

RINGKASAN EKSEKUTIF

Tren perkembangan *Electric Vehicle (EV)* pada tahun 2011 hingga tahun 2019 meningkat signifikan. Tahun 2015 terdapat 102-unit dan pada tahun 2019 mencapai 520-unit EV. Perkiraan kebutuhan daya listrik untuk konsumsi EV tahun 2021 maksimal sebesar 4.743 GWh, tahun 2022 mengalami peningkatan hingga 11.873 GWh dan prediksi pada tahun 2024 akan mencapai 38.491 GWh. Percepatan konversi kendaraan dari *Internal Combustion Engine (ICE)* ke *Battery Electric Vehicle (BEV)* membutuhkan infrastruktur pendukung salah satunya adalah ketersediaan SPLU (Stasiun Pengisian Listrik Umum) dan SPKLU (Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum).

Berdasarkan data perbandingan *supply & demand* SPKLU sampai dengan Juni 2022 total kebutuhan SPKLU sebanyak 917-unit sedangkan SPKLU yang sudah berdiri baru sebanyak 164 unit sehingga masih ada kebutuhan sebanyak 753 unit atau 82% dari total kebutuhan SPKLU sampai dengan Juni 2022. SPKLU saat ini sebagian besar belum memiliki ruang tunggu dan fasilitas yang nyaman. “eV-Station” atau *electric vehicle station* hadir untuk menjawab tantangan ini, eV-Station berfokus kepada penyediaan layanan pengisian baterai kendaraan listrik yang dilengkapi dengan ruang tunggu yang nyaman dengan tenant *coffee shop*. eV-Station juga memfasilitasi *customer* dengan *co-working space*, fasilitas ini ditujukan bagi *customer* yang tidak ingin kehilangan waktunya sedikitpun untuk melakukan aktivitas bisnis.

Dalam analisis faktor eksternal, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kondisi eksternal industri dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Salah satu alat analisis yang digunakan adalah Porter's Five Forces Model dan PESTEL Analysis. Analisis ini membantu perusahaan mengidentifikasi dan mengevaluasi berbagai faktor eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis Dengan menganalisis Porter's Five Forces ini, perusahaan dapat memahami dinamika persaingan dan faktor-faktor meskipun terdapat beberapa tantangan, pertumbuhan ekonomi yang positif dan peningkatan literasi serta inklusi keuangan masyarakat menjadi peluang bagi investasi di Indonesia.

Dengan peningkatan inklusi keuangan akan mendorong masyarakat untuk lebih memahami dan terlibat dalam kegiatan investasi. Selain itu, pertumbuhan ekonomi yang positif juga memberikan peluang bagi investasi di Indonesia. Namun, terdapat ancaman yang terkait dengan literasi dan inklusi keuangan. Dalam mengelola bisnis, perusahaan perlu memperhatikan dan mengantisipasi faktor-faktor teknologi agar dapat memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi ancaman yang mungkin timbul. Dalam konteks analisis faktor eksternal, kebijakan pemerintah dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan bisnis perusahaan. Pemerintah memiliki peran dalam mengatur regulasi dan kebijakan yang berlaku dalam industri, termasuk industri tempat perusahaan beroperasi.

Dalam konteks analisis faktor eksternal, Kebijakan politik sangat mempengaruhi keberlangsungan bisnis SPKLU karena saat ini pemerintah bekerja keras untuk melakukan transformasi dari *ICE* menjadi *BEV*. Perpres No. 55 tahun 2019 mengeluarkan percepatan program kendaraan bermotor listrik berbasis baterai untuk transportasi jalan artinya dukungan pemerintah sangat serius untuk mempercepat kendaraan bermotor listrik. Beberapa kebijakan pemerintah yang relevan antara lain adalah: PP No 73 tahun 2019 tentang Barang Kena Pajak yang Tergolong Mewah Berupa Kendaraan Bermotor yang Dikenai Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), ketentuan baru ini yang akan digunakan

pemerintah dalam merumuskan pajak kendaraan khususnya PPnBM. Pada aturan baru PPnBM tersebut pengenaan pajak tidak berdasarkan aturan sebelumnya tapi berdasarkan emisi gas buang yang dihasilkan kendaraan. Itu berarti semakin besar emisi yang dihasilkan semakin besar pajak yang dikenakan dan hal ini menguntungkan kendaraan yang berteknologi hijau terutama kendaraan listrik.

Regulasi lainnya yakni Permen Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) Nomor 13 Tahun 2020 Tentang Penyediaan Infrastruktur Pengisian Listrik untuk Kendaraan Bermotor Berbasis Baterai. Salah satu hal penting dalam menciptakan ekosistem kendaraan berbasis listrik adalah infrastruktur yang meliputi stasiun pengisian kendaraan listrik umum (SPKLU).

Aturan lainnya yaitu Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 8 Tahun 2020 tentang Penghitungan Dasar Pengenaan Pajak Kendaraan Bermotor Dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor Tahun 2020. Yang paling mendukung untuk bisnis ini adalah Peraturan Menteri ESDM Nomor 13 Tahun 2020 tentang Penyediaan Infrastruktur Pengisian listrik untuk kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai dimana regulasi ini mengatur tentang bisnis pengisian KBL dari infrastruktur, perizinan, skema usaha, tarif, fasilitas sampai keselamatan SPKLU, SPBKL & instalasi listrik.

Peluang untuk bisnis SPKLU ini sangat besar dilihat dari faktor politik, saat ini pemerintah sedang gencar melakukan transformasi dari kendaraan berbahan bakar fosil ke kendaraan listrik, hal ini bisa dilihat dari regulasi yang dikeluarkan pemerintah tentang percepatan implementasi kendaraan listrik.

Beberapa kebijakan pemerintah yang relevan antara lain adalah regulasi yang menjaga investor, penyelenggara, dan penerbit, acuan kebijakan operasional yang berasal dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan perubahan regulasi yang rawan terjadi. Kebijakan pemerintah ini dapat mempengaruhi persaingan antar perusahaan, kekuatan tawar pembeli, kekuatan tawar pemasok, dan ancaman pendatang baru. Dengan demikian, kebijakan pemerintah dapat menjadi faktor eksternal yang perlu diperhatikan dalam analisis faktor eksternal perusahaan. Perusahaan perlu memahami dan mengikuti regulasi yang berlaku serta memperhatikan perubahan kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi bisnis.

Dalam konteks analisis faktor internal, Bisnis SPKLU eV-Station yang kami rencanakan tentunya memerlukan analisis faktor internal dengan tepat agar bisnis dapat berjalan dengan baik, *capable* untuk dapat memenangkan persaingan dari *competitor* yang ada & harapannya perusahaan dapat *sustainable*. Bagi eV-Station kecepatan, inovasi dan kreativitas mempunyai peranan penting dalam memberikan pelayanan bisnis SPKLU.

Beberapa inovasi pelayanan yang kami berikan antara lain teknologi *fast charging* dan *ultrafast charging*, ruang tunggu yang nyaman, *internet service provider (ISP)* yang cepat dan stabil, *co working space* dengan *interior aquascape* yang indah, *robotic car wash*, kursi pijat elektrik, *tenant coffee shop*, pengisian nitrogen dan *gallery ATM*.

Dalam menentukan lokasi bisnis, eV-Station akan memilih lokasi yang strategis, khususnya di area sekitar Bekasi, Jawa Barat. Bisnis SPKLU sangat dipengaruhi oleh lokasi, semakin strategis lokasi bisnis yang dipilih terutama di pinggir jalan utama, maka akan semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh besar terhadap kesuksesan bisnis. Fasilitas, sarana dan prasarana memiliki arti sebagai seperangkat alat utama atau juga bisa berupa alat pendukung sehingga dapat melancarkan proses suatu kegiatan dan usaha bisnis. Adanya seluruh fasilitas, sarana dan prasarana memang diadakan dengan tujuan agar kegiatan usaha dapat berjalan dengan lancar sehingga siapapun

pelanggan yang datang akan merasa nyaman dan akan berfikir untuk datang kembali. Selanjutnya setelah memberikan penilaian pada sumber *resources* dan *capability* internal perusahaan, eV-Station melakukan analisa yang bertujuan untuk mengetahui sumber keunggulan kompetitif (*competitive advantages*) yang berkelanjutan.

VRIO *Framework*, merupakan alat ukur yang dapat digunakan untuk menganalisis sumber daya dan kemampuan internal perusahaan sehingga menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Dalam hal ini, eV station menggunakan tools *VRIO framework* memilih lokasi, integritas layanan dan *safety expert* SDM sebagai keunggulan kompetitif (*competitive advantage*).

Setelah didapatkan analisa dari faktor internal SPKLU eV-Station yang dapat mempengaruhi pendirian bisnis eV-Station, langkah yang kami lakukan adalah membuat perencanaan strategi yang dimulai dari penentuan strategi jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang dari masing – masing sektor (marketing, operasional, human capital, financial dan manajemen risiko).

Tahapan selanjutnya adalah Input Stage yang dilakukan dengan penilaian menggunakan matrik External Factor Evaluation (EFE), Internal Factor Evaluation (IFE) dan Competitive Profile Matrix (CPM). Hasil dari EFE, eV-Station memperoleh total score 2.64 sedikit diatas rata-rata (*moderate*). Hal ini dapat dikatakan bahwa bisnis eV-Station berjalan cukup baik dalam mengambil keuntungan dari peluang eksternal dan menghindari ancaman yang datang dari luar perusahaan. Hasil dari IFE hasil matrix, eV-Station memperoleh skor 3.03.

Hal tersebut menunjukkan bahwa eV-Station memiliki faktor internal yang kuat. Nilai IFE digunakan untuk mengidentifikasi CPM eV-Station dengan kompetitor SPKLU lainnya yang sudah ditentukan dilihat dari aspek strength dan weakness. Kompetitor yang dipilih yaitu Starvo dan eV-Cuzz. Hasil CPM menunjukkan bahwa dari faktor harga, lokasi, fasilitas, integritas layanan, desain interior, SDM sebagai *safety expert*, dan kemitraan eV-Station mampu bersaing dan lebih unggul. Tahapan selanjutnya yang dilakukan matching stages dengan mengidentifikasi sejumlah alternatif strategi dan mencocokkan informasi dari faktor eksternal dan internal di input stage. Matching stages ini menggunakan 2 teknik yaitu dengan SWOT matrix dan IE matrix. Hasil analisa matching stages pada eV-Station memiliki nilai IFE sebesar 3,03 dan EFE sebesar 2,64; sehingga perusahaan ini masuk dalam sel IV.

Didalam sel IV ini eV-Station dapat menggunakan strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal). Untuk tahapan membuat atau perumusan strategi, eV-Station menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

QSPM ini didasarkan pada input dari SWOT dan IE Matrix serta alternatif strategi pada tahap pencocokan diatas. Berdasarkan hasil SWOT matrik dan IE matrik, maka eV-Station menentukan dua strategi alternatif yang akan eV-Station pilih yaitu strategi pengembangan layanan dan strategi penetrasi pasar secara offline dan online. diketahui bahwa keseluruhan total skor yang dari masing-masing strategi adalah 3,10 untuk strategi pertama dan 2,80 untuk strategi yang kedua. Berdasarkan hasil skor tersebut, artinya strategi pertama berupa *product development* menjadi strategi yang dipilih oleh eV-Station. *Porter's generic strategy* menggambarkan bagaimana perusahaan mengejar keunggulan kompetitif di lingkup pasar yang dipilih.

Berdasarkan hasil analisis *Competitive Force*, *SWOT Matrix* dan *Competitive Advantage* yang dimiliki eV-Station, maka strategi yang dipilih adalah *Differentiation Focus Strategy*. Dengan menerapkan *Differentiation Focus Strategy*, diharapkan dapat menekan ancaman persaingan dengan menawarkan inovasi layanan yang berbeda dan lebih menarik dibandingkan para pesaing. eV-Station bukan merupakan pemain awal dalam bidang SPKLU, tetapi merupakan salah satu pionir dari perusahaan SPKLU yang memiliki keunggulan lokasi, integrasi layanan yang terdiri dari paket ngopi (PAPI) dan paket gawe (PEWE), masing-masing paket memiliki term and condition yang berbeda serta benefit yang berbeda pula, serta *safety expert* dengan ditunjang fasilitas yang lengkap dengan layanan terintegrasi. Tools yang digunakan eV-Station untuk mempermudah memecahkan ide agar lebih mudah dibaca dan dipahami dengan menggunakan Lean Canvas Model.

Marketing Plan merupakan salah satu proses perencanaan dalam bidang marketing agar dapat mencapai target marketing yang sudah ditetapkan. Penetapan tujuan dan sasaran pemasaran yang tepat akan membantu eV-Station dalam mencapai target pasar sesuai visi dan misi perusahaan. *Tools* Pemasaran yang digunakan oleh EV Station meliputi beberapa pendekatan. Pertama, EV Station menggunakan pendekatan Segmenting, Targeting, Positioning (STP) untuk mengidentifikasi target pasar berdasarkan geografis dan psikografis. EV Station menggunakan strategi marketing dengan konsep *business to customer* (B2C). Dalam hal ini. Sebagai perusahaan industry jasa EV-Station akan melakukan strategi pemasaran melalui konsep business to customer (B2C) untuk akan menggunakan konsep 7P diantaranya *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*.

EV Station juga melakukan berbagai aktivitas pemasaran seperti branding secara offline dan online dengan mengungkap strategi online digital marketing, social media, dan offline branding dengan mengikuti eVent pameran. Aktivitas sales juga dilakukan untuk mencapai target penjualan, termasuk melalui kontrak kerjasama eksklusif dengan pengembang Kawasan, memperluas area pemasaran dan juga edukasi dengan pelanggan tentang baterai dan kendaraan listrik.

Pendirian bisnis eV-Station ini dimulai dengan didirikannya PT. eV-Station mengikuti peraturan yang berlaku, seperti yang tercantum pada Undang-Undang Republik Indonesia No 40 Tahun 2007 yang mengatur tentang Perseroan Terbatas. Selain pendirian badan hukum berbentuk Perseroan Terbatas (PT), eV-Station juga harus melakukan pemenuhan proses perijinan perijinan pendirian stasiun pengisian kendaraan listrik umum (SPKLU) seperti penerapan wilayah usaha, pengajuan ijin Rencana Usaha Penyedia Tenaga Listrik (RUPTL), Ijin Usaha Penyedia Tenaga Listrik Umum (IUPTLU) dan penomoran identitas SPKLU. Selain perijinan tersebut diatas SPKLU juga wajib memiliki sertifikat laik operasi (SLO) dan sertifikat kompetensi tenaga teknik ketenagalistrikan.

Tujuan dan sasaran yang telah ditentukan dari eV-Station sesuai dengan *establish term objective* dan *quantitative strategic planning matrix* (QSPM), terbagi menjadi 3 meliputi tujuan jangka pendek (0 – 2 tahun) berfokus pada Pengembangan management SOP, Pengembangan Infrastruktur IT dan networking, Pengembangan Web eV-Station, Pengembangan sarana dan prasarana SPKLU seperti Co working space disertai dengan disain interior *aquascape* dan Pengembangan Fasilitas Automatic Car Wash. Tujuan jangka menengah (3-5 tahun) berfokus kepada Pengembangan eV-Smart Application (Mobile Application) include e-payment, *Customer Self Service System* (CS3), Pengembangan *Smart Co-Working Space* dan implementasi standar SNI dan ISO serta

standar quality lainnya. Tujuan jangka panjang (6-10 tahun) akan berfokus kepada Ekspansi unit usaha SPKLU area Jawa Barat, Melakukan peremajaan sarana dan prasarana dan Studi Intensif Pengembangan Pengisian Mobil Hidrogen.

Keputusan penting dalam manajemen operasional adalah menentukan desain produk dan operasi seperti apa yang akan dihasilkan oleh perusahaan. eV-Station adalah stasiun pengisian baterai electric vehicle yang di lengkapi dengan ruang tunggu yang nyaman, *co working space* dengan interior *aquascape* yang indah, *robotic car wash*, kursi pijat elektrik, *tenant coffee shop*, pengisian nitrogen dan gallery ATM. Unit usaha eV-Station di bangun diatas lahan seluas 770 m² yang terdiri 1 bangunan 2 lantai. Lantai 1 untuk ruang tunggu, *coffee shop*, *co-working space*, lobby, office dan lantai 2 difungsikan untuk *co working space*, *private co working space*, *office*, *event space indoor* dan *training room area* depan bangunan difungsikan sebagai area *charging station* yang terdiri dari 4 unit *charging station*, electrical station, automatic car wash, musholla, gallery ATM, pengisian N₂, ruang trafo, pos *security* dan tempat parkir. Ev-Station memiliki beberapa layanan sebagai revenue stream kami yaitu: Jasa *Charging* Baterai, Penyewaan *Co-Working Space*, Penyewaan *Private Working Space*, *Ticket Event*, Penyewaan *Tenant Coffee Shop*, Penyewaan *Event Space Indoor*, *Automatic Carwash* dan Penyewaan Area untuk mesin ATM.

Didalam menjalankan bisnis eV-Station sangat penting kami memastikan alur proses baik alur transaksi maupun alur aktivitas pengunjung dapat berjalan dengan baik seperti booking order, cara pembayaran dan penggunaan voucher. Customer dapat melakukan booking order untuk seluruh fasilitas eV-Station dapat dilakukan melalui beberapa cara seperti melalui aplikasi eV-Smart App, telp langsung ke *customer service*, WhatsApp bisnis atau customer dapat langsung berkunjung ke eV-Station. Customer melakukan pembayaran setelah selesai menggunakan jasa eV-Station, proses pembayaran dapat dilakukan melalui eV-Smart App (e-payment), QRIS pada mesin EDC, kartu debit atau kredit dengan mesin EDC, transfer Rekening atau *Cash*. eV-Station mendorong penggunaan *digital payment* untuk mempersingkat waktu pemnayaran dan kemudahan customer. Customer yang menggunakan sistem pembayaran digital (melalui aplikasi, QRIS EDC) maka voucher akan otomatis digunakan setelah voucher tersebut terverifikasi oleh sistem sedangkan customer yang menggunakan pembayaran manual (cash atau mesin EDC), penggunaan voucher akan diinput manual oleh kasir eV-Station.

Biaya operasi pada eV-Station terbagi menjadi 2 kelompok yaitu: Biaya asset yaitu biaya-biaya untuk pembelian peralatan dan mesin *charging station*, furniture dengan masa manfaat 5 tahun, diasumsikan pembelian asset terjadi pada tahun pertama. Biaya operasional yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan secara rutin untuk menunjang kegiatan operasional eV-Station seperti sewa lahan, biaya listrik, biaya telepon, biaya air dan lain – lain. Biaya capex eV-Station pada tahun pertama mencapai 6,5 milyar rupiah sedangkan biaya opex 388 juta rupiah pada tahun pertama, 411 juta rupiah pad tahun kedua, 429 juta rupiah pada tahun ketiga, pada tahun ke empat mencapai 447 juta rupaih dan pada tahun kelima mencapai 467 juta rupiah.

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) SPKLU eV-Station adalah salah satu bagian terpenting dalam kemajuan serta kesuksesan perusahaan. Untuk mengoptimalkan peran SDM, sangat penting memiliki tujuan dan sasaran yang jelas. Tujuan dan sasaran ini adalah panduan yang memberi arah kepada tim Human Capital dan seluruh SDM dalam lingkungan perusahaan. Tujuan dan sasaran ini haruslah sesuai dengan strategi induk

perusahaan. Tujuan SDM eV-Station mencakup aspek seperti pengembangan kompetensi karyawan, peningkatan produktivitas, penciptaan budaya perusahaan yang positif, dan membangun organisasi yang kuat serta konsisten. Sasaran harus terukur dan realistis agar memberikan panduan yang jelas bagi semua pihak. Hal lain yang tidak bisa dilupakan adalah budaya perusahaan pada eV-Station. Hal ini adalah identitas dan ciri eV-Station yang membedakannya dari yang lain. Budaya juga mencakup nilai-nilai, dan asumsi perilaku yang diadopsi oleh seluruh karyawan. Budaya yang kuat dan positif dapat meningkatkan kinerja karyawan dan membantu merekrut dan mempertahankan karyawan terbaik. Selain budaya perusahaan *safety expert* juga memiliki peran penting untuk menjadikan eV-Station unggul dengan SPKLU kompetitor lainnya. Kepemimpinan dan manajemen perusahaan memiliki peran utama dalam membentuk budaya dan nilai perusahaan. eV-Station memprioritaskan budaya dan nilai yang menekankan pelayanan kepada pelanggan, memiliki pemikiran yang selalu berkembang dan terus berinovasi dengan setiap perkembangan teknologi.

Untuk menjalankan roda perusahaan, perlu adanya struktur organisasi yang efisien dan padat sangat penting untuk menghindari tumpang tindih dalam tanggung jawab, meminimalkan birokrasi yang berlebihan, dan memungkinkan pengambilan keputusan yang cepat. Dengan cara itu, eV-Station dimungkinkan untuk menjadi lebih responsif terhadap perubahan pasar dan meningkatkan kolaborasi antar unit kerja. Itu juga dapat mempengaruhi kesejahteraan karyawan karena mereka tahu dengan jelas apa yang diharapkan dari mereka. Kombinasi faktor-faktor ini membantu menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan perusahaan, inovasi, dan kesejahteraan karyawan.

Dalam menciptakan kesejahteraan karyawan dan stakeholder, eV-Station menyusun Financial Plan. Dimana Financial Plan atau Strategi Keuangan adalah teknik perumusan rencana strategi keuangan yang dijabarkan menjadi lima tahap kegiatan keuangan yaitu menetapkan tujuan dan sasaran pencapaian keuangan bisnis, penjelasan elemen perencanaan keuangan bisnis berdasarkan perencanaan pendapatan, biaya terkait, biaya penyusutan, biaya investasi, kebutuhan modal dan pembiayaan usaha terkait, merumuskan dan menganalisis proyeksi keuangan bisnis, seperti proyeksi laba rugi, proyeksi neraca dan proyeksi laporan arus kas, analisis kelayakan investasi yang diukur berdasarkan Return on Investment (ROI), Payback Period, Net Present Value (NPV), Internal Rate Return (IRR), merumuskan dan menganalisis kinerja keuangan berdasarkan analisis rasio likuiditas, rasio solvabilitas, dan rasio profitabilitas.

Peran Divisi Keuangan di awal adalah mempersiapkan struktur modal 100% sebesar Rp 7.500.000.000, yang diperoleh dari 93% internal pendiri dan 7% dari loan bank. Dalam hal ini, maka tim divisi keuangan harus selalu menghasilkan laba bisnis dan mempertahankan kesinambungan bisnis melalui penerapan rencana tujuan dan sasaran keuangan dengan menetapkan berdasarkan satuan waktu jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang, hal ini agar profitabilitas dan kelangsungan hidup perusahaan dapat terukur sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat. Selain itu, elemen perencanaan keuangan merupakan dasar estimasi seluruh beban dan pendapatan yang akan dihasilkan.

Tim Divisi Keuangan wajib mereview kembali kebutuhan anggaran biaya masing-masing divisi. Biaya tersebut menjadi dasar penentuan besarnya proyeksi biaya, cost structure dan penghasilan yang diperoleh. Demikian juga melalui Divisi keuangan, untuk dapat memperlihatkan kinerja Kesehatan perusahaan, Divisi Keuangan harus dapat

menyajikan rasio perusahaan, baik analisis rasio kelayakan investasi dan analisis kinerja keuangan untuk memberikan keyakinan bagi stakeholder eV-Station.

Agar semua tujuan dan sasaran yang sudah ditetapkan oleh eV-Station dapat berjalan dengan baik maka eV-Station menganalisa risiko-risiko yang mungkin akan terjadi yang dapat menghambat operasional maupun tujuan dari eV-Station itu sendiri. Setelah risiko tersebut dianalisa kemudian akan diberikan nilai berdasarkan kemungkinan dan dampaknya. Setelah masing-masing risiko mendapatkan penilaian kemudian akan ditentukan batas minimum selera risikonya, dari batas minimum yang melebihi selera risiko tersebut akan dilakukan mitigasi atau perlakuan dari risiko tersebut sehingga risiko yang ada bisa ditekan atau dihindari.

Setelah di Analisa eV-Station memiliki total 19 risiko dengan kategori sangat tinggi ada 11 risiko (Karyawan kurang terampil (R003), Sistem IT / aplikasi eV-Station Down (R007), Preferensi konsumen menurun (R008), Konflik dengan tenant (R009), Munculnya pesaing dengan produk sejenis (R010), Teknologi EV mulai ditinggalkan (R011), Kenaikan pajak (R012), Kenaikan nilai upah minimum (R013), Perubahan standarisasi charger (R015), Kebakaran (R017), Suplai energi listrik, telepon dan internet down (R019)), kategori tinggi dengan 6 risiko (Komplain lambat di respon (R001), Karyawan sakit (R004), Kecelakaan Kerja dan lalu lintas (R005), Ijin usaha dicabut. (R014), Bencana alam (Gempa Bumi dan Banjir) (R016), Tindak kriminal (Korupsi dan pencurian) (R018)) dan kategori sedang 2 risiko (Konflik dengan karyawan (R002), Kekurangan modal. (R006)). Setelah dilakukan mitigasi / perlakuan untuk menurunkan tingkat risiko tersebut maka level tinggi menjadi 9, sedang menjadi 8 dan rendah menjadi 2. Untuk menurunkan risiko dengan cara memitigasi risiko yang sudah ditentukan memerlukan biaya dan waktu sehingga risiko yang dimitigasi harus benar-benar dipilih dengan profil risiko bisnis eV-Station ini dan harapannya dengan risiko yang dipilih tersebut tidak muncul dalam proses bisnis eV-Station.

EXECUTIVE SUMMARY

The development trend of Electric Vehicle (EV) from 2011 to 2019 increased significantly. In 2015 there were 102 units and in 2019 reached 520 EV units. The estimated electric power demand for EV consumption in 2021 is a maximum of 4,743 GWh, in 2022 it has increased to 11,873 GWh and predictions in 2024 will reach 38,491 GWh. The acceleration of vehicle conversion from Internal Combustion Engine (ICE) to Battery Electric Vehicle (BEV) requires supporting infrastructure, one of which is the availability of SPLU (Public Electric Charging Station) and SPKLU (Public Electric Vehicle Charging Station).

Based on the SPKLU supply & demand comparison data until June 2022, the total SPKLU needs are 917 units, while the SPKLU that has been established is only 164 units, so there is still a need for 753 units or 82% of the total SPKLU needs until June 2022. Most of the current SPKLUs do not have comfortable waiting rooms and facilities. "eV-Station" or electric vehicle station is here to answer this challenge, eV-Station focuses on providing electric vehicle charging services equipped with a comfortable waiting room with a coffee shop tenant. eV-Station also facilitates customers with a co-working space, this facility is intended for customers who do not want to lose a second of their time to do business activities.

In external factor analysis, it is important for companies to pay attention to the external conditions of the industry and the factors that affect them. One of the analytical tools used is Porter's Five Forces Model and PESTEL Analysis. This analysis helps companies identify and evaluate various external factors that can affect business success. By analyzing these Porter's Five Forces, companies can understand the dynamics of competition and factors despite some challenges, positive economic growth and increased public financial literacy and inclusion are opportunities for investment in Indonesia.

Increased financial inclusion will encourage people to better understand and engage in investment activities. In addition, positive economic growth also provides opportunities for investment in Indonesia. However, there are threats associated with financial literacy and inclusion. In managing a business, companies need to pay attention to and anticipate technological factors in order to take advantage of existing opportunities and overcome threats that may arise. In the context of external factor analysis, government policy can be one of the factors that influence the success or failure of a company's business. The government has a role in regulating regulations and policies that apply in the industry, including the industry in which the company operates.

In the context of external factor analysis, political policies greatly affect the sustainability of the SPKLU business because the government is currently working hard to transform from ICE to BEV. Perpres No. 55 of 2019 issued an acceleration of the battery-based electric motor vehicle program for road transportation, meaning that government support is very serious about accelerating electric motorized vehicles. Some relevant government policies include PP No. 73 of 2019 concerning Taxable Goods that are classified as Luxury in the form of Motor Vehicles Subject to Sales Tax on Luxury Goods (PPnBM), this new provision will be used by the government in formulating vehicle taxes, especially PPnBM. In the new PPnBM regulation, tax imposition is not based on previous rules but based on exhaust emissions produced by the vehicle. That means the greater the

emissions produced, the greater the tax imposed and this benefits green technology vehicles, especially electric vehicles.

Another regulation is Permen of Energy and Mineral Resources (ESDM) Number 13 of 2020 concerning the Provision of Electric Charging Infrastructure for Battery-Based Motor Vehicles. One of the important things in creating an electric-based vehicle ecosystem is infrastructure which includes public electric vehicle charging stations (SPKLU).

Another regulation is the Regulation of the Minister of Home Affairs Number 8 of 2020 concerning Calculation of the Basis for Imposition of Motor Vehicle Tax and Motor Vehicle Title Transfer Fees in 2020. The most supportive for this business is Minister of Energy and Mineral Resources Regulation Number 13 of 2020 concerning the Provision of Electric Charging Infrastructure for Battery-Based Electric Motorized Vehicles where this regulation regulates the KBL charging business from infrastructure, licensing, business schemes, tariffs, facilities to SPKLU safety, SPBKLU & electrical installations.

The opportunity for this SPKLU business is very large from a political factor, currently the government is aggressively transforming from fossil fuel vehicles to electric vehicles, this can be seen from the regulations issued by the government regarding the acceleration of the implementation of electric vehicles.

Some of the relevant government policies include regulations that protect investors, organizers, and issuers, operational policy references from the Financial Services Authority (OJK), and regulatory changes that are prone to occur. These government policies can affect competition between companies, bargaining power of buyers, bargaining power of suppliers, and the threat of new entrants. Thus, government policy can be an external factor that needs to be considered in analyzing the company's external factors. Companies need to understand and follow applicable regulations and pay attention to changes in government policies that can affect business.

In the context of internal factor analysis, the eV-Station SPKLU business that we plan certainly requires proper analysis of internal factors so that the business can run well, is capable of winning competition from existing competitors & hopes that the company can be sustainable. For eV-Station, speed, innovation and creativity play an important role in providing SPKLU business services.

Some of the service innovations we provide include fast charging and ultrafast charging technology, comfortable waiting room, fast and stable internet service provider (ISP), co working space with beautiful aquascape interior, robotic car wash, electric massage chair, tenant coffee shop, nitrogen filling and gallery ATM.

In determining the business location, eV-Station will choose a strategic location, especially in the area around Bekasi, West Java. The SPKLU business is strongly influenced by location, the more strategic the business location chosen, especially on the edge of the main road, the higher the sales level and a big influence on business success. Facilities, facilities and infrastructure mean a set of main tools or can also be supporting tools so that they can smooth the process of an activity and business venture. The existence of all facilities, facilities and infrastructure is indeed held with the aim that business activities can run smoothly so that any customers who come will feel comfortable and will think of coming.

After obtaining an analysis of the internal factors of SPKLU eV-Station that can affect the establishment of the eV-Station business, the step we take is to make a strategic

plan that starts from determining the short-term, medium-term and long-term strategies of each sector (marketing, operations, human capital, finance and risk management).

The next stage is the Input Stage which is carried out by assessing using the External Factor Evaluation (EFE), Internal Factor Evaluation (IFE) and Competitive Profile Matrix (CPM) matrices. The results of EFE, eV-Station obtained a total score of 2.64 slightly above average (moderate). It can be said that the eV-Station business is doing quite well in taking advantage of external opportunities and avoiding threats that come from outside the company. The results of the IFE matrix result, eV-Station obtained a score of 3.03.

This shows that eV-Station has strong internal factors. The IFE score is used to identify eV-Station's CPM with other SPKLU competitors that have been determined from the strength and weakness aspects. The selected competitors are Starvo and eV-Cuzz. The CPM results show that from the factors of price, location, facilities, service integrity, interior design, human resources as safety experts, and partnerships eV-Station is able to compete and is superior. The next stage is done by matching stages by identifying a number of alternative strategies and matching information from external and internal factors in the input stage. Matching stages uses 2 techniques, namely SWOT matrix and IE matrix. The results of the matching stages analysis on eV-Station have an IFE value of 3.03 and EFE of 2.64; so this company is included in cell IV.

In cell IV, eV-Station can use intensive strategies (market penetration, market development, and product development) or integrative (backward integration, forward integration, and horizontal integration). For the stage of creating or formulating strategies, eV-Station uses the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

This QSPM is based on inputs from the SWOT and IE Matrix as well as alternative strategies at the matching stage above. Based on the results of the SWOT matrix and IE matrix, eV-Station determines the two alternative strategies that eV-Station will choose, namely service development strategies and offline and online market penetration strategies. It is known that the overall total score of each strategy is 3.10 for the first strategy and 2.80 for the second strategy. Based on the results of these scores, it means that the first strategy in the form of product development is the strategy chosen by eV-Station. Porter's generic strategy describes how companies pursue competitive advantage in the selected market scope. Based on the results of Competitive Force Analysis, SWOT Matrix and Competitive Advantage owned by eV-Station, the strategy chosen is Differentiation Focus Strategy. By applying the Differentiation Focus Strategy, it is expected to reduce competitive threats by offering different and more attractive service innovations than competitors. eV-Station is not an early player in the SPKLU field but is one of the pioneers of SPKLU companies that have location advantages, service integration consisting of coffee packages (PAPI) and gawe packages (PEWE), each package has different terms and conditions and different benefits, as well as safety experts supported by complete facilities with integrated services. The tools used by eV-Station to make it easier to solve ideas so that they are easier to read and understand by using the Lean Canvas Model.

This Lean Canvas Model divides into seven components including Problem, Solution, Key Metrics, Unfair Advantage, Unique Value Proposition, Cost Structure, Customer Segments and Revenue Stream.

Marketing Plan is one of the planning processes in the marketing field in order to achieve the marketing targets that have been set. Setting the right marketing goals and objectives will help eV-Station in achieving the target market according to the company's vision and mission. Marketing Tools used by EV Station include several approaches. First, EV Station uses the Segmenting, Targeting, Positioning (STP) approach to identify target markets based on geographic and psychographic. EV Station uses a marketing strategy with the concept of business to customer (B2C). In this case. As a service industry company, EV-Station will carry out marketing strategies through the concept of business to customer (B2C) to use the 7P concept including Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence.

Ev-Station also conducts various marketing activities such as offline and online branding by carrying out online digital marketing strategies, social media, and offline branding by participating in eVent exhibitions. Sales activities are also carried out to achieve sales targets, including through exclusive cooperation contracts with area developers, expanding marketing areas and also education with customers about batteries and electric vehicles.

The establishment of the eV-Station business begins with the establishment Limited Liability Company (PT). eV-Station follows the applicable regulations, as stated in the Law of the Republic of Indonesia No. 40 of 2007 which regulates Limited Liability Companies. In addition to the establishment of a legal entity in the form of a Limited Liability Company (PT), eV-Station must also fulfill the licensing process for the establishment of public electric vehicle charging stations (SPKLU) such as the application of business areas, submission of Electricity Provider Business Plan (RUPTL) permits, Public Electricity Provider Business License (IUPTLU) and SPKLU identity numbering. In addition to the above licenses, SPKLU is also required to have a certificate of operation (SLO) and a certificate of competence for electricity engineering personnel.

The goals and objectives that have been determined from eV-Station in accordance with the established term objectives and quantitative strategic planning matrix (QSPM), are divided into 3 including short-term goals (0 - 2 years) focusing on SOP management development, IT infrastructure development and networking, eV-Station web development, development of SPKLU facilities and infrastructure such as co working space accompanied by aquascape interior design and development of automatic car wash facilities. Medium-term goals (3-5 years) focus on the development of eV-Smart Application (Mobile Application) including e-payment, Customer Self Service System (CS3), Development of Smart Co-Working Space and implementation of SNI and ISO standards and other quality standards. The long-term goal (6-10 years) will focus on the expansion of the SPKLU business unit in the West Java area, rejuvenating facilities and infrastructure and intensive studies on the development of hydrogen car charging.

An important decision in operational management is to determine what kind of product design and operations will be produced by the company. eV-Station is an electric vehicle charging station equipped with a comfortable waiting room, co working space with a beautiful aquascape interior, robotic car wash, electric massage chair, tenant coffee shop, nitrogen filling and ATM gallery. The eV-Station business unit is built on an area of 770 m2 consisting of 1 2-storey building. The first floor is used for waiting room, coffee shop, co-working space, lobby, office and the second floor is used for co working space, private co working space, office, indoor event space and training room. The front area of

the building is used as a charging station area consisting of 4 charging station units, electrical station, automatic car wash, prayer room, ATM gallery, N2 filling, transformer room, security post and parking lot. Ev-Station has several services as our revenue stream, namely: Battery Charging Service, Co-Working Space Rental, Private Working Space Rental, Event Ticket, Tenant Coffee Shop Rental, Indoor Event Space Rental, Automatic Carwash and Area Rental for ATM machine.

In running the eV-Station business, it is very important that we ensure the process flow of both the transaction flow and the flow of visitor activities can run well such as booking orders, payment methods and voucher usage. Customers can book orders for all eV-Station facilities through several ways such as through the eV-Smart App, direct telephone to customer service, WhatsApp business or customers can directly visit eV-Station. Customers make payments after finishing using eV-Station services, the payment process can be done through eV-Smart App (e-payment), QRIS on EDC machines, debit or credit cards with EDC machines, account transfers or cash. eV-Station encourages the use of digital payments to shorten payment time and customer convenience. Customers who use a digital payment system (through the application, QRIS EDC), the voucher will be automatically used after the voucher is verified by the system while customers who use manual payments (cash or EDC machines), the use of vouchers will be inputted manually by the eV-Station cashier.

Operating costs at eV-Station are divided into 2 groups, Capex or asset costs are costs for purchasing charging station equipment and machinery, furniture with a useful life of 5 years, assuming the purchase of assets occurs in the first year. Operational costs are costs that are routinely incurred to support eV-Station operational activities such as land rent, electricity costs, telephone costs, water costs and others. The capex cost of eV-Station in the first year reached 6.5 billion rupiah while the opex cost was 388 million rupiah in the first year, 411 million rupiah in the second year, 429 million rupiah in the third year, in the fourth year reached 447 million rupiah and in the fifth year reached 467 million rupiah.

SPKLU eV-Station Human Resource Management (HRM) is one of the most important parts of a company's progress and success. To optimize the role of HR, it is very important to have clear goals and objectives. These goals and objectives are guidelines that give direction to the Human Capital team and all HR within the company. These goals and objectives should be in line with the parent company's strategy. eV-Station's HR goals include aspects such as developing employee competencies, increasing productivity, creating a positive corporate culture, and building a strong and consistent organization. Goals should be measurable and realistic to provide clear guidance for all parties. Another thing that cannot be forgotten is the corporate culture of eV-Station. This is the identity and characteristic of eV-Station that distinguishes it from others. Culture also includes values, and behavioral assumptions that are adopted by all employees.

A strong and positive culture can improve employee performance and help recruit and retain the best employees. In addition to corporate culture safety experts also have an important role to make eV-Station superior to other competing SPKLU's. The company's leadership and management have a major role in shaping the company's culture and values. eV-Station prioritizes culture and values that emphasize service to customers, have an ever-evolving mindset and continue to innovate with every technological development. To run the wheels of the company, the need for an efficient and compact organizational

structure is essential to avoid overlaps in responsibilities, minimize excessive bureaucracy, and enable quick decision-making. In that way, it is possible for eV-Station to be more responsive to market changes and improve collaboration between work units. It can also affect employee well-being as they know clearly what is expected of them. The combination of these factors helps to create an environment that supports company growth, innovation, and employee well-being.

In creating employee and stakeholder welfare, Ev-Station prepares a Financial Plan. Where the Financial Plan or Financial Strategy is a financial strategy plan formulation technique that is elaborated into five stages of financial activities, namely setting goals and objectives for business financial achievement, explaining business financial planning elements based on revenue planning, related costs, depreciation costs, investment costs, capital requirements and related business financing, formulate and analyze business financial projections, such as profit and loss projections, balance sheet projections and cash flow statement projections, analysis of investment feasibility as measured by Return on Investment (ROI), Payback Period, Net Present Value (NPV), Internal Rate Return (IRR), formulate and analyze financial performance based on analysis of liquidity ratios, solvency ratios, and profitability ratios.

The role of the Finance Division at the beginning was to prepare a 100% capital structure of Rp 7,500,000,000, which was obtained from 93% internal founders and 7% from bank loans. In this case, the finance division team must always generate business profits and maintain business continuity through the implementation of a financial goals and objectives plan by setting based on short-term, medium-term and long-term time units, this is so that the profitability and survival of the company can be measured in accordance with the planning that has been made. In addition, the financial planning element is the basis for estimating all expenses and revenues to be generated.

The Finance Division team must review the cost budget requirements of each division. These costs become the basis for determining the amount of projected costs, cost structure and income earned. Likewise, through the Finance Division, to be able to show the company's health performance, the Finance Division must be able to present company ratios, both investment feasibility ratio analysis and financial performance analysis to provide confidence for Ev-Station stakeholders.

In order for all the goals and objectives that have been set by eV-Station to run well, eV-Station analyzes the risks that may occur that can hinder the operations and goals of eV-Station itself. After the risk is analyzed, it will be given a value based on its likelihood and impact. After each risk gets an assessment, the minimum risk appetite will be determined, from the minimum limit that exceeds the risk appetite, mitigation or treatment of the risk will be carried out so that existing risks can be suppressed or avoided. After analysis, eV-Station has a total of 19 risks with a very high category of 11 risks (Employees are less skilled (R003), IT systems / eV-Station applications are down (R007), Consumer preferences are declining (R008), Conflicts with tenants (R009), The emergence of competitors with similar products (R010), EV technology is starting to be abandoned (R011), Increase in taxes (R012), Increase in minimum wage (R013), Change in charger standardization (R015), Fire (R017), Electricity supply, telephone and internet down (R019)), high category with 6 risks (Complaints slow to respond (R001), Employee illness (R004), Work and traffic accidents (R005), Business license revoked. (R014), Natural disasters (Earthquake and Flood) (R016), Criminal acts (Corruption and theft) (R018))

and medium category with 2 risks (Conflict with employees (R002), Lack of capital. (R006)). After mitigation / treatment to reduce the risk level, the high level becomes 9, medium becomes 8 and low becomes 2. To reduce the risk by mitigating the risk that has been determined requires cost and time so that the mitigated risk must be truly selected with the risk profile of this eV-Station business and the hope is that the selected risk does not appear in the eV-Station business process.