

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT. Astra International Tbk. - BMW Sales Operation, yang biasa dikenal luas sebagai BMW Astra, adalah dealer resmi BMW terbesar di Indonesia. BMW Astra telah meraih reputasinya sebagai *dealer* pilihan pelanggan yang berfokus pada kesempurnaan layanan dan kepuasan pelanggan. BMW Astra berdiri pada tahun 1993 ketika BMW Group mulai menjalin kerja sama dengan PT. Astra International Tbk. Berikut adalah profil dan sejarah perusahaan secara mendetail.

2.1.1 Profil Perusahaan

BMW Astra merupakan anak perusahaan dari Astra yang bergerak di bidang otomotif. BMW Astra berperan sebagai dealer resmi kendaraan premium BMW (Bayerische Motoren Werke) di Indonesia. Fokus utama dari BMW Astra adalah memberikan layanan serta solusi yang terbaik untuk para pelanggannya. Dalam dunia industri otomotif yang penuh tantangan, BMW Astra memiliki tekad untuk menjadi perusahaan yang menciptakan bisnis yang bertahan dan berkelanjutan dengan terus fokus kepada kepuasan pelanggan. BMW Astra juga terus memperhatikan perkembangan karyawan baik dalam keterampilan dan juga etika profesionalitas dalam lingkungan kerja yang dinamis.



Gambar 2. 1 Logo BMW Astra

Dalam BMW Astra, ada divisi BSO (BMW Sales Operation) dan juga AAP (Astra Auto Prima). BSO merupakan divisi yang bertanggung jawab dalam kendaraan BMW yang baru, sedangkan AAP bertanggung jawab pada kendaraan *used car* yang berarti bukan kendaraan dalam kondisi baru. Saat ini BMW Astra memiliki sekitar 200-500 karyawan. Namun jika BMW Astra Head

Office yang berlokasi di Sunter, ada sekitar 30-40 karyawan. Jika dikategorikan berdasarkan deskripsi pekerjaannya, BMW Astra Head Office memiliki divisi *operation, marketing, aftersale, finance*, dan juga *human resources*.

Berdasarkan fokus utama BMW Astra yang mengutamakan kepuasan pelanggan, terdapat 5 nilai-nilai utama yang merupakan pegangan perusahaan tersebut. Kelima nilai tersebut disingkat PRIDE (Performance, Responsive, Integrity, Delighting Costumer, dan Empathy). *Performance* berkaitan dengan kinerja yang optimal, *responsive* berkaitan dengan kepekaan kepada kostumer, *Integrity* berkaitan dengan kejujuran dan etika, *Delighting Costumer* berkaitan dengan pelayanan terbaik untuk kostumer, dan terakhir *Empathy* berkaitan dengan pemahaman yang baik kepada pendapat pelanggan. Sebagai dealer BMW utama di Indonesia, BMW Astra memiliki cabang hingga ke banyak pulau di Indonesia. BMW Astra memiliki cabang di Bali, Surabaya, Sulawesi, hingga Makassar.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

BMW merupakan salah satu brand automotif yang berasal dari luar Indonesia, sehingga memerlukan dealer resmi untuk dapat mendistribusikannya secara lokal. Namun pada tahun 1976, BMW mulai memperkenalkan kendaraannya di Indonesia dan juga mulai dirakit secara lokal oleh pabrik di Indonesia. Tipe mobil BMW yang pertama kali dipasarkan di Indonesia adalah model seri 5 atau BMW 520i.



Gambar 2. 2 Model BMW Pertama di Indonesia
Sumber: bmwgroup-classic.com

Setelah sekitar 17 tahun kendaraan BMW dirakit oleh pabrik lokal, akhirnya BMW membuat ikatan kemitraan dengan PT Astra International pada tahun 1993. Keputusan jalin kemitraan dengan PT Astra International Tbk

memiliki beberapa alasan, salah satunya adalah untuk memperluas kegiatan operasional BMW itu sendiri. Kemitraan BMW dengan PT Astra International Tbk dilakukan untuk memaksimalkan perakitan kendaraan hingga mendistribusikan kendaraan premium tersebut ke seluruh Indonesia. Namun kegiatan perakitan dan pendistribusian kendaraan diberikan kepada anak perusahaan Astra dan bekerja sama dengan PT lainnya.

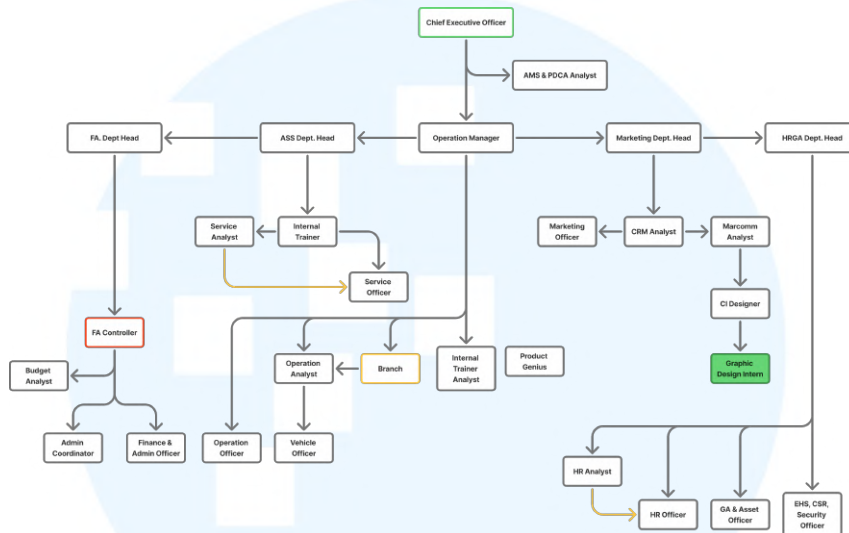
Perakitan kendaraan BMW, terutama mobil dilakukan oleh anak perusahaan Astra yang bernama PT Gaya Motor. Secara garis besar, PT Gaya Motor memegang tanggung jawab terhadap hal-hal teknis yang mencakup segala keperluan kendaraan untuk memiliki performa yang prima. Sedangkan untuk mendistribusikan mobil, Astra bekerja sama dengan PT Tjahja Sakti Motor. Peran BMW Astra sendiri lebih kepada pembelian kendaraan secara langsung dikarenakan perusahaan tersebut telah memiliki status *dealer* resmi sejak 1993.

Kini BMW Astra masih melanjutkan usahanya sebagai dealer resmi BMW untuk seluruh Indonesia. BMW Astra semakin berkembang dan memiliki karyawan yang terus bertambah. Selain itu BMW Astra memperbanyak cabangnya ke seluruh pulau di Indonesia. BMW Astra juga mulai meningkatkan company identitynya dari segi branding dan promosi secara *offline* maupun *online*. Kostumer BMW Astra juga terus meningkat dan menghadirkan banyak tawaran spesial bagi kostumer yang sejati maupun yang baru.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

BMW Astra bukanlah sebuah perusahaan yang secara langsung terjun ke dalam dunia desain komunikasi visual, namun perusahaan ini menerima penulis sebagai desainer grafis magang dalam divisi marketing. Selain itu, kantor yang ditempati penulis selama magang merupakan kantor pusat sehingga ada berbagai macam divisi dalam struktur organisasi. Divisi di kantor pusat BMW Astra meliputi marketing, operation, finance, aftersale, dan human resource. Seperti perusahaan lain pada umumnya, jabatan tertinggi di perusahaan ini adalah CEO atau *Chief*

Executive Officer. Di bawah CEO secara langsung terdapat kepala divisi atau bisa disebut manajer untuk setiap divisi yang ada. Pada divisi penulis yaitu marketing, dipimpin secara langsung oleh *marketing dept. head*.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi BMW Astra
Sumber: Dokumentasi perusahaan

Di bawah *marketing dept. head*. ada marketing officer, CRM analyst dan Marcomm analyst. Marketing officer memiliki pekerjaan yang lebih bersifat management seperti mengecek stok merchandise, seragam, dan segala keperluan item untuk costumer maupun sales. Supervisor penulis merupakan marcomm analyst yang juga bekerja sama dengan CI (Company Identity) designer. Pekerjaan marcomm analyst melingkupi copywriting, event planning, marketing campaign management, dan juga creative content production. Di bawah CI designer lah penulis ada sebagai desainer grafis magang di BMW Astra. CI designer bertanggung jawab secara langsung dalam mendesain segala hal yang berkaitan dengan visual seperti sosial media, merchandise, dan juga media kolateral lainnya.

Sebagai desainer grafis magang, penulis biasa menerima arahan dan juga tugas jangka panjang maupun pendek dari CI Designer. Tugas-tugas penulis sebagai karyawan magang meliputi pembuatan desain media sosial untuk promosi, desain ulang media cetak maupun kolateral. BMW Astra telah memiliki dokumen company identitynya sehingga penulis mendesain sesuai dengan pedoman

dokumen dan juga aset-aset siap pakai seperti tipografi dan foto-foto kendaraan. Penulis lebih melakukan kegiatan seputar tata ulang visual. Namun untuk momen-momen tertentu, penulis diberikan tugas untuk mendesai ulang desain kemasan atau stiker yang tidak begitu ada dalam dokumen company identity. Tugas-tugas tersebut membuat penulis juga ikut memikirkan konsep dan juga visual yang sesuai dengan citra brand BMW itu sendiri.

2.3 Portofolio Perusahaan

BMW Astra memiliki portofolio dalam bidang desain komunikasi visual seperti poster promosi, *content reels*, hingga berbagai macam *official merchandise* yang diproduksi. Desain-desain hingga ide konten kreatif yang dibuat untuk keperluan promosi ataupun branding identitas perusahaan memiliki acuan dari *brand guideline* resmi BMW, mulai dari tipografi khusus BMW, standarisasi fotografi, dan juga *layout* aset-aset visual. Berikut adalah beberapa portofolio desain dan konten kreatif BMW Astra.

2.3.1 Desain E-Flyer BMW Astra X IIMS

BMW Astra memiliki standar layouting yang cukup sering digunakan untuk pembuatan E-Flyer. Biasanya E-Flyer mencakup dua orientasi sekaligus, yaitu untuk *feeds* dan *story* untuk Instagram. Kegunaan E-Flyer adalah untuk mempromosikan kegiatan BMW Astra dalam penjualannya seperti penawaran harga spesial dan juga informasi event khusus, salah satunya adalah IIMS (Indonesia International Motor Show).

Tipografi yang digunakan dalam e-flyer adalah BMW Type dengan berbagai ukuran, namun hanya dibatasi maksimal 3 variasi ukuran. Ukuran teks harus bisa terlihat mana yang berupa *headline* dan *body text*-nya. Selain itu biasanya semua teks dan fotografi memiliki *centre alignment* agar terlihat rapi dan terstruktur. Ukuran sebuah aset vektor dan juga tipografi dalam sebuah poster sangat penting untuk keterbacaan dan juga daya pikat sebuah poster promosi. Namun BMW

Astra memiliki aturan atau *template* khusus yang merupakan bagian dari identitas perusahaan mereka sendiri.



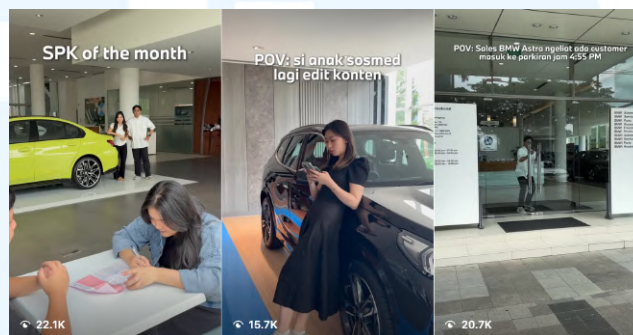
Gambar 2. 4 Desain E-Flyer BMW Astra x IIMS
Sumber: Instagram BMW Astra

Pada desain E-Flyer IIMS, ada dekorasi tipografi yang besar dan *dimasking* saat menyentuh objek utama, yaitu mobil dan manusia. Tipografi besar yang bersifat dekoratif ini biasanya khusus untuk memberikan informasi model mobil BMW yang sedang ditampilkan. Pada poster ini terdapat teks "THE X1." Peletakkan logo BMW Astra selalu ada di paling atas dan jika ada logo kolaborasi, pasti akan berada di sebelah kanan logo BMW Astra. Terkadang logo dipisahkan dengan garis, terkadang juga tidak. Beberapa teks yang merupakan informasi penting seperti penawaran spesial, lokasi, dan waktu biasanya diketik dengan ketebalan bold. Aset fotografi yang merupakan gambar utama biasanya juga berikan *gradation mask* berwarna gelap di bagian atas maupun bawah sehingga memberikan kontras keterbacaan yang baik untuk teks pada poster.

2.3.2 Instagram Reels Content BMW Astra

BMW Astra memiliki akun Instagram resmi dan cukup rutin mengunggah konten reels yang berupa video pendek. Video-video pendek ini biasanya memiliki konten yang bersifat relatable, comedy skit, parodi trend, dan lainnya. Pada era digital yang berpusat pada

media sosial, BMW Astra juga tidak ingin tertinggal zaman. BMW Astra mulai membuat konten-konten video pendek untuk tetap relevan dengan generasi muda. Konten video pendek BMW Astra biasanya dibuat oleh tim konten kreator di cabang-cabang tertentu. Meskipun memiliki tema konten yang beragam, BMW Astra tetap memperlihatkan produk utama BMW yaitu mobil premium. Oleh karena itu konten-konten video pendek BMW Astra biasanya dibuat di *showroom* mobil BMW itu sendiri.



Gambar 2.5 Instagram Reels Content BMW Astra

Teks headline pada konten video pendek tetap menggunakan typeface BMW Type. Meskipun tidak menggunakan editing dan juga kamera yang kompleks, video-video pendek sederhana ini memiliki total views yang cukup banyak yaitu 20-50k views. Jika konten video pendeknya viral, bisa mencapai ratusan ribu views. Selain itu BMW Astra juga memberikan nama khusus untuk para penggemar BMW yaitu "Bimmers." Konten-konten video pendek BMW Astra juga seringkali mendapatkan interaksi yang antusias pada para Bimmers maupun audiens awam ataupun yang bukan merupakan penggemar BMW.

2.3.3 Pop-Up Birthday Card untuk Costumer BMW Astra

Sesuai dengan visi dan misi BMW Astra yang sangat mementingkan customer, penting untuk BMW Astra memberikan merchandise atau goods khusus untuk customer pada saat mereka ulang tahun. Salah satu pemberian dari BMW Astra adalah sebuah

kartu ucapan khusus, namun kartu ini memiliki pop-up sederhana di dalamnya. BMW Astra tidak memiliki pedoman khusus dalam bidang ilustrasi, namun dalam kartu ini tetap menggunakan ilustrasi yang elegan, minimalis, dan juga terkesan premium. Dengan warna tone biru yang monokromatik membentuk diorama pegunungan yang menjadi backround mobil BMW. Selain itu mobil BMW yang ada pada pop-up dapat digerakkan ke kanan dan ke kiri.



Gambar 2. 6 Pop-Up Birthday Card untuk Customer BMW Astra

Fungsi dari kartu ucapan ini adalah sebagai tanda bahwa BMW Astra peduli dengan pelanggan dan juga memberikan kesan formal sebagai perusahaan besar. Kertas yang digunakan untuk mencetak kartu juga menggunakan kertas dengan gramasi yang tebal sekitar 250-300 GSM. Kartu berukuran A5 dan dapat dibuka tutup. Kartu ini biasa dikirimkan beserta dengan hampers ataupun barang-barang merchandise produksi BMW Astra.