

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang BMW Astra



Gambar 2.1 Logo PT Astra International Tbk - BMW
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

BMW Astra adalah dealer resmi mobil BMW di Indonesia yang berada di bawah naungan PT Astra International Tbk – BMW Sales Operation. *Dealer* ini merupakan yang terbesar dan memiliki jaringan di berbagai kota besar seperti Jakarta, Tangerang, Surabaya, Yogyakarta, Semarang, Denpasar, dan Makassar. BMW Astra memberikan layanan lengkap kepada pelanggan, mulai dari penjualan mobil, servis purna jual, penyediaan suku cadang asli, hingga produk gaya hidup premium. Semua layanan ini disediakan dalam satu tempat dengan konsep *one-stop shopping experience*.

Di dalam menjalankan usahanya, BMW Astra memiliki nilai perusahaan yang disebut PRIDE, yaitu singkatan dari *Performance* (kinerja), *Responsive* (tanggap), *Integrity* (integritas), *Delighting Customer* (membuat pelanggan puas), dan *Empathy* (empati). Nilai-nilai ini menjadi pedoman dalam memberikan layanan yang cepat, tepat, dan berkualitas tinggi kepada seluruh pelanggan.

Untuk meningkatkan kenyamanan, BMW Astra menawarkan berbagai layanan tambahan seperti layanan servis cepat, penjemputan dan pengantaran mobil, serta program *Joy Experience*. Program ini memungkinkan pelanggan melihat langsung proses servis mobilnya, sekaligus mendapatkan diskon. Hal ini dilakukan agar pelanggan merasa lebih aman, percaya, dan puas saat menggunakan layanan BMW Astra (BMW Astra, 2023).

Selain itu, BMW Astra juga terus berinovasi, salah satunya melalui konsep *showroom* terbaru bernama Retail.Next yang sudah diterapkan di cabang Cilandak sejak tahun 2024. Konsep ini menghadirkan pengalaman digital seperti *Emotional Virtual Experience* (EVE), ruang tunggu yang nyaman, fasilitas *test drive*, serta area serah terima kendaraan yang lebih eksklusif. *Showroom* ini juga ramah lingkungan karena menggunakan desain hemat energi dan menyediakan fasilitas pengisian daya cepat untuk mobil listrik (BMW Group Indonesia, 2024).

BMW Astra juga mendukung penggunaan kendaraan listrik melalui peluncuran komunitas resmi bernama BMW Astra i *Community*. Komunitas ini memberikan akses ke tempat pengisian daya umum, layanan servis khusus mobil listrik, bantuan teknis 24 jam, dan garansi baterai. Hal ini menunjukkan komitmen BMW Astra dalam mendukung mobilitas yang ramah lingkungan (OtoDriver, 2023).

Dengan visi menjadi *dealer* BMW pilihan utama di Indonesia, BMW Astra menjadikan kepuasan dan pengalaman pelanggan sebagai prioritas utama. Melalui layanan yang lebih personal, pendekatan yang fokus pada hubungan jangka panjang, serta penggunaan teknologi digital, BMW Astra berusaha menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri otomotif (SWA, 2023).

2.2 Visi Misi BMW Astra

BMW sebagai salah satu perusahaan industri otomotif terbesar di dunia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Menginspirasi orang dan merek untuk membuat dampak.

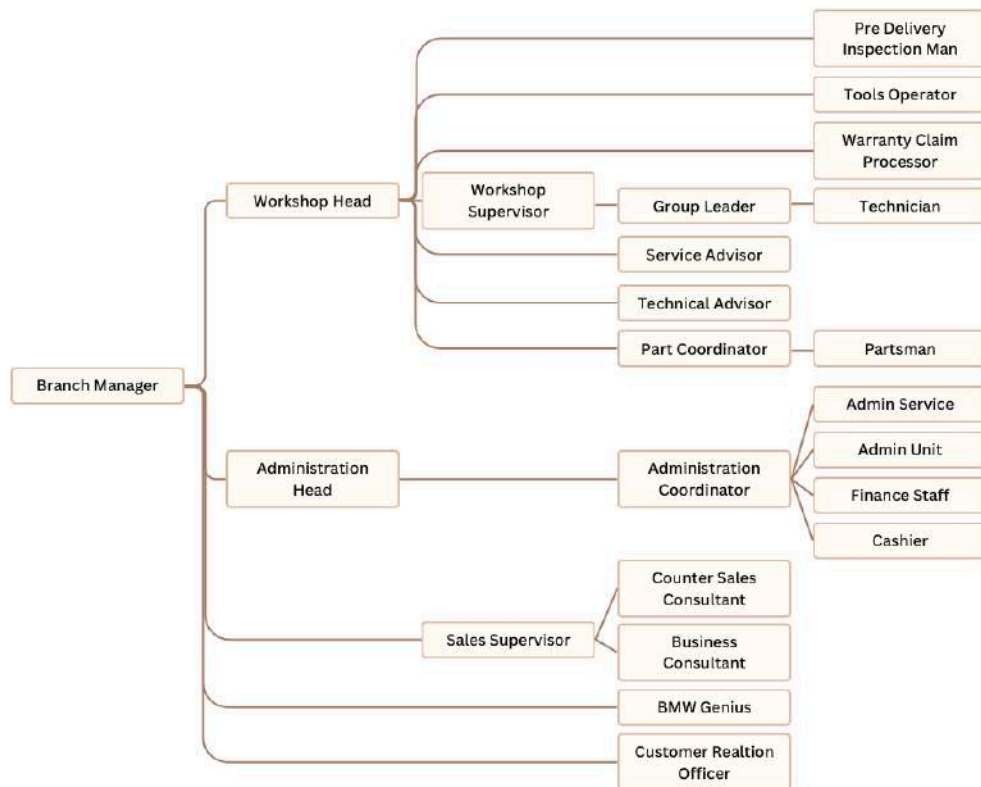
MISI

Membina komunitas inklusi yang terdiri dari orang-orang dari berbagai latar belakang, di mana semua kontribusi dihargai, dan di mana setiap karyawan memiliki kesempatan untuk menjadi diri mereka yang kreatif dan profesional.

2.3 Struktur Organisasi BMW Astra

BMW Astra merupakan salah satu perusahaan otomotif tertua di dunia yang telah berusia lebih dari seratus tahun. BMW Astra beroperasi di Indonesia sejak tahun 1976 memiliki struktur organisasi sebagai berikut:





Gambar 2.2 Struktur Organisasi BMW Astra

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Struktur organisasi berikut merupakan susunan jabatan di BMW Astra, yang mencakup berbagai divisi mulai dari operasional bengkel, administrasi, hingga penjualan. Setiap posisi memiliki peran penting dalam menjalankan bisnis dan memastikan layanan terbaik bagi pelanggan.

Sebagai *Marketing Support Intern* memiliki kedudukan di bawah *Branch Manager*. Dalam proses kerja magang, saya banyak berinteraksi dengan *Branch Manager*, *Business Consultant*, dan *BMW Product Genius*, karena ketiga posisi ini berhubungan langsung dengan pengelolaan media sosial dan penyediaan informasi yang dibutuhkan untuk konten pemasaran. Berikut adalah *job description* mereka dan kaitannya dengan proses kerja magang saya:

a. Branch Manager

Branch Manager adalah pimpinan cabang yang bertanggung jawab atas seluruh operasional dan strategi penjualan di cabang BMW Astra. *Branch Manager* memegang peran penting dalam pengambilan keputusan, pengawasan performa tim, pencapaian target penjualan, serta memastikan kualitas pelayanan kepada pelanggan tetap sesuai dengan standar BMW. Seorang *Branch Manager* juga menjadi penghubung utama antara kantor pusat dan operasional cabang, termasuk dalam hal implementasi kebijakan, inovasi layanan, serta peningkatan efisiensi kerja seluruh tim.

Selama pelaksanaan magang di BMW Astra, *Branch Manager* memiliki peran yang cukup sentral terhadap alur kerja yang dijalankan, terutama dalam proses *approval* ide konten dan hasil akhir produksi konten. Setiap konten yang akan diunggah ke *media sosial* perlu mendapatkan persetujuan terlebih dahulu dari *Branch Manager*, baik dari sisi pesan *brand*, visual, hingga kesesuaian dengan strategi komunikasi perusahaan. Interaksi ini memberikan pengalaman bekerja secara profesional dan membiasakan penulis untuk memperhatikan standar perusahaan dalam setiap *output* yang dihasilkan.

b. Business Consultant (Sales)

Business Consultant atau *sales* di BMW Astra bertugas untuk memberikan informasi produk kepada pelanggan, menjelaskan fitur kendaraan secara *detail*, serta membantu proses penjualan mulai dari konsultasi awal hingga proses serah terima kendaraan. Mereka juga berperan dalam membangun relasi jangka panjang dengan pelanggan dan memberikan layanan yang sesuai dengan karakteristik premium BMW. Seorang *Business Consultant* harus memiliki pengetahuan produk yang kuat serta kemampuan komunikasi dan negosiasi yang baik.

Dalam kegiatan magang, *Business Consultant* menjadi salah satu pihak yang mendukung produksi konten, terutama dalam memberikan *insight* terkait keunggulan mobil dan membantu pengambilan *footage* konten. Penulis juga beberapa kali berkesempatan untuk mendampingi mereka saat *event* seperti *test drive* atau *open house*, sehingga situasi di lapangan dapat diamati secara langsung dan diolah menjadi materi konten yang relevan dengan audiens BMW. Kolaborasi ini sangat membantu dalam menyelaraskan isi konten dengan kebutuhan komunikasi di bagian *sales*.

c. BMW Product Genius

BMW *Product Genius* adalah posisi khusus di *showroom* yang berperan sebagai ahli produk. Mereka bertugas memberikan edukasi mendalam kepada pelanggan mengenai fitur, teknologi, dan inovasi yang ada pada setiap model mobil BMW. Berbeda dengan tenaga penjual, fokus utama *Product Genius* bukan menjual, tetapi membantu pelanggan memahami teknologi BMW secara menyeluruh sehingga mereka bisa membuat keputusan yang lebih tepat. Posisi ini juga penting dalam mendukung *Business Consultant* dalam sesi konsultasi dan *test drive*.

Selama masa magang, penulis sering berinteraksi langsung dengan *BMW Product Genius*, terutama dalam proses pembuatan konten. *Product Genius* kerap menjadi *talent* dalam video yang diproduksi, sekaligus berperan sebagai sumber informasi utama untuk memastikan bahwa konten yang disusun akurat dan sesuai dengan standar *brand*. Selain itu, penulis memperoleh banyak pembelajaran dari mereka dalam menyederhanakan fitur teknis kendaraan menjadi informasi yang mudah dipahami oleh audiens *media sosial*.

Dalam konteks kerja magang di divisi Marketing Support, pemahaman terhadap struktur organisasi dan hubungan antarperan di dalam showroom BMW Astra menjadi sangat penting. Seluruh proses kerja yang dijalankan, mulai dari pembuatan konten hingga pelaksanaan dokumentasi event, tidak terlepas dari kolaborasi lintas fungsi dan pemahaman terhadap alur komunikasi yang berlaku di dalam organisasi.

Salah satu hal yang menjadi pembelajaran penting adalah bahwa alur persetujuan (approval) konten bersifat langsung dan cepat, namun tetap mempertahankan standar kualitas brand BMW. Setiap konten yang dikembangkan, terutama dalam format video pendek untuk TikTok, membutuhkan kesesuaian dengan pesan komunikasi brand dan visual premium yang menjadi karakter utama BMW. Oleh karena itu, Branch Manager berperan aktif dalam memberikan arahan terkait tema konten, pesan utama yang ingin disampaikan, serta evaluasi terhadap hasil akhir sebelum konten dipublikasikan.

Di sisi lain, peran Business Consultant sangat mendukung dalam proses pembuatan konten yang melibatkan aspek informasi teknis kendaraan. Dalam beberapa konten edukatif, Business Consultant menjadi narasumber untuk menjelaskan fitur mobil, membandingkan model, atau memperagakan fungsi tertentu dalam video. Interaksi ini tidak hanya memberikan akurasi informasi, tetapi juga menjadi ruang belajar untuk memahami cara menyederhanakan informasi teknis menjadi bahasa yang ringan dan mudah diterima oleh audiens muda.

Selain itu, posisi BMW Product Genius menjadi pihak yang paling sering berinteraksi dengan penulis dalam produksi konten. Mereka tidak hanya tampil sebagai talent, tetapi juga turut membantu dalam memastikan ekspresi, gestur, dan narasi konten tetap mencerminkan nilai-nilai brand. Dalam proses pengarahan, komunikasi dilakukan secara dua arah, di mana penulis memberikan briefing visual yang lengkap dan sering kali memperagakan ekspresi yang diharapkan agar proses pengambilan gambar berjalan lebih efisien. Jika terjadi kebingungan,

penulis juga memberikan referensi berupa video serupa dari akun brand otomotif lain sebagai pembanding.

Seluruh interaksi tersebut memperkuat pemahaman bahwa produksi konten digital di industri otomotif tidak bisa dilakukan secara individual semata. Diperlukan kemampuan untuk membangun komunikasi yang jelas, profesional, serta fleksibel terhadap kondisi lapangan. Meskipun hanya berstatus sebagai intern, penulis diberikan kepercayaan untuk menjalankan sebagian besar proses kreatif secara mandiri. Hal ini tidak hanya menjadi bentuk tanggung jawab, tetapi juga simulasi nyata dari lingkungan kerja profesional yang menuntut inisiatif dan kemampuan manajemen waktu yang baik.

Dari sisi budaya kerja, lingkungan di BMW Astra Surabaya memiliki ritme yang dinamis namun tetap sistematis. Setiap bagian memiliki fungsi yang jelas dan saling melengkapi. Untuk pekerjaan pemasaran digital, peran marketing support dianggap strategis karena menjadi perpanjangan tangan perusahaan dalam membentuk persepsi publik di media sosial. Oleh karena itu, standar kualitas visual, konsistensi tone komunikasi, serta kesesuaian pesan dengan identitas brand menjadi aspek yang selalu ditekankan oleh seluruh tim.

Pengalaman berinteraksi langsung dengan berbagai divisi ini memperkaya pemahaman penulis bahwa strategi pemasaran digital yang berhasil tidak hanya ditentukan oleh kualitas konten, tetapi juga oleh efektivitas koordinasi lintas tim dan pemahaman terhadap struktur organisasi yang berlaku.