**Bahan Model Canvas Aplikasi E-Parkir**

1. **Pendahuluan**
2. **Perkenalan diri dan Tim**

Nama Anggota Kelompok 3:

1. Abdillah Rahman
2. Fuad Al Fajri
3. Alifah Ulfiah
4. **Latar Belakang ide bisnis**

1. **Frustrasi Pengguna :** Kesulitan dalam menemukan tempat parkir yang memadai seringkali mengakibatkan frustrasi dan stres pada pengemudi. Ini dapat berdampak negatif pada pengalaman pelanggan dan kualitas hidup mereka.

2. **Potensi Bisnis :** Aplikasi e-parkir memiliki potensi bisnis yang signifikan. Mereka dapat mengenakan biaya kepada pengemudi untuk menggunakan layanan mereka atau menjalin kemitraan dengan pemilik lahan parkir (seperti mall) untuk meningkatkan penggunaan lahan parkir mereka.

3. **Teknologi yang Tersedia :** Kemajuan dalam teknologi seluler, sensor parkir pintar, dan konektivitas internet telah menciptakan peluang untuk menyediakan informasi ketersediaan parkir secara waktu nyata kepada pengemudi.

4. **Keamanan dan Efisiensi** **:** Aplikasi ini juga dapat membantu meningkatkan keamanan dengan memberikan pengemudi informasi tentang area parkir yang aman dan terawasi. Selain itu, mereka dapat membantu meningkatkan efisiensi penggunaan lahan parkir yang ada.

5. **Kemudahan bagi Pengguna** **:** Aplikasi e-parkir membuat pengemudi dapat merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik. Mereka dapat tiba di tujuan dengan keyakinan bahwa mereka akan menemukan tempat parkir yang sesuai.

1. **Tujuan Presentasi**

Untuk Menampilkan rancangan Business Model Canvas dari Ide Bisnis kelompok kami

1. **Analisis Pelanggan**

a. **Segmen Pelanggan yang Dituju**

- **Pengemudi Harian :** Ini bisa menjadi segmen yang signifikan yang mencari opsi parkir harian saat bekerja atau beraktivitas.

- **Pengemudi Wisatawan :** Turis atau pengunjung yang mencari tempat parkir sementara selama kunjungan mereka.

- **Pengguna Parkir Umum :** Orang-orang yang mencari parkir di pusat kota atau area komersial yang sibuk.

- **Pengguna Kendaraan Listrik :** Bagi mereka yang memiliki kendaraan listrik, mencari stasiun pengisian daya dan parkir yang sesuai.

- **Pengguna Dompet Digital :** Orang-orang yang lebih memilih pembayaran dengan dompet digital atau metode pembayaran tertentu.

b. **Profil Pelanggan Potensial**

- **Demografi :** Mungkin mencakup usia, jenis kelamin, pendapatan, dan lokasi geografis.

- **Pendidikan dan Pekerjaan :** Latar belakang pendidikan dan pekerjaan calon pelanggan.

- **Gaya Hidup :** Minat, hobi, dan gaya hidup yang mungkin memengaruhi preferensi parkir.

- **Kebutuhan dan Masalah :** Mengidentifikasi masalah atau kebutuhan yang dapat dipecahkan oleh layanan "E-Parkir." Misalnya, masalah parkir yang sulit ditemukan atau ketidaknyamanan dalam pembayaran parkir tunai.

- **Saluran Komunikasi :** Bagaimana calon pelanggan mencari informasi tentang parkir atau berkomunikasi dengan aplikasi.

- **Perilaku Pembelian :** Bagaimana mereka biasanya melakukan pembelian, apakah mereka cenderung membeli secara online atau melalui aplikasi.

c. **Kebutuhan dan Masalah Pelanggan**

- Calon pelanggan mungkin mencari solusi untuk masalah parkir seperti parkir yang sulit ditemukan, kekhawatiran tentang keamanan kendaraan, atau kenyamanan pembayaran. Analisis ini dapat membantu dalam mengidentifikasi masalah yang perlu dipecahkan oleh "E-Parkir."

d. **Keunikan Value Proposition yang Ditawarkan**

- Value proposition adalah alasan mengapa calon pelanggan harus menggunakan "E-Parkir" daripada alternatif lain. Beberapa keunikan mungkin termasuk:

- **Kemudahan :** Menawarkan kemudahan pencarian dan pembayaran parkir.

- **Keamanan :** Menyediakan parkir yang aman dan terawasi.

- **Lokasi :** Menampilkan parkir yang tersedia di lokasi yang strategis.

- **Fleksibilitas Pembayaran :** Menyediakan beragam opsi pembayaran, termasuk dompet digital.

- **Pengisian Daya Kendaraan Listrik :** Jika ada stasiun pengisian daya, ini dapat menjadi nilai tambah.

- **Promosi dan Diskon :** Menawarkan promosi atau diskon khusus untuk pengguna aplikasi.

1. **Value Proposition(penawaran nilai)**

Value Proposition (Penawaran Nilai) dari aplikasi E-Parkir adalah apa yang membedakan dan menarik pelanggan untuk menggunakan layanan tersebut. Berikut adalah elemen-elemen utama dari Value Proposition E-Parkir:

a. **Deskripsi Produk atau Layanan yang Ditawarkan**

- E-Parkir adalah aplikasi berbasis mobile yang memberikan akses cepat dan mudah ke informasi tentang parkir di berbagai lokasi.

- Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk menemukan, memesan, dan membayar parkir dengan cepat melalui smartphone mereka.

b. **Manfaat Utama yang Diberikan kepada Pelanggan**

- **Kemudahan dan Kepastian :** Pengguna dapat dengan mudah menemukan tempat parkir yang tersedia, menghindari mencari parkir berjam-jam, dan memesan tempat parkir sebelumnya untuk memastikan ketersediaan.

- **Fleksibilitas Pembayaran :** Pengguna dapat memilih berbagai metode pembayaran, termasuk dompet digital, sehingga mereka tidak perlu membawa uang tunai atau kartu fisik.

- **Keamanan :** E-Parkir menyediakan informasi tentang keamanan lokasi parkir, yang memberikan ketenangan pikiran kepada pengguna.

- **Kemudahan Akses :** Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi parkir di berbagai lokasi di satu tempat, menjadikannya pilihan yang nyaman bagi pengguna yang sering bepergian.

c**. Bagaimana Produk atau Layanan tersebut Memenuhi Kebutuhan Pelanggan**

- E-Parkir memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan solusi untuk masalah parkir yang sering dihadapi, seperti mencari tempat parkir yang tersedia, kebingungan dalam pembayaran parkir, dan kekhawatiran tentang keamanan kendaraan mereka.

- Dengan memberikan akses ke informasi parkir yang akurat, fleksibilitas pembayaran, dan kemudahan dalam memesan tempat parkir, aplikasi ini menghilangkan hambatan-hambatan tersebut dan memastikan pengalaman parkir yang lebih mulus.

d. **Faktor Diferensiasi dari Pesaing**

- **Ketersediaan Tempat Parkir yang Akurat :** menggunakan teknologi sensor parkir yang canggih atau alat IoT (Internet of Things) lainnya untuk memberikan informasi tentang ketersediaan tempat parkir secara lebih akurat dibandingkan dengan pesaingnya yang mungkin lebih mengandalkan data statis atau laporan pengguna.

- **Integrasi dengan Sistem Pembayaran :** memiliki integrasi yang lebih baik dengan sistem pembayaran, memungkinkan pengguna untuk membayar tempat parkir secara elektronik, mungkin menggunakan dompet digital atau metode pembayaran lainnya.

- **Tingkat Keamanan yang Lebih Tinggi :** menawarkan keamanan tambahan bagi kendaraan pengguna dengan memastikan bahwa tempat parkir mereka terawasi atau dilengkapi dengan teknologi keamanan yang canggih.

- **Pemetaan dan Navigasi yang Lebih Baik :** Aplikasi ini memiliki fitur pemetaan dan navigasi yang lebih kuat, membantu pengemudi untuk menemukan tempat parkir dengan lebih mudah dan akurat.

- **Pengalaman Pengguna yang Intuitif :** dirancang dengan antarmuka pengguna yang sangat intuitif, sehingga pengemudi dapat dengan mudah dan cepat menemukan informasi yang mereka butuhkan.

- **Promosi dan Diskon Khusus :** menawarkan promosi atau diskon khusus kepada pengguna mereka, baik dari segi biaya parkir maupun penawaran khusus dari bisnis di sekitar area parkir.

1. **Rantai Nilai (Value Chain)**

Rantai Nilai (Value Chain) adalah konsep yang dikemukakan oleh Michael Porter untuk memahami bagaimana sebuah perusahaan menciptakan nilai melalui serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan produk atau layanan. Mari kita jabarkan konsep ini berdasarkan aplikasi

a. Aktivitas utama yang dilakukan untuk menciptakan, menghasilkan, dan menyampaikan produk atau layanan:

1. **Pengembangan Aplikasi :** Tahap pertama dalam rantai nilai adalah pengembangan aplikasi. Ini melibatkan perancangan, pengembangan, dan pengujian aplikasi seluler yang memungkinkan pengguna untuk mencari, memesan, dan membayar tempat parkir.

2. **Pemasaran dan Promosi :** Setelah aplikasi dibangun, perusahaan perlu memasarkannya kepada pengguna potensial. Ini termasuk kampanye pemasaran, iklan, promosi online, dan upaya untuk meningkatkan kesadaran tentang layanan.

3. **Manajemen Operasional :** Ketika pengguna mulai menggunakan aplikasi, aktivitas operasional melibatkan manajemen layanan pelanggan, pemantauan tempat parkir, dan manajemen transaksi. Hal ini mencakup koordinasi antara pengemudi dan pemilik tempat parkir.

4. **Pengelolaan Keuangan :** Pengelolaan keuangan adalah aktivitas yang mencakup pemrosesan pembayaran dari pengguna kepada pemilik tempat parkir dan pengelolaan pendapatan serta biaya yang terkait.

b. Partner strategis yang terlibat dalam rantai nilai:

- **Pemilik Tempat Parkir :** Pemilik tempat parkir adalah mitra strategis dalam rantai nilai . Mereka menyediakan lokasi parkir yang diperlukan untuk layanan ini.seperti mall, hotel, dll

- **Sistem Pembayaran :** Kerjasama dengan penyedia sistem pembayaran, seperti bank atau penyedia pembayaran online, adalah penting untuk memproses pembayaran pengguna dengan aman dan efisien.

- **Layanan Pelanggan dan Dukungan Teknis :** Mungkin perlu bekerja sama dengan perusahaan pihak ketiga yang menyediakan layanan pelanggan dan dukungan teknis untuk membantu pengguna aplikasi

- **Perusahaan Pemasaran :** Untuk meningkatkan kesadaran tentang aplikasi, perusahaan dapat bermitra dengan perusahaan pemasaran atau iklan digital.

c. Keuntungan yang dihasilkan dari rantai nilai:

- **Pendapatan dari Biaya Layanan :** dapat mengenakan biaya untuk setiap transaksi yang berhasil dilakukan melalui aplikasinya. Ini adalah sumber pendapatan utama.

- **Keuntungan dari Kemitraan :** memiliki kesepakatan kemitraan dengan pemilik tempat parkir atau perusahaan lain, mereka dapat mendapatkan sebagian dari pendapatan bersih yang dihasilkan dari kemitraan tersebut.

- **Peningkatan Nilai Perusahaan :** Dengan membangun basis pengguna yang besar dan terus meningkatkan layanan mereka, E- parkir dapat meningkatkan nilai perusahaan dan potensi peluang investasi di masa depan.

**5. Segmen Pasar (Market Segment)**

a. Pemetaan pasar yang dituju

* Individu Pengemudi

Ini adalah segmen pasar utama yang perlu dipertimbangkan. Individu pengemudi yang sering menggunakan kendaraan pribadi dan membutuhkan tempat parkir adalah target utama. Mereka mencakup pemilik mobil, pengendara sepeda motor, dan pengguna lainnya yang memerlukan tempat parkir.

* Bisnis Lokal dan Komersial

Bisnis-bisnis yang memiliki lahan parkir untuk pelanggan mereka juga dapat menjadi target. Ini termasuk pusat perbelanjaan, restoran, hotel, pusat hiburan, perkantoran, dan lainnya. Mereka dapat memanfaatkan aplikasi e-parkir untuk meningkatkan efisiensi dalam mengelola parkir dan meningkatkan pengalaman pelanggan mereka.

b. Ukuran Pasar Potensial

* Identifikasi jumlah kendaraan

Untuk menentukan ukuran pasar potensial, kita perlu mengidentifikasi jumlah kendaraan bermotor di area target dan besar persentase tingkat penggunaan lahan parkir. Misalnya, jika kita mengincar sebuah kota besar, kita perlu menentukan jumlah kendaraan bermotor yang ada di sana dan seberapa sering mereka mencari tempat parkir.

* Identifikasi persentase penggunaan aplikasi e-parkir

kita juga perlu mempertimbangkan seberapa besar persentase dari populasi yang telah beralih ke penggunaan aplikasi e-parkir dan seberapa besar tingkat pertumbuhan yang dapat diproyeksikan.

c. Analisis Pasar dan Persaingan

* + - Pes konkuren

Identifikasi pesaing potensial dalam pasar aplikasi e-parkir di wilayah Anda. Ini bisa berupa aplikasi serupa yang sudah ada atau perusahaan transportasi online besar yang memiliki layanan parkir.

* + - Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

Kita juga perlu meninjau kekuatan dan kelemahan aplikasi e-parkir, serta peluang dan ancaman yang ada dalam pasar. Dan menerapkan keunggulan kompetitif yang unik dan inovasi dalam layanan yang dapat membantu dalam bersaing.

* + - Strategi Harga dan Pemasaran

Kita harus merencanakan strategi harga dan pemasaran yang dapat membantu kita menarik pelanggan. contohnyaseperti penawaran promosi, diskon untuk pengguna pertama kali, atau program loyalitas.

* + - Kemitraan Potensial

Kita dapat mempertimbangkan kemitraan dengan bisnis lokal maupun komersial yang memiliki lahan parkir besar untuk meningkatkan cakupan aplikasi.

* + - Regulasi dan Peraturan

Kita harus memahami peraturan dan persyaratan hukum yang berlaku untuk bisnis parkir di wilayah, dan pastikan bahwa aplikasi yang dibuat sudah mematuhi semua peraturan tersebut.

**6**. **Saluran Distribusi (Distribution Channel)**

a. Saluran Distribusi yang digunakan untuk mencapai pelanggan

1. Aplikasi Seluler (Mobile App)

Saluran utama Anda adalah melalui aplikasi seluler yang Anda kembangkan. Pelanggan akan mengunduh aplikasi ini melalui toko aplikasi seperti Google Play Store (untuk perangkat Android) atau Apple App Store (untuk perangkat iOS). Dalam aplikasi ini, pelanggan akan dapat memesan tiket parkir, membayar, dan menemukan tempat parkir yang tersedia.

1. Situs Web

Anda juga dapat memberikan saluran distribusi melalui situs web. Meskipun aplikasi seluler mungkin menjadi saluran utama, situs web dapat digunakan oleh mereka yang lebih memilih akses melalui peramban web atau memiliki perangkat yang tidak mendukung aplikasi seluler

1. Kemitraan dengan Bisnis Lokal

Anda dapat menjalin kemitraan dengan bisnis lokal seperti pusat perbelanjaan, hotel, restoran, atau perusahaan lain yang memiliki lahan parkir. Mereka dapat mempromosikan aplikasi e-parkir Anda kepada pelanggan mereka dan memfasilitasi pemesanan tempat parkir melalui aplikasi Anda

1. Penjualan Langsung

Meskipun ini mungkin kurang umum, Anda juga dapat menjual tiket parkir secara langsung melalui loket atau petugas parkir. Namun, pendekatan ini mungkin memerlukan lebih banyak sumber daya dan biaya

b. Keuntungan dan Biaya Terkait dengan Setiap Saluran

1. Aplikasi Seluler
   * Keuntungan: Aplikasi seluler adalah saluran utama yang memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Mereka dapat dengan mudah memesan dan membayar tiket parkir tanpa harus pergi ke tempat fisik. Ini juga memungkinkan Anda untuk mengumpulkan data pelanggan dan berkomunikasi dengan mereka lebih efektif.
   * Biaya: Pengembangan dan pemeliharaan aplikasi seluler dapat mahal. Anda perlu memastikan aplikasi seluler Anda selalu up to date dan aman. Biaya pemasaran aplikasi juga perlu dipertimbangkan.

**7. Hubungan Pelanggan (Customer Relationship)**

a. Jenis hubungan yang dijalin dengan pelanggan

Dalam bisnis aplikasi e-parkir, hubungan pelanggan sangat penting. Jenis hubungan yang dijalin dengan pelanggan dapat bervariasi. Berikut beberapa jenis hubungan yang mungkin relevan:

1. Hubungan Self-Service

Banyak pelanggan mungkin lebih suka mengelola pesanan mereka sendiri melalui aplikasi atau situs web tanpa interaksi langsung dengan tim dukungan. Dalam hal ini, hubungan bersifat mandiri dan otomatis

1. Hubungan Personalisasi

Kita dapat mempersonalisasi pengalaman pelanggan dengan mengumpulkan dan menggunakan data mereka. Misalnya, memberikan rekomendasi tempat parkir berdasarkan sejarah pemesanan mereka atau memberikan penawaran khusus

1. Hubungan Dukungan Pelanggan

Dalam situasi di mana pelanggan mengalami masalah atau pertanyaan, kita perlu menyediakan dukungan pelanggan yang baik. Ini dapat melibatkan layanan pelanggan melalui telepon, obrolan langsung, atau email

1. Hubungan Komunitas

Kita juga dapat membangun komunitas pelanggan di mana mereka dapat berbagi pengalaman, saran, atau bahkan komplain. Ini dapat membantu dalam membangun rasa kepemilikan dan keterlibatan pelanggan

b. Strategi retensi pelanggan

1. Program Loyalitas

Tawarkan program loyalitas di mana pelanggan dapat mengumpulkan poin atau diskon untuk setiap pemesanan yang mereka lakukan. Ini mendorong mereka untuk kembali menggunakan aplikasi

1. Personalisasi

Gunakan data pelanggan untuk menyediakan pengalaman yang lebih personal. Kirim rekomendasi tempat parkir yang relevan atau penawaran khusus berdasarkan preferensi dan sejarah mereka.

1. Pelayanan Pelanggan yang Baik

Pastikan pelayanan pelanggan sangat responsif dan efisien. Tanggapi pertanyaan dan masalah pelanggan dengan cepat dan efektif

1. Pemasaran Berkelanjutan

kita juga dapat membangun komunitas pelanggan di mana mereka dapat berbagi pengalaman, saran, atau bahkan komplain. Ini dapat membantu dalam membangun rasa kepemilikan dan keterlibatan pelanggan

1. Umpan Balik Pelanggan

Aktif meminta umpan balik dari pelanggan dan gunakan informasi ini untuk terus meningkatkan aplikasi dan layanan

1. Penanganan Keluhan dengan Baik

Jika pelanggan memiliki keluhan, tangani dengan baik dan upayakan untuk memecahkan masalah mereka dengan cepat. Pelanggan yang puas dengan penanganan keluhan mereka lebih cenderung bertahan

1. Komunikasi yang Teratur

Jaga komunikasi yang teratur dengan pelanggan, termasuk pengingat tentang tiket parkir, status pemesanan, atau perubahan kebijakan

1. Peningkatan Produk

Terus tingkatkan aplikasi dengan menambahkan fitur-fitur baru yang berguna dan memperbaiki masalah yang ada

c. Solusi untuk mengatasi masalah dan keluhan pelanggan

Mengatasi masalah dan keluhan pelanggan dengan cepat dan efektif adalah kunci untuk mempertahankan dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Berikut adalah beberapa solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi masalah dan keluhan pelanggan dalam bisnis aplikasi e-parkir:

1. Tim Dukungan Pelanggan yang Responsif

Pastikan sudah memiliki tim dukungan pelanggan yang siap merespons masalah dan keluhan pelanggan dengan cepat. Terdapat opsi layanan pelanggan seperti melalui telepon, email, obrolan langsung, dan bahkan melalui media social

1. Portal Dukungan Online

Sediakan portal dukungan online yang mencakup FAQ (Pertanyaan yang Sering Diajukan) dan panduan pengguna. Ini dapat membantu pelanggan menemukan jawaban atas pertanyaan mereka sendiri tanpa harus menghubungi tim dukungan.

1. Pengumpulan Umpan Balik Pelanggan

Aktif meminta umpan balik dari pelanggan. Hal ini dapat membantu untuk mengidentifikasi masalah yang sering muncul dan berpotensi memicu keluhan

1. Penanganan Keluhan dengan Baik

Ketika pelanggan mengajukan keluhan, penting untuk mendengarkan dengan baik, mengakui keluhan mereka, dan menunjukkan empati. Selanjutnya, upayakan menyelesaikan masalah secepat mungkin

1. Proses Resolusi yang Jelas

Tentukan prosedur yang jelas untuk menangani keluhan pelanggan. Pastikan tim dukungan memiliki alur kerja yang terdokumentasi untuk menangani berbagai jenis keluhan

1. Pelatihan Tim Dukungan

Pastikan tim dukungan sudah mendapatkan pelatihan yang memadai untuk menangani berbagai situasi. Mereka harus memiliki pengetahuan yang baik tentang aplikasi e-parkir dan kemampuan untuk memberikan solusi yang efektif

1. Kebijakan Pengembalian Uang

Jika pelanggan merasa tidak puas dengan layanan yang mereka terima, pertimbangkan untuk memiliki kebijakan pengembalian uang atau penggantian tiket parkir jika sesuai.

Dengan mengimplementasikan solusi ini, Anda dapat mengatasi masalah dan keluhan pelanggan dengan baik, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun reputasi positif untuk bisnis Anda. Hal ini juga dapat membantu Anda mempertahankan pelanggan yang ada dan mendatangkan pelanggan baru melalui rekomendasi

**8. Sumber Pendapatan (Revenue Stream)**

a. Model Pendapatan yang Diusulkan

Model pendapatan untuk aplikasi e-parkir dapat mengikuti beberapa pendekatan, tergantung pada strategi bisnis dan kondisi pasar. Beberapa model pendapatan yang umumnya digunakan dalam aplikasi e-parkir meliputi:

1. Biaya Transaksi

Dalam model ini, kita mengenakan biaya kepada pengguna setiap kali mereka memesan tempat parkir melalui aplikasi. Misalnya, kita dapat meminta biaya sejumlah persentase tertentu dari harga tiket parkir

1. Berlangganan

Kita dapat menawarkan paket berlangganan bulanan atau tahunan kepada pengguna yang memberikan akses eksklusif ke penawaran, diskon, atau tempat parkir premium. Pelanggan berlangganan akan membayar biaya regular

1. Iklan

Kita dapat menjual iklan kepada bisnis lokal atau pihak ketiga yang ingin mempromosikan produk atau layanan mereka melalui aplikasi. Iklan dapat muncul dalam aplikasi, seperti penawaran spesial untuk pengguna yang memilih untuk melihat iklan

1. Penawaran Kemitraan

Kita dapat menjalin kemitraan dengan bisnis parkir lokal dan mendapatkan komisi atau biaya penjualan setiap kali pengguna memesan tempat parkir di lokasi mitra.

1. Biaya Langganan Bisnis

Kita dapat menawarkan solusi manajemen parkir berbayar kepada bisnis yang memiliki lahan parkir besar, yang memungkinkan mereka mengelola parkir dengan lebih efisien. Model pendapatan ini melibatkan biaya berlangganan bulanan atau tahunan

b. Sumber Pendapatan Utama

1. Biaya Transaksi

Jika kita memilih model biaya transaksi, pendapatan utama kita akan berasal dari biaya yang dikenakan pada pengguna setiap kali mereka memesan tempat parkir

c. Estimasi Potensi Pendapatan

tergantung pada faktor-faktor seperti ukuran pasar yang dituju, jumlah pengguna aktif, tarif parkir rata-rata, dan model pendapatan yang kita pilih. Untuk mengestimasi potensi pendapatan, kita dapat melakukan analisis pasar untuk menentukan jumlah kendaraan bermotor, tingkat penggunaan parkir, dan persentase pasar yang mungkin didapatkan.

Misalnya, jika kita beroperasi di kota dengan populasi yang besar dan tingkat penggunaan parkir yang tinggi, dan kita berhasil menarik sebagian dari pasar, potensi pendapatan kita dapat menjadi cukup besar. Namun, perlu diingat bahwa persaingan dan biaya operasional juga akan memengaruhi potensi pendapatan.

Untuk estimasi yang lebih akurat, kita dapat mempertimbangkan untuk melakukan survei pasar, merancang proyeksi berdasarkan data historis jika ada. Selain itu, kita dapat menggunakan pemodelan keuangan untuk merencanakan proyeksi pendapatan dan mengidentifikasi target kinerja keuangan yang realistis.

**9. Sumber Daya Kunci (Key Resources)**

a. Sumber Daya Fisik, Finansial, dan Manusia yang Diperlukan

1. Sumber Daya Fisik

* Data Center/Server

Kita memerlukan infrastruktur teknologi yang kuat untuk menjalankan aplikasi e-parkir, termasuk server, penyimpanan data, dan infrastruktur jaringan yang andal

* Kantor

Sebuah memerlukan sebuah kantor untuk tim pengembangan, administrasi, dan layanan pelanggan

* Perangkat Keras dan Perangkat Lunak

Komputer, perangkat seluler, perangkat lunak pengembangan, dan perangkat keras pengujian.

1. Sumber Daya Finansial

* Modal Awal

Dana untuk memulai bisnis, termasuk pengembangan aplikasi, pemasaran awal, dan biaya operasional awal

* Modal Kerja

Dana yang digunakan untuk membayar gaji, sewa, biaya pemasaran, dan biaya operasional lainnya.

* Investor atau Pendanaan Eksternal

Jika diperlukan, kita juga dapat mencari investasi modal ventura atau sumber pendanaan eksternal lainnya

1. Sumber Daya Manusia

* Pengembang Aplikasi

Tim pengembangan yang terdiri dari pengembang perangkat lunak, desainer UX/UI, dan ahli teknologi.

* Tim Pemasaran dan Penjualan

Orang-orang yang akan mempromosikan aplikasi dan menjalin kemitraan dengan bisnis parkir lokal.

* Tim Dukungan Pelanggan

Tim yang akan menangani dukungan pelanggan dan menangani keluhan.

* Manajemen dan Administrasi

Tim manajemen dan administrasi akan mengawasi operasi, keuangan, dan administrasi umum.

b. Kemampuan Kunci yang Dimiliki oleh Tim

1. Pengembangan Aplikasi

Kemampuan untuk merancang, mengembangkan, dan mengelola aplikasi seluler yang andal dan aman

1. Pemasaran dan Penjualan

Kemampuan untuk merancang strategi pemasaran yang efektif, mengembangkan kemitraan, dan menjual layanan kepada bisnis parkir lokal

1. Dukungan Pelanggan

Kemampuan untuk memberikan pelayanan pelanggan yang baik dan menangani keluhan dengan efektif.

1. Manajemen Keuangan

kemampuan untuk mengelola keuangan dan mengelola sumber daya dengan bijak.

1. Manajemen Proyek

Kemampuan untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengelola proyek pengembangan aplikasi dengan sukses

1. Pemahaman Teknologi

Kemampuan untuk memahami perkembangan teknologi terkini dan mengintegrasikannya ke dalam aplikasi

c. Sumber Daya Eksternal yang Dibutuhkan

1. Lisensi dan Izin

Kita mungkin memerlukan izin atau lisensi operasi dari pihak berwenang dalam bisnis parkir di wilayah yang ditempati.

1. Layanan Hosting

Jika kita tidak mengelola server kita sendiri, kita bisa menyediakan layanan hosting yang dapat mengelola infrastruktur

1. Data Eksternal

Data lokasi dan informasi parkir dari sumber eksternal seperti peta, data lalu lintas, dan informasi cuaca yang dapat diperbarui secara berkala.

Penting untuk merencanakan pengelolaan sumber daya ini dengan baik untuk memastikan operasi bisnis dapat berjalan dengan efisien dan efektif serta dapat bersaing di pasar.

**10. Aktivitas Kunci (Key Activities)**

a. Aktivitas Kunci

1. Pengembangan Aplikasi: Aktivitas utama adalah merancang, mengembangkan, dan memelihara aplikasi e-parkir.
2. Pemasaran dan Promosi: Mempromosikan aplikasi kepada calon pengguna dan menjalin kemitraan dengan bisnis parkir lokal.
3. Penanganan Pelanggan: Menyediakan dukungan pelanggan yang baik, menangani keluhan, dan memberikan bantuan saat diperlukan.
4. Manajemen Operasional: Mengelola operasi sehari-hari, termasuk manajemen server dan infrastruktur teknologi.
5. Manajemen Keuangan: Mengelola keuangan, pembayaran, dan pelaporan keuangan.

b. Inovasi atau Peningkatan dalam Aktivitas Kunci

Inovasi dalam aktivitas kunci dapat mencakup pengembangan fitur baru dalam aplikasi e-parkir, integrasi teknologi terbaru seperti pemrosesan pembayaran yang lebih cepat, penggunaan kecerdasan buatan untuk mengoptimalkan rekomendasi tempat parkir, atau peningkatan dalam algoritma pencarian tempat parkir. Ini akan membantu meningkatkan daya saing dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

**11. Mitra Kunci (Key Partnerships)**

a. Mitra Strategis:

* + 1. Operator Lahan Parkir: Mitra dengan bisnis parkir lokal, seperti pusat perbelanjaan, hotel, atau perusahaan, yang akan bekerjasama dapat mengintegrasikan layanan e-parkir ke dalam operasi mereka.
    2. Pihak Pembayaran: Mitra dengan penyedia layanan pembayaran atau perusahaan kartu kredit untuk memfasilitasi transaksi pembayaran yang aman.
    3. Data dan Peta: Kemitraan dengan penyedia data lokasi dan peta untuk mengintegrasikan informasi lokasi dan navigasi ke dalam aplikasi.

b. Keuntungan dari Kemitraan:

1. Mitra dengan bisnis parkir lokal

akan memberikan akses ke pangsa pasar yang lebih besar dan memungkinkan pengguna aplikasi untuk mengakses lebih banyak lokasi parkir.

1. Kemitraan dengan pihak pembayaran

akan membantu menyediakan proses pembayaran yang aman dan nyaman bagi pengguna.

1. Kemitraan dengan penyedia data dan peta

akan meningkatkan akurasi dan relevansi informasi lokasi dalam aplikasi.

**12. Struktur Biaya (Cost Structure)**

a. Rincian Biaya:

* + 1. Biaya Pengembangan Aplikasi: Termasuk gaji pengembang, biaya perangkat keras dan perangkat lunak.
    2. Biaya Pemasaran dan Promosi: Termasuk biaya periklanan, kampanye pemasaran, dan promosi.
    3. Biaya Operasional: Biaya server, hosting, dan infrastruktur teknologi.
    4. Biaya Gaji dan Personalia: Gaji tim pengembangan, pemasaran, dukungan pelanggan, dan manajemen.
    5. Biaya Administratif: Biaya kantor, peralatan, dan administrasi umum.

b. Komponen Biaya Utama:

Biaya pengembangan aplikasi dan biaya operasional (termasuk infrastruktur teknologi) mungkin menjadi komponen biaya utama dalam bisnis aplikasi e-parkir.

c. Estimasi Biaya:

Estimasi biaya yang diperlukan akan sangat tergantung pada skala bisnis, lokasi geografis, dan berbagai faktor lainnya. Biasanya, biaya pengembangan aplikasi seluler bisa cukup besar, tergantung pada kompleksitas aplikasi. Selain itu, biaya operasional seperti server, hosting, dan gaji tim juga perlu diperhitungkan. Untuk mengembangkan dan mempertahankan bisnis ini, diperlukan investasi modal awal yang cukup besar.

**13. Rencana Implementasi dan Pengembangan**

a. Tahapan Implementasi:

* + 1. Pengembangan Aplikasi: Mengembangkan aplikasi e-parkir yang andal.
    2. Pemasaran dan Peluncuran: Memasarkan aplikasi kepada pengguna potensial dan bisnis parkir lokal.
    3. Pengujian dan Pembaruan: Menguji aplikasi, mengumpulkan umpan balik pengguna, dan melakukan pembaruan.
    4. Pertumbuhan dan Ekspansi: Meningkatkan jumlah pengguna dan mengembangkan bisnis ke lokasi dan pasar baru.

b. Rencana Jangka Pendek dan Jangka Panjang:

* 1. Jangka pendek: Meningkatkan kesadaran dan penerimaan aplikasi, membangun hubungan dengan bisnis parkir lokal, dan mengoptimalkan operasi.
  2. Jangka panjang: Ekspansi ke wilayah baru, pengembangan fitur dan layanan tambahan, pertumbuhan basis pengguna, dan potensial diversifikasi ke bisnis terkait.

c. Strategi Pengembangan Bisnis:

Strategi pengembangan bisnis dapat melibatkan diversifikasi layanan, memperluas kemitraan, memasuki pasar baru, atau mengoptimalkan operasi. Misalnya, kita dapat mempertimbangkan untuk menambahkan layanan parkir valet atau memperluas ke pasar internasional.

**14. Kesimpulan**

a. Ringkasan Ide Bisnis

Bisnis ini adalah aplikasi e-parkir yang memungkinkan pengguna untuk memesan tempat parkir secara online, dengan fokus pada layanan di tempat-tempat yang memiliki lahan parkir luas.

b. Nilai Tambah dan Peluang:

E-parkir memberikan nilai tambah kepada pengguna dengan memudahkan mereka dalam mencari tempat parkir yang sesuai. Ini juga memberikan peluang bagi bisnis parkir lokal untuk meningkatkan penggunaan lahan parkir mereka. Potensi pendapatan berasal dari biaya transaksi, iklan, dan kemitraan dengan bisnis parkir. Aplikasi ini dapat menghadapi persaingan yang kuat dan harus berfokus pada inovasi, layanan pelanggan, dan kemitraan untuk mencapai keberhasilan.