

BAB I

EXECUTIVE SUMMARY

1.1 Perkenalan

Tabel 1.1 Tabel Data Perusahaan

No	Nama	Industri
1	ZapSafe	Industri Teknologi (Pendukung Infrastruktur mobil Listrik)

Sumber: ZapSafe (2024)

1.2 Deskripsi Perusahaan

ZapSafe adalah aplikasi digital inovatif yang mempermudah pemilik kendaraan mobil listrik dalam menemukan stasiun pengisian daya (SPKLU) melalui peta interaktif dan menyediakan informasi lengkap serta personalisasi berdasarkan tipe mobil pengguna. Didirikan pada tahun 2023 oleh lima mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara melalui Program Wirausaha Merdeka, ZapSafe berkembang dari hasil magang di Skystar Ventures. Setelah melakukan evaluasi, tim melakukan pivot dengan fokus baru untuk mengatasi kekhawatiran pengguna terkait kecukupan baterai pada perjalanan jarak jauh. Dengan fitur *real-time* terkait ketersediaan SPKLU serta rencana perjalanan dan rekomendasi, ZapSafe bertujuan untuk mempercepat adopsi kendaraan listrik di Indonesia.

1.3 Analisis Pasar

ZapSafe memasuki pasar kendaraan listrik dengan pendekatan tersegmentasi, fokus pada tiga kelompok konsumen. Pertama dan yang utama, pemilik mobil listrik yang mengutamakan kenyamanan dan efisiensi perjalanan,

serta mengatasi kekhawatiran tentang ketersediaan SPKLU dengan fitur *trip planning* dan informasi *real-time*. Kedua, pemilik *brand* kendaraan listrik dan penyedia infrastruktur pengisian daya, yang mencari platform untuk memperkenalkan dan memperluas adopsi kendaraan listrik, di mana ZapSafe menawarkan peluang iklan berbasis lokasi yang efektif. Ketiga, para *advertiser* yang ingin menjangkau audiens peduli keberlanjutan dan inovasi, dengan solusi periklanan berbasis lokasi yang terfokus dan relevan. ZapSafe memanfaatkan segmentasi psikografis untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan setiap kelompok, mendukung percepatan adopsi kendaraan listrik dan keberlanjutan.

1.4 Analisis Pemasaran

Strategi pemasaran dan promosi ZapSafe dirancang untuk memperkenalkan Zapsafe ke pasar secara efektif. Fokus utamanya adalah penambahan program marketing untuk tahun pertama dalam tahap peluncuran awal produk. Strategi ini mencakup pemberian diskon promosi untuk menarik pengguna awal, penerapan content marketing melalui platform digital untuk meningkatkan edukasi produk, serta penggunaan Google Ads guna memperluas jangkauan audiens. Dengan kombinasi ini, diharapkan Zapsafe mampu meningkatkan visibilitasnya di pasar dan menarik calon pelanggan potensial sejak peluncuran.

1.5 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan

Tim manajemen ZapSafe terdiri dari individu-individu berkompeten yang memimpin perusahaan dalam berbagai aspek operasional dan pengembangan. Pada tahap awal, tim inti terdiri dari CEO Sultan Althaf Arthawijaya, COO Sultan Althaf Wijaya, CFO Muhammad Alfiko Kholiq, dan CMO Tiffany Regina Angeline, dengan dukungan Marketing Officer Jeffrey Tan. Di tahun kedua

(2026), untuk mendukung pengembangan teknologi, ZapSafe merekrut CTO untuk memimpin tim pengembangan dan mengoptimalkan teknologi, terutama dalam mendukung model bisnis baru seperti "Brand EV Promotion." Pada tahun ketiga (2027), untuk mempercepat ekspansi pasar, ZapSafe menambah posisi *Sales Manager* yang akan mengembangkan strategi penjualan iklan, membentuk tim penjualan, serta membangun hubungan dengan klien strategis, memainkan peran penting dalam monetisasi dan memperluas layanan pengiklan. Struktur ini dirancang untuk mendukung pertumbuhan ZapSafe di pasar kendaraan listrik dan memperkuat posisinya dalam industri.

1.6 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk

Menjelaskan langkah-langkah operasional dalam pengembangan aplikasi Zapsafe, termasuk penetapan kemitraan dan timeline proyek. Menambahkan tabel prosedur operasional yang merinci alur kerja bulanan sebelum aplikasi dirilis, memastikan setiap tahapan pengembangan berjalan sesuai jadwal. Selain itu, perencanaan ini juga mencakup strategi kemitraan dan kolaborasi yang menjadi fondasi penting dalam operasional Zapsafe. Dengan perencanaan yang matang dan sistematis, Zapsafe diharapkan dapat meminimalisir hambatan dalam proses pengembangan serta menjamin kesiapan operasional saat peluncuran. Membahas kebutuhan biaya, tantangan, serta risiko dalam proses pengembangan aplikasi Zapsafe. Zapsafe juga menambahkan aspek mitigasi risiko terkait “ketergantungan pada faktor eksternal,” khususnya risiko jika calon mitra menolak untuk bekerja sama. Dengan menyusun rencana mitigasi yang jelas, Zapsafe dapat mempersiapkan langkah-langkah antisipasi untuk memastikan pengembangan aplikasi tetap berjalan tanpa hambatan yang signifikan. Hal ini penting untuk menjaga stabilitas proyek dan menghindari potensi kerugian akibat kehilangan mitra strategis.

1.7 Proyeksi Keuangan

ZapSafe dirancang untuk menghadirkan solusi inovatif bagi pengguna kendaraan listrik melalui pengembangan aplikasi yang didukung oleh strategi keuangan yang solid. Dengan pendanaan awal sebesar Rp 151,8 juta melalui *Bootstrapping* oleh *Founder* serta investasi lanjutan dari investor dan pengeluaran signifikan untuk pengembangan aplikasi serta operasional, ZapSafe diproyeksikan mencapai titik impas (*break-even point*) dalam 33 bulan, yaitu pada Oktober 2027, setelah peluncuran operasionalnya. Pada saat itu, peningkatan pendapatan yang signifikan dari model bisnis berbasis langganan, promosi merek, dan iklan memungkinkan ZapSafe mulai mencetak keuntungan. Total saldo kas diproyeksikan mencapai Rp 969.847.685 Juta pada tahun 2027, menunjukkan keberlanjutan keuangan yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang.

1.8 Pendanaan

ZapSafe membutuhkan investasi awal sebesar Rp 443.997.945 pada tahun pertama untuk mendukung operasional, marketing, dan SDM, dengan proyeksi saldo kas negatif hingga akhir tahun. Pada tahun kedua, diperlukan tambahan investasi sebesar Rp 748.052.735 untuk biaya pengembangan aplikasi. Pendapatan mulai berdampak positif pada arus kas di Juli 2026 dan mencapai titik impas pada Oktober 2027. Total investasi yang dibutuhkan adalah Rp 1.192.050.680, dengan ROI sebesar 10% bagi investor.