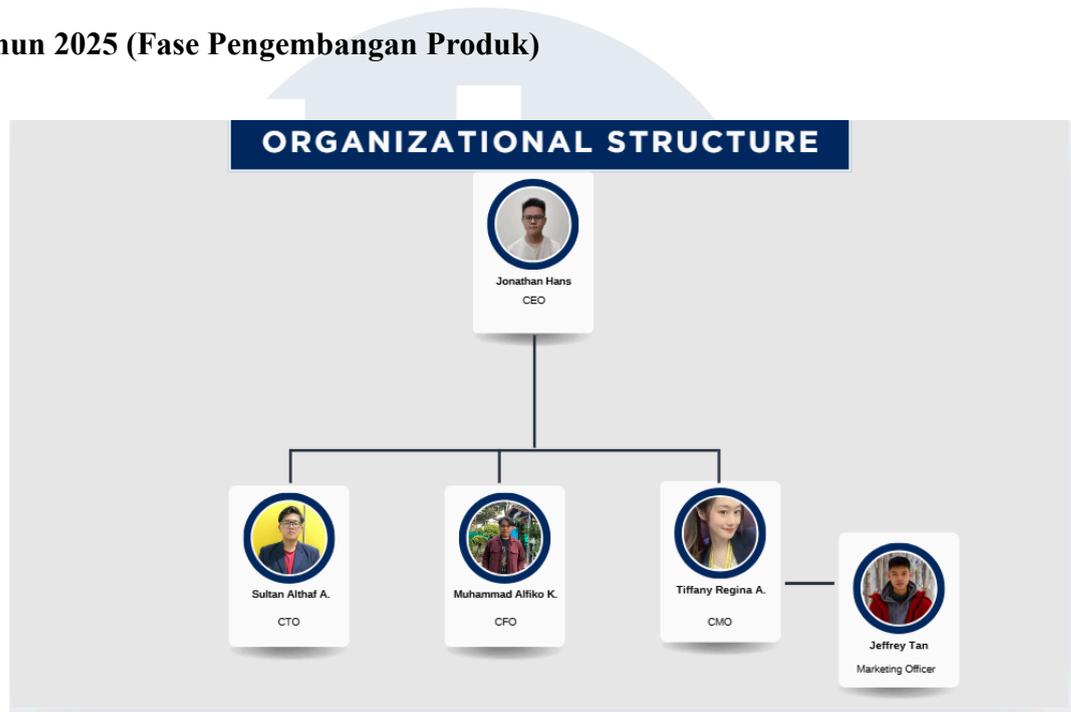


BAB V

TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN

5.1 Tim Manajemen

Tahun 2025 (Fase Pengembangan Produk)



Gambar 5.1 Struktur Organisasi Tim ZapSafe Tahun Pertama

Sumber: ZapSafe (2024)

Pada tahun pertama, ZapSafe resmi meluncurkan aplikasinya sebagai solusi untuk membantu para pengguna kendaraan mobil listrik dalam menemukan Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU) dengan mudah. Fokus utama tim adalah mengembangkan aplikasi versi awal dan memperkenalkannya kepada pengguna melalui kampanye digital. Selain itu, ZapSafe aktif dalam mengumpulkan masukan dari pengguna awal untuk memperbaiki fitur dan meningkatkan pengalaman pengguna. Sehingga untuk mendukung peluncuran

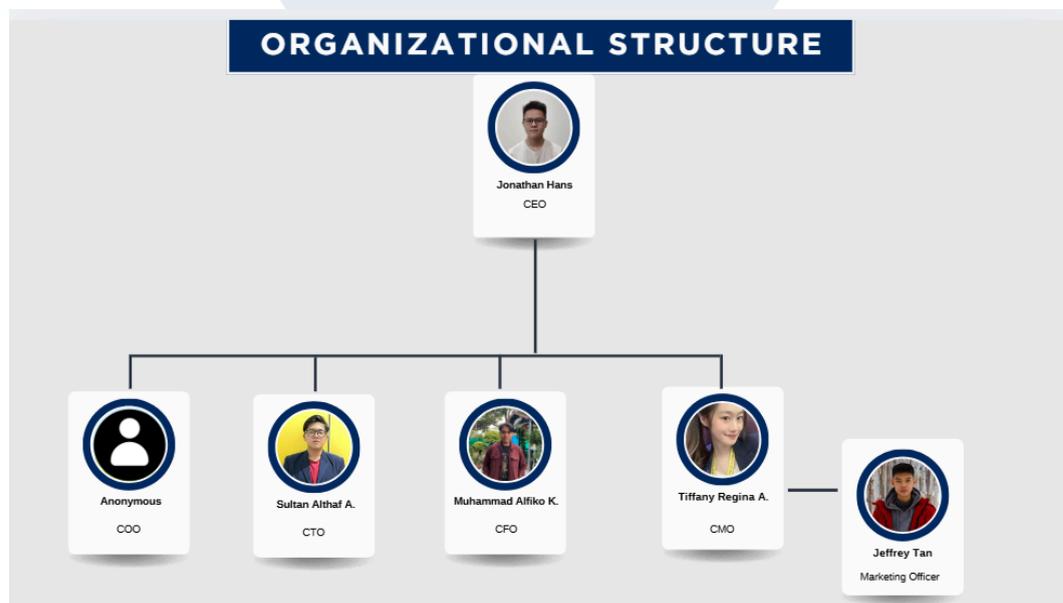
ZapSafe, dibutuhkan posisi-posisi penting dengan struktur PT organisasi antara lain:

Direksi (Board of Directors):

1. CEO (Chief Executive Officer) sebagai puncak struktur perusahaan yang bertanggung jawab untuk memimpin perusahaan secara keseluruhan, mengambil keputusan strategis, dan menjaga hubungan dengan mitra eksternal serta investor demi keberhasilan perusahaan ZapSafe. Posisi CEO dijabat oleh Jonathan Hans. ia memiliki wawasan mendalam tentang tren industri kendaraan listrik dan teknologi, dan memiliki jiwa kepemimpinan serta pengalaman yang cukup dalam membangun perusahaan startup.
2. CTO (Chief Technology Officer), Saat melakukan *outsourcing* untuk pengembangan produk CTO bertanggung jawab untuk menetapkan kerangka teknologi yang akan digunakan oleh vendor *outsourcing* dan mengawasi pengujian produk (QA/testing) yang dilakukan *outsourcing* untuk memastikan stabilitas, keamanan, dan performa aplikasi serta memastikan solusi teknologi yang dipilih mendukung tujuan bisnis ZapSafe, seperti fitur utama (pencarian SPKLU real-time) dan potensi skalabilitas di masa depan. Posisi ini dijabat oleh Sultan Althaf Wijaya. ia Mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi bisnis, mendukung pertumbuhan berbasis model subscription, EV promotion, dan advertising yang dijalankan ZapSafe.
3. CFO (Chief Financial Officer), bertanggung jawab untuk mengawasi keuangan perusahaan, termasuk menyusun anggaran, menganalisis risiko finansial, serta memastikan laporan keuangan akurat dan mendukung pertumbuhan perusahaan. Posisi ini dijabat oleh Muhammad Alfiko Kholiq. Ia memiliki memahami model bisnis perusahaan dan mampu merumuskan strategi keuangan untuk mendukung pertumbuhan.

4. CMO (Chief Marketing Officer), bertugas untuk mengembangkan strategi pemasaran, meningkatkan kesadaran merek, dan memastikan pelaksanaan kampanye pemasaran berjalan efektif untuk menarik lebih banyak pengguna. Posisi ini dijabat oleh Tiffany Regina Angeline. Ia berpengalaman dalam pemasaran digital, termasuk media sosial, dan iklan online.
5. Di bawah CMO, Marketing Officer, yang bertugas membantu pelaksanaan strategi pemasaran dan promosi perusahaan. Posisi ini dijabat oleh Jeffrey Tan. Ia memiliki Mampu beradaptasi dengan cepat terhadap tren pemasaran yang terus berubah, seperti perkembangan algoritma media sosial atau platform pemasaran baru.

Tahun 2026 (Fase *Entry to Market*)



NUSANTARA
Gambar 5.2 Struktur Organisasi Tim ZapSafe Tahun Kedua

Sumber: ZapSafe (2024)

Pada tahun kedua, melalui pergerakan pada tahap *entry to market*, ZapSafe melakukan penambahan bisnis model baru yaitu “*Brand EV Prmotion*”. Untuk

mencapai target yang direncanakan, Zapsafe melakukan perekrutan terhadap 1 posisi penting yaitu COO (Chief Technology Officer), hal ini dilakukan karena COO merupakan posisi kunci yang bertanggung jawab mengelola operasional harian perusahaan dan memastikan efisiensi eksekusi strategi bisnis. Melalui perekrutan ini ZapSafe menjadikan COO untuk bertanggung jawab memastikan semua proses operasional berjalan lancar, termasuk mengelola Tim Operasional untuk memastikan efisiensi kerja dan kelancaran kolaborasi lintas departemen, seperti pemasaran, teknis, dan layanan pelanggan. Dengan perekrutan ini COO akan menjadi penggerak utama operasional bisnis, memastikan pelaksanaan model bisnis baru *Brand EV Promotion* berjalan lancar, efisien, dan sesuai target perusahaan. Kriteria dengan pengalaman dalam mengelola perusahaan yang sedang tumbuh atau memasuki tahap ekspansi pasar serta mampu memimpin tim lintas fungsi, termasuk tim pemasaran, operasional, dan pengembangan produk, untuk memastikan koordinasi yang efektif merupakan aspek penting dalam merekrut seorang COO.

Fokus utama pada

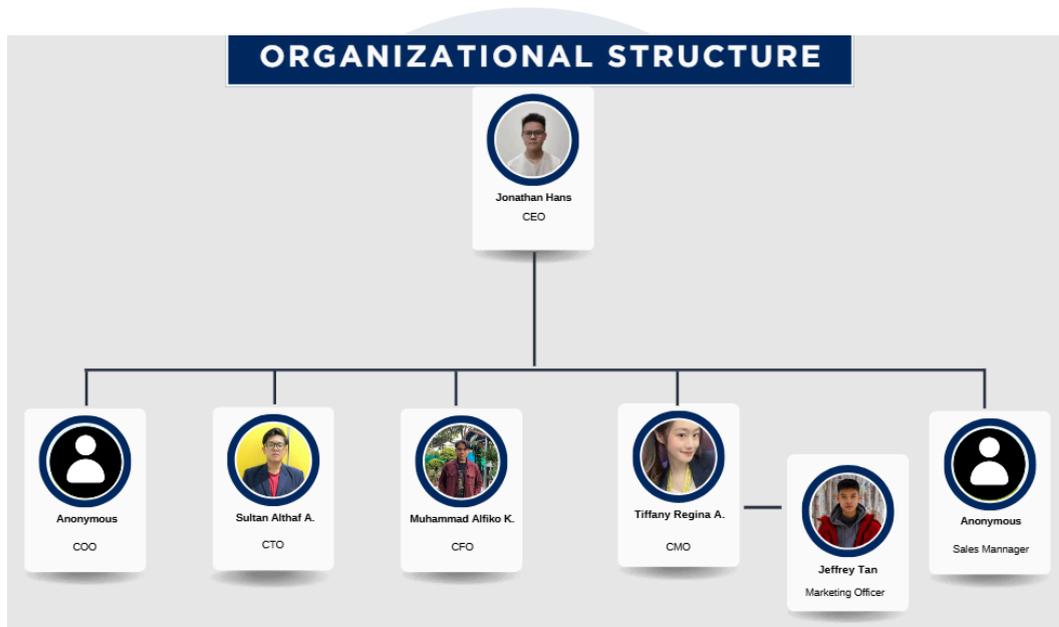
Direksi (Board of Directors):

1. COO (Chief Operational Officer):

- Mengawasi seluruh proses operasional untuk memastikan efisiensi dan efektivitas dalam pengembangan dan pelaksanaan strategi bisnis, termasuk pengelolaan sumber daya manusia, teknologi, dan infrastruktur.
- Memimpin pelaksanaan proyek-proyek besar, seperti integrasi bisnis model baru "*Brand EV Promotion*", termasuk menjalin dan mengelola kerja sama strategis dengan mitra brand EV.
- Menganalisis dan meningkatkan proses internal perusahaan agar lebih adaptif dan kompetitif, serta mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan produktivitas dan profitabilitas.

- Bekerja sama dengan CEO untuk mengembangkan strategi pertumbuhan perusahaan, terutama dalam penetrasi pasar dan diversifikasi layanan, seperti periklanan pada platform ZapSafe.

Tahun 2026 (Fase Accelerate)



Gambar 5.3 Struktur Organisasi Tim ZapSafe Tahun Ketiga

Sumber: ZapSafe (2024)

Pada tahun ketiga, dalam tahapan menuju *accelerate to market*, ZapSafe berfokus pada ekspansi pasar dan memperkuat posisinya dari para pesaing. Zapsafe juga menambahkan bisnis model baru yaitu “*Advertising*”. Menjalankan bisnis model yang baru memerlukan dapat mencapai target yang telah ditentukan sesuai dengan misi dan visi bisnis ZapSafe. Salah satu langkah utama dalam strategi ini adalah melakukan perekrutan Sales Manager. Kriteria seperti mampu menyusun strategi penjualan iklan yang sesuai dengan kebutuhan brand serta memiliki jaringan luas di industri otomotif, teknologi, dan kendaraan listrik untuk menjangkau klien potensial sangat dibutuhkan pada posisi Sales Manager.

Fokus dan Tanggung Jawab *Sales Manager* pada tahapan *accelerate to market*:

1. Mengembangkan Strategi Penjualan untuk Layanan Pengiklan
 - Merancang strategi penjualan yang spesifik untuk menarik klien yang ingin mempromosikan produk atau layanan mereka melalui platform ZapSafe.
 - Mengidentifikasi target pengiklan potensial, seperti produsen kendaraan listrik, penyedia SPKLU, perusahaan energi, dan perusahaan aksesoris kendaraan listrik.
 - Menyusun paket iklan yang kompetitif dengan fitur menarik, seperti iklan berbasis lokasi, segmentasi pengguna, dan laporan performa.
2. Membentuk dan Memimpin Tim Penjualan
 - Merekrut, melatih, dan memimpin tim penjualan yang fokus pada penjualan ruang iklan di aplikasi ZapSafe.
 - Membuat sistem insentif untuk memotivasi tim agar mencapai target penjualan.
3. Mencapai Target Pendapatan
 - Bertanggung jawab terhadap pencapaian target pendapatan dari layanan pengiklan.
 - Memastikan proses penjualan berjalan efisien untuk menghasilkan konversi yang tinggi dari prospek menjadi klien.
4. Membangun Hubungan dengan Klien Strategis
 - Menjalin hubungan jangka panjang dengan pengiklan utama, seperti merek besar di industri kendaraan listrik.
 - Mengelola komunikasi dan memastikan kepuasan klien agar mereka terus menggunakan layanan ZapSafe untuk kebutuhan iklan mereka.
 - Mengadakan pertemuan berkala untuk mengevaluasi hasil iklan klien dan menawarkan solusi peningkatan.

Sales Manager di tahun ketiga menjadi salah satu motor penggerak utama dalam mendukung transformasi ZapSafe sebagai platform pengiklan. Dengan tanggung jawab dalam membangun tim, menjual layanan, dan memastikan kepuasan klien, Sales Manager memainkan peran vital dalam mencapai target ekspansi pasar dan monetisasi layanan perusahaan.

5.2 Tujuan dan Sasaran Perusahaan

Visi adalah pandangan jangka panjang yang luas dan abstrak tentang cita-cita masa depan organisasi, memberikan arah strategis untuk mencapai tujuan jangka panjang, seperti yang dijelaskan oleh Gaffar (1994) dan Wibisono (2006). Misi adalah pernyataan operasional yang menggambarkan langkah-langkah konkret untuk mencapai visi, yang menurut Drucker (2000) merupakan alasan utama keberadaan organisasi

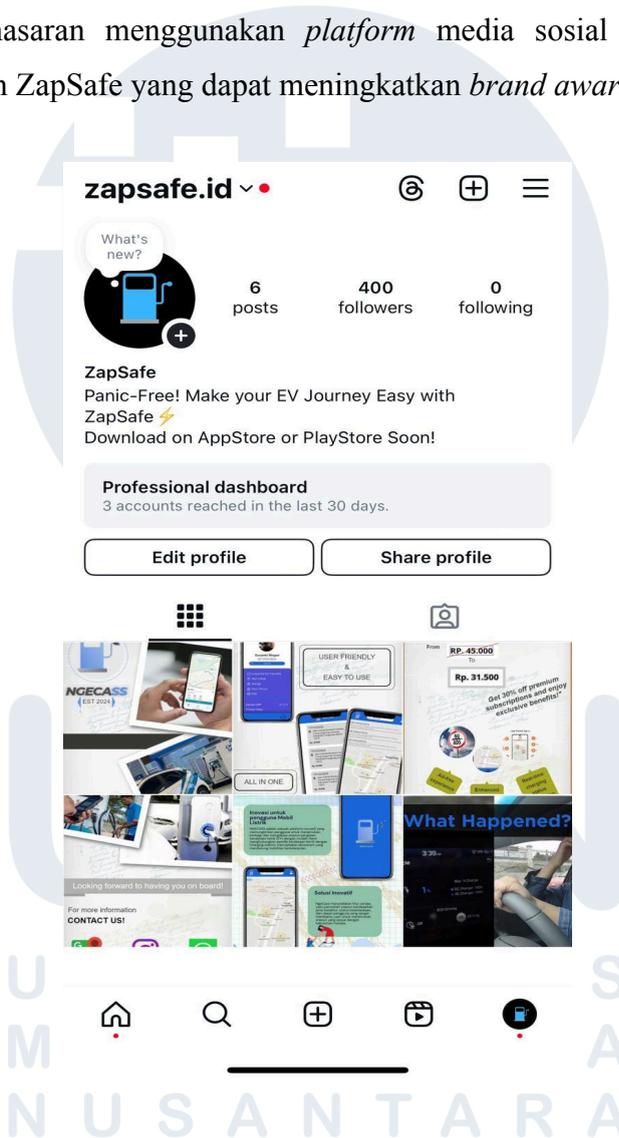
Visi dari ZapSafe adalah menciptakan Indonesia di mana kendaraan listrik (EV) dapat diisi daya dengan mudah dan cepat di mana saja. ZapSafe berupaya untuk membuat transisi ke kendaraan listrik menjadi lebih lancar dan nyaman bagi semua orang dengan menyediakan akses yang mudah dan informatif ke lokasi pengisian daya EV di seluruh Indonesia.

Misi adalah pernyataan operasional yang menggambarkan langkah-langkah konkret untuk mencapai visi, yang menurut Drucker (2000) merupakan alasan utama keberadaan organisasi.

Misi dari ZapSafe menjadi platform terdepan untuk mempermudah akses informasi mengenai Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU) di seluruh Indonesia.

5.3 Hasil Project sebagai Marketing Officer

Selama menjabat sebagai marketing officer, penulis telah melakukan pembuatan berbagai project untuk memastikan keberhasilan proyek. Berdasarkan pada strategi pemasaran yang sudah direncanakan pada proses pengembangan, penulis melakukan pemasaran menggunakan *platform* media sosial Instagram untuk memperkenalkan ZapSafe yang dapat meningkatkan *brand awareness* ZapSafe.

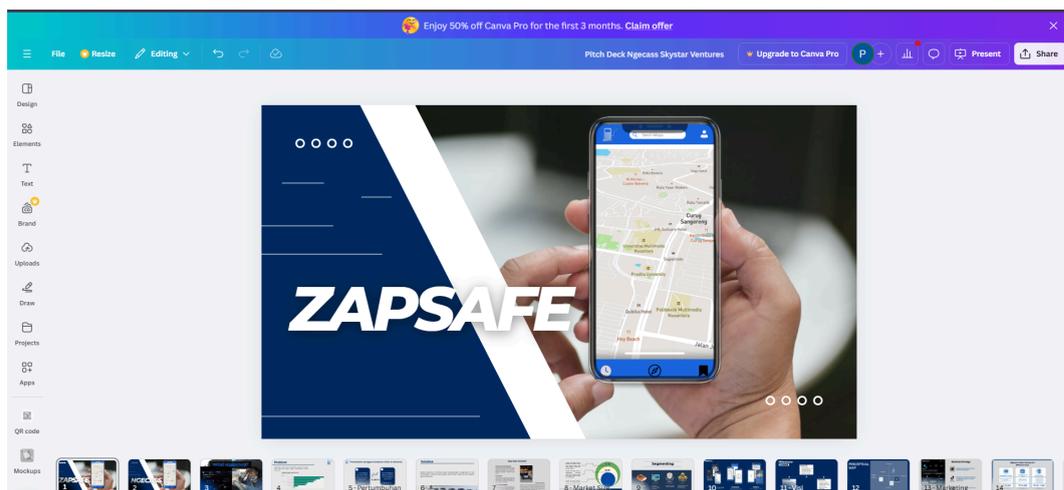


Gambar 5.4 Instagram ZapSafe

Sumber: ZapSafe (2024)

Penulis memanfaatkan platform media sosial Instagram sebagai kanal komunikasi utama untuk menjangkau calon customer secara efektif. Instagram dipilih karena memiliki basis pengguna yang luas serta fitur-fitur yang mendukung aktivitas pemasaran, seperti posting gambar, video, dan interaksi langsung melalui fitur komentar dan pesan. Dengan menggunakan Instagram, penulis dapat memaksimalkan visibilitas dan keterlibatan pelanggan terhadap produk ZapSafe.

Melalui pendekatan Call-To-Action (CTA) yang terdapat pada deskripsi profil Instagram ZapSafe berupa kalimat *“Download on AppStore or PlayStore Soon!”* bertujuan untuk mendorong audiens agar segera mengunduh aplikasi ZapSafe pada tahap peluncuran.. Pesan ini disampaikan secara singkat, jelas, dan langsung, sehingga audiens dapat dengan mudah memahami tindakan yang diharapkan. Dengan menyebutkan platform populer seperti AppStore dan PlayStore, CTA ini memastikan bahwa pengguna, baik dari perangkat iOS maupun Android, mengetahui di mana aplikasi dapat diakses. Penempatan CTA di deskripsi profil sangat strategis karena merupakan area pertama yang dilihat audiens saat membuka akun, sehingga memperbesar peluang tindakan konversi.



Gambar 5.5 Proses Pembuatan Pitch Deck

Sumber : ZapSafe (2024)

Menurut Kumparan (n.d.), *Pitch deck* adalah alat penting bagi perusahaan yang ingin meningkatkan modal, menarik kemitraan, atau mengomunikasikan ide bisnis mereka kepada calon investor. Dapat dikatakan bahwa *pitch desk* adalah presentasi visual yang merangkum aspek-aspek kunci dari rencana bisnis.

Pitch deck dilakukan sebagai sarana untuk memperkenalkan produk ZapSafe secara komprehensif kepada audiens. Melalui elemen visual yang menarik dan terstruktur, penjelasan mengenai fitur aplikasi, solusi yang ditawarkan, serta nilai tambah produk dapat tersampaikan dengan lebih efektif. Salah satu tujuan utama dari pitch deck adalah untuk meyakinkan audiens, khususnya pihak-pihak yang berkepentingan seperti investor atau stakeholder. Dengan menampilkan konsep produk yang jelas, validasi pasar, dan strategi pemasaran yang solid, pitch deck membantu dalam membangun kepercayaan serta meningkatkan potensi kolaborasi atau pendanaan.



Gambar 5.6 Pembuatan Content Planning untuk Sosial Media

Sumber: ZapSafe (2024)

Pembuatan content planning untuk media sosial Instagram merupakan langkah penting dalam strategi pemasaran sebagai Marketing Officer. Rencana ini memastikan konten yang diunggah sesuai dengan tujuan kampanye, meningkatkan brand awareness, serta mendorong interaksi yang positif antara audiens dan produk ZapSafe. Dengan konten yang terstruktur dan menarik, audiens lebih mudah memahami manfaat produk, sehingga mendukung keberhasilan pemasaran dan pertumbuhan bisnis. Konten planning akan dibuat selama periode 3 tahun dari tahap pengembangan sampai tahap *accelerate to market*.

