

*BUSINESS MODEL CANVAS*

*Meraki Wangi*

**PROPOSAL *BUSINESS MODEL CANVAS***

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan

Program Diploma III

Program Studi Manajemen Divisi Kamar

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Oleh :

**ANNISA SAFARAH INDIRA P.**

**Nomor Induk: 201822936**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DIVIS KAMAR**

**JURUSAN HOSPITALITI**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG**

**2021**

# LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

**Meraki Wangi**

NAMA : Annisa Safarah Indira Putri

NIM 201822936

PROGRAM STUDI : Manajemen Divisi Kamar

Pembimbing Utama,



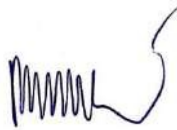
Rudy P. Siahaan, S.Sos., MM.Par.  
NIP. 19701125 200212 1 001

Pembimbing Pendamping,



Eka Nuraisah Rosiana, SST.Par., MM.Par  
NIP. 19840225 200912 2 003

Penguji I,



Siti Yulia Irani Nugraha, SE, MM.Par.  
NIP. 19780729 200502 2 001

Penguji II,



Indra Saftara, S.Sos, M.Ap  
NIP. 19650906 199303 1 002

Bandung, 30 Maret 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik, Kemahasiswaan dan kerjasama

**Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.**

NIP. 19730723 199503 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos.,M.Sc**

NIP. 19710506 199803 1 001

## **PERNYATAAN MAHASISWA**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

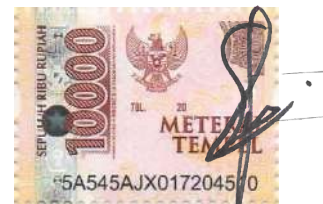
Nama : Annisa Safarah Indira Putri  
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 02 Februari 2000  
NIM : 2018223936  
Program Studi : Manajemen Divisi Kamar

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir/proyek akhir/skripsi yang berjudul **“Meraki Wangi”** adalah hasil karya dan penelitian sendiri bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan dari orang atau pihak lain atau cara – cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat kecuali arahan dari tim pembimbing.
2. Dalam proposal tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah tugas akhir di/proyek akhir/skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan diatas atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung beserta peraturan – peraturan terkait lainnya.
4. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung,

Yang membuat pernyataan,



**ANNISA SAFARAH INDIRA PUTRI**  
**Nomor Induk: 201822936**

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang karenanya penulis dapat menulis Proposal *Business Model Canvas* dengan judul “**BUSINESS MODEL CANVAS: Meraki Wangi**”. Penulisan Proposal *Business Model Canvas* ini bertujuan menjadi salah satu syarat kelulusan untuk menempuh Program Studi Diploma III Manajemen Divisi Kamar di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Dengan selesainya penulisan Proposal *Business Model Canvas* ini pastinya dibantu dengan bimbingan, dukungan dan arahan dari banyak pihak sehingga akhirnya penulisan Proposal *Business Model Canvas* ini dapat diselesaikan dengan benar, baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesehatan lahir batin sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal *Business Model Canvas*.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.sos., M.Sc selaku Plt. Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.sos., M.Sc selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Edison, S.Sos., MM., selaku Ketua Jurusan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Lucky Karsuki, BA., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Divisi Kamar.
6. Bapak Rudy P. Siahaan selaku pembimbing 1 yang banyak membantu dan memberikan masukan kritik dan saran yang membangun dalam penyusunan dan penulisan Proposal *Business Model Canvas* penulis.

7. Ibu Eka selaku pembimbing II yang juga memberikan banyak masukan saran dan kritik tambahan untuk Proposal *Business Model Canvas* ini agar dapat memberikan hasil yang terbaik.
8. Seluruh Dosen Prodi Manajemen Divisi Kamar Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama mengikuti pendidikan.
9. Bapak dan Ibu penulis, Kiky Subakti Bangin dan Dessi Susilawati yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dukungan sehingga penulis dapat memberikan yang terbaik. Beserta Levi adik dari penulis yang memberikan dukungan.
10. Teman satu kelas ( Red Reborn ) yang telah berjuang bersama – sama selama 3 tahun.
11. Sawung, Maghfira, Hally, Fitra, Wendy sebagai rekan yang selalu mendukung dan memberikan motivasi hingga penulis dapat menyelesaikan Proposal *Business Model Canvas* ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga dengan adanya Proposal *Business Model Canvas* ini dapat bermanfaat baik bagi semua.

Bandung, Januari 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |            |
|---|------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                              | <b>i</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                  | <b>iii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                               | <b>v</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                               | <b>vi</b>  |
| <b>EXECUTIVE SUMMARY .....</b>                          | <b>vii</b> |
| <b>BAB I.....</b>                                       | <b>1</b>   |
| A. Latar Belakang.....                                  | 1          |
| B. Gambaran Umum.....                                   | 3          |
| • Deskripsi Bisnis .....                                | 3          |
| • Deskripsi Logo dan Nama .....                         | 4          |
| • Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan) ..... | 5          |
| C. Visi dan Misi .....                                  | 6          |
| D. Analisis Peluang dan Hambatan (SWOT) .....           | 6          |
| E. Spesifikasi Produk .....                             | 8          |
| F. Jenis Badan Usaha .....                              | 9          |
| G. Aspek Legilitas .....                                | 10         |
| <b>BAB II ASPEK PRODUK.....</b>                         | <b>13</b>  |
| A. Daftar dan Deskripsi Produk.....                     | 13         |
| B. Analisa Keunggulan Produk .....                      | 14         |
| C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produk .....         | 14         |
| D. Penyajian Kemasan Produk .....                       | 17         |
| E. Mekanisme Quality Check.....                         | 18         |
| <b>BAB III.....</b>                                     | <b>20</b>  |
| <b>RENCANA PEMASARAN.....</b>                           | <b>20</b>  |
| A. Riset Pasar (Segmen, Target, Positioning).....       | 20         |
| B. Validasi Produk – <i>Market Fit</i> .....            | 22         |
| C. Kompetitor .....                                     | 23         |
| D. Program Pemasaran .....                              | 24         |
| E. Media Pemasaran .....                                | 25         |
| <b>BAB IV.....</b>                                      | <b>30</b>  |
| <b>ASPEK SDM DAN OPERASIONAL.....</b>                   | <b>30</b>  |
| A. Identitas <i>Owner/Founders</i> .....                | 30         |
| B. Struktur Organisasi.....                             | 30         |
| C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i> ..... | 31         |
| D. Manning Budget / Anggaran Tenaga Kerja .....         | 34         |
| E. <i>Service Scape (Layout/Flow)</i> .....             | 35         |
| F. <i>Action plan &amp; Report</i> .....                | 37         |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB V .....</b>  | <b>40</b> |
| A. Metode Pencatatan Akuntansi.....                               | 40        |
| B. <i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi Nilai Investasi)..... | 41        |
| C. <i>Time Value of Money</i> (Nilai Waktu Luang).....            | 45        |
| D. Pendanaan Investasi ( <i>Agency Theory</i> ).....              | 46        |
| E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan.....            | 47        |
| F. Identifikasi Cashflow & Outflow .....                          | 52        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>  | <b>55</b> |

## DAFTAR TABEL

| No. Tabel  | Halaman |
|--|---------|
| 1.1 Analisa Peluang dan Hambatan (SWOT).....               | 6       |
| 2.1 Biaya Rincian Produksi Operasional Meraki Wangi.....   | 16      |
| 3.1 Target Penjualan Perbulan.....                         | 26      |
| 3.2 Proyeksi Penjualan Tahun 1 (Dalam Rupiah).....         | 27      |
| 3.3 Proyeksi Penjualan 5 Tahun Kedepan (Dalam Rupiah)..... | 28      |
| H. <i>Job Description</i> Meraki Wangi.....                | 33      |
| I. Anggaran Tenaga Kerja.....                              | 34      |
| J. Anggaran atau Tunjangan Khusus.....                     | 34      |
| K. <i>Standard Operating Procedure</i> Meraki Wangi.....   | 36      |
| L. <i>Action Plan</i> .....                                | 37      |
| 5.1 <i>Tangible Investment</i> Meraki Wangi.....           | 41      |
| 5.2 Ketentuan Penyusutan menurut Pasal 11 UU PPh.....      | 42      |
| 5.3 Depresiasi Meraki Wangi.....                           | 42      |
| 5.4 <i>Intangible Investment</i> Meraki Wangi.....         | 43      |
| 5.5 <i>Working Capital</i> Meraki Wangi.....               | 44      |
| 5.6 Pendanaan Investasi.....                               | 46      |
| 5.7 <i>Fixed Cost &amp; Variable Cost</i> .....            | 48      |
| 5.8 <i>Income Statement</i> .....                          | 52      |
| 5.9 <i>Cash Flow</i> .....                                 | 53      |



## DAFTAR GAMBAR

| <b>No. Gambar</b> |   | <b>Halaman</b> |
|-------------------|---|----------------|
| 1.1               | Presentase Ketertarikan Terhadap Minyak Esensial..... | 3              |
| 1.2               | Logo Meraki Wangi.....                                | 5              |
| 2.1               | Packaging Meraki Wangi.....                           | 17             |
| 3.1               | Botanina (Kompetitor).....                            | 23             |
| 3.2               | Ads Instagram Meraki Wangi .....                      | 26             |
| 4.1               | <i>Layout</i> Operasional Meraki Wangi.....           | 35             |

## DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, T. d. (2012). *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: ANDI.
- Griffin, d. A. (2007). <https://www.merdeka.com/jabar/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli-dari-tujuan-hingga-jenisnya-kln.html?page=2>. Bisnis Menurut Para Ahli.
- Hasibuan. (2002). <https://www.brilio.net/serius/11-pengertian-sumber-daya-manusia-menurut-para-ahli-200416b.htm>.
- Keller, K. d. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 3*. Jakarta: Erlangga.
- Keown, J. A. (2011). *Manajemen Keuangan Edisi 10 Jilid 1*. Indeks.
- Koller, d. K. (2009). <https://marketingeducate.blogspot.com/2017/10/definisi-prodktu-menurut-para-ahli.html>. Produk Menurut Para Ahli.
- Kuswandi. (2005). *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Nurlela, B. B. (2006). *Akuntansi Biaya: Kajian Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Salvatore, D. (1989). <https://pdfcoffee.com/badan-usahacvfirma-pdf-free.html>. Badan Usaha Menurut Para Ahli.
- Sigit. (2007). <http://blogger-viens.blogspot.com/2013/01/strategi-promosi.html>.
- Simamora, H. (2012). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Star Gate.
- Sukirno, S. (2015). *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wijayanta, d. W. (2007). <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2020/04/comanditaire-venootschap-cv/>. CV Menurut Para Ahli.