

BUSINESS MODEL CANVAS
“KOMBI-NATION CAMPERVAN”

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Dalam menempuh ujian akhir
Program Diploma III



Disusun oleh:

EVRIILLA EDENIA PANGESTUTI

NIM : 201722009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DIVISI KAMAR
JURUSAN HOSPITALITI**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA
BANDUNG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

KOMBI-NATION CAMPERVAN

NAMA : Evrilla Edenia Pangestuti
NIM : 201722009
PROGRAM STUDI : Manajemen Divisi Kamar

Pembimbing Utama,



Syaeful Muslim, S.Pd., MM.
NIP. 19710316 199603 2 001

Pembimbing Pendamping,



Wanti Arumwanti, MM.Par.
NIP.19650814 199703 2 002

Penguji I,



Siti Yulia Irana Nugraha, SE., MM.Par., CHM.
NIP. 19650906 199303 1 002

Penguji II,



Indra Saftara, S.Sos., M AP
NIP.19650814 199703 2 002

Bandung, 28 April 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan kerjasama

Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.
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 : Evrilla Edenia Pangestuti
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 17 April 1999
NIM : 201722009
Program Studi : Manajemen Divisi Kamar

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir/proyek akhir/skripsi yang berjudul: "BUSINESS MODEL CANVAS : KOMBI-NATION CAMPERVAN" ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh 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 tugas akhir proyek 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, 27 April 2022

Yang membuat pernyataan,



EVRIILA EDENIA P.

Nomor Induk: 201722009

KATA PENGANTAR

Puji dan juga syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat berikut karunia-nya karena atas berkat dan izin-nya, penulis dapat menyusun Tugas Akhir yang berjudul “*BUSINESS MODEL CANVAS : KOMBI-NATION CAMPERVAN*”. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Diploma III Manajemen Divisi Kamar di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat dan benar. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu DR. ER. Ummi Kalsum, S.Sos., MM.Par., CHM. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
3. Ibu Dr. Lien Maulina, M.Pd., CHE. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Eka Nuraisah Rosiana, S.ST, Par., MM.Par. selaku Ketua Program Studi Manajemen Divisi Kamar Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Syaeful Muslim, S.Pd., MM. selaku pembimbing ke I yang telah memberikan banyak saran dan masukan yang membangun dalam penyusunan dan penulisan Tugas Akhir penulis.
6. Ibu Wanti Arumwati, MM.Par. selaku pembimbing ke II yang juga telah memberikan banyak saran dan masukan yang membangun dalam penyusunan dan penulisan Tugas Akhir penulis.

7. Seluruh dosen prodi Manajemen Divisi Kamar Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung yang juga memberi masukan dan motivasi pada penulis.
8. Ibu penulis, Dede Hadiyanti yang telah memberikan dukungan, motivasi, fasilitas dan juga selalu mendoakan penulis.
9. Ayah penulis, Edo Hardono yang telah memberikan dukungan berupa ide dalam penyusunan Tugas Akhir dan juga selalu mendoakan penulis sekaligus yang telah memberikan dukungan dalam pembuatan Campervan dan menjadi narasumber penulis dalam menyusun tugas akhir.
10. Kepada Putri, Meva, Nadya, & Rizke selaku bagian dari keluarga penulis yang tiada hentinya memberikan masukan dan dukungan kepada penulis.
11. Kepada keluarga Gebyar BCA & Ruang Skala Kopi selaku sahabat penulis yang setia menemani dan mendukung penulis dikala senang maupun susah.
12. Kepada keluarga Kosunset yang senantiasa menemani penulis menyusun TA di Bali.
13. Seluruh mahasiswa/i Manajemen Divisi kamar Redirect & Red Fighters yang selalu senantiasa memberi dukungan dan memotivasi satu sama lain selama berkuliah di STP NHI Bandung.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, penulis berharap Tugas Akhir ini dapat diterima dan bermanfaat kelak dengan segala kekurangan di dalamnya.

Bandung, 02 April 2022

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
EXECUTIVE SUMMARY	iii
BAB I PENDAHULUAN	4
A. Latar Belakang	4
B. Gambaran Umum Bisnis	6
1. Deskripsi Bisnis	6
2. Deskripsi Logo dan Nama	6
3. Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan)	9
C. Visi & Misi	10
D. <i>SWOT Analysis</i>	11
E. Spesifikasi Produk/Jasa	15
F. Jenis/Badan Usaha	16
G. Aspek Legalitas	18
BAB II ASPEK PRODUK/JASA	19
A. Daftar dan Deskripsi Produk/ Jasa	19
B. Analisa Keunggulan Produk/Jasa	21
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	22
D. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa	23
E. Mekanisme <i>Quality Check</i>	27
BAB III RENCANA PEMASARAN	31
A. Riset Pasar	31
1. <i>Segmenting</i>	31
2. <i>Targeting</i>	33

3. <i>Positioning</i>	33
B. Validasi Produk- <i>Market Fit</i>	34
C. Kompetitor.....	36
D. Program Pemasaran.....	39
E. Media Pemasaran.....	42
F. Proyeksi Penjualan.....	42
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	46
A. Identitas Owners/Founders.....	46
B. Struktur Organisasi	46
C. <i>Job Analysis and Job Description</i>	47
D. <i>Manning Budget / Anggaran Tenaga Kerja</i>	54
E. <i>Service Scape</i>	55
F. <i>Action Plan & Report</i>	58
BAB V ASPEK KEUANGAN	61
A. Metode Pencatatan Akuntansi	61
1. <i>Cash Basis</i>	61
2. <i>Accrual Basis</i>	61
B. <i>Capital Expenditure</i>	62
1. <i>Tangible Investment</i>	62
2. <i>Intangible Investment</i>	67
3. <i>Working capital</i>	67
C. Time Value of Money	68
1. <i>Present Value</i>	69
2. <i>Future Value</i>	69
D. Pendanaan Investasi	70
E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	71
1. <i>Variable Cost</i>	71

2. <i>Fixed Cost</i>	71
3. <i>Mixed Cost</i>	72
4. Biaya Produksi / Tahun	73
5. Nilai Jual	74
6. <i>Break Even Point (BEP)</i>	74
7. <i>Cost Volume Profit (CPV)</i>	75
F. Identifikasi <i>Cash Flow & Outflow</i>	76
1. Operating Budget	76
2. <i>Cash Flow Projection</i>	77
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Fasilitas Kombi-Nation Campervan.....	19
Tabel 2.2 Fasilitas Tambahan Kombi-Nation Campervan.....	21
Tabel 2.3 <i>Maximum Potential Occupancy</i>	23
Tabel 3.1 Media ProMosi Kombi-Nation Campervan.....	42
Tabel 3.2 Proyeksi Penjualan Kombi-Nation Campervan Selama 5 Tahun	43
Tabel 3.3 Proyeksi Penjualan Makanan dan Minuman	43
Tabel 3.4 <i>Other Income</i> Tahun Ke -1	43
Tabel 3.5 <i>Other Income</i> Tahun Ke -2	44
Tabel 3.6 <i>Other Income</i> Tahun Ke -3	44
Tabel 3.7 <i>Other Income</i> Tahun Ke -4	44
Tabel 3.8 <i>Other Income</i> Tahun Ke -5	45
Tabel 3.9 <i>Summary</i> Proyeksi Penjualan.....	45
TABEL 4.1 ANGGARAN TENAGA KERJA	55
TABEL 4.2 <i>ACTION PLAN</i> KOMBI-NATION CAMPERVAN	59
Tabel 5.1 <i>Tangible Investment</i> Kombi-Nation Campervan	63
Tabel 5.2 Depresiasi Kombi-Nation Campervan	65
Tabel 5.3 <i>Intangible Investasi</i> Kombi-Nation Campervan	67
Tabel 5.4 Amortisasi <i>Intangible Investasi</i> Kombi-Nation Campervan	67
Tabel 5.5 <i>Working Capital</i> Kombi-Nation Campervan.....	68
Tabel 5.6 <i>Owner Equity</i>	70
Tabel 5.7 <i>Variabel Cost</i> Kombi-Nation Campervan	71
Tabel 5.8 <i>Fixed Cost</i> Kombi-Nation Campervan.....	72
Tabel 5.9 <i>Mixed Cost</i> Kombi-Nation Campervan.....	72
Tabel 5.10 Rumus Biaya Produksi Kombi-Nation Campervan	73
Tabel 5.11 Biaya Produksi Kombi-Nation Campervan	73
Tabel 5.12 Biaya Produksi Kombi-Nation Campervan	74
Tabel 5.13 Biaya Produksi Kombi-Nation Campervan	75
Tabel 5.14 <i>Operating Budget</i> Kombi-Nation Campervan	76

Tabel 5.15 *Operational Cost* Kombi-Nation Campervan 77
Tabel 5.16 *Operational Cash Flow* Kombi-Nation Campervan 78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Kombi-Nation Campervan.....	7
Gambar 1.2 Lokasi Kombi-Nation Campervan	9
Gambar 2.1 Eksterior Kombi-Nation Campervan.....	24
Gambar 2.2 Kamar Tidur Kombi-Nation Campervan.....	24
Gambar 2.3 Ruang Santai Kombi-Nation Campervan	25
Gambar 2.4 Ruang Makan Kombi-Nation Campervan	25
Gambar 2.5 Ruang Setir Kombi-Nation Campervan.....	26
Gambar 3.1 Klook Travel	37
Gambar 3.2 Jakarta VW Campervan.....	38
Gambar 3.3 Indo Campervan	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	47
Gambar 4.2 Tampak Luar Kombi-Nation Campervan	56
Gambar 4.3 Tampak Depan Kombi-Nation Campervan	56
Gambar 4.4 Tampak Samping Kombi-Nation Campervan	57
Gambar 4.5 Tampak Dalam Kombi-Nation Campervan	58
Gambar 4.6 Tampak Dalam Kombi-Nation Campervan	58
Gambar 5.1 Diagram CPV Kombi-Nation Campervan.....	75

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. (2016). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran dan SWOT Pada Perusahaan Popsy Tubby (Vol. I). Surabaya: <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/172>.
- Bisnis, H. (2020). Masih di Era New Normal, Liburan Pakai Campervan Banyak Diminati. Jakarta: harianbisnis.co.id.
- Fitriani, R. (2017). Aspek Hukum Legalitas Perusahaan atau Badan Usaha Dalam Kegiatan Bisnis (Vol. XII). Aceh: <https://media.neliti.com/media/publications/240388-aspek-hukum-legalitas-perusahaan-atau-ba-fa20be17.pdf>.
- Hamdan, Y. (2001). Pernyataan Visi dan Misi Perguruan Tinggi. Bandung: [Ejournal.unisba.ac.id](http://ejournal.unisba.ac.id).
- Irwansyah, R. I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan. Jawa Tengah: http://repository.ump.ac.id/4638/3/BAB%20II_RURI%20INDRA%20IRWAN_SYAH_MANAJEMEN%2717.pdf.
- Komara, K. N. (2020). Alternatif Liburan Akhir Tahun di Era New Normal, Kemenparekraf Sarankan Road Trip Pakai Campervan. Jakarta: [Pikiran-rakyat.com](http://pikiran-rakyat.com).
- Umar, H. (2005). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Vancha, T. (n.d.). Teori Tentang Logo Beserta Elemen Visualnya dan Teori Budaya Perusahaan. Bandung: https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/572/jbptunikompp-gdl-tonyvancha-28556-10-unikom_t-i.pdf.