



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Visitory dibentuk melalui berbagai proses pengembangan ide bisnis (*brainstorming*). Pada tahap awal, Visitory melakukan pembuatan logo perusahaan dengan membuat beberapa sketsa logo. Setelah logo telah sukses dibentuk, Visitory memasuki tahap selanjutnya, yaitu perancangan website dengan melakukan desain awal *front end* dan *back end*, melakukan pemrograman website, serta melakukan tes validasi dengan meminta pendapat dan masukan kepada kerabat dari tim Visitory.

Tahap berikutnya, Visitory melakukan peluncuran website dan melakukan pembelian *hosting* dan *domain* sehingga website resmi Visitory adalah <https://visitoryindonesia.com>. Selanjutnya Visitory melakukan *user testing* kepada beberapa kerabat tim dari Visitory dengan tujuan mengetahui *first impression*, *experience*, dan *feedback* mereka setelah menggunakan website kami. Berikut merupakan hasil wawancara dengan beberapa target konsumen terkait pengujian website Visitory:

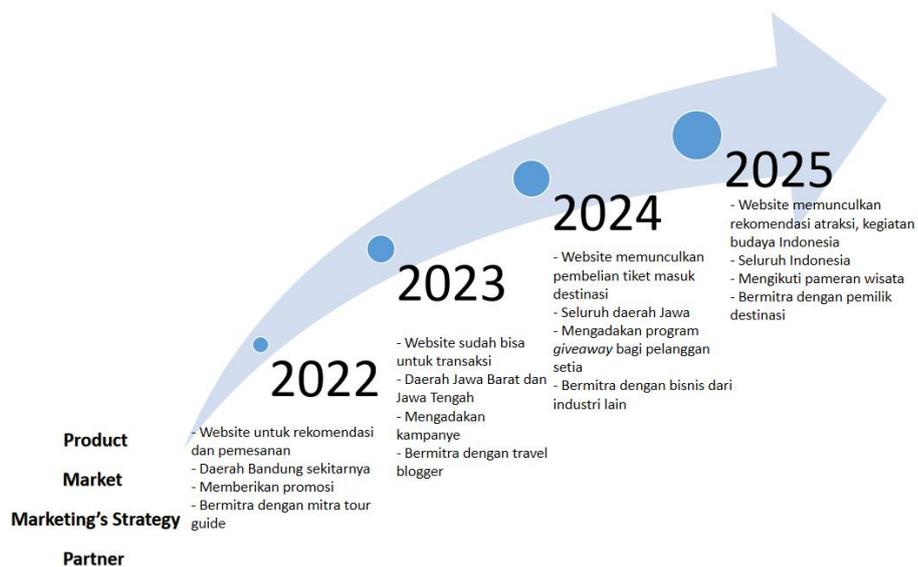
**Tabel 9.1 Hasil User Testing**

Nama	Umur	<i>feedback</i>
V****	29 tahun	Ditambahkan level <i>budget</i> agar konsumen sadar akan adanya level <i>budget</i> , tampilan pada <i>homepage</i> yang lebih bervariasi, dan info pemilihan destinasi sesuai dengan <i>budget</i> yang telah ditentukan.
F*****	21 tahun	Lebih baik pakai Bahasa Indonesia agar orang tua

		juga bisa mengerti, bisa pilih lebih dari 1 kategori, adanya catatan tambahan misalnya untuk konsumen yang alergi makanan, bisa menghubungi <i>customer service</i> , dan lebih suka untuk melihat daftar rekomendasi tempat wisata dahulu lalu memesan <i>tour guide</i> .
K*****	22 tahun	Pilihan destinasi yang kurang banyak, tambahkan filter seperti <i>based on most popular destination</i> , pilihan titik temu menggunakan tulisan manual, dan ada “keranjang” untuk mengganti destinasi yang dituju.

Sumber: Visitory, 2022

Selain itu, kami juga melakukan riset pasar, lokasi destinasi wisata, foto destinasi untuk keperluan *website*, dan melakukan *trial* kepada *tour guide* kami dengan menggunakan jasa mereka. Visitory melakukan kegiatan pemasaran yaitu *digital marketing* sebagai bentuk promosi perusahaan yang dilakukan melalui platform media sosial Instagram dan TikTok. Tahun keempat dan kelima, Visitory melakukan promosi melalui iklan di YouTube, bekerja sama dengan pihak destinasi wisata dan memasang spanduk di ruas jalan tol. Berikut ini adalah uraian milestone dari Visitory tahun 2022 hingga tahun 2025.



**Gambar 9.1 Uraian Milestone**

Sumber: Visitory, 2022

## 9.2 Akuisisi Konsumen

Proses pengakuisisian konsumen oleh Visitory dilakukan dengan cara meningkatkan kesadaran merek atau *brand awareness* melalui konten - konten wisata di akun resmi Instagram, Facebook, dan Tik Tok dari Visitory. Visitory juga akan memanfaatkan iklan - iklan untuk memperluas dan menjangkau pasar yang lebih luas. Iklan akan dibagikan melalui akun media sosial resmi Visitory dengan tujuan memaksimalkan dan memanfaatkan penuh promosi melalui media sosial. Iklan dilakukan melalui salah satu media sosial Visitory yaitu Instagram dan konten yang digunakan untuk iklan ditunjukkan pada Gambar 9.2. Selain itu Visitory juga merencanakan akuisisi konsumen melalui strategi *email marketing* dengan menggunakan email yang digunakan oleh konsumen dan yang telah terdaftar pada website [visitoryindonesia.com](http://visitoryindonesia.com) sebagai acuan Visitory mengirimkan informasi produk, *event*, maupun promo yang saat ini tengah berlangsung.



**Gambar 9.2 Konten Iklan Media Sosial**

Sumber: Visitory, 2022

## BAB X

### PROYEKSI KEUANGAN

#### 10.1 Pendanaan dan Biaya

Dalam tahun 1, terdapat biaya dibutuhkan dan dana yang diperoleh untuk kegiatan bisnis Visitory. Biaya yang dibutuhkan terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya variabel Visitory yaitu biaya lain-lain yang termasuk dalam biaya talangan, tips untuk *guide*, dan biaya tak terduga lainnya yang mungkin muncul dalam kegiatan operasional Visitory. Biaya talangan ini seperti biaya ketika ban kendaraan mengalami bocor atau kempes.

Biaya pemasaran yang ditetapkan akan digunakan untuk pemasaran melalui Instagram sebanyak dua kali dalam sebulan dengan biaya Rp300.000,00/bulan dan satu kali melakukan promosi dengan menggunakan influencer di bidang *travelling* sebesar Rp 20.000.000,00 (dengan jumlah *followers* Instagram berkisar antara 10.000 - 100.000), dan mengadakan kampanye bertema “liburan” dengan memberikan hadiah berupa dua paket liburan gratis bersama Visitory (menggunakan paket level 3 dengan harga modal @Rp 900.000,00), sehingga total biaya pemasaran mencapai Rp 25.400.000,00/tahun. Penjabaran biaya pemasaran Visitory untuk tahun 1, 2, dan 3 dapat dilihat pada bauran promosi (Bab 5.2.2).

Biaya gaji pegawai sebesar Rp 4.500.000/bulan yang dibayarkan kepada keempat anggota Visitory. Namun gaji yang dibayarkan setiap bulannya hanya untuk dua orang karyawan dan dua orang lainnya menerima gaji di bulan selanjutnya. Jadi, setiap bulan hanya membayar gaji untuk dua orang. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menghemat pengeluaran perusahaan. Pembayaran gaji seperti ini dilakukan pada tahun ke-1 hingga tahun ke-3.

Aset atau dana Visitory untuk tahun 1, 2, dan 3 diperoleh dari dana pribadi masing-masing anggota Visitory. Berikut adalah Tabel proyeksi pendanaan dan biaya tahun 1 (Tabel 10.1).

**Tabel 10.1 Proyeksi Pendanaan dan Biaya Tahun 1**

<b>biaya Start-up</b>		
Biaya tetap		
	Biaya pembuatan logo	Rp250.000
	Biaya riset	Rp5.000.000
	Biaya pengembangan <i>website</i>	Rp1.000.000
	Biaya pemasaran	Rp25.400.000
	Biaya kuota internet	Rp4.284.000
	Biaya Peralatan	Rp10.000.000
	Biaya gaji karyawan @Rp 4.500.000	Rp108.000.000
	Biaya sewa <i>virtual office</i>	Rp3.000.000
<b>Total biaya tetap</b>		<b>Rp156.934.000</b>
Biaya variabel		
	Biaya lain-lain	Rp1.440.000
<b>Total biaya variabel</b>		<b>Rp1.440.000</b>
<b>Total Biaya Start-up</b>		<b>Rp158.374.000</b>
<b>Pendanaan dari pemilik</b>		
	Kas pemilik 1	Rp40.000.000
	Kas pemilik 2	Rp40.000.000
	Kas pemilik 3	Rp40.000.000
	Kas pemilik 4	Rp40.000.000
<b>Total pendanaan dari pemilik</b>		<b>Rp160.000.000</b>
Pendanaan lain		
	-	-
<b>Total Pendanaan lain</b>		<b>-</b>
<b>Total Pendanaan Start-up</b>		<b>Rp160.000.000</b>

Sumber: Visitory, 2022

Pada tahun ke-2, biaya lain-lain yang ada pada proyeksi pendanaan dan biaya Visitory sebesar Rp 1.490.400,00, yang mana biaya tersebut naik dari tahun sebelumnya dikarenakan adanya inflasi sebesar 3,5%. Biaya pemasaran yang ditetapkan akan digunakan untuk pemasaran melalui Instagram sebanyak dua kali dalam sebulan dengan total biaya sebesar Rp 4.600.000,00/tahun, iklan di TikTok sebesar Rp 3.850.000,00 untuk 7 hari tayangan, dan mengadakan kampanye bertema “liburan” dengan memberikan hadiah berupa dua paket liburan gratis bersama Visitory (menggunakan paket level 3 dengan harga modal @Rp 900.000,00), sehingga dalam setahun, biaya pemasaran mencapai Rp 10.250.000,00. Berikut adalah Tabel proyeksi pendanaan dan biaya tahun 2 (Tabel 10.2).

**Tabel 10.2 Proyeksi Pendanaan dan Biaya Tahun 2**

Tabel 10. 1 Proyeksi Pendanaan dan Biaya		Tahun 2
<b>biaya Start-up</b>		
Biaya tetap		
	Biaya riset	Rp6.000.000
	Biaya pengembangan <i>website</i>	Rp1.500.000
	Biaya pemasaran	Rp10.250.000
	Biaya kuota internet	Rp4.433.940
	Biaya Peralatan	Rp3.622.500
	Biaya gaji karyawan @Rp 5.000.000	Rp120.000.000
	Biaya sewa <i>virtual office</i>	Rp3.105.000
<b>Total biaya tetap</b>		<b>Rp148.911.440</b>
Biaya variabel		
	Biaya lain-lain	Rp1.490.400
<b>Total biaya variabel</b>		<b>Rp1.490.400</b>
<b>Total Biaya Start-up</b>		<b>Rp150.401.840</b>
<b>Pendanaan dari pemilik</b>		
	Kas pemilik 1	Rp40.000.000
	Kas pemilik 2	Rp40.000.000
	Kas pemilik 3	Rp40.000.000
	Kas pemilik 4	Rp40.000.000
<b>Total pendanaan dari pemilik</b>		<b>Rp160.000.000</b>
Pendanaan lain		
	-	-
<b>Total Pendanaan lain</b>		<b>-</b>
<b>Total Pendanaan Start-up</b>		<b>Rp160.000.000</b>

Sumber: Visitory, 2022

Pada tahun ke-3, biaya lain-lain yang ada pada proyeksi pendanaan dan biaya Visitory sebesar Rp 1.542.564,00, yang mana biaya tersebut naik dari tahun sebelumnya (tahun ke-2) dikarenakan adanya inflasi sebesar 3,5%. Biaya pemasaran yang ditetapkan akan digunakan untuk pemasaran melalui Instagram sebanyak dua kali dalam sebulan dengan total biaya sebesar Rp 5.600.000,00/tahun, iklan di TikTok sebesar Rp 3.850.000,00 untuk 7 hari tayangan, dan mengikuti kegiatan *Travel Fair* dengan estimasi biaya sebesar Rp 15.000.000,00, sehingga dalam setahun, biaya pemasaran mencapai Rp 24.450.000,00. Berikut adalah Tabel proyeksi pendanaan dan biaya tahun 3 (Tabel 10.3).

**Tabel 10.3 Proyeksi Pendanaan dan Biaya Tahun 3**

Tabel 10. 1 Proyeksi Pendanaan dan Biaya		Tahun 3
<b>biaya Start-up</b>		
Biaya tetap		
	Biaya riset	Rp7.000.000
	Biaya pengembangan <i>website</i>	Rp2.000.000
	Biaya pemasaran	Rp24.450.000
	Biaya kuota internet	Rp4.589.128
	Biaya Peralatan	Rp6.727.500
	Biaya gaji karyawan @Rp 5.200.000	Rp249.600.000
	Biaya sewa <i>virtual office</i>	Rp3.213.675
<b>Total biaya tetap</b>		<b>Rp297.580.303</b>
Biaya variabel		
	Biaya lain-lain	Rp1.542.564
<b>Total biaya variabel</b>		<b>Rp1.542.564</b>
<b>Total Biaya Start-up</b>		<b>Rp299.122.867</b>
<b>Pendanaan dari pemilik</b>		
	Kas pemilik 1	Rp40.000.000
	Kas pemilik 2	Rp40.000.000
	Kas pemilik 3	Rp40.000.000
	Kas pemilik 4	Rp40.000.000
<b>Total pendanaan dari pemilik</b>		<b>Rp160.000.000</b>
Pendanaan lain		
	-	-
<b>Total Pendanaan lain</b>		<b>-</b>
<b>Total Pendanaan Start-up</b>		<b>Rp160.000.000</b>

Sumber: Visitory, 2022

Pada ketiga tabel di atas, perhitungan biaya variabel dan biaya tetap memiliki selisih yang cukup besar karena Visitory tidak membayarkan sejumlah upah untuk *tour guide* setiap kali terjadi transaksi, sehingga tidak ada biaya variabel tambahan dan biaya variabel hanya berupa biaya lain-lain. Mitra *tour guide* sepenuhnya memperoleh pendapatan dari total penjualan Visitory yang sudah dikurangi dengan komisi untuk pengolahan layanan oleh tim Visitory.

## 10.2 Proyeksi Penjualan

Layanan *tour guide* Visitory terdiri dari tiga level (paket) untuk wisatawan domestik dan tiga level (paket) untuk wisatawan mancanegara. Adapun harga paket untuk wisatawan domestik pada level 1 sebesar Rp 600.000,00 untuk *half*

*day tour*, pada level 2 sebesar Rp 900.000,00 untuk *one day tour* dalam Kota Bandung dan pada level 3 sebesar Rp 1.350.000,00 untuk *one day tour* luar kota Bandung. Harga tersebut ditentukan atas dasar beberapa pertimbangan. Pertama, harga dari *tour guide* itu sendiri yang disepakati bersama antara *tour guide* dan Visitory. Kedua, berdasarkan persentase komisi yang ditentukan oleh Visitory yaitu sebesar 50% yang ditambahkan atau *mark up* dari harga yang telah disepakati oleh Visitory dan *tour guide*. Berikut ini adalah proyeksi penjualan Visitory untuk tahun pertama.

Survei Milieu Insight pada tahun 2022 yang dilakukan kepada 1.000 responden menyatakan bahwa perjalanan domestik di Indonesia untuk liburan sebanyak 85% responden (Itsnaini, 2022). Berdasarkan hasil survei tersebut, Visitory melihat peluang yang cukup besar untuk mendapatkan penjualan paket layanan *tour guide*. Berikut ini adalah proyeksi penjualan Visitory.

**Tabel 10.4 Uraian Proyeksi Penjualan Visitory Tahun Pertama**

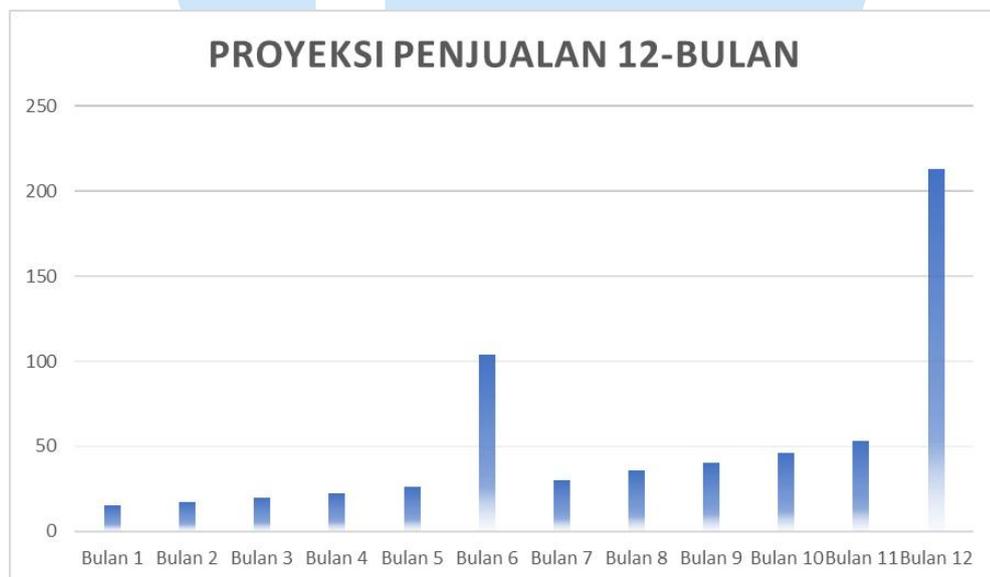
Layanan	bulan 1	bulan 2	bulan 3	bulan 4	bulan 5	bulan 6	bulan 7	bulan 8	bulan 9	bulan 10	bulan 11	bulan 12
Half day tour	3	3	4	5	5	20	9	7	8	9	11	44
one day tour (dalam Kota Bandung)	5	6	7	8	9	35	10	12	13	15	18	70
one day tour (luar Kota Bandung)	7	8	9	11	12	45	14	18	19	21	25	99
Half day tour wisatawan mancanegara	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
One day tour wisatawan mancanegara (dalam Kota Bandung)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
One day tour wisatawan mancanegara (luar Kota Bandung)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Penjualan paket tour	15	17	20	22	25	104	30	38	40	45	53	213

Sumber: Visitory, 2022

Penjualan jasa *tour guide* Visitory yang terdiri dari enam layanan (tiga level wisatawan domestik dan tiga level wisatawan mancanegara) mencapai 621 paket terjual. Penjualan paket Visitory didasarkan pada diperkirakan mengalami peningkatan yang signifikan di musim liburan yaitu liburan pertengahan tahun dan liburan akhir tahun akan terjadi lonjakan wisatawan karena banyak tanggal merah dan hari libur sekolah sehingga masyarakat banyak yang berlibur, sehingga peningkatan yang signifikan terjadi pada bulan ke-6 dan bulan ke-12 yang meningkat hingga empat kali lipat. Dengan adanya peningkatan penjualan yang tajam pada bulan ke -6 dan bulan ke-12, penjualan ini dapat menutupi penjualan yang dianggap masih rendah pada bulan ke-1 hingga bulan ke -5 dan bulan ke-7

hingga bulan ke-12. Penjualan masih rendah pada bulan selain musim liburan dikarenakan Visitory masih berada pada tahun pertama untuk penawaran layanan.

Penjualan paket Visitory juga diharapkan dapat terus bertambah setiap bulannya. Namun, untuk tahun pertama, penjualan jasa *tour guide* untuk wisatawan mancanegara masih 0 atau belum ada karena Visitory merupakan layanan *tour guide* yang baru buka sehingga sementara waktu belum ada wisatawan mancanegara yang mengetahui keberadaan Visitory dan juga Visitory masih lebih fokus dalam menarik perhatian wisatawan domestik. Adapun gambaran proyeksi penjualan paket Visitory tahun pertama dengan menggunakan grafik (Gambar 10.1).



**Gambar 10.1 Grafik Proyeksi Penjualan Tahun Pertama**

Sumber: Visitory, 2022

### 10.3 Proyeksi Penjualan 3-Tahun

Visitory memprediksi peningkatan penjualan sebesar 25% pada tahun kedua dan 40% pada tahun ketiga, serta mengasumsikan bahwa penjualan akan meningkat secara linier. Angka tersebut muncul dengan adanya data pendukung yang menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan penjualan dalam beberapa tahun terakhir dan prediksi peningkatan kunjungan wisatawan ke Bandung pasca

pandemi Covid-19. Kami juga mengasumsikan bahwa Visitory telah dikenal oleh masyarakat luas dengan layanannya yang inovatif.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengatakan bahwa tren pariwisata pasca pandemi mengarah ke *personalized*, dimana wisatawan tidak lagi mengikuti *tour* yang besar dan lebih bersifat pribadi bersama keluarga. Saat ini, pemerintah juga berfokus dalam mengembangkan sektor pariwisata, termasuk di provinsi Jawa Barat. Menurut survei, wisatawan akan berlibur sebanyak 1 sampai 2 kali dalam setahun. Oleh karena itu, kami memprediksi akan terjadinya peningkatan penjualan secara linier, mengikuti tahap pemulihan ekonomi dan tren dari industri pariwisata itu sendiri.

Proyeksi penjualan yang dibuat oleh Visitory untuk tiga tahun pertama. Perhitungan tiga tahun pertama ini dikhususkan kepada investor agar dapat memperhitungkan bagaimana Visitory akan menghasilkan pendapatan dalam waktu dekat dan mencapai *break event point*, serta bagaimana peningkatan penjualan jasa Visitory yang terjadi dalam tiga tahun tersebut. Proyeksi ini juga memiliki ketidakpastian yang cukup tinggi yang disebabkan oleh beberapa aspek yang mempengaruhi. Kami tentunya mengharapkan perkembangan Visitory yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Dalam perkembangan bisnis, Visitory tentu melakukan pengembangan dan perbaikan layanan *tour guide* yang berpengaruh terhadap harga layanan yang ditawarkan. Maka dari itu, kami menargetkan penghitungan proyeksi penjualan selama 3 tahun terlebih dahulu.

Berikut ini adalah proyeksi penjualan Visitory selama 3 tahun (Tabel 10.5) dan grafik yang menunjukkan tingkat kenaikan penjualan Visitory setiap tahunnya (Gambar 10.2).

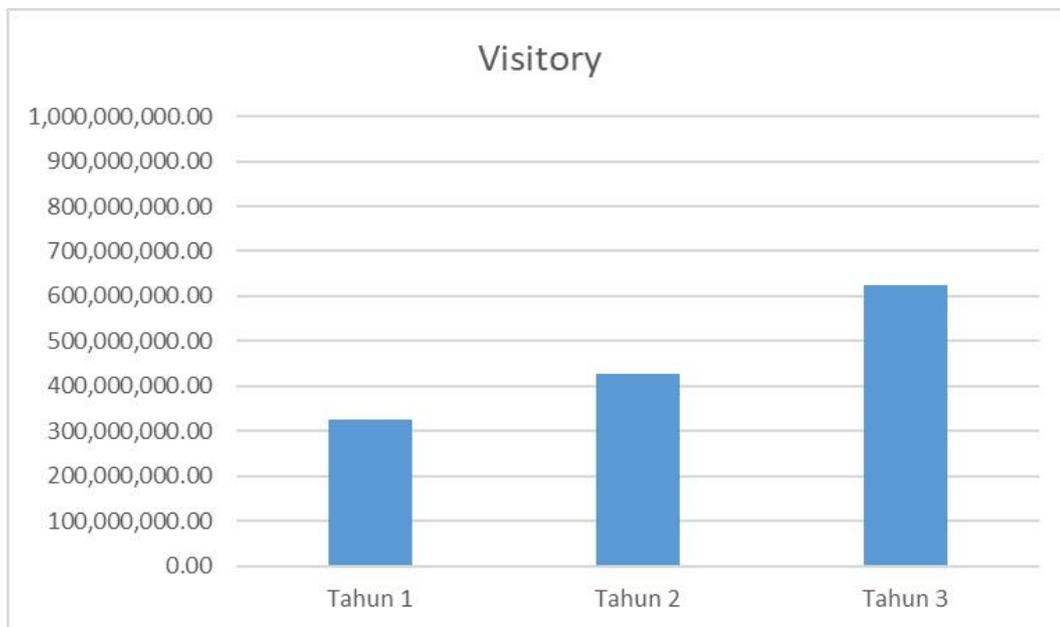
**Tabel 10.5 Proyeksi Penjualan 3-Tahun**

	Tahun 1	Persentase Kenaikan	Tahun 2	Persentase Kenaikan	Tahun 3
Total Penjualan (paket)					
Half day tour (paket)	125	25%	156	40%	219

One day tour (dalam Kota Bandung) (paket)	208	25%	260	40%	364
One day tour (luar Kota Bandung) (paket)	289	25%	361	40%	505
Half day tour wisatawan mancanegara (paket)	0	-	2	100%	4
One day tour wisatawan mancanegara (dalam Kota Bandung) (paket)	0	-	3	100%	6
One day tour wisatawan mancanegara (luar Kota Bandung) (paket)	0	-	5	100%	10
<b>Total Penjualan</b>	<b>621</b>		<b>787</b>		<b>1.107</b>
<b>Harga layanan tour (Rp)</b>					
Half day tour (Rp)	Rp600.000	3,5%	Rp621.000	3,5%	Rp642.735
One day tour (dalam Kota Bandung) (Rp)	Rp900.000	3,5%	Rp931.500	3,5%	Rp964.103
One day tour (luar Kota Bandung) (Rp)	Rp1.350.000	3,5%	Rp1.397.250	3,5%	Rp1.446.154
Half day tour wisatawan mancanegara (Rp)	Rp900.000	3,5%	Rp931.500	3,5%	Rp964.103
One day tour wisatawan mancanegara (dalam Kota Bandung) (Rp)	Rp1.200.000	3,5%	Rp1.242.000	3,5%	Rp1.285.470
One day tour wisatawan mancanegara (luar Kota Bandung) (Rp)	Rp1.650.000	3,5%	Rp1.707.750	3,5%	Rp1.767.521

Total Pendapatan (Rp)					
Half day tour (Rp)	Rp74.946.693	30%	Rp96.962.284	44,9%	Rp140.498.349
One day tour (dalam Kota Bandung) (Rp)	Rp187.088.505	30%	Rp242.045.754	44,9%	Rp350.724.297
One day tour (luar Kota Bandung) (Rp)	Rp389.645.861	30%	Rp504.104.333	44,9%	Rp730.447.178
Half day tour wisatawan mancanegara (Rp)	Rp0	-	Rp1.863.000	107%	Rp3.856.410
One day tour wisatawan mancanegara (dalam Kota Bandung) (Rp)	Rp0	-	Rp3.726.000	107%	Rp7.712.820
One day tour turis asing (luar Kota Bandung) (Rp)	Rp0	-	Rp8.538.750	107%	Rp17.675.213
<b>Total Pendapatan</b>	<b>Rp651.681.059</b>		<b>Rp857.240.121</b>		<b>Rp1.250.914.267</b>
Total Keuntungan layanan (Rp)	50%				
Half day tour (Rp)	Rp37.473.346	30%	Rp48.481.142	44,9%	Rp70.249.175
One day tour (dalam Kota Bandung) (Rp)	Rp93.544.253	30%	Rp121.022.877	44,9%	Rp175.362.149
One day tour (luar Kota Bandung) (Rp)	Rp194.822.931	30%	Rp252.052.166	44,9%	Rp365.223.589
Half day tour wisatawan mancanegara (Rp)	Rp0	-	Rp931.500	107%	Rp1.928.205
One day tour wisatawan mancanegara (dalam Kota Bandung) (Rp)	Rp0	-	Rp1.863.000	107%	Rp3.856.410
One day tour turis asing (luar Kota Bandung) (Rp)	Rp0	-	Rp4.269.375	107%	Rp8.873.606
<b>Total Keuntungan</b>	<b>Rp325.840.530</b>		<b>Rp428.620.060</b>		<b>Rp625.457.134</b>
<b>Tingkat Persentase Keuntungan</b>			<b>31,54%</b>		<b>45,92%</b>

Sumber: Visitory, 2022



**Gambar 10.2 Grafik Proyeksi Penjualan Selama 3 Tahun**

Sumber: Visitory, 2022

Berdasarkan tabel 10.5, Visitory menawarkan harga layanan *tour* yang berbeda untuk setiap jenis paket. Harga ini ditetapkan dengan mempertimbangkan jangkauan, durasi waktu, dan total destinasi yang berbeda untuk setiap paket. Pada kategori pertama (*half day tour*), Visitory menetapkan harga Rp 600.000 dengan menjumlahkan harga paket setengah hari dari mitra *tour guide* sebesar Rp 400.000 dengan komisi yang diperoleh Visitory sebesar Rp 200.000 (50% dari Rp 400.000). Kemudian pada kategori kedua (*one day tour* untuk dalam Kota Bandung), Visitory menetapkan harga Rp 900.000 dengan menjumlahkan harga paket satu hari dalam Kota Bandung dari mitra *tour guide* sebesar Rp 600.000 dengan komisi yang diperoleh Visitory sebesar Rp 300.000 (50% dari Rp 600.000). Selanjutnya pada kategori ketiga (*one day tour* untuk luar Kota Bandung), Visitory menetapkan harga Rp 1.350.000 dengan menjumlahkan harga paket satu hari ke luar Kota Bandung dari mitra *tour guide* sebesar Rp 900.000 dengan komisi yang diperoleh Visitory sebesar Rp 450.000 (50% dari Rp 900.000). Begitu pula untuk perhitungan harga paket wisatawan mancanegara yaitu dengan menjumlahkan harga layanan *tour guide* dengan komisi yang diperoleh Visitory.

## 10.4 Proyeksi Laba Rugi

Proyeksi Laba Rugi dihitung dengan beban operasional yang dikeluarkan oleh Visitory dengan total pendapatan yang didapat oleh di Visitory dari hasil penjualan layanan Visitory berupa jasa *tour guide*. Penyesuaian laba ditahan didapatkan dari keuntungan bersih penjualan jasa *tour guide* Visitory yang akan dibagi ke masing-masing pendiri Visitory sebesar 10% (dengan total 40%). Biaya cadangan dalam laporan laba rugi digunakan untuk modal pada tahun kedua dan tahun ketiga. Biaya cadangan didapatkan dari perhitungan biaya peralatan, biaya pemasaran, biaya pengembangan website, biaya kuota internet, dan biaya gaji karyawan yang perlu dibayarkan setiap bulannya. Berikut ini adalah proyeksi laba rugi Visitory (Tabel 10.6).

**Tabel 10.6 Proyeksi Laba Rugi**

Pendapatan	Tahun 1	% dari pendapatan operasional
<b>Pendapatan Operasional</b>		
Half day tour	Rp37.473.346	50%
one day tour (dalam Kota Bandung)	Rp93.544.253	50%
one day tour (luar Kota Bandung)	Rp194.822.931	50%
Half day tour wisatawan mancanegara	Rp0	50%
One day tour wisatawan mancanegara (dalam Kota Bandung)	Rp0	50%
One day tour wisatawan mancanegara (luar Kota Bandung)	Rp0	50%
<b>Total Pendapatan Operasional</b>	<b>Rp325.840.530</b>	
<b>Total Pendapatan</b>	<b>Rp325.840.530</b>	
<b>Beban Operasional</b>		
Biaya Peralatan	Rp10.000.000	3%
Biaya Pemasaran	Rp25.400.000	5%
Biaya pengembangan website	Rp1.000.000	0,20%
Biaya kuota internet	Rp4.284.000	0,86%
Biaya gaji karyawan	Rp108.000.000	21,62%
Biaya sewa <i>virtual office</i>	Rp3.000.000	0,60%
Biaya riset	Rp5.000.000	1%
Biaya depresiasi	Rp1.300.000	0,26%
<b>Total Beban Operasional</b>	<b>Rp157.984.000</b>	<b>32,69%</b>
<b>Total Beban</b>	<b>Rp157.984.000</b>	
<b>NET INCOME</b>	<b>Rp167.856.530</b>	
Penyesuaian laba ditahan	Rp67.142.812	
Biaya cadangan	Rp148.684.000	

Pendapatan	Tahun 2	% dari pendapatan operasional
<b>Pendapatan Operasional</b>		
Half day tour	Rp48.481.142	50%
one day tour (dalam Kota Bandung)	Rp121.022.877	50%
one day tour (luar Kota Bandung)	Rp252.052.166	50%
Half day tour wisatawan mancanegara	Rp931.500	50%
One day tour wisatawan mancanegara (dalam Kota Bandung)	Rp1.863.000	50%
One day tour wisatawan mancanegara (luar Kota Bandung)	Rp4.269.375	50%
<b>Total Pendapatan Operasional</b>	<b>Rp428.620.060</b>	
<b>Total Pendapatan</b>	<b>Rp428.620.060</b>	
<b>Beban Operasional</b>		
Biaya Peralatan	Rp3.622.500	1%
Biaya Pemasaran	Rp10.250.000	2%
Biaya pengembangan website	Rp1.500.000	0,23%
Biaya kuota internet	Rp4.433.940	0,89%
Biaya gaji karyawan	Rp120.000.000	18,26%
Biaya sewa virtual office	Rp3.105.000	0,47%
Biaya riset	Rp6.000.000	0,91%
Biaya depresiasi	Rp524.500	0,08%
<b>Total Beban Operasional</b>	<b>Rp149.435.940</b>	<b>22,95%</b>
<b>Total Beban</b>	<b>Rp149.435.940</b>	
<b>NET INCOME</b>	<b>Rp279.184.120</b>	
Penyesuaian laba ditahan	Rp111.673.648	
Biaya cadangan	Rp139.806.440	

Pendapatan	Tahun 3	% dari pendapatan operasional
<b>Pendapatan Operasional</b>		
Half day tour	Rp70.249.175	50%
one day tour (dalam Kota Bandung)	Rp175.362.149	50%
one day tour (luar Kota Bandung)	Rp365.223.589	50%
Half day tour wisatawan mancanegara	Rp1.928.205	50%
One day tour wisatawan mancanegara (dalam Kota Bandung)	Rp3.856.410	50%
One day tour wisatawan mancanegara (luar Kota Bandung)	Rp8.837.606	50%
<b>Total Pendapatan Operasional</b>	<b>Rp625.457.134</b>	
<b>Total Pendapatan</b>	<b>Rp625.457.134</b>	
<b>Beban Operasional</b>		
Biaya Peralatan	Rp6.727.500	1%
Biaya Pemasaran	Rp24.450.000	5%
Biaya pengembangan website	Rp2.000.000	0,40%
Biaya kuota internet	Rp4.589.128	0,92%
Biaya gaji karyawan	Rp249.600.000	49,96%
Biaya sewa virtual office	Rp3.213.675	0,64%
Biaya riset	Rp7.000.000	1,40%
Biaya depresiasi	Rp745.500	0,15%
<b>Total Beban Operasional</b>	<b>Rp298.325.803</b>	<b>59,07%</b>
<b>Total Beban</b>	<b>Rp298.325.803</b>	
<b>NET INCOME</b>	<b>Rp327.131.331</b>	
Penyesuaian laba ditahan	Rp130.852.532	
Biaya cadangan	Rp287.366.628	

Sumber: Visitory, 2022

## 10.5 Balance Sheet

Visitory memprediksi terjadinya kenaikan kas dari tahun ke tahun (tahun 1 sampai tahun 3) dengan asumsi bahwa penjualan paket Visiotry semakin meningkat. Peralatan yang dibeli pada tahun 1 yaitu satu buah handphone dan satu buah laptop untuk keperluan kegiatan bisnis Visitory dalam melayani pelanggan. Adapun dalam bagian kewajiban dan modal, Visitory menyetorkan dana untuk kegiatan bisnis Visitory dan dana didapatkan dari masing-masing anggota. Pada tahun pertama, Visitory tidak memberikan keuntungan kepada para pemilik karena laba bersih yang didapatkan pada tahun pertama ditahan untuk modal tahun berikutnya. Berikut ini adalah laporan neraca Visitory selama 3 tahun (Tabel 10.7).

**Tabel 10.7 Balance Sheet**

Aset	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
<b>Aset lancar</b>			
Kas	Rp151.300.000	Rp246.240.918	Rp245.614.773
<b>Total Aset Lancar</b>	<b>Rp151.300.000</b>	<b>Rp246.240.918</b>	<b>Rp245.614.773</b>
<b>Aset tetap</b>			
Peralatan	Rp10.000.000	Rp3.622.500	Rp6.727.500
(Akumulasi Depresiasi)	-Rp1.300.000	-Rp524.500	-Rp745.500
<b>Total Aset Tetap</b>	<b>Rp8.700.000</b>	<b>Rp3.098.000</b>	<b>Rp5.982.000</b>
<b>Total Aset</b>	<b>Rp160.000.000</b>	<b>Rp249.338.918</b>	<b>Rp251.596.773</b>
<b>Kewajiban dan Modal</b>			
<b>Modal</b>			
Pendanaan dari Pemilik	Rp160.000.000	Rp160.000.000	Rp160.000.000
Laba ditahan	Rp0	Rp111.673.648	Rp130.852.532
Pembagian dividen	Rp0	-Rp22.334.730	-Rp39.255.760
<b>Total Modal</b>	<b>Rp160.000.000</b>	<b>Rp249.338.918</b>	<b>Rp251.596.773</b>
<b>Total Kewajiban dan Modal</b>	<b>Rp160.000.000</b>	<b>Rp249.338.918</b>	<b>Rp251.596.773</b>

Sumber: Visitory, 2022

Berdasarkan tabel 10.7, laba ditahan pada tahun 1 masih Rp 0 karena diasumsikan masih banyak biaya yang dibutuhkan untuk operasional, sehingga belum bisa disisihkan untuk laba ditahan. Oleh karena belum ada laba ditahan, maka pada tahun pertama Visitory belum dapat membagikan dividen. Kemudian pada tahun 2, laba ditahan sebesar Rp111.673.648 yang diperoleh dari keuntungan bersih dibagi kepada setiap anggota (total 40%) sedangkan pembagian dividen sebesar 20% dari laba ditahan yang ditetapkan oleh perusahaan. Selanjutnya pada tahun 3, laba ditahan sebesar Rp130.852.532 yang diperoleh dari keuntungan

bersih tahun ketiga dikali dengan 40% dimana perusahaan menetapkan kebijakan pembagian dividen sebesar 30% dari perolehan keuntungan bersih.

## 10.6 Arus Kas 3-Tahun

Berikut ini adalah laporan arus kas 3 tahun Visitory yang terdiri dari aktivitas operasional, aktivitas keuangan, dan aktivitas investasi (Tabel 10.8).

**Tabel 10.8 Arus Kas 3-Tahun**

Saldo Kas	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
Saldo Kas Awal Periode	Rp151.300.000	Rp149.860.000	Rp148.369.600
Saldo Kas Akhir Periode	Rp149.860.000	Rp148.369.600	Rp146.827.036
Kas Masuk	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
<b>Aktivitas Operasional</b>			
Pendapatan Penjualan	Rp325.840.530	Rp428.620.060	Rp625.457.134
<b>Total Kas Masuk Aktivitas Operasional</b>	<b>Rp325.840.530</b>	<b>Rp428.620.060</b>	<b>Rp625.457.134</b>
<b>Total Kas Masuk</b>	<b>Rp325.840.530</b>	<b>Rp428.620.060</b>	<b>Rp625.457.134</b>
Kas Keluar	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
<b>Aktivitas Operasional</b>			
Biaya pemasaran	Rp25.400.000	Rp10.250.000	Rp24.450.000
Biaya riset	Rp5.000.000	Rp6.000.000	Rp7.000.000
Biaya kuota internet	Rp4.284.000	Rp4.433.940	Rp4.589.128
Biaya pengembangan website	Rp1.000.000	Rp1.500.000	Rp2.000.000
<b>Total Kas Keluar Aktivitas Operasional</b>	<b>Rp35.684.000</b>	<b>Rp22.183.940</b>	<b>Rp38.039.128</b>
<b>Aktivitas keuangan</b>			
Pembagian dividen	Rp0	Rp22.334.730	Rp39.255.760
<b>Total Kas Keluar Aktivitas Keuangan</b>	<b>Rp0</b>	<b>Rp22.334.730</b>	<b>Rp39.255.760</b>
<b>Aktivitas investasi</b>			
Pembelian peralatan	Rp10.000.000	Rp3.622.500	Rp6.727.500
<b>Total Kas Keluar Aktivitas Investasi</b>	<b>Rp10.000.000</b>	<b>Rp3.622.500</b>	<b>Rp6.727.500</b>
<b>Total Kas Keluar</b>	<b>Rp45.684.000</b>	<b>Rp48.141.170</b>	<b>Rp84.022.388</b>
<b>Arus Kas Bersih</b>	<b>Rp280.156.530</b>	<b>Rp380.478.891</b>	<b>Rp541.434.746</b>

Sumber: Visitory, 2022

## 10.7 Break Even Point

Visitory akan mencapai *Break Even Point* setelah menjual 182,48 atau 182 paket jasa *tour guide* atau total penjualan rata-rata Rp 200.729.535. Penjualan utama Visitory didapatkan dari penjualan jasa *tour guide* dengan pilihan tiga level (level 1 sampai dengan level 3) dengan harga yang berbeda dari setiap levelnya untuk masing-masing wisatawan domestik dan mancanegara dengan harga rata-rata per paket sebesar Rp 1.100.000. Berikut adalah perhitungan *Break Even Point* (Tabel 10.9).

**Tabel 10.9 Break Even Point**

Harga produk (rata-rata per paket)	Rp1.100.000
<b>Biaya tetap</b>	
Biaya pembuatan logo	Rp250.000
Biaya riset	Rp5.000.000
Biaya pengembangan website	Rp1.000.000
Biaya pemasaran	Rp25.400.000
Biaya kuota internet	Rp4.284.000
Biaya gaji karyawan	Rp108.000.000
Biaya sewa kantor virtual	Rp3.000.000
Biaya Peralatan	Rp10.000.000
<b>Total Biaya tetap</b>	<b>Rp156.934.000</b>
<b>Biaya variabel</b>	
Biaya lain-lain	Rp1.440.000
Total	Rp1.440.000
<b>Total biaya variabel per paket</b>	<b>Rp240.000</b>
margin kontribusi	Rp860.000
Rasio margin kontribusi	78,18%
<b>Break Even Point</b>	
<b>BEP per paket</b>	<b>182,48</b>
<b>BEP sales</b>	<b>Rp200.729.535</b>

Sumber: Visitory, 2022

### 10.8 Payback Period

*Payback period* (PP) merupakan jangka waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan nilai investasi (Kurniawan, 2019). Berikut adalah rumus PP dan perhitungannya.

$$\begin{aligned}
 \text{Payback Period} &= \text{Nilai investasi/Kas masuk bersih} \\
 \text{Payback Period} &= \text{Rp } 160.000.000/\text{Rp } 167.856.530 \\
 \text{Payback Period} &= 0,953 \text{ tahun}
 \end{aligned}$$

Visitory akan menerima pengembalian investasi awal dalam 11 bulan 4 hari (0,953 tahun x 12). Pengembalian investasi awal ini akan diterima oleh Visitory apabila Visitory mencapai penjualan sesuai dengan proyeksi target penjualan.

Masa pandemi Covid-19 membuat masyarakat Indonesia merasa bosan karena dilarang untuk bepergian keluar rumah dan masa pasca pandemi membebaskan masyarakat untuk bepergian membuat masyarakat berlibur ke daerah wisata. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2022), jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara terus meningkat sehingga hal ini menjadi salah satu faktor proyeksi penjualan Visitory

terus meningkat. Visitory juga menetapkan komisi sebesar 50% (penjelasan lebih lanjut pada bagian 7.1.2 nomor 4 penetapan paket dan harga). Berdasarkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Bandung dan penetapan komisi sebesar 50%, maka Visitory mendapatkan penghasilan yang besar, sehingga tingkat pengembalian investasi awal dengan waktu yang cepat yaitu hanya 11 bulan 4 hari.

### 10.9 Return On Investment

*Return On Investment* (ROI) merupakan rasio menghitung nilai dari suatu investasi (Hardiansyah dan Nurhayati, 2021). Berikut ini adalah perhitungan ROI (Tabel 10.10).

**Tabel 10.10 Perhitungan Return On Investment**

ROI (balik modal)	
(total penjualan - investasi)/investasi	
	Rp651.681.059
	Rp160.000.000,00
	3,073006621

Sumber: Visitory, 2022

Berdasarkan perhitungan pada tabel 10.10 maka diketahui dengan memiliki investasi awal sebesar Rp 160.000.000 maka Visitory akan memperoleh tingkat pengembalian sebesar 3,073 kali dari Rp 160.000.000, sekitar Rp 491.681.059,34.

### 10.10 Debt to Equity Ratio

*Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan perhitungan yang dilakukan untuk mengukur rasio utang yang dilakukan dengan membandingkan antara total hutang dengan total ekuitas. Dalam kata lain, perhitungan ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar utang perusahaan yang berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva perusahaan (Maulita & Tania, 2018).

Berdasarkan perhitungan DER tersebut, dikarenakan Visitory tidak memiliki utang, maka DER yang dihasilkan 0. DER digunakan untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam membayar utang yang dimilikinya, maka ketika DER Visitory 0, artinya Visitory tidak memiliki rasio utang terhadap modal.

### 10.11 Weighted Average Cost of Capital

*Weighted Average Cost of Capital* (WACC) merupakan perhitungan rata-rata tertimbang yang didasarkan pada biaya masing-masing komponen utang dan modal ekuitas (Leach & Melicher, 2015). Dalam proyeksi keuangan Visitory, kami tidak memiliki utang, sehingga perhitungan WACC tidak dapat dilakukan. Namun, WACC didapatkan dari persentase bunga obligasi Pemerintah. Berdasarkan data dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2022), obligasi Pemerintah pada tahun 2022 yaitu sebesar 5,95%. Persentase tersebut merupakan minimum *return* yang didapatkan oleh investor terhadap nilai investasi dari modal Visitory. Selain itu, bagi Visitory sendiri persentase tersebut menunjukkan Visitory memiliki pendanaan pada tingkat 5,95% untuk membeli aset dengan membandingkan nilai ekuitas. Semakin kecil persentase ini, maka semakin besar nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan dengan biaya modal yang rendah, perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Dalam kondisi tingkat WACC rendah, Visitory memiliki biaya pendanaan lebih kecil sehingga dapat mendistribusikan lebih besar uang kas kepada pemegang saham.

