

## **BAB IV**

### **PERENCANAAN STRATEGIS DAN PROYEKSI FINANCIAL**

#### **4.1 Perencanaan Organisasi dan Sumber Daya Manusia**

1. Finance

Finance bertanggung jawab pada pengelolaan, pengalokasian dana, serta melakukan transaksi jual beli pada perusahaan. Selain itu, finance juga harus bertanggung jawab akan kebutuhan uang kas di suatu perusahaan (DA:UN). Tugas utama di DA:UN adalah untuk mengatur pembelian produk seperti sayur, buah, serta kebutuhan lainnya. Finance di DA:UN juga akan bertanggung jawab untuk melakukan pembukuan untuk mengetahui uang yang masuk dan uang yang keluar nantinya. Terakhir, Finance juga harus melakukan analisa pada keuangan agar tidak terjadi pembelian yang berlebihan dan berefek pada kerugian perusahaan

2. Marketing

Marketing bertanggung jawab atas mencari tahu kebutuhan serta memenuhi kebutuhan dari konsumen, serta bertanggung jawab untuk melakukan promosi dan membuat iklan penjualan untuk menarik konsumen yang nantinya akan terjadi transaksi. Tugas utama marketing di DA:UN adalah untuk mencari tahu kebutuhan konsumen seperti apa, serta untuk membuat iklan serta mengiklankan produk kepada konsumen, terutama target konsumen yang sudah di rencanakan.

3. Supervisor

Supervisor bertanggung jawab untuk mengawasi kinerja dari karyawan pada suatu perusahaan. Tidak hanya mengawasi kinerja, supervisor juga bertanggung jawab untuk menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, sehingga karyawan dapat bekerja dengan nyaman. Tugas supervisor di DA:UN adalah mengawasi kinerja production staff, melaksanakan tugas produksi secara langsung, dan bertanggung jawab jika ada masalah terhadap konsumen, serta memotivasi karyawan adalah hal yang patut di perhatikan.

#### 4. Production Staff

Production staff bertanggung jawab untuk melakukan pengecekan pada barang yang baru sampai di dampingi oleh finance. Selain itu, production staff bertanggung jawab atas produk yang sudah di beli sehingga tidak adanya *food wasting* serta membantu untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan melakukan transaksi dengan konsumen secara langsung. Production staff di DA:UN harus bisa bertanggung jawab pada proses produksi dari bahan baku hingga di berikan kepada konsumen. Selain itu, mereka juga harus mengontrol pengaturan bahan baku agar tidak terjadi pembuangan bahan baku yang sia-sia

## 4.2 Strategi dan Rencana Pemasaran

### 4.2.1 Rencana Pemasaran Jangka Panjang

Untuk rencana pemasaran yang akan dilakukan pada jangka waktu lama adalah dengan mengandalkan sosial media sebagai media utama untuk melakukan promosi dan pemasaran produk. Seperti yang kita ketahui, sosial media sangat digemari oleh berbagai kalangan. Dengan memanfaatkan *infulencer* yang sudah terkenal di sosial media, promosi akan dapat terus terlaksana. Budget sudah di siapkan untuk melakukan promosi pada sosial media dengan memanfaatkan *influencer* untuk melakukan promosi di sosial media mereka masing-masing.

### 4.2.2 Rencana Pemasaran per Tahun

*Annual event* akan terus di perbaharui sesuai dengan kebutuhan konsumen. Berikut adalah beberapa rencana yang sudah di susun untuk tahun pertama, 2022: Febuari - Maret

Event tahun baru digabung dengan event opening. Memberikan diskon kepada konsumen serta melakukan promosi besar-besaran sehinggann calon konsumen tertarik dengan DA:UN dan datang untuk membeli. Di 3 bulan ini, terdapat beberapa hari raya, seperti valentine dan imlek. Pada hari raya tersebut,

DA:UN akan memberikan promosi seperti buy 1 get 1 dan harga yang lebih murah jika membeli beberapa produk sekaligus.

April - Juni

Pada 3 bulan selanjutnya, terdapat beberapa hari raya seperti paskah, hari buruh, dan Idul Fitri. Beberapa promo seperti tambahan menu pada hari raya tertentu akan dilakukan. Penambahan produk secara spesifik seperti pada hari raya paskah akan ada produk bertemakan telur atau potongan harga.

Juli - September

Ada event Idul Adha, Islamic New Year, hari Kemerdekaan Indonesia. Promosi seperti potongan harga akan dilakukan karena pada 3 bulan ini karena sangat banyak hari libur pada 3 bulan tersebut. Bantuan dari *influencer* akan sangat dibutuhkan untuk menaikkan promosi di DA:UN

Oktober - Desember

Terdapat event Maulid Nabi Muhammad ( Islamic Event ), Hari ibu dan ayah, serta hari raya natal. Pada akhir tahun akan ada promo besar-besaran. Pada 3 bulan terakhir ini, penjualan produk harus di kejar agar sesuai target penjualan. Event akan berlangsung lebih besar dibandingkan event sebelumnya. Serta tambahan dekor pada restoran, akan lebih menarik konsumen.

Selanjutnya, akan ada penambahan menu dan terus melakukan inovasi terhadap makanan sehat.

### **4.3 Customer Relationship Plan**

Membership adalah salah satu opsi terbaik untuk mendapatkan relasi dengan konsumen. Membership bisa didapatkan dengan mendaftarkan diri pada kasir salah satu outlet DA:UN. Dengan memberikan KTP atau tanda pengenal lain, production staff akan mendaftarkan konsumen untuk membership. Kegunaan membership di DA:UN, pertama konsumen bisa mendapatkan poin setiap pembelian produk. Poin tersebut dapat dikumpulkan dan tidak akan hangus walau tidak digunakan. Poin yang dikumpulkan nantinya akan ditukarkan dengan produk lainnya. Kegunaan membership juga diprioritaskan untuk mendapatkan promo khusus membership, serta mendapat promo yang lebih besar dari promo

yang diadakan setiap bulannya. Mendapatkan produk gratis pada hari raya tertentu seperti hari raya ulang tahun pemilik kartu member, serta masih banyak keuntungan dari memiliki membership tersebut.

#### **4.4 *Timeline***

Perencanaan bisnis DA:UN sudah dilakukan sejak akhir Agustus hingga saat ini. Perencanaan dilakukan untuk mengetahui kelemahan serta kelebihan dari bisnis yang akan di jalankan nantinya. Serta mengetahui daya saing bisnis ini dengan kompetitor yang sudah bergerak di bidangnya sejak lama. Tahap pembangunan akan dimulai ketika perencanaan sudah matang dan mendapatkan investor yang siap pula. Dengan begitu, pembangunan DA:UN akan lebih mudah terlaksana dan lebih lancar ketika melakukannya. Tahap perekrutan akan dilakukan sembari pembangunan restoran. Perekrutan akan selesai pada pertengahan Januari 2022, bersamaan dengan selesainya pembangunan restoran. Finishing serta pelatihan production staff dilaksanakan kurang lebih 1 minggu agar staff dapat mengerti seluk-beluk restoran, serta mengetahui *product knowledge* dengan baik. Terakhir, melakukan media promosi dengan bantuan *influencer* yang sudah di cari sebelumnya. Saat soft opening, semua media influencer akan diundang untuk melakukan promosi secara langsung pada sosial media mereka masing-masing. Terakhir untuk grand opening akan dilaksanakan pada akhir Januari atau awal Febuari dan diundang kembali media influencer untuk menarik lebih banyak konsumen. Selanjutnya, operasional restoran akan berjalan seperti yang sudah di rencanakan sebelumnya.

#### **4.5 *Proyeksi Keuangan***

## I. OPEX

Tabel 4.5.1. OPEX

OPERATING EXPENSE (OPEX) PROJECTION						
EXPENSE POSTS	2022	2023	2024	2025	2026	TOTAL
GAJI	IDR 360.000.000	IDR 411.600.000	IDR 795.600.000	IDR 886.800.000	IDR 978.000.000	IDR 3.432.000.000
RENT	IDR 300.000.000	IDR 1.500.000.000				
FOOD LICENSE (BPOM)	IDR 1.200.000	IDR 6.000.000				
<b>TOTAL OPERATING EXPENSE</b>	<b>IDR 661.200.000</b>	<b>IDR 712.800.000</b>	<b>IDR 1.096.800.000</b>	<b>IDR 1.188.000.000</b>	<b>IDR 1.279.200.000</b>	<b>IDR 4.938.000.000</b>
MARKETING EXPENSE						
SAMPLE EXPENSE	IDR 150.000.000	IDR 100.000.000	IDR 100.000.000	IDR 75.000.000	IDR 50.000.000	IDR 475.000.000
ENDORSEMENT	IDR 450.000.000	IDR 250.000.000	IDR 450.000.000	IDR 250.000.000	IDR 250.000.000	IDR 1.650.000.000
EVENT	IDR 100.000.000	IDR 500.000.000				
<b>TOTAL MARKETING EXPENSE</b>	<b>IDR 700.000.000</b>	<b>IDR 450.000.000</b>	<b>IDR 650.000.000</b>	<b>IDR 425.000.000</b>	<b>IDR 400.000.000</b>	<b>IDR 2.625.000.000</b>
<b>TOTAL COST/EXPENSE</b>	<b>IDR 1.361.200.000</b>	<b>IDR 1.162.800.000</b>	<b>IDR 1.746.800.000</b>	<b>IDR 1.613.000.000</b>	<b>IDR 1.679.200.000</b>	<b>IDR 7.563.000.000</b>
SALARY						
SALARY	2022	2023	2024	2025	2026	TOTAL
FINANCE	IDR 60.000.000	IDR 61.200.000	IDR 62.400.000	IDR 64.200.000	IDR 66.000.000	IDR 313.800.000
MARKETING	IDR 48.000.000	IDR 55.200.000	IDR 56.400.000	IDR 58.200.000	IDR 60.000.000	IDR 277.800.000
SUPERVISOR	IDR 42.000.000	IDR 43.200.000	IDR 88.800.000	IDR 92.400.000	IDR 96.000.000	IDR 362.400.000
PRODUCTION STAFF	IDR 210.000.000	IDR 252.000.000	IDR 588.000.000	IDR 672.000.000	IDR 756.000.000	IDR 2.478.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>IDR 360.000.000</b>	<b>IDR 411.600.000</b>	<b>IDR 795.600.000</b>	<b>IDR 886.800.000</b>	<b>IDR 978.000.000</b>	<b>IDR 3.432.000.000</b>

## II. CAPEX

Tabel 4.5.2. CAPEX

CAPITAL EXPENDITURE (CAPEX) PROJECTION						
ITEM	UNIT	PRICE	UNIT NEEDED/STOR	UNIT NEEDED 2 ST	TOTAL	
DECORATION & INTERIOR	1	IDR 200.000.000	1	2	IDR 400.000.000	
BOOTH PORTABLE	1	IDR 3.500.000	5	10	IDR 35.000.000	
CUTTING KNIFE	1	IDR 500.000	4	8	IDR 4.000.000	
CUTTING BOARD	1	IDR 150.000	3	6	IDR 900.000	
STRAINER	1	IDR 75.000	2	4	IDR 300.000	
SLOW JUICER	1	IDR 2.500.000	2	4	IDR 10.000.000	
TRAY	1	IDR 75.000	8	16	IDR 1.200.000	
TIMBANGAN	1	IDR 250.000	2	4	IDR 1.000.000	
PLATE	1	IDR 30.000	30	60	IDR 1.800.000	
GLASS	1	IDR 30.000	30	60	IDR 1.800.000	
SPOON	1	IDR 5.000	40	80	IDR 400.000	
FORK	1	IDR 5.000	40	80	IDR 400.000	
KNIFE	1	IDR 5.000	40	80	IDR 400.000	
HAND MIXER	1	IDR 350.000	2	4	IDR 1.400.000	
PLAS CAMOIS/TOWEL	1	IDR 40.000	3	6	IDR 240.000	
PAN	1	IDR 250.000	2	4	IDR 1.000.000	
SPATULA	1	IDR 20.000	2	4	IDR 80.000	
FOOD GRADE HAND GLO	1	IDR 20.000	20	40	IDR 800.000	
FOOD TISSUE	1	IDR 25.000	20	40	IDR 1.000.000	
OIL BOTTLE (GLASS)	1	IDR 30.000	2	4	IDR 120.000	
<b>TOTAL CAPEX INVESTMENT</b>					<b>IDR 461.840.000</b>	
WORKING CAPITAL PROJECTION (MODAL KERJA)						
Jumlah uang yang diperlukan untuk membuat produk batch 1 (All COGS Produksi Batch 1)						<b>IDR 479.029.500</b>
<b>TOTAL INVESTMENT NEEDED</b>						
Jumlah modal investasi awal = CAPEX + OPEX bulan 1 + Working Capital Batch 1						<b>IDR 2.302.069.500</b>

## III. PRODUCT MASTER

Tabel 4.5.3. Product Master

PRODUCT MASTER			
PRODUCTS	COGS	MARGIN	SELLING PRICE
SALAD BOWL	32.108	47.892	IDR 80.000
SALAD WRAP	26.406	48.594	IDR 75.000
SMOOTHIES BOW	38.027	46.973	IDR 85.000
PROTEIN BAR	5.946	14.054	IDR 20.000

#### IV. CASH FLOW

Tabel 4.5.4. Cash Flow

CASH FLOW					
KETERANGAN	2022	2023	2024	2025	2026
Capital Investment	IDR 3.802.069.500				
Cash Increase	IDR 750.970.500	IDR 908.483.500	IDR 1.946.372.000	IDR 2.247.344.000	IDR 2.691.775.000
Cash Decrease	IDR 1.361.200.000	IDR 1.162.800.000	IDR 1.746.800.000	IDR 1.613.000.000	IDR 1.679.200.000
Closing Cash Balance	IDR 3.191.840.000	IDR 2.937.523.500	IDR 3.137.095.500	IDR 3.771.439.500	IDR 4.784.014.500

#### V. INCOME PROJECTION

Tabel 4.5.5. Income Projection

INCOME/REVENUE PROJECTION						
PRODUCTS	2022	2023	2024	2025	2026	TOTAL / ITEM
<b>SALAD BOWL</b>						
Unit Sold	4.500	5.500	12.000	14.000	17.000	53.000
Total Revenue	IDR 360.000.000	IDR 440.000.000	IDR 960.000.000	IDR 1.120.000.000	IDR 1.360.000.000	IDR 4.240.000.000
Total COGS	IDR 144.486.000	IDR 176.594.000	IDR 385.296.000	IDR 449.512.000	IDR 545.836.000	IDR 1.701.724.000
Net Income	IDR 215.514.000	IDR 263.406.000	IDR 574.704.000	IDR 670.488.000	IDR 814.164.000	IDR 2.538.276.000
<b>SALAD WRAP</b>						
Unit Sold	4.500	5.500	12.000	14.000	17.000	53.000
Total Revenue	IDR 337.500.000	IDR 412.500.000	IDR 900.000.000	IDR 1.050.000.000	IDR 1.275.000.000	IDR 3.975.000.000
Total COGS	IDR 118.827.000	IDR 145.233.000	IDR 316.872.000	IDR 369.684.000	IDR 448.902.000	IDR 1.399.518.000
Net Income	IDR 218.673.000	IDR 267.267.000	IDR 583.128.000	IDR 680.316.000	IDR 826.098.000	IDR 2.575.482.000
<b>SMOOTHIES BOWL</b>						
Unit Sold	4.500	5.500	12.000	14.000	17.000	53.000
Total Revenue	IDR 382.500.000	IDR 467.500.000	IDR 1.020.000.000	IDR 1.190.000.000	IDR 1.445.000.000	IDR 4.505.000.000
Total COGS	IDR 171.121.500	IDR 209.148.500	IDR 456.324.000	IDR 532.378.000	IDR 646.459.000	IDR 2.015.431.000
Net Income	IDR 211.378.500	IDR 258.351.500	IDR 563.676.000	IDR 657.622.000	IDR 798.541.000	IDR 2.489.569.000
<b>PROTEIN BAR</b>						
Unit Sold	7.500	8.500	16.000	17.000	18.000	67.000
Total Revenue	IDR 150.000.000	IDR 170.000.000	IDR 320.000.000	IDR 340.000.000	IDR 360.000.000	IDR 1.340.000.000
Total COGS	IDR 44.595.000	IDR 50.541.000	IDR 95.136.000	IDR 101.082.000	IDR 107.028.000	IDR 398.382.000
Net Income	IDR 105.405.000	IDR 119.459.000	IDR 224.864.000	IDR 238.918.000	IDR 252.972.000	IDR 941.618.000
<b>TOTAL UNIT SOLD/year</b>	<b>18.000</b>	<b>22.000</b>	<b>48.000</b>	<b>56.000</b>	<b>68.000</b>	<b>212.000</b>
<b>TOTAL REVENUE/year</b>	<b>IDR 1.230.000.000</b>	<b>IDR 1.490.000.000</b>	<b>IDR 3.200.000.000</b>	<b>IDR 3.700.000.000</b>	<b>IDR 4.440.000.000</b>	<b>IDR 14.060.000.000</b>
<b>TOTAL COGS/year</b>	<b>IDR 479.029.500</b>	<b>IDR 581.516.500</b>	<b>IDR 1.253.628.000</b>	<b>IDR 1.452.656.000</b>	<b>IDR 1.748.225.000</b>	<b>IDR 5.515.055.000</b>
<b>TOTAL NET INCOME</b>	<b>IDR 750.970.500</b>	<b>IDR 908.483.500</b>	<b>IDR 1.946.372.000</b>	<b>IDR 2.247.344.000</b>	<b>IDR 2.691.775.000</b>	<b>IDR 8.544.945.000</b>

## VI. INCOME PERFORMANCE

Tabel 4.5.6. Income Performance

INCOME STATEMENT PROJECTION (PROFIT/LOSS PERFORMANCE)						
KETERANGAN	2022	2023	2024	2025	2026	TOTAL
Sales / Revenue	IDR 1.230.000.000	IDR 1.490.000.000	IDR 3.200.000.000	IDR 3.700.000.000	IDR 4.440.000.000	IDR 14.060.000.000
COGS	IDR 479.029.500	IDR 581.516.500	IDR 1.253.628.000	IDR 1.452.656.000	IDR 1.748.225.000	IDR 5.515.055.000
Gross Profit	IDR 750.970.500	IDR 908.483.500	IDR 1.946.372.000	IDR 2.247.344.000	IDR 2.691.775.000	IDR 8.544.945.000
Operating Expense	IDR 661.200.000	IDR 712.800.000	IDR 1.096.800.000	IDR 1.188.000.000	IDR 1.279.200.000	IDR 4.938.000.000
Marketing Expense	IDR 700.000.000	IDR 450.000.000	IDR 650.000.000	IDR 425.000.000	IDR 400.000.000	IDR 2.625.000.000
Total Expense	IDR 1.361.200.000	IDR 1.162.800.000	IDR 1.746.800.000	IDR 1.613.000.000	IDR 1.679.200.000	IDR 7.563.000.000
NET INCOME (PROFIT/LOSS)	-IDR 610.229.500	-IDR 254.316.500	IDR 199.572.000	IDR 634.344.000	IDR 1.012.575.000	IDR 981.945.000

## VII. ROI (Return of Investment)

Tabel 4.5.7 ROI

ROI =	IDR 4.784.014.500	-	IDR 2.302.069.500	x 100%
	IDR 2.302.069.500			
=	108	%		

ROI atau Return Of Investment adalah persentase kembalinya capital investment. Capital Investment sendiri didapatkan dari biaya pribadi maupun biaya dari investor. Angka di atas didapatkan setelah 5 tahun berjalannya DA:UN

## VIII. BEP

Tabel 4.5.8 BEP

BEP =	FIXED COST		
	PRICE - VARIABLE PRICE		
=	Rent + Food License		
	(Harga Rata-Rata Produk) - ((Jumlah Harga Yang Berubah - Total Fixed Cost)/Jumlah Produk Yang Dijual Tahun 1)		
=	IDR 301.200.000		
	IDR 65.000	-	IDR 42.156
=	13.185 item		

BEP adalah titik balik modal dari suatu perusahaan. BEP sendiri dihitung dari capital investment atau investasi sebagai modal pembuatan perusahaan. Untuk DA:UN sendiri titik BEP atau titik balik modal adalah setelah menjual 13.185 item. Penjualan tersebut terlaksana pada tahun pertama, sehingga titik balik modal sudah terjadi pada tahun pertama, dan pada tahun pertama sudah mendapatkan keuntungan

#### 4.6 Analisa Resiko dan *Exit Strategy*

Resiko terbesarnya adalah bangkrut. Bangkrut dapat disebabkan karena kurangnya perencanaan yang matang. Perencanaan sebuah bisnis harus benar-benar matang dan diperhatikan setiap detail yang dibutuhkan. Perencanaan ini berguna untuk kelancaran pembangunan bisnis ini nantinya dan juga kelangsungan bisnis tersebut. Solusi untuk menghindari kurangnya perencanaan adalah dengan melakukan riset dan *brainstroming* dengan beberapa pihak sampai mencapai kematangan sebuah perencanaan. Alasan bangkrut selanjutnya adalah tidak tercapainya target penjualan yang sudah di rencanakan. Solusi untuk mencegah hal tersebut adalah dengan mendapatkan *insight* dari data yang sudah di dapatkan sebelumnya, dengan menggunakan *insight* tersebut sebagai dasar pemasaran, diharapkan dapat mencegah terjadinya masalah itu. Sistem Point of Sale (POS) yang canggih dan berkualitas baik juga merupakan salah satu permulaan yang baik untuk memulai bisnis ini. Kurangnya kualitas produk, pelayanan yang kurang baik dan memuaskan merupakan salah satu faktor yang akan berpengaruh pada bangkrutnya restoran. Melakukan *maintenece* setiap harinya untuk memastikan bahwa pelayanan berlangsung dengan baik serta melakukan pengecekan produk secara berkala untuk memastikan produk tetap segar dan aman untuk di konsumsi sehingga tidak adanya konsumen yang kecewa dengan DA:UN. Selain itu, DA:UN akan menawarkan bisnis ini untuk masuk kepada beberapa grup *food and bevarage* yang sudah besar di Indonesia. PT. Boga Group, atau PT Ismaya Group. Dengan bergabung ke salah satu group yang sudah besar di Indonesia, bisnis DA:UN ini diharapkan bisa bersaing di pasar makanan sehat.