

BUSINESS MODEL CANVAS

NAMINA CAMPERVAN

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Menyelesaikan

Program Diploma III

Program Studi Manajemen Divisi Kamar

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Oleh:

FELICIA IVANKA

NOMOR INDUK: 201722228

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DIVISI KAMAR

JURUSAN HOSPITALITI

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG

2020

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

BUSINESS MODEL CANVAS NAMINA CAMPERVAN

NAMA : FELICIA IVANKA

NIM : 201722228

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN DIVISI KAMAR

Pembimbing I,



Lucky Karsuki, BA., MM.
NIP. 19610129 199303 1 001

Pembimbing II,



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

Bandung, 08 Oktober 2020

Menyetujui,

Kabag. Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc.
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 : Felicia Ivanka
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 17 Juni 1999
NIM : 201722228
Program Studi : Manajemen Divisi Kamar

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir/proyek akhir/skripsi yang berjudul: “BUSINESS MODEL CANVAS : NAMINA 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,

Yang membuat pernyataan,



FELICIA IVANKA

Nomor Induk: 201722228

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 : NAMINA 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 Usulan Tugas Akhir ini dengan tepat dan benar. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih 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 Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Lucky Karsuki, BA., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Divisi Kamar Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung dan sekaligus pembimbing I yang telah memberikan banyak saran dan masukan yang membangun dalam penyusunan dan penulisan Tugas Akhir penulis.

5. 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.
6. Seluruh dosen prodi Manajemen Divisi Kamar Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung yang juga memberi masukan dan motivasi pada penulis.
7. Ibu penulis, Wiwin Kartini yang telah memberikan dukungan, motivasi, fasilitas dan juga selalu mendoakan penulis.
8. Ayah penulis, Rama Kadarusman yang telah memberikan dukungan berupa ide dalam penyusunan Tugas Akhir dan juga selalu mendoakan penulis.
9. Paman penulis, Ferry Pee yang telah memberikan dukungan dalam pembuatan campervan sekaligus menjadi narasumber penulis dalam menyusun tugas akhir, juga seluruh keluarga yang telah mendoakan dan memberikan dukungan moral kepada penulis.
10. Teman dekat penulis, Zahran alghifari yang telah senantiasa menemani, membantu dalam penyusunan, memberikan dukungan dan juga doa kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
11. Kepada Nadya, Adelia dan Rifa selaku sahabat penulis sejak bangku SMK hingga saat ini, yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
12. Seluruh mahasiswa/i Manajemen Divisi kamar 6B 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, 08 Oktober 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
EXECUTIVE SUMMARY	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
A. Gambaran Umum Bisnis	3
1. Deskripsi Bisnis	3
2. Nama	4
3. Logo Usaha	4
4. Slogan	6
5. Identitas Bisnis	6
B. Visi dan Misi	8
1. Visi Namina Campervan	8
2. Misi Namina Campervan	8
C. SWOT Analysis	9
D. Spesifikasi Produk/ Jasa	13
E. Jenis / Badan Usaha	14
1. Kelebihan CV	14
2. Ciri – Ciri CV	15
3. Aspek Legalitas	15
BAB II	17
ASPEK PRODUK	17
A. Daftar dan Deskripsi Produk	17
B. Analisa Keunggulan Produk	20
C. Perencanaan Kapasitas dan Rencana Produksi	21

D. Penyajian dan Kemasan Produk	22
E. Mekanisme Quality Check	29
BAB III	32
RENCANA PEMASARAN	32
A. Riset Pasar	32
B. Validasi Produk – Market FIT	35
C. Kompetitor	37
1. Klook travel	38
2. Jakarta VW Campervan	39
3. Indo Campervan	40
D. Program Pemasaran	40
E. Media Pemasaran	44
F. Proyeksi Penjualan	45
BAB IV	52
ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	52
A. Identitas Owners / Founders	52
B. Struktur Organisasi	54
C. Job Analysis dan Job Description	54
D. Manning Budget / Anggaran Tenaga Kerja	62
E. Service Scape (Layout/ Flow)	64
1. Tampak Luar	64
2. Tampak Dalam	66
F. Action Plan Report	68
BAB V	71
ASPEK KEUANGAN	71
A. Metode Pencatatan Akutansi	71
B. <i>Capital Expenture</i> (Identifikasi Initial Investment)	72
C. Time Value of Money (Nilai Waktu Uang)	82
D. Pendanaan Investasi : (<i>Agency Theory</i>)	84
E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	85
F. Identifikasi Cash Inflow & Outflow	93
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Fasilitas Namina Campervan.....	18
Tabel 2. 2 Fasilitas Namina Campervan.....	19
Tabel 2. 3 Maximum Potential Occupancy	22
Tabel 3. 1 Media Promosi Namina Campervan.....	44
Tabel 3. 2 Penjualan Namina Campervan Tahun 1-5	45
Tabel 3. 3 Penjualan Makanan dan Minuman	46
Tabel 3. 4 Other Income Tahun 1	47
Tabel 3. 5 Other Income Tahun Ke-2	47
Tabel 3. 6 Other Income Tahun Ke-3	48
Tabel 3. 7 Other Income Tahun Ke-4	49
Tabel 3. 8 Other Income Tahun Ke-5	50
Tabel 3. 9 Summary Proyeksi Penjualan.....	51
Tabel 4. 1 Anggaran Tenaga Kerja	63
Tabel 4. 2 Action Plan Namina Campervan	70
Tabel 5. 1 Tangible Investment Namina Campervan	75
Tabel 5. 2 Depresiasi Namina Campervan.....	76
Tabel 5. 3 Intangible Investment Namina Campervan.....	79
Tabel 5. 4 Amortisasi Intangible Investment Namina Campervan.....	79
Tabel 5. 5 Working Capital Namina Campervan	81
Tabel 5. 6 Owner Equity	84
Tabel 5. 7 Variable Cost Namina Campervan	87
Tabel 5. 8 Fixed Cost Namina Campervan	86
Tabel 5. 9 Mixed Cost Namina Campervan	87
Tabel 5. 10 Biaya Produksi Namina Campervan	88
Tabel 5. 11 Rumus Biaya Produksi Namina Campervan.....	89
Tabel 5. 12 Nilai Jual Produksi Namina Campervan.....	90
Tabel 5. 13 CPV Namina Campervan.....	91
Tabel 5. 14 Total Cost Namina Campervan	92
Tabel 5. 15 Operating Budget Namina Campervan	95
Tabel 5. 16 Operational Cost Namina Campervan.....	96
Tabel 5. 17 Operational Cost Namina Campervan.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Namina Campervan.....	5
Gambar 1. 2 Lokasi Namina Campervan	7
Gambar 2. 1 Eksterior Namina Campervan.....	23
Gambar 2. 2 Kamar Tidur Namina Campervan.....	24
Gambar 2. 3 Kamar Tidur Namina Campervan.....	24
Gambar 2. 4 Ruang Bersantai Namina Campervan	25
Gambar 2. 5 Ruang Makan Namina Campervan	26
Gambar 2. 6 Dapur Namina Campervan	26
Gambar 2. 7 Toilet Portable Namina Campervan.....	27
Gambar 2. 8 Ruang Menyetir Namina Campervan.....	28
Gambar 3. 1 Klook Travel.....	39
Gambar 3. 2 Jakarta VW Campervan.....	39
Gambar 3. 3 Indo Campervan.....	40
Gambar 4. 1 Tampak Luar Namina Campervan	65
Gambar 4. 2 Tampak Depan Campervan	65
Gambar 4. 3 Tampak Samping & Dalam Namina Campervan.....	66
Gambar 4. 4 Tampak Dalam Namina Campervan	67
Gambar 4. 5 Tampak Dalam Namina Campervan	67

EXECUTIVE SUMMARY

Namina Campervan adalah jasa akomodasi secara *mobile*, atau sering disebut juga sebagai hotel berjalan. Namina Campervan diambil dari bahasa sunda yaitu “*Namina*” yang memiliki arti dalam bahasa Indonesia yaitu “*Namanya*”, nama ini diangkat bertujuan untuk melestarikan bahasa daerah yaitu bahasa sunda, nama tersebut juga menjadi ciri bahwa campervan ini berasal dari kota Bandung Jawa Barat.

Namina Campervan dilengkapi dengan tempat tidur, toilet, dapur, bahkan tempat bersantai yang mempunyai panjang 5 hingga 7 meter, membuatnya memiliki keunggulan yaitu, masyarakat tidak perlu lagi memikirkan jarak antara hotel / villa dengan tempat wisata, masyarakat tidak perlu lagi memikirkan biaya sewa transportasi tambahan yang menelan biaya tidak sedikit karena, campervan ini sudah tergabung di dalam jasa akomodasi, dan yang paling terpenting, di era Covid-19 seperti ini, masyarakat tetap bisa berwisata dengan aman karena jauh dari keramaian dengan tujuan menjaga *social distancing*, tanpa mengurangi nilai berwisata, karena Namina Campervan merupakan jasa akomodasi secara *mobile* yang dapat menciptakan pengalaman berpetualang yang unik dan diminati oleh masyarakat Indonesia.

Namina Campervan pun memiliki sebuah logo yang memiliki makna bahwa Namina Campervan adalah suatu jenis akomodasi yang berkomitmen dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dan dapat diandalkan, serta akan memberikan kesan hangat, nyaman dan aman untuk setiap penggunaannya dan sangat cocok dijadikan bagian dari cerita petualangan pelanggan.

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%20IRWANSYAH_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.
- 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.