

BAB XII

PROYEKSI FINANSIAL

12.1 Harga Produk

Berikut merupakan keseluruhan harga produk Ramuin :

Tabel 12. 1 Harga Produk Ramuin

Harga Produk Ramuin dalam rupiah				
No.	Nama Produk	HPP	Margin	Harga Produk
1	Wedang Jahe Jeruk	9,575	20,425	30,000
2	Bir Pletok Apel	8,965	21,035	30,000
3	Wedang Jahe (Sachet)	5,525	19,475	25,000
4	Bir Pletok (Sachet)	5,507	19,493	25,000
5	Wedang Jahe On The Go	1,480	8,520	10,000
6	Bir Pletok On The Go	1,476	8,524	10,000

Sumber : data pribadi

12.2 Proyeksi Finansial

1. *Capital Expenditure*

Tabel 12. 2 *Capital Expenditure*

Capital Expenditure dalam rupiah		
No	Investasi	Total
1	Peralatan dan Perlengkapan	326.411.425
2	Biaya Renovasi <i>Central Kitchen</i>	350.000.000
3	Perizinan BPOM	1.800.000
4	Sertifikasi Halal MUI	21.000.000
5	Jasa Pembuatan PT (termasuk akta notaris, SK Menkumham, SIUP, NPWP, SKT, Ijin Lokasi, NIB dari OSS)	6.000.000
TOTAL (dalam bentuk rupiah)		705.211.425

Sumber : dokumen pribadi

Capital expenditure yang dibutuhkan dalam bisnis ini mencakup peralatan dan perlengkapan, biaya renovasi *central kitchen* sebagai *outlet*, kantor, pusat produksi, dan gudang, lalu perizinan BPOM untuk masing-masing varian produk, sertifikat halal MUI, dan jasa pembuatan PT yang di dalamnya sudah

termasuk akta notaris, Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (SK Menkumham), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Keterangan Terdaftar Perusahaan (SKT), Ijin Lokasi, Nomor Induk Berusaha (NIB) dari *Online Single Submission* (OSS). Total capital expenditure yang dibutuhkan adalah Rp.705,211,425 yang dibutuhkan di awal pembukaan usaha.

2. Biaya operasional dan pemasaran

Tabel 12. 3 Biaya Operasional dan Pemasaran

OPEX & Marketing Expenditure dalam rupiah		
No	Investasi	Total
1	Kebutuhan Operasional 6 bulan	819.319.910
2	<i>Promotion Levy Outlet</i> Ashta District 8	5.400.000
3	Registrasi TADA	20.000.000
TOTAL (dalam bentuk rupiah)		844.719.910

Sumber : dokumen pribadi

Untuk biaya operasional, dana yang dibutuhkan untuk operasional hanya untuk 6 bulan pertama, dikarenakan dalam proyeksi laba/rugi jumlah laba yang diakumulasikan setelah operasional selama 6 bulan menunjukkan bahwa setelahnya Ramuin dapat berjalan secara mandiri untuk biaya operasional 2 bulan selanjutnya. Hal ini menandakan bahwa Ramuin sudah cukup mandiri setelah 6 bulan operasional. Untuk biaya pemasaran termasuk kebutuhan *promotion levy* untuk *outlet* Ashta District 8 selama 5 tahun dan biaya registrasi awal aplikasi TADA untuk *customer loyalty*. Total biaya operasional dan pemasaran yang dibutuhkan adalah Rp.844,719,910.

3. Jumlah investasi awal

Tabel 12. 4 Jumlah Investasi Awal

Investasi Awal dalam rupiah		
No	Investasi	Total
1	<i>Capital Expenditure</i>	705.211.425
2	Biaya Pemasaran	25.400.000
3	Biaya Operasional	819.319.910
TOTAL (dalam bentuk rupiah)		1.549.931.335

Sumber : dokumen pribadi

Jumlah investasi awal yang dibutuhkan bisnis ini mencakup *capital expenditure*, biaya pemasaran, dan biaya operasional awal dengan total sebesar Rp.1,549,931,335.

4. Proyeksi penjualan

Proyeksi Penjualan Tahun 2021

Tabel 12. 5 Proyeksi Penjualan Tahun 2021

Total Proyeksi Penjualan Ramuin per channel pada tahun 2021										
No.	Channel	Mei 2021	Jun 2021	Jul 2021	Agus 2021	Sep 2021	Okt 2021	Nov 2021	Des 2021	TOTAL
1	<i>Central Kitchen</i>	1,500	1,500	1,675	1,825	1,985	2,135	2,305	2,650	15,575
2	Ashta District 8	2,400	2,500	2,650	3,175	3,325	3,695	3,475	5,150	26,370
3	GoFood	1,100	1,000	1,065	1,145	1,275	1,275	1,425	1,825	10,110
4	GrabFood	1,100	1,000	1,065	1,145	1,275	1,275	1,425	1,825	10,110
5	Tokopedia	1,100	1,000	1,065	1,145	1,275	1,275	1,425	1,825	10,110
6	Shopee	1,100	1,000	1,065	1,145	1,275	1,275	1,425	1,825	10,110
TOTAL (dalam bentuk unit)		8,300	8,000	8,585	9,580	10,410	10,930	11,480	15,100	82,385

Sumber : dokumen pribadi

Proyeksi Penjualan Tahun 2022
Tabel 12. 6 Proyeksi Penjualan Tahun 2022

Total Proyeksi Penjualan Ramuin per channel pada tahun 2022														
No.	Channel	Jan 2022	Feb 2022	Mar 2022	Apr 2022	Mei 2022	Jun 2022	Jul 2022	Agus 2022	Sep 2022	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022	TOTAL
1	Central Kitchen	1,510	1,800	1,520	1,910	1,780	1,540	2,000	2,140	2,300	2,440	2,640	2,740	18,680
2	Ashta District 8	2,350	2,550	2,550	3,800	3,375	3,540	3,800	3,400	3,610	3,820	4,050	5,350	21,460
3	GoFood	1,115	1,380	1,170	1,350	1,300	1,310	1,420	1,510	1,600	1,690	1,780	2,250	17,875
4	GrabFood	1,115	1,380	1,170	1,350	1,300	1,310	1,420	1,510	1,600	1,690	1,780	2,250	17,875
5	Tokopedia	1,060	1,380	1,170	1,400	1,430	1,180	1,250	1,320	1,390	1,460	1,530	2,100	16,670
6	Shopee	1,060	1,380	1,170	1,400	1,430	1,180	1,250	1,320	1,390	1,460	1,530	2,100	16,670
TOTAL (dalam bentuk unit)		8,210	9,870	8,750	11,210	10,615	10,060	11,140	11,200	11,890	12,560	13,310	16,790	109,230

Sumber : dokumen pribadi

Proyeksi Penjualan Tahun 2023
Tabel 12. 7 Proyeksi Penjualan Tahun 2023

Total Target Penjualan Ramuin per channel pada tahun 2023														
No.	Channel	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023	Apr 2023	Mei 2023	Jun 2023	Jul 2023	Agus 2023	Sep 2023	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	TOTAL
1	Central Kitchen	2,230	2,490	2,250	2,560	2,240	2,290	2,430	2,410	2,470	2,525	2,550	3,100	29,545
2	Ashta District 8	4,000	4,350	3,700	4,500	3,875	3,380	4,750	4,275	4,450	4,550	5,000	5,900	52,730
3	GoFood	1,250	1,680	1,270	1,530	1,410	1,490	1,570	1,650	1,730	1,810	1,890	2,230	19,510
4	GrabFood	1,250	1,680	1,270	1,530	1,410	1,490	1,570	1,650	1,730	1,810	1,890	2,230	19,510
5	Tokopedia	1,570	2,010	1,580	1,870	1,760	1,780	1,940	2,030	2,120	2,210	2,300	2,770	23,940
6	Shopee	1,570	2,010	1,580	1,870	1,760	1,780	1,940	2,030	2,120	2,210	2,300	2,770	23,940
TOTAL (dalam bentuk unit)		11,870	14,220	11,650	13,860	12,455	12,210	14,200	14,045	14,620	15,115	15,930	19,000	169,175

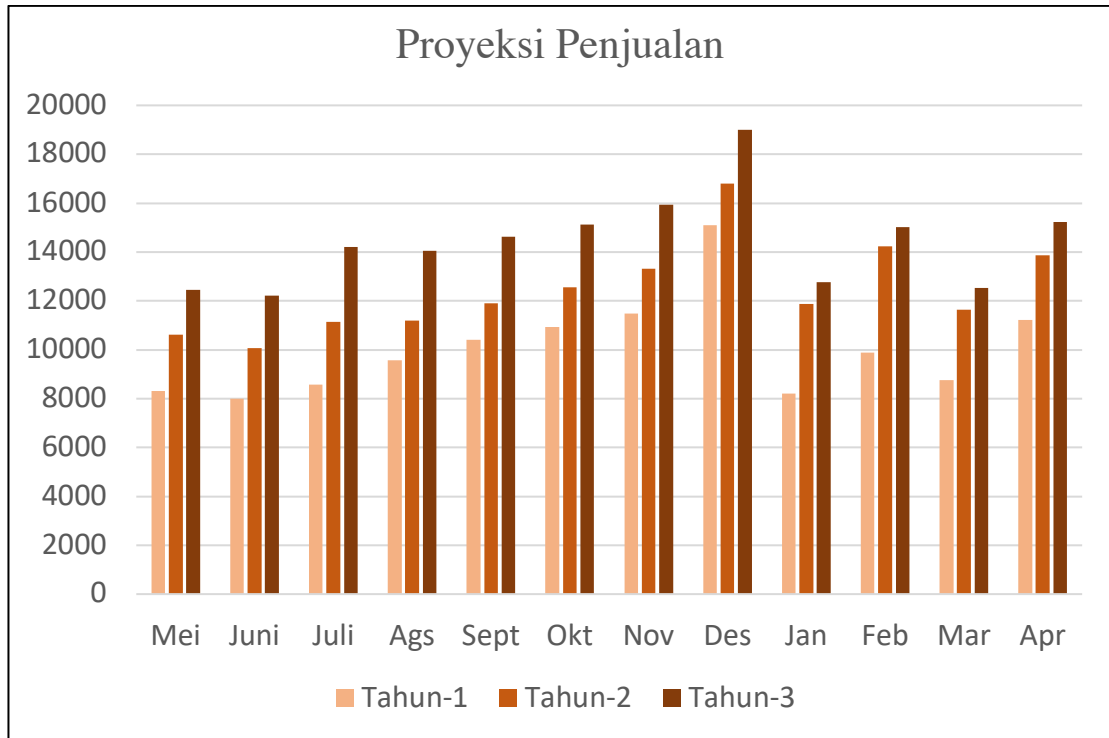
Sumber : dokumen pribadi

Proyeksi Penjualan Tahun 2024
Tabel 12. 8 Proyeksi Penjualan Tahun 2024

Total Target Penjualan Ramuin per <i>channel</i> pada tahun 2024						
No.	Nama Produk	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	TOTAL
1	<i>Central Kitchen</i>	2,350	2,575	2,375	2,950	10,250
2	Ashta District 8	4,180	4,530	3,870	4,610	17,190
3	GoFood	1,390	1,805	1,410	1,685	6,290
4	GrabFood	1,390	1,805	1,410	1,685	6,290
5	Tokopedia	1,725	2,150	1,730	2,150	7,755
6	Shopee	1,725	2,150	1,730	2,150	7,755
TOTAL (dalam bentuk unit)		12,760	15,015	12,525	15,230	55,530

Sumber : dokumen pribadi

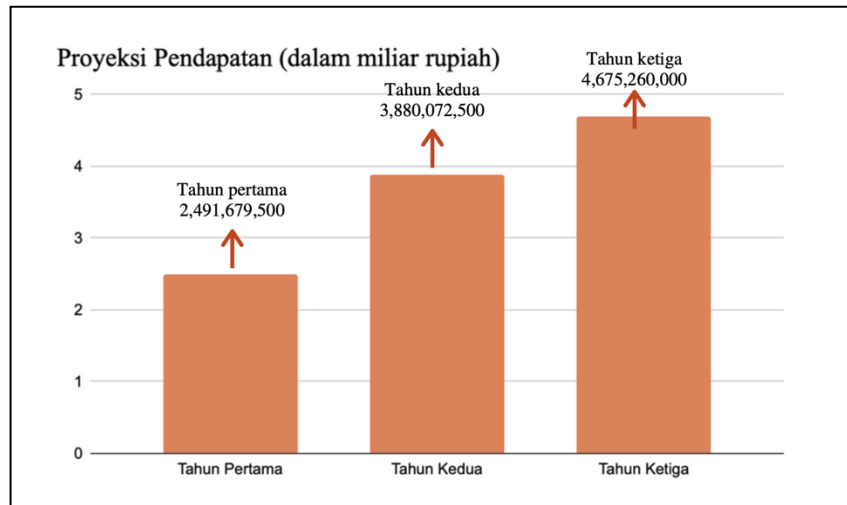
Berdasarkan tabel proyeksi penjualan, maka dapat diketahui bahwa penjualan terbesar berasal dari *outlet* Ashta District 8, selanjutnya adalah penjualan di *outlet central kitchen*, lalu saluran *E-commerce*. Berdasarkan perbandingan total penjualan antara tahun 2021 dengan tahun 2022 maka terdapat prediksi peningkatan secara signifikan. Peningkatan ini sangat tinggi dikarenakan pada tahun 2021 kegiatan operasional dimulai dari bulan Mei, serta terdapat banyak hal yang harus dipersiapkan terlebih dahulu seperti pembukaan *outlet*, dan melakukan promosi di awal sedangkan pada tahun 2022 hingga 2024 bisnis ini sudah berjalan dengan lebih mandiri dan memiliki *traffic* transaksi yang lebih tinggi di masing-masing saluran distribusi.



Gambar 12. 1 Grafik Proyeksi Penjualan Ramuin
 Sumber : dokumen pribadi

Grafik proyeksi penjualan dimulai dari bulan Mei 2021 hingga April 2024. Berdasarkan grafik proyeksi penjualan dari tahun ke tahun, diprediksi bahwa penjualan cenderung terus meningkat. Dari tahun pertama hingga tahun ketiga, grafik penjualan diproyeksikan akan meningkat secara signifikan. Selain itu, terdapat beberapa bulan yang memiliki penjualan yang lebih tinggi seperti bulan Februari dengan adanya *event* imlek dan valentine, bulan April dan Mei dengan adanya *event* paskah, puasa, dan hari raya idul fitri, dan pada bulan Desember dengan adanya *event* natal. Selanjutnya, penjualan di akhir tahun akan cenderung lebih tinggi dikarenakan diprediksi akan ada banyak pertemuan akhir tahun di dalam korporasi, dimana salah satu target konsumen Ramuin, *businesswoman*, merupakan salah satu dari bagian korporasi. Berdasarkan perbandingan proyeksi penjualan dari tahun kedua dengan tahun ketiga terlihat bahwa terdapat peningkatan secara signifikan, dengan proyeksi peningkatan yang dapat disesuaikan dengan tahun sebelumnya.

5. Proyeksi Pendapatan



Gambar 12. 2 Grafik Proyeksi Pendapatan

Sumber : dokumen pribadi

Proyeksi pendapatan tahunan menggambarkan operasional dari bulan Mei hingga April di tahun berikutnya. Berikut merupakan tabel proyeksi pendapatan dari tahun pertama hingga tahun ketiga dengan perhitungan total setiap bulannya. Perbandingan dari bulan ke bulan mengikuti perkembangan dari grafik target penjualan 12.1. Dari hasil proyeksi pendapatan, maka diketahui bahwa dari tahun pertama hingga tahun ketiga pendapatan mengalami peningkatan secara signifikan dengan lebih dikenalnya produk Ramuin dari saluran distribusi yang digunakan.

6. Proyeksi Biaya Operasional dan Pemasaran

Tabel 12. 9 Proyeksi Biaya Operasional dan Pemasaran

Proyeksi Biaya Operasional dan Pemasaran	
Tahun	Biaya Operasional
2021	678,595,000
2022	1,214,670,540
2023	1,359,087,540
2024	479,290,077

Sumber : dokumen pribadi

Berikut merupakan proyeksi pengeluaran Ramuin, dengan sub-bagian berupa tas kemasan, segel, biaya listrik, biaya air, biaya gas, biaya internet dan telepon, biaya

sewa, servis *tenant*, biaya gaji, dan biaya pemasaran. Setiap tahun biaya operasional meningkat dengan adanya peningkatan performa perusahaan dari segi kapasitas produksi, dan penambahan sumber daya.

7. Proyeksi Laba/Rugi

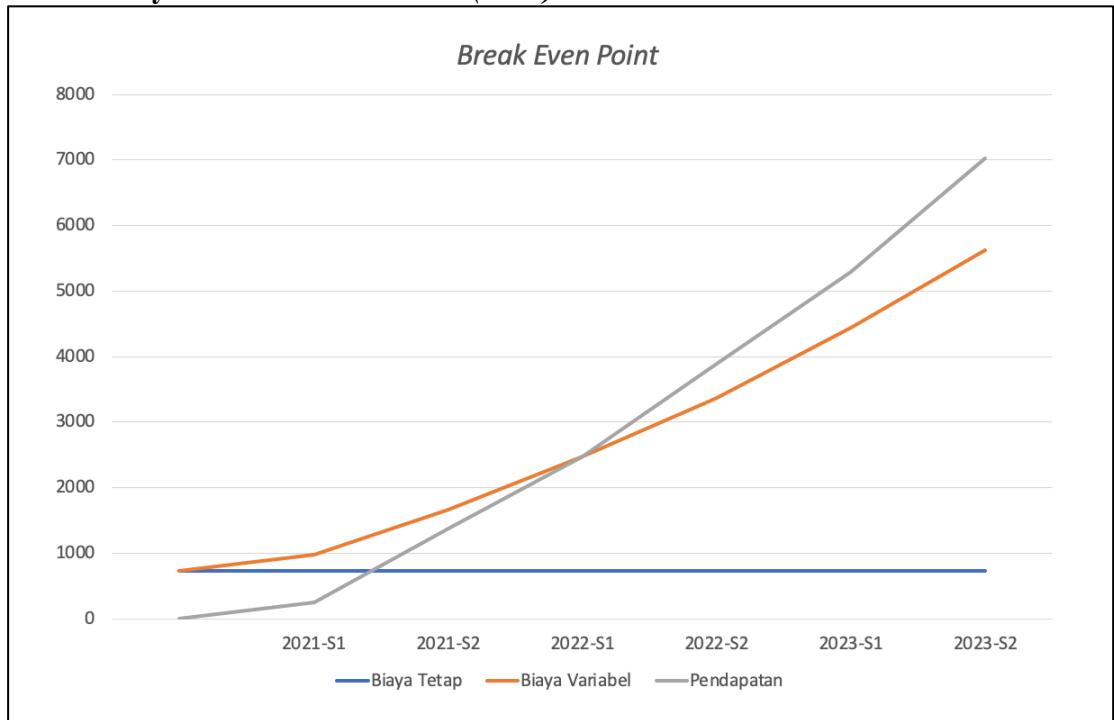
Tabel 12. 10 Proyeksi Laba Rugi

Income Statement dalam rupiah					
No.	Nama Produk	2021	2022	2023	2024
1	Total Pemasukan	1,686,695,500	2,796,977,000	3,513,497,000	1,161,763,000
2	Harga Pokok Penjualan	69,780,230	86,212,820	70,336,260	88,838,580
3	Biaya Operasional	119,444,288	120,342,888	119,179,248	120,323,654
Laba/Rugi		551,297,410	819,036,230	1,203,144,785	367,305,033

Sumber : dokumen pribadi

Tabel proyeksi laba/rugi menggambarkan jumlah pemasukan yang dikurangi harga pokok penjualan, dan biaya operasional. Total keuntungan pada tahun 2021 adalah Rp.551.297.410. Pada tahun 2022 keuntungan mencapai Rp.819.036.230. Jumlah keuntungan pada tahun 2021 lebih rendah dikarenakan pada awal pembukaan usaha dan adanya pembayaran biaya operasional di awal yang cukup besar, serta biaya pemasaran (*influencer*) untuk memperkenalkan produk Ramuin kepada khalayak luas. Pada tahun 2022 hingga 2024 jumlah keuntungan Ramuin mengalami peningkatan dikarenakan jumlah penjualan yang lebih tinggi, akan tetapi diikuti oleh kenaikan biaya operasional dengan lebih banyaknya kebutuhan tenaga kerja dan kebutuhan operasional produksi.

8. Proyeksi *Break Even Point* (BEP)



Gambar 12. 3 Grafik Proyeksi *Break Even Point*

Sumber : dokumen pribadi

Grafik pendapatan menggambarkan total pendapatan yang didapatkan oleh Ramuin, dengan grafik pengeluaran menggambarkan total biaya tetap (*fixed cost*) dengan biaya variabel (*variable cost*) dalam transaksi jutaan rupiah. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka diketahui bahwa, Ramuin akan mencapai titik BEP di tahun 2022 semester kedua, atau tepatnya pada bulan Juli tahun 2022.

9. Proyeksi Arus Kas

Tabel 12. 11 Proyeksi Arus Kas

Proyeksi Arus Kas pada tahun 2021 hingga 2024 dalam rupiah				
Nama	2021	2022	2023	2024
Modal Awal	1,549,931,335			
Kas Masuk	1,686,695,500	2,796,977,000	3,513,497,000	1,161,763,000
Kas Keluar	1,135,398,090	1,977,940,770	2,298,352,215	794,457,967
Arus Kas	2,101,228,745	2,920,264,975	4,135,409,760	4,502,714,793

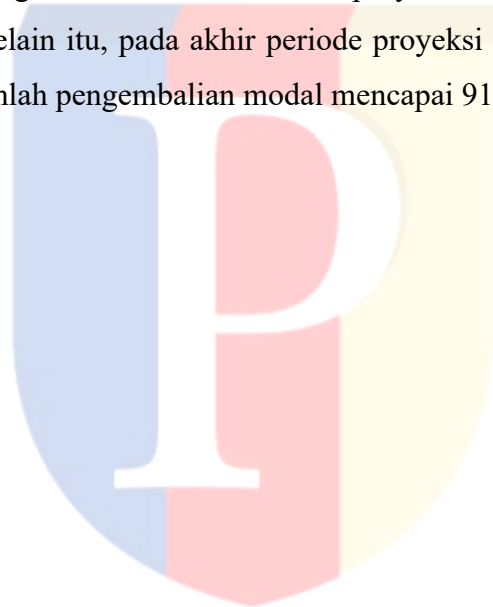
Sumber : dokumen pribadi

Tabel berikut menunjukkan proyeksi arus kas Ramuin untuk operasional dari bulan Mei 2021 hingga April 2024. Total proyeksi arus kas mencapai Rp.4.502.714.793 di akhir April 2024, dengan peningkatan sebesar Rp2.952.783.458 dari modal awal.

10. Proyeksi Besaran dan Jangka Waktu ROI

$$\begin{array}{l} \text{ROI -->} \frac{\text{Rp2,952,783,458} \quad - \quad \text{Rp1,549,931,335}}{\text{Rp1,549,931,335}} \times 100\% \\ \text{-->} \quad \quad \quad 91\% \end{array}$$

Penghitungan ROI pada Ramuin dilakukan dengan mengurangi jumlah arus kas Ramuin dengan total investasi awal, dibagi dengan total investasi awal, dan dikalikan seratus. Pengembalian modal awal diproyeksikan tercapai pada bulan Maret tahun 2023. Selain itu, pada akhir periode proyeksi keuangan bisnis ini di bulan April 2024, jumlah pengembalian modal mencapai 91% dari investasi awal.



BAB XIII

ANALISIS RISIKO & *EXIT STRATEGY*

- **Analisis risiko**

Masalah paling signifikan yang mungkin terjadi pada bisnis F&B merupakan risiko operasional. Sebelum pembukaan usaha, tim Ramuin telah melakukan perencanaan operasional bisnis secara detail dan akurat. Namun, masalah ini sering kali tidak dapat dihindari. Masalah paling umum dalam risiko operasional adalah kegagalan pemasaran dan penjualan. Manajemen gagal menembus pasar yang juga menyebabkan kegagalan penjualan. Program yang dibuat harus sesuai dengan kebutuhan dan tren saat ini dalam proses operasional. Jika penjualan juga tidak dapat mencapai target dan gagal secara bersamaan, hal tersebut dapat menimbulkan masalah keuangan yang signifikan bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan dan menjalankan bisnis.

- ***Exit strategy***

Strategi yang dapat dilakukan adalah akuisisi usaha. Ramuin dapat dijual kepada investor yang tertarik dengan konsep bisnis ini, dengan penawaran harga tertentu (sesuai dengan kondisi). Dengan demikian, kepemilikan dari usaha juga diubah sesuai dengan nama pemilik selanjutnya. Akan tetapi, jika akuisisi usaha tidak memungkinkan untuk dilakukan, maka langkah pertama yang akan dilakukan Ramuin adalah memaksimalkan penjualan dengan melakukan banting harga untuk menghabiskan inventori. Sisa uang yang dimiliki akan dialokasikan untuk pembayaran hutang (jika ada), dan melakukan penjualan aset. Setelahnya perusahaan dapat menyatakan pailit atau penutupan usaha secara permanen.

BAB XIV

KESIMPULAN

Untuk menutup proyek bisnis ini, berikut adalah beberapa alasan mengapa bisnis Ramuin *feasible* untuk dijalankan dan mengapa investor harus melakukan investasi di Ramuin:

1. Keunggulan produk

Hingga saat ini, Ramuin merupakan satu-satunya produsen minuman tradisional yang praktis namun tetap alami dan berkhasiat. Hal ini menjadi nilai keunggulan Ramuin apabila dibandingkan dengan kompetitor saat ini.

2. Pertumbuhan bisnis yang cepat

Penjualan produk Ramuin diproyeksikan akan terus berkembang dalam beberapa tahun setelah pembukaannya. Tidak hanya itu, dengan penggunaan mesin untuk mendukung kegiatan operasional Ramuin juga merupakan bisnis yang mampu untuk memproduksi produk dalam skala menengah hingga besar sehingga pertumbuhan bisnis akan semakin cepat.

3. Diterima cukup baik di masyarakat

Dengan produk yang unggul dan unik, serta praktis dan alami, produk Ramuin tentunya dapat diterima dengan mudah di kalangan masyarakat Indonesia.