

BUSINESS MODEL CANVAS

W - TRIP SERVICE

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Dalam menempuh Ujian Akhir

Program Diploma III



Oleh :

TRI KALIFAH PRIYANTO

NIM : 201621391

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DIVISI KAMAR

JURUSAN HOSPITALITI

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA NHI BANDUNG

2020

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

BUSINESS MODEL CANVAS : W – TRIP SERVICE

NAMA : Tri Kalifah Priyanto
NIM : 201621391
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN DIVISI KAMAR
JURUSAN : HOSPITALITI

Bandung, 11 Februari 2020

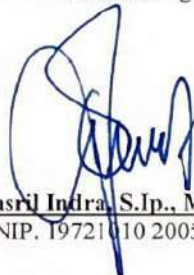
Bandung, 11 Februari 2020

Pembimbing I,



Lucky Karsuki, B.A., MM.
NIP. 19610129 199303 1 001

Pembimbing II,



Dasril Indra, S.Ip., MM., CHE.
NIP. 19721010 200502 1 001

Bandung, 11 Februari 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc.
NIP. 19730706 199503 1 001

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Faisal, MM.Par., CHE.
NIP. 19710506 199803 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Tri Kalifah Priyanto
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 15 Februari 1998
NIM : 201621391
Program Studi : Manajemen Divisi Kamar

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:
“BUSINESS MODEL CANVAS : W – TRIP SERVICE”
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, 6 Januari 2020
Yang membuat pernyataan,



Tri Kalifah Priyanto
NIM : 201621391

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhana Wa Ta'ala, yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya atas berkat dan izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“BUSINESS MODEL CANVAS : W - TRIP SERVICE”**. 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 dan pengarahan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan tepat waktu dan benar. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih 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, S.Sos., MM., selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Bapak Lucky Karsuki, BA., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Divisi Kamar Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dan selaku pembimbing I yang telah membantu memberikan banyak saran yang membangun dalam penyusunan dan penulisan Tugas Akhir penulis.

5. Bapak Dasril Indra, S.Ip., MM., CHE. selaku pembimbing II yang telah memberikan saran tambahan untuk Tugas Akhir ini menjadi lebih baik dan memberikan acuan untuk memberikan yang terbaik.
6. Seluruh dosen prodi Manajemen Divisi Kamar Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung yang telah memberi pengetahuan dan dukungan untuk penulis.
7. Kepada Bapak, Ibu, dan Kakak tercinta yang selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
8. Maudya Safitri yang senantiasa selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan masukan berupa kritik dan saran agar Tugas Akhir ini menjadi lebih baik di masa yang akan datang.

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

Bandung, 6 Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Usaha Sejenis	4
C. Analisis Peluang dan Hambatan SWOT/Validasi.....	9
D. Jenis Badan Usaha	12
BAB II ASPEK PRODUK	14
A. Nama dan Jenis Produk.....	14
B. Alasan dan Keunggulan Produk.....	16
C. Penyajian dan Kemasan Produk.....	18
D. Perhitungan Biaya Produksi dan Nilai Jual.....	21
BAB III RENCANA PEMASARAN	25
A. Riset Pasar	25

B. Strategi Promosi	29
C. Media Promosi	33
D. Proyeksi Penjualan	35
BAB IV ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA	38
A. Analisis Pekerjaan dan Deskripsi Pekerjaan	38
B. Struktur Organisasi	44
C. Anggaran Tenaga Kerja	45
D. <i>Service Scape</i>	47
BAB V ASPEK KEUANGAN	56
A. Metode Pencatatan Akuntansi.....	56
B. <i>Capital Expenditure</i>	57
C. <i>Project Income Statement</i>	60
D. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	62
DAFTAR PUSTAKA	68
BIODATA	74

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	Tabel SWOT.....	12
Tabel 2.1	Biaya Produksi	22
Tabel 2.2	Harga Pelayanan.....	24
Tabel 3.1	Target Penjualan.....	36
Tabel 3.2	Proyeksi Penjualan	37
Tabel 4.1	Analisis Pekerjaan <i>Operational Manager</i>	39
Tabel 4.2	Analisis Pekerjaan <i>Sales & Marketing Executive</i>	40
Tabel 4.3	Analisis Pekerjaan <i>Accounting Officer</i>	41
Tabel 4.4	Analisis Pekerjaan <i>Human Resources Officer</i>	42
Tabel 4.5	Analisis Pekerjaan <i>Driver</i>	43
Tabel 4.6	Anggaran Ketenagakerjaan	46
Tabel 4.7	<i>Standard Operational Procedures</i>	52
Tabel 5.1	<i>Tangible Investment</i>	58
Tabel 5.2	Tabel Tarif dan Masa Manfaat Penyusutan.....	59
Tabel 5.3	<i>Intangible Investment</i>	60

Tabel 5.4	<i>Projected Income Statement</i>	61
Tabel 5.5	Proyeksi Biaya Tetap dan Tidak Tetap	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 1	Lokasi Usaha	xii
Gambar 2	Logo Usaha.....	xiii
Gambar 1.1	Logo <i>W – Trip Service</i>	3
Gambar 1.2	Logo Nemob.....	5
Gambar 1.3	Logo Blue Bird	7
Gambar 1.4	Logo Dirgantara <i>Car Rental</i>	9
Gambar 2.1	Logo <i>W – Trip Service</i>	15
Gambar 3.1	Jumlah Akomodasi Hotel Menurut Klasifikasi di Kota Bandung 2016	26
Gambar 3.2	Jumlah Penduduk Kota Bandung Menurut Kelompok Usia	27
Gambar 3.3	Jumlah Pengguna Platform Media Sosial 2019.....	34
Gambar 3.4	Jumlah Pengguna Media Sosial 2019 Berdasarkan Umur	34
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	44
Gambar 4.2	<i>Layout Kantor</i>	47
Gambar 4.3	<i>Operational Manager Office</i>	48

Gambar 4.4	<i>Office Area dan Meeting Table</i>	49
Gambar 4.5	<i>Lobby Area</i>	49
Gambar 4.6	<i>Mushola</i>	50
Gambar 4.7	<i>Loker Karyawan</i>	50
Gambar 4.8	<i>Toilet</i>	51
Gambar 4.9	<i>Parking Area</i>	51
Gambar 4.10	<i>Memorandum of Understanding</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Frame Business Model Canvas73

EXECUTIVE SUMMARY

A. NAMA USAHA

Nama suatu usaha bisnis atau perusahaan adalah salah satu aspek penting yang bisa menjadi kunci kesuksesan dari perusahaan tersebut. Dikarenakan calon pelanggan akan mengingat perusahaan melalui namanya yang unik. Menurut **Landa (2006)** Pengertian branding adalah “Bukanlah sekedar merek atau nama dagang dari sebuah produk, jasa, atau perusahaan. Namun semuanya yang berkaitan dengan hal-hal yang kasa mata dari sebuah merek mulai dari nama dagang, logo, ciri visual, citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan yang ada di benak konsumen perusahaan tersebut”.

W – Trip Service adalah nama dari perusahaan yang akan direncanakan oleh penulis. Mempunyai arti *Well - Trip Service* sebagai bisnis transportasi darat yang mengedepankan rasa yang nyaman bagi para pelanggan untuk berpergian.

Maka dari itu perusahaan di bidang pelayanan jasa membutuhkan suatu target yang akan dicapai pada masa tertentu, adanya visi dan misi akan memperjelas tujuannya suatu perusahaan. Menurut **A. Aditya (2010)** mengenai visi adalah “Sebuah perspektif mandalam mengenai masa yang akan datang untuk perusahaan, tujuan perusahaan dan hal ini yang mesti dilaksanakan agar tujuan itu tercapai”. Sedangkan misi menurut **Wibisono (2006)** “Penetapan target atau tujuan perusahaan untuk waktu yang singkat yang pada umumnya satu hingga tiga tahun”. Dari kedua penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa visi adalah tujuan

jangka panjang yang akan tercapai apabila misi yang telah ditentukan telah tercapai. Berikut adalah visi dan misi dari *W – Trip Service* :

1. Visi

Menjadi perusahaan yang berintegritas dengan memberikan pelayanan yang berkualitas untuk memastikan kepuasan para pelanggan.

2. Misi

- Memberikan kenyamanan pada para pelanggan.
- Bersikap profesional.
- Inovatif dalam memberikan pelayanan.

B. LOKASI USAHA

Lokasi yang akan dijadikan tempat bisnis adalah di Bandung di Jl. Cihampelas 51, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40116. Lokasi ini mempunyai ruangan yang luas bagi para supir untuk beristirahat dan operator yang dapat mengatur keberangkatan para supirnya.

Lokasi ini sangat strategis berada ditengah tengah kota dengan hotel berbintang di kota Bandung sehingga dapat memudahkan perusahaan untuk membuat kerjasama antar hotel sekitar.



Gambar 1 : Lokasi Usaha

C. LOGO USAHA

Menurut **Herdi Sularko, dkk (2008: 6)** “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.” Menjadi sebuah identitas tersendiri untuk logo perusahaan untuk mudah diingat oleh calon pelanggan kita dan juga untuk membedakan dari para competitor lainnya.



Gambar 2 : Logo Perusahaan

Logo perusahaan yang telah penulis rancang untuk menjadi sebuah identitas dari perusahaan. Beberapa unsur dan makna yang akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Mobil

Menjadi tujuan utama untuk memperkenalkan jenis bisnis kepada calon pelanggan yaitu transportasi mobil. Karena ini mudah untuk dipahami oleh calon pelanggan yang akan mencari jasa – jasa penyewaan mobil.

b. Warna Hitam

Warna hitam yang mempunyai arti dari elegan, kecanggihan, dan kekuatan. Sehingga perusahaan mempunyai kekuatan untuk bersaing dengan para kompetitor lainnya dengan produk yang mempunyai elegan dan kecanggihan didalamnya.

c. Warna Kuning

Warna yang memberikan kesan rasa bahagia dan seolah ingin menimbulkan rasa untuk bermain. Dengan kata lain warna kuning juga mengandung makna optimis, semangat, dan ceria. Oleh karena itu perusahaan

yang akan penulis rancang akan memberika rasa bahagia kepada calon pelanggan yang akan menggunakan jasa perusahaan.

d. Warna Biru

Strip biru pada tulisan, dalam dunia bisnis biasanya disebut sebagai warna *corporate*. Dikarenakan warna biru mempunyai arti dari kepercayaan dan profesional. Para calon pelanggan akan loyal menggunakan jasa kita apabila kita memberikan rasa kepercayaan dan profesional kepada calon pelanggan.

e. Warna Putih

Warna tulisan yang diberikan adalah warna putih yang menyimbolkan kesederhanaan pada jasa yang akan dipesan oleh calon pelanggan dan memberikan kebebasan para calon pelanggan untuk menggunakan jasa dari perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriansyah. (2015). *Manajemen Transportasi dalam Kajian dan Teori*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr Moestopo Beragama : Jakarta Pusat.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- David, Fred R. (2006). *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh. Penerbit Salemba Empat : Jakarta.
- David, Fred R. (2005). *Strategic Marketing, Concept & Cases*. 10th Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Dessler, Gary. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Effendy, Onong Uchjana. (2006). *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya.
- Garrison, Ray H dan Brewer Norren. (2014). *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Halim, Abdul. (2007). *Akuntansi Sektor Publik : Akuntansi Keuangan Daerah*. Salemba Empat: Jakarta.
- Hansen & Mowen. (2004). *Manajemen Biaya, Edisi Bahasa Indonesia*. Buku Kedua. Jakarta: Salemba Empat.

- Heizer & Render. (2009). *Manajemen Operasi Buku*. Buku 1 Edisi 9. Jakarta: Salemba 4.
- Herman. (2006). *Manajemen Keuangan*, Bumi Aksara. Jakarta.
- Hermawan, Agus. (2013). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Catatan Keempat. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kieso, Weygandt, & Warfield. (2010). *Intermediate Accounting*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2014). *Principles of Marketing*. 12th Edition. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kuswadi. (2005). *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Landa, Robin. (2006). *Designing Brand Experiences*. Thomson Delmar Learning.
- Lovelock, Wirtz, dan Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Miro, Fidel. (2012). *Pengantar Sistem Transportasi*. Penerbit Erlangga.

- Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi*. Edisi Tiga. Jakarta : Salemba Empat.
- Munawir. (2002). *Analisis Informasi Keuangan*. Edisi Pertama. Yogyakarta:
Liberty Yogya
- Munawir. (2004). *Analisis Laporan Keuangan*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Munawir. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Kesebelas. Liberti.
Yogyakarta.
- Nasution, M. N. (2010). *Manajemen Transportasi*. Edisi Ketiga, Penerbit Ghalia
Indonesia.
- Nafarin. (2011). *Penganggaran Perusahaan*. Edisi Pertama. Salemba Empat:
Jakarta.
- Robbins dan Coulter. (2007). *Manajemen*. Edisi Kedelapan. Jakarta : PT Indeks.
- Rudianto. (2012). *Pengantar Akuntansi Konsep & Teknik Penyusunan Laporan
Keuangan*. Penerbit : Erlangga Jakarta.
- Saladin, Djaslim. (2003). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*.
Cetakan Ketiga, Bandung : Linda Karya.
- Sailendra, Annie. (2015). *Langkah-Langkah Praktis Membuat SOP*. Cetakan
Pertama. Trans Idea Publishing, Yogyakarta. Moekijat. 2008. Adminitrasi
Perkantoran. Bandung: Mandar Maju.
- Sartono, Agus. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat.
Yogyakarta. BPF

- Sayuti, A. Jalaluddin. (2015). *Pengantar Bisnis Dalam Perspektif Aktivitas dan Kelembagaan*. Penerbit Alfabeta : Bandung.
- Simamora, Henry. (2000). *Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Siswanto Sutojo, (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Penerbit: Damar Mulia Pustaka. Jakarta.
- Soegoto, Eddy Soeryanto. (2009). *Entrepreneurship*. Edisi Pertama. Jakarta : PT. Elek Media Komputindo.
- Sularko, Herdi dan Victor N. Prawata. (2008). *How do They Think*. Mosher Publishing.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset
- Szymanski, D.M. and Henard, D.H. (2001). *Customer Satisfaction: A Meta-Analysis of the Empirical Evidence*. Journal of the Academy of Marketing Science, 29, 16-35.
- Tofik, Moch. (2010). *Panduan Praktisi Membuat Aplikasi Penggajian Dengan Excel 2007*. Jakarta:Penerbit Mediakita.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi.
- Wijayanto, Dian. (2012). *Pengantar Manajemen*. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Wells, Burnett; Moriarty. (2003). *Advertising Principles and Practice*. Cetakan VI, Prentice Hall

Yani, H. M. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Asli. Penerbit: Mitra Wacana Media. Jakarta.

KUHD pasal 19 mengenai CV.

Pasal 1 ayat 30 UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.

Pasal 88 ayat 1 No. 13/2003 tentang Pengupahan yang Melindungi Pekerja/Buruh.