



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB IX

IMPLEMENTASI STRATEGI

9.1 Milestones

Makchewbang merupakan ide bisnis yang bermula dari program Magang Kewirausahaan dan kesukaan penulis terhadap *Korean Wave* serta makanan-makanan asal Korea Selatan. Pembuatan logo dilakukan oleh penulis dan tim Makchewbang berdasarkan dengan pesan yang ingin disampaikan kemudian digabungkan dengan jenis makanan yang dijual yaitu *tteokbokki*. Setelah logo berhasil dibuat, penulis mulai memasarkan Makchewbang dengan identitas yang telah ada. Setelah pembuatan logo, penulis mulai menambahkan identitas lainnya seperti sosial media, *barcode* QRIS untuk memudahkan pembayaran, *e-mail*, dan *WhatsApp Business*. Seiring berjalannya waktu sampai pada tahapan dimana penulis harus mendaftarkan Nomor Induk Berusaha (NIB), penulis mendapatkan saran yang bersifat membangun mengenai logo Makchewbang dari Ketua Prodi DKV untuk mengubah logo yang dibuat oleh Makchewbang di awal ke logo yang lebih mudah dibaca. Oleh karena itu, penulis melakukan perubahan logo secara keseluruhan menjadi lebih bagus dibanding sebelumnya.

Selanjutnya, Makchewbang berhasil mendapatkan beberapa konsumen secara langsung dan di *platform GrabFood* bersamaan dengan ulasan yang positif. Selain itu, Makchewbang juga secara aktif mengunggah konten yang menarik dan interaktif di *Instagram* Makchewbang. Kedepannya, Makchewbang juga akan menggunakan layanan *endorsement* di *Instagram* untuk menambahkan jangkauan dan meningkatkan angka penjualan. Selain pendaftaran NIB sebagai identitas resmi dari Makchewbang, penulis juga akan melakukan pendaftaran merek di HKI untuk melindungi hak cipta Makchewbang. Dengan sudah melakukan kedua prosedur resmi dari pemerintah, bisnis Makchewbang akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat atau memiliki nilai tambah di mata investor.

9.2 Akuisisi Konsumen

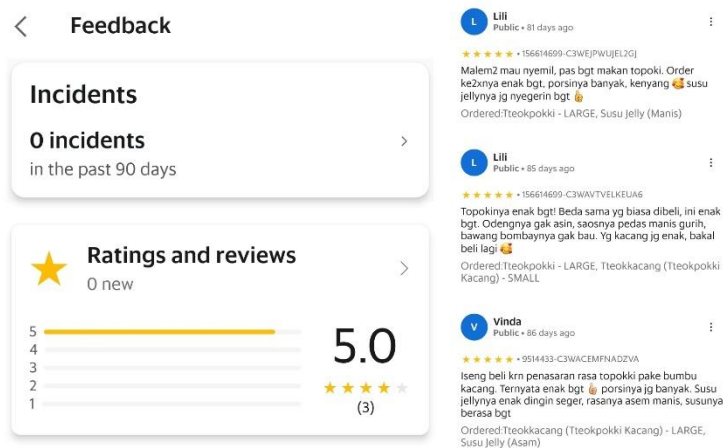
Cara Makchewbang untuk mengakuisisi konsumen adalah dengan menampilkan konten yang menarik dan terus meningkatkan *brand awareness* terhadap Makchewbang. Penulis sudah menampilkan bentuk konten yang telah dibagikan oleh Makchewbang di *Instagram* lewat gambar 5.7 dan penggunaan *Instagram Ads* dinilai belum maksimal karena jumlah *followers* belum bertambah secara *massive*, dapat dikatakan sangat kecil untuk sebuah akun yang sudah melakukan kegiatan promosi berbayar. Jumlah *followers* Makchewbang dapat dilihat di gambar 9.1 sebagai berikut:



Sumber: *Internal* Makchewbang, 2023

Gambar 9.1 Jumlah Pengikut Makchewbang di *Instagram*

Selain *Instagram*, Makchewbang juga tergabung sebagai mitra *GrabFood* dan sudah berhasil mendapatkan tiga ulasan positif yang dapat dilihat pada gambar 9.2 sebagai berikut:



Sumber: *Internal* Makchewbang, 2023

Gambar 9.2 Ulasan Makchewbang di *GrabFood*

Selama dua bulan terakhir, Makchewbang berhasil mendapatkan 0 *incidents* dan keseluruhan penilaian sebesar 5.0 dengan tiga ulasan positif.

Hal ini menunjukkan bahwa Makchewbang berhasil melakukan kegiatan yang dilakukan untuk mengakuisisi konsumen dengan baik, meskipun jumlah pengikut dan ulasan yang didapatkan belum begitu maksimal.

Kedepannya, Makchewbang juga akan mempertahankan pasar dengan menambahkan produk baru sehingga dapat menambahkan opsi baru bagi konsumen untuk memilih menu yang mereka inginkan. Memaksimalkan penggunaan sosial media akan terus dilakukan dan mengembangkan layanan agar dapat terus memuaskan konsumen, terutama keputusan untuk melakukan *endorsement* agar jangkauan akun dan tingkat pembelian dapat diraih lebih luas lagi.

BAB X

PROYEKSI KEUANGAN

10.1 Pendanaan dan Biaya

Di tahun pertama sebagai awal mula dari perintisan Makchewbang, terdapat beberapa rincian yang akan dijabarkan dalam gambar 10.1 di bawah ini:

10.1 Biaya (Tahun Pertama)			
Jenis Biaya	Pengeluaran	Harga	Keterangan
Biaya Tetap	Biaya Peralatan	Rp 7.000.000	Hp (3jt) + Laptop (4jt)
	Biaya Testing	Rp 312.000	2x coba/tahun @156.000
	Biaya Bahan untuk Foto Produk	Rp 80.000	2x bumbu kacang & 2x gochujang
	Biaya Internet	Rp 3.840.000	Harga per 1 tahun @320.000
	Biaya Listrik	Rp 12.000.000	Harga per 1 tahun @1.000.000
	Biaya Print	Rp 405.000	90.000/tinta (4 warna) & 1 pack kertas A4
	Biaya Canva Pro	Rp 769.000	Harga untuk 1 tahun langganan
	Biaya Packaging dan Alat Makan	Rp 63.000.000	Pesan 400 pcs @100.000
	Biaya Pemasaran (Instagram Ads)	Rp 300.000	Percobaan 2x
	Biaya Gaji	Rp 36.000.000	3 orang @3.000.000
	Total Biaya Tetap	Rp 123.706.000	
Biaya Variabel	Bahan Tteokkacang & Tteokbokki	Rp 617.400.000	Total @238.000 x 31.500
	Galon Air 15 ltr	Rp 5.250.000	Per 15 ltr galon @25.000 x210
	Minyak Goreng Pouch	Rp 103.950.000	Per 1 ltr pouch @33.000 x 3.150
	Gas Elpiji	Rp 1.260.000	Per 3 kg @20.000 x 63
	Biaya Darurat		
		Total Biaya Variabel	Rp 727.860.000
	Total Biaya Keseluruhan	Rp 851.566.000	

Sumber: *Internal* Makchewbang, 2022

Gambar 10.1 Biaya di Tahun Pertama

Terdapat beberapa pengeluaran yang dibutuhkan seperti biaya tetap dan biaya variabel. Total biaya keseluruhan yang dikeluarkan oleh Makchewbang di tahun pertama yaitu Rp851.566.000. Sedangkan untuk pendanaan, dijabarkan dalam gambar 10.2 di bawah ini:

10.1 Pendanaan (Tahun Pertama)			
Pendanaan dari Pemilik	Pemilik 1	Rp 300.000.000	Asumsi 900jt ÷ 3 orang
	Pemilik 2	Rp 300.000.000	
	Pemilik 3	Rp 300.000.000	
	Total Pendanaan dari Pemilik	Rp 900.000.000	
Pendanaan Lain		Rp -	
	Total Pendanaan Lain	Rp -	
	Total Pendanaan Keseluruhan	Rp 900.000.000	

Sumber: *Internal* Makchewbang, 2022

Gambar 10.2 Pendanaan di Tahun Pertama

Dana yang dibutuhkan oleh Makchewbang di tahun pertama adalah sebesar Rp851.566.000 yang kemudian dibulatkan oleh penulis menjadi Rp900.000.000. Karena Makchewbang dijalankan oleh tiga orang, oleh

karena itu sumber pendanaannya masih berasal dari dana pribadi masing-masing tim Makchewbang.

10.2 Proyeksi Penjualan

Untuk memaksimalkan angka penjualan dan sumber daya yang dimiliki, penulis membuat proyeksi penjualan dalam bulanan dengan rincian dalam gambar 10.3 sebagai berikut:

10.2 Proyeksi Penjualan (Bulanan)													
Jenis Produk	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Bulan 4	Bulan 5	Bulan 6	Bulan 7	Bulan 8	Bulan 9	Bulan 10	Bulan 11	Bulan 12	Total
Tteokkacang	400	440	500	550	650	725	800	880	975	1100	1250	1350	9620
Tteokbokki	100	120	150	180	220	250	275	300	325	400	450	550	3320
Total Penjualan	500	560	650	730	870	975	1075	1180	1300	1500	1700	1900	12940

Sumber: *Internal Makchewbang, 2022*

Gambar 10.3 Proyeksi Penjualan dalam Bulan

Di bulan pertama, penulis menargetkan penjualan *tteokkacang* sebanyak 400 porsi dan *tteokbokki* sebanyak 100 porsi. Di bulan kedua, penulis menargetkan penjualan *tteokkacang* sebanyak 440 porsi dan *tteokbokki* sebanyak 120 porsi. Di bulan ketiga, penulis menargetkan penjualan *tteokkacang* sebanyak 500 porsi dan *tteokbokki* sebanyak 150 porsi. Di bulan keempat, penulis menargetkan penjualan *tteokkacang* sebanyak 550 porsi dan *tteokbokki* sebanyak 180 porsi. Di bulan kelima, penulis menargetkan penjualan *tteokkacang* sebanyak 650 porsi dan *tteokbokki* sebanyak 220 porsi. Di bulan keenam, penulis menargetkan penjualan *tteokkacang* sebanyak 725 porsi dan *tteokbokki* sebanyak 250 porsi. Di bulan ketujuh, penulis menargetkan penjualan *tteokkacang* sebanyak 800 porsi dan *tteokbokki* sebanyak 300 porsi. Di bulan kedelapan, penulis menargetkan penjualan *tteokkacang* sebanyak 880 porsi dan *tteokbokki* sebanyak 300 porsi. Di bulan kesembilan, penulis menargetkan penjualan *tteokkacang* sebanyak 975 porsi dan *tteokbokki* sebanyak 325 porsi. Di bulan kesepuluh, penulis menargetkan penjualan *tteokkacang* sebanyak 1.100 porsi dan *tteokbokki* sebanyak 400 porsi. Di bulan kesebelas, penulis menargetkan penjualan *tteokkacang* sebanyak 1.250 porsi dan *tteokbokki* sebanyak 450 porsi. Di bulan keduabelas, penulis menargetkan penjualan *tteokkacang* sebanyak 1.350 porsi dan *tteokbokki* sebanyak 550 porsi. Total proyeksi penjualan untuk *tteokkacang* adalah sebanyak 9.620

porsi, *tteokbokki* sebanyak 3.320 porsi, dan total keseluruhan dari dua produk adalah 12.940 porsi.

Harga yang ditawarkan oleh Makchewbang juga bervariasi tergantung dari ukuran yang tersedia; *regular* dan *large* dengan penjabaran dalam gambar 10.4 sebagai berikut:

Harga Produk						
Nama Produk	2022		2023 (15%)		2024 (25%)	
	Regular	Large	Regular	Large	Regular	Large
<i>Tteokkacang</i>	Rp 30.000	Rp 35.000	Rp 34.500	Rp 40.250	Rp 43.125	Rp 50.313
<i>Tteokbokki</i>	Rp 25.000	Rp 30.000	Rp 28.750	Rp 34.500	Rp 35.938	Rp 43.125

Sumber: *Internal* Makchewbang, 2022

Gambar 10.4 Harga Produk Makchewbang

Di tahun 2022 sebagai tahun pertama, *tteokkacang* ukuran *regular* dipatok dengan harga Rp30.000 dan ukuran *large* seharga Rp35.000. Sedangkan *tteokbokki* ukuran *regular* dipatok dengan harga Rp25.000 dan ukuran *large* seharga Rp30.000. Di tahun 2023 sebagai tahun kedua, harga mengalami kenaikan sebesar 15 persen yang menjadikan *tteokkacang* ukuran *regular* dipatok dengan harga Rp34.500 dan ukuran *large* seharga Rp40.250. Sedangkan *tteokbokki* ukuran *regular* dipatok dengan harga Rp28.750 dan ukuran *large* seharga Rp34.500. Di tahun 2023 sebagai tahun ketiga, harga mengalami kenaikan sebesar 25 persen yang menjadikan *tteokkacang* ukuran *regular* dipatok dengan harga Rp43.125 dan ukuran *large* seharga Rp50.313. Sedangkan *tteokbokki* ukuran *regular* dipatok dengan harga Rp35.938 dan ukuran *large* seharga Rp43.125.

10.3 Proyeksi Penjualan 3 Tahun

Setelah memberi target pada jumlah produk yang terjual setiap bulannya, penulis akan menjabarkan proyeksi penjualan dalam tahunan dalam gambar 10.5 di bawah ini:

MULTIMEDIA
NUSANTARA

10.3 Proyeksi Penjualan (Tahunan)				
Jenis Produk		Tahun 1	Tahun 2 (10%)	Tahun 3 (15%)
Tteokkacang		9620	10582	12169
Tteokbokki		3320	3652	4200
Total Penjualan		12940	14234	16369
Jenis Produk		Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
Tteokkacang	Rp	841.100.000	Rp 1.063.991.500	Rp 1.529.487.781
Tteokbokki	Rp	711.700.000	Rp 900.300.500	Rp 1.294.181.969
Total Pendapatan	Rp	1.552.800.000	Rp 1.964.292.000	Rp 2.823.669.750
Jenis Produk		Tahun 1 (10%)	Tahun 2 (15%)	Tahun 3 (25%)
Tteokkacang	Rp	84.110.000	Rp 159.598.725	Rp 382.371.945
Tteokbokki	Rp	71.170.000	Rp 135.045.075	Rp 323.545.492
Total Keuntungan	Rp	155.280.000	Rp 294.643.800	Rp 705.917.438
Persentase Keuntungan			90%	140%

Sumber: *Internal* Makchewbang, 2022

Gambar 10.5 Proyeksi Penjualan dalam Tahunan

Di tahun pertama, total penjualan yang dihasilkan dari penjualan *tteokkacang* dan *tteokbokki* berjumlah 12.940 porsi. Di tahun kedua, total penjualan yang dihasilkan dari penjualan *tteokkacang* dan *tteokbokki* berjumlah 14.234 porsi. Di tahun ketiga, total penjualan yang dihasilkan dari penjualan *tteokkacang* dan *tteokbokki* berjumlah 16.369 porsi. Pendapatan yang dikumpulkan di tahun pertama adalah sebesar Rp1.552.800.000, pendapatan yang dikumpulkan di tahun kedua adalah sebesar Rp1.964.292.000, dan pendapatan yang dikumpulkan di tahun ketiga adalah sebesar Rp2.823.669.750. Yang terakhir adalah keuntungan dimana total keuntungan yang dikumpulkan di tahun pertama sebesar Rp155.280.000, total keuntungan yang dikumpulkan di tahun kedua sebesar Rp294.643.800 dengan persentase keuntungan sebesar 90 persen, dan total keuntungan yang dikumpulkan di tahun ketiga sebesar Rp705.917.438 dengan persentase keuntungan sebesar 140 persen.

10.4 Proyeksi Laba Rugi

Proyeksi laba rugi dari Makchewbang dijabarkan dalam gambar 10.6 sebagai berikut:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

10.4 Proyeksi Laba Rugi							
Pendapatan	Tahun 1	%	Tahun 2 (15%)	%	Tahun 3 (25%)	%	
Tteokkacang	Rp 841.100.000	10%	Rp 1.063.991.500	15%	Rp 1.529.487.781	25%	
Tteokbokki	Rp 711.700.000	10%	Rp 900.300.500	15%	Rp 1.294.181.969	25%	
Total Pendapatan	Rp 1.552.800.000		Rp 1.964.292.000		Rp 2.823.669.750		
Pengeluaran							
Biaya Peralatan	Rp 7.000.000	0,45%	Rp 3.450.000	0,18%	Rp 3.750.000	0,13%	
Biaya Testing	Rp 312.000	0,02%	Rp 358.800	0,02%	Rp 448.500	0,02%	
Biaya Bahan untuk Foto Produk	Rp 80.000	1,1%	Rp 92.000	3%	Rp 115.000	3%	
Biaya Internet	Rp 3.840.000	1231%	Rp 4.416.000	1231%	Rp 5.520.000	1231%	
Biaya Listrik	Rp 12.000.000	15000%	Rp 13.800.000	15000%	Rp 17.250.000	15000%	
Biaya Print	Rp 405.000	11%	Rp 465.750	11%	Rp 582.188	11%	
Biaya Camva Pro	Rp 769.000	6%	Rp 769.000	6%	Rp 769.000	4%	
Biaya Packaging dan Alat Makan	Rp 63.000.000	15556%	Rp 400.000	86%	Rp 500.000	86%	
Biaya Pemasaran (Instagram Ads)	Rp 300.000	39%	Rp 400.000	52%	Rp 500.000	65%	
Biaya Gaji	Rp 36.000.000	57%	Rp 41.400.000	10350%	Rp 51.750.000	10350%	
Bahan Tteokkacang & Tteokbokki	Rp 617.400.000	205800%	Rp 710.010.000	177503%	Rp 887.512.500	177503%	
Galon Air 15 ltr	Rp 5.250.000	15%	Rp 5.255.000	13%	Rp 5.260.000	10%	
Minyak Goreng Pouch	Rp 103.950.000	17%	Rp 119.542.500	17%	Rp 149.428.125	17%	
Gas Elpiji	Rp 1.760.000	24%	Rp 1.449.000	28%	Rp 1.811.250	34%	
Biaya Darurat	Rp 1.000.000	0%	Rp 490.000	0,00%	Rp 650.000	0%	
Biaya Depresiasi	Rp 1.000.000	79,37%	Rp 490.000	33,82%	Rp 650.000	38%	
Total Pengeluaran	Rp 852.566.000		Rp 902.298.050		Rp 1.125.846.563		
Net Income	Rp 700.234.000		Rp 1.061.993.950		Rp 1.697.823.188		

Sumber: *Internal* Makchewbang, 2022

Gambar 10.6 Proyeksi Laba Rugi

Setelah mengetahui pendapatan untuk setiap tahunnya, penulis dapat menghitung *Net Income* yang dapat dihasilkan di setiap tahunnya. Penghitungan ini berasal dari total pendapatan – total pengeluaran. Di tahun pertama, Makchewbang mendapatkan Rp700.234.000, Rp1.061.993.950 di tahun kedua, dan Rp1.697.823.188 di tahun ketiga.

10.5 Balance Sheet

Dalam menghitung neraca, penulis perlu menganalisa terlebih dahulu apa saja yang termasuk ke dalam aset, kewajiban, dan modal. Penjabaran dapat dilihat di gambar 10.7 sebagai berikut:

10.5 Balance Sheet					
Aset		Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	
Aset Lancar					
Kas	Rp	894.000.000	Rp 894.000.000	Rp	894.000.000
Total Aset Lancar	Rp	894.000.000	Rp 894.000.000	Rp	894.000.000
Aset Tetap					
Peralatan	Rp	7.000.000	Rp 3.450.000	Rp	3.750.000
Akumulasi Depresiasi	-Rp	1.000.000	-Rp 490.000	-Rp	650.000
Total Aset Tetap	Rp	6.000.000	Rp 2.960.000	Rp	3.100.000
Total Aset					
Kewajiban dan Modal					
Modal					
Pendanaan dari Pemilik	Rp	900.000.000			
Total Modal	Rp	900.000.000	Rp -	Rp -	-
Total Kewajiban dan Modal	Rp	900.000.000	Rp -	Rp -	-

Sumber: *Internal* Makchewbang, 2022

Gambar 10.7 Balance Sheet Makchewbang

Total dari aset lancar Makchewbang di tahun pertama sampai tahun ketiga adalah Rp894.000.000 dengan total aset tetap sebesar Rp6.000.000 di tahun pertama, Rp2.960.000 di tahun kedua, dan Rp3.100.000 di tahun ketiga. Untuk modal, karena seluruh pendanaan berasal dari dana pribadi ketiga pemilik maka tidak ada kewajiban untuk membagi hasil kepada pihak eksternal.

10.6 Arus Kas 3 Tahun

Dalam gambar 10.8, penulis melampirkan arus kas selama tiga tahun meliputi total kas masuk dan total kas keluar.

10.6 Arus Kas 3 Tahun						
Saldo Kas	Tahun 1		Tahun 2		Tahun 3	
Saldo Kas Awal Periode	Rp	894.000.000		Rp	-	
Saldo Kas Akhir Periode	Rp	894.000.000		Rp	-	
Kas Masuk						
Aktivitas Operasional						
Pendapatan Penjualan	Rp	1.552.800.000	Rp	1.964.292.000	Rp	2.823.669.750
Total Kas Masuk Aktivitas Operasional	Rp	1.552.800.000	Rp	1.964.292.000	Rp	2.823.669.750
Total Kas Masuk	Rp	1.552.800.000	Rp	1.964.292.000	Rp	2.823.669.750
Kas Keluar						
Aktivitas Operasional						
Biaya Testing	Rp	312.000	Rp	358.800	Rp	448.500
Biaya Internet	Rp	3.840.000	Rp	4.416.000	Rp	5.520.000
Biaya Listrik	Rp	12.000.000	Rp	13.800.000	Rp	17.250.000
Biaya Print	Rp	405.000	Rp	465.750	Rp	582.188
Biaya Canva Pro	Rp	769.000	Rp	769.000	Rp	769.000
Biaya Pemasaran (Instagram Ads)	Rp	300.000	Rp	400.000	Rp	500.000
Biaya Gaji	Rp	36.000.000	Rp	41.400.000	Rp	51.750.000
Total Kas Keluar Aktivitas Operasional	Rp	53.626.000	Rp	61.609.550	Rp	76.819.688
Aktivitas Investasi						
Peralatan	Rp	7.000.000	Rp	3.450.000	Rp	3.750.000
Total Kas Keluar Aktivitas Investasi	Rp	7.000.000	Rp	3.450.000	Rp	3.750.000
Total Kas Keluar	Rp	60.626.000	Rp	65.059.550	Rp	80.569.688
Arus Kas Bersih	Rp	1.492.174.000	Rp	1.899.232.450	Rp	2.743.100.063

Sumber: *Internal Makchewbang, 2022*

Gambar 10.8 Arus Kas dalam 3 Tahun

Saldo kas awal periode dan kas akhir periode Makchewbang berjumlah senilai Rp894.000.000 dengan total kas masuk di tahun pertama sebesar Rp1.552.800.000, di tahun kedua sebesar Rp1.964.292.000, dan di tahun ketiga sebesar Rp2.823.669.750. Sedangkan untuk total kas keluar di tahun pertama sebesar Rp60.626.000, Rp65.059.550 di tahun kedua, dan Rp80.569.688 di tahun ketiga. Menjadikan arus kas bersih dari tahun ke tahun adalah sebesar Rp1.492.174.000, Rp1.899.232.450, dan Rp2.743.100.063.

10.7 Break Even Point

Sebagai titik penentuan untuk mengetahui nominal dan waktu dari Makchewbang untuk mendapatkan keuntungan terdapat di dalam penjelasan pada gambar 10.9 sebagai berikut:

10.7 Break Even Point (Y1)		Y2		Y3		
Harga Produk Rata-Rata	Rp	30.000	Rp	34.500	Rp	43.125
Biaya Tetap						
Biaya Internet	Rp	100	Rp	100	Rp	100
Biaya Listrik	Rp	100	Rp	100	Rp	100
Biaya Packaging dan Alat Makan	Rp	2.000	Rp	2.000	Rp	2.000
Biaya Gaji	Rp	2.000	Rp	2.000	Rp	2.000
Total Biaya Tetap	Rp	4.200	Rp	4.200	Rp	4.200
Biaya Variabel						
Bahan Tteokkacang & Tteokbokki	Rp	4.000	Rp	4.000	Rp	4.000
Galon Air 15 ltr	Rp	100	Rp	100	Rp	100
Minyak Goreng Pouch	Rp	330	Rp	330	Rp	330
Gas Elpiji	Rp	100	Rp	100	Rp	100
Total	Rp	4.530	Rp	4.530	Rp	4.530
Total Biaya Variabel per Produk	Rp	4.530	Rp	4.530	Rp	4.530
Total Cost	Rp	8.730	Rp	8.730	Rp	8.730
Margin Kontribusi	Rp	25.470	Rp	29.970	Rp	38.595
Rasio Margin Kontribusi		85%		87%		89%
Break Even Point						
BEP per Paket		0,164899882		0,140140140		0,108822386
BEP Sales	Rp	4.947	Rp	4.835	Rp	4.693

Sumber: Internal Makchewbang, 2022

Gambar 10.9 Break Even Point Makchewbang

Harga produk rata-rata di tahun pertama adalah Rp30.000, Rp34.500 di tahun kedua, dan Rp43.125 di tahun ketiga. Total biaya tetap dan biaya variabel yang dikeluarkan oleh Makchewbang dari tahun ke tahun adalah sebesar Rp4.200 dan Rp4.530. Setelahnya, dapat diketahui besaran margin kontribusi dari tahun ke tahun yaitu sebesar Rp25.470, Rp29.970, dan Rp38.595. Yang terakhir, Break Even Point Sales di tahun pertama diketahui sebesar Rp4.947, di tahun kedua sebesar Rp4.835, dan di tahun ketiga sebesar Rp4.693.

10.8 Payback Period

Sebagai tahapan paling akhir, penulis sebagai pemilik dari bisnis Makchewbang ingin mengetahui waktu yang sebenarnya mengenai keuntungan. Setelah dilakukan penghitungan pada gambar 10.8, Makchewbang dapat mendapatkan keuntungan dalam 1,2 tahun atau kurang dari 1 bulan (0,10).

10.8 Payback Period		
	1,285284633	Tahun
	0,107107053	Bulan

Sumber: Internal Makchewbang, 2022

Gambar 10.10 Payback Period Makchewbang