

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| UCAPAN TERIMA KASIH | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN KARYA ILMIAH | iv |
| RINGKASAN EKSEKUTIF | vi |
| <i>EXECUTIVE SUMMARY</i> | xiii |
| DAFTAR ISI | xx |
| DAFTAR GAMBAR | xxv |
| DAFTAR TABEL | xxvii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxx |
| | |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah dan Peluang | 7 |
| 1.2.1 <i>Job To Be Done</i> | 7 |
| 1.2.2 <i>Customer Pain</i> | 7 |
| 1.2.3 <i>Customer Gain</i> | 7 |
| 1.3. Solusi Bisnis | 7 |
| 1.3.1 <i>Pain Relievers</i> | 8 |
| 1.3.2 <i>Gain Creator</i> | 8 |
| 1.3.3 <i>Products/Services</i> | 8 |
| 1.4. Visi dan Misi | 9 |
| 1.4.1. Visi | 9 |
| 1.4.2. Misi | 9 |
| 1.4.3. Profil Perusahaan | 9 |
| 1.4.4. Logo Perusahaan dan Filosofi | 10 |
| 1.4.5. <i>Tagline</i> | 11 |
| | |
| BAB II. ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL | 12 |
| 2.1. Kerangka Kerja | 12 |
| 2.2. Analisis Kekuatan Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi <i>Environment</i> dan Legal (<i>PESTEL Analysis</i>) | 12 |
| 2.2.1. Faktor Politik | 12 |
| 2.2.2. Faktor Ekonomi | 13 |
| 2.2.3. Faktor Sosial | 15 |
| 2.2.4. Faktor Teknologi | 15 |
| 2.2.5. Faktor <i>Environment</i> | 16 |
| 2.2.6. Faktor Legal | 17 |
| 2.3. Analisis Ancaman dan Peluang (<i>External Factor Analysis – EFE</i>) | 17 |
| 2.4. <i>Competitive Forces</i> | 18 |

| | |
|---|-----------|
| 2.4.1. Ancaman Pendatang Baru (<i>Threat of New Entrants</i>) | 20 |
| 2.4.2. Produk Substitusi (<i>Threats of Substitutes</i>) | 22 |
| 2.4.3. Kekuatan Daya Tawar Pembeli..... | 24 |
| 2.4.4. Loyalitas Pelanggan (bobot 0.2; indeks 2) | 25 |
| 2.4.5. Kekuatan Daya Tawar Pemasok | 25 |
| BAB III. ANALISIS FAKTOR INTERNAL | 28 |
| 3.1. Kerangka Kerja | 28 |
| 3.2. <i>Analysis of Demand</i> | 28 |
| 3.2.1 Inovasi Layanan (C1) | 28 |
| 3.2.2 Lokasi (R2)..... | 30 |
| 3.2.3 Fasilitas (R5)..... | 30 |
| 3.2.4 Desain Interior (R4) | 31 |
| 3.2.5 Infrastruktur (R6) | 32 |
| 3.2.6 Harga (R7)..... | 32 |
| 3.3. <i>Analysis of Competition</i> | 32 |
| 3.3.1. Pendanaan (R1) | 32 |
| 3.3.2. Merek dagang (R3)..... | 32 |
| 3.3.3. Organisasi Perusahaan (C2) | 33 |
| 3.3.4. Sumber Daya Manusia (C3)..... | 33 |
| 3.3.5. <i>Safety Expert</i> (C4)..... | 33 |
| 3.3.6. Strategi <i>Marketing</i> (C5) | 33 |
| 3.3.7. Integrasi Layanan (C6)..... | 34 |
| 3.4. Penilaian <i>Resources & Capability</i> | 35 |
| 3.5. <i>Competitive Advantage</i> | 36 |
| 3.6. <i>Strength – Weakness</i> (IFE)..... | 37 |
| BAB IV. PERENCANAAN STRATEGI | 38 |
| 4.1. Kerangka Kerja | 38 |
| 4.2. <i>Establish Terms Objective</i> | 38 |
| 4.2.1. Tujuan Jangka Pendek..... | 39 |
| 4.2.2. Tujuan Jangka Menengah..... | 40 |
| 4.2.3. Tujuan Jangka Panjang..... | 41 |
| 4.3. <i>Input Stage</i> | 41 |
| 4.3.1. <i>EFE (External Factor Analysis) Matrix</i> | 42 |
| 4.3.2. <i>IFE (Internal Factor Analysis) Matrix</i> | 43 |
| 4.3.3. <i>CPM (Competitive Profile Matrix)</i> | 44 |
| 4.4. <i>The Matching Stage</i> | 44 |
| 4.4.1. SWOT Matrix..... | 44 |
| 4.4.2. <i>IE (Internal – External) Matrix</i> | 45 |
| 4.5. <i>The Decision Stage</i> | 46 |
| 4.5.1. <i>QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)</i> | 46 |

| | |
|---|-----------|
| 4.5.2. Porter's Generic Strategy..... | 49 |
| 4.6. Lean Business Canvas Model..... | 49 |
| 4.6.1. Problem..... | 49 |
| 4.6.2. Customer Segments..... | 50 |
| 4.6.3. Unique Value Proposition..... | 50 |
| 4.6.4. Solution..... | 50 |
| 4.6.5. Channels..... | 50 |
| 4.6.6. Revenue Streams..... | 50 |
| 4.6.7. Cost Structure..... | 50 |
| 4.6.8. Key Metrics..... | 50 |
| 4.6.9. Unfair Advantage..... | 50 |
| | |
| BAB V. PERENCANAAN PEMASARAN..... | 52 |
| 5.1. Tujuan dan Sasaran Perusahaan..... | 52 |
| 5.2. Strategi Pemasaran <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> | 54 |
| 5.2.1. Segmentasi Pasar..... | 54 |
| 5.2.2. <i>Targeting</i> | 55 |
| 5.2.3. <i>Positioning</i> | 56 |
| 5.3. <i>Marketing Mix</i> | 56 |
| 5.3.1. Konsep <i>Business to Pelanggan (B2C)</i> | 56 |
| 5.4. <i>Sales</i> | 60 |
| 5.4.1. <i>Sales Activity</i> | 60 |
| 5.4.2. <i>Sales Team/Personal</i> | 60 |
| 5.4.3. <i>Sales Budget</i> | 61 |
| 5.5. <i>Proyeksi Revenue Stream</i> | 62 |
| 5.5.1. Skenario dan Asumsi..... | 62 |
| | |
| BAB VI. PERENCANAAN OPERASIONAL..... | 64 |
| 6.1. Tahapan Pendirian Bisnis atau Usaha..... | 64 |
| 6.1.1. Penetapan Wilayah Usaha Tenaga Listrik Umum (PWUPTL)..... | 65 |
| 6.1.2. Rencana Usaha Penyedia Tenaga Listrik..... | 65 |
| 6.1.3. Ijin Usaha Penyedia Tenaga Listrik Umum (IUPTLU)..... | 66 |
| 6.1.4. Penomoran Identitas SPKLU..... | 67 |
| 6.1.5. Sertifikat Laik Operasi (SLO)..... | 67 |
| 6.1.6. Sertifikat Kompetensi Tenaga Teknik Ketenagalistrikan..... | 68 |
| 6.2. Tujuan dan Sasaran Operasional eV-Station..... | 69 |
| 6.3. Desain Operasi..... | 71 |
| 6.3.1. Desain Produk..... | 71 |
| 6.3.2. Desain Proses..... | 77 |
| 6.3.3. Teknologi Proses..... | 78 |
| 6.4. Penghantaran Operasi..... | 80 |
| 6.4.1. Manajemen Kapasitas..... | 80 |

| | |
|---|------------|
| 6.4.2. Manajemen Rantai Pasok | 82 |
| 6.4.3. Perencanaan dan Kontrol Persediaan | 83 |
| 6.4.4. Manajemen Kualitas | 85 |
| 6.5. Proyeksi <i>Operational Cost</i> | 85 |
| 6.5.1. Skenario dan Asumsi | 85 |
| 6.5.2. Biaya Asset (Capex) | 86 |
| 6.5.3. Biaya Operasional (Opex) eV-Station | 87 |
| BAB VII. PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA | 90 |
| 7.1. Tujuan dan Sasaran <i>Human Capital</i> | 90 |
| 7.1.1. Tujuan <i>Human Capital</i> | 90 |
| 7.1.2. Sasaran <i>Human Capital</i> | 91 |
| 7.2. Budaya Perusahaan | 93 |
| 7.2.2. Nilai Perusahaan | 94 |
| 7.2.3. <i>Assumption/Believe</i> | 95 |
| 7.3. Struktur Organisasi | 95 |
| 7.3.1. Deskripsi Pekerjaan | 96 |
| 7.4. Perencanaan <i>Human Capital</i> | 96 |
| 7.4.1. Rekrutmen | 96 |
| 7.4.2. Pelatihan dan Pengembangan | 99 |
| 7.4.3. Sistem Kompensasi | 100 |
| 7.4.4. Sistem Penilaian Kinerja | 101 |
| 7.4.5. Sistem Kehadiran Karyawan | 102 |
| 7.4.6. Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) | 102 |
| 7.5. <i>Human Capital Cost</i> | 103 |
| BAB VIII. PERENCANAAN KEUANGAN | 107 |
| 8.1. Tujuan dan Sasaran Perencanaan Keuangan | 107 |
| 8.1.1. Tujuan Perencanaan Keuangan | 107 |
| 8.1.2. Sasaran Keuangan | 108 |
| 8.2. Elemen Perencanaan Keuangan | 108 |
| 8.2.1. Perencanaan Pendapatan | 108 |
| 8.2.2. Perencanaan Biaya Terkait | 109 |
| 8.3. Proyeksi Keuangan | 128 |
| 8.3.1. Proyeksi Laporan Laba-Rugi | 128 |
| 8.3.2. Proyeksi Neraca Keuangan | 130 |
| 8.3.3. Proyeksi Laporan Arus Kas | 132 |
| 8.4. Analisa Kelayakan Investasi | 133 |
| 8.4.1. <i>Net Present Value (NPV)</i> | 133 |
| 8.4.2. <i>Payback Period (PP)</i> | 134 |
| 8.4.3. <i>Internal Rate of Return (IRR)</i> | 134 |
| 8.5. Analisa Kinerja Keuangan | 135 |

| | |
|--|------------|
| 8.5.1. Rasio Likuiditas..... | 135 |
| 8.5.2. Rasio Solvabilitas..... | 135 |
| 8.5.3. Rasio Profitabilitas..... | 136 |
| BAB IX. PERENCANAAN PENGELOLAAN RESIKO..... | 137 |
| 9.1. Tujuan dan Sasaran Manajemen Risiko eV-Station..... | 137 |
| 9.1.1. Tujuan Manajemen Risiko eV-Station..... | 137 |
| 9.1.2. Sasaran Manajemen Risiko eV-Station..... | 138 |
| 9.2. Prinsip dan Komitmen Manajemen Risiko eV-Station..... | 138 |
| 9.3. Kerangka Manajemen Risiko eV-Station..... | 140 |
| 9.4. Proses Manajemen Risiko eV-Station..... | 141 |
| 9.4.1. Identifikasi Risiko..... | 141 |
| 9.4.2. Identifikasi Dampak Risiko..... | 144 |
| 9.4.3. Analisa Risiko..... | 146 |
| 9.4.4. Evaluasi Risiko..... | 149 |
| 9.4.5. Selera (<i>Appetite</i>) Risiko..... | 154 |
| 9.4.6. Penanganan (<i>Treatment</i>) Risiko..... | 154 |
| 9.4.7. Komunikasi dan Konsultasi..... | 158 |
| 9.4.8. Pemantauan dan Pengkajian..... | 160 |
| 9.4.9. Pencatatan dan Pelaporan..... | 160 |
| 9.5. Biaya Manajemen Risiko eV-Station..... | 161 |
| DAFTAR REFERENSI..... | 162 |
| LAMPIRAN..... | 164 |