



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.

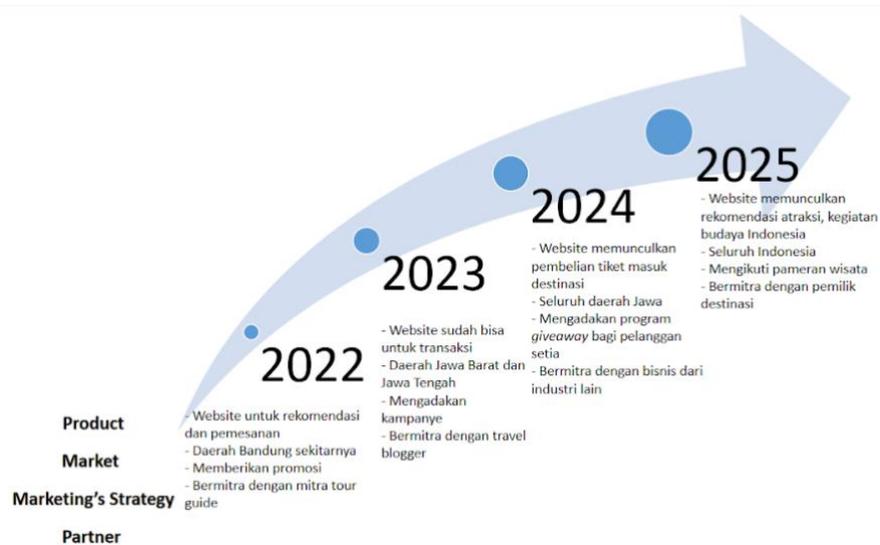
BAB IX

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. 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 *milestones* dari Visitory tahun 2022 hingga tahun 2025.



Gambar 9.1 Uraian Milestones

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 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 Rp 300.000,00/bulan, 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).

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

| biaya Start-up | | |
|-----------------------------|-----------------------------------|----------------------|
| 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 |
| Total biaya tetap | | Rp156.934.000 |
| Biaya variabel | | |
| | Biaya lain-lain | Rp1.440.000 |
| Total biaya variabel | | Rp1.440.000 |
| Total Biaya Start-up | | Rp158.374.000 |

| Pendanaan dari pemilik | | |
|-------------------------------------|---------------|----------------------|
| | Kas pemilik 1 | Rp40.000.000 |
| | Kas pemilik 2 | Rp40.000.000 |
| | Kas pemilik 3 | Rp40.000.000 |
| | Kas pemilik 4 | Rp40.000.000 |
| Total pendanaan dari pemilik | | Rp160.000.000 |
| Pendanaan lain | | |
| | - | - |
| Total Pendanaan lain | | - |
| Total Pendanaan Start-up | | Rp160.000.000 |

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 |
|--|-----------------------------------|----------------------|
| biaya Start-up | | |
| 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 |
| Total biaya tetap | | Rp148.911.440 |
| Biaya variabel | | |
| | Biaya lain-lain | Rp1.490.400 |
| Total biaya variabel | | Rp1.490.400 |
| Total Biaya Start-up | | Rp150.401.840 |
| Pendanaan dari pemilik | | |
| | Kas pemilik 1 | Rp40.000.000 |
| | Kas pemilik 2 | Rp40.000.000 |
| | Kas pemilik 3 | Rp40.000.000 |
| | Kas pemilik 4 | Rp40.000.000 |
| Total pendanaan dari pemilik | | Rp160.000.000 |
| Pendanaan lain | | |
| | - | - |
| Total Pendanaan lain | | - |
| Total Pendanaan Start-up | | Rp160.000.000 |

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 |
|--|-----------------------------------|----------------------|
| biaya Start-up | | |
| Biaya tetap | | |
| | Biaya niset | 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 |
| Total biaya tetap | | Rp297.580.303 |
| Biaya variabel | | |
| | Biaya lain-lain | Rp1.542.564 |
| Total biaya variabel | | Rp1.542.564 |
| Total Biaya Start-up | | Rp299.122.867 |
| Pendanaan dari pemilik | | |
| | Kas pemilik 1 | Rp40.000.000 |
| | Kas pemilik 2 | Rp40.000.000 |
| | Kas pemilik 3 | Rp40.000.000 |
| | Kas pemilik 4 | Rp40.000.000 |
| Total pendanaan dari pemilik | | Rp160.000.000 |
| Pendanaan lain | | |
| | - | - |
| Total Pendanaan lain | | - |
| Total Pendanaan Start-up | | Rp160.000.000 |

Sumber: Visitory, 2022

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 460.000,00 untuk half day tour, pada level 2 sebesar Rp 690.000,00 untuk one day tour dalam Kota Bandung dan pada level 3 sebesar Rp 1.035.000,00 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 15% yang ditambahkan atau *mark up* dari harga yang telah disepakati oleh Visitory dan *tour guide*. Berikut ini adalah proyeksi penjualan Visitory untuk tahun pertama.

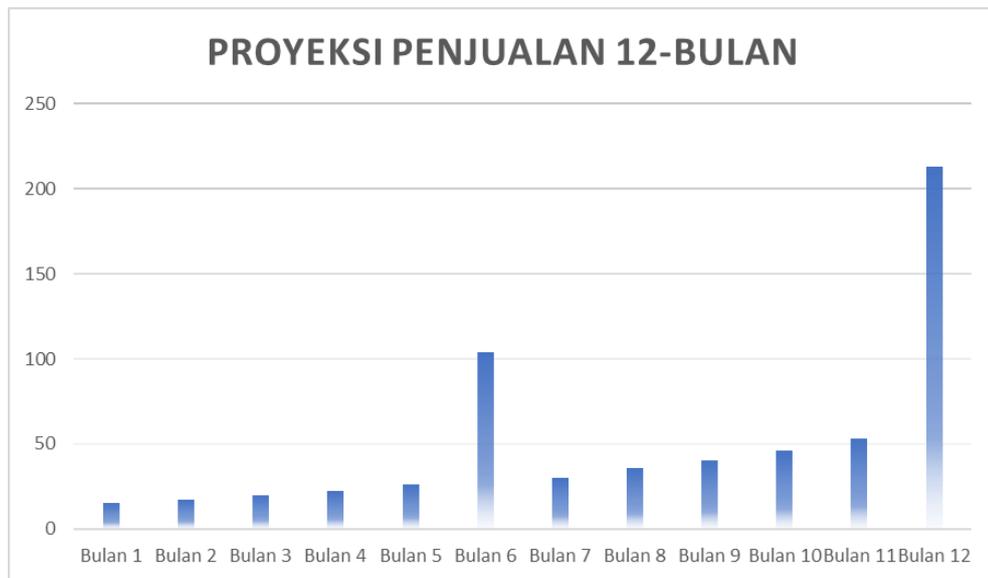
Tabel 10.4 Uraian Proyeksi Penjualan Visitory Tahun Pertama

| 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 | 6 | 7 | 8 | 9 | 11 | 44 |
| one day tour (dalam Kota Bandung) | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 38 | 10 | 12 | 13 | 15 | 18 | 70 |
| one day tour (luar Kota Bandung) | 7 | 8 | 9 | 11 | 12 | 48 | 14 | 16 | 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 | 28 | 104 | 30 | 36 | 40 | 48 | 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 diperkirakan mengalami meningkat yang signifikan di musim liburan yaitu bulan ke-6 dan bulan ke-12 yang meningkat hingga empat kali lipat. 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.

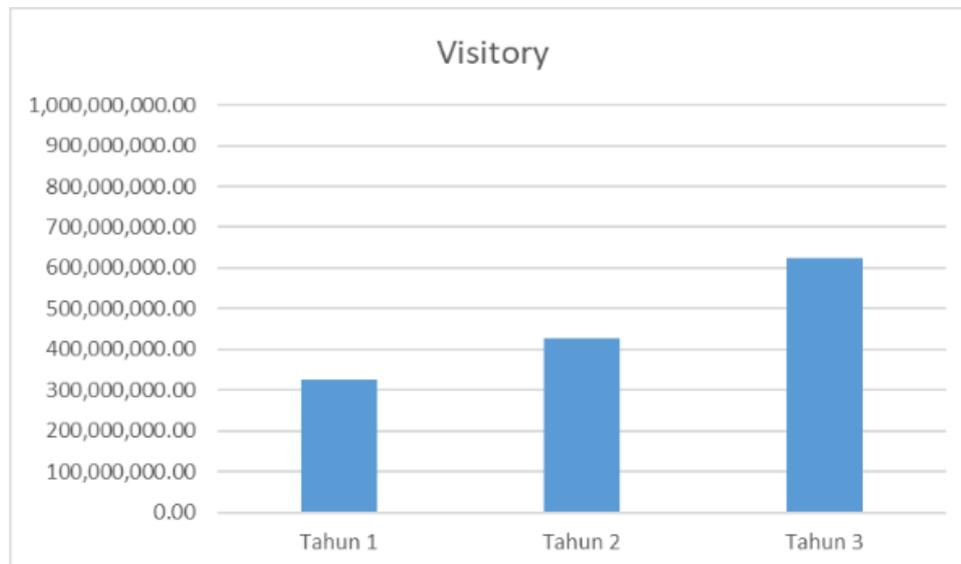
Berikut ini adalah proyeksi penjualan Visitory selama 3 tahun (Tabel 10.5) dan grafik yang menunjukkan tingkat kenaikan penjualan Visitory setiap tahunnya (Gambar 10.2).

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 |
| Total Penjualan | 621 | | 787 | | 1.107 |
| Harga layanan tour (Rp) | | | | | |
| 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 |
| 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 |
| Total Pendapatan | Rp651.681.059 | | Rp857.240.121 | | Rp1.250.914.267 |
| 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 |
| Total Keuntungan | Rp325.840.530 | | Rp428.620.060 | | Rp625.457.134 |
| Tingkat Persentase | | | 31,54% | | 45,92% |

Sumber: Visitory, 2022



Gambar 10.2 Grafik Proyeksi Penjualan Selama 3 Tahun

Sumber: Visitory, 2022

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 |
|---|----------------------|-------------------------------|
| Pendapatan Operasional | | |
| 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% |
| Total Pendapatan Operasional | Rp325.840.530 | |
| Total Pendapatan | Rp325.840.530 | |
| Beban Operasional | | |
| 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 virtual office | Rp3.000.000 | 0,60% |
| Biaya riset | Rp5.000.000 | 1% |
| Biaya depresiasi | Rp1.300.000 | 0,26% |
| Total Beban Operasional | Rp157.984.000 | 32,69% |
| Total Beban | Rp157.984.000 | |
| NET INCOME | Rp167.856.530 | |
| Penyesuaian laba ditahan | Rp67.142.612 | |
| Biaya cadangan | Rp148.684.000 | |

| Pendapatan | Tahun 2 | % dari pendapatan operasional |
|---|----------------------|-------------------------------|
| Pendapatan Operasional | | |
| Half day tour | Rp48.481.142 | 50% |
| one day tour (dalam Kota Bandung) | Rp121.022.877 | 50% |
| one day tour (luar Kota Bandung) | Rp252.052.168 | 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% |
| Total Pendapatan Operasional | Rp428.620.060 | |
| Total Pendapatan | Rp428.620.060 | |
| Beban Operasional | | |
| 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% |
| Total Beban Operasional | Rp149.435.940 | 22,95% |
| Total Beban | Rp149.435.940 | |
| NET INCOME | Rp279.184.120 | |
| Penyesuaian laba ditahan | Rp111.673.848 | |
| Biaya cadangan | Rp139.806.440 | |

MULTIMEDIA
NUSANTARA

| Pendapatan | Tahun 3 | % dari pendapatan operasional |
|---|----------------------|-------------------------------|
| Pendapatan Operasional | | |
| Half day tour | Rp70.249.175 | 50% |
| one day tour (dalam Kota Bandung) | Rp175.362.149 | 50% |
| one day tour (luar Kota Bandung) | Rp385.223.589 | 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% |
| Total Pendapatan Operasional | Rp625.457.134 | |
| Total Pendapatan | Rp625.457.134 | |
| Beban Operasional | | |
| 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% |
| Total Beban Operasional | Rp298.325.803 | 59,07% |
| Total Beban | Rp298.325.803 | |
| NET INCOME | Rp327.131.331 | |
| 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 Visitory 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 |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Aset lancar | | | |
| Kas | Rp151.300.000 | Rp246.240.918 | Rp245.614.773 |
| Total Aset Lancar | Rp151.300.000 | Rp246.240.918 | Rp245.614.773 |
| Aset tetap | | | |
| Peralatan | Rp10.000.000 | Rp3.622.500 | Rp6.727.500 |
| (Akumulasi Depresiasi) | -Rp1.300.000 | -Rp524.500 | -Rp745.500 |
| Total Aset Tetap | Rp8.700.000 | Rp3.098.000 | Rp5.982.000 |
| Total Aset | Rp160.000.000 | Rp249.338.918 | Rp251.596.773 |
| Kewajiban dan Modal | | | |
| Modal | | | |
| 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 |
| Total Modal | Rp160.000.000 | Rp249.338.918 | Rp251.596.773 |
| Total Kewajiban dan Modal | Rp160.000.000 | Rp249.338.918 | Rp251.596.773 |

Sumber: Visitory, 2022

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).

| 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 | Rp146.827.038 |
| | | | |
| Kas Masuk | Tahun 1 | Tahun 2 | Tahun 3 |
| Aktivitas Operasional | | | |
| Pendapatan Penjualan | Rp325.840.530 | Rp428.620.060 | Rp625.457.134 |
| Total Kas Masuk Aktivitas Operasional | Rp325.840.530 | Rp428.620.060 | Rp625.457.134 |
| Total Kas Masuk | Rp325.840.530 | Rp428.620.060 | Rp625.457.134 |
| | | | |
| Kas Keluar | Tahun 1 | Tahun 2 | Tahun 3 |
| Aktivitas Operasional | | | |
| 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 |
| Total Kas Keluar Aktivitas Operasional | Rp35.684.000 | Rp22.183.940 | Rp38.039.128 |
| Aktivitas keuangan | | | |
| Pembagian dividen | Rp0 | Rp22.334.730 | Rp39.255.760 |
| Total Kas Keluar Aktivitas Keuangan | Rp0 | Rp22.334.730 | Rp39.255.760 |
| Aktivitas investasi | | | |
| Pembelian peralatan | Rp10.000.000 | Rp3.622.500 | Rp6.727.500 |
| Total Kas Keluar Aktivitas Investasi | Rp10.000.000 | Rp3.622.500 | Rp6.727.500 |
| Total Kas Keluar | Rp45.684.000 | Rp48.141.170 | Rp84.022.388 |
| Arus Kas Bersih | Rp280.156.530 | Rp380.478.891 | Rp541.434.746 |

Sumber: Visitory, 2022

10.7 Break Even Point

Visitory akan mencapai *Break Even Point* setelah menjual 316,8 atau 317 paket jasa *tour guide* atau total penjualan rata-rata Rp 136.740.113. 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 843.333,00. Berikut adalah perhitungan *Break Even Point* (Tabel 10.9).

Tabel 10.9 Break Even Point

| | |
|---------------------------------------|----------------------|
| Harga produk (rata-rata per paket) | Rp1.100.000 |
| Biaya tetap | |
| 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 |
| Total Biaya tetap | Rp156.934.000 |
| Biaya variabel | |
| Biaya lain-lain | Rp1.440.000 |
| Total | Rp1.440.000 |
| Total biaya variabel per paket | Rp240.000 |
| margin kontribusi | Rp860.000 |
| Rasio margin kontribusi | 78,18% |
| Break Even Point | |
| BEP per paket | 182,48 |
| BEP sales | Rp200.729.535 |

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 10.8).

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%. Penggunaan persentase bunga obligasi Pemerintah dalam WACC digunakan untuk menghitung tingkat pengembalian perusahaan ketika uang perusahaan digunakan untuk investasi.