

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I. 1 Deskripsi Konsep Bisnis

*Markyr* adalah aplikasi yang membantu pengguna mencari lahan parkir dan membayar dengan opsi bayar dimuka, *pay as you go* atau membayar keseluruhan tagihan sebelum pergi. Dengan aplikasi yang kami tawarkan, pengguna akan mendapatkan kepastian dan membayar nilai yang sesuai dengan *value* yang mereka dapatkan.

Sebagai perusahaan *mobile app*, sudah sewajarnya kami menarget orang muda di kota. Angka pengguna yang menjadi target kami adalah puluhan juta, mengingat ada lebih dari 130 juta pengguna ponsel di seluruh Indonesia. Selain itu, salah satu *partner* potensial kami, OVO milik Lippo Group, sudah memiliki lebih dari 10 juta pengguna meski usianya belum genap dua tahun dihitung sejak *launching*. Bila diasumsikan 10 persen pengguna OVO adalah orang muda yang berada di daerah perkotaan dan merasa bahwa mencari parkir adalah masalah yang mengganggu mereka dan mereka bersedia mengunduh aplikasi pencari parkir dan bersedia membayar lebih untuk menghilangkan masalah tersebut, maka pasar potensial yang bisa disasar pada awal berdirinya perusahaan berada di kisaran angka 1 juta orang.

Model bisnis kami mencampur paradigma *B2B* dan *B2C* yang berarti kami juga harus menarget lokasi parkir yang akan dikelola yang dimiliki perusahaan *established*. Untuk alasan ini kami memilih *Paris van Java* sebagai target utama kami sebagai lokasi perdana.

Operasi dibalik aplikasi kami sejalan dengan budaya *DevOps* dimana pengembangan dan pengoperasian *software* perusahaan dilakukan secara berkesinambungan dan tidak dianggap sebagai dua aspek usaha yang benar – benar berbeda dan terpisah tetapi sebagai dua komponen dalam satu siklus yang konstan, yang artinya tim pengembang *software* bekerjasama dengan petugas lapangan dan layanan konsumen untuk melihat celah – celah operasi yang harus diperbaiki dan bagaimana layanan kami bisa disempurnakan secara terus menerus.

Untuk mendukung budaya organisasi yang dinamis ini, perusahaan kami mengadopsi struktur organisasi matriks. Dalam konteks *Markyr*, setiap cabang memiliki tim *Markyr* terdiri dari pengelolaan SDI, keuangan, tim operasi dan pengembangan *software* dengan setiap cabang dikepalai oleh pengelola cabang, dimana di atasnya ada *general manager* dan di puncak ada pemilik perusahaan.

*Initial Investment* yang diperlukan untuk seluruh peralatan kami di kantor dan lapangan, ditambah dengan biaya sewa kantor untuk kantor pusat dan gaji pegawai pada tahun pertama mencapai kurang lebih 1 milyar Rupiah, jumlah yang cukup signifikan untuk pengusaha kecil. Untuk itu, kami berencana mencari dana dari *venture capitalists* dan *P2P Funding Platforms* dengan model pendanaan berbasis ekuitas yang notabene memiliki risiko jangka pendek lebih rendah dengan *trade off* pada kendali perusahaan.

## I. 2 Deskripsi Bisnis

Nama perusahaan, *Markyr*, adalah bentuk pengubahan dari kata *markir*, bentuk informal dari kata parkir, dimana huruf “I” diubah menjadi “y” untuk memberikan kesan “internasional” dan untuk menyisipkan pesan bahwa para anggota perusahaan berkomitmen untuk menjadi *martyr* (martir) yang mengorbankan kenyamanan demi kepentingan bersama para *stakeholders* secara umum dan secara khusus untuk kepentingan para konsumen (pemilik lahan dan pengguna aplikasi).



Gambar I.1 Logo *Markyr*

*Markyr* memiliki logo berwarna merah dengan bentuk mirip trisula namun tidak memiliki kesan pipih. Nama perusahaan dituliskan dibawah *icon* dengan *font Aharoni* yang memiliki garis huruf cukup tebal dan berwarna hitam. Dibawahnya, terdapat pula ketiga *value* yang ditawarkan perusahaan.

Simbolisasi dan fungsi dibalik logo ini dapat dijelaskan seperti berikut:

- Warna merah melambangkan kekayaan dalam kebudayaan Tionghoa dan merupakan warna yang cukup mencolok. Ini melambangkan kemauan kami untuk menjadi unik dan untuk membantu para *partner* kami menjadi kaya bersama. Dari sisi praktis, warna merah adalah warna yang cenderung mudah untuk dilihat pada layar *handphone*, terutama pada halaman *Google PlayStore* dan *AppleStore* yang memiliki warna dasar putih keabuan karena cerah dan *eye-catching*.
- Bentuk trisula melambangkan kemauan kami untuk “melawan” tiga masalah yang ada dalam pencarian parkir secara konvensional yakni ketidakpastian, proses yang kurang praktis dan nilai pembayaran yang kadang tidak terasa pantas bagi konsumen. Selain itu, ketiga ujung yang melambangkan tiga *value* kami menjadi sebetuk “*reminder*” untuk para konsumen agar semakin ingat dengan *brand* kami.
- *Font Aharoni* memiliki kesan ambisius dan besar namun tidak begitu formal atau serius. Ini dilambangkan dari ketebalan garis huruf dan ukuran huruf yang memberikan kesan *big*, namun garis yang terdapat di *font* ini tidak memiliki banyak lekukan atau ujung yang melancip seperti halnya *Times New Roman* dan *Edwardian Script*. Kesan yang timbul adalah “*we mean business, and we are straightforward*”, sesuai dengan misi kami untuk memberikan pelayanan yang tepat guna.
- “*Praktis, Pasti, Pantas*” merupakan ketiga nilai utama yang kami tawarkan kepada konsumen. Tulisan ini merupakan *reminder* mengenai kenapa aplikasi kami layak menempati ponsel konsumen, dan bukan merupakan

bagian dari logo perusahaan yang akan dipakai untuk menjadi *icon* aplikasi di toko aplikasi *online*. *Font Arial Black* yang dipakai untuk tulisan ini memiliki kesan familiar, mengingat *Arial* adalah *font* yang sudah menjadi bagian dari *product offering Microsoft* sejak 1992 (Wikipedia, 2018).

Perusahaan *Markyr* akan didirikan dengan berbentuk perseroan terbatas, mengingat besarnya angka investasi yang dibutuhkan dan untuk alasan perpajakan, yakni memaksimalkan jenis dan jumlah biaya yang diakui secara fiscal oleh kantor pajak, serta menghilangkan beban PPh yang ditanggungkan pada pemilik saham pada saat menarik dividend an/atau *prive*, dengan asumsi pendiri dan dua sampai tiga investor lain memiliki hak pemegangan *equity* minimal 25 persen dari investasi awal.

Selain itu, penggalangan dana yang dilakukan untuk memulai bisnis kami dilakukan dengan melakukan *equity crowdfunding* yang menggabungkan kumpulan dana dari banyak investor. Regulasi di Indonesia belum banyak mengatur skema seperti ini akan tetapi pemerintah sudah mulai membuat aturan yang relevan dan seiring bertambahnya perusahaan pendaan berbasis teknologi di Indonesia, aturan yang mengatur *equity crowdfunding* menjadi semakin jelas. Kami berencana memanfaatkan *momentum* ini untuk memaksimalkan potensi pertumbuhan bisnis kami.

Identitas Markyr sebagai sebuah perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Nama perusahaan:
  - PT. Markyr Technologies International
2. Kepemilikan:
  - 30 % - Leonard Adiarto
  - 70 % - Investor Lain
3. Alamat Perusahaan (Kantor Pusat) :
  - Jl. Sukajadi No.131-139, Bandung, Jawa Barat
    - Sky Level - (Paris van Java)

Menjadi penyedia tempat parkir berbasis aplikasi terbesar di Indonesia pada tahun 2025 dengan jumlah pengguna sepuluh juta orang tanpa memiliki lahan sendiri

samasekali

Misi

1. Memberikan pelayanan parkir tiga mode (pembayaran dimuka, pembayaran berjalan dan pembayaran sekaligus) pada setiap pengguna di tiap cabang dengan harga pantas
2. Menjadi rekan pengelolaan parkir bagi *mall*, pusat rekreasi dan pusat perbelanjaan di setiap kota besar di Indonesia
3. Menjalani proses pembaharuan perangkat lunak dan pengenalan fitur baru setiap triwulan sejak pertama beroperasi

## Tujuan

Memberikan pelayanan kelola parkir dan pencarian parkir berbasis teknologi *mobile* yang memberikan kemudahan dan kepastian untuk pemilik lahan dan pencari parkir

*Values* yang kami tawarkan untuk konsumen kami dari sisi B2C dan B2C kurang lebih sama, yaitu:

1. Practicality (Praktis)
2. Certainty (Pasti)
3. Fairness (Pantas)

