi di Jakarta Selatan dan telah melayani pelanggan sejak tahun 1989. Dealer ini memiliki peran dalam perkembangan BMW di Indonesia, khususnya setelah BMW Group bermitra dengan PT Astra International Tbk pada tahun 1993 untuk merakit dan mendistribusikan kendaraan BMW. Dengan konsep *Retail.Next*, BMW Astra Cilandak menghadirkan fasilitas modern serta pengalaman terbaik bagi para pelanggan. Berikut merupakan penjelasan mengenai profil serta sejarah perusahaan tempat penulis melaksanakan praktik kerja magang:

2.1.1 Profil Perusahaan

BMW Astra merupakan dealer resmi kendaraan BMW (Bayerische Motoren Werke) di Indonesia yang berkomitmen untuk memberikan layanan dan solusi terbaik bagi pelanggan. Dengan fokus pada inovasi dan kepuasan pelanggan, BMW Astra bertujuan menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan mampu bertahan di tengah tantangan industri otomotif. Selain itu, perusahaan juga menekankan pentingnya pengembangan keterampilan karyawan, memastikan bahwa setiap individu memiliki kesempatan untuk meningkatkan kompetensinya dalam lingkungan kerja yang profesional dan dinamis.

BMW Astra memiliki misi untuk menyediakan layanan dan solusi komprehensif bagi pelanggan, membangun bisnis yang tangguh serta berkelanjutan, dan terus berinovasi demi meningkatkan kepuasan pelanggan. Visi dari BMW Astra adalah menjadi dealer resmi BMW pilihan utama di Indonesia yang berlandaskan pada kepuasan pelanggan. Perusahaan menerapkan nilai-nilai yang dirangkum dalam konsep “PRIDE”, yang merupakan singkatan dari *Performance* (kinerja optimal), *Responsive* (kepekaan dalam kebutuhan pelanggan), *Integrity* (menjunjung tinggi etika

kerja), *Delighting Customer* (memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan), dan *Empathy* (Memahami serta menghargai perspektif pelanggan).



Gambar 2.1 Logo BMW Astra
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Sebagai dealer terbesar di Indonesia, BMW Astra telah meraih penghargaan sebagai "Penjual Terbaik BMW Dealer di Indonesia" dan memiliki jaringan yang luas di lima provinsi, mencakup seluruh Pulau Jawa. Cabangnya tersebar di Sunter, Pluit, Serpong, dan Cilandak untuk wilayah DKI Jakarta dan Banten. Kemudian Semarang di Jawa Tengah, serta Surabaya di Jawa Timur. Selain itu, BMW Astra juga hadir di Denpasar, Bali, dan Makassar, Sulawesi Selatan. Dengan komitmen terhadap pelayanan prima dan kepuasan pelanggan, BMW Astra telah dikenal sebagai dealer pilihan utama bagi para pengguna BMW di Indonesia.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

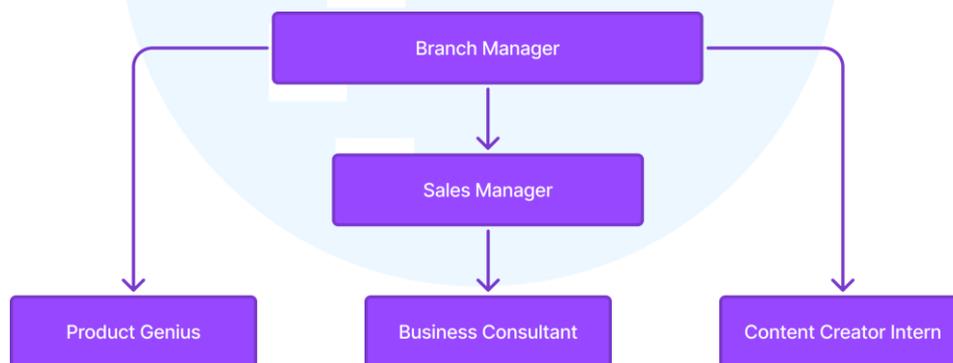
BMW mulai hadir dan diproduksi di Indonesia sejak tahun 1976, dengan model pertama yang diperkenalkan adalah BMW 520i E12. Saat itu, kendaraan ini dirakit oleh pabrik lokal di Indonesia. Pada tahun 1993, BMW Group menjalin kemitraan dengan PT Astra International Tbk untuk memperluas operasionalnya, tidak hanya dalam perakitan tetapi juga pendistribusian kendaraan BMW di Indonesia. Proses perakitan dilakukan oleh PT Gaya Motor, salah satu anak perusahaan Astra, sementara distribusi kendaraan dikelola oleh PT Tjahja Sakti Motor. Selain itu, Astra juga mengambil peran dalam penjualan langsung melalui jaringan dealer resmi BMW Astra (BMW Astra, 2021).

BMW Astra Cilandak merupakan dealer pertama dan tertua yang dimiliki oleh BMW Astra. Pada 12 Desember 2024, BMW Astra Cilandak menghadirkan konsep retail.next yang memberikan tampilan modern, sebuah inovasi yang berorientasi kepada kenyamanan pelanggan. Konsep ini

memberikan kemudahan bagi *dealer* dalam menyediakan layanan serah terima kendaraan yang lebih fleksibel, sehingga pelanggan dapat menentukan waktu dan lokasi sesuai dengan preferensi mereka. Konsep ini dirancang untuk meningkatkan penjualan dan *aftersales* bagi pelanggan. Selain itu, konsep *retail.next* akan diterapkan kepada seluruh jaringan dealer BMW di Indonesia (Rajendra, 2024).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Di bawah ini disajikan bagan struktur organisasi BMW Astra Cilandak yang berlaku per Maret 2025, yang mencerminkan susunan jabatan serta hubungan kerja antar divisi dalam perusahaan:



Gambar 2.2 Bagan Struktur BMW Astra Cilandak

2.3 Portofolio Perusahaan

BMW Astra Cilandak telah beroperasi sejak 1989 dan selama itu telah menghasilkan berbagai jenis konten promosi, baik dalam bentuk foto maupun video. *Dealer* ini aktif dalam membuat iklan kreatif, termasuk kontes foto, video serah terima kendaraan (*delivery*), serta video cinematic yang menampilkan desain dan fitur unggulan mobil BMW.



Gambar 2.3 BMW Astra Cilandak *Photo Contest*
Sumber: Instagram @bmwastracilandak

BMW Astra Cilandak menyelenggarakan kompetisi foto di Instagram yang berlangsung mulai dari tanggal 10 hingga 26 Juni 2020. Kompetisi ini ditujukan bagi para pemilik mobil BMW sebagai bentuk apresiasi sekaligus ajang untuk membangun rasa kebersamaan antara BMW Astra Cilandak dan para pelanggannya. Hadiah yang ditawarkan berupa merchandise original dari BMW, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para penggemar dan pemilik kendaraan BMW. Melalui kegiatan ini, perusahaan juga mendorong pelanggan untuk berbagi momen spesial mereka bersama mobil BMW.

Dalam pelaksanaannya, peserta diminta untuk mengunggah foto bersama kendaraan BMW milik mereka di Instagram. Foto tersebut harus disertai dengan caption yang unik, sebagai bentuk ekspresi dari kecintaan terhadap kendaraan mereka. Selain itu, peserta juga wajib mengikuti akun Instagram resmi @bmwastracilandak, menandai sejumlah teman dalam unggahan, serta menyertakan hashtag resmi #BMW AstraCilandakFamily. Dengan ketentuan tersebut, kompetisi ini tidak hanya menjadi ajang seru bagi para pemilik BMW, tetapi juga berfungsi sebagai sarana promosi interaktif untuk memperluas jangkauan media sosial BMW Astra Cilandak.



Gambar 2.4 Video Delivery
Sumber: Instagram @bmwastracilandak

BMW Astra Cilandak menghadirkan konten video bertema *delivery* di akun Instagram resmi sebagai bentuk dokumentasi dan publikasi momen serah terima kendaraan kepada pelanggan. Video ini dibuat untuk mengabadikan proses penting saat pelanggan menerima mobil BMW baru mereka. Dalam video tersebut ditampilkan rangkaian kegiatan yang dimulai dari perjalanan *Business Consultant* menuju kediaman pelanggan, penyambutan, penjelasan singkat mengenai fitur kendaraan oleh tim BMW Astra Cilandak, hingga proses akhir serah terima mobil.

Penyusunan video dilakukan dengan alur yang sistematis, untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai pengalaman pelanggan saat menerima kendaraan. Selain bertujuan sebagai bentuk apresiasi terhadap pelanggan, video ini juga berperan dalam memperkuat citra BMW Astra Cilandak sebagai *dealer* yang mengedepankan pelayanan personal dan profesional. Konten ini menjadi bagian dari strategi pemasaran perusahaan melalui media sosial untuk menambah *insight* dan meningkatkan pelanggan.



Gambar 2.5 Video Cinematic BMW 430i
Sumber: Instagram @bmwastracilandak

BMW Astra Cilandak turut menghadirkan konten video bertema cinematic yang ditayangkan melalui akun Instagram resmi sebagai bagian dari strategi promosi digital. Video ini dirancang dengan visual yang estetik dan profesional, menampilkan secara detail desain eksterior dan interior dari unit kendaraan BMW yang ditampilkan. Pengambilan gambar dilakukan dengan sudut pandang dan komposisi yang memperkuat kesan mewah dan elegan dari kendaraan, sehingga memberikan kesan eksklusif bagi para audiens yang menyaksikannya melalui platform media sosial Instagram.

Selain menonjolkan sisi visual, video cinematic ini juga berfungsi sebagai media informatif dengan memperlihatkan fitur-fitur unggulan yang dimiliki oleh kendaraan BMW. Melalui rangkaian video yang disusun secara terstruktur dan menarik, penonton dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai teknologi, kenyamanan, dan performa kendaraan BMW yang ditampilkan. Konten ini tidak hanya berperan sebagai materi promosi, tetapi juga memperkuat brand positioning BMW Astra Cilandak sebagai *dealer* yang modern, inovatif, dan berorientasi pada pengalaman pelanggan melalui visual yang elegan.