

BAB I

EXECUTIVE SUMMARY

1.1 Perkenalan

Tabel 1.1 Tabel Data Perusahaan

Nama Perusahaan	Bidang Usaha
ZapSafe	Teknologi

Sumber: data perusahaan (2024)

1.2 Deskripsi Perusahaan

ZapSafe adalah aplikasi digital untuk mempermudah pemilik kendaraan mobil listrik menemukan stasiun pengisian daya (SPKLU) dengan peta interaktif dan menyediakan informasi lengkap SPKLU beserta personalisasi tipe mobil pengguna. ZapSafe merupakan *startup* teknologi yang didirikan pada tahun 2023 oleh lima mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara melalui Program Wirausaha Merdeka. Fokus aplikasi Zapsafe adalah membantu mengatasi kepanikan pengguna kendaraan listrik mengenai kecukupan baterai untuk perjalanan jarak jauh. ZapSafe berfokus pada pemahaman yang lebih mendalam terhadap kebutuhan pengguna dan merencanakan pengembangan fitur baru berbasis informasi real-time mengenai ketersediaan SPKLU serta fitur *trip plan* dan *recommendation*. ZapSafe bertujuan untuk menciptakan platform yang lebih relevan dan mendukung percepatan adopsi kendaraan listrik di Indonesia.

1.3 Analisis Pasar

ZapSafe memasuki pasar kendaraan listrik dengan pendekatan segmentasi yang terfokus pada tiga kelompok utama: pemilik mobil listrik, pemilik brand EV,

dan *advertiser*. Pemilik mobil listrik mengutamakan kenyamanan dan efisiensi, dengan tantangan utama berupa *range anxiety*, yang diatasi ZapSafe melalui fitur *trip planning* dan informasi real-time SPKLU. Pemilik brand EV memanfaatkan platform ini untuk meningkatkan visibilitas dan adopsi produk mereka di pasar kendaraan listrik, sementara *advertiser* dari berbagai industri, seperti teknologi dan energi terbarukan, menggunakan fitur iklan berbasis lokasi untuk menjangkau audiens yang peduli lingkungan secara efektif. Dengan segmentasi psikografis yang memperhatikan kebutuhan spesifik setiap kelompok, ZapSafe menghadirkan solusi relevan yang mendukung keberlanjutan dan inovasi di industri kendaraan listrik.

1.4 Analisis Pemasaran

Strategi pemasaran ZapSafe disesuaikan dengan hasil segmentasi dan target market ZapSafe untuk dapat membangun strategi pemasaran yang tepat dalam 3 tahun. Pada tahun pertama, 2024, ZapSafe fokus pada peluncuran aplikasi untuk membangun *brand awareness* melalui acara peluncuran, *press release*, dan membuat konten di media sosial, iklan digital, dan penawaran *free trial* selama dua minggu bagi pengguna baru. Tahun 2026, strategi beralih ke ekspansi pasar dengan *retargeting* iklan berbasis data, diskon untuk pengguna baru, program loyalitas, serta kerja sama dengan produsen EV dan endorsement figur terkenal di bidang EV. Pada 2027, ZapSafe mempercepat langkah dengan menawarkan pemasangan iklan di aplikasi, mulai memasuki pasar internasional dengan memasang iklan global, bekerja sama dengan *brand ambassador*, program referral dengan insentif diskon, dan program loyalitas untuk meningkatkan retensi. Pendekatan terarah ini dirancang untuk memperluas jangkauan merek, memperkuat posisi pasar, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

1.5 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan

ZapSafe adalah perusahaan dengan struktur organisasi yang dirancang untuk mendukung pengelolaan dan pengembangan bisnis secara optimal, terdiri dari lima posisi eksekutif utama yaitu Chief Executive Officer (CEO), Chief Technology Officer (CTO), Chief Financial Officer (CFO), Chief Marketing Officer (CMO), dan Marketing Officer. CEO bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis dan pengawasan perusahaan secara keseluruhan, sementara CTO memastikan kelancaran teknologi yang digunakan untuk aplikasi. CFO fokus pada manajemen keuangan, termasuk pengelolaan anggaran dan perencanaan keuangan jangka panjang, untuk menjamin keberlanjutan finansial. CMO memimpin strategi pemasaran, membangun kesadaran merek, dan memperluas jangkauan pasar, yang didukung oleh Marketing Officer dalam pelaksanaan kampanye pemasaran harian dan analisis data. Struktur organisasi ini menunjukkan kolaborasi yang erat di antara tim manajemen untuk mencapai visi ZapSafe dalam menyediakan solusi teknologi inovatif bagi pengguna kendaraan listrik.

1.6 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk

Rencana operasional untuk pengembangan aplikasi ZapSafe dimulai dengan tahap perencanaan dan persiapan yang akan berlangsung pada bulan Januari hingga Agustus. Pada tahap ini, tim ZapSafe bekerja sama dengan pengembang pihak ketiga untuk merancang kebutuhan aplikasi seperti desain UI/UX aplikasi dan teknologi yang digunakan, termasuk memilih platform pengembangan seperti React Native atau Flutter untuk aplikasi lintas platform. Pemilihan backend yang stabil, seperti Node.js atau Ruby on Rails, serta sistem hosting cloud seperti AWS atau Google Cloud Platform, juga menjadi fokus utama. Selama tahap ini, ZapSafe berfokus membangun fitur utama aplikasi, termasuk peta interaktif pencarian SPKLU terdekat, optimasi rute, sistem

pembayaran untuk reservasi slot pengisian daya, dan memberikan data real-time yang relevan dan akurat bagi pengguna.

1.7 Proyeksi Keuangan

Proyeksi keuangan perusahaan dalam tiga tahun ke depan menunjukkan rencana pertumbuhan yang agresif dengan fokus pada pengembangan teknologi, pemasaran, dan optimalisasi operasional. Modal awal sebesar Rp 25.000.000 dan investasi awal bootstrapping sebesar Rp 151.800.000. Proyeksi penjualan menunjukkan potensi pendapatan sebesar Rp 946.230.000 dalam tahun pertama. Balik modal dilihat dari titik impas (break-even point) diperkirakan tercapai pada Oktober 2027, dengan periode pengembalian investasi dalam bulan 35 bulan atau 2 tahun 11 bulan sejak peluncuran produk. Dengan proyeksi ini, ZapSafe berada pada jalur yang solid menuju pertumbuhan yang berkelanjutan dan profitabilitas jangka panjang.

1.8 Pendanaan

ZapSafe memerlukan total investasi sebesar Rp 1.151.495.765 dan diharapkan untuk diterima secara bertahap yaitu pada bulan Juli 2025 sampai juni 2026. Investasi awal ZapSafe berasal dari Bootstrapping sebesar Rp 151.800.000 akan digunakan pada periode awal dan untuk menjaga likuiditas di tahun pertama, ZapSafe menawarkan *Return on Investment* (ROI) sebesar 10%, yang berarti investor dapat memperoleh pengembalian total Rp 1.266.645.341 dalam waktu 2 tahun 11 bulan. Proposal ini memberikan peluang keuntungan signifikan seiring ZapSafe terus berkembang di pasar kendaraan listrik yang potensial.