

INTISARI

Perkembangan teknologi yang cepat dan konektivitas tanpa batas dalam beberapa dekade terakhir telah memberikan banyak manfaat. Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis platform digital "PesenParkir" yang menjadi perantara antara pengguna mobil dan pengelola parkir, serta menilai kelayakan bisnis dari segi finansial. Penelitian dimulai dengan mempelajari peta empati dari sisi konsumen dan kanvas model bisnis dari sisi pelaku bisnis sejenis. Data dikumpulkan melalui wawancara dan diperkuat oleh survei berupa kuesioner.

Wawancara dan survei dilakukan terhadap pengguna mobil untuk mengetahui perilaku dan minat dalam menggunakan aplikasi pemesanan parkir melalui aplikasi. Wawancara juga dilakukan dengan perusahaan yang menyediakan layanan serupa untuk membantu merancang model bisnis "PesenParkir."

Analisis data menggunakan tiga metode: analisis konten untuk wawancara yang menghasilkan peta empati, statistik deskriptif untuk data survei, dan masukan dari tiga pengguna mobil di kota. Survei juga dilakukan terhadap 130 responden untuk memvalidasi hasil peta empati.

Hasil penelitian ini adalah rancangan model bisnis yang menjelaskan bagaimana nilai dari platform digital "PesenParkir" diciptakan, disampaikan, dan ditangkap melalui sembilan blok yang saling terhubung.

Analisis kelayakan finansial dilakukan dengan menghitung NPV, IRR, dan Payback Period. Hasilnya menunjukkan NPV positif sebesar Rp 710 juta, IRR 23%, dan Payback Period 4,5 tahun, yang menunjukkan angka yang positif, IRR juga jauh di atas opportunity cost dari investasi yang relatif aman seperti government bond, dan payback period yang relative masih dapat diterima oleh pemilik bisnis, maka model bisnis "PesenParkir" dapat dikatakan layak dijalankan.

Kata kunci: digital platform, kanvas model bisnis, model bisnis, NPV, IRR, payback period, peta empati, inovasi, kewirausahaan, wirausaha, bisnis

ABSTRACT

The rapid development of technology and limitless connectivity over the past few decades has provided numerous benefits. This research aims to design a business model for the digital platform "PesenParkir," which acts as an intermediary between car users and parking managers, as well as to assess the business feasibility from a financial perspective. The research began by studying the empathy map from the consumer side and the business model canvas from similar business actors. Data was collected through interviews and supported by surveys in the form of questionnaires.

Interviews and surveys were conducted with car users to understand their behavior and interest in using a parking reservation application. Interviews were also held with companies that provide similar services to assist in designing the "PesenParkir" business model. Data analysis utilized three methods: content analysis for interviews that produced the empathy map, descriptive statistics for survey data, and feedback from three car users in the city. A survey was also conducted with 130 respondents to validate the empathy map results.

The result of this research is a business model design that explains how value from the digital platform "PesenParkir" is created, delivered, and captured through nine interconnected blocks. Financial feasibility analysis was conducted by calculating NPV, IRR, and Payback Period. The results indicate a positive NPV of IDR 710 million, an IRR of 23%, and a Payback Period of 4.5 years, demonstrating positive figures; the IRR is also well above the opportunity cost of relatively safe investments like government bonds, and the payback period is still acceptable for business owners, indicating that the "PesenParkir" business model is feasible to implement.

Keywords: digital platform, business model canvas, business model, NPV, IRR, payback period, empathy map, innovation, entrepreneurship, business