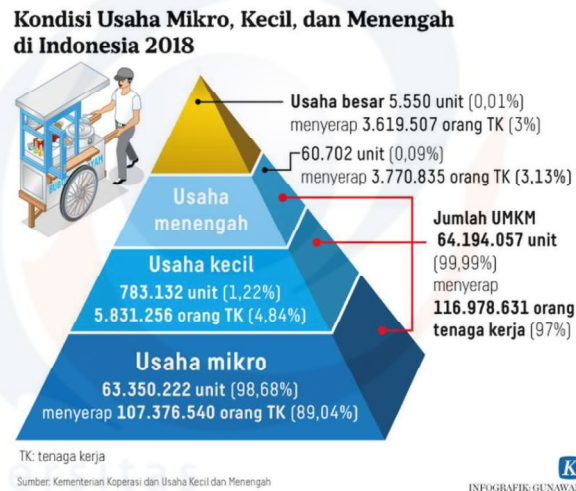


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Industri Properti

Perkembangan pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia menunjukkan data yang cukup signifikan. Hal ini bisa dilihat dari data yang dipublikasikan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. Seiring dengan bidang teknologi yang terus berkembang di Indonesia, semakin banyak entitas bisnis baru yang bermunculan dan memanfaatkan teknologi informasi dalam menjalankan usaha. Sektor UKM telah menjadi salah satu roda penggerak yang terpenting dalam perekonomian di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari penyumbang terbesar dalam Produk Domestik Bruto (PDB) serta sudah menjadi ujung tombak penyerapan tenaga kerja yang terbanyak di Indonesia.

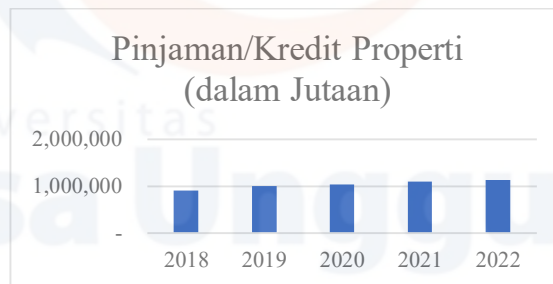


Gambar 1. 1 Potret UKM Indonesia
(Sumber: Kompas.Com)

Sehubungan dengan hal diatas, UKM membutuhkan sumber pembiayaan yang memadai untuk menjalankan usahanya. Pembiayaan ini bukan hal yang mudah untuk didapatkan oleh pelaku UKM, dikarenakan banyak UKM yang tidak *bankable*. Berbeda dengan Perusahaan Besar yang bisa memilih melakukan *Initial Public Offering* (IPO) melalui Bursa Efek Indonesia (BEI) ataupun mendapatkan pembiayaan dari perbankan. Salah satu solusi pembiayaan bagi UKM ini adalah dengan cara penggalangan dana secara gotong royong (*Crowdfunding*). Sistem ini bisa dilakukan menggunakan teknologi informasi dan memudahkan pelaku usaha. *Crowdfunding* berbasis teknologi informasi ini akan menyediakan alternatif pembiayaan bagi UKM selain perbankan dan lembaga pembiayaan tradisional lainnya.

Salah satu UKM yang membutuhkan pembiayaan besar adalah perusahaan pengembang properti. Pengembang yang dimaksud adalah pengembang properti kecil dan menengah, yang membangun di atas tanah seluas 1000 sampai dengan 3000 meter persegi dengan kebutuhan modal kerja sampai dengan 10 miliar. Pengembang sektor ini menyediakan rumah dengan ukuran standar, baik untuk subsidi dan komersil di atas tanah yang tidak terlalu luas. Dengan bertambahnya jumlah penduduk, kebutuhan akan rumah tinggal menjadi meningkat. Hal tersebut menjadi peluang bagi pelaku usaha properti, baik pengembang sektor kecil dan menengah. Namun, pengembang properti sektor kecil dan menengah tersebut kesulitan dalam memperoleh pendanaan karena cenderung hanya menggunakan dana sendiri, rekan atau keluarga untuk memulai usaha. Dalam hal ini, alternatif pendanaan melalui Urun Dana ini menjadi solusi yang bisa diandalkan.

Seiring dengan pemulihan kondisi ekonomi pasca pandemi dan mulainya masa transisi *new normal*, bisnis properti kembali menggeliat dan berkembang. Kondisi ini didukung dengan membaiknya pertumbuhan ekonomi Indonesia yang surplus 3,69 persen pada akhir tahun 2021 dibandingkan dengan tahun 2020. Seperti yang diberitakan pada laman Kompas.com, edisi Jumat (7/1/2022), perusahaan konsultan properti Colliers International Indonesia menyebutkan bahwa peluang investasi properti pada 2022 memberikan sinyal yang cukup baik. Hal ini didukung dengan keberhasilan kebijakan ekonomi dan kesehatan dari pemerintah selama pandemi Covid-19. Berdasarkan hal di atas, maka bisnis urun dana sektor properti menjadi langkah yang tidak mustahil keberhasilannya pada masa akan datang.



Gambar 1.2 Pembiayaan Sektor Properti
(dalam jutaan – 2022 sampai bulan Agustus)
Sumber: [Bank Indonesia](#) (diolah)

Dari tabel di atas terlihat kenaikan permintaan rumah seiring dengan meningkatnya pemberian pinjaman KPR dan KPA dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 sejalan dengan bertambahnya jumlah penduduk. Peluang ini diambil oleh pengembang properti untuk menyediakan pilihan rumah tinggal baik perumahan bersubsidi maupun komersil.

Selain itu, kebutuhan rumah oleh masyarakat juga didukung berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) terkait data *backlog* rumah. *Backlog*

rumah adalah salah satu indikator yang digunakan oleh Pemerintah sebagaimana tertuang dalam Rencana Strategis (Renstra) maupun Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJMN) yang terkait bidang perumahan untuk mengukur jumlah kebutuhan rumah di Indonesia. *Backlog* kepemilikan rumah/Kebutuhan Rumah dihitung dengan cara mengurangkan total rumah tangga dikurang jumlah rumah tangga yang memiliki rumah. Data *backlog* rumah di DKI Jakarta, Jawa Barat dan Banten dari tahun 2019 hingga 2021 dapat dilihat pada lampiran 1.1.

Permintaan/*demand* akan kebutuhan rumah di masyarakat disambut positif oleh para pengembang perumahan untuk bersaing menyediakan rumah yang terbaik bagi masyarakat. Hal ini terlihat dengan meningkatnya jumlah pengembang yang ada di DKI Jakarta, Jawa Barat dan Banten (Gambar 1.3) dan unit rumah tersedia (*supply*) yang dihasilkan untuk menjawab *demand* diatas (Gambar 1.4).



Gambar 1.3 Jumlah pengembang di Jawa Barat, Banten, DKI Jakarta

Sumber: <https://sikumbang.pdpdp.id/>



Gambar 1.4 Unit yang tersedia di Jawa Barat, Banten, DKI Jakarta

Sumber: <https://sikumbang.pdpdp.id/>

Dari data unit rumah yang tersedia diatas dibandingkan dengan kebutuhan rumah (*backlog*) oleh masyarakat, masih terdapat *gap* yang sangat besar. Sebagai contoh kebutuhan rumah di Jawa Barat pada tahun 2021 adalah sebesar 2.638.153 unit, sedangkan unit rumah yang tersedia tahun 2021 hanya sebesar 11.115 unit. Dalam memenuhi penyediaan rumah tinggal tersebut, pengembang properti skala kecil dan menengah membutuhkan modal baik untuk pembelian lahan dan pembangunan unit. Gambaran kebutuhan modal dari pengembang terlihat melalui tabel berikut :

Luas Tanah (Meter)	Total Unit	Harga Tanah Per Meter ²	Perkiraan Kebutuhan Modal Pengembang Properti					
			Rencana Tipe Rumah	Harga Tanah (Rp)	Biaya Bangun per meter ² (Rp)	Total Biaya Bangun Rumah (Rp)	Perizinan, Pematangan Lahan, Overhead cost, Rumah Contoh	Perkiraan Total Kebutuhan Modal Pengembang
1000	10	Rp. 100 rb s/d Rp. 300 rb	Tipe 30/60 (1 Lantai)	300,000,000	3,000,000	900,000,000	713,400,000	1,913,400,000
3000	30			900,000,000	3,000,000	2,700,000,000	713,400,000	4,313,400,000
1000	10	Rp. 300 rb s/d Rp. 800 rb	Tipe 36/72 (1 Lantai)	800,000,000	3,000,000	1,080,000,000	731,400,000	2,611,400,000
1000	10		Tipe 67/72 (2 Lantai)	800,000,000	4,000,000	2,680,000,000	891,400,000	4,371,400,000
3000	30		Tipe 36/72 (1 Lantai)	2,400,000,000	3,000,000	3,240,000,000	731,400,000	6,371,400,000
3000	30		Tipe 67/72 (2 Lantai)	2,400,000,000	4,000,000	8,040,000,000	891,400,000	11,331,400,000

Gambar 1.5 Kebutuhan Modal Pengembang Properti Jawa Barat

Sumber: Tim Penulis (diolah)

Dari data diatas, maka kehadiran SCF sektor properti dapat menjawab sebagai alternatif pendanaan untuk memenuhi kebutuhan modal pengembang.

1.1.2 Pendanaan melalui *Crowdfunding*

Disinilah urun dana/*crowdfunding* hadir untuk membantu pengembang untuk mengambil peluang menyediakan rumah dengan mendukung ketersediaan modal pengembang. Kondisi ini tentu menjadi bukti bahwa bisnis jasa urun dana merupakan bisnis yang solutif bagi masalah tersebut. Selain itu, sejalan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, urun dana/*crowdfunding* juga berperan positif secara tidak langsung membantu pemerintah untuk menyediakan rumah hunian bagi masyarakat. *Crowdfunding* hadir dengan cara menggerakkan masyarakat untuk berinvestasi dan menjadi solusi bagi para pengembang properti sebagai alternatif pembiayaan yang memiliki nilai lebih yaitu mudah, cepat dan dengan skema pengembalian dana yang lebih lama.

Konsep dari urun dana atau *crowdfunding* sudah lama berjalan untuk mendanai berbagai jenis kepentingan pembiayaan atau pendanaan yang sudah mulai diterapkan sejak awal tahun 2000-an. *Crowdfunding* tergolong salah satu bisnis jasa pada bidang keuangan berbasis teknologi finansial (tekfin) atau *financial technology (fintech)*. Bisnis *fintech* ini bisa berbentuk bisnis jasa *Fintech-Pembayaran (Payment System)* dimana aturan dan pengawasannya dilakukan oleh Bank Indonesia (BI), dan bisnis jasa *Fintech-Pinjaman (Peer-to-Peer Lending)* dan *Fintech-Permodalan (Equity Crowdfunding)* yang aturan dan pengawasannya dilakukan di bawah wewenang Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Praktik urun dana (*crowdfunding*) ini sudah mulai dilakukan oleh Jonathan Swift sejak abad ke-18 dengan membentuk *Irish Loan Fund*. Sistemnya adalah kelompok individu kaya memberikan pinjaman kepada keluarga yang berpenghasilan rendah di Dublin. Selain itu, praktik urun dana juga dilakukan untuk Patung Liberty. Ketika Prancis ingin memindahkan patung Liberty ke New York, sempat mengalami kegagalan karena hambatan dana. Saat itulah Joseph Pulitzer memulai kampanye untuk menggalang dana melalui surat kabarnya dan menawarkan miniatur patung liberty sebagai imbalannya. Kelahiran Platform pertama *Crowdfunding* dimulai

pada tahun 1997 melalui pendanaan versi digital untuk tur reuni Band asal Inggris yang bernama Marillion.

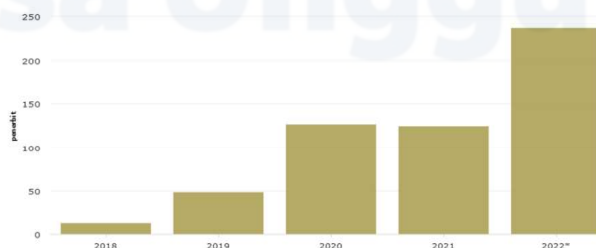
Di Indonesia, sistem urun dana mulai diperkenalkan pada tahun 2012. Pada tahun 2018, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan Peraturan nomor 37/POJK.04/2018 yang menjadi dasar bagi perjalanan layanan urun dana melalui penawaran saham. Peraturan ini berubah menjadi Nomor 57/POJK.04/2020 tentang Penawaran Efek Melalui Layanan Urun Dana Berbasis Teknologi Informasi. Melalui Peraturan baru ini, dikenalkan sistem *Securities Crowdfunding* untuk memudahkan UKM yang mengalami kesulitan memenuhi kriteria pendanaan melalui pasar modal. Saat ini perusahaan SCF yang sudah mendapatkan ijin OJK berjumlah 11 perusahaan dan semuanya memiliki pasar yang beragam atau bersifat umum namun belum ada yang berfokus pada sektor properti.

Parameter	SCF	Saham (Papan Akselerasi)
Dasar Hukum	57/POJK.04/2020	53/POJK.04/2017
Pihak Terlibat	Penerbit, Penyelenggara, Pemodal (Investor), Bank Kustodian	Emiten, Perusahaan Efek, Pemodal (Investor), Bank Kustodian
Obyek yang ditawarkan	Efek bersifat ekuitas, efek bersifat utang, dan sukuk	Efek bersifat penyertaan, efek bersifat utang, efek syariah. Jenis efek antara lain Saham, HMETD, Waran, Opsi, Obligasi dan Unit Penyertaan
Entitas Penerbit/Emiten	Badan Usaha Indonesia, baik berbadan hukum maupun badan usaha lainnya	Perseroan Terbatas
Entitas Penyelenggara	Penyelenggara dapat izin OJK Total Dana dihimpun maksimal Rp.10M	Terdiri dari tahap sebelum emisi, tahap emisi dan tahap sesudah emisi Total dana dihimpun bisa diatas Rp.10M

Tabel 1. 1 Perbandingan SCF dan Papan Akselerasi pada BEI
Sumber : Tim penulis (2022)

Securities Crowdfunding (SCF) sudah jadi alternatif yang memberikan salah satu solusi pendanaan kepada pelaku UKM. Hal ini dapat kita lihat dari terjadinya kenaikan yang cukup tinggi sejak adanya layanan urun dana dengan sistem penawaran saham. Menurut laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pelaku UKM yang menghimpun pendanaan melalui SCF, sudah ada sebanyak 237 penerbit (data per 3 Juni 2022). Pertumbuhan angka tersebut adalah sebanyak 89,60% (*year-to-date/ytd*) jika dibandingkan dengan data selama tahun 2021. OJK juga menyebutkan bahwa pada tahun 2021, jumlah UKM yang menghimpun pendanaan melalui layanan SCF adalah sebanyak 125 penerbit. Jumlah itu mengalami penurunan dibandingkan tahun 2020, dimana ada sebanyak 127 penerbit. Namun secara tren, jumlah UKM yang mendapatkan pendanaan di pasar modal SCF cenderung meningkat dalam empat tahun terakhir. Pada tahun 2018, jumlahnya UKM yang memanfaatkan layanan pendanaan SCF hanya ada 14 penerbit. Artinya, jika

dibandingkan dengan periode tersebut, terdapat peningkatan hampir 1.600% (per 3 Juni 2022).



Gambar 1.6 Data UKM penghimpun dana SCF
(Sumber: [Katadata.co.id](https://katadata.co.id))

Jika dipantau dari sisi sebagai investor, *Securities Crowdfunding* juga sudah menjadi alternatif baru sebagai salah satu pilihan instrumen investasi. Kenaikan jumlah masyarakat yang sadar investasi saat ini juga diiringi dengan semakin banyaknya instrumen investasi yang tumbuh di masyarakat. Namun, hal ini juga menjadi tantangan bagi investor untuk dapat memilih instrumen investasi yang aman dan dengan pembagian keuntungan investasi yang menarik. Melalui skema pada SCF, investor dan pihak yang membutuhkan pendanaan, akan dipertemukan melalui sebuah *platform* atau aplikasi berbasis digital. Disinilah kebutuhan modal oleh pengembang properti dan keinginan investor mencari instrumen investasi yang aman dan dengan pembagian keuntungan investasi yang menarik dapat diisi dengan kehadiran SCF. Dalam skema SCF, investor dapat membeli dan memperoleh kepemilikan efek melalui saham, surat bukti kepemilikan utang (obligasi), ataupun surat tanda kepemilikan bersama (sukuk). Investor juga bisa mendapatkan keuntungan dividen atau bagi hasil dari keuntungan bentuk usaha yang dimodali tersebut yang dibagikan secara periodik.

Berdasarkan data sejak tahun 2020 sampai 2022 (per Agustus), terdapat kenaikan yang cukup tinggi, terutama dana yang terhimpun dari berbagai investor (lampiran 1.2). Hal ini merupakan wujud antusiasme masyarakat yang ingin berinvestasi melalui *Securities Crowdfunding* setelah diterbitkannya POJK Nomor 57 tahun 2020 tentang penawaran efek melalui layanan urun dana berbasis teknologi. Antusiasme dan kenaikan minat masyarakat untuk berinvestasi merupakan suatu peluang yang baik untuk berkembangnya SCF Esa Dana.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, terdapat suatu peluang yang cukup menarik dan berpotensi akan berkembang pada masa yang akan datang. Kami akan mendirikan dan mengembangkan Perusahaan *Securities Crowdfunding* (SCF) untuk mengisi *gap* yang terdapat dalam latar belakang masalah diatas. Oleh karena itu, kami akan memulai dengan menganalisa kebutuhan konsumen (investor dan

penerbit) yang menjadi target kami. Dalam hal ini, teori yang digunakan untuk menganalisa *Value Proposition Canvas* menggunakan 3 komponen (*Customer Jobs*, *Customer Pains*, *Customer Gains*) yang akan memudahkan kami untuk memahami keinginan dan apa yang akan dilakukan oleh konsumen sesuai dengan inovasi bisnis yang akan kami kembangkan.

1.2.1 *Customer Jobs*

Pada bagian *Customer Jobs* ini, terdiri membahas target konsumen yang akan dituju oleh perusahaan SCF. Sesuai dengan POJK, *customer* dari perusahaan SCF adalah Pemodal (*investor*) dan Penerbit. Investor adalah pihak yang melakukan pembelian Efek Penerbit melalui Layanan Urun Dana dan Penerbit adalah badan usaha di Indonesia baik yang berbentuk badan hukum maupun badan usaha lainnya yang menerbitkan Efek melalui Layanan Urun Dana (pasal 1 ayat 7 dan 8 POJK nomor 57 tahun 2020).

Customer Jobs PT. Esa Dana Unggul (Esa Dana) adalah :

1. Investor mengalokasikan dana untuk investasi
2. Investor memilih instrumen investasi
3. Perusahaan properti mencari alternatif pendanaan
4. Perusahaan properti mengembangkan proyek yang dikerjakan

1.2.2 *Customer Pains*

Melihat *Value Proposition Canvas* yang dibuat, kami menemukan beberapa hal yang menyebabkan timbulnya ketidaknyamanan (*pain*) dari sisi investor dan dari sisi penerbit. Analisa *Customer pains* yang kami temukan adalah sebagai berikut:

Sisi Investor :

1. Ketidakpastian hasil investasi.
2. Nominal investasi yang besar.
3. Kredibilitas perusahaan tempat berinvestasi.
4. Kesulitan mengelola portofolio investasi.
5. *Fee* transaksi yang besar.
6. Kebocoran data pribadi.

Sisi Penerbit :

1. Persyaratan pendanaan yang kompleks.
2. Pembayaran beban bunga dan pokok pinjaman yang berat.

1.2.3 *Customer Gains*

Sementara hasil Analisa harapan (*gain*) dari sisi investor dan penerbit yang kami temukan adalah sebagai berikut:

Sisi Investor :

1. Keamanan investasi.
2. *Platform* yang *user friendly*.
3. Notifikasi laporan secara berkala.

4. *Platform* yang responsif, cepat dan ringan.
5. Layanan pelanggan yang cepat dan responsif.
6. Keuntungan investasi yang tinggi.

Sisi Penerbit :

1. Memperoleh alternatif pendanaan lain.
2. Memperoleh pendanaan dengan nominal yang besar.
3. Kemudahan untuk mencari pendana.
4. Skema pengembalian dana yang lebih lama.

1.3 Solusi Bisnis

Permasalahan yang dituliskan diatas dapat dijawab melalui *pain relievers*, *gain creators*, dan *product and services* dibawah ini.

1.3.1 Pain Relievers

Permasalahan dan keluhan yang dihadapi baik dari sisi investor yang ingin berinvestasi dan penerbit yang membutuhkan modal untuk menjalankan bisnis dalam sektor properti yang telah dibahas diatas, maka perusahaan kami menawarkan beberapa solusi yaitu:

Solusi bagi investor:

1. Skema keuntungan investasi dijelaskan diawal penawaran sehingga investor sudah mendapatkan penjelasan sebelum investor melakukan investasi, investor akan mengetahui total perkiraan keuntungan yang didapatkan setiap tahunnya berdasarkan data prospektus.
2. *Platform* perusahaan SCF kami menyediakan profil secara detail sehingga investor tidak meragukan kredibilitas perusahaan yang akan diinvestasikan.
3. Manajemen portofolio secara personal. Investor akan mendapatkan perkembangan investasi bisnis properti yang diinvestasikannya disertai dengan notifikasi saat proses pengumpulan dana berakhir, notifikasi saat pembagian keuntungan investasi, dan pada profil investor terdapat data historis dari perusahaan yang sudah diinvestasikannya.
4. *Fee* transaksi bersaing dibandingkan SCF lainnya, perusahaan SCF kami menawarkan biaya administrasi melalui bank atau media pembayaran *online* lainnya dengan biaya yang bersaing.
5. Perusahaan kami memberikan *Certified Security System* sehingga keamanan data-data pribadi investor yang diinput dalam sistem sehingga terjamin dari kebocoran data.

Solusi bagi penerbit:

1. Simplifikasi persyaratan pengajuan pendanaan. Perusahaan SCF kami memberikan kriteria penerbit di sektor properti dengan sederhana, mudah dan proses pendaftaran melalui *online*.
2. Penerbit untuk proyek properti umumnya melakukan pengumpulan dana melalui pinjaman di bank dengan kewajiban pembayaran bunga dan pokok

pinjaman setiap bulannya sedangkan dengan pendanaan melalui SCF ini pengembalian dana investasi dan pengembalian dana kepada investor dilakukan berdasarkan laba melalui pembagian dividen secara periodik yang telah disepakati di awal.

1.3.2 *Gain Creators*

Setelah melihat *gains* dari sisi investor maupun penerbit diatas ditemukan kebutuhan terkait dengan *platform* yang kami tawarkan yaitu :

Sisi Investor:

1. *Assesment* secara komprehensif kepada perusahaan yang membutuhkan pendanaan sehingga investor tidak ragu dalam berinvestasi.
2. *User Interface* (UI)/*User Experience* (UX) dibuat familiar dan singkat.
3. Inovasi fitur *link report* via Whatsapp mengenai perkembangan perusahaan yang diinvestasikan.
4. Menggunakan *Bare metal server* dengan IP (*Internet Protocol*) publik tersendiri, sehingga data yang diinput oleh investor akan terjamin keamanannya.
5. Notifikasi pada tim *Customer Service* jika terdapat hal-hal berkaitan mengenai layanan kepada pelanggan sehingga memudahkan pelanggan dalam berinteraksi dengan penyelenggara.
6. Memberikan keuntungan investasi minimal 15% dari dana yang diinvestasikan.

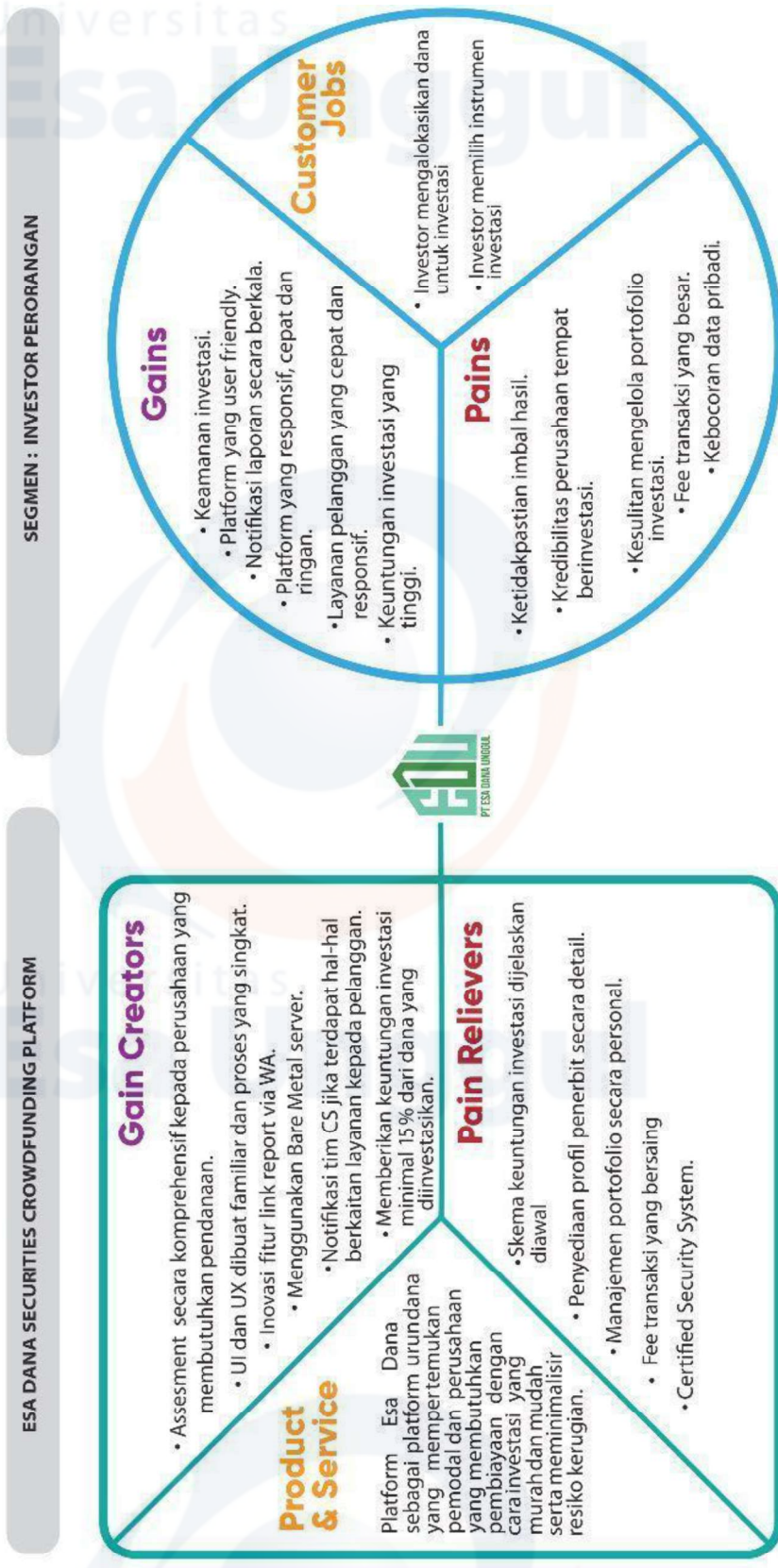
Sisi Penerbit:

1. Sumber pendanaan didapatkan melalui *platform* SCF kami.
2. Pendanaan dapat mencapai Rp. 10.000.000.000,- melalui SCF kami.
3. Melakukan promosi terhadap usaha yang memerlukan dana secara masif.
4. Pengembalian dana investasi melalui *buyback* dan pembayaran dividen yang dilakukan dengan periode lebih lama sesuai kesepakatan.

1.3.3 *Products and Services*

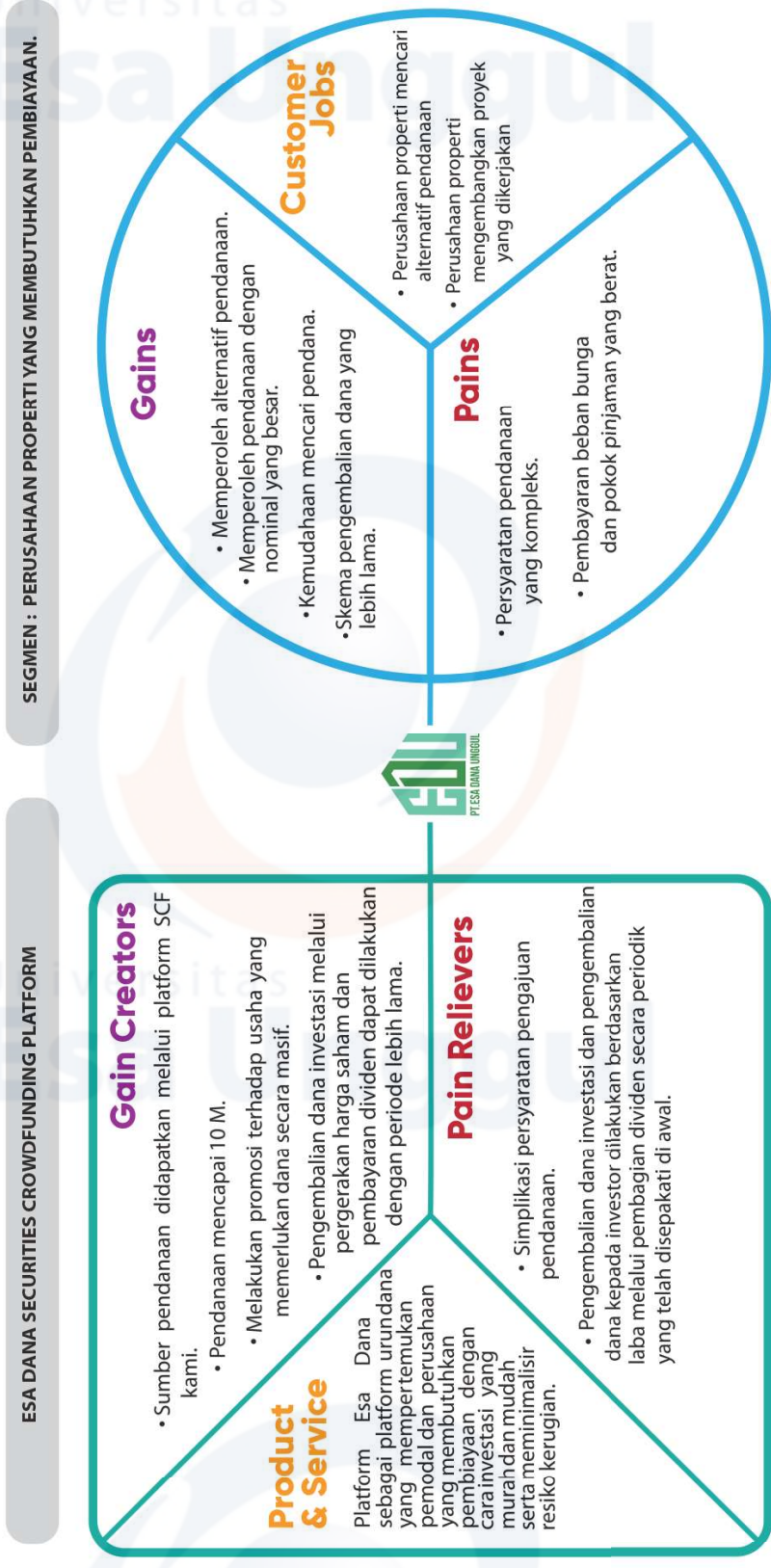
Dari uraian identifikasi masalah di atas, PT. Esa Dana Unggul akan hadir sebagai Perusahaan berbentuk Badan Hukum yang legal dan tersistem, dengan fasilitas dan sumber daya yang memadai. Pada bagian ini PT. Esa Dana Unggul akan memberikan solusi inovasi dalam analisa *product and services* agar dapat menjawab kebutuhan dan keinginan dari setiap konsumen. Analisa *product and services* yang akan kami tawarkan pada konsumen adalah *Platform* EsaDana sebagai *platform* urun dana yang mempertemukan investor dan perusahaan yang membutuhkan pembiayaan dengan cara investasi yang murah dan mudah serta meminimalisir risiko kerugian.

The Value Proposition Canvas PT. Esa Dana Unggul



Gambar 1.7 Value Proposition Canvas Investor PT Esa Dana Unggul

The Value Proposition Canvas PT. Esa Dana Unggul



Gambar 1.8 Value Proposition Canvas Penerbit PT Esa Dana Unggul

1.4 Visi dan Misi

1.4.1 Profil perusahaan

PT. Esa Dana Unggul yang selanjutnya disebut EsaDana adalah sebuah Perusahaan yang bergerak sesuai dengan KBLI 66118 dimana merupakan KBLI untuk kegiatan usaha berupa Penyelenggara Penawaran Efek Melalui Layanan Urun Dana Berbasis Teknologi Informasi (*Securities Crowdfunding*). Usaha penerbit yang kami sasar adalah bergerak khusus disektor properti Indonesia. Kerjasama yang akan dibangun oleh Perusahaan adalah mempertemukan para investor dengan perusahaan UKM sektor properti yang sedang membutuhkan dana untuk pembiayaan proyeknya. Penawaran kepada investor adalah produk yang sudah kami uji kelayakan secara mendalam untuk mengidentifikasi potensi laba yang dihasilkan dan mengklasifikasi risiko agar membuat investor menjadi aman dalam menginvestasikan dana melalui proyek yang dijalankan. EsaDana menawarkan konsep berinvestasi dengan mudah, murah, aman dan membantu UKM sektor Properti dalam memperluas proyek pengembangan properti di Indonesia.

1.4.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi Perusahaan:

Menjadi perusahaan layanan Urun Dana properti terpercaya.

Misi Perusahaan:

- Membantu usaha kecil dan menengah sektor properti untuk mendapatkan modal melalui layanan Urun Dana dengan mudah.
- Menyediakan produk dan jasa layanan urun dana yang inovatif dan berkembang serta didukung oleh sumber daya manusia yang handal dan profesional.
- Mengembangkan *platform* urun dana yang lebih efisien dan lebih mudah mempertemukan Investor dengan pemilik perusahaan yang membutuhkan pendanaan
- Bertanggungjawab dan melakukan *assesment* secara jujur dan transparan mengenai performa perusahaan yang sehat untuk ditawarkan kepada Investor
- Menciptakan rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi dan selalu berinovasi serta adaptif terhadap perkembangan dunia teknologi dan informasi
- Menjalankan perusahaan dengan baik dan benar sesuai dengan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan

1.4.3 Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan dari PT. Esa Dana Unggul adalah:

- Kerjasama Tim
- Dengan tim profesional yang dimiliki selalu bekerjasama secara solid untuk fokus kepada visi dan misi perusahaan.
- Integritas
- Kami akan selalu menerapkan standar kerja yang tinggi berdasarkan moral dan etika yang ada serta kejujuran.

- Profesional
- Kami memiliki kemampuan yang tinggi dalam melaksanakan pekerjaan tanpa adanya pengaruh orang lain atau situasi apapun.
- Orientasi Pelanggan
- Kami selalu berusaha untuk melakukan yang terbaik bagi para pelanggan kami dan melayani dengan hati secara profesional.
- Peningkatan Berkelanjutan (*Continuous Improvement*)
- Perusahaan selalu melakukan upaya untuk mengembangkan dan memperbaiki usaha, produk, layanan maupun proses yang dilakukan.

1.4.4 Logo Perusahaan



Gambar 1.9 Logo PT Esa Dana Unggul

Logo perusahaan merupakan simbol dan budaya perusahaan yang dapat diamati secara kasat mata. Pada logo perusahaan kami diatas, secara bentuk kami menggunakan desain yang berbentuk rumah yang mewakili properti dimana lingkup dari perusahaan kami adalah untuk urun dana pada sektor properti.

Dominan warna yang kami gunakan adalah hijau dimana warna hijau mencerminkan ketenangan, menyeimbangkan emosi dan menciptakan keterbukaan antara kami dan pelanggan. Selain itu, warna hijau juga identik dengan perusahaan teknologi dan memberikan rasa kesan kesegaran dan rasa aman.



Gambar 1.10 Logo Platform EsaDana

1.4.5 Tagline Perusahaan

Tagline Esadana adalah Inovasi keren untuk berkembang atau *Investing and Funding for the Coolest Innovation.*