

BUSINESS MODEL CANVAS

EAZY LAUNDRY

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
dalam menempuh Ujian Akhir Program Diploma III**



Disusun Oleh :

GAVIN MARCEL

NIM : 201621353

JURUSAN HOSPITALITI

PROGRAM STUDI

MANAJEMEN DIVISI KAMAR

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG

2020

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang diberi judul “*BISNIS MODEL CANVAS EAZY LAUNDRY*”.

Tugas Akhir ini ditujukan sebagai salah satu syarat kelulusan Program Diploma III Jurusan Hospitaliti, Program Studi Manajemen Divisi Kamar di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Dalam penyusunan Tugas akhir ini penulis banyak mendapat saran, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat membantu membukakan mata penulis bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah guru terbaik bagi penulis. Oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada:

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

4. Bapak Lucky Karsuki, BA., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Divisi Kamar Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
5. Ibu Wanti Arum Wanti, S.Sos., MM.Par. selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, ide, saran, waktu, dorongan serta sebagai motivator sehingga selesainya penyusunan tugas akhir ini
6. Bapak Drs. Bambang Syamsudin, M. Pd. selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, ide, saran, waktu, dorongan serta sebagai motivator sehingga selesainya penyusunan tugas akhir ini.
7. Seluruh dosen, staf dan tenaga pengajar khususnya dari Program Studi Manajemen Divisi Kamar yang telah memberikan pengetahuan dan motivasi kepada penulis selama belajar di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
8. Orang tua penulis, Ibu penulis Arie Anggia Marcel
9. Seluruh teman kelas seperjuangan selama 3 tahun
10. Seluruh pihak – pihak lain yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis.

Akhir kata melalui penulisan tugas akhir ini, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandung, Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABLE.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
EXECUTIVE SUMMERY.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Gambaran Umum Usaha Sejenis	3
C. Analisis Peluang dan Hambatan (SWOT).....	5
D. Jenis Badan Usaha	6

BAB II PRODUK

A. Nama dan Jenis Produk.....	7
a. Nama	7
b. Jenis Produk.....	7

B. Alasan dan Keunggulan Produk	8
a. Alasan.....	8
b. Keunggulan Produk.....	9
C. Penyajian dan Kemasan Produk	10
D. Perhitungan Biaya Produksi dan Nilai Jual	16
a. Biaya Produksi.....	16
b. Nilai Jual.....	17

BAB III ASPEK KEUANGAN

A. Riset Pasar	19
a. Riset Pasar	19
b. Target	20
B. Strategi Promosi	21
C. Media Promosi.....	22
D. Proyeksi Penjualan.....	22

BAB IV ASPEK SDM

A. Job Analisis dan Job Description.....	24
a. Job Analisis	24
b. Job Description	27
B. Struktur Organisasi	28
C. Manning Budget / Anggaran Tenaga Kerja	29
D. Service Scape (Layout, SOP / Procedure).....	30
a. Layout	31

b. SOP	33
--------------	----

BAB V ASPEK KEUANGAN

A. Metode Pencatatan Akuntansi	35
B. Projected Income Statement	35
C. Investasi	36
a. Tangible Investment.....	36
b. Intangible Investment.....	37
D. Penentuan Titik Impas dan Return On Investment.....	37
a. Variable Cost dan Fix Cost.....	37
b. Break Event Point	38
c. Return On Investment	40
DAFTAR PUSTAKA	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix

DAFTAR TABLE

	Halaman
TABEL 1: Biaya Produksi.....	16
TABEL 2: Proyeksi Penjualan	23
TABEL 3: Anggaran Tenaga Kerja	29
TABEL 4: Projected Income Statement.....	30
TABEL 5: Tangible Investment	36
TABEL 6: Intangible Investment.....	37
TABEL 7: Proyeksi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	38

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 2.1: Mesin Cuci	10
GAMBAR 2.2: Aplikasi 1	11
GAMBAR 2.3: Aplikasi 2	12
GAMBAR 2.4: Aplikasi 3	13
GAMBAR 2.5: Aplikasi 4	14

GAMBAR 2.6: Aplikasi 5	14
GAMBAR 2.7: Contoh Packing	15
GAMBAR 2.8: Laundry Delivery Box	16
GAMBAR 4.1: Struktur Operational	29
GAMBAR 4.2: Layout	31
GAMBAR 4.3: Desain	32

EXECUTIVE SUMMERY

Dalam membuat bisnis, nama menjadi salah satu factor yang sangat penting bagi suatu bisnis. Nama akan menjadi citra dari produk atau layanan yang akan kita berikan. Penentuan nama memerlukan beberapa perhitungan seperti, nama harus mudah untuk disebutkan, nama harus memiliki makna atau arti dan menyampaikan sebuah pesan atau benefit, dan nama haruslah mencerminkan produk atau layanan jasa. Pada bisnis model canvas ini deiberi nama "*EAZY LAUNDRY*". Dalam bahasa Indonesia *eazy* memiliki arti mudah, kata mudah dalam bahasa Indonesia memiliki makna yang berarti mudah atau gampang. Kata ini dipilih untuk memberitahu masyarakat bahwa adanya bisnis ini bisa memudahkan proses pencucian laundry mereka.

Lokasi yang dipilih oleh penulis untuk lokasi kantor dari bisnis *Eazy Laundry* ini berada di daerah Cihanjuang. Lokasi dipilih karena harga sewa kantor didaerah cihanjuang tidak terlalu mahal dan bahkan bisa dibilang memiliki harga sewa yang rendah. Meski harga sewa rendah lokasi ini tidak jauh dari pusat kota bandung. Selain itu karena lokasi hanya untuk kantor dan toko laundry khusus beddings.

Dalam membuat suatu bisnis baru selain nama, logo juga merupakan salah satu factor yang sangat penting bagi bisnis. Logo akan menjadi wajah dan citra dari bisnis yang akan kita buat. Dalam penentuan logo ada beberapa aspke yang harus diperhatikan seperti, logo harus mudah diingat oleh masyarakat, logo harus

menjelaskan layanan yang ditawarkan oleh bisnis tersebut sehingga orang yang melihatnya bisa memahami makna atau arti yang ingin disampaikan dalam logo tersebut, lalu logo harus mudah diaplikasikan pada media hal ini bertujuan saat logo ditempel pada media apapun logo akan tetap terlihat jelas. Dan yang paling penting terakhir logo harus berbeda dari logo pesaing. Hal-hal tersebut menjadi dasar dalam pembuatan logo pada bisnis ini. Berikut logo dari perusahaan *Eazy Laundry*.



Logo yang dipilih untuk menjadi logo dari usaha *eazy laundry* ini memiliki penulisan kata EAZY yaitu sekali lagi untuk mengingatkan kepada masyarakat yang melihat logo bahwa usaha ini hadir untuk memudahkan masyarakat dalam mencuci pakaiannya.

- Visi:

Menjadikan “*Eazy Laundr*” sebagai perusahaan startup dan perusahaan *market place* dalam bidang *laundry* nomor 1 di Indonesia dan memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam bidang *laundry*

- Misi:
 1. Menjadikan “*Eazy Laundry*” sebagai jasa laundry tercepat dalam melayani masyarakat
 2. Membantu usaha *laundry* kecil disekitar dan hotel-hotel disekitar
 3. Memberikan layanan yang prima dan menjadikan solusi bagi permasalahan dalam bidang *laundry*
 4. Menjadi pelopor dan acuan bagi jasa *pick up & delivery laundry service* di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Bastian, Indra. 2005. Akuntansi Sektor Publik. Jakarta: Erlangga.
- Dermawan Wibisono. 2006. Manajemen Kinerja, Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Jakarta.: Erlangga.
- Dessler, Gary. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, Sofyan Syafitri. 2011, Teori Akuntansi Edisi Revisi 2011. Jakarta: Rajawali Pers.
- Horngren, Charles T.,2010, Akuntansi Biaya, Edisi 12, Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. 2012. Analisis Laporan Keuangan . Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2006. Manajemen Pemasaran edisi ke 12 Jilid Ke 1. New Jersey.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kuswadi. 2005. Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan Dan Akuntansi Biaya. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Mulyadi, 2005. Akuntansi Biaya. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPPAMP YKPN Universitas Gajah Mada.
- Nasution, A. H., dan Prasetyawan, Y. (2008). Perencanaan & Pengendalian Produksi. Edisi Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Rivai, Veitzal., 2003, Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik. Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada

- Robbins, S dan Coulter, M. 2007, Manajemen. Edisi Kedelapan, Jakarta: PT Indeks.
- Rumekso. 2001. *Housekeeping Hotel*. Yogyakarta: Andi.
- Sailendra, Annie. 2015. Langkah-langkah Prakti Membuat SOP. Yogyakarta: Trans Idea Publishing.
- Sastrohadiwiryo, Siswanto. 2002. Manajemen Tenaga Kerja Indonesia.
- Simamora, Henry. 2012, Akuntansi Manajemen. Jakarta: Star Gate Publisher.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategik. Yogyakarta: ANDI.
- Pemerintah Indonesia. *Undang-Undang Hukum Dagang Pasal 19 Ayat 1 Tentang CV*.
- Pertiwi, Indah. *Tap To Pick Layanan Laundry On Demand*,
<http://id.techinasia.com/taptopick-layanan-laundry-on-demand>.
- Memkominfo, Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang.
https://www.Kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-62-juta-orang/0/berita_satker
- Kemp, Simon. Digital World's Internet Users,
<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>