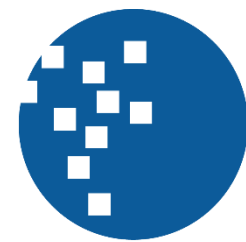


**VALIDASI KONSEP PRODUK DAN RENCANA BISNIS
ZAPSAFE: SOLUSI BAGI *USER* KENDARAAN MOBIL
LISTRIK UNTUK MENGATASI KEPANIKAN AKAN
KECUKUPAN KAPASITAS BATERAI**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tugas Akhir Skripsi

Jeffrey Tan

000000061754

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**VALIDASI KONSEP PRODUK DAN RENCANA BISNIS
ZAPSAFE: SOLUSI BAGI *USER* KENDARAAN MOBIL
LISTRIK UNTUK MENGATASI KEPANIKAN AKAN
KECUKUPAN KAPASITAS BATERAI**



Tugas Akhir Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mempero

Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Jeffrey Tan

00000061754

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jeffrey Tan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000061754
Program Studi : Manajemen
Skripsi dengan judul:

**Validasi Konsep Produk dan Rencana Bisnis ZapSafe: Solusi Bagi User
Kendaraan Mobil Listrik untuk Mengatasi Kepanikan Akan Kecukupan
Kapasitas Baterai**

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 29 November 2024



(Jeffrey Tan)

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI

Laporan skripsi dengan judul

**“VALIDASI KONSEP PRODUK DAN RENCANA BISNIS ZAPSAFE:
SOLUSI BAGI *USER* KENDARAAN MOBIL LISTRIK UNTUK
MENGATASI KEPANIKAN AKAN KECUKUPAN KAPASITAS
BATERAI”**

Oleh

Nama : Jeffrey Tan
NIM : 00000061754
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 2 Desember 2024

Pembimbing



Ir. D. Wim Prihanto, M.M.

NIDN : 0312126610

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

NIDN : 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**Validasi Konsep Produk dan Rencana Bisnis ZapSafe: Solusi Bagi User
Kendaraan Mobil Listrik untuk Mengatasi Kepanikan Akan Kecukupan
Kapasitas Baterai**

Oleh

Nama : Jeffrey Tan
NIM : 00000061754
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

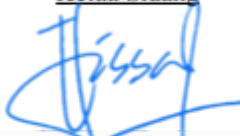
Telah diujikan pada hari Rabu, 11 Desember 2024

Pukul 15.30 s.d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M

0306088501

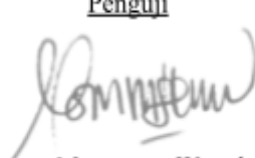
Pembimbing


Ir. D. Wim Prihanto, M.M.
0312126610

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801

Penguji


Kanon Mommsen Wongkar,
S.H.,M.H.,C.L.A.
0301078204

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

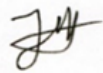
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jeffrey Tan
NIM : 000000061754
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Validasi Konsep Produk dan Rencana
Bisnis ZapSafe: Solusi Bagi User Kendaraan Mobil Listrik untuk
Mengatasi Kepanikan Akan Kecukupan Kapasitas Baterai

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 2 Desember 2024



Jeffrey Tan

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

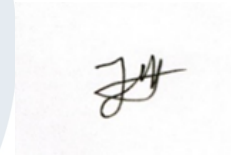
Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Skripsi ini dengan judul: “Validasi Konsep Produk dan Rencana Bisnis ZapSafe: Solusi Bagi User Kendaraan Mobil Listrik untuk Mengatasi Kepanikan Akan Kecukupan Kapasitas Baterai” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T.,S.Sos.,M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purmaningsih, SE., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ir. D. Wim Prihanto, M.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan Skripsi ini.
5. Keluarga dan teman penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi ini.
6. Penulis yang telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan praktik kerja skripsi dan laporan skripsi ini dengan tepat waktu, meskipun banyak suka dan duka yang dialami.

Dengan penuh dengan kesadaran diri, bahwasanya penulisan laporan skripsi ini masih memiliki kekurangan dan kelemahan yang masih perlu diperbaiki. Sehingga, segala bentuk kritik, saran, ataupun masukan yang bersifat membangun dengan senang hati penulis terima.

Semoga laporan skripsi ini dapat dijadikan pembelajaran, sumber informasi, motivasi dan sumber inspirasi yang bermanfaat bagi para pembaca.

Tangerang, 2 Desember 2024



(Jeffrey Tan)



Validasi Konsep Produk dan Rencana Bisnis ZapSafe: Solusi Bagi User Kendaraan Mobil Listrik untuk Mengatasi Kepanikan Akan Kekurangan Kapasitas Baterai

Jeffrey Tan

ABSTRAK

ZapSafe adalah aplikasi digital yang membantu pemilik kendaraan mobil listrik menemukan Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU) melalui peta interaktif dan fitur personalisasi. Aplikasi ini dikembangkan untuk mengatasi kekhawatiran pengguna tentang kecukupan baterai selama perjalanan jauh dengan menyediakan perencanaan perjalanan, data SPLU real-time, dan rute optimal.

Proses pengembangan dilakukan secara iteratif, memanfaatkan teknologi seperti API Google Maps dan pengembangan lintas platform, serta melibatkan kolaborasi dengan penyedia SPKLU. Evaluasi pasar menunjukkan bahwa ZapSafe berhasil memenuhi kebutuhan pengguna dengan solusi strategis dan inovatif, didukung model bisnis yang berkelanjutan.

Kesimpulannya, business plan ini disusun untuk menarik investor dalam menyediakan modal bagi pengembangan aplikasi ZapSafe yang masih dalam tahap prototipe. Dana yang dibutuhkan dan diperoleh dari investor sebesar Rp. 1.151.495.765 akan digunakan untuk pengembangan aplikasi, pemasaran, dan RnD serta memvalidasi ide di pasar dengan dukungan pelaku industri guna mendorong pertumbuhan bisnis. ROI yang ditawarkan ZapSafe mencapai 10% dengan bunga sebesar 0,1% per bulan sehingga total investasi pengembalian yang akan diterima oleh investor sebesar Rp. 1.266.645.341 dalam waktu 2 tahun 11 bulan.

Kata kunci: Mobil listrik, SPKLU, *ZapSafe*

Product Concept Validation and ZapSafe Business Plan: Solution for Electric Car Vehicle Users to Overcome Panic about Battery Capacity Sufficiency

Jeffrey Tan

ABSTRACT (English)

ZapSafe is a digital application designed to help electric vehicle (EV) owners locate Public Electric Vehicle Charging Stations (SPKLU) through an interactive map and personalized features. The application was developed to address users' concerns about battery sufficiency during long journeys by providing trip planning, real-time charging station data, and optimal routes.

The development process was carried out iteratively, utilizing technologies such as Google Maps API and cross-platform development, while collaborating with SPKLU providers. Market evaluation shows that ZapSafe successfully meets user needs with strategic and innovative solutions, supported by a sustainable business model.

In conclusion, this business plan aims to attract investors to provide funding for the development of the ZapSafe application, which is currently in the prototype stage. The funds required, totaling IDR 1,151,495,765, will be allocated for application development, marketing, research and development, and validating the idea in the market with support from industry stakeholders to drive business growth. ZapSafe offers a return on investment (ROI) of 10% with an interest rate of 0.1% per month, resulting in a total investment return of IDR 1,266,645,341 within 2 years and 11 months.

Keywords: *Electric cars, SPKLU, ZapSafe*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK.....	8
ABSTRACT (English).....	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL.....	18
DAFTAR GAMBAR.....	18
DAFTAR LAMPIRAN.....	22
BAB I	
EXECUTIVE SUMMARY.....	1
1.1 Perkenalan.....	1
Tabel 1.1 Tabel Data Perusahaan.....	1
1.2 Deskripsi Perusahaan.....	1
1.3 Analisis Pasar.....	1
1.4 Analisis Pemasaran.....	2
1.5 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan.....	3
1.6 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk.....	3
1.7 Proyeksi Keuangan.....	4
1.8 Pendanaan.....	4
BAB II	
DESKRIPSI PERUSAHAAN.....	5
2.1 Pendahuluan.....	5
2.2 Latar Belakang.....	5
Gambar 2.1 Diagram Penjualan EV Global Semester Pertama Tahun 2023.....	6
Gambar 2.2 Distribusi Penetrasi Pasar Kendaraan Listrik (EV) Global Berdasarkan Wilayah dan Merek Semester Pertama Tahun 2023.....	7
2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan.....	10
2.4 Tagline.....	12
2.5 Produk.....	12
Gambar 2.3 Tampilan Halaman Awal dan Sign Up Prototipe Aplikasi ZapSafe.....	13
Gambar 2.4 Tampilan Halaman Pemilihan Kendaraan Mobil Listrik Prototipe Aplikasi ZapSafe.....	14
Gambar 2.5 Tampilan Halaman Beranda Prototipe Aplikasi ZapSafe....	14
Gambar 2.6 Tampilan Halaman Trip Plan Prototipe Aplikasi ZapSafe... 15	

Gambar 2.7 Product Concept Validation Menggunakan Prototype Figma ZapSafe.....	18
2.6.1 Hasil Validasi Produk terhadap Ketertarikan Pasar.....	19
Gambar 2.8 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Ketertarikan Pasar Terhadap Aplikasi ZapSafe.....	19
2.6.2 Jumlah Tingkat Keinginan Pasar untuk Menggunakan Aplikasi.....	20
Gambar 2.9 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Keinginan Untuk Menggunakan Terhadap Aplikasi ZapSafe.....	20
2.6.3 Ketersediaan Pasar untuk Membayar Layanan Aplikasi.....	21
Gambar 2.10 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Kesiediaan Untuk Membayar Terhadap Layanan Aplikasi ZapSafe.....	21
Gambar 2.11 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Kesiediaan Jumlah Bayar Terhadap Layanan Aplikasi ZapSafe.....	21
2.6.4 Validasi Terhadap Persepsi Nama Brand Ngecass.....	22
Gambar 2.12 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Layanan Aplikasi ZapSafe.....	23
Gambar 2.13 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Layanan Aplikasi ZapSafe.....	24
Gambar 2.14 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Layanan Aplikasi ZapSafe.....	24
2.6.5 Kritik dan Saran Responden terhadap Aplikasi ZapSafe.....	26
2.6.5.1 Hal yang Disukai oleh Pengguna dari Aplikasi ZapSafe.....	26
Gambar 2.15 Kumpulan Data Hal Yang Disukai Oleh Pengguna Dari Aplikasi ZapSafe.....	27
Gambar 2.16 Kumpulan Data Hal Yang Disukai Oleh Pengguna Dari Aplikasi ZapSafe.....	28
Gambar 2.18 Kumpulan Data Hal Yang Tidak Disukai Oleh Pengguna Dari Aplikasi ZapSafe.....	30
Gambar 2.19 Kumpulan Data Hal Yang Tidak Disukai Oleh Pengguna Dari Aplikasi ZapSafe.....	31
2.6.5.3 Feedback untuk Perbaikan Aplikasi ZapSafe.....	33
Gambar 2.21 Kumpulan Data Feedback Untuk Perbaikan Oleh Pengguna Untuk Aplikasi ZapSafe.....	33
Gambar 2.22 Kumpulan Data Feedback Untuk Perbaikan Oleh Pengguna Untuk Aplikasi ZapSafe.....	34
Gambar 2.23 Tampilan Aplikasi sebelum mendapatkan feedback.....	35
2.7 Tujuan Pembuatan Business Plan.....	36
2.8 Kebutuhan Dana yang Diharapkan.....	38
2.9 Status Hukum dan Kepemilikan Usaha.....	38
Gambar 2.23 Logo ZapSafe.....	41

- Manfaat Inovasi:.....	41
Gambar 2.24 Surat Pencatatan Ciptaan Aplikasi ZapSafe.....	42
BAB III	
ANALISIS PASAR.....	43
Gambar 3.1 TAM, SAM, dan SOM Aplikasi ZapSafe.....	43
3.1 Analisis Kompetitor.....	44
3.1.1 Google Maps.....	44
Gambar 3.2 Logo Aplikasi Google Maps.....	44
Gambar 3.3 Tampilan Aplikasi Google Maps.....	45
3.1.2 Voltron.....	45
Gambar 3.4 Logo Aplikasi Voltron.....	45
Gambar 3.5 Tampilan Aplikasi Voltron.....	46
3.1.3 ChargeIn.....	46
Gambar 3.6 Logo Charge IN.....	47
Gambar 3.7 Tampilan Aplikasi Charge IN.....	47
3.2 Competitive Analysis Grid.....	48
Tabel 3.1 Competitive Analysis Grid.....	48
3.2.1 Peluang Keunggulan ZapSafe.....	50
3.3 Estimasi Penjualan Tahunan.....	51
BAB IV	
ANALISIS PEMASARAN.....	54
4.1 Strategi Pemasaran.....	54
Strategi:.....	54
Strategi:.....	56
4.1.1 Segmentasi Pasar.....	58
4.1.2 Seleksi Target Market.....	59
4.1.3 Customer Value Proposition.....	61
Gambar 4.1 Customer Value Proposition ZapSafe.....	61
4.1.4 Ukuran Target Market.....	62
Tabel 4.1 Ukuran Target Market.....	63
Tabel 4.2 Ukuran Target Market.....	63
4.1.5 Perilaku Konsumen.....	64
4.1.6 Pemosisian.....	66
4.1.7 Diferensiasi Produk.....	68
Gambar 4.2 Diferensiasi ZapSafe.....	69
Gambar 4.3 Diferensiasi ZapSafe.....	70
4.1.8 Product Attribute Map.....	70
Gambar 4.4 Fitur ZapSafe.....	71
Gambar 4.5 Fitur ZapSafe.....	72
Gambar 4.6 Fitur ZapSafe.....	73

Gambar 4.7 Fitur ZapSafe.....	74
Gambar 4.8 Fitur ZapSafe.....	75
4.1.9 Business Model.....	75
4.1.10 Strategi Harga.....	77
Gambar 4.9 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Kesiapan Jumlah Bayar Terhadap Layanan Aplikasi ZapSafe.....	78
4.2 Proses Penjualan dan Bauran Promosi.....	80
4.2.1 Proses Penjualan.....	80
Gambar 4.10 Customer Touchpoint Journey Map.....	82
Tabel 4.3 Customer Touchpoint.....	83
Gambar 4.11 Customer Journey Map Subscription Tahun Kedua.....	86
Gambar 4.12 Customer Journey Map Subscription Tahun Ketiga.....	89
Gambar 4.13 Customer Journey Map Brand Promotion Tahun Kedua..	91
Gambar 4.15 Customer Journey Map Brand Promotion Tahun Ketiga...	94
Gambar 4.16 Customer Journey Map Iklan Tahun Ketiga.....	97
4.2.2 Bauran Promosi.....	99
Tabel 4.4 Subscription Tahun Pertama.....	100
Tabel 4.5 Subscription Tahun Kedua.....	100
Tabel 4.6 Brand Promotion Tahun Kedua.....	103
Tabel 4.7 Brand Promotion Tahun Ketiga.....	104
Tabel 4.8 Iklan Tahun Ketiga.....	106
BAB V	
TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN.....	108
5.1 Tim Manajemen.....	108
Gambar 5.1 Struktur Organisasi Tim ZapSafe Tahun Pertama.....	109
Gambar 5.2 Struktur Organisasi Tim ZapSafe Tahun Kedua.....	111
Gambar 5.3 Struktur Organisasi Tim ZapSafe Tahun Ketiga.....	113
5.3 Hasil Project sebagai Marketing Officer.....	115
Gambar 5.4 Instagram ZapSafe.....	116
Gambar 5.5 Proses Pembuatan Pitch Deck.....	117
Gambar 5.6 Pembuatan Content Planning untuk Sosial Media.....	118
BAB VI	
PERENCANAAN OPERASIONAL.....	119
6.1 Model dan Prosedur Operasional.....	119
6.1.1 Kemitraan dan Kolaborasi.....	119
6.1.2 Prosedur Operasional Harian.....	130
6.1.3 Rencana Maintenance Tahunan.....	135
6.2 Lokasi Bisnis.....	137
6.3 Fasilitas dan Peralatan.....	138
BAB VII	
DESAIN PRODUK DAN RENCANA PENGEMBANGAN.....	141

7.1 Status Pengembangan.....	141
7.2 Tantangan dan Resiko.....	145
7.3 Biaya.....	146
7.4 Properti Intelektual.....	151
Gambar 7.1 Surat Pencatatan Hak Cipta.....	152
BAB VIII	
IMPLEMENTASI STRATEGI.....	153
8.1 Milestones.....	153
Gambar 8.1 Milestones ZapSafe.....	153
8.2 Akuisisi Konsumen.....	154
BAB IX	
PROYEKSI KEUANGAN.....	157
9.1 Pendanaan dan Biaya.....	157
Gambar 9.1 Pengeluaran Marketing ZapSafe.....	158
Gambar 9.2 Pengeluaran Marketing ZapSafe.....	159
Gambar 9.3 Pengeluaran Marketing ZapSafe.....	160
Gambar 9.4 Pengeluaran Operation ZapSafe.....	162
Gambar 9.5 Pengeluaran Operation ZapSafe.....	162
Gambar 9.6 Pengeluaran Operation ZapSafe.....	163
Gambar 9.7 Pengeluaran SDM ZapSafe.....	164
Gambar 9.8 Pengeluaran SDM ZapSafe.....	164
Gambar 9.9 Pengeluaran SDM ZapSafe.....	165
9.2 Proyeksi Penjualan.....	165
Gambar 9.10 Proyeksi Penjualan.....	165
9.3 Proyeksi Penjualan 3-Tahun.....	166
Gambar 9.11 Proyeksi Penjualan 3 Tahun.....	166
Gambar 9.12 Proyeksi Penjualan 3 Tahun.....	167
Gambar 9.13 Proyeksi Penjualan 3 Tahun.....	168
Gambar 9.14 Revenue Subscription.....	169
Gambar 9.15 Revenue Subscription.....	169
Gambar 9.16 Revenue Subscription.....	169
Gambar 9.17 Revenue Brand Promotion.....	170
Gambar 9.18 Revenue Brand Promotion.....	170
Gambar 9.19 Revenue Iklan.....	170
9.4 Proyeksi Laba Rugi.....	171
Gambar 9.20 Proyeksi Laba rugi.....	171
9.5 Balance Sheet.....	172
Gambar 9.21 Balance Sheet.....	172
9.6 Arus Kas 3-Tahun.....	172
Gambar 9.22 Arus Kas 3 Tahun.....	173

9.7 Break Even Point.....	173
DAFTAR PUSTAKA.....	176
LAMPIRAN.....	178
LAMPIRAN A.....	180
LAMPIRAN B.....	182



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Diagram Penjualan EV Global Semester Pertama Tahun 2023.....	6
Gambar 2.2 Distribusi Penetrasi Pasar Kendaraan Listrik (EV) Global Berdasarkan Wilayah dan Merek Semester Pertama Tahun 2023.....	7
Gambar 2.3 Tampilan Halaman Awal dan Sign Up Prototipe Aplikasi ZapSafe.	13
Gambar 2.4 Tampilan Halaman Pemilihan Kendaraan Mobil Listrik Prototipe Aplikasi ZapSafe.....	14
Gambar 2.5 Tampilan Halaman Beranda Prototipe Aplikasi ZapSafe.....	14
Gambar 2.6 Tampilan Halaman Trip Plan Prototipe Aplikasi ZapSafe.....	15
Gambar 2.7 Product Concept Validation Menggunakan Prototipe Figma ZapSafe.....	18
Gambar 2.8 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Ketertarikan Pasar Terhadap Aplikasi ZapSafe.....	19
Gambar 2.9 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Keinginan Untuk Menggunakan Terhadap Aplikasi ZapSafe.....	20
Gambar 2.10 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Kesiediaan Untuk Membayar Terhadap Layanan Aplikasi ZapSafe.....	21
Gambar 2.11 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Kesiediaan Jumlah Bayar Terhadap Layanan Aplikasi ZapSafe.....	21
Gambar 2.12 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Layanan Aplikasi ZapSafe.....	23
Gambar 2.13 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Layanan Aplikasi ZapSafe.....	24
Gambar 2.14 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Layanan Aplikasi ZapSafe.....	24
Gambar 2.15 Kumpulan Data Hal Yang Disukai Oleh Pengguna Dari Aplikasi ZapSafe.....	27
Gambar 2.16 Kumpulan Data Hal Yang Disukai Oleh Pengguna Dari Aplikasi ZapSafe.....	28
Gambar 2.18 Kumpulan Data Hal Yang Tidak Disukai Oleh Pengguna Dari Aplikasi ZapSafe.....	30
Gambar 2.19 Kumpulan Data Hal Yang Tidak Disukai Oleh Pengguna Dari Aplikasi ZapSafe.....	31
Gambar 2.21 Kumpulan Data Feedback Untuk Perbaikan Oleh Pengguna Untuk Aplikasi ZapSafe.....	33
Gambar 2.22 Kumpulan Data Feedback Untuk Perbaikan Oleh Pengguna	

Untuk Aplikasi ZapSafe.....	34
Gambar 2.23 Tampilan Aplikasi sebelum mendapatkan feedback.....	35
Gambar 2.23 Logo ZapSafe.....	41
Gambar 2.24 Surat Pencatatan Ciptaan Aplikasi ZapSafe.....	42
Gambar 3.1 TAM, SAM, dan SOM Aplikasi ZapSafe.....	43
Gambar 3.2 Logo Aplikasi Google Maps.....	44
Gambar 3.3 Tampilan Aplikasi Google Maps.....	45
Gambar 3.4 Logo Aplikasi Voltron.....	45
Gambar 3.5 Tampilan Aplikasi Voltron.....	46
Gambar 3.6 Logo Charge IN.....	47
Gambar 3.7 Tampilan Aplikasi Charge IN.....	47
Gambar 4.1 Customer Value Proposition ZapSafe.....	61
Gambar 4.2 Diferensiasi ZapSafe.....	69
Gambar 4.3 Diferensiasi ZapSafe.....	70
Gambar 4.4 Fitur ZapSafe.....	71
Gambar 4.5 Fitur ZapSafe.....	72
Gambar 4.6 Fitur ZapSafe.....	73
Gambar 4.7 Fitur ZapSafe.....	74
Gambar 4.8 Fitur ZapSafe.....	75
Gambar 4.9 Hasil Survei Melalui Google Form Terhadap Kesiapan Jumlah Bayar Terhadap Layanan Aplikasi ZapSafe.....	78
Gambar 4.10 Customer Touchpoint Journey Map.....	82
Gambar 4.11 Customer Journey Map Subscription Tahun Kedua.....	86
Gambar 4.12 Customer Journey Map Subscription Tahun Ketiga.....	89
Gambar 4.13 Customer Journey Map Brand Promotion Tahun Kedua.....	91
Gambar 4.15 Customer Journey Map Brand Promotion Tahun Ketiga.....	94
Gambar 4.16 Customer Journey Map Iklan Tahun Ketiga.....	97
Gambar 5.1 Struktur Organisasi Tim ZapSafe Tahun Pertama.....	109
Gambar 5.2 Struktur Organisasi Tim ZapSafe Tahun Kedua.....	111
Gambar 5.3 Struktur Organisasi Tim ZapSafe Tahun Ketiga.....	113
Gambar 5.4 Instagram ZapSafe.....	116
Gambar 5.5 Proses Pembuatan Pitch Deck.....	117
Gambar 5.6 Pembuatan Content Planning untuk Sosial Media.....	118
Gambar 7.1 Surat Pencatatan Hak Cipta.....	152
Gambar 8.1 Milestones ZapSafe.....	153
Gambar 9.1 Pengeluaran Marketing ZapSafe.....	158
Gambar 9.2 Pengeluaran Marketing ZapSafe.....	159
Gambar 9.3 Pengeluaran Marketing ZapSafe.....	160

Gambar 9.4 Pengeluaran Operation ZapSafe.....	162
Gambar 9.5 Pengeluaran Operation ZapSafe.....	162
Gambar 9.6 Pengeluaran Operation ZapSafe.....	163
Gambar 9.6 Pengeluaran Operation ZapSafe.....	163
Gambar 9.7 Pengeluaran SDM ZapSafe.....	164
Gambar 9.8 Pengeluaran SDM ZapSafe.....	164
Gambar 9.9 Pengeluaran SDM ZapSafe.....	165
Gambar 9.10 Proyeksi Penjualan.....	165
Gambar 9.11 Proyeksi Penjualan 3 Tahun.....	166
Gambar 9.12 Proyeksi Penjualan 3 Tahun.....	167
Gambar 9.13 Proyeksi Penjualan 3 Tahun.....	168
Gambar 9.14 Revenue Subscription.....	169
Gambar 9.15 Revenue Subscription.....	169
Gambar 9.16 Revenue Subscription.....	169
Gambar 9.17 Revenue Brand Promotion.....	170
Gambar 9.18 Revenue Brand Promotion.....	170
Gambar 9.19 Revenue Iklan.....	170
Gambar 9.20 Proyeksi Laba rugi.....	171
Gambar 9.21 Balance Sheet.....	172
Gambar 9.22 Arus Kas 3 Tahun.....	173
Gambar 9.23 BEP.....	174
Gambar 9.24 BEP.....	174
Gambar 9.25 Payback period.....	175

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Data Perusahaan.....	1
Tabel 3.1 Competitive Analysis Grid.....	46
Tabel 4.1 Ukuran Target Market.....	59
Tabel 4.2 Ukuran Target Market.....	59
Tabel 4.3 Customer Touchpoint.....	79
Tabel 4.4 Subscription Tahun Pertama.....	96
Tabel 4.5 Subscription Tahun Kedua.....	96
Tabel 4.6 Brand Promotion Tahun Kedua.....	99
Tabel 4.7 Brand Promotion Tahun Ketiga.....	100
Tabel 4.8 Iklan Tahun Ketiga.....	102



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	167
LAMPIRAN B.....	169



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA