

BAB IX

IMPLEMENTASI STRATEGI

9.1 Milestones

Tahun	Milestone
2025	Pengembangan Produk:
	- Melanjutkan R&D untuk tote bag.
	- Meluncurkan tote bag ke pasar (soft launching).
	- Membuat desain patch baru dengan sistem komisi pihak ketiga.
	Penjualan dan Pemasaran:
	- Penjualan online melalui TikTok, Instagram, Shopee, dan Tokopedia.
	- Mengadakan bazaar di pusat perbelanjaan.
	- Kerja sama dengan KOL untuk meningkatkan brand awareness.
	- Live TikTok rutin untuk mendukung penjualan.
	- Promo akhir tahun (cuci gudang).
	Evaluasi dan Perencanaan:
	- Evaluasi penjualan, pemasaran, dan operasional secara berkala.
	- Menyusun target penjualan berdasarkan hasil validasi pasar.

	Keuangan:
	- Menyusun laporan keuangan tahunan.
	- Evaluasi kinerja tahunan dan target untuk 2026.
2026	Pengembangan Produk:
	- Menyusun konsep produk baru dengan fitur inovatif.
	- Melakukan uji coba produk dan desain prototype.
	- Produksi awal produk baru untuk soft launching dan validasi pasar.
	Penjualan dan Pemasaran:
	- Penjualan online melalui e-commerce.
	- Mengikuti bazaar fashion untuk meningkatkan penjualan offline.
	- Strategi branding dan pemasaran untuk produk baru (diskon, konten promosi).
	Evaluasi dan Perencanaan:
	- Evaluasi terhadap kinerja produk baru dan strategi pemasaran.
	- Mempertimbangkan pembagian dividen jika laba tercapai.
2027	Pengembangan Produk:
	- Melanjutkan inovasi produk berdasarkan evaluasi tahun sebelumnya.
	Penjualan dan Pemasaran:
	- Aktivitas pemasaran dan penjualan online serta offline tetap dilakukan.
	- Strategi promosi untuk menjaga pertumbuhan penjualan.

	Ekspansi:
	- Membuka toko offline pertama Svstain di Tangcity Mall.
	Evaluasi dan Perencanaan:
	- Evaluasi kinerja keseluruhan bisnis dan menyusun rencana untuk periode berikutnya.
	- Menyusun target penjualan untuk tahun mendatang.

9.2 Akuisisi Konsumen

9.2.1 Online

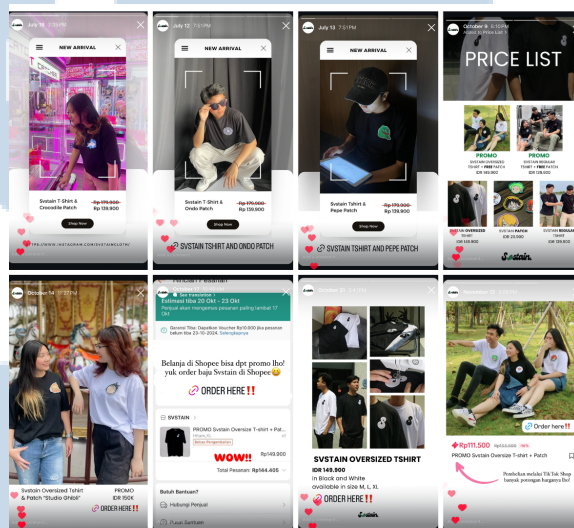
Platform digital menjadi peluang besar bagi Svstain untuk berinteraksi langsung dengan audiens, memperkenalkan identitas merek, dan menjual produk. Berikut adalah strategi Svstain di beberapa *platform* online:

a. Instagram

Instagram merupakan *platform* utama yang digunakan Svstain untuk memperkenalkan produk dan nilai brand. Svstain menggunakan Instagram untuk menampilkan produk dan menarik perhatian target audiens. Selain itu, Svstain juga menggunakan Instagram untuk mempromosikan produk dan menjualnya dengan berbagai cara, seperti membuat konten yang informatif dan kreatif. Svstain tidak hanya asal membuat konten, namun juga menentukan tujuan dari konten tersebut. Untuk mendukung hal ini, Svstain secara aktif menggunakan fitur-fitur Instagram seperti *Stories*, *Feeds*, dan *Reels*, yang memungkinkan brand untuk menjangkau audiens secara lebih luas dan interaktif.

- **Story Instagram Svstain**

Story Instagram adalah fitur yang memungkinkan pengguna membagikan konten berupa foto atau video pendek yang akan hilang secara otomatis setelah 24 jam. Svstain secara aktif memanfaatkan fitur ini untuk mem-*posting* berbagai jenis konten, yang tidak hanya bertujuan memberikan informasi tentang produk, meningkatkan *brand awareness* dan *engagement*, serta memberikan edukasi atau berinteraksi dengan konsumen, tetapi juga untuk mendorong penjualan.



Gambar 9.1 Kumpulan *Archive Instagram Stories* Svstain untuk meningkatkan Penjualan

Sumber: Instagram Svstain, 2024

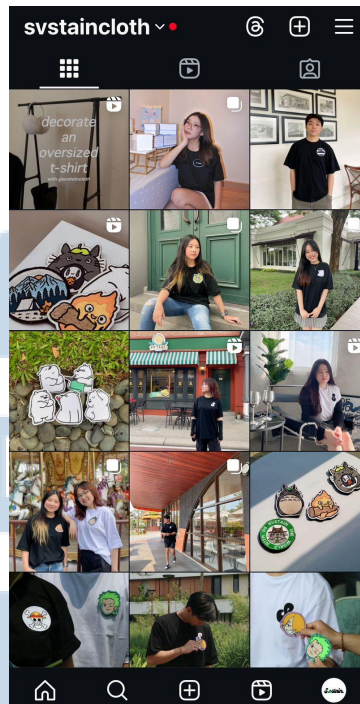
Berdasarkan Gambar 9.1, Svstain sering memanfaatkan Instagram Story untuk mempromosikan produk secara ***hard selling*** atau langsung menawarkan produk dengan ajakan untuk segera membeli. Contohnya dengan memberi penawaran khusus, diskon

terbatas, informasi harga terbaru yang mendorong konsumen untuk segera melakukan pembelian.

- ***Feeds Instagram Svstain***

Feeds Instagram merujuk pada tampilan utama di profil yang menampilkan foto, video, dan konten lainnya yang diunggah oleh pengguna. Konten ini tetap ada di profil kecuali dihapus, dan dapat diakses oleh pengikut atau siapa saja yang mengunjungi profil. Biasanya, feeds digunakan untuk membagikan konten yang lebih tetap, informatif, serta sering dimanfaatkan untuk membentuk identitas merek atau pribadi.



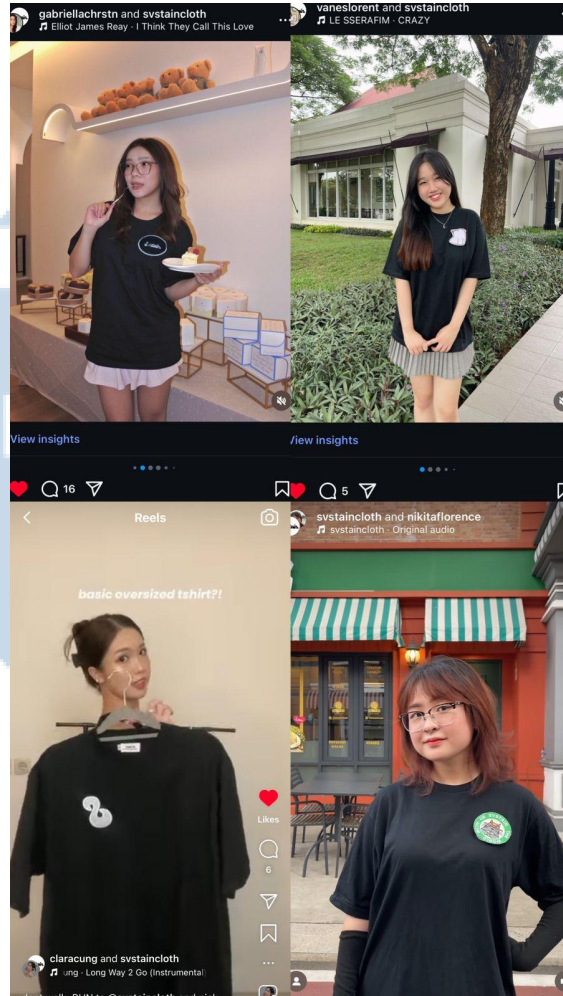


Gambar 9.2 *Screenshot Feeds Instagram Svstain*

Sumber : Instagram Svstain, 2024

Svstain secara aktif mengunggah konten di *feeds* Instagram, meskipun frekuensinya tidak sebanyak di *stories*. Fitur feeds dimanfaatkan untuk menyajikan informasi yang lebih permanen, terstruktur, dan menarik secara visual kepada audiens. Konten di *feeds* dirancang untuk membangun *brand awareness*, memperkuat citra merek, dan memberikan informasi mendalam tentang produk, seperti detail desain, manfaat, atau kampanye promosi. Tampilan *feeds* yang menarik, jelas, dan informatif memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian pelanggan. Selain itu, *feeds* yang rapi juga berfungsi sebagai katalog produk Svstain dan referensi styling bagi pelanggan.

- Berkolaborasi dengan *Influencers*



Gambar 9.3 Kumpulan *Screenshot* Konten Kolaborasi dengan *Influencers*

Sumber : Instagram Svstain, 2023

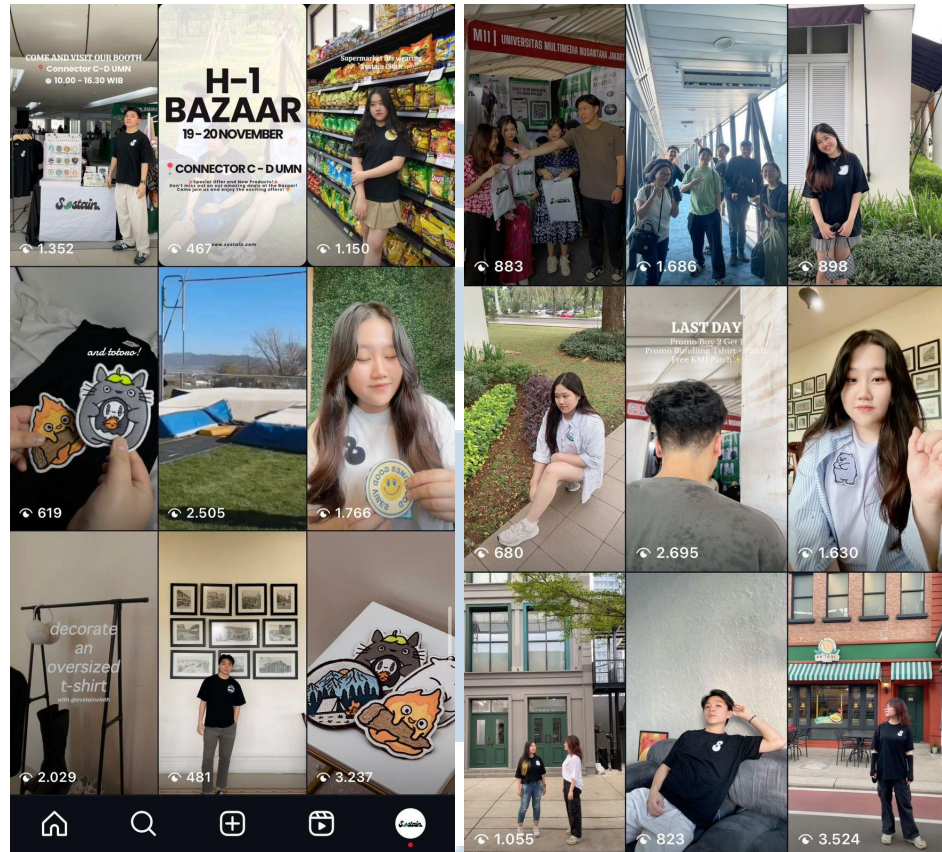
Berdasarkan Gambar 9.3, Svstain juga berkolaborasi dengan *influencers* yang menampilkan produk Svstain dalam berbagai gaya sesuai dengan kreativitas dan kepribadian masing-masing. Kolaborasi ini menjadi salah satu strategi

pemasaran yang efektif untuk menjangkau dan mengakuisisi konsumen yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung mempercayai rekomendasi dari figur publik yang mereka ikuti. Para *influencers* tidak hanya memperkenalkan produk Svstain, tetapi juga memberikan ide dan inspirasi dalam memadukan produk dengan berbagai gaya busana sehari-hari.

Selain itu, melalui kolaborasi ini, konten-konten yang dibuat *influencers* dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar yang semakin kompetitif. Dengan memperkuat citra merek dan membangun kepercayaan konsumen melalui rekomendasi influencer, Svstain berharap dapat meningkatkan minat beli, menarik pelanggan baru, dan mendorong penjualan secara signifikan. Kolaborasi ini juga menjadi cara efektif untuk mempromosikan keunggulan produk Svstain, termasuk desain yang unik dan fleksibilitas penggunaannya.

- **Reels Instagram Svstain**

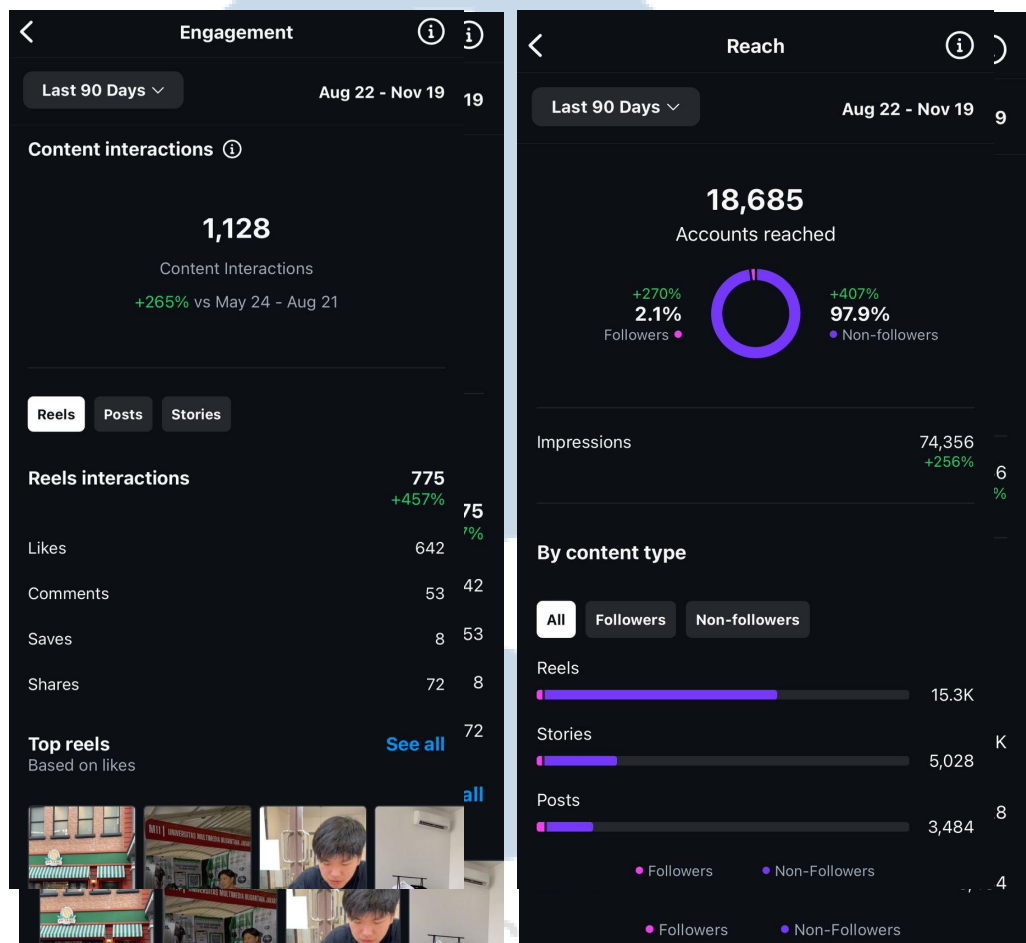
Reels Instagram adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek berdurasi hingga 90 detik. Video ini dapat dilengkapi dengan musik, teks, efek visual, dan filter yang kreatif. Reels dirancang untuk berbagi konten yang lebih dinamis dan menghibur, dan sering kali muncul di halaman Explore untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Reels sering digunakan untuk memperkenalkan produk, mengikuti tren, atau berbagi konten yang bersifat edukatif atau hiburan.



Gambar 9.4 Kumpulan Reels Instagram Svstain

Berdasarkan Gambar 9.4 diatas, Svstain secara aktif memanfaatkan fitur *Reels* di Instagram untuk meningkatkan *brand awareness*, *engagement*, promosi produk, memberikan ide *mix and match* atau *styling*, serta menjalin kolaborasi dengan *influencer*. Hal-hal ini dilakukan agar dapat meningkatkan penjualan. Fitur *Reels* memiliki pengaruh besar bagi Svstain karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan secara signifikan meningkatkan *brand awareness*. Berbeda dengan *Stories* dan *Feeds* yang umumnya hanya dilihat oleh *followers*, *Reels* memungkinkan

konten Svstain dilihat oleh pengguna yang belum mengikuti akun Svstain melalui bagian Reels di Instagram.



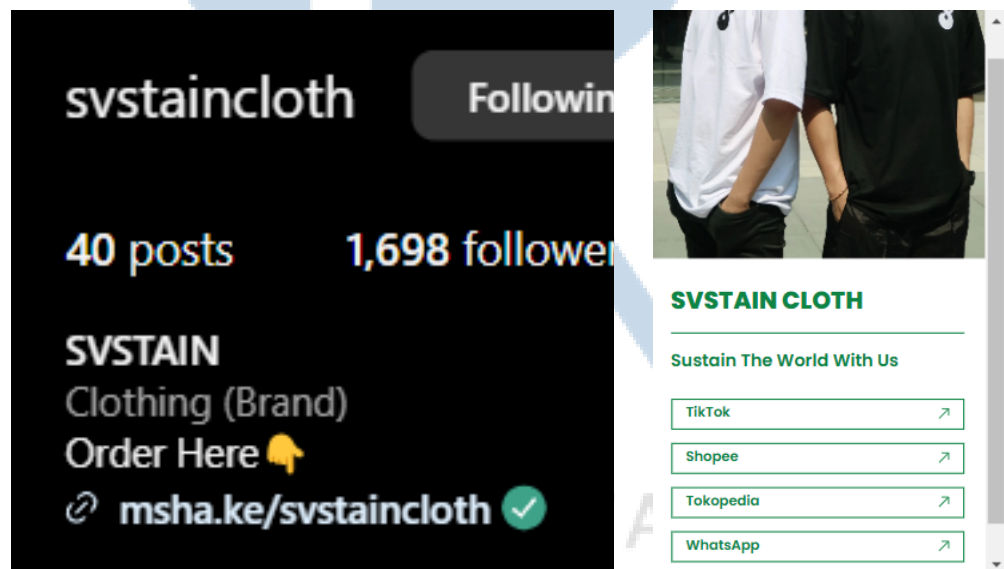
Gambar 9.5 Kumpulan Screenshot Insights Reels Instagram Svstain

Sumber: Instagram Svstain, 2024

Dengan membuat video konten dan mengunggahnya di fitur *reels*, dapat membuka peluang besar untuk menjangkau calon konsumen baru.

Bahkan, meskipun pengguna Instagram tidak mengikuti Svstain, video *Reels* Svstain memiliki potensi untuk FYP (*For You Page*) atau viral, sehingga muncul di beranda mereka. Berdasarkan Gambar 9.5 diatas, terlihat bahwa banyak pengguna Instagram yang menonton video *reels* Svstain, dengan total *content interactions* sebesar 1.123 selama 90 hari terakhir, dan 775 diantaranya berasal dari konten *reels*. Selain itu, total *account reached* Svstain selama 90 hari terakhir adalah sebesar 18.685 akun dan 15.300 lebih diantaranya berasal dari konten *reels*. Hal ini menunjukkan bahwa fitur *reels* sangat efektif untuk memperluas jangkauan audiens sekaligus memperkuat posisi Svstain sebagai *brand* yang kreatif dan relevan di pasar fesyen.

- **Linktree Svstain**



Gambar 9.6 *User Interface Link* Svstain yang ada di Bio Instagram

Selain menggunakan fitur *Stories*, *Feeds*, dan *Reels*, Svstain juga membuat link khusus untuk pesanan. Jadi konsumen dapat langsung memesan produk Svstain di link yang tertera di bio Svstain. Link ini sudah

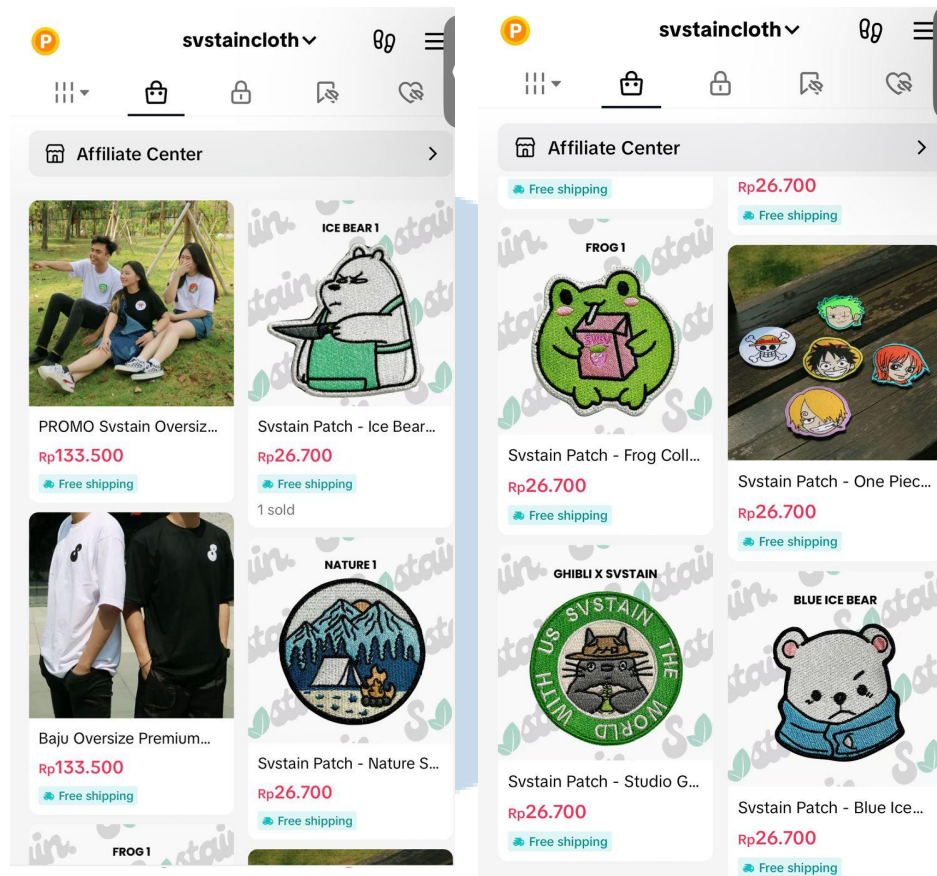
tersambung ke laman TikTok, Shopee, Tokopedia, dan WhatsApp Svstain. Dengan menaruh link di bio Instagram, konsumen dapat dengan mudah memesan produk tanpa harus mengirimkan pesan di DM Instagram sehingga konsumen dapat membeli produk Svstain kapanpun dan dimanapun.

b. TikTok

Svstain juga memanfaatkan platform TikTok untuk meningkatkan penjualan. TikTok merupakan platform berbasis video pendek yang sangat populer di kalangan audiens muda, sehingga menjadi saluran yang ideal bagi Svstain untuk menjangkau target pasar mereka. Konten-konten yang diunggah Svstain di TikTok biasanya adalah konten promosi atau konten yang dibuat untuk mengikuti tren. Kebanyakan konten yang diunggah tidak menunjukkan penjualan secara langsung. Hal ini dikarenakan, Svstain ingin menggunakan TikTok untuk meningkatkan *brand awareness*.

- **TikTok Shop**





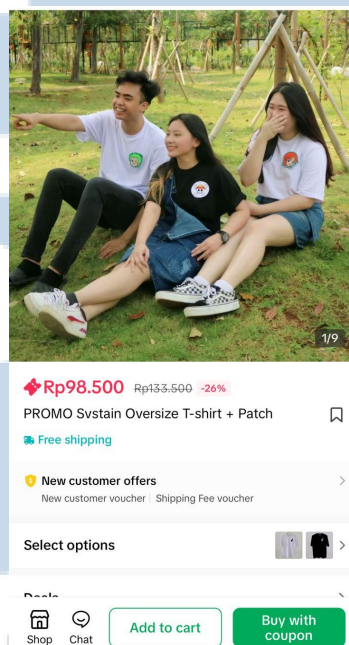
Gambar 9.7 Kumpulan *Screenshot* TikTok Shop Svstain

Seperti yang terlihat pada Gambar 9.6 diatas, Svstain juga memanfaatkan TikTok sebagai platform strategis untuk meningkatkan penjualan, dengan mengintegrasikan fitur-fitur *e-commerce* yang ditawarkan. Salah satunya adalah TikTok Shop yang emungkinkan pengguna untuk membeli produk secara langsung melalui aplikasi.

Dengan TikTok Shop, Svstain dapat mempercepat proses konversi penjualan karena audiens dapat melihat, memilih, dan membeli produk tanpa harus meninggalkan platform. Fitur ini

memberikan pengalaman belanja yang praktis dan seamless, menjadikannya sangat diminati oleh pengguna yang menginginkan transaksi yang cepat dan mudah. Selain itu, TikTok Shop memungkinkan Svstain untuk menjangkau calon konsumen yang lebih luas, termasuk pengguna yang tidak mengikuti akun Svstain namun tertarik dengan produk mereka melalui FYP (*For You Page*).

- **Promosi di TikTok Shop**



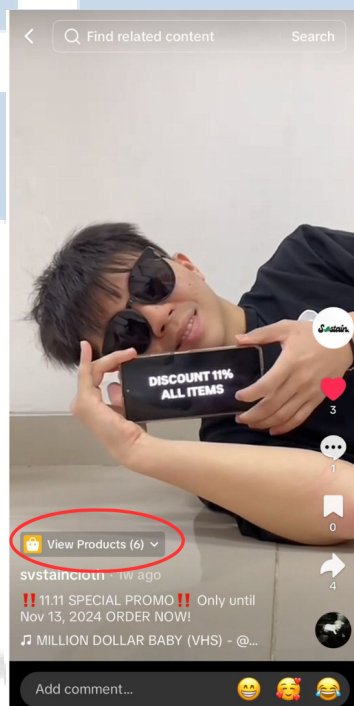
Gambar 9.8 Promosi di TikTok Shop

Sumber : TikTok *Shop* Svstain, 2024

Svstain dapat meraih banyak manfaat dengan menggunakan fitur TikTok Shop. Sebagai contoh, seperti yang terlihat pada

Gambar 9.8 di atas, terdapat potongan harga sebesar 26%, yang mengurangi harga dari Rp 133.500 menjadi Rp 98.500. Potongan harga ini tidak diberikan oleh Svstain, melainkan oleh TikTok untuk mendukung peningkatan penjualan. Tentu saja, ini menguntungkan kedua belah pihak, baik *seller* maupun konsumen, karena konsumen dapat membeli produk dengan harga lebih murah tanpa merugikan *seller*. Dengan demikian, Svstain dapat memberikan nilai lebih kepada konsumen, mendorong mereka untuk segera melakukan pembelian.

- **Video Konten di TikTok**



Gambar 9.9 Screenshot Konten Svstain di TikTok

Sumber: TikTok Svstain, 2024

Tidak hanya memanfaatkan fitur TikTok *Shop*, Svstain juga turut mengunggah beberapa video konten untuk meningkatkan *brand awareness*. Misalnya dengan memanfaatkan momentum *event 11.11* di TikTok untuk membuat konten informasi promosi yang menarik dan relevan bagi audiensnya. Konten tersebut tidak hanya sekadar memberikan informasi mengenai diskon atau penawaran menarik, tetapi juga dirancang secara interaktif untuk mendorong aksi langsung dari konsumen.

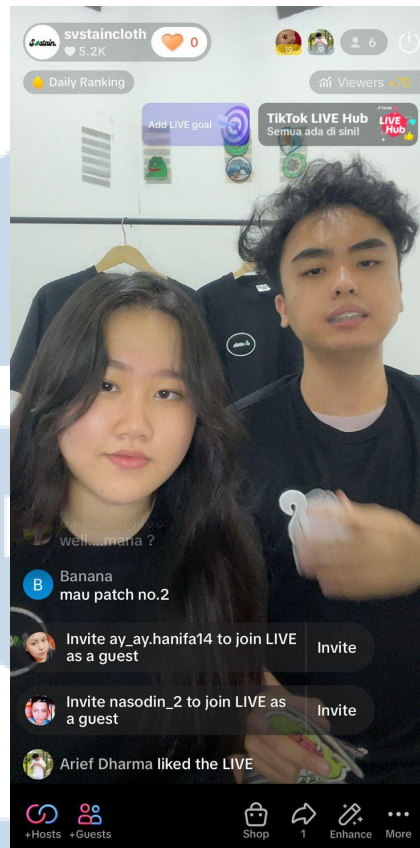
Selain memposting *video* promosi, Svstain juga memanfaatkan fitur TikTok *Shop*, yakni keranjang kuning yang terletak di bagian kiri bawah layar. Dalam video tersebut, Svstain menambahkan produk-produk jualannya ke keranjang kuning, sehingga memudahkan konsumen untuk menemukan produk yang mereka lihat di video. Dengan hanya beberapa klik, konsumen dapat langsung melihat detail produk dan melakukan proses *check-out* tanpa harus meninggalkan aplikasi TikTok.

Strategi ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan konsumen, tetapi juga mempercepat proses pembelian, sehingga mampu mengurangi kemungkinan konsumen berubah pikiran. Melalui pendekatan ini, Svstain berhasil mengoptimalkan fungsi media sosial sebagai alat pemasaran sekaligus saluran penjualan, menjadikan promosi tidak hanya informatif tetapi juga praktis dan efisien bagi pelanggan.

- ***Live Selling* TikTok**

Berdasarkan Gambar 9.10 dibawah, Svstain juga memanfaatkan TikTok untuk melakukan **Live Selling**, sebuah fitur yang memungkinkan Svstain untuk berinteraksi langsung dengan audiens dan mempromosikan produk secara real-time. Melalui *live selling*, Svstain dapat menunjukkan

produk secara langsung, memberikan penjelasan tentang fitur dan manfaatnya, serta menjawab pertanyaan audiens secara langsung.

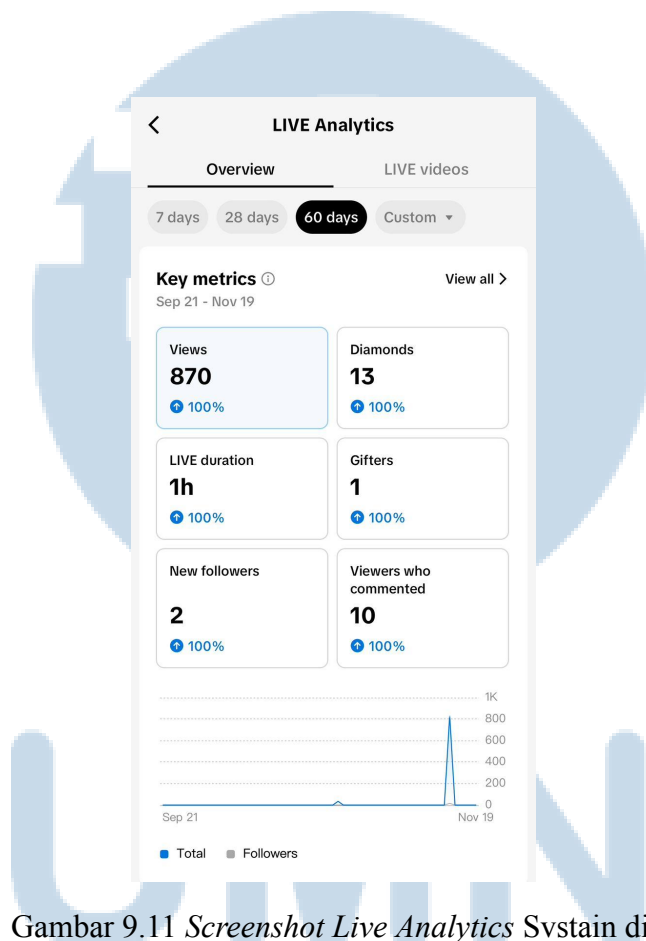


Gambar 9.10 *Live* TikTok Svstain

Sumber: TikTok Svstain, 2024

Selain itu, Svstain juga memanfaatkan fitur TikTok Shop dengan menambahkan keranjang kuning di sesi *live*. Hal ini diperlukan agar customer dapat bertanya mengenai deskripsi produk secara langsung dan melihat katalog produk Svstain. *Customer* juga dapat memasukan produk ke keranjang belanja mereka ataupun membeli langsung produk Svstain ketika sesi *live* sedang berlangsung. Hal ini dapat menciptakan

pengalaman belanja yang lebih personal dan interaktif, yang dapat mendorong keputusan pembelian secara lebih cepat.



Gambar 9.11 Screenshot Live Analytics Svstain di TikTok

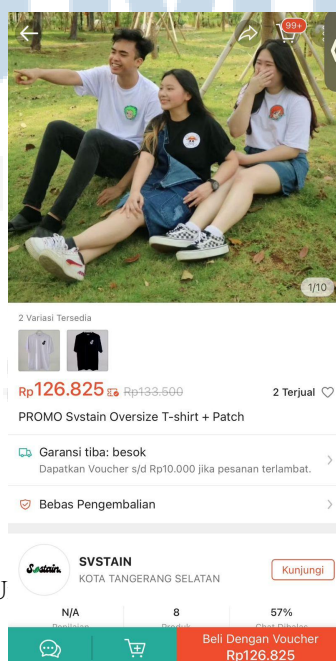
Sumber : TikTok Svstain, 2024

Berdasarkan Gambar 9.11, Svstain sudah beberapa kali melakukan video live. Meskipun jumlah penontonnya belum terlalu banyak, setidaknya sudah ada beberapa penonton yang memesan produk Svstain, bahkan ada juga yang memberikan *gifts* selama live. Dengan melakukan live di TikTok, Svstain dapat memvalidasi pasar dan mengetahui *feedback*

langsung dari audiens mengenai produk yang mereka tawarkan. Hal ini memberikan *insight* berharga mengenai kekurangan yang harus diperbaiki oleh *brand*. Selain itu, banyak orang yang suka menonton *live*, sehingga kemungkinan produk Svstain terjual lebih besar dibandingkan hanya dengan posting konten di media sosial. Fitur *live selling* memberikan kesempatan lebih besar bagi Svstain untuk membangun keterlibatan yang lebih mendalam dan mempercepat proses konversi penjualan.

c. Shopee dan Tokopedia (E-commerce)

Akuisisi konsumen yang dilakukan oleh Svstain di Shopee dan Tokopedia berfokus pada memanfaatkan *platform e-commerce* yang telah memiliki basis pengguna yang luas dan terpercaya di Indonesia. Dengan memanfaatkan popularitas dan jangkauan Shopee dan Tokopedia, Svstain dapat menjangkau konsumen potensial yang lebih besar, termasuk mereka yang sebelumnya belum familiar dengan brand Svstain. Platform Shopee dan Tokopedia yang user-friendly mendukung pengalaman belanja yang lebih nyaman, memperkuat upaya Svstain dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Untuk menarik perhatian konsumen, Svstain menerapkan beberapa strategi akuisisi, sebagai berikut:



- **Menawarkan Promo Menarik**

Gambar 9.12 Contoh Promosi yang Diberikan Shopee

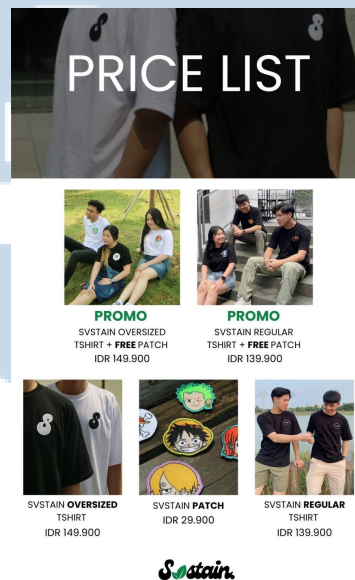
Di Shopee, Svstain fokus memanfaatkan momentum kampanye besar seperti *Shopee 11.11 Big Sale*. Selama periode tersebut, Svstain menawarkan potongan harga 11% untuk semua produk agar menarik perhatian konsumen baru sekaligus meningkatkan penjualan. Selain itu, berdasarkan Gambar 9.xx diatas, terkadang Shopee juga memberi potongan harga seperti diskon tambahan. Dengan adanya promo dari Shopee, dapat membantu Svstain meningkatkan penjualan. Di luar kampanye besar tersebut, Svstain menggunakan Shopee sebagai platform *e-commerce* untuk memfasilitasi transaksi jual beli.

Selain itu, Tokopedia juga sering memberikan promosi seperti promo gratis ongkir hingga Rp 20.000. Dengan adanya promo gratis ongkir dari Tokopedia, konsumen akan merasa diuntungkan karena bisa berbelanja dengan harga yang lebih hemat, sehingga menciptakan pengalaman belanja yang positif. Di Tokopedia, Svstain juga mengikuti kampanye Promosi Guncang 11.11 dengan memberikan potongan harga 11% untuk semua produk agar dapat meningkatkan penjualan. Strategi ini memungkinkan Svstain memperluas pasar sekaligus menjaga efisiensi biaya promosi.

- ***Bundling Produk***

Salah satu strategi tambahan yang digunakan Svstain di Shopee dan Tokopedia adalah menawarkan promo *bundling*

produk. Harga normal Svstain *Oversized* atau *Regular Fit T-shirt* adalah Rp 149.900, sementara harga Svstain *Patch* adalah Rp 29.900. Namun, dengan promo bundling, konsumen bisa mendapatkan kedua produk ini dengan harga spesial, yaitu Rp 149.900, seolah-olah mendapatkan *free patch* saat membeli *t-shirt*. Strategi ini dirancang untuk menarik perhatian konsumen dengan memberikan nilai tambah yang signifikan pada setiap pembelian.



Gambar 9.13 *Price List* Produk Svstain

Dengan adanya promo *bundling* ini, Svstain tidak hanya mendorong konsumen untuk mencoba lebih dari satu produk, tetapi juga meningkatkan daya tarik penawaran, sehingga peluang terjadinya pembelian lebih besar. Promo *bundling* ini berlaku baik di Shopee maupun Tokopedia, memberikan fleksibilitas bagi konsumen untuk memilih platform sesuai preferensi mereka. Strategi ini menjadi salah satu kunci Svstain dalam mengakuisisi

konsumen baru sekaligus memperkuat loyalitas pelanggan terhadap brand.

9.2.2 Offline

Untuk mengakuisisi konsumen secara *offline*, Svstain aktif berpartisipasi dalam berbagai bazar dan *exhibition*. Kegiatan ini menjadi cara efektif untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada audiens yang lebih luas, meningkatkan *brand awareness*, dan mendorong penjualan. Melalui interaksi langsung dengan konsumen, Svstain dapat memberikan pengalaman nyata terhadap produk, seperti mencoba t-shirt dan melihat desain patch yang ditawarkan. Selain itu, kesempatan ini juga dimanfaatkan untuk mendapatkan umpan balik konsumen yang berguna bagi pengembangan bisnis di masa depan. Berikut beberapa bazar dan *exhibition* yang diikuti Svstain:

1. WMK Exhibition - Universitas Multimedia Nusantara





Gambar 9.14 Svstain di WMK *Exhibition*

Exhibition pertama Svstain pada Desember 2023, yang diselenggarakan oleh WMK (Wirausaha Merdeka), menjadi langkah awal dalam memperluas pengenalan produk dan meningkatkan penjualan. Acara ini diikuti oleh berbagai universitas, sehingga menciptakan suasana yang sangat ramai dengan beragam peserta dan pengunjung. Bagi Svstain, kesempatan ini tidak hanya memperkenalkan produk kepada mahasiswa UMN sebagai target pasar utama tetapi juga kepada audiens yang lebih luas dari universitas lain. Dengan jumlah pengunjung yang besar, Svstain mampu menarik perhatian, mendapatkan feedback langsung dari calon konsumen, dan memperkuat daya tarik produknya melalui interaksi langsung. Kegiatan ini berkontribusi signifikan dalam membangun eksposur merek dan mendorong konversi awal yang penting bagi pertumbuhan usaha.

2. Skystar Ventures Exhibition - Universitas Multimedia Nusantara

Rencana Bisnis Untuk...



ntara

Gambar 9.15 Svstain di Skystar Ventures *Exhibition*

Exhibition kedua Svstain pada Mei 2024, yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures, memberikan kesempatan untuk memperkenalkan produk tanpa fokus pada penjualan langsung. Dalam acara ini, Svstain memanfaatkan momen untuk meningkatkan *brand awareness* dan menjangkau audiens yang lebih beragam, termasuk komunitas pelaku usaha, akademisi, dan mahasiswa kreatif. Meskipun tidak diizinkan untuk melakukan penjualan, kehadiran di pameran ini memungkinkan Svstain untuk membangun koneksi baru, menjelaskan konsep produk secara mendalam, dan menarik perhatian calon konsumen.

3. KMI Expo XV - Universitas Halu Oleo, Kendari, Sulawesi Tenggara



Gambar 9.16 Svstain di KMI Expo XV 2024

Svstain membuka booth di KMI Expo XV yang diselenggarakan di Universitas Halu Oleo, Kendari, Sulawesi Tenggara, untuk pertama

kalinya di luar Pulau Jawa. Partisipasi dalam acara ini memberikan kesempatan bagi Svstain untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, sekaligus memperluas cakupan konsumen di luar daerah Jawa. Hal ini memungkinkan Svstain menjangkau konsumen yang sebelumnya tidak familiar dengan merek Svstain, sekaligus membuka peluang untuk penetrasi pasar di daerah-daerah lain di luar Pulau Jawa. Selama acara berlangsung, Svstain tidak hanya berhasil memperkenalkan produk secara langsung kepada pengunjung, tetapi juga mencatatkan penjualan yang signifikan. Interaksi langsung dengan konsumen memungkinkan Svstain untuk mendapatkan umpan balik yang berharga serta membangun hubungan lebih dekat dengan audiens lokal, yang dapat berkontribusi pada pertumbuhan penjualan di masa depan.

4. Bazaar SAA UMN

Svstain kembali membuka booth di Universitas Multimedia Nusantara pada Bazaar yang diselenggarakan oleh organisasi SAA (Student Association Awards). Dengan mengikuti bazaar di kampus kembali, Svstain berkesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan audiens yang sudah familiar dengan brand. Melalui *feedback* langsung dari pengunjung, Svstain bisa mendapatkan wawasan berharga terkait preferensi, kebutuhan, serta kekurangan produk yang mungkin perlu diperbaiki. Selain itu, partisipasi dalam bazaar ini juga memperkuat hubungan dengan komunitas kampus dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada, sambil menarik konsumen baru yang tertarik dengan produk Svstain.



Gambar 9.17 Svstain di Bazaar SAA UMN

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB X

PROYEKSI KEUANGAN

10.1 Pendanaan dan Biaya

Dalam pengembangan suatu bisnis, dibutuhkan modal bisnis, baik untuk proses pendiriannya ataupun untuk operasional dari bisnis tersebut. Modal bisnis merupakan sejumlah aset ataupun uang yang dibutuhkan dalam proses memulai, menjalankan, dan juga mengembangkan bisnis (BPMID, 2024). Terdapat berbagai sumber dari modal bisnis yang umum, seperti modal pribadi, modal berupa pinjaman dari bank, modal yang berasal dari investor, pendanaan dari pemerintah suatu negara, dan lainnya.

Sebagai sebuah *startup*, modal yang digunakan oleh Svstain bersumber dari program pendanaan bisnis oleh pemerintah Indonesia, yaitu melalui program yang dibentuk oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Kemdikbud Ristek Indonesia memiliki program yang dinamakan Kampus Merdeka, di mana melalui program ini mahasiswa berhak memilih mata kuliah di luar program studi untuk satu semester dan juga mengambil kegiatan diluar kampus untuk dua semester (Kampus Merdeka, 2024). Terdapat berbagai kegiatan yang merupakan bagian dari Kampus Merdeka, seperti IISMA, Proyek kemanusiaan, studi independen, wirausaha, dan lainnya. Beberapa kegiatan wirausaha dari kampus merdeka adalah Wirausaha Merdeka dan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha. Kedua program ini tidak hanya memberikan bimbingan berupa pengajaran atau bimbingan bagi mahasiswa dalam mengembangkan atau menjalankan bisnisnya, namun juga memberikan pendanaan bagi bisnis tersebut.

Sumber pendanaan awal untuk Svstain diperoleh dengan mengikuti program Wirausaha Merdeka 2023. Pada program WMK 2023, mahasiswa yang mengikuti program tidak hanya diwajibkan untuk menghasilkan suatu ide bisnis

dan mengembangkannya, namun juga diberikan pendanaan yang menjadi modal dalam merealisasikan ide bisnisnya tersebut, baik hingga menjadi suatu prototype atau produk jadi. Pendanaan yang diperoleh Svstain dari program WMK 2023 berjumlah Rp 6.500.000,00. Jumlah ini diperoleh berdasarkan jumlah mahasiswa dalam suatu kelompok, di mana seorang mahasiswa akan memperoleh pendanaan sebesar Rp 1.500.000,00 yang digunakan dalam merealisasikan dan pengembangan bisnisnya. Dikarenakan Svstain beranggotakan 5 mahasiswa, maka jumlah pendanaan yang diperoleh adalah sebesar Rp 6.500.000,00, yang berikutnya menjadi modal usaha dari Svstain.

Modal yang diperoleh tersebut berikutnya digunakan oleh Svstain, khususnya untuk research and development untuk menghasilkan prototype dan juga MVP dari produk Svstain, yaitu Svstain *Patch* and *T-shirt*. Setelah proses research and development, berikutnya Svstain juga memanfaatkan modal tersebut untuk proses produksi, yaitu Svstain *T-shirt* menggunakan kaos dengan bahan cotton combed 20s dan juga *patch* dengan tema lima hewan di Indonesia yang hampir punah. Berikut adalah rincian biaya yang dikeluarkan oleh Svstain pada tahun 2023 dengan bersumber dari modal yang diperoleh melalui program WMK 2023:

Tabel 10.1 Perincian Biaya yang Dikeluarkan pada Tahun 2023

Kegiatan	Keterangan Biaya	Jumlah
Research and Development	Biaya pengembangan prototipe tahap awal	Rp41,150
	Biaya pengembangan prototipe tahap kedua	Rp100,000
	Biaya pengembangan MVP dari Svstain Tshirt dan Patch	Rp200,000

	Biaya jasa desain Svstain Patch	Rp150,000
Logistic	Biaya keperluan transportasi untuk pencarian supplier	Rp200,000
	Biaya keperluan transportasi untuk pengembangan MVP	Rp120,000
	Biaya keperluan transportasi untuk produksi tahap pertama	Rp122,500
	Biaya pengiriman produk hasil produksi tahap pertama dari supplier	Rp28,500
Production	Biaya produksi Svstain <i>T-shirt</i>	Rp1,800,000
	Biaya produksi Svstain Patch	Rp450,000
	Biaya pembelian kemasan Svstain <i>T-shirt</i>	Rp128,900
	Biaya pembelian kemasan Svstain Patch	Rp20,100
	Biaya pembelian Tag dari Svstain <i>T-shirt</i>	Rp171,100
Lainnya	Biaya dekorasi booth Svstain untuk Demo Day WMK 2023	Rp98,000

Pengembangan prototipe awal yang dilakukan oleh Svstain berfokus kepada mengimplementasikan inovasi removable *patch* dengan memanfaatkan *velcro*. Dengan demikian, tim Svstain membeli *velcro*, perekat *velcro*, dan juga *patch* yang sudah jadi dengan menggunakan e-commerce Shopee, di mana total biaya yang dikeluarkan adalah sebesar Rp 41.150,00. Svstain juga mengembangkan prototipe tahap kedua, dengan mencoba membuat bordir logo Svstain pada bahan *velcro*, di mana satu buah logo memakan biaya Rp 25.000,00,

dengan total Rp 100.000,00 untuk lima logo tersebut. Setelah prototipe berhasil dikembangkan, berikutnya Svstain mengembangkan MVP dengan membeli dua buah kaos cotton combed 20s dengan warna hitam dan putih, serta membayar jasa pembuatan *patch* dan bordir logo Svstain pada vendor bordir di Blok M, yaitu Alvaro Bordir. Pembelian kedua kaos menghabiskan sebesar Rp 50.000,00 dan Rp 55.000,00. Selain itu, untuk membantu tim creative Svstain dalam mengembangkan desain *patch*, tim Svstain juga membayar jasa untuk mendesain *patch* Svstain dengan tema binatang di Indonesia yang terancam punah, di mana setiap desainnya dihargai sebesar Rp 30.000,00, dengan total yang dibayarkan adalah Rp 150.000,00 untuk lima desain.

Berkaitan dengan logistik, tim Svstain mengeluarkan sebesar Rp 200.000,00 untuk biaya bensin saat mencari supplier di Bintaro dan juga ITC BSD. Sedangkan ketika mengembangkan MVP di Blok M Square, tim Svstain mengeluarkan biaya untuk bensin sebesar Rp 70.000,00, biaya tol dari Gading Serpong menuju Jakarta Selatan sebesar Rp 30.000,00, dan biaya parkir di Blok M Square sebesar Rp 20.000,00. Kemudian, tim Svstain kembali mengunjungi Blok M Square untuk melangsungkan produksi tahap pertama, di mana dikeluarkannya biaya bensin sebesar Rp 60.000,00, biaya parkir di Blok M Square sebesar Rp 12.500,00, dan juga biaya tol menuju Blok M Square sebesar Rp 50.000,00. Svstain juga menanggung biaya pengiriman hasil produksi tahap pertama dari supplier kepada pihak Svstain menggunakan ekspedisi pengiriman Go-send sebesar Rp 28.500,00.

Kemudian, berkaitan dengan produksi, Svstain melakukan produksi dua produk yaitu Svstain *T-shirt* dan juga Svstain *Patch* dengan lima desain. Terkait dengan produksi Svstain *T-shirt*, Svstain membeli kaos cotton combed 20s berwarna hitam dengan ukuran S, M, L, dan XL dengan total harga yaitu Rp 1.240.000,00. Berikutnya, kaos tersebut akan diproses oleh Alvaro Bordir, dengan

pembuatan bordir logo Svstain menggunakan *velcro* dan menjahitkan logo tersebut pada kaos. Jasa tersebut memakan biaya sebesar Rp 560.000,00. Sedangkan produksi 25 unit *patch* dengan menggunakan jasa Alvaro Bordir memakan biaya Rp 450.000,00. Selain itu, Svstain juga membeli kemasan untuk Svstain *T-shirt* dan Svstain *Patch* dengan harga Rp 128.900,00 untuk 50 unit dan Rp 20.100,00 untuk 50unit juga. Svstain juga membeli tag ukuran dan merk untuk Svstain *T-shirt* dengan harga Rp 171.100,00 untuk satu rol, di mana bisa menghasilkan kurang lebih 150-200 unit tag. Terdapat juga biaya lainnya yang dikeluarkan oleh Svstain, yaitu biaya sebesar Rp 98.000,00 untuk keperluan dekorasi booth Svstain pada saat demo day WMK 2023, di mana biaya ini mencakup biaya mencetak poster, hiasan dinding, dan sebagainya.

Selain melalui WMK, Svstain juga memperoleh pendanaan dengan mengikuti program P2MW 2024. Melalui program ini, Svstain mendapatkan pendanaan sebesar Rp 14.000.000. Jika modal bisnis yang diperoleh dari program WMK lebih banyak dialihkan untuk pembiayaan research and development, modal bisnis yang diperoleh dari program P2MW banyak dialihkan untuk membiayai proses produksi dan juga pembelian aset. Berikut adalah rincian biaya yang dikeluarkan oleh Svstain pada tahun 2024 dengan bersumber dari modal yang diperoleh melalui program P2MW 2024:

Tabel 10.2 Perincian Biaya yang Dikeluarkan pada Tahun 2024

Kegiatan	Keterangan Biaya	Jumlah
Research and Development	Biaya research and development di Bandung	Rp1,245,000
	Biaya research and development T-shirt	Rp66,900
	Biaya research and development Tote Bag	Rp135,900
	Biaya research and development untuk uji produk pada supplier baru (Jerry Bordir)	Rp50,000
	Biaya research and development Svstain Oversize T-shirt	Rp103,400

	Biaya research and development untuk uji produk pada supplier baru (CIGEM CREATIVE)	Rp100,000
	Biaya research and development untuk Svstain Velcro Sticker	Rp22,300
Logistic	Biaya keperluan transportasi dan pengiriman produk untuk custom order	Rp192,500
	Biaya pengiriman produk hasil produksi tahap kedua dari supplier	Rp57,000
	Biaya keperluan transportasi untuk reserach and development dalam pencarian supplier baru (Jerry Bordir)	Rp180,000
	Biaya pengiriman produk hasil produksi lanjutan tahap kedua dan seri Binatang dari supplier	Rp49,056
	Biaya pengiriman produk hasil produksi tahap ketiga dari supplier	Rp120,056
	Biaya keperluan transportasi untuk mengikuti workshop P2MW	Rp47,800
	Biaya keperluan transportasi untuk Photoshot produk di PIK	Rp196,300
	Biaya pengiriman produk tahap ketiga hasil reparasi	Rp31,000
	Biaya pengiriman produk hasil produksi tahap keempat dari supplier	Rp54,000
	Biaya produksi Custom Order	Rp1,540,000
Production	Biaya produksi Svstain T-shirt tahap kedua	Rp1,541,970
	Biaya produksi Svstain Patch tahap kedua	Rp500,000
	Biaya produksi Svstain Patch dengan tema hewan yang hampir punah	Rp300,000
	Biaya pembelian kemasan Svstain T-shirt V2	Rp275,020
	Biaya pembelian Tag dari Svstain T-shirt V2	Rp183,900
	Biaya pembelian kemasan Svstain Patch V2	Rp23,700
	Biaya pembelian Polymailer untuk keperluan E-commerce	Rp47,000
	Biaya produksi Svstain Patch tahap ketiga	Rp1,912,500
	Biaya produksi Svstain T-shirt Tahap Ketiga	Rp2,451,800
	Biaya reparasi produksi Tahap Kedua	Rp25,000

	Biaya reparasi produksi Tahap Ketiga	Rp184,000
	Biaya produksi Svstain T-shirt Tahap Keempat	Rp1,568,350
	Biaya produksi Svstain Patch Tahap Keempat dan Velcro Sicker	Rp1,286,600
	Biaya produksi Merch Svstain : Stickers	Rp94,295
Perlengkapan dan Peralatan	Biaya pembelian mesin jahit	Rp689,046
	Biaya pembelian stiker ukuran untuk baju	Rp28,964
	Biaya pembelian printer thermal dan paper	Rp901,114
	Biaya pembelian SIM Card	Rp23,450
	Biaya pembelian properti foto Svstain	Rp43,500
	Biaya pembelian Acrlyic QR	Rp25,900
	Biaya pembelian Ring Light dan Tripod	Rp141,650
	Biaya pembelian Rak untuk Svstain Patch	Rp136,300
	Biaya pembelian Setrikaan Iron	Rp137,600
	Biaya pembelian Tas untuk menyimpan produk Svstain	Rp84,748
Lainnya	Biaya konsumsi tim Svstain selama di Bandung	Rp853,000
	Biaya administrasi pembuatan rekening BCA Svstain	Rp25,000
	Biaya administrasi bulanan rekening BCA Svstain	Rp70,000
	Biaya hadiah games saat Skystar Exhibition	Rp45,000
	Biaya administrasi pembuatan QRIS Svstain	Rp33,523
	Biaya administrasi pencairan uang dari QRIS	Rp16,185
	Biaya Keperluan Marketing : Jasa Review KOL	Rp100,000
	Biaya Sewa Studio untuk kepentingan Photoshot	Rp450,000
	Biaya dekorasi booth Svstain untuk KMI Expo 2024	Rp586,000
	Biaya keperluan lainnya selama KMI Expo 2024	Rp325,300
	Biaya konsumsi bagi part-timer dan partner Svstain	Rp363,906
	Biaya Subscription Canva Premium Untuk keperluan tim Creative	Rp190,000
	Biaya pengembangan Website Svstain	Rp1,716,614
Total		Rp21,572,147

Pada tahun 2024, Svstain melakukan research and development, seperti pencarian supplier dan juga mencari alternatif dalam proses produksi dengan mengunjungi kota Bandung. Pada proses ini, Svstain mengeluarkan biaya sebesar Rp 1.245.000,00 yang mencakup biaya transportasi (bensin, biaya tol, dan biaya parkir) dan juga akomodasi penginapan di Bandung. Svstain juga terus mencari Kaos Cotton Combed 20s dengan kualitas yang baik dan harga yang sesuai, maka dilakukannya pembelian dua buah kaos dari dua vendor yang berbeda melalui Tokopedia, sebagai bagian dari research and development Svstain *T-shirt*. Berkaitan dengan pengembangan produk, Svstain melakukan research and development untuk produk Svstain Tote Bag, yaitu dengan membeli dua jenis Tote Bag melalui E-commerce Shopee dan Tokopedia, serta pembelian *velcro* dengan berbagai warna selain hitam. Meskipun sudah bekerja sama dengan Alvaro Bordir pada produksi sebelumnya, Svstain juga mencari supplier lainnya yang menawarkan harga dan kualitas yang diinginkan oleh Svstain. Maka, Svstain pun mengeluarkan biaya untuk menguji produk yang diproduksi oleh calon supplier baru, yaitu Jerry Bordir.

Selain Tote bag, Svstain juga hendak mengeluarkan produk baru berupa Svstain Oversize *T-shirt*. Maka dengan demikian, Svstain mengeluarkan biaya untuk membeli dua Kaos Cotton Combed 24s Oversize dari dua supplier, sebagai bagian proses Research and Development untuk menentukan supplier manakah yang akan dipilih. Masih berhubungan dengan supplier bordir, di mana Svstain menemukan calon supplier lainnya, yaitu CIGEM Creative. Sehingga Svstain mengeluarkan biaya research and development untuk menguji hasil produksi untuk *patch* dari calon *supplier* tersebut. Svstain juga memiliki produk dan inovasi baru, yaitu Svstain *Velcro Sticker*. Produk ini juga melalui proses research and development yang memakan biaya, di mana dilakukannya pembelian iron

glue yang menjadi bahan utama dari produk baru ini. Biaya logistik yang dikeluarkan Svstain berhubungan dengan biaya transportasi, yang mencakup biaya bensin, biaya tol, dan juga biaya parkir. Selain itu, terdapat juga biaya pengiriman produk dari supplier kepada pihak Svstain menggunakan ekspedisi pengiriman, di mana pada umumnya menggunakan Go-send.

Salah satu kegiatan yang paling banyak dilakukan oleh Svstain pada tahun 2024 berkaitan dengan produksi. Svstain mengeluarkan biaya produksi untuk custom order, yaitu seragam bagi mahasiswa UMN yang mengikuti perlombaan IDEATHON 2024. Svstain juga melakukan produksi tahap kedua, yaitu Svstain *T-shirt regular fit* dan juga *patch* bertemakan cryptocurrency. Setelahnya, Svstain melakukan produksi tahap ketiga, yaitu Svstain *T-shirt Oversize* dan juga *patch* dengan tema Jepang, seperti anime One Piece, Studio Ghibli, dan cartoon seperti Ice Bear. Menjelang partisipasi pada KMI Expo, Svstain juga melakukan produksi tahap keempat, di mana Svstain memproduksi lagi untuk Svstain *T-shirt Oversize* yang berukuran M, L, dan juga XL, serta *patch* mascot KMI Expo 2024, *patch* Kendari, dan berbagai *Patch quotes* yang menarik. Berikut adalah penjabaran untuk biaya produksi yang dikeluarkan oleh Svstain:

Tabel 10.3 Perincian Biaya Produksi 2024

Biaya produksi Custom Order	
Pembelian Kaos Polo Lacoste CVC 42s size Small (custom order)	Rp150,000
Pembelian Kaos Polo Lacoste CVC 42s size Medium (custom order)	Rp300,000
Pembelian Kaos Polo Lacoste CVC 42s size Large(custom order)	Rp375,000

Pembelian Kaos Polo Lacoste CVC 42s size Extra Large (custom order)	Rp225,000
Pengeluaran untuk jasa bordir dua titik (custom order)	Rp490,000
Biaya produksi Svstain T-shirt tahap kedua	
Pembelian kaos Cotton combed 20s dari Tokopedia (produksi batch 2)	Rp895,520
Pengeluaran untuk Kaos Svstain ukuran XXL	Rp203,650
Pengeluaran untuk jasa bordir logo Svstain pada kaos (produksi batch 2)	Rp360,000
Pengeluaran untuk jasa bordir logo Svstain pada kaos (produksi batch 2)	Rp62,500
Pengeluaran untuk biaya pembelian Velcro melalui Tokopedia	Rp20,300
Biaya produksi Svstain Patch tahap kedua	Rp500,000
Biaya produksi Svstain Patch dengan tema hewan yang hampir punah	Rp300,000
Biaya pembelian kemasan Svstain T-shirt V2	Rp275,020
Biaya pembelian Tag dari Svstain T-shirt V2	
Pengeluaran untuk pembelian hang tag Svstain T-shirt V2	Rp157,900
Pengeluaran untuk label Size Kaos	Rp26,000
Biaya pembelian kemasan Svstain Patch V2	Rp23,700

Biaya pembelian Polymailer untuk keperluan E-commerce	Rp47,000
Biaya produksi Svstain Patch tahap ketiga	
Pengeluaran untuk biaya produksi patch Batch 3	Rp1,012,500
Pengeluaran untuk biaya produksi patch (Batch 3)	Rp900,000
Biaya produksi Svstain T-shirt Tahap Ketiga	
Pengeluaran untuk pembelian kaos Oversize (48 unit)	Rp2,019,800
Pengeluaran untuk biaya produksi Svstain T-shirt Oversize	Rp432,000
Biaya reparasi produksi Tahap Kedua	Rp25,000
Biaya reparasi produksi Tahap Ketiga	Rp184,000
Biaya produksi Svstain T-shirt Tahap Keempat	
Pengeluaran untuk pembelian Kaos Oversize Black	Rp1,265,350
Pengeluaran untuk jasa pembuatan Logo S dan jahit pada Svstain T-shirt Oversize	Rp231,000
Pengeluaran untuk jasa jahit tag pada Svstain T-shirt	Rp72,000
Biaya produksi Svstain Patch Tahap Keempat dan Velcro Sticker	
Pengeluaran untuk biaya produksi patch Batch 4	Rp882,000
Pengeluaran untuk biaya produksi Svstain Velcro Sticker	Rp360,000
Pengeluaran untuk pembelian Iron Sticker	Rp44,600
Biaya produksi Merch Svstain : Stickers	Rp94,295

Dari tabel (nomor tabel), dapat dilihat bahwa Svstain juga banyak mengeluarkan biaya dalam membeli berbagai perlengkapan dan juga peralatan, seperti mesin jahit untuk reparasi produk, printer thermal untuk mencetak resi pemesanan melalui e-commerce, right-light untuk keperluan konten, dan lainnya. Selain itu, terdapat berbagai pengeluaran atau biaya lainnya, seperti contohnya yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membuat rekening BCA Svstain, biaya administrasi pembuatan QRIS, biaya administrasi bank BCA setiap bulannya, biaya konsumsi, biaya yang berkaitan dengan photoshoot, pengembangan website yang mencakup jasa pembuatan website dan juga biaya domain serta hosting, dan lainnya.

10.2 Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan merupakan perkiraan atau perhitungan mengenai pendapatan yang dapat diperoleh oleh perusahaan kedepannya berdasarkan produk atau jasa yang terjual (OCBC, 2023). Proyeksi penjualan ini memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan, seperti membantu perusahaan untuk menentukan sasaran dan tujuan mereka, khususnya dalam hal penjualan. Selain itu, proyeksi ini juga membantu perencanaan mengenai anggaran yang dibutuhkan, persediaan yang harus ada, dan penetapan strategi pemasaran yang sesuai. Terdapat berbagai cara untuk pembuatan proyeksi penjualan, baik dengan survei pasar, evaluasi tren sebelumnya, dan lainnya.

Dalam pembuatan proyeksi penjualan, Svstain akan memanfaatkan data penjualan sebelumnya. Penjualan Svstain akan berfokus pada bazaar dan e-commerce. Dengan demikian, dalam melakukan proyeksi penjualan, tim Svstain akan melakukan proyeksi untuk penjualan melalui bazaar dan juga melalui e-commerce. Melalui bazaar, tim Svstain akan menggunakan data dari penjualan ketika mengikuti bazaar di KMI EXPO 2024 selama tiga hari, di mana produk yang dijual adalah Svstain *T-shirt*, Svstain *Patch*, dan Svstain *Sticker*. Sedangkan

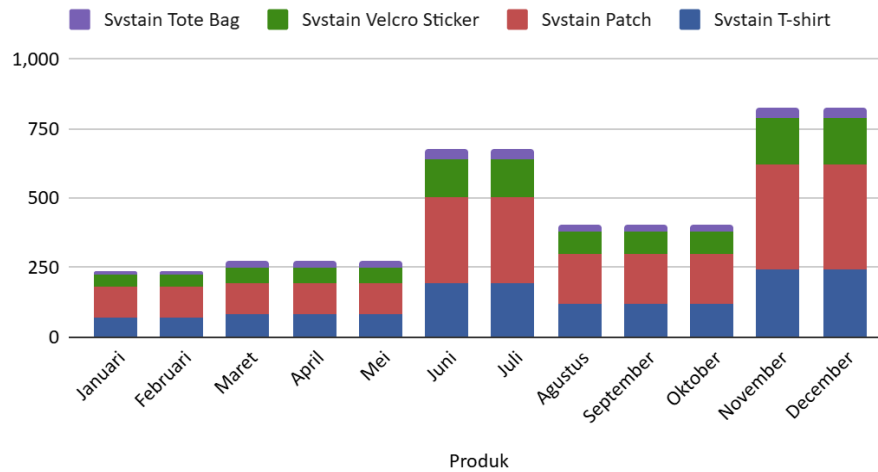
untuk penjualan melalui e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Tik Tok Shop, proyeksi penjualannya akan berdasar pada data penjualan melalui e-commerce selama bulan Oktober 2024. Pada proyeksi penjualan dalam satu tahun, akan terdapat kenaikan berdasarkan beberapa faktor, seperti banyak sedikitnya bazaar yang diikuti, waktu bazaar dilakukan seperti sedang musim liburan atau tidak, brand awareness yang meningkat melalui bazaar atau marketing, dan lainnya. Selain itu, tim Svstain memperkirakan peningkatan dalam persentase tertentu dari satu tahun ke tahun lainnya. Pada proyeksi penjualan, tim Svstain juga akan memperkirakan penjualan dari *Tote Bag*, yang akan dirilis pada 2025, namun angka yang ditetapkan merupakan target yang ingin dicapai oleh Svstain.

10.3 Proyeksi Penjualan Tiga Tahun

Tabel 10.4 Proyeksi Penjualan Svstain Tahun 2025

Produk	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	December
Svstain T-shirt	72	72	79	79	79	195	195	121	121	121	242	242
Svstain Patch	107	107	117	117	117	309	309	178	178	178	380	380
Svstain Velcro Sticker	47	47	52	52	52	135	135	79	79	79	166	166
Svstain Tote Bag	12	12	24	24	24	36	36	24	24	24	36	36
Total	238	238	272	272	272	675	675	402	402	402	824	824

Proyeksi Penjualan (2025)



Gambar 10.1 *Chart* Proyeksi Penjualan Svstain Tahun 2025

Proyeksi penjualan Svstain *T-shirt* untuk tahun 2025 didasarkan pada data penjualan dari Oktober 2024 dan hasil bazaar pada KMI EXPO 2024. Selama tiga hari di bazaar tersebut, terjual 21 *T-shirt*, dengan rata-rata 7 *T-shirt* per hari. Melalui Tokopedia dan penjualan peer-to-peer di bulan Oktober, rata-rata terjual 23 *T-shirt* per bulan. Berdasarkan data ini, diperkirakan bahwa pada bulan Januari dan Februari 2025, penjualan dapat mencapai sekitar 72 *T-shirt* per bulan, yang terdiri dari 49 *T-shirt* dari bazaar selama 7 hari (7 *T-shirt* per hari) dan 23 *T-shirt* dari penjualan *online*.

Pada bulan Maret hingga Mei, diperkirakan peningkatan penjualan sebesar 10% untuk bazaar dan penjualan *online*. Dari 49 *T-shirt* yang terjual di bazaar, terdapat peningkatan sebesar 5 *T-shirt* (10% dari 49), sehingga penjualan bazaar diperkirakan menjadi sekitar 54 *T-shirt*. Untuk penjualan *online*, terdapat peningkatan 2 *T-shirt* (10% dari 23), sehingga total penjualan *online* menjadi sekitar 25 *T-shirt*. Dengan demikian, total proyeksi penjualan pada periode ini diperkirakan mencapai 79 *T-shirt* per bulan.

Pada bulan Juni dan Juli, yang bertepatan dengan musim liburan, tim Svstain akan meningkatkan durasi bazaar menjadi dua minggu, dengan proyeksi kenaikan penjualan di bazaar sebesar 50%. Dengan proyeksi ini, penjualan bazaar diperkirakan mencapai 81 *T-shirt* (penambahan 27 *T-shirt*, yaitu 50% dari 54 *T-shirt*), sehingga total penjualan bazaar selama dua minggu menjadi 162 *T-shirt*. Penjualan *online* juga diperkirakan meningkat sebesar 30%, sehingga diharapkan mencapai sekitar 33 *T-shirt* per bulan (penambahan 8 *T-shirt*, yaitu 30% dari 25 *T-shirt*). Total penjualan pada bulan Juni dan Juli diperkirakan mencapai 195 *T-shirt*.

Pada bulan Agustus hingga Oktober, bazaar akan kembali berjalan selama satu minggu setiap bulannya, dengan penjualan diperkirakan stabil di angka 81 *T-shirt*. Penjualan *online* diperkirakan naik 20% akibat eksposur dari bazaar dan upaya pemasaran, sehingga penjualan *online* menjadi sekitar 40 *T-shirt* per bulan (penambahan 7 *T-shirt*, yaitu 20% dari 33 *T-shirt*).

Menjelang akhir tahun, pada bulan November dan Desember, yang merupakan musim belanja akhir tahun, Svstain berencana mengikuti dua kali bazaar setiap bulannya. Penjualan di bazaar diperkirakan akan naik 20%, sehingga dari 81 *T-shirt* per minggu menjadi sekitar 97 *T-shirt* (penambahan 16 *T-shirt*, yaitu 20% dari 81 *T-shirt*), atau 194 *T-shirt* selama dua minggu. Penjualan *online* diharapkan meningkat sebesar 20% akibat promosi akhir tahun, seperti event 11.11 dan 12.12, yang berarti penjualan *online* akan meningkat dari 40 *T-shirt* menjadi 48 *T-shirt* (penambahan 8 *T-shirt*, yaitu 20% dari 40 *T-shirt*). Total penjualan untuk bulan November dan Desember diperkirakan mencapai 242 *T-shirt* per bulan.

Proyeksi penjualan Svstain *Patch* untuk tahun 2025 didasarkan pada data dari penjualan bazaar KMI EXPO 2024 dan penjualan *online*. Selama acara bazaar tersebut, tim Svstain berhasil menjual 35 *patch* dengan rata-rata penjualan

harian sebesar 12 *patch*. Itu sebabnya, diperkirakan bahwa pada bulan Januari dan Februari 2025, penjualan *patch* akan mencakup 84 *patch* dari bazaar (12 *patch* per hari selama 7 hari) dan 23 *patch* dari penjualan *online* (berdasarkan penjualan 23 *T-shirt* yang biasanya dipaketkan dengan *patch*). Dengan demikian, total proyeksi penjualan untuk Januari dan Februari adalah 107 *patch* per bulan.

Antara bulan Maret hingga Mei, diperkirakan ada kenaikan penjualan sebesar 10% baik di bazaar maupun secara *online*. Dari 84 *patch* yang terjual di bazaar, kenaikan 10% akan menambah sekitar 8 *patch*, sehingga penjualan bazaar diperkirakan mencapai 92 *patch* per bulan. Penjualan *online* juga diprediksi meningkat 10%, dari 23 *patch* menjadi 25 *patch* per bulan. Maka, proyeksi penjualan *patch* selama periode ini adalah 117 *patch* setiap bulannya.

Pada bulan Juni dan Juli, yang merupakan masa liburan, durasi bazaar akan diperpanjang menjadi dua minggu. Kenaikan penjualan di bazaar diperkirakan mencapai 50%, sehingga dari proyeksi 92 *patch*, peningkatan 50% akan menambah 46 *patch*. Total penjualan bazar dalam satu bulan diperkirakan menjadi 276 *patch* (138 *patch* per minggu). Sementara itu, promosi *online* yang lebih intens diharapkan dapat meningkatkan penjualan *online* sebesar 30%, sehingga penjualan *online* mencapai 33 *patch* per bulan (dari 25 *patch*, meningkat sekitar 7,5 *patch*). Total proyeksi penjualan untuk bulan Juni dan Juli diperkirakan mencapai 309 *patch* setiap bulan.

Untuk bulan Agustus hingga Oktober, bazaar akan kembali berlangsung selama satu minggu. Dengan tingkat eksposur yang lebih tinggi, penjualan *patch* diharapkan tetap stabil di angka 138 *patch* dari bazaar. Penjualan *online* juga diharapkan meningkat 20% berkat efek dari bazaar yang lebih sering, sehingga proyeksi penjualan *online* dari 33 *patch* menjadi sekitar 40 *patch* per bulan (20% dari 33 *patch* adalah 6,6 *patch*). Proyeksi penjualan setiap bulan dalam periode ini adalah 178 *patch*.

Menjelang akhir tahun, di bulan November dan Desember, yang merupakan periode belanja besar, Svstain berencana berpartisipasi dalam dua bazaar setiap bulannya. Penjualan di bazaar diperkirakan akan meningkat 20% dari 138 *patch*, menjadi sekitar 166 *patch* per minggu, atau 332 *patch* dalam dua minggu. Untuk penjualan *online*, diperkirakan ada peningkatan 20% akibat promosi akhir tahun seperti acara 11.11 dan 12.12, sehingga total penjualan *online* mencapai 48 *patch* per bulan (20% dari 40 *patch* adalah 8 *patch*). Dengan demikian, proyeksi penjualan *patch* pada bulan November dan Desember diperkirakan mencapai 380 *patch* setiap bulan.

Proyeksi penjualan Svstain *Sticker* pada tahun 2025 berdasarkan data penjualan dari KMI Expo 2024, di mana tim Svstain berhasil menjual 15 Svstain *Sticker* selama *bazaar*. Dengan rata-rata penjualan sekitar 5 *sticker* per hari, diperkirakan total penjualan untuk bazaar selama 7 hari mencapai 35 *sticker*. Selain itu, melalui e-commerce, tim Svstain menargetkan penjualan sebanyak 12 *sticker* dalam sebulan, karena Svstain *Sticker* belum pernah dipasarkan melalui e-commerce sebelumnya. Dengan begitu, proyeksi penjualan *sticker* untuk bulan Januari dan Februari 2025 diperkirakan mencapai 47 *sticker* (35 dari bazaar dan 12 dari penjualan *online*).

Pada bulan Maret hingga Mei, tim Svstain memperkirakan kenaikan penjualan sebesar 10% untuk *bazaar* dan penjualan *online* dibandingkan bulan sebelumnya. Dari 35 *sticker* yang terjual di bazaar, peningkatan 10% akan menambah sekitar 4 *sticker*, sehingga penjualan bazaar diperkirakan menjadi 39 *sticker*. Untuk penjualan *online*, 10% dari 12 *sticker* adalah 1,2 *sticker*, menjadikan total penjualan *online* sekitar 13 *sticker*. Oleh karena itu, total proyeksi penjualan pada periode ini adalah 52 *sticker* per bulan.

Selanjutnya, pada bulan Juni dan Juli, yang bertepatan dengan musim liburan, tim Svstain akan memperpanjang durasi bazaar menjadi dua minggu

setiap bulannya, dengan proyeksi kenaikan penjualan di bazaar sebesar 50%. Dari proyeksi 39 *sticker* bulan sebelumnya, kenaikan 50% akan menambah 19,5 *sticker*, sehingga penjualan bazaar diperkirakan mencapai 59 *sticker* per minggu atau 118 *sticker* selama dua minggu dalam sebulan. Selain itu, promosi *online* yang lebih agresif diharapkan dapat meningkatkan penjualan *online* sebesar 30% dari jumlah *sticker* yang terjual bulan sebelumnya, sehingga penjualan *online* diperkirakan mencapai sekitar 17 *sticker*. Total penjualan *sticker* pada bulan Juni dan Juli diproyeksikan mencapai 135 *sticker*.

Pada bulan Agustus hingga Oktober, bazaar akan kembali berlangsung selama satu minggu setiap bulannya, dan penjualan diperkirakan stabil di angka 59 *sticker* dari bazaar. Penjualan *online* juga diperkirakan meningkat 20% berkat eksposur dari bazaar dan pemasaran *online* yang dilakukan oleh Svstain, sehingga penjualan *online* menjadi sekitar 20 *sticker* per bulan (20% dari 17 *sticker*). Proyeksi penjualan setiap bulan selama periode ini adalah 79 *sticker*.

Menjelang akhir tahun, pada bulan November dan Desember, yang merupakan periode belanja besar, Svstain berencana mengikuti dua bazaar setiap bulan. Penjualan di bazaar diperkirakan akan meningkat 20%, menjadi sekitar 71 *sticker* per minggu, atau 142 *sticker* selama dua minggu dalam sebulan. Untuk penjualan *online*, diharapkan ada peningkatan 20% lagi dari efek promosi akhir tahun, seperti acara 11.11 dan 12.12, sehingga total penjualan *online* mencapai 22 *sticker* per bulan. Oleh karena itu, proyeksi penjualan *sticker* pada bulan November dan Desember adalah 162 *sticker* per bulan.

Svstain *Tote Bag* akan diluncurkan untuk pertama kalinya pada tahun 2025 dan saat ini masih dalam tahap penelitian dan pengembangan (R&D). Penjualan *tote bag* ini akan mengikuti target yang telah ditentukan oleh Svstain, yaitu perlusin (12 buah). Dalam satu tahun ke depan, fokus penjualan *tote bag* akan lebih banyak dilakukan melalui bazaar, yang merupakan saluran distribusi utama

untuk produk ini.

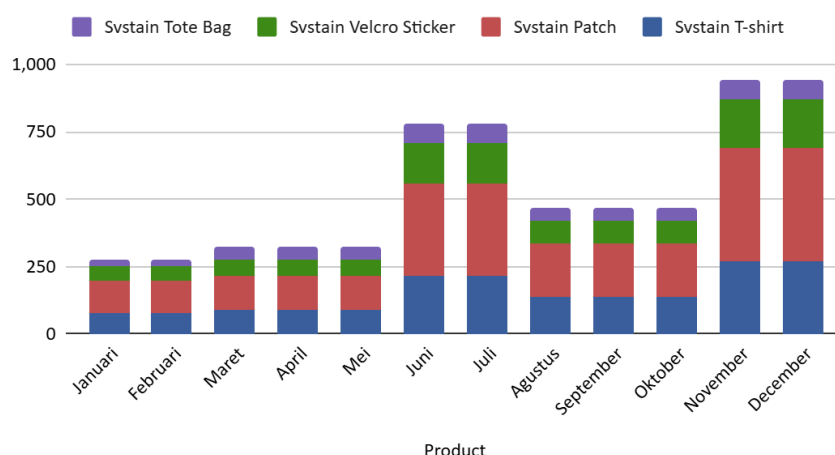
Proyeksi penjualan *tote bag* akan mengikuti tren bazaar sepanjang tahun. Diharapkan adanya peningkatan penjualan yang signifikan pada bulan Juni dan Juli, serta bulan November dan Desember, bertepatan dengan musim liburan. Selama bulan-bulan ini, aktivitas bazaar biasanya meningkat, menarik lebih banyak pengunjung dan konsumen yang mencari produk fesyen, sehingga mempengaruhi permintaan *tote bag*.

Tabel 10.5 Proyeksi Penjualan Svstain Tahun 2026

Proyeksi Penjualan - 2026

Produk	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	December
Svstain T-shirt	80	80	87	87	87	215	215	135	135	135	268	268
Svstain Patch	118	118	130	130	130	342	342	198	198	198	420	420
Svstain Velcro												
Sticker	53	53	58	58	58	150	150	88	88	88	181	181
Svstain Tote Bag	24	24	48	48	48	72	72	48	48	48	72	72
Total	275	275	323	323	323	779	779	469	469	469	941	941

Proyeksi Penjualan (2026)



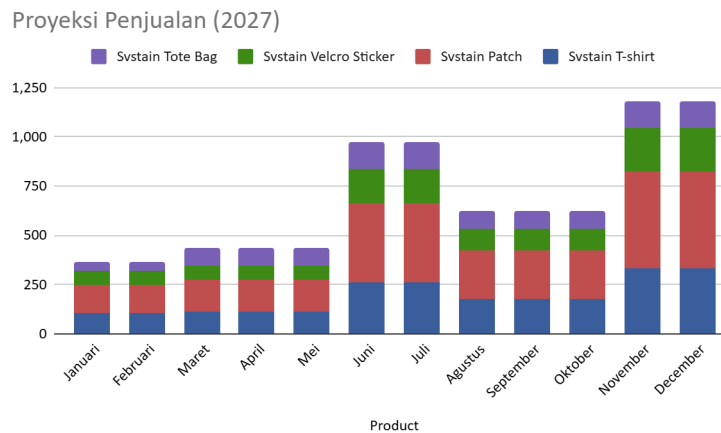
Gambar 10.2 *Chart* Proyeksi Penjualan Svstain Tahun 2025

Pada tahun 2026, diperkirakan akan ada peningkatan penjualan yang signifikan untuk ketiga produk Svstain: *T-shirt*, *patch*, dan *sticker*. Penjualan di bazaar diharapkan meningkat sebesar 10% dibandingkan dengan angka tahun 2025, sementara penjualan *online* diperkirakan mengalami kenaikan sebesar 15%. Peningkatan ini didorong oleh tren positif yang terlihat pada tahun sebelumnya serta upaya pemasaran yang lebih intensif yang direncanakan untuk tahun ini.

Tabel 10.6 Proyeksi Penjualan Svstain Tahun 2027

Proyeksi Penjualan - 2027

Produk	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	December
Svstain T-shirt	104	104	113	113	113	261	261	178	178	178	330	330
Svstain Patch	146	146	160	160	160	400	400	247	247	247	497	497
Svstain Velcro Sticker	67	67	73	73	73	178	178	111	111	111	216	216
Svstain Tote Bag	45	45	90	90	90	135	135	90	90	90	135	135
Total	362	362	436	436	436	974	974	626	626	626	1,178	1,178



Gambar 10.3 *Chart* Proyeksi Penjualan Svstain Tahun 2025

Untuk tahun 2027, proyeksi penjualan menunjukkan pola pertumbuhan yang konsisten, dengan penjualan di bazaar diharapkan meningkat kembali sebesar 10% dibandingkan dengan angka tahun 2026, dan penjualan *online* diperkirakan meningkat sebesar 15%. Peningkatan ini mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran dan penjualan yang terus berlanjut serta penerimaan pasar yang semakin baik terhadap produk Svstain.

Spesifik untuk produk totebag, pada tahun 2026, diproyeksikan akan terjadi peningkatan penjualan yang luar biasa sebesar 100%. Peningkatan ini dipicu oleh bertambahnya jumlah produk yang diproduksi, serta keberhasilan penjualan yang telah dilakukan melalui platform *online*. Dengan meningkatnya kesadaran dan penerimaan konsumen terhadap produk *tote bag*, tim Svstain percaya bahwa produk ini akan mendapatkan respons positif di pasar. Selain itu, strategi pemasaran yang terencana dan eksposur yang lebih besar selama bazaar akan membantu memperkuat posisi totebag sebagai pilihan fesyen yang menarik dan berkelanjutan. Sedangkan pada tahun 2027, proyeksi penjualan Svstain *Tote Bag* diperkirakan akan meningkat sebesar 50% dibandingkan dengan tahun 2026. Peningkatan ini didorong oleh keberhasilan strategi pemasaran yang lebih intensif,

serta semakin tingginya kesadaran konsumen akan produk Svstain *Tote Bag* yang stylish dan unik. Dengan peningkatan jumlah produksi dan distribusi yang lebih luas, serta eksposur yang lebih besar melalui bazaar dan platform *online*, Svstain *Tote Bag* diharapkan semakin dikenal dan diminati oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa totebag tidak hanya berfungsi sebagai barang bawaan, tetapi juga sebagai aksesoris yang dapat menambah nilai estetika dalam gaya sehari-hari.

Namun, terdapat penambahan sarana penjualan pada tahun 2027 selain penjualan online melalui *e-commerce* dan penjualan melalui *bazaar*, yaitu Svstain direncanakan akan membuka toko *offline* pertamanya di Tangcity Mall. Dengan pembukaan toko *offline* tersebut, Svstain akan melayani penjualan online selama tahun 2027. Berikut adalah proyeksi jumlah penjualan produk secara *offline* melalui toko *offline* Svstain tersebut:

Tabel 10.7 Proyeksi Penjualan Svstain di *Offline Store* pada 2027

	Svstain T-shirt	Svstain Patch	Svstain Sticker	Svstain Tote Bag
Januari-Februari	15	15	8	9
Maret-Mei	16	16	9	18
Juni-Juli	22	22	11	27
Agustus-Oktober	27	27	13	18
November-Desember	32	32	15	27

10.4 Proyeksi Laba Rugi

Laporan laba rugi merupakan salah satu laporan keuangan yang digunakan dalam mengevaluasi kinerja dari keuangan perusahaan, di mana dapat dilihatnya efektivitas perusahaan dalam hal operasional melalui biaya yang dikeluarkan dan juga pendapatan yang diperoleh. Laporan laba rugi menurut Ir. Kuswandi dapat didefinisikan sebagai laporan yang mencantumkan besarnya pendapatan yang

diterima dan biaya yang dikeluarkan dalam periode tertentu, sehingga laporan ini dapat menjadi gambaran atas keberhasilan dan kegagalan dari perusahaan tersebut (Afra, 2023).

Tabel 10.8 Proyeksi Laporan Laba Rugi Svstain Tahun 2025

SVSTAIN		
Proyeksi Laporan Laba Rugi		
Periode 31 Desember 2025		
Pendapatan		
Pendapatan Penjualan Svstain T-shirt	Rp242,538,200	
Pendapatan Penjualan Svstain Patch	Rp74,062,300	
Pendapatan Penjualan Svstain Sticker	Rp27,116,100	
Pendapatan Penjualan Svstain Tote Bag	Rp40,528,800	
Total Pendapatan	Rp384,245,400	
HPP		
HPP untuk Svstain T-shirt		Rp100,316,000
HPP untuk Svstain Patch		Rp17,834,400
HPP untuk Svstain Sticker		Rp5,662,800
HPP untuk Svstain Tote Bag		Rp19,000,800
Beban		
Beban RnD		
Beban Research and Development Totebag		Rp271,800
Beban pengembangan desain Patch Svstain		Rp6,000,000
Beban Marketing		
Beban Ads (Tokopedia,shopee,tiktok,instagram)		Rp34,000,000
Beban Sewa Booth Bazar		Rp75,000,000
Beban Logistik		

Beban pengiriman produk dari Supplier		Rp1,704,000
Beban Gaji		
Beban gaji freelancer untuk bazaar		Rp22,400,000
Beban Lainnya		
Beban Domain and Hosting Website Svstain		Rp962,020
Beban pemeliharaan Website Svstain		Rp6,000,000
Beban Subscription Canva Premium		Rp780,000
Beban Subscription Capcut Premium		Rp28,000
Total Beban		Rp289.959.820
Laba Bersih		Rp94.285.580

Dalam laporan laba rugi, terdapat dua komponen penting, yaitu Pendapatan dan Beban, yang digunakan untuk mencari tahu laba atau rugi yang diperoleh oleh perusahaan. Dalam proyeksi laporan laba rugi Svstain, sumber pendapatan berasal dari penjualan 4 produk, yaitu Svstain *T-shirt*, *Patch*, *Sticker*, dan *Tote Bag*, sebagaimana jumlah pendapatannya tercantum pada laporan di atas. Setelah mengetahui jumlah pendapatan yang dapat diperoleh, berikutnya perlu diketahui jumlah biaya atau beban-beban yang harus dibayarkan. Salah satu biaya utama yang harus dikeluarkan adalah HPP atau harga pokok penjualan dari produk yang diproduksi dan dijual oleh Svstain. Diketahui bahwa HPP untuk keempat produk Svstain adalah Rp 175.133.600. Sedangkan proyeksi beban operasional Svstain pada tahun 2025 meliputi berbagai aspek untuk mendukung kegiatan bisnis dan pemasaran, yaitu beban research and development, beban marketing, beban logistik, beban gaji, dan beban lain-lain. Beban research and development (R&D) untuk produk *tote bag* tahun 2025 diproyeksikan sebesar Rp 135.900.000, sama seperti tahun sebelumnya, namun kali ini diperkirakan dua kali

lipat karena memperhitungkan proses *trial and error*, pembuatan prototipe, serta MVP. Kemudian, beban desain *patch* berbasis komisi, di mana biaya satu desain adalah Rp50.000. Dengan dua tema per bulan (sekitar 10 desain), biaya bulanannya adalah Rp500.000 atau Rp6.000.000 setahun.

Salah satu beban marketing yang harus ditanggung Svstain adalah beban iklan. Proyeksi beban iklan Svstain mencakup dua platform utama, yaitu Tokopedia dan Shopee. Untuk iklan Tokopedia, biaya ditetapkan sebesar Rp10.000 per hari, yang memberi potensi iklan tampil antara 571 hingga 1.000 kali. Dengan anggaran ini, total biaya iklan Tokopedia adalah Rp300.000 per bulan atau Rp3.600.000 per tahun. Sementara itu, untuk Shopee Ads, biaya per klik adalah Rp300, dengan modal harian minimum sebesar Rp5.000. Svstain mengalokasikan anggaran yang sama dengan Tokopedia, yaitu Rp10.000 per hari. Dengan demikian, biaya iklan Shopee mencapai Rp300.000 per bulan atau Rp3.600.000 per tahun.

Beban Marketing juga mencakup kerjasama dengan influencer, di mana tarif untuk influencer dengan 50.000-100.000 followers adalah Rp9.000.000,00 sekali endorse (Rp5.500.000,00 untuk Instagram Feeds dan Rp3.500.000,00 juta untuk Instagram story), digunakan dua kali dalam setahun dengan total Rp18.000.000,00 (Annur, 2024). Sementara itu, untuk promosi bulanan, dua Key Opinion Leaders (KOL) menerima produk gratis senilai Rp 76.400, atau Rp152.800 untuk kedua KOL, dengan total tahunan mencapai Rp1.833.600. Beban logistik, yaitu beban pengiriman produk dari supplier kepada pihak Svstain menggunakan Go Send Same Day diperkirakan sebesar Rp71.000 per pengiriman, dilakukan dua kali setiap bulan sehingga total tahunan mencapai Rp1.704.000. Perkiraan biaya pengiriman ini didasarkan pengiriman yang telah dilakukan sebelumnya, khususnya pada pengiriman produksi Batch 3.

Setiap tahunnya, Svstain harus membayar biaya sewa domain dan hosting

untuk website, di mana biaya domain adalah Rp 199.900,00 per tahun menggunakan Niagahoster, dan biaya hosting sebesar 48\$ atau Rp 762.120,00 per tahun menggunakan Surfer Cloud. Selain itu, Svstain juga bekerja sama dengan dua mahasiswa teknik komputer UMN dalam pengembangan website dan juga untuk pemeliharaan. Berdasarkan diskusi yang dilakukan dengan kedua mahasiswa tersebut selaku rekan Svstain, biaya pemeliharaan adalah Rp 1.500.000,00 setiap tiga bulan, sehingga berjumlah Rp 6.000.000,00 untuk satu tahunnya. Biaya pemeliharaan ini mencakup perbaikan tampilan website, memperbaiki error yang terjadi, dan lainnya. Selain itu adanya langganan Canva dan Capcut Premium, yang diperlukan oleh tim kreatif dalam membuat desain dan konten.

Proyeksi beban sewa booth bazaar Svstain menggunakan referensi biaya di Gandaria City, yaitu Rp9.000.000 untuk dua minggu atau Rp4.500.000 per minggu. Rencana operasional menganggarkan satu minggu bazaar setiap bulan, dengan pengecualian pada bulan Juni, Juli, November, dan Desember, di mana bazaar akan berlangsung selama dua minggu. Dengan demikian, total biaya sewa booth bazaar selama setahun mencapai Rp72.000.000. Dalam hal beban gaji freelancer, total bazaar dilaksanakan sebanyak 16 kali dalam setahun, dengan tarif freelancer per hari Rp200.000 atau Rp1.400.000 per minggu (Ruang Menyala, 2024). Dengan demikian, total gaji freelancer mencapai Rp22.400.000 setahun. Beban logistik pengiriman menggunakan Go Send Same Day diperkirakan sebesar Rp71.000 per pengiriman, dilakukan dua kali setiap bulan sehingga total tahunan mencapai Rp1.704.000.

Tabel 10.9 Proyeksi Laporan Laba Rugi Svstain Tahun 2026

SVSTAIN
Proyeksi Laporan Laba Rugi
Periode 31 Desember 2026

Pendapatan		
Pendapatan Penjualan Svstain T-shirt	Rp268,620,800	
Pendapatan Penjualan Svstain Patch	Rp82,045,600	
Pendapatan Penjualan Svstain Sticker	Rp30,029,400	
Pendapatan Penjualan Svstain Tote Bag	Rp81,057,600	
Total Pendapatan	Rp461,753,400	
Beban		
HPP untuk Svstain T-shirt		Rp111,104,000
HPP untuk Svstain Patch		Rp19,756,800
HPP untuk Svstain Sticker		Rp6,271,200
HPP untuk Svstain Tote Bag		Rp38,001,600
Beban		
Beban RnD		
Beban pengembangan desain Patch Svstain		Rp12,000,000
Beban Marketing		
Beban Tokopedia Adds		Rp3,600,000
Beban Shopee Adds		Rp3,600,000
Beban Jasa Review Influencer		Rp18,000,000
Beban Jasa Review KOL		Rp2,073,600
Beban sewa booth Bazaar		Rp72,000,000
Beban Logistik		
Beban pengiriman produk dari Supplier		Rp2,556,000
Beban Gaji		
Beban gaji freelancer untuk bazaar		Rp25,760,000
Beban Lainnya		
Beban Domain and Hosting Website Svstain		Rp962,020
Beban pemeliharaan Website Svstain		Rp6,000,000
Beban Subscription Canva Premium		Rp2,190,000
Beban Subscription Capcut Premium		Rp28,000

Total Beban		Rp323,903,220
Laba Bersih		Rp137,850,180

Proyeksi beban Svstain pada 2026 hampir serupa dengan tahun 2025, namun ada beberapa perbedaan yang cukup signifikan. Pada tahun 2026, tidak ada lagi biaya research and development untuk produk Svstain *Tote Bag*. Sedangkan beban untuk pengembangan desain Patch Svstain meningkat, dengan proyeksi empat tema atau sekitar 20 desain per bulan. Sehingga beban setiap bulannya menjadi Rp1.000.000, dan total beban desain patch untuk tahun 2026 mencapai Rp12.000.000.

Beban Iklan pada platform Tokopedia dan Shopee masih sama seperti tahun 2025, dengan anggaran Rp10.000 per hari di masing-masing platform. Dengan biaya Rp300.000 per bulan, anggaran beriklan setahun untuk Tokopedia dan Shopee masing-masing adalah Rp3.600.000. Penggunaan jasa *review influencer* juga akan sama dengan tahun sebelumnya, yaitu dengan total beban sebesar Rp 18.000.000,00, sedangkan ada perubahan beban pemberian produk gratis kepada dua *Key Opinion Leaders* (KOL) setiap bulannya. Setiap KOL akan menerima satu produk, dua *patch*, dan tambahan dua Svstain *Sticker*, dengan biaya per KOL senilai Rp 86.400 atau Rp172.800 untuk dua KOL setiap bulannya. Dengan demikian, total beban review influencer sebesar Rp2.073.600 untuk satu tahunnya.

Adanya perubahan pada beban Logistik Pengiriman dikarenakan volume penjualan yang lebih besar di tahun 2026, maka diproyeksikan akan ada tiga kali pengiriman per bulan dengan skema harga yang masih sama dengan tahun 2025, sehingga total biaya pengiriman dalam setahun mencapai Rp2.556.000. Sedangkan

tidak adanya perubahan untuk beban yang berkaitan dengan website Svstain dan juga berbagai apps untuk keperluan creative, seperti Canva dan Capcut Premium.

Untuk beban sewa booth bazaar pada tahun 2026 masih sama dengan tahun 2025, namun adanya perbedaan pada beban gaji Freelancer, di mana tidak hanya mendapatkan gaji harian sebesar Rp 200.000,00, namun memberikan uang makan sebesar Rp 30.000,00 untuk satu harinya, sehingga per minggu total biaya mencapai Rp1.610.000. Dengan jadwal bazaar sebanyak 16 kali (7 hari setiap satu kali bazaar) dalam setahun, total beban gaji freelancer untuk 2026 adalah Rp 25.760.000.

Tabel 10.10 Proyeksi Laporan Laba Rugi Svstain Tahun 2027

SVSTAIN		
Laporan Laba Rugi		
Periode 31 Desember 2027		
Pendapatan		
Pendapatan Penjualan Svstain T-shirt	Rp339,223,700	
Pendapatan Penjualan Svstain Patch	Rp98,879,300	
Pendapatan Penjualan Svstain Sticker	Rp36,702,600	
Pendapatan Penjualan Svstain Tote Bag	Rp151,983,000	
Total Pendapatan	Rp626,788,600	
Beban		
HPP untuk Svstain T-shirt		Rp140,306,000
HPP untuk Svstain Patch		Rp23,810,400
HPP untuk Svstain Sticker		Rp7,664,800
HPP untuk Svstain Tote Bag		Rp71,253,000
Beban		
Beban RnD		

Beban pengembangan desain Patch Svstain		Rp12,000,000
Beban Marketing		
Beban Tokopedia Adds		Rp3,600,000
Beban Shopee Adds		Rp3,600,000
Beban Jasa Review Influencer		Rp26,500,000
Beban Jasa Review KOL		Rp2,073,600
Beban sewa booth Bazaar		Rp72,000,000
Beban Logistik		
Beban pengiriman produk dari Supplier		Rp3,408,000
Beban Gaji		
Beban gaji freelancer untuk bazaar		Rp25,760,000
Beban Sewa		
Beban Sewa Lokasi Usaha: Tangcity Mall		Rp18,000,000
Beban Lainnya		
Beban Domain and Hosting Website Svstain		Rp962,020
Beban pemeliharaan Website Svstain		Rp6,000,000
Beban Subscription Canva Premium		Rp2,190,000
Beban Subscription Capcut Premium		Rp28,000
Total Beban		Rp419,155,820
Laba Bersih		Rp207,632,780

Untuk tahun 2027, proyeksi beban operasional Svstain sebagian besar tetap sama dengan tahun 2026, namun ada beberapa penyesuaian penting yang dipertimbangkan untuk mendukung pertumbuhan dan memperluas jangkauan pasar. Beban Review Influencer mengalami perubahan dengan penambahan satu

influencer baru yang memiliki followers antara 500.000 hingga 1 juta. Biaya untuk story Instagram dari influencer ini diperkirakan sebesar Rp8.500.000. Dengan tambahan ini, total biaya untuk kegiatan review influencer sepanjang tahun menjadi Rp 26.500.000, yang mencakup dua kali endorse untuk influencer dengan 50.000 hingga 100.000 followers, serta tambahan satu kali endorse untuk influencer baru. Beban Logistik Pengiriman juga mengalami peningkatan seiring dengan bertambahnya volume produksi dan penjualan. Diperkirakan akan ada empat kali pengiriman per bulan, dibandingkan dengan tiga kali pengiriman per bulan di tahun 2026. Dengan tarif pengiriman yang sama yaitu Rp71.000 per pengiriman, total biaya logistik untuk tahun 2027 menjadi Rp3.408.000, meningkat dibandingkan proyeksi sebelumnya yang hanya Rp 2.556.000 setahun. Selain itu, pada tahun 2027, terdapat juga biaya sewa untuk lokasi usaha di Tangcity Mall sebesar Rp 18.000.000 untuk satu tahun, di mana Svstain akan membuka toko offline pertamanya.

10.5 *Balance Sheet* (Neraca Keuangan)

Neraca merupakan salah satu laporan keuangan yang menggambarkan kondisi keuangan dari suatu perusahaan. Neraca dapat membantu perusahaan untuk mengetahui apakah mereka memiliki keuangan yang sehat atau tidak, melalui keseimbangan antara aset dengan ekuitas dan liabilitas perusahaan tersebut (Salim, 2022). Dengan melihat pentingnya neraca keuangan bagi suatu perusahaan, berikut adalah proyeksi neraca keuangan Svstain:

Tabel 10.11 Proyeksi Laporan Neraca Keuangan Svstain Tahun 2025

Proyeksi Laporan Neraca Keuangan			
SVSTAIN			
Per 31 Desember 2025			
ASET		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	

Aset Lancar		Kewajiban Jangka Pendek	
Kas	Rp117,829,880	Utang Usaha	Rp0
Persediaan	Rp21,422,100		
Jumlah Aset Lancar	Rp139,251,980	Jumlah Kewajiban	Rp0
Aset Tidak Lancar		Ekuitas	
Aset Tidak Lancar	Rp0	Modal disetor	Rp35,000,000
		Laba Ditahan	Rp104,251,980
Jumlah Aset Tidak Lancar	Rp0	Jumlah Ekuitas	Rp139,251,980
JUMLAH ASET	Rp139,251,980	JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	Rp139,251,980

Pada tahun 2025, kas perusahaan bersumber dari hasil penjualan sebesar Rp 107.829.880, modal awal senilai Rp 10.955.367, serta hibah pemerintah melalui program P2MW yang mencapai Rp25.000.000. Persediaan akhir tahun tercatat sebesar Rp 21.422.100 jumlah ini berasal dari proyeksi pembelian stok tambahan sebesar 15% dari total HPP. Dengan demikian, persediaan mencerminkan cadangan yang cukup untuk mendukung kelangsungan operasional ke depan. Di sisi ekuitas, modal usaha sebesar Rp 10.955.367 adalah modal awal dari tahun 2024, ditambah dana P2MW tahun 2025 sebesar Rp25.000.000, sementara laba tahun ini sebesar Rp 104.251.980 dicatat sebagai laba ditahan.

Tabel 10.12 Proyeksi Laporan Neraca Keuangan Svstain Tahun 2026

Proyeksi Laporan Neraca Keuangan			
SVSTAIN			
Per 31 Desember 2026			
ASET		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
Aset Lancar		Kewajiban Jangka Pendek	
Kas	Rp239,122,067	Utang Usaha	Rp0
Persediaan	Rp38,935,460		

Jumlah Aset Lancar	Rp278,057,527	Jumlah Kewajiban	Rp0
Aset Tidak Lancar		Ekuitas	
Aset Tidak Lancar	Rp0	Modal disetor	Rp140,207,347
		Laba Ditahan	Rp137,850,180
Jumlah Aset Tidak Lancar	Rp0	Jumlah Ekuitas	Rp278,057,527
JUMLAH ASET	Rp278,057,527	JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	Rp278,057,527

Memasuki tahun 2026, kas masuk bersih tercatat Rp 120.336.820, yang ditambah saldo kas akhir tahun sebelumnya sebesar Rp 118.785.247. Persediaan awal yang dimiliki adalah Rp 21.348.780, sementara HPP diperkirakan mencapai Rp 175.133.600. Pembelian persediaan baru sebesar 10% dari HPP, yaitu Rp 192.646.960, dilakukan untuk memenuhi permintaan tahun tersebut. Berdasarkan perhitungan, persediaan akhir tahun mencapai Rp 38.935.460, yang diperoleh dari persediaan awal ditambah pembelian persediaan dikurangi proyeksi HPP 2026. Ekuitas mengalami peningkatan, dengan total modal usaha kini mencapai Rp 140.207.347, yang diperoleh dari akumulasi kas tahun 2025 dan persediaan akhir 2025. Laba yang diraih pada tahun ini sebesar Rp 137.850.180, dicatat sebagai laba ditahan.

Tabel 10.13 Proyeksi Laporan Neraca Keuangan Svstain Tahun 2027

Proyeksi Laporan Neraca Keuangan			
SVSTAIN			
Per 31 Desember 2027			
ASET		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
Aset Lancar		Kewajiban Jangka Pendek	
Kas	Rp422,451,427	Utang Usaha	Rp0

Persediaan	Rp63,238,880		
Jumlah Aset Lancar	Rp485,690,307	Jumlah Kewajiban	Rp0
Aset Tidak Lancar		Ekuitas	
Aset Tidak Lancar	Rp0	Modal disetor	Rp278,057,527
		Laba Ditahan	Rp207,632,780
Jumlah Aset Tidak Lancar	Rp0	Jumlah Ekuitas	Rp485,690,307
JUMLAH ASET	Rp485,690,307	JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	Rp485,690,307

Pada tahun 2027, arus kas bersih mencapai Rp 183.329.360, lalu ditambahkan oleh saldo kas akhir 2026 sebesar Rp 239.122.067. Persediaan awal tahun 2027 sebesar Rp 38.935.460, sementara HPP diperkirakan menjadi Rp 242.034.200. Perusahaan membeli persediaan baru sebesar 10% dari HPP atau senilai Rp 267.337.620 untuk memastikan ketersediaan stok yang mencukupi. Hasilnya, persediaan akhir tahun tercatat sebesar Rp 63.238.880. Di sisi ekuitas, modal usaha meningkat menjadi Rp 278.057.527 berasal dari kas yang terkumpul pada tahun 2026 ditambah persediaan akhir tahun tersebut. Laba tahun 2027 sebesar Rp 207.632.780 juga dialokasikan sebagai laba ditahan, memperkuat posisi ekuitas perusahaan.

10.6 Arus Kas Tiga Tahun

Cash flow atau arus kas merupakan istilah yang berkaitan erat dengan keuangan suatu perusahaan, berhubungan dengan keluar dan masuknya uang atau kas dari kegiatan perusahaan tersebut. Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa laporan arus kas adalah salah satu bagian dari laporan keuangan dengan tujuan

melaporkan uang yang masuk serta sumbernya, dan juga uang yang keluar atau digunakan untuk kepentingan perusahaan (Shaïd, 2024).

Tabel 10.14 Proyeksi Laporan Arus Kas Svstain Tiga Tahun

Cash Flow Projection				
CASH BALANCE	2025	2026	2027	
Date Ending	31/12/2025	31/12/2026	31/12/2027	
Cash at Beginning of Period	Rp10,955,367	Rp118,785,247	Rp239,122,067	
Cash at End of Period	Rp118,785,247	Rp239,122,067	Rp422,451,427	
CASH INFLOWS	2025	2026	2027	
Cash from Operations				
Receipts from Customers	Rp384,245,400	Rp461,753,400	Rp626,788,600	
Cash from funding activities				
Pendanaan dari P2MW	Rp25,000,000			
Total Cash Inflows	Rp409,245,400	Rp461,753,400	Rp626,788,600	
CASH OUTFLOWS	2025	2026	2027	
Operation Costs				
Biaya pembelian untuk produksi produk Svstain	Rp164,236,100	Rp192,646,960	Rp267,337,620	
Research and Development of Tote Bag	Rp271,800	Rp0	Rp0	
Pengembangan Desain Svstain Patch	Rp6,000,000	Rp12,000,000	Rp12,000,000	
Adds Cost	Rp7,200,000	Rp7,200,000	Rp7,200,000	
Jasa Review Influencer	Rp18,000,000	Rp18,000,000	Rp26,500,000	
Jasa Review KOL	Rp1,833,600	Rp2,073,600	Rp2,073,600	
Biaya Sewa Booth Bazaar	Rp72,000,000	Rp72,000,000	Rp72,000,000	
Biaya Pengiriman Produk	Rp1,704,000	Rp2,556,000	Rp3,408,000	
Biaya Keperluan Website Svstain	Rp6,962,020	Rp6,962,020	Rp6,962,020	
Biaya Subscription Apps: Canva and Capcut	Rp808,000	Rp2,218,000	Rp2,218,000	

	Biaya Gaji	Rp22,400,000	Rp25,760,000	Rp25,760,000
	Biaya Sewa Lokasi Usaha			Rp18,000,000
	Total Outflows from Operations	Rp301,415,520	Rp341,416,580	Rp443,459,240
	Total Cash Outflows	Rp301,415,520	Rp341,416,580	Rp443,459,240
	NET CASH FLOW	Rp107,829,880	Rp120,336,820	Rp183,329,360

Proyeksi laporan arus kas Svstain, memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai aliran kas masuk dan keluar selama periode 2025 hingga 2027. Sumber utama kas masuk perusahaan berasal dari penerimaan pelanggan, yang mencerminkan pendapatan dari aktivitas inti perusahaan, yaitu penjualan produk. Selain itu, Svstain juga diperkirakan dapat menerima dana hibah pemerintah pada tahun 2025 dari program P2MW, yang memberikan tambahan likuiditas dan memperkuat posisi kas perusahaan, meskipun dana ini tidak berulang pada tahun-tahun berikutnya. Di sisi pengeluaran, kas keluar perusahaan terdiri dari berbagai biaya operasional, termasuk Harga Pokok Penjualan (COGS), yang mencerminkan biaya produksi langsung. Perusahaan juga mengalokasikan anggaran untuk biaya pemasaran, seperti jasa review dari influencer dan Key Opinion Leader (KOL), serta sewa booth bazaar guna meningkatkan eksposur produk di pasar. Selain itu, biaya langganan aplikasi Canva dan CapCut digunakan untuk mendukung kegiatan desain dan pemasaran, yang berperan penting dalam aktivitas promosi visual perusahaan. Pengeluaran rutin lainnya meliputi biaya gaji karyawan dan pengiriman produk, yang diperlukan untuk menjaga kelancaran operasional sehari-hari. Tidak lupa juga bahwa pada tahun 2027 terdapat biaya tambahan, yaitu biaya sewa tempat usaha untuk *Offline Store* dari Svstain yang berlokasi di Tangcity Mall.

Selisih antara total kas masuk dan kas keluar menghasilkan arus kas bersih yang positif pada setiap tahun. Pada akhir tahun 2025, saldo kas akhir tercatat sebesar Rp 118.785.247 dan terus meningkat menjadi Rp 239.122.067 pada akhir

tahun 2026 serta mencapai Rp 422.451.427 pada akhir tahun 2027. Pertumbuhan saldo kas yang stabil ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki manajemen kas yang baik, dengan pendapatan operasional yang mampu menutupi semua pengeluaran dan menciptakan cadangan kas yang memadai. Laporan ini menyoroti bahwa perusahaan memiliki likuiditas yang cukup kuat untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dan mendukung ekspansi usaha di masa depan, menandakan posisi keuangan yang sehat dan berpotensi untuk pertumbuhan lebih lanjut.

10.7 Break Even Point

Dalam menghitung BEP, akan digunakannya metode BEP Multi Produk dengan kontribusi margin tertimbang, dikarenakan terdapat lebih dari satu produk yang diproduksi dan dijual oleh Svstain. Cara menggunakan metode ini, adalah dengan menghitung kontribusi margin untuk setiap produk dari Svstain. Terdapat empat produk, yaitu Svstain *T-shirt*, *Patch*, *Sticker*, dan *Tote Bag*. Rumus untuk mendapatkan kontribusi margin setiap produk adalah harga jual produk dikurangi COGS dari produk tersebut. Setelah memperoleh kontribusi margin setiap produk, berikutnya dapat dilakukan perhitungan untuk kontribusi margin tertimbang, namun harus diketahuinya persentase proporsi penjualan untuk setiap produknya. Proporsi penjualan adalah persentase jumlah penjualan masing-masing produk terhadap total penjualan semua produk. Persentase ini diperoleh dengan membagi jumlah penjualan satu produk dengan jumlah penjualan seluruh produk.

Berikutnya, kontribusi margin setiap produk harus dikalikan dengan persentase proporsi penjualan produk tersebut, dan hasil dari setiap produknya dijumlahkan untuk memperoleh kontribusi margin tertimbang. Untuk menghitung BEP (unit), maka biaya tetap yang dikeluarkan oleh perusahaan selama satu tahun tersebut dibagi dengan kontribusi margin tertimbang. Dengan demikian, diperoleh BEP (unit) untuk tahun tersebut. Untuk mengetahui jumlah BEP (unit) untuk

setiap produknya, maka total BEP dikalikan dengan persentase proporsi penjualan dari setiap produk. Svstain akan melakukan perhitungan BEP untuk tahun 2024 dan juga tiga tahun yang akan mendatang. Dalam menghitung BEP untuk tahun 2024, perlu diketahui margin kontribusi dari setiap produk Svstain. Maka daripada itu, berikut adalah perhitungan margin kontribusi untuk setiap produk Svstain:

Tabel 10.15 Perhitungan Margin Kontribusi dari Svstain *T-shirt*

Svstain T-shirt Oversize			Svstain T-shirt Regular Fit		
Harga Jual (per unit)		Rp149,900	Harga Jual (per unit)		Rp139,900
Biaya Produksi		Per Unit	Biaya Produksi		Per Unit
<i>T-shirt Oversize</i>		Rp53,602	<i>T-shirt Regular Fit</i>		Rp53,197
<i>Patch</i>		Rp11,481	<i>Patch</i>		Rp11,481
<i>Packaging</i>		Rp2,750	<i>Packaging</i>		Rp2,750
<i>Hang Tag</i>		Rp920	<i>Hang Tag</i>		Rp920
Total Biaya Perunit		Rp68,753	Total Biaya Perunit		Rp68,347
Profit Margin		Rp81,147	Profit Margin		Rp71,553
Profit Margin Ratio		54%	Profit Margin Ratio		51%

Tabel 10.16 Perhitungan Margin Kontribusi dari Svstain *Patch* dan *Sticker*

Svstain Patch			Svstain Sticker		
Harga Jual (per unit)		Rp30,000	Harga Jual (per unit)		Rp25,000
Biaya Produksi		Per Unit	Biaya Produksi		Per Unit
Patch		Rp11,481	Velcro Sticker		Rp5,619
Packaging		Rp237	Packaging		Rp237
Total Biaya Perunit		Rp11,718	Total Biaya Perunit		Rp5,856
Profit Margin		Rp18,282	Profit Margin		Rp19,144
Profit Margin Ratio		61%	Profit Margin Ratio		77%

Untuk tahun 2024, BEP dihitung berdasarkan data penjualan Januari hingga Oktober 2024, dengan total penjualan sebanyak 121 unit yang terdiri dari 58 Svstain *T-shirt* (40 Svstain *T-shirt* Oversize dan 18 Svstain *T-shirt* Regular Fit), 49 Svstain *Patch*, dan 14 Svstain *Sticker*. Proporsi penjualan untuk setiap produk dihitung berdasarkan jumlah terjual dibandingkan total penjualan, menghasilkan Svstain *T-shirt* sebesar 14.88%, Svstain *T-shirt* Oversize sebesar 33.06%, Svstain *Patch* sebesar 40,50%, dan Svstain *Sticker* sebesar 11,57%. Selanjutnya, kontribusi margin tertimbang dihitung dengan mengalikan kontribusi margin tiap produk (menggunakan margin standar tanpa promosi) dengan proporsi penjualan masing-masing produk, lalu menjumlahkannya. Dengan kontribusi margin tertimbang ini, BEP total unit diperoleh dengan membagi biaya tetap dengan

kontribusi margin tertimbang, menghasilkan BEP sebesar 166 unit. Untuk menghitung BEP per produk, angka tersebut dikalikan dengan proporsi penjualan, sehingga diperoleh BEP *Svstain T-shirt Regular* sebanyak 25 unit, *Sustain T-shirt Oversize* 55 unit, *Svstain Patch* 67 unit, dan *Svstain Sticker* 19 unit. Dengan demikian, *Svstain* perlu menjual total 166 unit produk untuk mencapai titik impas pada tahun 2024.

Tabel 10.17 Perhitungan BEP Tahun 2024

BEP		
BEP (Unit) Multiproduk 2024		
Produk	Kontribusi Margin	Proporsi Penjualan
Svstain T-shirt Regular	Rp71,553	14.88%
Svstain T-shirt Oversize	Rp81,147	33.06%
Svstain Patch	Rp18,282	40.50%
Svstain Sticker	Rp19,144	11.57%
Kontribusi Margin Tertimbang		
Svstain T-shirt Regular	Rp10,644	
Svstain T-shirt	Rp26,826	

Svstain Patch	Rp7,404
Svstain Sticker	Rp2,215
Total	Rp47,088
Biaya Tetap	Rp7,807,538
Kontribusi Margin Tertimbang	Rp47,088
BEP Unit 2025	166
Produk	BEP (Unit)
BEP (Svstain T-shirt Regular)	25
BEP (Svstain T-shirt Oversize)	55
BEP (Svstain Patch)	67
BEP (Svstain Sticker)	19

Perhitungan untuk BEP tahun 2025 hingga 2027, akan menggunakan data dari proyeksi penjualan dan proyeksi laba rugi yang telah dicantumkan pada sub-bab sebelumnya, dengan cara dan langkah-langkah yang sama dengan yang dilakukan pada tahun 2024. Berikut adalah perhitungan BEP untuk tahun 2025

hingga 2027:

Tabel 10.18 Perhitungan BEP Tahun 2025

BEP (Unit) Multiproduk 2025		
Produk	Kontribusi Margin	Proporsi Penjualan
Svstain T-shirt	Rp87,900	29.95%
Svstain Patch	Rp22,700	45.85%
Svstain Sticker	Rp19,700	18.42%
Svstain Tote Bag	Rp69,000	5.78%
Kontribusi Margin Tertimbang		
Svstain T-shirt	Rp26,326	
Svstain Patch	Rp10,408	
Svstain Sticker	Rp3,629	
Svstain Tote Bag	Rp3,988	
Total	Rp44,351	
Biaya Tetap		
	Rp137,179,420	

Kontribusi Margin Tertimbang	Rp44,351	
BEP (Unit) 2025	3093	
Produk	BEP (Unit)	
BEP (Svstain T-shirt)	926	
BEP (Svstain Patch)	1418	
BEP (Svstain Sticker)	570	
BEP (Svstain Tote Bag)	179	

Tabel 10.19 Perhitungan BEP Tahun 2026

BEP (Unit) Multiproduk 2026		
Produk	Kontribusi Margin	Proporsi Penjualan
Svstain T-shirt	Rp87,900	28.63%
Svstain Patch	Rp22,700	43.83%
Svstain Sticker	Rp19,700	17.57%
Svstain Tote Bag	Rp69,000	9.97%

Kontribusi Margin Tertimbang		
Svstain T-shirt	Rp25,166	
Svstain Patch	Rp9,949	
Svstain Sticker	Rp3,461	
Svstain Tote Bag	Rp6,879	
Total	Rp45,456	
Biaya Tetap	Rp148,769,620	
Kontribusi Margin Tertimbang	Rp45,456	
BEP (Unit) 2026	3273	
Produk	BEP (Unit)	
BEP (Svstain T-shirt)	937	
BEP (Svstain Patch)	1434	
BEP (Svstain Sticker)	575	
BEP (Svstain Tote Bag)	326	

Tabel 10.20 Perhitungan BEP Tahun 2027

BEP (Unit) Multiproduk 2027		
Produk	Kontribusi Margin	Proporsi Penjualan
Svstain T-shirt	Rp87,900	27.75%
Svstain Patch	Rp22,700	42.26%
Svstain Sticker	Rp19,700	16.99%
Svstain Tote Bag	Rp69,000	13.01%
Kontribusi Margin Tertimbang		
Svstain T-shirt	Rp24,392	
Svstain Patch	Rp9,593	
Svstain Sticker	Rp3,347	
Svstain Tote Bag	Rp8,977	
Total	Rp46,309	
Biaya Tetap		
Kontribusi Margin	Rp176,121,620	
	Rp46,309	

Tertimbang		
BEP (Unit) 2027	3803	
Produk	BEP (Unit)	
BEP (Svstain T-shirt)	1055	
BEP (Svstain Patch)	1607	
BEP (Svstain Sticker)	646	
BEP (Svstain Tote Bag)	495	

10.8 Payback Period

Investasi awal untuk Svstain adalah Rp 21,070,000, yang berasal dari dua sumber: Program WMK sebesar Rp 6,500,000 dan Program P2MW sebesar Rp 14,570,000. Arus kas tahunan mulai masuk sejak tahun 2023 dengan nilai Rp 2,892,100, diikuti oleh arus kas tahun 2024 sebesar Rp 12,167,600, dan kemudian meningkat signifikan pada tahun 2025 sebesar Rp 384,245,400. Pada akhir tahun 2023, akumulasi arus kas sebesar Rp 2,892,100 belum cukup untuk menutupi total investasi, sehingga tersisa Rp 18,177,900 yang masih perlu dikembalikan. Memasuki akhir tahun 2024, akumulasi arus kas meningkat menjadi Rp 14,677,700, namun masih ada Rp 6,010,300 dari investasi awal yang belum tertutupi. Dengan arus kas sebesar Rp 384,245,400 pada tahun 2025, investasi yang tersisa sebesar Rp 6,010,300 dapat dikembalikan sepenuhnya. Berdasarkan perhitungan, payback period tercapai pada tahun 2025, sekitar 0.2 bulan atau 7

hari ke dalam tahun tersebut. Dengan demikian, *payback period* keseluruhan adalah sekitar 2 tahun dan 0.2 bulan atau 24.2 bulan dari awal investasi.

Tabel 10.21 Perhitungan Payback Period

Diketahui:	
Investasi awal	
Investasi dari Modal WMK	Rp6,500,000
Program P2MW	Rp14,570,000
Total	Rp21,070,000
Arus Kas Tahunan	
Tahun 2023	Rp2,892,100
Tahun 2024	Rp12,167,600
Tahun 2025	Rp384,245,400
Menghitung Payback Period	
Investasi awal - Arus Kas 2023	
	Rp18,177,900
Sisa investasi awal - Arus Kas 2024	
	Rp6,010,300

Payback Period in 2025	
6,392,300/ 384,245,400	
0.0156	
0.2 months	
Maka, payback period dari Svstain adalah 24.2 bulan	

