

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Krakatau Chandra Energi

Perusahaan telah menunjukkan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan energi pelanggan di Kawasan Industri Krakatau dan sekitarnya dengan menekankan visinya sebagai perusahaan energi yang andal dan kompetitif. Sejarah: Perusahaan didirikan sebagai salah satu divisi dari PT Krakatau Steel (Persero) Tbk. pada 9 Oktober 1979, saat pabrik dan fasilitas di area industri baja terpadu membutuhkan pasokan listrik yang andal dari unit yang mandiri. PT Krakatau Steel (Persero) Tbk. membangun PLTU dengan kapasitas 400 MW untuk memenuhi kebutuhan ini.

Pada 25 April 1995, status Divisi PLTU 400 MW berubah menjadi Unit Otonomi PLTU 400 MW PT Krakatau Steel (Persero) Tbk. sesuai dengan Surat Keputusan Direksi PT Krakatau Steel (Persero) Tbk. Nomor 37/C/DUKS/Kpts/1995. Keputusan ini diambil sebagai bagian dari perubahan struktur organisasi. Dengan potensi untuk berkembang menjadi perusahaan energi yang diperhitungkan dalam kapasitas pembangkitan listrik, dilakukan pemisahan manajemen terhadap unit ini. Oleh karena itu, pada 28 Februari 1996, status Unit Otonom PLTU 400 MW ditingkatkan menjadi Badan Usaha Mandiri dengan nama PT Krakatau Daya Listrik.

Seiring perkembangan Kawasan Industri Krakatau, kebutuhan energi yang harus didistribusikan terus meningkat. Untuk menjaga kualitas serta keandalan suplai energi, Perusahaan membangun PLTGU *Combined Cycle Power Plant* (CCPP) dengan kapasitas 120 MW yang mulai beroperasi sejak April 2015. Dengan beroperasinya CCPP, maka PLTU 400 MW dinonaktifkan.

Peningkatan permintaan energi di kawasan industri dan tingkat nasional membuka peluang bagi Perusahaan untuk memperluas bisnisnya. Dengan mengandalkan pengalaman tenaga kerja, peralatan berkualitas, serta sinergi dengan berbagai produsen. Perusahaan mengelola layanan kelistrikan guna

mengembangkan pasar listrik, baik di tingkat lokal maupun nasional. Selain itu, Perusahaan juga menangani berbagai proyek yang mencakup *Engineering Procurement and Construction (EPC)*, *Operation and Maintenance (OM)*, serta layanan perbaikan trafo dan motor listrik melalui *workshop* yang dimilikinya, dengan tetap mengedepankan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Sejalan dengan kebijakan nasional mengenai isu pemanasan global, Perusahaan mulai merambah sektor energi baru dan terbarukan. Perubahan bauran energi nasional dari bahan bakar fosil ke energi terbarukan menjadi peluang bagi Perusahaan untuk meningkatkan kompetensi serta pendapatannya. Sebagai langkah awal, pada Juli 2020, Perusahaan membangun dan mengoperasikan PLTS *Rooftop* berkapasitas 102 kWp. Saat ini, total kapasitas PLTS yang telah dikembangkan mencapai 950 kWp untuk sektor industri dan 7 kWp untuk perumahan, yang seluruhnya telah terhubung ke jaringan listrik Perusahaan. Kedepannya, pengembangan energi baru dan terbarukan akan terus dilakukan, sehingga dapat menjadi layanan alternatif bagi pelanggan.



Gambar 2. 1 Perubahan logo dan nama perusahaan

Dalam upaya untuk membentuk subholding di internal Krakatau Steel yang bergerak di bidang penyediaan infrastruktur pendukung industri, Krakatau Steel menyerahkan sebagian besar sahamnya ke Krakatau Sarana Infrastruktur pada tahun 2021. Pada bulan Februari 2023, Krakatau Sarana Infrastruktur resmi menjual 70% saham perusahaan ini ke Chandra Asri Petrochemical. Sedangkan Krakatau Sarana Infrastruktur tetap memiliki 29,99% dari saham perusahaan. Setelah perusahaan resmi di akuisisi oleh PT Chandra Asri Pacific Tbk, nama

perusahaan ini diubah menjadi PT Krakatau Chandra Energi. Nama baru perusahaan tersebut berlaku efektif pada tanggal 17 Oktober 2023 hingga sekarang.

2.2 Visi Misi PT Krakatau Chandra Energi

2.2.1 Visi

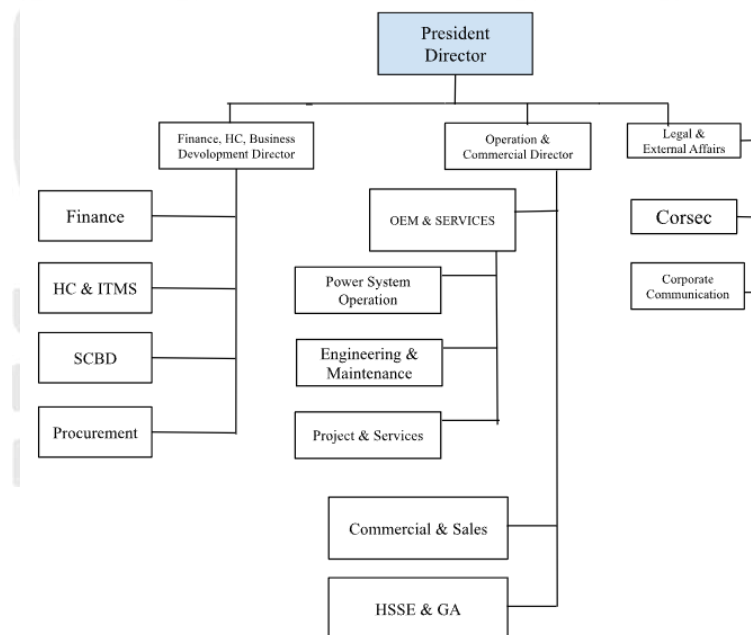
Menjadi Perusahaan dan Usaha Terkait yang Terkemuka di Indonesia.

2.2.2 Misi

Menyediakan Energi dan Usaha Terkait yang Andal, Kompetitif dan Berkualitas Tinggi, Bertumpu Pada Modal Insani Untuk Peningkatan Nilai Bagi Stakeholder.

2.3 Struktur Perusahaan PT Krakatau Chandra Energi

Krakatau Chandra Energi adalah perusahaan yang dapat diandalkan dan bersaing di Indonesia yang menyediakan tenaga listrik, jasa kelistrikan, dan energi baru terbarukan di Kawasan Industri Krakatau Cilegon selama lebih dari 28 tahun. Perusahaan memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Krakatau Chandra Energi

Sumber: Website resmi PT Krakatau Chandra Energi (2024)

Di bawah Direktur Utama:

Bertanggung jawab atas arah strategi, pengambilan keputusan, dan memastikan seluruh kegiatan perusahaan sesuai dengan visi dan misi.

1. Finance, HC, Business Development Director

- Divisi Finance: Mengelola keuangan dan investasi perusahaan.
- Divisi HC & ITMS: Menangani pengelolaan sumber daya manusia dan sistem teknologi informasi.
- Divisi SCBD (Strategic Corporate Business Development): Bertugas dalam pengembangan strategi bisnis.
- Divisi Procurement: Bertanggung jawab atas pengadaan barang dan jasa untuk mendukung operasional perusahaan.

2. Operation & Commercial Director

- Divisi OEM & Services: Menangani layanan suku cadang dan peralatan industri.
- Divisi Power System Operation: Berfokus pada pengoperasian sistem tenaga.
- Divisi Engineering & Maintenance: Memastikan infrastruktur dan peralatan perusahaan dalam kondisi optimal.
- Divisi Project & Services: Menangani proyek pengembangan dan layanan pelanggan.
- Divisi Commercial & Sales: Mengelola aspek pemasaran dan penjualan.
- Divisi HSSE & GA: Memastikan keselamatan kerja dan administrasi umum perusahaan.

Terdapat juga divisi *Legal & External Affairs* yang dibawah langsung oleh direktur utama yang bertanggung jawab dalam menangani aspek hukum dan hubungan eksternal perusahaan. Dalam *Legal & External Affairs* terdapat *Corporate Secretary* (Corsec) yang bertanggung jawab dalam mengelola tata

kelola perusahaan serta kepatuhan hukum. Selain itu juga ada divisi *Corporate Communication*.

Divisi *Corporate Communication* (Corcom) dalam struktur organisasi PT. Krakatau Chandra Energi (KCE) memainkan peran krusial dalam strategi komunikasi perusahaan, terutama dalam konteks digital dan media sosial. Berdasarkan latar belakang dan tujuan KCE dalam memanfaatkan media sosial, Corcom memiliki tanggung jawab utama dalam membangun, mengelola, dan mempertahankan citra serta reputasi perusahaan di hadapan mitra bisnis, pemangku kepentingan, serta industri yang lebih luas.

Sebagai perusahaan yang berfokus pada model bisnis B2B, KCE menghadapi tantangan dalam menjangkau target audiensnya yang berbeda dari perusahaan dengan model B2C. Oleh karena itu, Corcom bertugas untuk memastikan bahwa komunikasi yang dilakukan melalui berbagai *platform* media sosial seperti LinkedIn, Instagram, dan *website* perusahaan yang tidak hanya bersifat informatif tetapi juga dapat memperkuat posisi KCE sebagai pemimpin di sektor energi dan infrastruktur.

Lebih spesifik, fungsi *Corporate Communication* dalam konteks pemanfaatan media sosial oleh KCE meliputi:

1. Meningkatkan *Brand Awareness* dan Kredibilitas Perusahaan

- a. Corcom bertanggung jawab dalam menyusun narasi yang mencerminkan nilai, keunggulan, serta visi dan misi KCE dalam industri energi.
- b. Publikasi konten berkualitas yang menyoroti proyek, inovasi, serta kontribusi perusahaan dalam pengembangan infrastruktur berkelanjutan.
- c. Menjaga konsistensi branding dan komunikasi visual untuk menciptakan identitas perusahaan yang kuat di ruang digital.

2. Edukasi dan Sosialisasi Layanan KCE

- a. Menggunakan media sosial untuk mengedukasi mitra bisnis mengenai layanan energi yang ditawarkan oleh KCE.
- b. Menyampaikan informasi mengenai efisiensi dan keunggulan teknologi yang diterapkan oleh perusahaan.
- c. Membantu membangun pemahaman yang lebih dalam terkait solusi energi KCE dapat mendukung pertumbuhan industri.

3. Membangun Hubungan dengan Mitra dan Pemangku Kepentingan

- a. Media sosial berfungsi sebagai alat *networking* yang memungkinkan KCE untuk menjalin hubungan lebih erat dengan perusahaan lain di sektor energi dan infrastruktur.
- b. Interaksi melalui *platform* profesional seperti LinkedIn dapat membuka peluang kerjasama strategis dan memperluas jaringan bisnis perusahaan.

4. Menganalisis Performa Media Sosial dan Evaluasi Strategi

- a. Melakukan pemantauan dan analisis terhadap *engagement*, *reach*, dan efektivitas kampanye media sosial.
- b. Berdasarkan data tersebut, Corcom dapat menyesuaikan strategi komunikasi untuk meningkatkan dampak dan efektivitas pesan yang disampaikan.