

BAB II

PELAKSANAAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

2.1. Tahapan Pekerjaan

Untuk memberikan gambaran yang terstruktur mengenai proses pelaksanaan Prostep, tahapan pekerjaan berikut disusun berdasarkan alur kerja mingguan yang dijalankan oleh setiap anggota tim sesuai peran masing-masing. Dalam kegiatan ini, penulis berperan sebagai CFO, sehingga beberapa aktivitas terkait pengelolaan biaya, penyusunan anggaran, dan analisis finansial turut menjadi bagian dari rangkaian pekerjaan.

No.	Pekan	Proyek	Keterangan
1	Pekan 1 (25–31 Agustus)	Penentuan Konsep dan Brainstorming	Diskusi awal tim untuk menentukan ide bisnis. Menetapkan brand PREKZZZ dengan konsep sushi berisi ayam geprek sebagai fusion food praktis dan modern dengan konsep grab & go.
2	Pekan 2 (1-7 Septemb er)	Riset Pasar Awal	Observasi kebutuhan mahasiswa, tren makanan - makanan pedas, preferensi harga, dan juga analisis kompetitor sushi dan food to go.
3	Pekan 3 (8-14 Septemb er)	Perhitungan <i>Cost Of Goods Sold</i> (COGS), Harga Jual, <i>Gross Profit</i>	Setelah melakukan finalisasi terhadap tiga varian PREKZZZ (sambal bawang, sambal matah, dan mentai), penulis sebagai

		<i>Margin, dan Break-Even Point</i> (BEP)	CFO mulai menghitung <i>Cost of Goods Sold</i> (COGS), harga jual dengan menggunakan <i>low-cost based pricing</i> dan <i>competitive pricing</i> , <i>Gross Profit Margin</i> , serta menentukan <i>Break-Even Point</i> .
4	Pekan 4 (15-21 September)	Menetapkan Strategi Efisiensi Terhadap Keuangan PREKZZZ	Menetapkan dan mengatur strategi efisiensi terhadap <i>Cost of Goods Sold</i> (COGS), mulai dari mencari pemasok bahan yang lebih terjangkau dan mencari kemasan dengan harga dan MOQ yang lebih rendah.
5	Pekan 5 (22-28 September)	Pengelolaan Kas dan Penarikan Anggaran Operasional Bulanan	CFO mulai menetapkan kas sebesar Rp50.000 per anggota sebagai dana operasional bulanan tim. Kas ini digunakan untuk kebutuhan kecil selama proses Prostep serta disimpan sebagai tabungan untuk menunjang bisnis PREKZZZ.
6	Pekan 6 (29 September - 5 Oktober)	Finalisasi Sistem Operasional dan Penyiapan Akun Pembayaran	Tim fokus melakukan persiapan dan finalisasi PO 1. CFO menyiapkan rekening untuk menerima pembayaran pelanggan serta memastikan sistem pencatatan transaksi berjalan rapi. Penulis juga turut membantu menyusun alur

			operasional PO, seperti mekanisme pemesanan dan penataan produksi agar pelaksanaan PO dapat berjalan lancar.
	Pekan 7 (6-26 Oktober) (Termasuk UTS)	Launching Pre-Order Batch 1 dan Monitoring Transaksi Pembayaran	Membuka PO Batch 1 via instagram. Mengunggah konten promosi, dan penulis sebagai CFO mencatat seluruh pembayaran yang masuk ke rekening, memverifikasi pesanan yang sudah dibayar, dan memastikan data transaksi tersusun dengan rapi agar proses produksi dapat berjalan lancar.
8	Pekan 8 (27 Oktober- 2 November)	Produksi & Distribusi Pesanan PO	CFO turut membantu dalam produksi : persiapan bahan, pembuatan sushi, quality control, pengemasan, dan distribusi kepada pelanggan. Di sini, peran penulis adalah mempersiapkan, memarinasi ayam, serta membaluri ayam dengan tepung. Setelah digoreng, penulis turut serta dalam proses penggulungan sushi dan proses distribusi ke pelanggan.

9	Pekan 9 (3-9 November)	Evaluasi PO & Peningkatan Efisiensi Produk	Evaluasi PO 1 menunjukkan bahwa harga jual sudah tepat, namun prosedur operasional masih perlu disesuaikan untuk meningkatkan efisiensi. Tim mencari alternatif bahan baku seperti Kewpie dan Bon Nori dengan harga yang lebih ekonomis agar biaya produksi dapat ditekan tanpa mengurangi kualitas produk.
10	Pekan 10 (10-16 November)	Perancangan Proyeksi Keuangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang	Setelah melihat gambaran minat dan penjualan terhadap produk, CFO mulai menyusun <i>financial projection</i> untuk periode satu tahun dan lima tahun. Proyeksi ini dibuat berdasarkan data penjualan sebelumnya dan lalu digunakan untuk melihat potensi pendapatan, biaya, dan profitabilitas usaha dalam jangka pendek maupun panjang.
11	Pekan 11 (17-23 November)	Persiapan Kegiatan Penjualan Offline / Testing	Pada tahap ini, tim menyiapkan rencana testing offline, termasuk stok bahan, display produk, dan teknis operasional. CFO menyusun strategi anggaran untuk kegiatan ini agar seluruh kebutuhan dapat terpenuhi

			dengan efisien dan sesuai kapasitas dana yang tersedia.
12	Pekan 12 (24-30 Novemb er)	<i>Pre-Order 2</i>	Melaksanakan Pre-Order batch 2, CFO kembali melakukan pengalokasian dana kepada COO, merekap pengeluaran dan pendapatan PO 2.
13	Pekan 13 (1-7 Desemb er)	Analisis Keuangan Final	CFO menyelesaikan analisis keuangan final, termasuk review pendapatan, pengeluaran, dan profitabilitas. Analisis ini memastikan seluruh data finansial konsisten dengan anggaran serta menjadi dasar untuk evaluasi dan rekomendasi akhir.
14	Pekan 14 (8-14 Desemb er)	Pengajuan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), Penyusunan Laporan & Persiapan Sidang	Bekerjasama dengan CMO dalam pengajuan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), tim menyusun laporan lengkap dari BAB I - IV, dokumentasi lampiran, dan juga mempersiapkan materi agar dapat presentasi sidang Prostep.

Tabel 2.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama PRO-STEP

2.2.Uraian Pelaksanaan Kerja Chief Financial Officer

PREKZZZ menerapkan struktur organisasi horizontal dalam perusahaan. Keputusan ini diambil karena tim yang masih berukuran kecil serta karakter bisnis yang membutuhkan respon cepat terhadap kegiatan operasional dan mendorong

kreativitas di dalam organisasi. Melalui struktur ini, PREKZZZ menciptakan lingkungan kerja yang efektif, dimana kemandirian, kebebasan dalam bertukar pendapat dan kreativitas menjadi tolak ukur utama dalam membangun kerja sama tim yang solid.

Sebagai Chief Financial Officer (CFO), penulis bertanggung jawab dalam mengelola seluruh aspek keuangan yang berkaitan dengan pengembangan brand PREKZZZ. Tugas utama meliputi penyusunan dan pengelolaan anggaran, perhitungan *Cost of Goods Sold* (COGS), penentuan harga jual, penghitungan *Break-Even Point* (BEP), pencatatan arus kas, penyusunan *income statement*, serta pembuatan proyeksi keuangan jangka pendek dan jangka panjang. CFO juga berperan dalam menilai kelayakan finansial melalui analisis *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Return On Investment* (ROI) sebagai dasar pengambilan keputusan strategis.

2.2.1 Cost of Goods Sold (COGS) dan Penentuan Harga Jual

Pada tahap awal perencanaan bisnis, tim PREKZZZ sudah memiliki gambaran kisaran harga jual produk, yaitu sekitar Rp25.000 ke atas, mengikuti harga kompetitor langsung seperti Sushi Ayam Keprabon yang berada dalam kategori kuliner ayam geprek *fusion*. Penetapan harga awal ini dilakukan untuk memastikan bahwa positioning harga PREKZZZ sejalan dengan standar pasar sehingga produk tidak terlihat terlalu murah maupun terlalu mahal bagi target konsumen.

Namun setelah dilakukan perhitungan *Cost of Goods Sold* (COGS) secara rinci untuk setiap varian menu, hasilnya menunjukkan bahwa biaya produksi per porsi berada pada tingkat yang cukup rendah. Temuan ini membuat tim menyadari bahwa PREKZZZ dapat mempertahankan harga jual Rp25.000 dan memperoleh margin keuntungan yang besar dan sehat. Struktur biaya PREKZZZ yang efisien memungkinkan produk dijual pada rentang harga yang kompetitif tanpa mengurangi profitabilitas.

Dalam proses penentuan harga, PREKZZZ menggunakan dua pendekatan, yaitu *low-cost based pricing* dan *competitive pricing*. *Low-cost based pricing* memastikan bahwa harga jual selalu berada di atas COGS dengan margin yang memadai, sedangkan *competitive pricing* menjaga agar harga PREKZZZ tetap bersaing dengan brand sejenis di wilayah Tangerang. Kombinasi kedua strategi ini dipilih agar PREKZZZ dapat tampil sebagai produk yang terjangkau namun tetap menguntungkan, sehingga mampu menjangkau lebih banyak konsumen sekaligus memperkuat posisi brand di pasar.

Berikut merupakan perhitungan COGS dan rincian harga jual yang digunakan sebagai dasar penetapan strategi harga PREKZZZ.

RESEP AYAM			
Bahan	Qty	Harga/Qty	Cost
Dada ayam (/ 100 gram)	10	6000	60000
Lada bubuk (/ 20 gram)	0.25	2000	500
Kaldu ayam bubuk (/230 gr))	0.1	13000	1300
Gula pasir (/1 kg)	0.01	12000	120
Telur (/butir)	1	2500	2500
Bawang putih (/gram)	166	25	4150
Bawang bombay (/gram)	64.5	40	2580
Jeruk nipis (/buah)	0.5	1000	500
Air (/100 ml)	4	0.121	0.484
Terigu (/100 gr)	0.8	1300	1040
Cabe Bubuk (/10gr)	0.8	3000	2400
Garam (/10 gr)	3	220	660
Total			Rp75,750
Baluran Tepung Kering			
Terigu (/100 gr)	4.5	1300	5850
Maizena (/100 gr)	1	3300	3300
Tepung Beras (/100 gr)	0.5	1400	700
Baking powder (/ 10 gr)	2	800	1600
Garam (/10 gr)	1.5	220	330
Kunyit (/10 gr)	3	3000	9000

cabe (/10 gr)	3	3000	9000
TOTAL COST TEPUNG			Rp29,780

Tabel 2.2 Rincian COGS Ayam dan Tepung

Dalam perhitungan COGS, komponen utama yang dianalisis adalah biaya produksi ayam goreng tepung sebagai elemen dasar dari seluruh varian menu PREKZZZ. Proses ini mencakup dua bagian, yaitu pembuatan ayam marinasi dan pembuatan baluran tepung kering. Resep ayam menggunakan dada ayam sebagai bahan utama, kemudian dimarinasi dengan bumbu seperti bawang putih, bawang bombay, lada, kaldu ayam bubuk, gula, telur, dan berbagai bahan pendukung lainnya. Setiap bahan dihitung berdasarkan takaran aktual yang digunakan untuk satu batch produksi (500 gram) sehingga menghasilkan total biaya sebesar Rp75.750.

Setelah proses marinasi, ayam dilapisi dengan baluran tepung kering yang terdiri dari campuran tepung terigu, maizena, tepung beras, baking powder, garam, kunyit, dan cabai bubuk. Baluran ini memberikan tekstur dan rasa khas pada ayam goreng yang menjadi ciri dari produk PREKZZZ. Total biaya tepung kering yang digunakan mencapai Rp29.780 per batch.

RESEP SAMBAL MATAH			
Bahan	Qty	Harga/Qty	Cost
Bawang Merah	500	52.5	26250
Cabai Keriting	250	60	15000
Penyedap	25	50	1250
Total			Rp42,500

Tabel 2.3 Rincian COGS Sambal Matah

Selain komponen ayam goreng tepung, perhitungan COGS juga mencakup biaya sambal sebagai elemen pembeda antar varian menu PREKZZZ. Untuk varian Sambal Matah, perhitungan HPP dilakukan secara rinci karena sambal ini dibuat sendiri menggunakan bahan-bahan segar seperti bawang merah, cabai, dan

penyedap. Dengan perbandingan bawang merah dan cabai keriting sebesar 2:1, didapatkan total harga pembuatan sambal matah sebesar Rp42.500.

Berbeda dengan sambal matah, sambal bawang dan saus mentai tidak memiliki tabel perhitungan HPP karena kedua komponen tersebut merupakan produk jadi yang dibeli langsung dari *supplier*, sehingga tidak diperlukan perincian bahan baku seperti pada sambal matah. Pendekatan ini bertujuan memastikan perhitungan biaya lebih efisien, sesuai praktik bisnis sebenarnya, dan tetap mencerminkan biaya produksi yang akurat untuk setiap varian.

VARIAN SAMBAL BAWANG			
Keterangan	Qty	Price	Total Price
Nasi per porsi (135 Gram)	135	9.5	Rp1,283
Packaging (pc)	1	70	Rp70
Telur (gram)	20	37	Rp740
Timun (gram)	10	25	Rp250
Sambal (gram)	1	2500	Rp2,500
Ayam (gram)	30	Rp76	Rp2,273
Tepung (gram)	20	Rp30	Rp596
Nori (lembar)	1	2280	Rp2,280
Minyak dan gas (ml)	50	19	Rp950
TOTAL HPP BAWANG			Rp10,941
Price			Rp25,000
Gross Profit			Rp14,059
Gross Profit Margin			56.24%

Tabel 2.4 Rincian COGS Varian Sambal Bawang

Struktur HPP Varian Sambal Bawang dihitung dengan menggabungkan komponen dasar yang digunakan pada seluruh menu PREKZZZ, yaitu nasi, telur, timun, ayam goreng tepung, nori, serta biaya minyak dan gas. Perbedaan utama varian ini terletak pada penggunaan sambal bawang siap pakai yang dibeli langsung dari *supplier* dengan harga Rp2.500 per porsi. Karena produk sambal

tersebut merupakan bahan jadi, tidak dilakukan perhitungan biaya bahan baku secara terpisah seperti pada sambal matah.

Dari hasil perhitungan, total HPP varian Sambal Bawang mencapai Rp10.941 per porsi. Dengan harga jual Rp25.000, varian ini menghasilkan Gross Profit sebesar Rp14.059 dan Gross Profit Margin (GPM) sebesar 56,24%. Nilai GPM ini menunjukkan bahwa varian Sambal Bawang tetap berada dalam kategori margin sehat dan kompetitif, meskipun biaya sambalnya relatif lebih tinggi dibandingkan varian lainnya.

VARIAN ORIGINAL (MENTAI)			
Keterangan	Qty	Price	Total Price
Nasi per porsi (135 Gram)	135	9.5	Rp1,283
Packaging (pc)	1	70	Rp70
Telur (gram)	20	37	Rp740
Timun (gram)	10	25	Rp250
Kewpie(gram)	15	69	Rp1,035
Sambal (gram)	10	52	Rp520
Ayam (gram)	30	Rp76	Rp2,273
Tepung (gram)	20	Rp30	Rp596
Nori (lembar)	1	2280	Rp2,280
Minyak dan gas (ml)	50	19	Rp950
TOTAL HPP			Rp9,996
Price			Rp25,000
Gross Profit			Rp15,004
Gross Profit Margin			60.02%
Markup			150.11%

Tabel 2.5 Rincian COGS Varian Original Saus Mentai

Pada perhitungan HPP Varian Original (Saus Mentai), komponen utama yang digunakan sama dengan varian lainnya. Ciri khas dari varian ini terletak pada penggunaan saus mentai, yang terdiri dari kombinasi Kewpie dan sambal botolan siap pakai. Karena kedua komponen tersebut merupakan produk jadi,

perhitungan biaya dilakukan berdasarkan harga per gram yang dibeli dari supplier tanpa pemecahan resep secara terpisah.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa total HPP varian Original (Mentai) adalah Rp9.996 per porsi. Dengan harga jual Rp25.000, varian ini menghasilkan Gross Profit sebesar Rp15.004 dan Gross Profit Margin (GPM) sebesar 60,02%.

VARIAN SAMBAL MATAH			
Keterangan	Qty	Price	Total Price
Nasi per porsi (135 Gram)	135	9.5	Rp1,283
Packaging (pc)	1	70	Rp70
Telur (gram)	20	37	Rp740
Timun (gram)	10	25	Rp250
Sambal Matah	20	Rp43	Rp850
Ayam (gram)	30	Rp76	Rp2,273
Tepung (gram)	20	Rp30	Rp596
Nori (lembar)	1	2280	Rp2,280
Minyak dan gas (ml)	50	19	Rp950
TOTAL HPP			Rp9,291
Price			Rp25,000
Gross Profit			Rp15,709
Gross Profit Margin			62.84%
Markup			169.09%

Tabel 2.6 Rincian COGS Varian Sambal Matah

Varian Sambal Matah memiliki struktur biaya yang serupa dengan varian lainnya, yaitu terdiri dari komponen dasar seperti nasi, telur, timun, ayam goreng tepung, nori, serta biaya minyak dan gas. Perbedaan utama terletak pada penggunaan sambal matah buatan sendiri, sehingga biaya sambal dihitung berdasarkan takaran bahan yang digunakan per porsi. Dengan harga Rp43 per gram dan penggunaan 20 gram, biaya sambal matah mencapai Rp850 per porsi, menjadikannya salah satu varian dengan biaya sambal paling efisien.

Total HPP untuk varian Sambal Matah adalah Rp9.291. Dengan harga jual Rp25.000, varian ini menghasilkan Gross Profit Sebesar Rp15.709 dan Gross Profit Margin (GPM) sebesar 62,84%. Varian Sambal Matah memiliki margin tertinggi di antara seluruh menu PREKZZZ.

2.2.2 Laporan Keuangan Pre-Order Batch 1 dan 2

Setelah segala perhitungan selesai dilakukan, tim memulai kegiatan penjualan melalui PO 1. Pada tahap ini, penulis sebagai CFO menyusun *Income Statement* dan *Cash Flow Statement* untuk melihat realisasi keuntungan serta arus kas yang terjadi selama periode PO.

INCOME STATEMENT PREKZZZ Pre-Order 1		
Revenue		
	Sales Revenue	Rp1,300,000
COGS		
	Cost of Goods Sold	Rp587,600
Gross Profit		
		Rp712,400
Operational Expense		
	-	
	-	
	-	
Net Profit		Rp712,400

Tabel 2.7 *Income Statement PO 1*

Berdasarkan hasil pencatatan selama pelaksanaan Pre-Order 1, PREKZZZ berhasil menjual 52 pcs sushi roll dan memperoleh pendapatan sebesar Rp1.300.000 dari penjualan produk. COGS yang digunakan adalah COGS sebelum efisiensi final, yakni Rp11.300 per pc. Total COGS adalah Rp587.600, sehingga usaha memperoleh gross profit sebesar Rp712.400. Pada tahap ini, PREKZZZ belum menanggung biaya operasional karena sistem penjualan masih menggunakan model *pre-order* tanpa biaya tetap maupun biaya operasional

tambahan. Dengan demikian, seluruh laba kotor pada periode ini langsung dianggap sebagai laba bersih, yaitu sebesar Rp712.400.

CASH FLOW STATEMENT PREKZZZ Pre-Order 1		
Cash In		
	Cash	Rp200,000
	Revenue	Rp1,300,000
Total Cash In		Rp1,500,000
Cash Out		
	Fresh Ingredients	Rp205,000
	Dry Ingredients	Rp26,000
	Poultry (3 kg @ Rp60.000)	Rp180,000
	Nori	Rp228,000
	Rice	Rp85,000
	Plastic (bag and sauce cup)	Rp45,000
Total Cash Out		Rp769,000
Net Cash		Rp731,000

Tabel 2.8 *Cash Flow Statement PO 1*

Berdasarkan *Cash Flow Statement Pre-Order 1*, total *cash in* yang diterima PREKZZZ berjumlah Rp1.500.000, terdiri dari modal kas awal sebesar Rp200.000 serta pendapatan penjualan sebesar Rp1.300.000. Dana ini kemudian digunakan untuk pembelian seluruh kebutuhan produksi PO, termasuk bahan segar, bahan kering, ayam, nori, beras, serta plastik dan tempat saus, dengan total *cash out* sebesar Rp769.000.

PREKZZZ memperoleh kas sebesar Rp731.000, yang menunjukkan bahwa seluruh kebutuhan produksi dapat terpenuhi dengan baik dan masih menyisakan kas yang cukup besar untuk digunakan pada PO selanjutnya.

INCOME STATEMENT PREKZZZ

Pre-Order 2		
Revenue		
	Sales Revenue	Rp1,325,000
COGS		
	Cost of Goods Sold	Rp534,028
Gross Profit		Rp790,972
Operational Expense		
	Gas (Transport)	Rp10,000
	Additional Sticker (Packaging)	Rp26,000
Total Operational Expense		Rp36,000
Net Profit		Rp754,972

Tabel 2.9 *Income Statement PO 2*

Berdasarkan hasil pencatatan selama pelaksanaan *Pre-Order 2*, PREKZZZ berhasil menjual 54 pcs sushi roll dan memperoleh pendapatan sebesar Rp1.325.000 dari penjualan produk. COGS yang dikeluarkan adalah sebesar Rp10.076/pc dengan total Rp534.028, sehingga PO 2 menghasilkan laba kotor sebesar Rp790.972. Karena adanya layanan *delivery* gratis di sekitar area Tangerang, maka terdapat biaya transport/gas sebesar Rp10.000. Pada PO ini, PREKZZZ menggunakan sticker tambahan dengan biaya sebesar Rp26.000. Pada akhirnya, laba bersih yang didapat dari PO 2 adalah sebesar Rp754.972.

CASH FLOW STATEMENT PREKZZZ 30 November 2025		
Beginning Cash		Rp731,000
Cash in		
	Revenue	1350000
Total Cash		Rp2,081,000
Cash Out		
	Fresh Ingredients	Rp365,300
	Dry Ingredients	Rp42,600
	Poultry (2 kg @ Rp60.000)	Rp120,000
	Nori	Rp114,000

Gas	Rp60,800
Rice	Rp94,500
Total Cash Out	Rp797,200
Net Cash	Rp1,283,800

Tabel 2.10 *Cash Flow Statement PO 2*

Pada PO 2, PREKZZZ memiliki kas awal dari hasil penjualan PO 1 sebesar Rp731.000. Ditambah dengan pendapatan penjualan sebesar Rp1.350.000, total kas yang tersedia mencapai Rp2.081.000. Dana tersebut kemudian dialokasikan untuk pembelian seluruh kebutuhan produksi, dengan total *cash out* sebesar Rp797.200. Dari hasil pengelolaan arus kas tersebut, PREKZZZ memperoleh net cash sebesar Rp1.283.800.

2.2.3 Proyeksi Keuangan Jangka Pendek dan Panjang PREKZZZ

Setelah menyelesaikan pencatatan laporan keuangan untuk PO 1, penulis sebagai CFO melanjutkan tugas dengan menyusun proyeksi keuangan jangka pendek dan panjang (*five-year financial projection*) sebagai dasar untuk menilai kelayakan dan keberlanjutan usaha PREKZZZ. Penyusunan proyeksi ini dilakukan dengan mempertimbangkan kapasitas produksi, struktur biaya, asumsi pertumbuhan penjualan, serta estimasi biaya operasional yang akan muncul ketika usaha mulai beroperasi secara reguler di luar sistem *pre-order*.

Proyeksi ini juga mencakup perhitungan biaya investasi awal, penetapan *fixed cost* dan *variable cost* secara operasional, serta penyesuaian terhadap faktor-faktor seperti inflasi, pajak, dan potensi perubahan permintaan pasar. Melalui proyeksi tersebut, penulis dapat memperkirakan potensi pendapatan, laba bersih, dan arus kas di masa mendatang.

2.2.3.1 Penetapan Biaya Investasi Awal

Initial Cost/ Initial Investment		
Capital Expenditure	Working Capital	Pre-Operation
Rp24,058,300	Rp40,500,500	Rp1,000,000

Initial Cost/ Initial Investment	
Total Initial Investment	Rp65,558,800

Tabel 2.11 Biaya Investasi Awal

No	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Pra Operasi	Rp1,000,000
2	Investasi Fisik :	
	Tanah	-
	Gedung Kantor	-
	Gedung Pabrik	-
	Mesin dan Peralatan	Rp24,058,300
	Fasilitas lain-lain	
3	Modal Kerja	Rp40,500,500
	Jumlah Kebutuhan Dana Investasi Awal	Rp65,558,800

Tabel 2.12 Keterangan Biaya Investasi Awal

Investasi awal merupakan seluruh dana yang dibutuhkan untuk memulai dan menjalankan usaha sebelum kegiatan operasional berlangsung secara penuh. Investasi awal dalam usaha ini mencakup biaya pra-operasi, investasi fisik (*capital expenditure*), serta modal kerja awal (*working capital*). Total kebutuhan dana investasi awal yang dibutuhkan adalah sebesar Rp65.558.800, yang digunakan untuk memastikan kesiapan usaha dari sisi produksi, operasional, dan keuangan sejak tahap awal pendirian.

Capital Expenditure					
No.	Asset	Nilai	Umur Ekonomis (tahun)	Nilai Sisa	Depresiasi
1	Banner (3)	Rp480,000	1	Rp0	Rp40,000
2	Kompor (2)	Rp771,700	5	Rp77,170	Rp11,576
3	Peralatan Masak :				
	Peniris (4)	Rp736,000	3	Rp73,600	Rp18,400
	Set Pisau Dapur (2)	Rp628,200	3	Rp62,820	Rp15,705

	Set Sendok Spatula (2)	Rp286,200	3	Rp28,620	Rp7,155
	Wajan Persegi Omelet	Rp198,000	3	Rp19,800	Rp4,950
	Baskom Stainless (8)	Rp240,000	3	Rp24,000	Rp6,000
	Wajan Stainless Jumbo	Rp378,000	3	Rp37,800	Rp9,450
4	Rice Cooker Jumbo (Kap. 14 L)	Rp1,599,000	5	Rp159,900	Rp23,985
5	Booth	Rp3,500,000	4	Rp350,000	Rp65,625
6	Meja Lipat (2)	Rp561,600	3	Rp56,160	Rp14,040
7	Kursi Lipat (4)	Rp752,000	3	Rp75,200	Rp18,800
8	Storage Box (2)	Rp431,600	5	Rp43,160	Rp6,474
9	Styrofoam Box (5)	Rp80,000	1	0	Rp6,667
10	POS (paket 1 tahun)	Rp2,664,000	1	0	Rp222,000
11	Thermal Printer + Cash Drawer (paket)	Rp589,000	3	Rp58,900	Rp14,725
12	LED Poster (3)	Rp2,640,000	3	Rp264,000	Rp66,000
13	Cetak Menu (3)	Rp225,000	1	0	Rp225,000
14	Kulkas 2 pintu (2)	Rp7,298,000	8	Rp729,800	Rp68,419
	Total	Rp24,058,300		Rp2,060,930	Rp844,970

Tabel 2.13 Rincian Pembelian Peralatan Awal

Pembelian banner dilakukan sebanyak 3 unit dengan total biaya Rp480.000. Banner berfungsi sebagai media informasi dan promosi yang menampilkan nama usaha serta menu utama dan promosi agar mudah terlihat oleh konsumen. Jumlah yang dibeli ada tiga unit, yang terdiri dari dua standing banner dan satu banner horizontal agar dapat dipasang dari beberapa sisi area penjualan untuk meningkatkan daya tarik visual.

Kompor dibeli sebanyak 2 unit dengan total biaya Rp771.700 untuk mendukung proses memasak yang lebih efisien. Pengadaan dua unit kompor bertujuan untuk meningkatkan efisiensi waktu produksi, terutama pada jam sibuk,

sehingga proses penggorengan dan pemasakan tidak saling menghambat.

Peniris dibeli sebanyak 4 unit dengan total biaya Rp736.000 dan digunakan untuk meniriskan ayam dan bahan gorengan lainnya setelah proses penggorengan. Jumlah empat unit disesuaikan dengan kebutuhan produksi harian agar alur kerja tetap lancar tanpa harus menunggu alat kosong. Set pisau dapur dibeli sebanyak 2 set senilai Rp628.200 untuk memisahkan penggunaan pisau antara bahan mentah dan bahan siap olah demi menjaga kebersihan dan keamanan pangan. Set sendok spatula dibeli sebanyak 2 set dengan total biaya Rp286.200 untuk mendukung proses memasak dan pencampuran bahan. Wajan persegi omelet dibeli sebanyak 1 unit dengan biaya Rp198.000 yang digunakan untuk proses penggorengan telur dan menu pendamping lainnya. Selain itu, terdapat wajan stainless jumbo sebanyak 1 unit dengan harga Rp378.000 sebagai alat utama penggorengan dalam jumlah besar. Baskom stainless dibeli sebanyak 8 unit dengan total biaya Rp240.000 untuk keperluan pencucian bahan, pencampuran adonan, serta penyimpanan sementara bahan baku selama proses produksi.

Rice cooker jumbo dengan kapasitas 14 liter dibeli sebanyak 1 unit seharga Rp1.599.000 dan digunakan untuk memasak nasi dalam jumlah besar setiap hari. Kapasitas jumbo dipilih agar produksi nasi dapat dilakukan secara efisien tanpa perlu memasak berulang kali. Booth dibeli sebanyak 1 unit dengan biaya Rp3.500.000 yang berfungsi sebagai tempat utama kegiatan penjualan sekaligus identitas fisik usaha. Booth dapat digunakan pada saat bazar maupun penjualan di toko permanen. Meja lipat dibeli sebanyak 2 unit dengan total biaya Rp561.600 sebagai area persiapan dan penataan produk, sementara kursi lipat dibeli sebanyak 4 unit dengan biaya Rp752.000 untuk mendukung kebutuhan operasional.

Storage box dibeli sebanyak 2 unit dengan total biaya Rp431.600 dan digunakan untuk menyimpan bahan baku dan perlengkapan agar tetap rapi dan higienis. Styrofoam box dibeli sebanyak 5 unit dengan total biaya Rp80.000 yang berfungsi sebagai wadah penyimpanan sementara bahan bersuhu dingin.

Sistem POS dibeli dalam bentuk paket langganan satu tahun dengan biaya

Rp2.664.000 untuk mencatat transaksi penjualan, mengelola laporan penjualan, serta meminimalkan kesalahan pencatatan manual. Thermal printer dan cash drawer dibeli dalam bentuk 1 paket senilai Rp589.000 untuk mencetak struk dan menyimpan uang tunai secara aman. LED *poster sign* dibeli sebanyak 3 unit dengan total biaya Rp2.640.000. LED poster sign yang digunakan sebagai media promosi visual untuk menampilkan menu, harga, dan identitas usaha secara digital. Jumlah tiga unit dipilih agar informasi menu dapat ditampilkan dari beberapa sisi booth sehingga mudah dilihat oleh calon konsumen yang datang dari arah berbeda. Cetak menu dilakukan sebanyak 3 set dengan total biaya Rp225.000 yang berfungsi sebagai informasi produk dan harga bagi konsumen. Kulkas dua pintu dibeli sebanyak 2 unit dengan total biaya Rp7.298.000 untuk menyimpan bahan baku mudah rusak seperti ayam dan telur agar kualitas dan keamanan pangan tetap terjaga. Jumlah dua unit dipilih untuk memisahkan penyimpanan bahan mentah dan bahan siap olah.

Working Capital			
No.	Deskripsi	Nilai	Durasi
1	Sewa Tempat Produksi	Rp35,000,000	1 tahun
2	Inventory Persediaan Awal		
	Beras SUMO (25 kg)	Rp472,500	7-10 hari
	Packaging (1000 pc)	Rp1,700,000	20-30 hari
	Ayam (4 kg)	Rp240,000	1-2 hari
	Telur (2 kg)	Rp60,000	2-3 hari
	Bawang (putih, bombay) (2kg)	Rp120,000	3-5 hari
	Bawang Merah (2 kg)	Rp105,000	2-3 hari
	Cabai Merah Keriting (1 kg)	Rp60,000	2-3 hari
	Sambal Bawang (1 kg)	Rp100,000	2-3 hari
	Nori (500 lembar)	Rp1,140,000	7-10 hari
	Bahan Tepung Kering		
	Tepung Terigu (5 kg)	Rp67,500	2-3 hari
	Tepung Maizena (1 kg)	Rp13,500	2-3 hari

	Tepung Beras (1 kg)	Rp14,000	3-4 hari
	Baking Powder (200 gr)	Rp32,000	2-3 hari
	Garam (1 kg)	Rp22,000	4-5 hari
	Penyedap (250 gr)	Rp15,000	4-5 hari
	Kunyit Bubuk (300 gr)	Rp30,000	4-5 hari
	Cabai Bubuk (300 gr)	Rp30,000	4-5 hari
	Gas Bright 5,5 kg (tabung + isi)	Rp399,000	14-18 hari
	Minyak Goreng 10 L	Rp380,000	14-15 hari
3	Cadangan Kas (Kembalian, simpanan)	Rp500,000	2-3 hari
	Total	Rp40,500,500	

Tabel 2.14 Rincian Modal Kerja Awal

Modal kerja awal dialokasikan terutama untuk biaya sewa tempat produksi sebesar Rp35.000.000 untuk periode satu tahun. Pembayaran sewa di awal dilakukan untuk menjamin ketersediaan lokasi produksi yang stabil dan mendukung kelangsungan operasional usaha sejak awal. Persediaan awal beras SUMO dibeli sebanyak 25 kg dengan biaya Rp472.500 yang digunakan sebagai bahan utama produksi dengan estimasi pemakaian selama tujuh hingga sepuluh hari. Packaging dibeli sebanyak 1.000 pcs dengan total biaya Rp1.700.000 karena digunakan setiap kali penjualan dan memiliki daya simpan yang relatif panjang. Ayam dibeli sebanyak 4 kg dengan biaya Rp240.000 untuk kebutuhan produksi satu hingga dua hari guna menjaga kesegaran bahan. Telur dibeli sebanyak 2 kg senilai Rp60.000 untuk kebutuhan produksi dua hingga tiga hari.

Bawang putih dan bawang bombay dibeli sebanyak 2 kg dengan biaya Rp120.000, sementara bawang merah sebanyak 2 kg senilai Rp105.000 dan cabai merah keriting sebanyak 1 kg senilai Rp60.000. Seluruh bahan ini dibeli dalam jumlah terbatas karena memiliki daya simpan pendek dan digunakan secara rutin. Sambal bawang sebanyak 1 kg dibeli dengan biaya Rp100.000 sebagai bahan pendukung utama produk. Nori dibeli sebanyak 500 lembar dengan total biaya

Rp1.140.000 karena merupakan komponen utama produk dengan daya simpan lebih panjang.

Bahan kering seperti tepung terigu, tepung maizena, tepung beras, baking powder, garam, penyedap, kunyit bubuk, dan cabai bubuk dibeli dalam jumlah kecil karena digunakan secara bertahap dan memiliki masa simpan lebih panjang. Gas Bright 5,5 kg dibeli satu paket tabung dan isi dengan biaya Rp399.000 untuk menunjang proses memasak selama dua hingga tiga minggu. Minyak goreng 10 liter dibeli dengan biaya Rp380.000 untuk kebutuhan produksi selama sekitar dua minggu. Selain bahan baku, disediakan cadangan kas sebesar Rp500.000 yang digunakan untuk kembalian transaksi dan kebutuhan kas kecil harian.

Analisis Break-Even Point

Break-Even Point (BEP) merupakan kondisi di mana total pendapatan yang diperoleh usaha sama dengan total biaya yang dikeluarkan, sehingga usaha tidak mengalami laba maupun kerugian. Analisis BEP digunakan untuk menentukan jumlah minimum penjualan yang harus dicapai agar usaha dapat menutup seluruh biaya tetap, biaya operasional, dan biaya pemasaran. Menurut Horngren et al. (2023), BEP membantu manajemen memahami hubungan antara biaya, volume, dan laba, sedangkan Brigham dan Ehrhardt (2022) menekankan bahwa BEP sangat krusial bagi usaha baru karena memberikan batas realistik atas kinerja penjualan minimum yang harus dicapai agar usaha dapat bertahan secara finansial.

Sebelum melakukan perhitungan BEP, penulis selaku Chief Financial Officer menyusun rincian biaya secara terpisah antara biaya operasional, biaya tetap, dan biaya pemasaran. Pemisahan ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap jenis biaya diklasifikasikan secara konsisten dan tidak terjadi penghitungan ganda dalam analisis. Biaya operasional mencerminkan biaya yang berkaitan langsung dengan aktivitas harian usaha, biaya tetap mencerminkan biaya yang relatif tidak berubah terhadap volume produksi, sedangkan biaya pemasaran mencerminkan upaya untuk mendukung penjualan dan penetrasi pasar.

<i>Q1 Monthly Operational Cost</i>		
No.	Keterangan	Nilai
1	Angkut Bahan	Rp720,000
2	Kebersihan	Rp200,000
3	Listrik & Air	Rp1,000,000
	Total Cost	Rp1,920,000

Tabel 2.15 Biaya Operasional (Kuartal Pertama)

Pada kuartal pertama, biaya operasional bulanan PREKZZZ sebesar Rp1.920.000. Biaya ini terdiri dari tiga komponen utama. Biaya angkut bahan dihitung berdasarkan Rp30.000 per hari dengan asumsi 24 hari kerja per bulan, sehingga total biaya angkut bahan adalah Rp720.000 per bulan ($Rp30.000 \times 24$ hari). Biaya kebersihan ditetapkan sebesar Rp200.000 per bulan untuk kebutuhan kebersihan area produksi dan peralatan. Biaya listrik dan air sebesar Rp1.000.000 per bulan, mencerminkan penggunaan peralatan produksi dasar pada tahap awal operasional dengan volume produksi yang masih terbatas.

<i>Q2 Monthly Operational Cost</i>		
No.	Keterangan	Nilai
1	Angkut Bahan	Rp960,000
2	Kebersihan	Rp200,000
3	Listrik & Air	Rp1,250,000
	Total Cost	Rp2,410,000

Tabel 2.16 Biaya Operasional (Kuartal Kedua)

Pada kuartal kedua, biaya operasional bulanan meningkat menjadi Rp2.410.000. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh naiknya biaya angkut bahan menjadi Rp40.000 per hari dengan asumsi 24 hari kerja, sehingga total biaya angkut bahan menjadi Rp960.000 per bulan ($Rp40.000 \times 24$ hari). Biaya kebersihan tetap sebesar Rp200.000 per bulan, sementara biaya listrik dan air meningkat menjadi Rp1.250.000 per bulan seiring dengan meningkatnya frekuensi produksi dan penggunaan peralatan.

<i>Q3 Monthly Operational Cost</i>		
No.	Keterangan	Nilai
1	Angkut Bahan	Rp1,200,000
2	Kebersihan	Rp200,000
3	Listrik & Air	Rp1,300,000
	Total Cost	Rp2,700,000

Tabel 2.17 Biaya Operasional (Kuartal Ketiga)

Pada kuartal ketiga, biaya operasional bulanan kembali meningkat menjadi Rp2.700.000. Biaya angkut bahan naik menjadi Rp50.000 per hari dengan asumsi 24 hari kerja, sehingga total biaya angkut bahan mencapai Rp1.200.000 per bulan ($Rp50.000 \times 24$ hari). Biaya kebersihan tetap sebesar Rp200.000, sedangkan biaya listrik dan air meningkat menjadi Rp1.300.000 per bulan akibat peningkatan kapasitas dan intensitas produksi.

<i>Q4 Monthly Operational Cost</i>		
No.	Keterangan	Nilai
1	Angkut Bahan	Rp1,320,000
2	Kebersihan	Rp200,000
3	Listrik & Air	Rp1,400,000
	Total Cost	Rp2,920,000

Tabel 2.18 Biaya Operasional (Kuartal Keempat)

Pada kuartal keempat, biaya operasional bulanan mencapai Rp2.920.000. Biaya angkut bahan meningkat menjadi Rp55.000 per hari dengan asumsi 24 hari kerja, sehingga total biaya angkut bahan menjadi Rp1.320.000 per bulan ($Rp55.000 \times 24$ hari). Biaya kebersihan tetap sebesar Rp200.000, sementara biaya listrik dan air meningkat menjadi Rp1.400.000 per bulan karena tingginya intensitas operasional menjelang akhir tahun.

<i>Q1 Monthly Fixed Cost</i>		
No.	Keterangan	Nilai

1	Gaji Karyawan (4)	Rp10,000,000
2	Internet	Rp375,000
3	Depresiasi	Rp844,970
	Total Cost	Rp11,219,970

Tabel 2.19 Biaya Tetap Bulanan (Kuartal Pertama)

Biaya tetap bulanan pada kuartal pertama adalah sebesar Rp11.219.970. Biaya ini terdiri dari gaji empat orang pendiri masing-masing sebesar Rp2.500.000, sehingga total biaya gaji mencapai Rp10.000.000 per bulan. Selain itu, terdapat biaya internet sebesar Rp375.000 per bulan yang digunakan untuk mendukung sistem POS, komunikasi operasional, dan aktivitas pemasaran digital. Biaya depresiasi aset tetap sebesar Rp844.970 per bulan berasal dari penyusutan seluruh aset tetap yang telah dihitung sebelumnya dan bersifat konstan setiap bulan.

<i>Q2 Monthly Fixed Cost</i>		
No.	Keterangan	Nilai
1	Gaji Karyawan (4)	Rp10,000,000
2	Internet	Rp375,000
3	Depresiasi	Rp844,970
	Total Cost	Rp11,219,970

Tabel 2.20 Biaya Tetap Bulanan (Kuartal Kedua)

Biaya tetap bulanan pada kuartal kedua tetap sebesar Rp11.219.970, dengan rincian yang sama seperti kuartal pertama, yaitu gaji empat pendiri sebesar Rp10.000.000, biaya internet Rp375.000, dan depresiasi aset tetap Rp844.970. Tidak terdapat penambahan tenaga kerja maupun aset baru pada periode ini.

<i>Q3 Monthly Fixed Cost</i>		
No.	Keterangan	Nilai
1	Gaji Karyawan (5)	Rp13,000,000

2	Internet	Rp375,000
3	Depresiasi	Rp844,970
	Total Cost	Rp14,219,970

Tabel 2.21 Biaya Tetap Bulanan (Kuartal Ketiga)

Biaya tetap bulanan pada kuartal ketiga meningkat menjadi Rp14.219.970. Peningkatan ini disebabkan oleh penambahan satu karyawan operasional dengan gaji Rp3.000.000 per bulan, sehingga total biaya gaji meningkat dari Rp10.000.000 menjadi Rp13.000.000 per bulan. Biaya internet sebesar Rp375.000 dan depresiasi aset tetap sebesar Rp844.970 tetap tidak mengalami perubahan.

<i>Q4 Monthly Fixed Cost</i>		
No.	Keterangan	Nilai
1	Gaji Karyawan (5)	Rp13,000,000
2	Internet	Rp375,000
3	Depresiasi	Rp844,970
	Total Cost	Rp14,219,970

Tabel 2.22 Biaya Tetap Bulanan (Kuartal Keempat)

Biaya tetap bulanan pada kuartal keempat tetap sebesar Rp14.219.970, dengan struktur yang sama seperti kuartal ketiga, yaitu gaji lima karyawan sebesar Rp13.000.000, biaya internet Rp375.000, dan depresiasi aset tetap Rp844.970. Tidak terdapat penambahan tenaga kerja maupun aset baru pada periode ini.

<i>Q1 Marketing Expense</i>	
Bulan	Nilai
January	Rp1,488,000
February	Rp862,000
March	Rp1,288,000
Total	Rp3,638,000

Tabel 2.23 Biaya Pemasaran (Kuartal Pertama)

Pada kuartal pertama (Januari-Maret), strategi pemasaran PREKZZZ difokuskan pada tahap awal pengenalan produk dan pembangunan brand awareness. Biaya pemasaran pada periode ini mencakup penggunaan tools digital berupa Canva sebesar Rp25.000 per bulan, CapCut sebesar Rp25.000 per bulan, dan Adobe Photoshop sebesar Rp28.000 per bulan. Kegiatan pemasaran rutin meliputi foto produk sebesar Rp50.000 per bulan dan program promo sebesar Rp50.000 per bulan. Selain itu, loyalty program dijalankan pada kuartal pertama dengan biaya Rp50.000 per bulan sebagai upaya menarik pelanggan awal. PREKZZZ juga melakukan kolaborasi dengan influencer mikro pada bulan Januari dan Maret dengan biaya Rp400.000 per kolaborasi. Untuk mendukung jangkauan digital, iklan berbayar dilakukan melalui Instagram Ads sebesar Rp660.000 dan TikTok Ads sebesar Rp634.000 pada bulan-bulan tertentu. Total biaya pemasaran pada kuartal pertama mencerminkan intensitas promosi yang relatif tinggi sebagai tahap awal penetrasi pasar.

<i>Q2 Marketing Expense</i>	
Bulan	Nilai
April	Rp1,012,000
May	Rp1,238,000
June	Rp812,000
Total	Rp3,062,000

Tabel 2.24 Biaya Pemasaran (Kuartal Kedua)

Pada kuartal kedua (April-Juni), strategi pemasaran diarahkan pada penguatan *positioning* produk dan peningkatan *engagement* konsumen. Biaya penggunaan tools digital tetap sama, yaitu Canva Rp25.000 per bulan, CapCut Rp25.000 per bulan, dan Adobe Photoshop Rp28.000 per bulan. Kegiatan foto produk dan program promo tetap dilakukan masing-masing sebesar Rp50.000 per bulan. Pada periode ini, loyalty program tidak lagi dijalankan sehingga alokasi biaya menjadi lebih efisien. Improvisasi packaging dilakukan pada bulan April dengan biaya Rp200.000 untuk meningkatkan daya tarik visual produk. Selain itu, kolaborasi dengan influencer mikro dilakukan pada bulan Mei dengan biaya

Rp400.000. Iklan berbayar melalui Instagram Ads sebesar Rp660.000 dan TikTok Ads sebesar Rp634.000 tetap digunakan secara selektif.

<i>Q3 Marketing Expense</i>	
Bulan	Nilai
July	Rp1,438,000
August	Rp812,000
September	Rp1,238,000
Total	Rp3,488,000

Tabel 2.25 Biaya Pemasaran (Kuartal Ketiga)

Pada kuartal ketiga (Juli–September), strategi pemasaran PREKZZZ berfokus pada menjaga konsistensi penjualan dan mempertahankan eksposur brand. Biaya pemasaran rutin tetap mencakup Canva Rp25.000 per bulan, CapCut Rp25.000 per bulan, Adobe Photoshop Rp28.000 per bulan, foto produk Rp50.000 per bulan, dan program promo Rp50.000 per bulan. Kolaborasi dengan influencer mikro kembali dilakukan pada bulan Juli dan September dengan biaya Rp400.000 per kolaborasi. Selain itu, improvisasi packaging dilakukan pada bulan Juli dengan biaya Rp200.000. Penggunaan Instagram Ads sebesar Rp660.000 dan TikTok Ads sebesar Rp634.000 tetap dijalankan untuk mendukung promosi digital.

<i>Q4 Marketing Expense</i>	
Bulan	Nilai
October	Rp1,012,000
November	Rp1,238,000
December	Rp812,000
Total	Rp3,062,000

Tabel 2.26 Biaya Pemasaran (Kuartal Keempat)

Pada kuartal keempat (Oktober–Desember), strategi pemasaran difokuskan

pada optimalisasi penjualan menjelang akhir tahun. Biaya penggunaan tools digital dan kegiatan pemasaran rutin tetap sama, yaitu Canva Rp25.000 per bulan, CapCut Rp25.000 per bulan, Adobe Photoshop Rp28.000 per bulan, foto produk Rp50.000 per bulan, serta program promosi Rp50.000 per bulan. Improvisasi packaging dilakukan pada bulan Oktober dengan biaya Rp200.000 sebagai upaya meningkatkan daya tarik produk. Kolaborasi dengan influencer mikro dilakukan pada bulan November dengan biaya Rp400.000. Selain itu, juga diadakan iklan berbayar melalui Instagram Ads sebesar Rp660.000 dan TikTok Ads sebesar Rp634.000.

<i>Break-Even Point</i>			
Description	Pessimistic	Realistic	Optimistic
Sales/Day	40	50	70
Revenue	Rp24,000,000	Rp30,000,000	Rp42,000,000
COGS	Rp9,672,960	Rp12,091,200	Rp16,927,680
Gross Profit	Rp14,327,040	Rp17,908,800	Rp25,072,320
Operational Cost	Rp1,920,000	Rp1,920,000	Rp2,410,000
Fixed Cost	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp11,219,970
Marketing Expense	Rp1,488,000	Rp1,488,000	Rp1,488,000
EBIT	-Rp300,930	Rp3,280,830	Rp9,954,350
PPh Final UKM/KM	-Rp150	Rp1,640	Rp4,977
Net Earnings	-Rp300,779	Rp3,279,190	Rp9,949,373
BEP Unit	980.16		
BEP Durasi	24.50	19.60	14.00
	hari kerja	hari kerja	hari kerja

Tabel 2.27 Perhitungan *Break-Even Point*

Analisis Break-Even Point (BEP) dilakukan dengan menggunakan tiga skenario penjualan, yaitu pesimis, realistik, dan optimistis. Perhitungan BEP dalam analisis ini telah dinyatakan dalam bentuk jumlah unit penjualan (BEP unit) dan estimasi waktu pencapaiannya dalam hari kerja (BEP durasi), sehingga dapat

memberikan gambaran yang lebih operasional mengenai kapan usaha mulai berada pada kondisi impas.

Pada skenario pesimis, penjualan diasumsikan sebesar 40 unit per hari dengan total pendapatan Rp24.000.000. Meskipun usaha masih menghasilkan gross profit sebesar Rp14.327.040, nilai tersebut belum mampu menutup keseluruhan biaya operasional, biaya tetap, dan biaya pemasaran. Kondisi ini tercermin dari EBIT yang masih bernilai negatif sebesar -Rp300.930 dan net earnings sebesar -Rp300.779. Berdasarkan perhitungan BEP, usaha membutuhkan penjualan sebesar 980,16 unit untuk mencapai titik impas. Dengan tingkat penjualan 40 unit per hari, BEP diperkirakan baru tercapai dalam 24,5 hari kerja, sehingga pada skenario ini usaha masih berada di bawah titik impas dan berisiko mengalami kerugian.

Pada skenario realistik, penjualan meningkat menjadi 50 unit per hari dengan pendapatan Rp30.000.000. Pada tingkat penjualan ini, usaha telah mampu menutup seluruh biaya yang dikeluarkan dan mulai menghasilkan laba, yang ditunjukkan oleh EBIT sebesar Rp3.280.830 dan net earnings sebesar Rp3.279.190. Perhitungan BEP menunjukkan bahwa titik impas tetap berada pada 980,16 unit, namun dengan volume penjualan yang lebih tinggi, waktu yang dibutuhkan untuk mencapainya menjadi lebih singkat, yaitu sekitar 19,6 hari kerja. Hal ini menunjukkan bahwa dalam kondisi operasional normal, usaha dapat mencapai titik impas dalam waktu kurang dari satu bulan kerja.

Pada skenario optimistis, penjualan diasumsikan mencapai 70 unit per hari dengan total pendapatan Rp42.000.000. Peningkatan volume penjualan memberikan dampak signifikan terhadap profitabilitas usaha, dengan EBIT sebesar Rp9.954.350 dan net earnings sebesar Rp9.949.373. Dengan jumlah BEP yang sama, yaitu 980,16 unit, waktu pencapaian BEP menjadi jauh lebih cepat, yakni sekitar 14 hari kerja. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan penjualan secara langsung mempercepat penutupan biaya tetap dan meningkatkan kinerja keuangan usaha.

Secara keseluruhan, hasil analisis BEP menunjukkan bahwa titik impas usaha berada pada jumlah penjualan sekitar 980 unit, dengan waktu pencapaian yang bervariasi tergantung pada volume penjualan harian. Penjualan di bawah 50 unit per hari cenderung menempatkan usaha pada kondisi merugi, sedangkan penjualan pada atau di atas tingkat tersebut memungkinkan usaha mencapai BEP lebih cepat dan menghasilkan laba. Oleh karena itu, skenario realistik dapat dijadikan sebagai acuan target minimum penjualan harian agar usaha tetap layak dan berkelanjutan secara finansial.

2.2.4.2 Proyeksi Keuangan Jangka Pendek



Proyeksi Keuangan Jangka Pendek

Proyeksi Laba/Rugi Realistik 2026												
Month	January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December
Qty	1250	1300	1350	1400	1350	1450	1500	1450	1400	1600	1650	1400
Revenue	Rp31,250,000	Rp32,500,000	Rp33,750,000	Rp35,000,000	Rp33,750,000	Rp36,250,000	Rp37,500,000	Rp36,250,000	Rp35,000,000	Rp40,000,000	Rp41,250,000	Rp35,000,000
COGS	Rp12,595,000	Rp13,098,800	Rp13,602,600	Rp14,106,400	Rp13,602,600	Rp14,610,200	Rp15,114,000	Rp14,610,200	Rp14,106,400	Rp16,121,600	Rp16,625,400	Rp14,106,400
Gross Profit	Rp18,655,000	Rp19,401,200	Rp20,147,400	Rp20,893,600	Rp20,147,400	Rp21,639,800	Rp22,386,000	Rp21,639,800	Rp20,893,600	Rp23,878,400	Rp24,624,600	Rp20,893,600
Operational Cost	Rp1,920,000	Rp1,920,000	Rp1,920,000	Rp2,410,000	Rp2,410,000	Rp2,410,000	Rp2,700,000	Rp2,700,000	Rp2,700,000	Rp2,920,000	Rp2,920,000	Rp2,920,000
Fixed Cost	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970
Marketing Expense	Rp1,488,000	Rp862,000	Rp1,288,000	Rp1,012,000	Rp1,238,000	Rp812,000	Rp1,438,000	Rp812,000	Rp1,238,000	Rp1,012,000	Rp1,238,000	Rp812,000
EBIT	Rp4,027,030	Rp5,399,230	Rp5,719,430	Rp6,251,630	Rp5,279,430	Rp7,197,830	Rp4,028,030	Rp3,907,830	Rp2,735,630	Rp5,726,430	Rp6,246,630	Rp2,941,630
PPh Final UMKM	Rp2,014	Rp2,700	Rp2,860	Rp3,126	Rp2,640	Rp3,599	Rp2,014	Rp1,954	Rp1,368	Rp2,863	Rp3,123	Rp1,471
Net Earnings	Rp4,025,017	Rp5,396,530	Rp5,716,570	Rp6,248,504	Rp5,276,790	Rp7,194,231	Rp4,026,016	Rp3,905,876	Rp2,734,262	Rp5,723,567	Rp6,243,507	Rp2,940,159

Tabel 2.28 Proyeksi Laba/Rugi Realistik 2026

Proyeksi laba/rugi realistik tahun 2026 disusun berdasarkan kinerja aktual usaha pada periode pre-order sebelumnya, di mana rata-rata penjualan mencapai sekitar 50 unit per hari atau ±1.250 unit per bulan. Berdasarkan asumsi tersebut, volume penjualan dalam proyeksi 2026 berada pada kisaran 1.250–1.650 unit per bulan, dengan pendapatan bulanan antara Rp31.250.000 hingga Rp41.250.000. Pendekatan ini digunakan agar proyeksi bersifat realistik dan berbasis data historis.

Penentuan target penjualan juga dikaitkan dengan estimasi *Serviceable Obtainable Market* (SOM) sebesar 170.000 jiwa. Dengan rata-rata penjualan 1.250 unit per bulan, tingkat penetrasi pasar yang dicapai usaha adalah sekitar 0,74 % dari total SOM ($1.250 \div 170.000$). Angka ini menunjukkan bahwa target penjualan masih relatif kecil dibandingkan potensi pasar yang tersedia, sehingga peluang pertumbuhan usaha ke depan masih terbuka luas.

Peningkatan jumlah unit terjual mendorong kenaikan *revenue*, sementara COGS meningkat secara proporsional dari Rp12.595.000 hingga Rp16.625.400 per bulan. Hal ini menghasilkan *gross profit* yang stabil dan meningkat, dengan kisaran Rp18.655.000 hingga Rp24.624.600. Setelah dikurangi biaya operasional, biaya tetap, dan biaya pemasaran, usaha menghasilkan EBIT positif di seluruh bulan dengan nilai antara Rp2.735.630 hingga Rp7.197.830, yang menunjukkan bahwa usaha telah berada di atas titik impas dan layak secara finansial.

Pajak yang dikenakan dalam proyeksi ini adalah PPh Final UMKM sebesar 0,5 % dari laba, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018. Oleh karena itu, nilai pajak yang dibayarkan relatif kecil, yaitu berkisar antara Rp1.368 hingga Rp3.599 per bulan, meskipun usaha menghasilkan laba jutaan rupiah. Setelah pajak, net earnings yang diperoleh tetap berada pada tingkat yang sehat, yaitu antara Rp2.734.262 hingga Rp7.194.231 per bulan.

Proyeksi Laba/Rugi Pesimis 2026												
Month	January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December
Qty	984	960	1008	936	1032	1080	984	912	1056	1176	1008	1104
Revenue	Rp24,600,000	Rp24,000,000	Rp25,200,000	Rp23,400,000	Rp25,800,000	Rp27,000,000	Rp24,600,000	Rp22,800,000	Rp26,400,000	Rp29,400,000	Rp25,200,000	Rp27,600,000
COGS	Rp9,914,784	Rp9,672,960	Rp10,156,608	Rp9,431,136	Rp10,398,432	Rp10,882,080	Rp9,914,784	Rp9,189,312	Rp10,640,256	Rp11,849,376	Rp10,156,608	Rp11,123,904
Gross Profit	Rp14,685,216	Rp14,327,040	Rp15,043,392	Rp13,968,864	Rp15,401,568	Rp16,117,920	Rp14,685,216	Rp13,610,688	Rp15,759,744	Rp17,550,624	Rp15,043,392	Rp16,476,096
Operational Cost	Rp1,920,000	Rp1,920,000	Rp1,920,000	Rp2,410,000	Rp2,410,000	Rp2,410,000	Rp2,700,000	Rp2,700,000	Rp2,700,000	Rp2,920,000	Rp2,920,000	Rp2,920,000
Fixed Cost	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970
Marketing Expense	Rp1,488,000	Rp862,000	Rp1,288,000	Rp1,012,000	Rp1,238,000	Rp812,000	Rp1,438,000	Rp812,000	Rp1,238,000	Rp1,012,000	Rp1,238,000	Rp812,000
EBIT	Rp57,246	Rp325,070	Rp615,422	-Rp673,106	Rp533,598	Rp1,675,950	-Rp3,672,754	-Rp4,121,282	-Rp2,398,226	-Rp601,346	-Rp3,334,578	-Rp1,475,874
PPh Final UMKM	Rp29	Rp163	Rp308	-Rp337	Rp267	Rp838	-Rp1,836	-Rp2,061	-Rp1,199	-Rp301	-Rp1,667	-Rp738
Net Earnings	Rp57,217	Rp324,908	Rp615,114	-Rp672,769	Rp533,331	Rp1,675,112	-Rp3,670,918	-Rp4,119,221	-Rp2,397,027	-Rp601,045	-Rp3,332,911	-Rp1,475,136

Tabel 2.29 Proyeksi Laba/Rugi Pesimis 2026

Proyeksi laba/rugi pesimis tahun 2026 disusun dengan asumsi penurunan kinerja penjualan dibandingkan skenario realistik. Jumlah penjualan bulanan berada pada kisaran 912 hingga 1.176 unit, dengan pendapatan antara Rp22.800.000 hingga Rp29.400.000 per bulan. Asumsi ini merepresentasikan kondisi pasar yang kurang optimal, seperti rendahnya permintaan, persaingan yang meningkat, atau efektivitas pemasaran yang tidak maksimal.

Meskipun gross profit masih terbentuk dengan nilai antara Rp13.610.688 hingga Rp17.550.624 per bulan, besarnya biaya operasional, biaya tetap, dan biaya pemasaran menyebabkan kinerja laba menjadi tidak stabil. Hal ini tercermin dari nilai EBIT yang berfluktuasi tajam, mulai dari positif sebesar Rp1.675.950 pada bulan Juni hingga negatif sebesar Rp4.121.282 pada bulan Agustus. Kondisi ini menunjukkan bahwa pada beberapa bulan, pendapatan yang dihasilkan belum mampu menutup seluruh biaya yang dikeluarkan.

Kerugian yang terjadi pada sebagian besar bulan dalam skenario pesimis menunjukkan bahwa volume penjualan berada di sekitar atau bahkan di bawah titik impas. Hal ini sejalan dengan hasil analisis break-even point sebelumnya, di mana penjualan di bawah target minimum berisiko menempatkan usaha pada kondisi merugi. Dengan demikian, skenario pesimis menggambarkan kondisi terburuk yang dapat terjadi apabila strategi pemasaran dan operasional tidak berjalan sesuai rencana.

Net earnings pada skenario pesimis masih menunjukkan kerugian pada sebagian besar periode, dengan nilai terendah mencapai -Rp4.119.221. Secara keseluruhan, proyeksi penjualan pesimis tahun 2026 menunjukkan bahwa usaha berada pada kondisi keuangan yang tidak stabil dan berisiko apabila penjualan tidak mencapai target minimum. Skenario ini digunakan sebagai gambaran risiko dan batas bawah kinerja usaha, sehingga dapat menjadi dasar evaluasi strategi untuk mencegah terjadinya kerugian berkelanjutan.

Proyeksi Laba/Rugi Optimis 2026												
Month	January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December
Qty	1512	1560	1440	1512	1464	1488	1608	1536	1416	1440	1464	1536
Revenue	Rp37,800,000	Rp39,000,000	Rp36,000,000	Rp37,800,000	Rp36,600,000	Rp37,200,000	Rp40,200,000	Rp38,400,000	Rp35,400,000	Rp36,000,000	Rp36,600,000	Rp38,400,000
COGS	Rp15,234,912	Rp15,718,560	Rp14,509,440	Rp15,234,912	Rp14,751,264	Rp14,993,088	Rp16,202,208	Rp15,476,736	Rp14,267,616	Rp14,509,440	Rp14,751,264	Rp15,476,736
Gross Profit	Rp22,565,088	Rp23,281,440	Rp21,490,560	Rp22,565,088	Rp21,848,736	Rp22,206,912	Rp23,997,792	Rp22,923,264	Rp21,132,384	Rp21,490,560	Rp21,848,736	Rp22,923,264
Operational Cost	Rp1,920,000	Rp1,920,000	Rp1,920,000	Rp2,410,000	Rp2,410,000	Rp2,410,000	Rp2,700,000	Rp2,700,000	Rp2,700,000	Rp2,920,000	Rp2,920,000	Rp2,920,000
Fixed Cost	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp11,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970	Rp14,219,970
Marketing Expense	Rp1,488,000	Rp862,000	Rp1,288,000	Rp1,012,000	Rp1,238,000	Rp812,000	Rp1,438,000	Rp812,000	Rp1,238,000	Rp1,012,000	Rp1,238,000	Rp812,000
EBIT	Rp7,937,118	Rp9,279,470	Rp7,062,590	Rp7,923,118	Rp6,980,766	Rp7,764,942	Rp5,639,822	Rp5,191,294	Rp2,974,414	Rp3,338,590	Rp3,470,766	Rp4,971,294
PPh Final UMKM	Rp3,969	Rp4,640	Rp3,531	Rp3,962	Rp3,490	Rp3,882	Rp2,820	Rp2,596	Rp1,487	Rp1,669	Rp1,735	Rp2,486
Net Earnings	Rp7,933,150	Rp9,274,830	Rp7,059,059	Rp7,919,157	Rp6,977,276	Rp7,761,060	Rp5,637,002	Rp5,188,698	Rp2,972,927	Rp3,336,921	Rp3,469,031	Rp4,968,808

Tabel 2.30 Proyeksi Laba/Rugi Optimis 2026

Proyeksi laporan laba rugi pada skenario optimis tahun 2026 disusun berdasarkan asumsi tingkat penjualan yang tinggi dan relatif stabil sepanjang periode. Volume penjualan bulanan diperkirakan berada pada kisaran 1.416 hingga 1.608 unit, dengan pendapatan bulanan yang berkisar antara Rp35.400.000 hingga Rp40.200.000. Skenario ini menggambarkan kondisi terbaik bagi usaha, di mana permintaan pasar berada pada tingkat yang kuat serta strategi pemasaran dan operasional dapat dijalankan secara optimal tanpa hambatan signifikan.

Tingginya volume penjualan pada skenario optimis berdampak langsung terhadap peningkatan pendapatan dan biaya pokok penjualan (COGS) yang bersifat proporsional. Nilai COGS tercatat berada pada kisaran Rp14.267.616 hingga Rp16.202.208 per bulan. Meskipun terjadi peningkatan biaya produksi, usaha tetap mampu menghasilkan laba kotor (gross profit) yang tinggi dan relatif stabil, yaitu antara Rp21.132.384 hingga Rp23.997.792 per bulan. Kondisi ini menunjukkan bahwa margin keuntungan usaha tetap terjaga dengan baik meskipun skala produksi dan penjualan mengalami peningkatan.

Nilai laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) tercatat positif pada seluruh bulan, dengan kisaran antara Rp2.974.414 hingga Rp9.279.470. EBIT tertinggi terjadi pada bulan Februari sebesar Rp9.279.470, yang mencerminkan kombinasi antara volume penjualan yang tinggi dan pengendalian biaya yang efisien. Hasil ini mengindikasikan bahwa pada skenario optimis, usaha berada jauh di atas titik impas dan memiliki tingkat kesehatan operasional yang sangat baik.

Setelah dikurangi kewajiban pajak, laba bersih (net earnings) yang dihasilkan tetap menunjukkan nilai yang tinggi dan stabil, dengan kisaran antara Rp2.972.927 hingga Rp9.274.830 per bulan. Secara keseluruhan, proyeksi laba rugi pada skenario optimis tahun 2026 menggambarkan potensi maksimal kinerja keuangan usaha, di mana peningkatan volume penjualan mampu menghasilkan laba yang signifikan dan berkelanjutan apabila seluruh strategi pemasaran dan operasional dapat dijalankan secara efektif.

Proyeksi Keuangan Jangka Panjang

Hasil Penjualan			
Tahun	Kuantitas	Harga Jual/Unit	Jumlah
2026	17100	Rp25,000	Rp427,500,000
2027	23400	Rp25,000	Rp585,000,000
2028	31200	Rp25,000	Rp780,000,000
2029	39000	Rp25,000	Rp975,000,000
2030	46800	Rp25,000	Rp1,170,000,000

Tabel 2.31 Proyeksi Penjualan Lima Tahun

Proyeksi keuangan lima tahun disusun dengan asumsi pertumbuhan volume penjualan yang meningkat secara bertahap dari tahun ke tahun. Jumlah unit terjual diproyeksikan meningkat dari 17.100 unit pada tahun 2026 menjadi 46.800 unit pada tahun 2030. Dengan harga jual yang konstan sebesar Rp25.000 per unit, total penjualan meningkat signifikan dari Rp427.500.000 pada tahun 2026 menjadi Rp1.170.000.000 pada tahun 2030.

Biaya Bahan Baku			
Tahun	Jumlah Pemakaian	Harga	Jumlah
2026	17100	Rp10,076	Rp172,293,008
2027	23400	Rp10,076	Rp235,769,380
2028	31200	Rp10,076	Rp314,359,173
2029	39000	Rp10,076	Rp392,948,966
2030	46800	Rp10,076	Rp471,538,760

Tabel 2.32 Proyeksi Biaya Bahan Baku Lima Tahun

Seiring dengan peningkatan penjualan, biaya bahan baku juga meningkat secara proporsional. Total biaya bahan naik dari Rp172.293.008 pada tahun

2026 menjadi Rp471.538.760 pada tahun 2030. Kenaikan biaya selaras dengan jumlah pemakaian bahan baku yang meningkat setiap tahunnya, dengan harga bahan baku per unit yang relatif stabil sebesar Rp10.076.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Biaya					
Jenis Biaya	2026	2027	2028	2029	2030
Biaya Bahan Baku	Rp172,293,008	Rp235,769,380	Rp314,359,173	Rp392,948,966	Rp471,538,760
Biaya Angkut Bahan	Rp12,600,000	Rp20,880,000	Rp27,360,000	Rp35,640,000	Rp45,360,000
Biaya Gaji	Rp138,000,000	Rp210,000,000	Rp294,000,000	Rp362,400,000	Rp424,500,000
Biaya Listrik, air, kebersihan	Rp17,250,000	Rp22,125,000	Rp25,650,000	Rp31,050,000	Rp36,150,000
Beban Depresiasi	Rp10,139,639	Rp10,139,639	Rp10,139,639	Rp20,279,278	Rp20,279,278
Biaya Sewa	Rp35,000,000	Rp35,000,000	Rp55,000,000	Rp55,000,000	Rp65,000,000
Biaya Berlangganan Internet	Rp4,500,000	Rp4,500,000	Rp4,500,000	Rp4,500,000	Rp4,500,000
Biaya Peralatan	-	Rp3,449,000	Rp6,898,000	Rp10,458,000	Rp12,346,000
Beban Marketing	Rp13,250,000	Rp13,250,000	Rp13,250,000	Rp13,250,000	Rp13,250,000
Total Biaya	Rp403,032,647	Rp555,113,019	Rp751,156,812	Rp925,526,244	Rp1,092,924,038

Tabel 2.33 Proyeksi Biaya Lima Tahun

Struktur biaya usaha PREKZZZ disusun secara bertahap dengan pendekatan pembagian kuartalan untuk periode 2026 hingga 2030. Penyusunan ini bertujuan untuk menggambarkan perkembangan skala usaha serta peningkatan aktivitas operasional yang terjadi seiring dengan pertumbuhan produksi dan penjualan. Secara umum, komponen biaya dikelompokkan ke dalam biaya operasional bulanan, biaya tetap bulanan, dan biaya pemasaran. Seluruh komponen biaya tersebut disesuaikan dengan proyeksi pertumbuhan volume usaha agar mencerminkan kondisi operasional yang realistik.

Biaya bahan baku merupakan komponen biaya terbesar dan bersifat variabel karena secara langsung dipengaruhi oleh jumlah produksi. Selama periode proyeksi, total biaya bahan baku meningkat dari Rp172.293.008 pada tahun 2026 menjadi Rp471.538.760 pada tahun 2030. Peningkatan ini sejalan dengan kenaikan volume produksi dari 17.100 unit menjadi 46.800 unit. Meskipun jumlah produksi meningkat signifikan, biaya bahan baku per unit relatif stabil pada kisaran Rp10.076 per unit, yang menunjukkan bahwa efisiensi dan pengendalian biaya produksi masih dapat dipertahankan dengan baik.

Selain biaya bahan baku, biaya operasional lainnya seperti biaya pengangkutan bahan baku, listrik, air, serta kebersihan juga mengalami peningkatan secara bertahap. Kenaikan ini mencerminkan intensitas kegiatan produksi yang semakin tinggi dari tahun ke tahun. Biaya tenaga kerja turut mengalami peningkatan yang cukup signifikan, dari Rp138.000.000 pada tahun 2026 menjadi Rp424.500.000 pada tahun 2030. Kenaikan tersebut disebabkan oleh penambahan jumlah karyawan serta penyesuaian tingkat gaji yang mengikuti perkembangan dan kebutuhan operasional usaha.

Biaya tetap usaha, yang meliputi biaya sewa, langganan internet, dan beban depresiasi aset tetap, juga menunjukkan tren peningkatan pada periode tertentu. Biaya sewa meningkat dari Rp35.000.000 pada tahun 2026 menjadi Rp65.000.000 pada tahun 2030, yang mencerminkan kebutuhan ruang usaha yang lebih besar seiring dengan ekspansi usaha. Beban depresiasi meningkat sebagai

akibat dari penambahan aset tetap untuk mendukung kapasitas produksi dan operasional. Sementara itu, biaya pemasaran dijaga relatif stabil sebesar Rp13.250.000 per tahun guna mempertahankan konsistensi strategi promosi tanpa membebani struktur biaya secara berlebihan.



Proyeksi Perhitungan Laba/Rugi					
Keterangan	2026	2027	2028	2029	2030
Penjualan	Rp427,500,000	Rp585,000,000	Rp780,000,000	Rp975,000,000	Rp1,170,000,000
Dikurangi:					
Biaya – Biaya	Rp403,032,647	Rp555,113,019	Rp751,156,812	Rp925,526,244	Rp1,092,924,038
Bunga					
Laba Sebelum Pajak	Rp24,467,353	Rp29,886,981	Rp28,843,188	Rp49,473,756	Rp77,075,962
PPh Final UMKM	Rp1,223	Rp1,494	Rp4,326,478	Rp7,421,063	Rp11,561,394
Laba	Rp24,466,129	Rp29,885,487	Rp24,516,710	Rp42,052,692	Rp65,514,568

Tabel 2.34 Proyeksi Laba Rugi Lima Tahun

Berdasarkan proyeksi laporan laba rugi, kinerja pendapatan usaha PREKZZZ menunjukkan tren pertumbuhan yang konsisten selama periode perencanaan. Pada tahun 2026, pendapatan diproyeksikan sebesar Rp427.500.000 dan meningkat secara bertahap hingga mencapai Rp1.170.000.000 pada tahun 2030. Peningkatan ini mengindikasikan adanya ekspansi usaha yang berkelanjutan, baik dari sisi volume penjualan maupun perluasan kapasitas produksi dan jangkauan pasar yang dilakukan secara bertahap sesuai dengan rencana pengembangan usaha.

Sejalan dengan peningkatan pendapatan, total biaya usaha juga mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Kenaikan biaya tersebut terutama dipengaruhi oleh meningkatnya biaya bahan baku, biaya operasional harian, serta biaya pendukung lainnya yang berkaitan langsung dengan bertambahnya aktivitas produksi dan penjualan. Namun demikian, pertumbuhan biaya masih berada dalam proporsi yang relatif seimbang dengan pertumbuhan pendapatan, sehingga tidak menggerus kemampuan usaha dalam menghasilkan laba. Hal ini menunjukkan bahwa struktur biaya PREKZZZ masih berada pada tingkat yang terkendali selama periode proyeksi.

Laba sebelum pajak yang dihasilkan selama periode 2026–2030 menunjukkan nilai yang positif pada setiap tahunnya. Pada tahun 2026, laba sebelum pajak tercatat sebesar Rp24.467.353, kemudian mengalami fluktuasi pada beberapa tahun berikutnya. Fluktuasi tersebut mencerminkan fase penyesuaian operasional dan peningkatan skala usaha, terutama pada tahap awal pengembangan. Memasuki tahun 2029 dan 2030, laba sebelum pajak meningkat secara lebih signifikan, yang mengindikasikan adanya perbaikan efisiensi operasional serta optimalisasi penggunaan sumber daya seiring dengan semakin matangnya usaha.

Usaha PREKZZZ dikenakan pajak berdasarkan skema PPh Final UMKM sebesar 0,5%. Dengan meningkatnya kinerja penjualan dari tahun ke tahun, nilai pajak yang dibayarkan juga mengalami kenaikan secara proporsional. Meskipun

demikian, setelah dikurangi pajak, laba bersih yang dihasilkan tetap menunjukkan tren positif. Laba bersih tercatat sebesar Rp24.466.129 pada tahun 2026 dan meningkat hingga mencapai Rp65.514.568 pada tahun 2030. Secara keseluruhan, hasil proyeksi laba rugi menunjukkan bahwa PREKZZZ memiliki potensi profitabilitas yang berkelanjutan dan prospek keuangan yang cukup baik dalam jangka menengah hingga panjang.

2.2.4 Analisis Kelayakan Usaha

Dalam perencanaan dan pengelolaan keuangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), penilaian kelayakan investasi memegang peranan penting untuk memastikan bahwa penggunaan modal dapat menghasilkan manfaat ekonomi yang optimal. Mengingat keterbatasan sumber daya dan tingginya risiko operasional pada sektor UMKM, khususnya di industri makanan dan minuman, diperlukan metode evaluasi investasi yang mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai potensi keuntungan, efisiensi penggunaan modal, serta risiko pengembalian investasi. Beberapa metode yang umum digunakan dalam analisis kelayakan investasi UMKM antara lain Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Return on Investment (ROI), dan Payback Period.

Net Present Value (NPV) merupakan metode evaluasi investasi yang menghitung selisih antara nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa depan dengan nilai investasi awal menggunakan tingkat diskonto tertentu (Brigham & Ehrhardt, 2022). Dalam konteks UMKM, NPV digunakan sebagai kerangka konseptual untuk menilai apakah suatu rencana usaha mampu menciptakan nilai tambah ekonomi setelah memperhitungkan biaya modal dan risiko usaha. NPV yang bernilai positif secara teoritis menunjukkan bahwa arus kas yang dihasilkan usaha mampu menutup investasi awal sekaligus memberikan kelebihan nilai bagi pemilik usaha. Oleh karena itu, NPV sering dijadikan dasar awal dalam perencanaan keuangan UMKM sebelum dilakukan analisis perhitungan yang lebih rinci pada tahap pelaksanaan usaha.

Internal Rate of Return (IRR) adalah tingkat pengembalian internal suatu investasi, yaitu tingkat diskonto yang menyebabkan nilai NPV sama dengan nol (Berk & DeMarzo, 2022). Dalam pengelolaan UMKM, IRR berfungsi sebagai indikator untuk menggambarkan potensi tingkat keuntungan yang dapat dihasilkan usaha dibandingkan dengan tingkat pengembalian minimum yang diharapkan. Konsep IRR membantu pelaku UMKM dalam menilai apakah suatu rencana usaha secara teoritis mampu memberikan tingkat pengembalian yang sebanding dengan risiko yang dihadapi. Karena dinyatakan dalam bentuk persentase, IRR juga memudahkan perbandingan antar alternatif investasi, terutama ketika UMKM harus menentukan prioritas penggunaan modal yang terbatas.

Return on Investment (ROI) merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan laba bersih dibandingkan dengan total modal yang ditanamkan (Horngren et al., 2023). Dalam konteks UMKM, ROI sering dimanfaatkan sebagai indikator sederhana untuk mengevaluasi efektivitas pengelolaan modal dan kinerja keuangan usaha. Nilai ROI yang tinggi menunjukkan bahwa usaha mampu menghasilkan keuntungan yang relatif besar dibandingkan dengan modal yang digunakan. Meskipun demikian, secara konseptual ROI memiliki keterbatasan karena tidak mempertimbangkan nilai waktu uang, sehingga penggunaannya dalam analisis kelayakan UMKM umumnya dilengkapi dengan metode penilaian investasi lain yang lebih komprehensif.

Payback Period adalah metode penilaian investasi yang mengukur jangka waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi awal melalui arus kas yang dihasilkan oleh usaha (Damodaran, 2023). Bagi UMKM, metode ini memiliki relevansi tinggi karena menekankan aspek kecepatan pengembalian modal dan risiko likuiditas jangka pendek. Payback Period membantu pelaku UMKM dalam memperkirakan seberapa cepat usaha dapat menghasilkan arus kas yang cukup untuk menutup investasi awal, sehingga risiko kerugian pada tahap awal operasional dapat diminimalkan. Namun, secara teoritis metode ini memiliki

keterbatasan karena tidak memperhitungkan nilai waktu uang serta arus kas setelah periode pengembalian tercapai, sehingga perlu dikombinasikan dengan metode evaluasi investasi lainnya.

Net Present Value			
Tahun	Arus Kas Bersih	Discount Factor (15%)	Nilai Sekarang (Arus Kas Bersih)
Investasi awal	-Rp65,558,800	1	-Rp65,558,800
2026	Rp24,466,129	0.8696	Rp21,275,746
2027	Rp29,885,487	0.7561	Rp22,596,417
2028	Rp24,516,710	0.6575	Rp16,119,737
2029	Rp42,052,692	0.5718	Rp24,045,729
2030	Rp65,514,568	0.4972	Rp32,573,843

Tabel 2.35 Proyeksi Net Present Value

Berdasarkan hasil perhitungan Net Present Value (NPV) dengan tingkat diskonto sebesar 15%, diperoleh NPV positif sebesar Rp51.050.033. Nilai NPV yang positif menunjukkan bahwa proyek PREKZZZ layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan nilai tambah melebihi investasi awal yang dikeluarkan.

Internal Rate of Return (IRR) merupakan tingkat pengembalian yang menyebabkan nilai NPV sama dengan nol. IRR menggambarkan tingkat keuntungan internal yang dihasilkan oleh proyek tanpa mempertimbangkan tingkat diskonto tertentu.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa IRR proyek PREKZZZ sebesar 39,4%. Nilai ini lebih besar dibandingkan tingkat diskonto yang digunakan dalam analisis, yaitu 15%. Hal ini mengindikasikan bahwa proyek memiliki tingkat pengembalian yang lebih tinggi dari tingkat pengembalian minimum yang disyaratkan, sehingga proyek layak untuk dijalankan.

$$ROI \text{ Tahunan} = \frac{Rp186.435.586 - Rp65.558.800}{Rp65.558.800 \times 5} = 36,8\%$$

Return on Investment (ROI) digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan yang diperoleh dari suatu investasi dibandingkan dengan modal awal yang ditanamkan. Berdasarkan perhitungan, ROI kumulatif proyek PREKZZZ selama lima tahun sebesar 184%. Jika dihitung per tahun, ROI PREKZZZ sekitar 36,8% per tahun. Nilai ini menunjukkan bahwa PREKZZZ mampu memberikan tingkat pengembalian yang relatif tinggi setiap tahunnya dibandingkan dengan modal awal yang dikeluarkan.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi dari ketiga indikator yakni NPV yang tinggi, IRR yang jauh di atas standar kelayakan, serta ROI yang sangat besar menunjukkan bahwa PREKZZZ memiliki potensi finansial yang sangat menjanjikan. Oleh karena itu, PREKZZZ dapat direkomendasikan untuk direalisasikan karena terbukti *feasible* dari aspek kelayakan investasi.

Payback Period		
Tahun	Arus Kas Bersih	Arus Kas Bersih Kumulatif
Investasi awal	-Rp65,558,800	-Rp65,558,800
2026	Rp24,466,129	-Rp41,092,671
2027	Rp29,885,487	-Rp11,207,184
2028	Rp24,516,710	Rp13,309,526
2029	Rp42,052,692	Rp55,362,218
2030	Rp65,514,568	Rp120,876,786

Tabel 2.36 Proyeksi Payback Period

$$\text{Payback Period: } \frac{\text{Investasi Awal}}{\text{Arus Kas Bersih Tahun Pertama}}$$

$$\text{Payback Period: } \frac{Rp11.207.184}{Rp24.516.710} = 0,46 \text{ tahun}$$

$$0,46 \times 12 \text{ bulan} = 6 \text{ bulan} = 2 \text{ tahun 6 bulan}$$

Berdasarkan perhitungan arus kas kumulatif, investasi awal PREKZZZ belum sepenuhnya kembali hingga akhir tahun 2027. Pada tahun 2028, arus kas

bersih yang dihasilkan telah mampu menutup sisa investasi yang belum kembali.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa Payback Period proyek PREKZZZ adalah sekitar 2,46 tahun, atau setara dengan 2 tahun 6 bulan. Hal ini menunjukkan bahwa proyek memiliki tingkat pengembalian modal yang relatif cepat, sehingga risiko investasi dapat dikatakan cukup rendah.

2.2.5 Kegiatan Administratif dan Operasional

Selain menjalankan fungsi keuangan, penulis juga terlibat langsung dalam beberapa aspek operasional dan administratif. Keterlibatan dalam aspek administratif berupa pengajuan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) yang dikerjakan bersama CMO.

PREKZZZ merasa bahwa konsep yang kami usung sangat unik dan masih belum banyak dilakukan, sehingga penting untuk memberi paten pada usaha kami. NIB belum terbit karena data usaha masih diverifikasi oleh sistem OSS, sehingga proses penerbitannya belum dapat diselesaikan. Proses pendaftaran HAKI untuk merek PREKZZZ juga belum dapat diselesaikan karena pengajuan mensyaratkan dokumen legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) atau Surat Keterangan UMKM. Pada saat penyusunan laporan ini, dokumen pendukung tersebut belum tersedia. Akibatnya, pendaftaran HAKI belum dapat dilanjutkan dan statusnya masih tertunda hingga NIB terbit.

Tata Ruang				
No	Nama Dokumen	Status	Tanggal	Aksi
Scientia Residences, Jalan Scientia, Curug Sangereng, kelapa dua (Tower C0909) KELAPA DUA, KAB. TANGERANG, BANTEN, ID 15810Kab. TangerangBanten . Daratan				
1	Pernyataan Mandiri Skala Mikro Resiko Rendah No Permohonan : I-202512081254114642626	Terbit Otomatis 	Batas Waktu : - Tanggal Fikpos : -	 Unduh

Data Kegiatan Berusaha

<input type="text" value="Cari Berdasarkan"/> <input type="text" value="Pencarian"/> <input type="button" value="CARI"/>							
No	No Kode Proyek	KBLI	Tingkat Risiko	Lokasi Proyek	Nilai Investasi	Tenaga Kerja	Detail
1	Nomor Kode Proyek : 202512-0812-4934-9818-083 Kementerian/Lembaga : - Kewenangan : Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal Jenis Kegiatan Usaha : Sumber Data : OSS Migrasi.11				Modal Tetap : Rp 0 Modal Kerja : Rp 0 Total Nilai Investasi : Rp 0	TKI : 1 TKA : 0	

Baris per Halaman: 5 | 1-1 dari 1 | < > >>

Gambar 2.1 Pengajuan NIB

No.	Nomor Transaksi	Tanggal Pengajuan	Tipe Merek	Merek	Kelas	Nomor Permohonan	Tipe Permohonan	Jenis Permojonan	Status	Kode Billing	Status Pembayaran	Aksi
1	IPT20252908 56	04/12/2025 22:42:21	Morek Kata dan Lukisan	PREKZZZ	29	-	Morek Dagang	Usaha Mikro dan Usha Kecil	(IPT) Draft		Belum Dibayar	Ubah

Gambar 2.2 Pengajuan HAKI

Dalam aspek produksi, penulis membantu proses produksi selama PO seperti menyiapkan kebutuhan bahan, memastikan standar kualitas produk, serta mendukung tim dalam penyusunan alur operasional dan sistem pemesanan. Dalam beberapa kesempatan, penulis turut berkontribusi dalam penyusunan strategi pemasaran, pemilihan supplier, serta persiapan kegiatan penjualan offline. Keterlibatan lintas divisi ini dilakukan agar proses bisnis berjalan lebih efektif, terkoordinasi, dan sesuai dengan kapasitas finansial yang telah direncanakan. Melalui peran ini, CFO tidak hanya menjalankan fungsi pengelolaan keuangan, tetapi juga ikut mendukung pengembangan operasional.

2.3. Kendala yang Ditemukan

Setelah menjalankan seluruh rangkaian kegiatan Prostep, penulis menemukan beberapa kendala yang muncul selama proses perencanaan, produksi, hingga pengelolaan finansial. Kendala-kendala ini tidak hanya mempengaruhi kelancaran operasional PREKZZZ, tetapi juga memberikan tantangan dalam upaya mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Adapun kendala yang dihadapi adalah sebagai berikut:

1. Sensitivitas Pembahasan Anggaran dalam Tim

Pembahasan terkait alokasi dana seringkali menjadi topik yang sensitif karena setiap divisi memiliki kebutuhan dan prioritas yang berbeda. Tantangan ini muncul ketika harus menyeimbangkan keterbatasan dana dengan kebutuhan produksi, pemasaran, dan operasional, sehingga keputusan anggaran harus dibuat dengan pertimbangan yang matang.

2. Tekanan untuk Menjaga Akurasi Perhitungan Finansial

Sebagai CFO, penulis merasakan tekanan dalam memastikan seluruh komponen finansial, mulai dari COGS, harga jual, hingga perhitungan BEP dan proyeksi lima tahun. Segala sesuatu harus dihitung secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini karena keuangan merupakan fondasi utama dalam pengambilan keputusan strategis. Ketidakakuratan perhitungan berisiko mempengaruhi profitabilitas dan kelayakan usaha, sehingga penulis harus lebih teliti dan melakukan pengecekan berkala terhadap seluruh angka.

3. Keterbatasan Data Historis untuk Penyusunan Proyeksi

Karena PREKZZZ merupakan bisnis baru, data penjualan dan biaya operasional jangka panjang belum tersedia. Hal ini menyulitkan penyusunan proyeksi pendapatan, biaya, dan arus kas lima tahun ke depan. Penulis harus mengandalkan asumsi realistik yang disusun berdasarkan kapasitas produksi, benchmarking industri, dan SOM daerah. Tantangan ini menuntut penyesuaian terus-menerus agar proyeksi tetap masuk akal dan tidak terlalu optimis maupun pesimis.

2.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi berbagai kendala finansial yang muncul selama pelaksanaan Prostep, penulis sebagai CFO melakukan sejumlah penyesuaian strategi dan pendekatan kerja. Solusi-solusi ini diterapkan agar proses pengelolaan keuangan dapat berjalan lebih efektif dan mendukung kelancaran operasional PREKZZZ. Adapun langkah penyelesaian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Solusi atas Sensitivitas Pembahasan Anggaran dalam Tim

Sebagai solusi, penulis menerapkan sistem komunikasi terbuka dengan menyampaikan setiap keputusan keuangan berdasarkan data dan kebutuhan yang terukur. Penulis juga menyiapkan rekap anggaran yang dapat dilihat seluruh anggota tim, sehingga tidak ada miskomunikasi terkait pengeluaran dan prioritas biaya. Pendekatan ini membantu menjaga kepercayaan dan meminimalkan potensi konflik dalam pembagian dana.

2. Solusi atas Tekanan untuk Menjaga Akurasi Perhitungan Finansial

Untuk memastikan akurasi angka finansial, penulis melakukan double-check pada setiap komponen seperti COGS, estimasi BEP, serta proyeksi biaya dan pendapatan. Penggunaan spreadsheet dengan rumus yang terstandarisasi juga membantu mengurangi human error. Dengan proses verifikasi berkala, penulis dapat memastikan seluruh data keuangan konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan.

3. Solusi atas Keterbatasan Data untuk Penyusunan Proyeksi

Dalam menghadapi keterbatasan data, penulis menyusun asumsi keuangan berdasarkan *benchmark* industri makanan cepat saji, perhitungan SOM wilayah, kapasitas produksi yang realistik, serta hasil penjualan PO sebelumnya. Dengan memadukan berbagai sumber data, proyeksi keuangan menjadi lebih akurat dan tidak semata-mata bergantung pada perkiraan subjektif.