

***BUSINESS MODEL CANVAS  
LAUNDRY CARD-COIN & LOUNGE LIBRARY***

**TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan

Program Diploma III

Program Studi Manajemen Divisi Kamar

Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung



Oleh :

**ALYA PUTRI**

**Nomor Induk : 201621346**

**PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN DIVISI KAMAR**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA  
BANDUNG  
2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

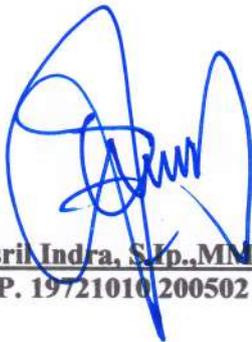
***BUSINESS MODEL CANVAS***

***LAUNDRY CARD-COIN & LOUNGE LIBRARY***

NAMA : ALYA PUTRI  
NIM : 201621346  
PRODI : MANAJEMEN DIVISI KAMAR  
JURUSAN : HOSPITALITI

Bandung, 11 Februari 2020

Pembimbing I



**Dasri Indra, S.P., MM., CHE**  
NIP. 19721010 200502 1 001

Bandung, 11 Februari 2020

Pembimbing II



**Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par**  
NIP. 19710316 199603 2 001

Bandung, 11 Februari 2020

Menyetujui,

**Kabag. Administrasi Akademik dan  
Kemahasiswaan**

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Se**  
NIP. 19710506 199803 1 001

Mengesahkan,

**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung**



**Faisal, MM.Par., CHE**  
NIP. 19730306M199503 1 001

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Alya Putri  
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 23 November 1997  
NIM : 201621346  
Program Studi : Manajemen Divisi Kamar

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:  
**“BUSINESS MODEL CANVAS : LAUNDRY CARD-COIN & LOUNGE LIBRARY”**  
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 keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan 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/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, 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 lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 11 Februari 2020

Yang membuat pernyataan,



Alya Putri  
201621346

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya atas berkat dan izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sesuai dengan harapan dan tepat pada waktunya dengan judul “***BUSINESS MODEL CANVAS LAUNDRY CARD-COIN & LOUNGE LIBRARY***”. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk menempuh Program Studi Diploma III Manajemen Divisi Kamar di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini penulis mendapat banyak bimbingan, dukungan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak guna menghadapi beberapa hambatan dan kesulitan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan tepat waktu dan benar. Oleh Karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Faisal, MM. Par, CHE., Selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Edison, S.Sos., MM. selaku Ketua Jurusan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

4. Bapak Lucky Karsuki, BA., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Divisi Kamar Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Dasril Indra, S.Ip.,MM.,CHE selaku Pembimbing I yang selalu meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberi banyak saran dalam menyusun dan penulisan Tugas Akhir penulis.
6. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par. selaku pembimbing II yang selalu meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan banyak saran dan masukan dalam menyusun dan penulisan Tugas Akhir penulis.
7. Seluruh dosen dan staff pengajar khususnya dosen Program Studi Manajemen Divisi Kamar Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Orang tua penulis, Agus Faisal Siregar dan Usfah Tri Kurnia yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan untuk kelancaran penulis menyusun Tugas Akhir sehingga dapat menyelesaikan tepat waktu.
9. Kedua kakak dari penulis, Abadiyah Dzuliati dan Adri Faris yang telah memberikan dukungan dan doa untuk kelancaran penulis menyusun Tugas Akhir
10. Seluruh Mahasiswa/i Semester 6 Manajemen Divisi Kamar Angkatan 2016, khususnya RED-DIAMOND yang telah bersama-sama selama 3 tahun ini dan juga selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, penulis berharap Tugas Akhir ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semuanya.

Bandung, 9 Januari 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                       | <b>i</b>       |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                           | <b>iv</b>      |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                         | <b>vii</b>     |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                        | <b>ix</b>      |
| <b><i>EXECUTIVE SUMMARY</i></b> .....             | <b>x</b>       |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                    | <b>1</b>       |
| A. Latar Belakang .....                           | 1              |
| B. Gambaran Umum Usaha Sejenis .....              | 5              |
| C. Analisis Peluang dan Hambatan (SWOT).....      | 10             |
| D. Jenis Badan Usaha .....                        | 13             |
| <b>BAB II ASPEK PRODUK</b> .....                  | <b>15</b>      |
| A. Nama dan Jenis Produk.....                     | 15             |
| B. Alasan dan Keunggulan Produk .....             | 19             |
| C. Penyajian dan Kemasan Produk .....             | 21             |
| D. Perhitungan Biaya Produksi dan Nilai Jual..... | 22             |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB III RENCANA PROMOSI/PEMASARAN</b> .....                         | <b>27</b> |
| A. Riset Pasar.....  | 27        |
| B. Strategi Promosi.....   | 35        |
| C. Media Promosi.....  | 39        |
| D. Proyeksi Penjualan .....  | 45        |
| <b>BAB IV ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA</b> .....                          | <b>52</b> |
| A. <i>Job Analysis dan Job Description</i> .....                       | 52        |
| B. Struktur Organisasi .....   | 58        |
| C. <i>Manning Budget / Anggaran Tenaga Kerja</i> .....                 | 60        |
| D. <i>Serviescape (Layout &amp; Standar Oprasional Prosedur)</i> ..... | 64        |
| <b>BAB V ASPEK KEUANGAN</b> .....                                      | <b>72</b> |
| A. Metode Pencatatan Akuntansi .....                                   | 72        |
| B. Project Income Statement.....                                       | 73        |
| C. Investasi.....  | 80        |
| D. Penentuan Titik Impas / <i>Break Event Point</i> .....              | 82        |
| E. <i>Return On Investment</i> .....                                   | 86        |
| F. Payback Period.....   | 87        |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> ..... | <b>89</b> |
| <b>BIODATA</b> .....        | <b>92</b> |

## DAFTAR TABEL

| <b>Table</b> |  | <b>Halaman</b> |
|--------------|--|----------------|
| Tabel 2.1    | Rincian Biaya Produksi Awal .....  | 23             |
| Tabel 2.2    | Rician Biaya Perlengkapan lain-lain.....                                 | 24             |
| Tabel 3.1    | <i>Strategy Positioning</i> Launge-Lib.....                              | 32             |
| Tabel 3.2    | Media Promosi yang Digunakan Launge-Lib .....                            | 42             |
| Tabel 3.3    | Tahun Penjualan Ke-Satu.....   | 46             |
| Tabel 3.4    | Tahun Penjualan Ke-Dua .....   | 47             |
| Tabel 3.5    | Tahun Penjualan Ke-Tiga .....  | 48             |
| Tabel 3.6    | Tahun Penjualan Ke-Empat .....   | 49             |
| Table 3.7    | Tahun Penjualan Ke-Lima .....  | 50             |
| Tabel 3.8    | Proyeksi Penjualan Launge-Lib Selama 5 Tahun.....                        | 51             |
| Tabel 4.1    | Kriteria & <i>Job Description</i> Karyawan Launge-Lib.....               | 53             |
| Tabel 4.2    | Anggaran Koordinator Operasional Selama 1 Tahun.....                     | 61             |
| Tabel 4.3    | Anggaran <i>Finance</i> Selama 1 Tahun .....                             | 62             |
| Tabel 4.4    | Anggaran Operasional Staff selama 1 Tahun.....                           | 63             |
| Tabel 4.5    | Akumulasi Total Anggaran Tenaga Kerja Untuk Karyawan<br>Launge-Lib ..... | 64             |

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Tabel 4.6 | Standar Operasional Prosedur Launge-Lib .....                                       | 69 |
| Tabel 5.1 | Perkiraan Biaya Operasional Launge-Lib Per-Tahun.....                               | 75 |
| Tabel 5.2 | Hasil Target Penjualan Launge-Lib .....   | 76 |
| Tabel 5.3 | Perkiraan Nilai Depresiasi Selama 5 Tahun ke Depan .....                            | 77 |
| Tabel 5.4 | <i>Project Income Statement &amp; Net Income</i> Launge-Lib<br>Selama 5 Tahun ..... | 78 |
| Tabel 5.5 | Daftar Pengeluaran Invesatasi <i>Tangible</i> Launge-Lib .....                      | 81 |
| Tabel 5.6 | Daftar Pengeluaran Invesatasi <i>Intangible</i> Launge-Lib .....                    | 82 |
| Tabel 5.7 | <i>Fix Cost</i> dan <i>Variable Cost</i> Launge-Lib .....                           | 84 |
| Tabel 5.8 | Perhitungan Biaya Tetap Per-Unit & Biaya Variabel Per-Unit .....                    | 85 |
| Tabel 5.9 | <i>Payback Period</i> Perusahaan Launge-Lib tiap Tahun .....                        | 88 |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Gambar</b> |  | <b>Halaman</b> |
|---------------|--|----------------|
| Gambar 1.1    | Usaha Sejenis <i>Indo Express Laundry</i> .....          | 6              |
| Gambar 1.2    | Usaha Sejenis <i>The Coin Laundry R</i> .....            | 7              |
| Gambar 1.3    | Usaha Sejenis Warung Tinggi <i>Coin Laundry 59</i> ..... | 8              |
| Gambar 2.1    | Logo Launge-Lib .....                                    | 17             |
| Gambar 4.1    | Struktur Organisasi Launge-Lib .....                     | 59             |
| Gambar 4.2    | <i>Layout</i> Launge-Lib Bagian Depan.....               | 66             |
| Gambar 4.3    | <i>Layout</i> Launge-Lib Lantai 1 .....                  | 67             |
| Gambar 4.4    | <i>Layout</i> Launge-Lib Lantai 2.....                   | 68             |

## EXECUTIVE SUMMARY

*Laundry Card-Coin & Lounge Library* (Launge-Lib) merupakan suatu bisnis dibidang jasa pelayanan. Bisnis ini menyediakan jasa pelayanan pencucian pakaian, sarung bantal guling, selimut bedcover dan selimut berbasis *self-service* atau mencuci sendiri. Bisnis ini memiliki 5 mesin cuci dan 5 mesin pengering yang dapat digunakan oleh *customer* dengan cara menjalankan mesin tersebut dengan memasukan *coin* atau dengan kemajuan teknologi zaman sekarang dapat menggunakan *E-Money* dan pembayaran *online* seperti OVO ataupun *go-pay*. Hal ini mempermudah masyarakat atau *customer* untuk membayar dan menggunakan mesin cuci tersebut. *Laundry* berbasis *Self-Service* ini sendiri mempunyai tujuan untuk mempersingkat waktu masyarakat yang memiliki waktu luang yang tidak cukup banyak dan tidak perlu menunggu *laundry* yang biasanya akan selesai minimal 2-3 hari.

*Laundry Card-Coin & Lounge Library* atau dapat disingkat menjadi Launge-Lib. Launge-Lib sendiri juga menyediakan *Lounge* untuk *customer* apabila ingin makanan atau minuman untuk menunggu cucian selesai dan *Library* yang disediakan oleh usaha ini yaitu guna untuk *consumen* ingin membaca-baca buku novel ataupun umum dan memberikan fasilitas *E-Book* untuk mempermudah membaca buku yang diinginkan oleh *consumen* yang disediakan oleh *Library* di Launge-Lib ini. Selain itu, Launge-Lib memiliki ruang tunggu yang nyaman dan berfasilitas kan AC, *Wifi*, dan televisi yang membuat para *customer* merasa nyaman dan tidak merasa bosan saat menunggu waktunya pencucian dan pengeringan yang memakan waktu 60-100 menit.

*Laundry card-coin & Lounge Library* adalah suatu bisnis yang berjalan dibidang jasa pelayan Laundry. Untuk menjalankan suatu usaha bisnis tentunya harus memiliki visi dan misi untuk memajukan usaha bisnis tersebut. Berikut Visi dan Misi dari *Laundry Card-Coin & Lounge Library*, yaitu :

a. VISI Launge-Lib :

- Menjadikan perusahaan *Laundry Self-Service* yang terkemuka, memiliki jasa pelayanan yang terbaik dan dikelola secara professional.

b. MISI Launge-Lib :

- Pelayanan yang ramah dengan senyuman dan memberikan bantuan kepada konsumen.
- Memberikan waktu lebih cepat untuk menyelesaikan mencuci pakaian.
- Mengembangkan karyawan yang kompeten untuk menciptakan lingkungan kerja yang baik dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.
- Memberikan kualitas yang terbaik.

Bisnis ini akan beroperasi di Bandung lebih tepatnya lagi di Jl. Dr. Setiabudi No.208, Gegerkalong, Kecamatan Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40153. Lokasi tersebut sangat strategis dan sesuai dengan target segment pasar dari perusahaan yaitu mahasiswa/mahasiswi seperti dari Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung, Universitas Pasundan dan Universitas Pendidikan Indonesia ataupun masyarakat lainnya yang berdomisili disekitar yang memiliki keluarga/tinggal

disekitarnya dapat menggunakan jasa tersebut untuk mempermudah dan mempersingkat waktu untuk membersihkan pakaian yang sudah menumpuk.



Gambar Lokasi Usaha

Launge-Lib tentunya sudah memiliki logo untuk memperkenalkan kepada masyarakat. Menurut **Sularko, dkk (2008: 6)** dalam “**How to They Think**” Logo atau corporate identity atau brand identity adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya. Tentunya, logo tersebut harus memiliki arti ataupun *history* untuk suatu perusahaan tersebut. Berikut logo yang dimiliki oleh Launge-Lib :



Gambar logo

a. Warna Biru Tua

Warna tersebut merupakan warna latar belakang atau background dari logo tersebut yang dapat diartikan sebagai lambang kepercayaan dan dapat menenangkan pikiran, membantu konsentrasi dan bersifat profesional. Tentunya warna ini juga mewakili *Laundry* dimana air yang memiliki warna biru yang dibutuhkan untuk proses pencucian.

b. Warna Putih

Pada warna putih ini digunakan untuk warna huruf ataupun gambar. Warna ini memiliki arti bersih, kesederhanaan dan kualitas modern dimana warna ini sangat cocok untuk mewakili perusahaan Launge-Lib. Perusahaan yang melayani jasa *Laundry* dan *Lounge* yang mengharuskan tempat yang tentunya juga bersih lingkungannya dan memiliki kualitas yang berteknologi modern.

c. Garis Berbentuk Bangunan & Lingkaran Bertanda Sendok dan Garpu

Gambar tersebut menggambarkan suatu tempat yang memiliki fasilitas yaitu *Laundry, Lounge & Library*. Bangunan tersebut mewakili tempat dan garis-garis pada bangunan mensimbolkan buku-buku yang dapat dibaca oleh konsumen di *Library* yang disediakan untuk menunggu selesainya proses pencucian. Lingkaran bertanda sendok dan garpu tersebut menandakan lingkaran tersebut adalah *Laundry* karna lingkaran yang ada pada mesin pencuci dan pengering. Dan, untuk gambar sendok&garpu tentunya menandakan makanan dan minuman yang *Launge-Lib* sediakan di *Lounge*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bastian, Indra. (2005). *Akuntansi Sektor Publik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Break Event Point. (2019). *Pengertian dan Cara Menghitung Break Event Point*.  
Diakses dari <https://ilmumanajemenindustri.com>
- Bustami, Bastian dan Nurlael. (2009). *Akuntansi Biaya Edisi 1*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Coin Laundry Room Jakarta Selatan. (2016). *Tentang Kami*. Diakses dari <https://coinlaundryroom.com/>
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung, Pustaka Setia.
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Teori, Kasus dan Solusi*, Bandung, Alfabeta.
- Google Maps. (2019). *Pencarian*. Diakses dari <https://www.google.co.id/maps/>.
- Henry dan Widawati Lekok. (2011). *Akuntansi Keuangan Menengah*. Jakarta Bumi Aksara.
- Indo Laundry. (2017). *Tentang Kami*. Diakses dari <http://www.indolaundry.id/>
- [Jenis Badan Usaha. \(2017\). Jenis Badan Usaha Indonesia. Diakses dari https://www.bantenshare.com/jenis-badan-usaha/](https://www.bantenshare.com/jenis-badan-usaha/)

- Jones, Charles P., Siddhata Utama, dkk. (2009). *Investment Analysis and management (An Indonesian Adaptation)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2016). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Media Promosi. (2018). *Media Promosi yang Tepat Akan Berdampak Baik Pada Hasil*. Diakses dari <https://uprint.id/blog/media-promosi-yang-tepat/>
- Mulyadi. (2011). *Activity-Based Cost System*. Yogyakarta : Universitas Gajah Mada.
- Nasution, A. H. dan Prasetyawan, Y. (2008). *Perencanaan dan Pengendalian Produksi Edisi 1*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Pajak. (2016). *Memahami Kewajiban Pajak Direktur CV dan Ketentuannya*. Diakses dari <https://klikpajak.id/>
- Pendidikan Ekonomi. (2012). *Kualitas Pelayanan*. Diakses dari <http://www.pendidikanekonomi.com>

Penetapan Harga. (2019). *Pengertian, Peranan dan Tujuan Penetapan Harga*.

Diakses dari <https://www.kajianpustaka.com>

Seputar Pengetahuan. (2017). *Pengertian, Fungsi, dan Aspek Logo*. Diakses dari

<https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/07/pengertian-logo-fungsi-logo-jenis-logo-aspek-logo-terlengkap.html>

Pramudiana, Yudi. dkk. 2017. *Business Plan Bagaimana Memulai dan Menjalankan*

*Bisnis Baru*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Sailendra. (2015). *Langkah-Langkah Praktis Membuat SOP*. Yogyakarta: Moekijat

Sigit, Suhardi. (2007). *Marketing Praktis Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.

Simamora, Henry. (2012). *Akunansi Manajemen*. Jakarta: Star Gate Publisher.

Warung Tinggi Coin Laundry 59 Jakarta Selatan. (2016). *Tentang Kami*. Diakses dari

<http://id.near-place.com/warung-tinggi-coin-laundry-59.com>

Wisnalmawati. (2005) Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat

Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. No.3 Jilid 10 2005.