

## ABSTRAK

Pemenuhan energi dan kelestarian lingkungan selalu menjadi hal dilematis bagi tiap negara. Penggunaan energi fosil berdampak pada isu lingkungan yang kini telah menjadi perhatian global. Salah satu solusi yang dapat dilakukan ialah dengan adanya pemanfaatan energi baru terbarukan (EBT). Penggunaan energi matahari, sebagai salah sumber EBT yang melimpah di Indonesia, saat ini memiliki potensi pengembangan yang paling pesat. Hal ini yang menjadi dorongan bagi PT Aruna Cahaya Pratama (ACP) untuk menjadi perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan EBT, khususnya energi surya.

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun rancangan strategi pemasaran bagi ACP dalam mengembangkan bisnis Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) yang dipasang pada atap, baik rumah maupun bangunan komersial atau industri. Skema bisnis yang dijalankan berupa skema *build-own-operate*. Strategi pemasaran yang disusun diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar, *brand awareness* pada konsumen, dan memenangkan persaingan. Hasil dari penelitian ini berupa rekomendasi strategi yang mencakup penyusunan *marketing mix* dan rencana kegiatan, yang disusun berdasarkan analisis-analisis atas lingkungan eksternal bisnis, kondisi persaingan, karakteristik konsumen, dan internal perusahaan.

Kata kunci: rencana pemasaran, EBT, energi, surya, build-own-operate,

## ABSTRACT

Energy fulfillment and environmental sustainability has always been a dilemma for each country. The use of fossil energy has an impact on environmental issues which have now become a global concern. One solution that can be implemented is the use of renewable energy (RE). The use of solar energy, as one of the abundant sources of renewable energy in Indonesia, currently has the most rapid development potential. This is the impetus for PT Aruna Cahaya Pratama (ACP) to become a company engaged in the development of RE, especially solar energy.

This study aims to develop a marketing strategy design for ACP in developing a Solar Power Plant (PLTS) business that is installed on the roof, both homes and commercial or industrial buildings. The business scheme that is run is a build-own-operate scheme. The prepared marketing strategy is expected to increase market share, brand awareness to consumers, and win the competition. The results of this research are in the form of strategic recommendations which include the preparation of the marketing mix and activity plans, which are prepared based on analysis of the external business environment, market competitiveness, and company and consumer characteristics.

Keywords: marketing plan, renewable energy, solar PV, build-own-operate