

DAFTAR ISI

EXECUTIVE SUMMARY	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB 1 DEFINISI BISNIS DAN KONTEKSNYA	1
1.1. Faktor-faktor di Balik Eksisnya Bisnis ini	1
1.1.1. Lingkungan Umum	2
1.1.2. Lingkungan Pasar/Bersaing	5
1.1.3. Lingkungan Industri	6
1.1.4. Lingkungan Perusahaan	7
1.2. Definisi Bisnis dan Peluang Kontribusinya	7
1.2.1. Produk yang dihasilkan: Aplikasi	7
1.2.2. Pembeli Produk Perusahaan: Pengguna Aplikasi	8
1.2.3. Nilai Produk Bagi Pembeli	8
1.2.4. Nilai Manfaat Bagi Pemilik Stasiun Pengisian	9
1.2.5. Nilai Produk Bagi Perusahaan	9
1.3. Metode Penelitian	10
BAB 2 ANALISIS STRUKTUR INDUSTRI	12
2.1. Analisa 5 (Lima) Kekuatan Bersaing	12
2.1.1. Persaingan antar Perusahaan Existing	13
2.1.2. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli	14
2.1.3. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok	14
2.1.4. Ancaman Pendetang Baru	15
2.1.5. Ancaman Substitusi	16
2.2. Analisis Kelompok Stratejik	17

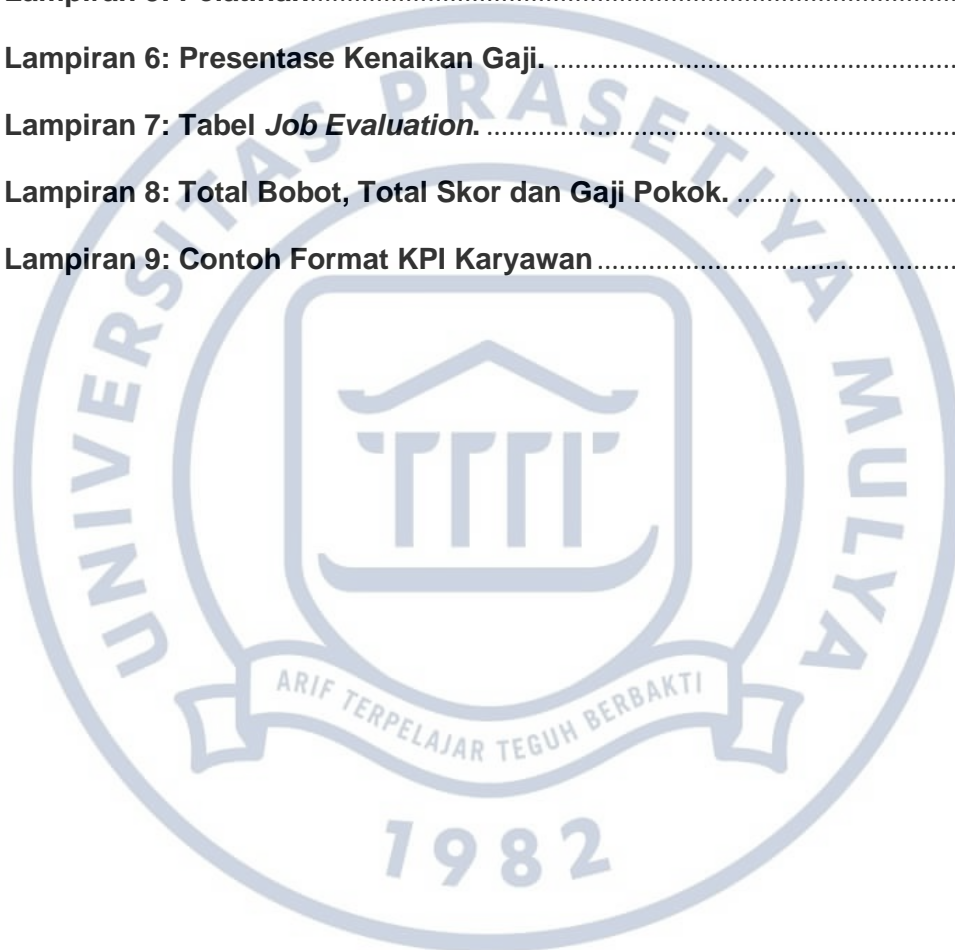
2.2.1.	Karakteristik Kelompok Strategik	17
2.3.	Analisis Permintaan dan Penawaran	19
2.4.	Analisis Skenario Bisnis	21
2.5.	Kesimpulan Peluang Bisnis	25
BAB 3 STRATEGI BISNIS PERUSAHAAN		26
3.1.	Deskripsi Perusahaan	26
3.1.1.	Profil Perusahaan	26
3.1.2.	Visi, Misi, Nilai-Nilai Perusahaan	26
3.1.3.	Tujuan & Sasaran Perusahaan	27
3.2.	Model Bisnis	28
3.2.1.	Customer Segments	29
3.2.2.	Value Proposition	29
3.2.3.	Customer Relationship	29
3.2.4.	Channel	29
3.2.5.	Revenue Stream	30
3.2.6.	Key Partner	30
3.2.7.	Cost Structure	30
3.2.8.	Key Resources	31
3.3.	Pilihan Strategi Bersaing	31
3.3.1.	Strategi Generik EV Life	31
3.3.2.	Analisa Strategi Generik EV Life	31
3.4.	Model Value	32
3.5.	Tim Inti EV Life	32
BAB 4 STRATEGI PEMASARAN		34
4.1.	Tujuan dan Sasaran Perusahaan	34
4.1.1.	Deskripsi Pasar	34

4.2.	Segmentasi Pasar	34
4.3.	Target Pasar	35
4.4.	Diferensiasi Pemasaran	37
4.4.1.	Point of Parity (POP).....	37
4.4.2.	Point of Difference (POD)	37
4.5.	Positioning Pasar	37
4.6.	Strategi Branding.....	39
4.7.	Strategi Produk	40
4.8.	Segmentasi Harga	40
4.9.	Strategi Distribusi.....	43
4.10.	Strategi Komunikasi.....	44
4.11.	Aspek Keuangan Pemasaran	46
4.11.1.	Kontribusi Pemasaran (<i>Net Marketing Contribution</i>).....	46
4.11.2.	MROI & MROS.....	47
BAB 5	STRATEGI OPERASI	48
5.1.	Tujuan dan Sasaran Operasi	48
5.1.1.	Tujuan Operasi EV Life	48
5.2.	Matrix Strategi Operasi	49
5.3.	Strategi Kapasitas	50
5.4.	Strategi Jaringan Pemasok.....	53
5.4.1.	Kebutuhan Pemilihan Pemasok Utama (<i>Key Partner</i>)	53
5.4.2.	Parameter Pemilihan Pemasok (<i>Pengembang Kesisteman</i>).....	55
5.4.3.	Parameter Pemilihan Pemasok (<i>Mitra SPKLU</i>)	55
5.5.	Teknologi Proses.....	56
5.5.1.	Kriteria Performa.....	56
5.5.2.	Perancangan Sistem.....	57

5.5.3.	Implementasi <i>Front End</i>	59
5.5.4.	Implementasi <i>Backend</i>	62
5.5.5.	Parameter Implementasi Pengujian.....	63
5.5.6.	Kriteria Biaya	66
5.6.	Organisasi Pengembangan.....	66
5.6.1.	Tahap Implementasi.....	67
5.6.2.	Tahap Improvement	67
5.6.3.	Pengendalian Kualitas.....	69
5.6.4.	Improvement.....	70
5.6.5.	Keamanan Data	70
5.7.	Aspek Keuangan Operasi.....	70
5.7.1.	Biaya Riset dan Perencanaan	71
5.7.2.	Biaya <i>Sharing</i> Pendapatan Kemitraan	71
5.7.3.	Biaya Pengembangan Kesisteman Middleware Integrator.....	72
5.7.4.	Biaya Aplikasi	73
5.7.5.	Biaya Operasi	73
BAB 6 STRATEGI SUMBER DAYA MANUSIA		75
6.1.	Tujuan dan Sasaran Sumber Daya Manusia.....	75
6.1.1.	Tujuan Sumber Daya Manusia	75
6.1.2.	Sasaran Sumber Daya Manusia.....	76
6.2.	Budaya Organisasi.....	76
6.3.	Struktur Organisasi.....	77
6.4.	Strategi Perencanaan dan Pengadaan Sumber Daya Manusia	79
6.5.	Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia.....	81
6.6.	Strategi Penilaian Kinerja	81
6.7.	Strategi Pemeliharaan Sumber Daya Manusia.....	84

6.8. Aspek Keuangan Sumber Daya Manusia	85
BAB 7 STRATEGI KEUANGAN	86
7.1. Tujuan dan Sasaran Keuangan	86
7.2. Strategi Investasi	86
7.3. Strategi Pendanaan	88
7.4. Strategi Sumber Pendanaan	89
7.5. Metode Perhitungan Biaya Modal Pendanaan	90
7.6. Strategi Modal Kerja	91
7.7. Strategi Distribusi Keuntungan	92
BAB 8 PROJEKSI LAPORAN KEUANGAN, ANALISA KELAYAKAN, DAN MANAJEMEN RESIKO BISNIS	93
8.1. Proyeksi Keuangan	93
8.1.1. Penyusunan Asumsi	93
8.1.2. Proyeksi Laba Rugi EV Life	94
8.1.3. Proyeksi Arus Kas Investasi	95
8.1.4. Proyeksi Neraca Keuangan	96
8.1.5. Periode Proyeksi Keuangan	96
8.1.6. Analisa Titik Impas	96
8.2. Analisa Kelayakan Bisnis	98
8.2.1. Indikator Kelayakan Bisnis	98
8.2.2. Arus Kas Proyek	98
8.2.3. Tingkat Diskonto (WACC)	99
8.2.4. Perhitungan Terminal Value	99
8.2.5. Pertimbangan Resiko dalam Analisa Kelayakan Bisnis	100
8.3. Identifikasi dan Mitigasi Resiko Bisnis	101
BAB 9 KESIMPULAN	106
DAFTAR PUSTAKA	107

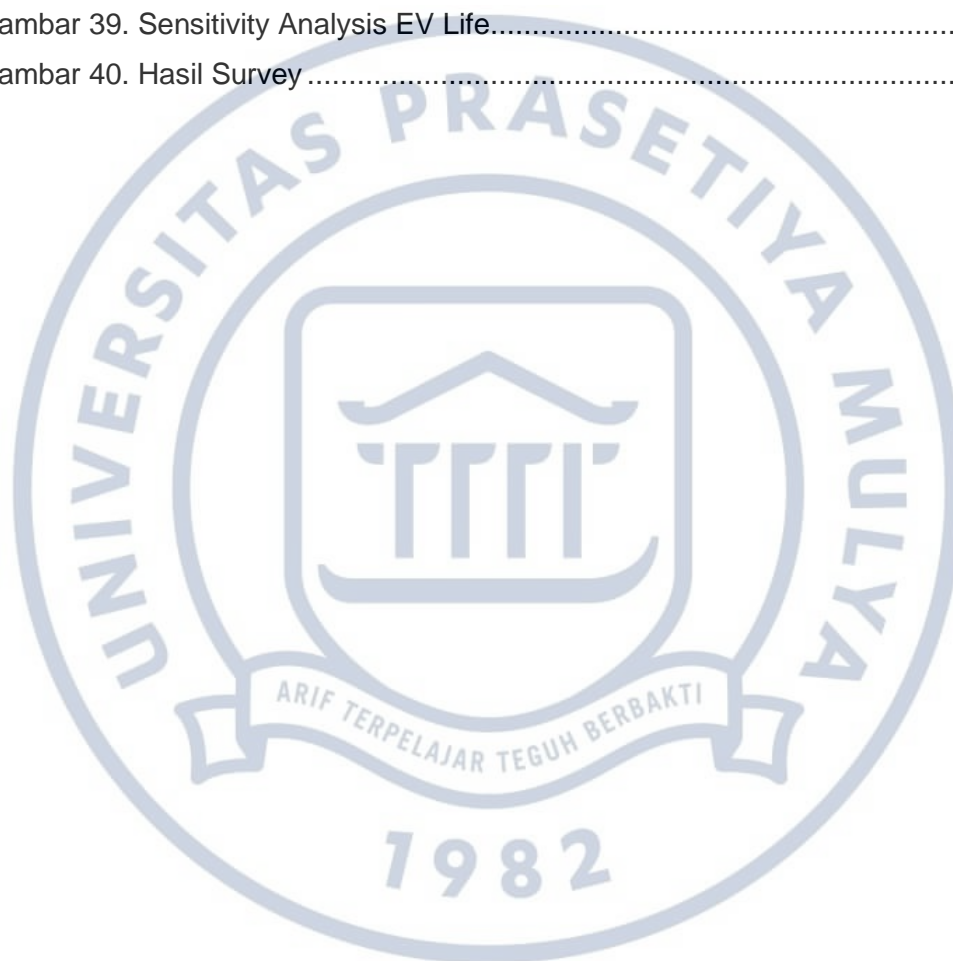
LAMPIRAN	110
Lampiran 1: Biaya Marketing	110
Lampiran 2: Survei Penggunaan Mobil Listrik	112
Lampiran 3: Penjelasan Tahapan Seleksi Karyawan	124
Lampiran 4: <i>Job Specification</i>	125
Lampiran 5: Pelatihan	127
Lampiran 6: Presentase Kenaikan Gaji	127
Lampiran 7: Tabel <i>Job Evaluation</i>	128
Lampiran 8: Total Bobot, Total Skor dan Gaji Pokok	135
Lampiran 9: Contoh Format KPI Karyawan	137



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model 4-D untuk Mengidentifikasi Peluang Bisnis Aplikasi Integrasi Charging Station	2
Gambar 2. Pertumbuhan Charging Station (SPKLU)	4
Gambar 3. Jumlah Kendaraan Listrik di Indonesia	5
Gambar 4. Pratinjau Aplikasi.....	8
Gambar 5. Lima Kekuatan Bersaing	12
Gambar 6. Kelompok Strategik Aplikasi SPKLU, Variasi Harga vs Produk.....	19
Gambar 7. Estimasi Pengguna Mobil Listrik.....	20
Gambar 8. Matriks Skenario.....	24
Gambar 9. Skenario Bisnis Terhadap Jumlah Pengguna Mobil Listrik	24
Gambar 10. Value Proposition	28
Gambar 11. Model Business Canvas EV Life.....	28
Gambar 12. Revenue Model	30
Gambar 13. Strategi Bersaing Generik EV Life	31
Gambar 14. Analisis Strategi Generik EV Life	31
Gambar 15. Model Value Network	32
Gambar 16. User Persona Aplikasi EV Life	36
Gambar 17. Positioning Map dari EV Life.....	38
Gambar 18. Logo EV Life.....	39
Gambar 19. Nine Block Pricing Analysis EV Life.....	42
Gambar 20. Kanal Distribusi EV Life	44
Gambar 21. Matriks Strategi Operasi.....	50
Gambar 22. Operation Strategy Capacity.....	51
Gambar 23. Arsitektur Kesistiman.....	59
Gambar 24. Proses Registrasi Pengguna	60
Gambar 25. Proses Reservasi Pengguna	61
Gambar 26. Tampilan Aplikasi untuk Reservasi	61
Gambar 27. Proses Transaksi EV Life	62
Gambar 28. Tampilan Proses Transaksi EV Life.....	62
Gambar 29. Middleware EV Life	63
Gambar 30. Development Planning	69
Gambar 31. Struktur Perusahaan EV Life Jangka Pendek (tahun 2024 – 2026)	77

Gambar 32. Struktur Perusahaan EV Life Jangka Panjang (Tahun 2027 – 2029)	78
Gambar 33. Tahapan Seleksi Pengadaan Tenaga Kerja	81
Gambar 34. HAV MAP	83
Gambar 35. Jenjang Karier	83
Gambar 36. Proyeksi Arus Kas EV Life	95
Gambar 37. Neraca Keuangan EV Life	96
Gambar 38. Titik Impas Bisnis EV Life	97
Gambar 39. Sensitivity Analysis EV Life	100
Gambar 40. Hasil Survey	124



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peserta Infrastruktur Pengisian Daya EV	6
Tabel 2. Persaingan antar Perusahaan yang sudah ada.....	13
Tabel 3. Ancaman Tawar Menawar Pembeli.....	14
Tabel 4. Daya Tawar Pemasok	15
Tabel 5. Ancaman Pendetang Baru	15
Tabel 6. Ancaman Substitusi.....	16
Tabel 7. Market Share Perusahaan Sejenis di Indonesia tahun 2023	20
Tabel 8. Skenario Bisnis	22
Tabel 9. Segmentasi Pasar	35
Tabel 10. Brand Mantra	39
Tabel 11. Analisa Harga Pesaing.....	42
Tabel 12. Pemilihan Harga Layanan EV Life	43
Tabel 13. Penyesuaian Harga EV Life	43
Tabel 14. Estimasi Biaya Pemasaran.....	45
Tabel 15. Kontribusi Pemasaran EV Life.....	47
Tabel 16. Return on Sales & Return on Investment	47
Tabel 17. Sasaran Operasi	48
Tabel 18. Parameter Pemilihan Pemasok	55
Tabel 19. Skenario Pengisian Daya Baterai	64
Tabel 20. Skenario Pengujian Reservasi.....	65
Tabel 21. Jenis Perangkat & Sistem Operasi	66
Tabel 22. Kriteria Biaya.....	66
Tabel 23. Faktor Pengambilan Keputusan	68
Tabel 24. Harga Layanan dan Biaya Sharing Kemitraan.....	72
Tabel 25. Biaya Umum.....	74
Tabel 26. Perencanaan SDM	79
Tabel 27. Anggaran Biaya SDM.....	85
Tabel 28. Investasi Aset.....	88
Tabel 29. Timeline Sumber Pendanaan EV Life.....	88
Tabel 30. Hak dan Kewajiban Pemegang Saham	89
Tabel 31. Sumber Dana Founder	89
Tabel 32. Biaya Modal Saham Setelah Memperhitungkan Failure Rate	91
Tabel 33. Modul Kerja.....	92

Tabel 34. Asumsi Keuangan Perusahaan	93
Tabel 35. Grafik Proyeksi Laba Rugi.....	95
Tabel 36. Perhitungan Titik Impas.....	97
Tabel 37. Perhitungan Indikator Kelayakan Bisnis EV Life	98
Tabel 38. Terminal Value Project EV Life.....	99
Tabel 39. Perhitungan Indikator Kelayakan Bisnis dan Arus Kas Proyek	100
Tabel 40. Perhitungan Sensitivity Analysis.....	100
Tabel 41. Parameter Identifikasi Resiko Bisnis.....	101
Tabel 42. Parameter Penilaian	101
Tabel 43. Identifikasi dan Mitigasi Resiko Bisnis	102
Tabel 44. Identifikasi dan Mitigasi Resiko operasi.....	103
Tabel 45. Identifikasi dan Mitigasi Resiko keuangan	105
Tabel 46. Biaya Marketing Tahun ke 0 - Tahun ke 5	110
Tabel 47. Biaya Marketing Tahun ke-1.....	111
Tabel 48. Survei Penggunaan Mobil Listrik	112
Tabel 49. Job Specification	125
Tabel 50. Matriks Leadership & Managerial Training.....	127
Tabel 51. Tabel Presentase kenaikan gaji.....	127
Tabel 52. Job Evaluation.....	128
Tabel 53. Scoring tiap Posisi Direktur	132
Tabel 54. Scoring Tiap Posisi Manager.....	133
Tabel 55. Scoring Tiap Posisi Staff dan Analyst.....	134
Tabel 56. Scoring Tiap Posisi Administrasi & Cleaning Service	135
Tabel 57. Tabel Bobot, Total Skor, dan Gaji Pokok.....	135
Tabel 58. Format KPI Karyawan	137
Tabel 59. Format KPI Karyawan - Comments and Development Plan	139