

## **BAB V**

### **PENGEMBANGAN BISNIS**

#### **5.1 Pengembangan Usaha**

##### **5.1.1 Pengembangan Usaha yang Sudah Dilakukan**

Sejak awal pendiriannya, GoBall telah melakukan berbagai langkah pengembangan usaha yang berfokus pada inovasi produk, peningkatan sistem produksi, strategi pemasaran dan penjualan, pengelolaan keuangan, serta penguatan struktur manajemen internal. Seluruh pengembangan ini dilakukan untuk memperkuat posisi GoBall di pasar makanan praktis serta menjawab kebutuhan konsumen terhadap produk yang cepat saji, terjangkau, dan memiliki cita rasa yang beragam.

Dari sisi produk, GoBall memulai pengembangan dengan menghadirkan varian *riceball* yang disesuaikan dengan preferensi mahasiswa dan pekerja muda. Produk awal yang diluncurkan meliputi varian *Chicken Teriyaki*, *Salmon Mentai*, dan *Chicken Rendang*. Ketiga varian tersebut dikembangkan berdasarkan hasil riset sederhana terhadap selera konsumen yang menginginkan makanan praktis dengan rasa gurih dan familiar. Selama periode magang, tim GoBall juga melakukan inovasi rasa dengan menambahkan varian baru seperti Nasi Uduk Ayam Balado dan Nasi Kuning Ayam Balado untuk memperkaya cita rasa lokal. Proses pengembangan produk dilakukan melalui uji coba bahan dan penyesuaian resep hingga diperoleh rasa yang konsisten dan sesuai dengan preferensi pasar.

Pada aspek produksi, GoBall berfokus pada efisiensi dan konsistensi kualitas. Proses produksi dilakukan secara harian dan disesuaikan dengan jadwal penjualan agar produk yang dihasilkan selalu segar. Setiap tahap produksi, mulai dari persiapan bahan, pengisian isian, pembentukan *riceball*, hingga pemasakan dilakukan dengan pembagian tugas yang terstruktur. Pengadaan bahan baku dilakukan secara rutin

melalui pemasok tetap agar kualitas dan ketersediaannya terjaga. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk memastikan penggunaan bahan baku tetap efisien dan stok tersedia sesuai dengan jumlah permintaan.

Dalam aspek pemasaran dan penjualan, GoBall menerapkan strategi *digital marketing* dengan memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana utama promosi dan komunikasi dengan konsumen. Melalui unggahan foto produk, video singkat, dan dokumentasi kegiatan penjualan, GoBall berhasil membangun *brand awareness* dan memperkuat citra produk sebagai makanan praktis yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Selain itu, GoBall juga menggunakan sistem *pre-order (PO)* sebagai strategi pemasaran sekaligus pengendalian produksi. Melalui sistem ini, konsumen dapat memesan produk terlebih dahulu, dan tim GoBall memproduksinya sesuai jumlah pesanan. Sistem PO membantu mengurangi risiko penumpukan stok dan memastikan setiap produk yang diterima konsumen dalam kondisi segar.

Selain strategi digital, GoBall juga aktif dalam kegiatan penjualan langsung (offline) melalui bazaar dan *Demo Day* yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures. Kegiatan ini menjadi momen penting bagi GoBall untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, memperkenalkan produk, serta melakukan uji pasar. Melalui kegiatan tersebut, GoBall berhasil memperoleh respon positif dari konsumen dan menunjukkan peningkatan penjualan yang signifikan dibandingkan periode awal. Hasil observasi dan umpan balik dari konsumen juga digunakan untuk memperbaiki strategi promosi dan menyesuaikan varian produk di tahap berikutnya.

Selama masa pra-magang dan inkubasi, GoBall telah melaksanakan beberapa kegiatan penjualan yang terdiri dari Demo Day, sistem pre-order, dan pembukaan booth di kampus. Dari seluruh rangkaian kegiatan tersebut, tercatat total penjualan sebanyak 341 pax dengan pendapatan sebesar Rp5.665.000. Penjualan melalui event offline seperti

Demo Day dan booth terbukti memberikan kontribusi terbesar terhadap pendapatan karena adanya interaksi langsung dengan konsumen, sementara sistem pre-order menunjukkan hasil yang lebih fluktuatif dan sangat bergantung pada konsistensi promosi serta komunikasi dengan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa potensi pasar GoBall cukup menjanjikan, namun strategi penjualan perlu terus dievaluasi agar tidak hanya bergantung pada event offline, melainkan juga mampu menjaga stabilitas permintaan melalui kanal distribusi yang lebih konsisten.

Dalam aspek keuangan, GoBall telah menerapkan sistem pencatatan sederhana untuk memantau arus kas masuk dan keluar. Setiap transaksi penjualan, pembelian bahan baku, dan biaya operasional dicatat secara teratur untuk memastikan transparansi dan kemudahan evaluasi. Laporan keuangan sederhana ini membantu tim dalam menilai kinerja bisnis serta menentukan strategi penganggaran promosi dan produksi di periode berikutnya. Selain itu, pembagian peran antara CEO dan CFO dalam pengawasan keuangan memastikan bahwa setiap keputusan bisnis tetap sejalan dengan kondisi finansial usaha.

Dalam aspek manajemen dan pengelolaan tim, GoBall menerapkan struktur organisasi yang terdiri dari CEO, COO, CFO, CMO, dan CPO dengan pembagian tanggung jawab yang jelas. CEO berperan dalam pengambilan keputusan strategis, COO mengatur proses produksi dan operasional, CFO mengelola keuangan dan pencatatan arus kas, CMO berfokus pada promosi dan pemasaran, sedangkan CPO bertanggung jawab terhadap inovasi produk. Struktur ini mempermudah koordinasi antar bagian, mempercepat proses pengambilan keputusan, dan menjaga kinerja tim tetap efisien.

Secara keseluruhan, pengembangan usaha yang telah dilakukan GoBall selama masa program magang menghasilkan peningkatan dari berbagai aspek, mulai dari efisiensi produksi, penjualan, hingga penguatan

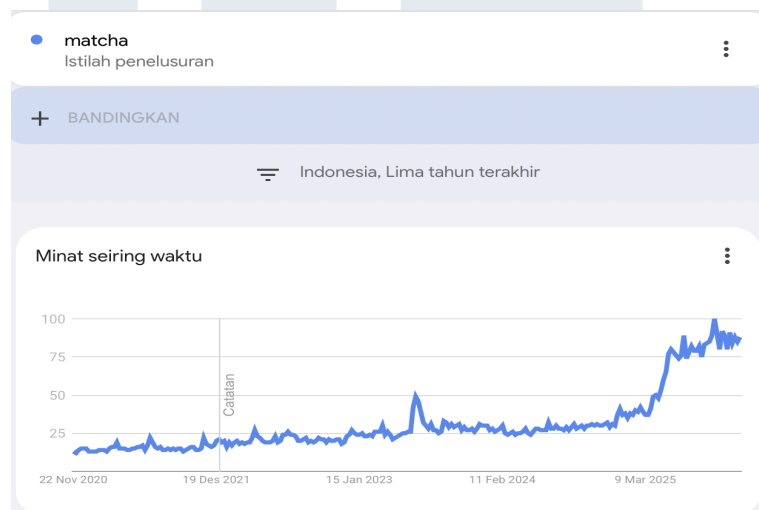
citra merek. Kombinasi antara strategi pemasaran berbasis *digital marketing*, sistem pre-order yang efektif, dan pengelolaan keuangan yang terstruktur menjadikan GoBall memiliki pondasi yang kuat untuk terus berkembang di pasar makanan praktis yang kompetitif.

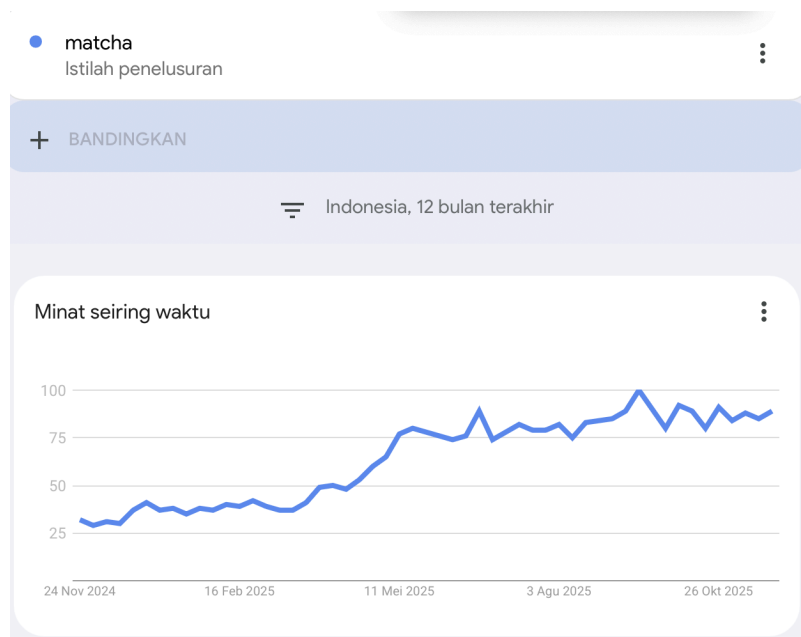
### **5.1.2 Pengembangan Usaha yang Akan Dilakukan ke depannya**

GoBall memiliki komitmen untuk terus melakukan pengembangan usaha secara berkelanjutan dengan tujuan memperkuat posisi bisnis di pasar makanan praktis serta meningkatkan profitabilitas usaha. Pengembangan ke depan akan difokuskan pada peningkatan frekuensi penjualan, inovasi produk yang mengikuti tren pasar, diversifikasi ke kategori minuman, perluasan saluran distribusi, serta optimalisasi strategi pemasaran digital. Langkah-langkah ini disusun agar GoBall mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dan tetap kompetitif dalam industri makanan dan minuman yang terus berkembang.

Dari sisi produk, GoBall berencana untuk terus berinovasi dengan mengikuti tren dan preferensi pasar tanpa terpaku pada varian tertentu. Pengembangan produk akan dilakukan secara fleksibel, menyesuaikan permintaan dan kebiasaan konsumsi masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa dan pekerja muda. GoBall juga tengah mempersiapkan pengembangan lini minuman berbasis matcha yang dinilai relevan dengan karakteristik brand dan memiliki potensi pasar yang luas. Keputusan ini didukung kuat oleh studi tren pencarian digital melalui *Google Trends* di Indonesia. Data ini menunjukkan adanya lonjakan signifikan dalam popularitas kata kunci "matcha" dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Minat penelusuran (*search interest*) terhadap *matcha* selama periode 2020 hingga awal 2025 menunjukkan pertumbuhan yang lambat, namun mengalami lonjakan tajam dan masif mulai sekitar Maret 2025 dan mencapai puncak tertinggi (skor 100), menegaskan bahwa *matcha* telah bertransformasi menjadi fenomena kuliner dan gaya hidup di Indonesia.

Lonjakan minat ini kemudian dipertahankan pada level yang tinggi sepanjang 12 bulan terakhir, di mana grafik menunjukkan peningkatan skor pencarian menjadi lebih dari 80-90 poin pada pertengahan dan akhir 2025. Lonjakan ini menunjukkan bahwa matcha bukan hanya tren sesaat, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup konsumsi masyarakat di perkotaan, terutama segmen usia 18–28 tahun yang merupakan target konsumen utama GoBall. Konsumen Gen Z cenderung mencari produk makanan dan minuman yang tidak hanya enak tetapi juga estetik dan memiliki citra premium, sehingga matcha memiliki relevansi kuat sebagai bagian dari strategi pengembangan produk GoBall.





Gambar 5.1 Hasil *Google Trends* Matcha

Produk minuman ini akan menjadi pelengkap menu utama serta berfungsi untuk meningkatkan nilai transaksi per pelanggan melalui pembelian *bundle* makanan dan minuman. Dengan menambah kategori produk yang masih selaras dengan konsep praktis dan terjangkau, GoBall berharap dapat memperluas jangkauan pasar, memperkuat loyalitas konsumen, dan menjadi dasar penguatan diferensiasi brand di pasar makanan praktis yang kompetitif.

Dalam aspek penjualan, GoBall menargetkan peningkatan frekuensi kegiatan penjualan secara signifikan. Jika sebelumnya kegiatan penjualan hanya dilakukan satu hingga dua kali per bulan, maka pada tahap pengembangan berikutnya GoBall akan berupaya melakukan kegiatan penjualan secara rutin setiap minggu. Penjualan akan tetap difokuskan pada kegiatan offline melalui partisipasi dalam bazaar, event kampus, serta sistem penitipan produk di toko makanan atau kafe yang memiliki segmen pasar sejenis.

Strategi ini dipilih karena memberikan ruang interaksi langsung dengan konsumen, memungkinkan pengenalan produk yang lebih efektif, serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam jangka menengah, GoBall juga berencana membuka gerai kecil atau booth permanen di area strategis seperti kampus atau perkantoran untuk mendukung keberlanjutan penjualan dan meningkatkan visibilitas merek di pasar lokal.

Pada aspek pemasaran, GoBall akan memperkuat strategi digital dengan fokus utama pada platform TikTok. Platform ini dipilih karena memiliki jangkauan audiens yang luas dan relevan dengan karakteristik target pasar GoBall. Melalui TikTok, GoBall akan mengembangkan konten kreatif yang bersifat informatif dan interaktif, seperti video singkat proses pembuatan produk, aktivitas bazaar, tren makanan, hingga testimoni pelanggan. Pendekatan berbasis storytelling ini diharapkan mampu memperkuat kedekatan emosional dengan audiens dan meningkatkan minat beli. Selain itu, strategi kolaborasi dengan kreator lokal juga akan dilakukan untuk memperluas jangkauan promosi. Dengan penguatan di aspek pemasaran digital ini, GoBall juga menargetkan peningkatan kesadaran merek serta pertumbuhan pelanggan baru secara konsisten setiap bulannya.

Dalam aspek keuangan, GoBall menargetkan peningkatan omset yang signifikan sejak tahun pertama implementasi strategi pengembangan. Dengan memperbanyak frekuensi penjualan yang semula hanya dilakukan 1–2 kali per bulan menjadi lebih rutin setiap minggu—serta menambah variasi produk yang mengikuti tren pasar, GoBall memperkirakan potensi omset tahunan pada tahun pertama dapat mencapai sekitar Rp150.000.000. Perhitungan ini didasarkan pada proyeksi pendapatan rata-rata Rp2.500.000 hingga Rp3.000.000 per kegiatan penjualan dengan frekuensi minimal empat kali dalam sebulan, ditambah potensi tambahan dari bazaar atau kerja sama dengan mitra retail. Dari sisi profitabilitas, GoBall



menargetkan margin keuntungan bersih di kisaran 50%, dengan kemungkinan meningkat hingga 60% seiring meningkatnya efisiensi biaya produksi, manajemen bahan baku, serta optimalisasi proses distribusi. Model produksi langsung tanpa melibatkan pihak ketiga memungkinkan pengendalian biaya lebih terstruktur, sehingga margin dapat dipertahankan secara konsisten.

Dalam jangka tiga tahun ke depan, GoBall menargetkan pertumbuhan omset secara bertahap sebesar 70–100 % per tahun, sehingga diproyeksikan dapat mencapai sekitar Rp400.000.000 hingga Rp500.000.000 pada akhir tahun ketiga. Peningkatan ini didukung oleh rencana ekspansi penjualan melalui pembukaan booth kecil di lokasi strategis, menipkan produk di toko makanan sebagai snack siap saji, serta memperluas pemasaran digital khususnya melalui TikTok untuk memperkuat brand awareness. Dengan proyeksi tersebut, GoBall diharapkan tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan secara signifikan, tetapi juga menjaga keberlanjutan usaha dengan profit margin yang stabil di kisaran 50–60%. Untuk mendukung pencapaian tersebut, GoBall akan menerapkan sistem laporan keuangan bulanan yang lebih terstruktur guna memantau kinerja penjualan, pengeluaran, dan laba bersih secara berkala. Laporan ini juga berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan untuk menentukan arah strategi dan pengalokasian modal usaha.

Selain berfokus pada aspek bisnis, GoBall juga akan mengembangkan program sosial bertajuk “GoBall Open Donation”. Program ini membuka kesempatan bagi masyarakat untuk ikut berdonasi melalui pembelian paket makanan senilai Rp18.000 yang sudah termasuk minuman. GoBall akan berperan sebagai perantara dalam menyalurkan makanan kepada pihak yang membutuhkan. Inisiatif ini tidak hanya menjadi bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga dapat



memperkuat citra positif brand dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap GoBall.

Nilai kepraktisan yang diusung GoBall belum sepenuhnya terimplementasi secara optimal karena masih adanya keterbatasan kapasitas produksi dan saluran distribusi. Selama periode awal operasional, penjualan GoBall masih didominasi oleh sistem *pre-order* dan partisipasi pada event tertentu, sehingga akses konsumen terhadap produk belum sepenuhnya mencerminkan konsep *grab and go* yang menjadi nilai utama usaha. Oleh karena itu, ke depan GoBall berencana untuk kembali menekankan konsep *grab and go* melalui perluasan kapasitas produksi serta pembukaan booth penjualan sebagai saluran distribusi utama. Kehadiran booth diharapkan dapat mempermudah konsumen dalam memperoleh produk secara langsung dan spontan tanpa proses pemesanan terlebih dahulu, sekaligus memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, dan mendorong peningkatan volume penjualan. Dengan strategi tersebut, konsep *grab and go* tidak hanya menjadi nilai yang diusung secara konseptual, tetapi dapat diterapkan secara nyata dalam operasional GoBall dan mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, strategi pengembangan usaha GoBall diarahkan untuk menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan baik dari sisi finansial maupun brand positioning. Melalui peningkatan frekuensi penjualan, inovasi produk yang adaptif terhadap tren pasar, optimalisasi strategi pemasaran digital, serta penerapan sistem keuangan yang efisien, GoBall diharapkan mampu mencapai tingkat profitabilitas yang lebih tinggi dan menjadi salah satu brand makanan praktis lokal yang kompetitif di masa mendatang.

## 5.2 Pengembangan Strategi Sebagai CFO

### 5.2.1 Strategi yang Telah Dilakukan

Sebagai *Chief Financial Officer* (CFO) pada bisnis GoBall, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola dan mengawasi seluruh aspek keuangan perusahaan untuk memastikan kelancaran operasional sekaligus mendukung keberlanjutan usaha. Dalam tahap awal pengembangan bisnis, salah satu peran penting yang penulis lakukan adalah menyusun Rencana Anggaran Biaya (RAB) yang menjadi pedoman dalam pengelolaan dana secara efektif dan efisien. Berdasarkan RAB yang telah disusun, total kebutuhan anggaran GoBall terbilang cukup besar, sehingga sumber pendanaan awal diperoleh melalui program Wirausaha Merdeka (WMK) yang disalurkan oleh Dikti. Program ini sangat membantu GoBall dalam memulai operasional bisnis. Setelah operasional berjalan, sisa dana dari program tersebut dimanfaatkan sebagai modal tambahan untuk kegiatan pengembangan bisnis di Skystar Ventures. Selain itu, penggunaan dana internal juga menjadi strategi penting yang penulis ambil agar GoBall dapat memiliki kendali penuh terhadap operasional bisnis, sekaligus menghindari ketergantungan pada utang atau pendanaan eksternal. Strategi ini terbukti efektif dalam memberikan fleksibilitas yang lebih besar bagi tim dalam menyesuaikan penggunaan modal dengan kebutuhan bisnis yang terus berkembang.

Dalam menjalankan fungsi keuangan, penulis juga bertanggung jawab untuk melakukan pencatatan dan analisis pengeluaran biaya GoBall. Setiap transaksi pembelian atau pengeluaran dicatat secara detail dan didukung dengan bukti nota sebagai bentuk validasi. Langkah ini bertujuan untuk memastikan seluruh biaya yang dikeluarkan sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan dalam RAB. Melalui proses pencatatan yang teratur, penulis dapat melakukan analisis terhadap efisiensi pengeluaran dan mendeteksi potensi pemborosan. Jika ditemukan peningkatan biaya dalam periode tertentu, penulis akan meninjau kembali

pilihan pemasok (supplier) dan melakukan perbandingan harga untuk mendapatkan penawaran yang lebih kompetitif. Dengan demikian, pengeluaran dapat dioptimalkan tanpa mengorbankan kualitas produk. Dalam kasus pengeluaran yang melebihi batas anggaran, penulis selalu berkoordinasi dengan tim dan meminta keputusan akhir dari CEO agar setiap langkah yang diambil tetap selaras dengan kebijakan manajerial.

Selanjutnya, penulis juga melakukan pencatatan biaya aktual serta revisi terhadap Rencana Anggaran Biaya (RAB). Hal ini dilakukan untuk membandingkan biaya aktual dengan anggaran awal yang telah ditetapkan. Ketika ditemukan selisih atau ketidaksesuaian, penulis melakukan evaluasi menyeluruh untuk menyesuaikan kembali anggaran dengan kondisi riil operasional. Salah satu faktor yang sering memengaruhi perubahan anggaran adalah fluktuasi harga bahan baku seperti daging ayam, beras, bumbu, dan santan. Kenaikan harga bahan baku dapat menyebabkan biaya produksi meningkat dan berdampak pada ketidaktepatan anggaran. Untuk mengantisipasi risiko tersebut, penulis mengalokasikan dana cadangan yang lebih besar pada pos produksi agar proses produksi tetap berjalan lancar meskipun terjadi kenaikan harga. Strategi ini juga membantu menjaga kualitas produk agar tetap konsisten dengan standar yang ditetapkan GoBall.

Sebagai CFO, penulis juga berperan dalam menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) dan menetapkan harga jual untuk setiap varian rasa GoBall. Perhitungan HPP dilakukan dengan mempertimbangkan biaya variabel (seperti bahan baku dan kemasan) serta biaya tetap (seperti listrik dan air). Dari hasil perhitungan tersebut, penulis menetapkan harga jual dengan mempertimbangkan margin keuntungan yang wajar dan membandingkannya dengan harga pasar untuk menjaga daya saing produk. Jika harga jual yang dihasilkan masih terlalu tinggi, penulis melakukan evaluasi terhadap komposisi biaya untuk menyesuaikan kembali agar harga dapat diterima konsumen tanpa mengurangi kualitas produk.

Langkah ini menunjukkan pentingnya peran CFO dalam menjaga keseimbangan antara efisiensi biaya dan strategi harga yang kompetitif.

Sebagai CFO, Penulis juga bertanggung jawab dalam menghitung *Break Even Point* (BEP), Diketahui bahwa GoBall memiliki total biaya tetap sebesar Rp397.806 per bulan dan margin kontribusi sebesar Rp8.510 per produk. Dengan struktur biaya tersebut, titik impas usaha GoBall tercapai pada penjualan sekitar 47 unit per bulan atau setara dengan omzet sebesar Rp705.000 per bulan. Nilai BEP yang relatif rendah ini menunjukkan bahwa GoBall memiliki struktur biaya yang efisien, terutama karena operasional masih dilakukan dalam skala kecil dan produksi dilakukan di rumah tanpa biaya sewa maupun gaji tenaga kerja tetap. Kondisi ini memberikan fleksibilitas yang tinggi bagi usaha untuk mencapai profit meskipun volume penjualan belum besar.

Dengan capaian penjualan di atas titik BEP, setiap tambahan produk yang terjual akan langsung berkontribusi terhadap laba usaha. Oleh karena itu, GoBall memiliki potensi keberlanjutan yang baik dalam jangka pendek, serta ruang pertumbuhan yang cukup besar apabila volume produksi dan penjualan dapat ditingkatkan secara konsisten.

Selain pengendalian biaya, penulis juga melakukan perekapan dan pencatatan penjualan GoBall secara rutin. Setiap transaksi penjualan dicatat secara detail, baik dari segi jumlah paket yang terjual maupun varian rasa yang paling diminati konsumen. Data tersebut digunakan untuk menganalisis tren penjualan dan preferensi pelanggan, yang kemudian menjadi dasar dalam menentukan jumlah produksi di periode berikutnya. Melalui sistem pencatatan yang teratur, penulis juga menyusun Laporan Laba Rugi dan Laporan Arus Kas sebagai bentuk transparansi dan evaluasi kinerja keuangan. Berdasarkan laporan keuangan bulan November 2025, GoBall mencatat laba sebesar Rp. 7.542.246, yang menunjukkan bahwa pendapatan sudah mampu menutupi seluruh biaya operasional dan

menghasilkan keuntungan. Arus kas operasional yang positif juga menjadi indikator bahwa bisnis berjalan dengan baik dan memiliki potensi untuk berkembang di masa depan.

Secara keseluruhan, seluruh tugas yang dilakukan oleh penulis sebagai CFO telah memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan usaha GoBall. Melalui penyusunan RAB, pencatatan dan analisis biaya, penghitungan HPP, serta pembuatan laporan keuangan yang sistematis, GoBall berhasil membangun sistem keuangan yang transparan, efisien, dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang. Langkah-langkah ini juga memperkuat kemampuan tim dalam melakukan pengambilan keputusan berbasis data dan meningkatkan profesionalisme dalam mengelola bisnis. Dengan sistem keuangan yang tertata dan profitabilitas yang terjaga, GoBall memiliki fondasi yang kuat untuk terus bertumbuh dan berinovasi dalam menghadapi persaingan di industri kuliner.

### **5.2.2 Strategi yang Akan Dilakukan ke depannya**

#### **A. Kondisi Saat Ini**

Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPPd) merupakan komponen penting yang memengaruhi penentuan harga jual dan keberlanjutan usaha GoBall. Dalam perencanaan awal, GoBall telah menetapkan struktur biaya ideal, yaitu Harga Pokok Produksi (HPPd) sebesar 40%, gaji 15%, biaya operasional 25%, dan laba bersih 20%. Komposisi ini dirancang berdasarkan prinsip manajemen keuangan usaha kecil, di mana HPPd tidak boleh terlalu tinggi agar perusahaan tetap mampu menjaga margin keuntungan yang stabil, sementara porsi gaji dan operasional direncanakan untuk kebutuhan jangka panjang ketika usaha berkembang dan membutuhkan tenaga kerja tetap serta fasilitas produksi yang lebih memadai.

Tabel 5.1 Perhitungan Biaya GoBall

Gaji Karyawan	HPP	Total Biaya Tetap	Laba Bersih
Rp1,304,000	Rp5,294,648	Rp397,806	Rp7,347,547
10.00%	40.60%	3.05%	46.35%

Berdasarkan tabel di atas, biaya yang dikeluarkan GoBall selama melakukan kegiatan produksi menunjukkan komposisi yang baik karena laba bersih yang dihasilkan cukup tinggi dikarenakan biaya produksi yang cukup rendah. Komposisi biaya yang dihasilkan dalam produksi GoBall di bulan November adalah Harga Pokok Produksi (HPPd) 40,6%, gaji 10%, biaya operasional 3,05%, dan laba bersih 46,35%. Nilai HPPd aktual sudah sesuai dengan komposisi struktur biaya yang ditentukan, dan menunjukkan bahwa GoBall sudah efisien dalam mengeluarkan biaya dalam kegiatan produksi.

Rendahnya biaya gaji dan operasional muncul karena produksi masih dilakukan di rumah pribadi dan belum melibatkan tenaga kerja tetap. Kondisi inilah yang membuat laba terlihat sangat besar, padahal hal tersebut bukan hasil dari efisiensi biaya yang optimal, melainkan akibat struktur usaha yang masih sederhana. Namun, hal ini harus diperhatikan karena ketika usaha berkembang dan biaya produksi meningkat GoBall harus menyewa tempat khusus, menggaji tenaga kerja tetap, serta membeli peralatan produksi tambahan komposisi biaya tentu akan berubah.

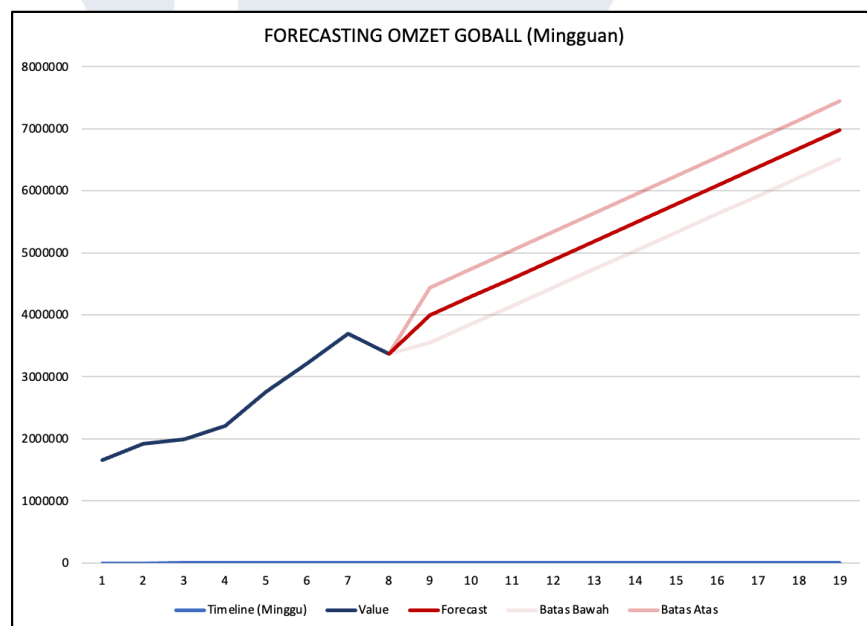
Agar usaha dapat bertahan dan berkembang, GoBall perlu melakukan beberapa perbaikan penting dalam struktur biaya dan pencatatan keuangan. Akurasi perhitungan biaya tetap yang mendukung kegiatan operasional harus diperhatikan lebih rinci dan pertimbangkan kebutuhan biaya tambahan dalam kegiatan operasional yang jarang diperhitungkan seperti biaya transportasi, sewa dapur, booth. Dengan mencatat seluruh komponen biaya, GoBall dapat memperoleh gambaran biaya yang lebih realistis dan menetapkan harga jual yang lebih akurat untuk menjaga profitabilitas.

Biaya Harga Pokok Produksi (HPPd) yang dikeluarkan GoBall adalah 40,6% mencapai batas maksimal dari komposisi struktur biaya yang ditentukan. Hal ini tentunya harus diperhatikan agar GoBall tetap konsisten dan tidak melewati batas komposisi biaya yang dilakukan. Jika GoBall melebihi biaya HPPd yang ditentukan, GoBall dapat melakukan strategi seperti membeli bahan baku dalam jumlah lebih besar agar mendapatkan harga grosir, memilih supplier yang lebih murah namun tetap berkualitas, serta melakukan kontrol produksi agar mengurangi risiko pemborosan. Di sisi lain, GoBall juga perlu mulai mengalokasikan anggaran untuk biaya gaji dan operasional yang lebih realistis. Meskipun saat ini usaha masih berjalan dari rumah, GoBall perlu memproyeksikan biaya di masa depan misalnya sewa tempat, alat produksi, hingga tenaga kerja tetap agar struktur biaya lebih mencerminkan kebutuhan usaha yang berkembang.



## B. Perhitungan ke Depannya

Dalam menjalankan sebuah usaha, kemampuan memproyeksikan penjualan di masa mendatang merupakan hal yang sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan stabilitas operasional. Oleh karena itu, penulis membahas perhitungan *forecast* penjualan GoBall sebagai dasar dalam melakukan perencanaan produksi, pengelolaan biaya, dan strategi pengembangan usaha ke depan. Berdasarkan data penjualan GoBall dalam 8 minggu terakhir, penjualan cenderung tidak terlalu fluktuatif dan pola penjualannya juga stabil sehingga metode *moving average* (rata-rata bergerak) merupakan metode yang cocok untuk diaplikasikan dalam perhitungan *forecasting* GoBall.



Gambar 5.2 Forecasting Sales GoBall (Mingguan)

Berdasarkan Gambar 5.2 *Forecasting* Sales GoBall (Mingguan), terlihat bahwa pergerakan penjualan aktual di minggu-minggu sebelumnya mengalami tren naik yang cukup konsisten, meskipun terdapat sedikit penurunan pada minggu ke-7.

Hasil forecasting untuk minggu-minggu berikutnya menunjukkan adanya proyeksi peningkatan omzet yang cukup signifikan. Hal ini terlihat dari garis proyeksi yang menanjak secara stabil setelah minggu ke-9, dengan nilai prediksi yang terus meningkat hingga mencapai kisaran Rp6 juta–Rp7 juta per minggu pada minggu ke-19. Grafik juga memperlihatkan batas bawah dan batas atas (*confidence interval*) yang menggambarkan rentang kemungkinan nilai ramalan. Rentang tersebut tidak terlalu melebar, yang menunjukkan bahwa tingkat ketidakpastian penjualan relatif kecil dan pola penjualan GoBall cukup stabil.

Setelah melakukan proses *forecasting* terhadap data penjualan sebelumnya, penulis selanjutnya ingin menganalisis kebutuhan biaya apabila GoBall menargetkan peningkatan omzet hingga mencapai Rp25.000.000 per bulan. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui estimasi total biaya operasional yang diperlukan serta mengidentifikasi komponen biaya apa saja yang harus disesuaikan agar target omzet tersebut dapat tercapai secara realistis. Proyeksi kenaikan produksi, operasi, strategi pemasaran digunakan untuk menilai apakah struktur biaya yang saat ini diterapkan sudah memadai atau perlu dilakukan penyesuaian pada beberapa aspek biaya, seperti biaya bahan baku, tenaga kerja, pemasaran, maupun biaya pendukung lainnya.

Tabel 5.2 Rancangan Pendanaan GoBall

No	KATEGORI BIAYA	Pendapatan 25 jt/bulan			Keterangan
		Harga	Qty	Total	
1	OPERATION				
	<b>Biaya Variabel :</b>				
	Bahan Baku Bola Nasi (1 bulan) (75%)	Rp5,766,764	1	Rp5,766,764	
	Bahan Baku Matcha (1bulan) (25%)	Rp2,604,167	1	Rp2,604,167	

No	KATEGORI BIAYA	Pendapatan 25 jt/bulan			Keterangan
		Harga	Qty	Total	
1	OPERATION				
	Biaya Variabel :				
	Bahan Baku Bola Nasi (1 bulan) (75%)	Rp5,766,764	1	Rp5,766,764	
	Packaging	Rp1,500	1042	Rp1,562,500	
	Biaya Tetap :				
	Utilitas (Listrik, Air)	Rp450,000	1	Rp450,000	
	Transportasi	Rp50,000	1	Rp50,000	
	Peralatan :				
	Rice Cooker (5.4L)	Rp2,500,000	1	Rp2,500,000	
	Kompor Gas	Rp357,000	1	Rp357,000	
	Total Operation				Rp13,290,431
2	MARKETING				
	Social Media Ads dan Kebutuhan Sosmed	Rp250,000	1	Rp250,000	
	Promosi Penjualan (diskon)	Rp5,000	100	Rp500,000	
	Foto Produk	Rp500,000	1	Rp500,000	
	Sewa Booth	Rp1,500,000	1	1,500,000	
	Total Marketing				Rp2,750,000
3	HUMAN RESOURCE				
	Gaji Karyawan	Rp3,000,000	1	Rp3,000,000	
	Operational Helper	Rp750,000	1	Rp750,000	
	Total Human Resource				Rp3,750,000
Total Keseluruhan					Rp19,790,431

Berdasarkan Tabel 5.2 Rancangan Pendanaan GoBall dengan menargetkan pendapatan sebesar Rp 25.000.000, berdasarkan Gambar 5.2 *Forecasting Sales GoBall* (mingguan),

GoBall akan mencapai omzet sebesar Rp 25.000.000/bulan pada minggu ke-18 atau 2,5 bulan dari bulan November. Untuk mencapai target tersebut diperlukan penyesuaian dari kapasitas produksi, marketing dan tenaga kerja. Untuk mendukung target tersebut, GoBall harus menambahkan biaya operasional yang terdiri atas biaya variabel dan biaya tetap agar proses produksi dapat berjalan lebih optimal. Penyesuaian biaya *marketing* juga harus dilakukan untuk mempromosikan produk, menjangkau konsumen yang lebih luas dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. Dalam proses produksi, tentunya tenaga kerja sangat dibutuhkan agar kegiatan produksi bisa lebih efisien dan efektif sehingga *output* yang dihasilkan lebih maksimal. GoBall sebelumnya telah menentukan komposisi struktur biaya ideal sebagai acuan efisiensi, yaitu HPP 40%, gaji 15%, biaya operasional 25%, serta laba bersih 20%. Komposisi ini digunakan sebagai pedoman untuk menjaga keseimbangan biaya dan memastikan kegiatan usaha berjalan secara efektif.

Setelah dilakukan perhitungan berdasarkan rancangan pendanaan yang sudah dilengkapi dengan tambahan biaya operation khususnya peralatan seperti *rice cooker* (5,4L) dan kompor gas. Hal ini dikarenakan peralatan yang digunakan GoBall masih belum memadai untuk memproduksi dalam skala besar secara langsung. Kemudian biaya *marketing*, agar target dapat tercapai maka proses pemasaran juga harus ditingkatkan. GoBall akan meningkatkan jumlah *ads*, promosi penjualan, foto produk dan buka booth. Dengan adanya peningkatan jumlah produksi yang cukup besar, tenaga kerja yang dibutuhkan juga akan lebih banyak. Maka dari itu, GoBall akan menambah tenaga kerja dengan perhitungan gaji yang didasarkan dari tarif Upah Minimum Regional (UMR) daerah Tangerang. Dengan adanya penyesuaian

biaya-biaya untuk mencapai target omzet Rp 25.000.000/bulan total biaya yang didapatkan adalah Rp 19.790.431. Dari perhitungan rancangan pendanaan di atas, HPP GoBall berada pada angka 39,7% yang mendekati ideal. Kemudian biaya operasional (utilitas, marketing) sebesar 13% yang masih baik dan kecil karena masih di bawah batas dari biaya operasional yang seharusnya. Pembelian peralatan tidak menambah beban operasional bulanan karena hanya dilakukan sekali pembelian saja dan masuk kedalam aset dalam proses produksi. Pada struktur biaya aktual GoBall didapatkan bahwa laba bersih 32,36% di atas target 20%. Hal ini menunjukkan bahwa operasional GoBall masih berada pada tahap efisiensi tinggi dan belum mencerminkan biaya pada skala produksi yang lebih besar.

Tabel 5.3 Perbandingan Persentase Struktur Biaya Acuan dan Persentase Proyeksi Omzet Rp 25 Juta per Bulan

	<b>% Acuan</b>	<b>% Proyeksi</b>
<b>HPPd</b>	(maks) 40%	39,7%
<b>Gaji</b>	(maks) 15%	15%
<b>Operasional</b>	(maks) 25%	13%
<b>Laba Bersih</b>	(min) 20%	32,3%

GoBall memiliki peluang besar untuk berkembang karena struktur biayanya masih tergolong efisien dan laba bersih yang diperoleh berada jauh di atas target ideal. Laba bersih sebesar 32,36% menunjukkan bahwa GoBall memiliki ruang keuangan yang cukup untuk melakukan reinvestasi ke dalam usaha, baik dalam bentuk peningkatan kapasitas produksi, pengembangan produk, maupun perluasan saluran pemasaran. Selain itu, proyeksi penjualan menunjukkan tren peningkatan yang konsisten, sehingga potensi pertumbuhan permintaan dapat dimanfaatkan sebagai dasar ekspansi bisnis. Dengan demikian, kondisi ini menandakan bahwa

GoBall memiliki fondasi yang kuat untuk berkembang ke tahap operasional yang lebih besar.

Tabel 5.4 Proyeksi Pendapatan 3 Tahun

PROYEKSI 3 TAHUN			
Keterangan	Tahun		
	2026	2027	2028
<b>Pendapatan (Rp)</b>	<b>Rp234,000,000</b>	<b>Rp280,800,000</b>	<b>Rp336,960,000</b>
Pax	15600	18720	22464
<b>Direct Cost / Biaya Produksi (HPP, Gaji, Penyusutan)</b>	<b>101088000</b>	<b>121305600</b>	<b>145566720</b>
	20%	20%	20%
<b>Gross Margin</b>	<b>Rp132,912,000</b>	<b>Rp159,494,400</b>	<b>Rp191,393,280</b>
	56.80%	56.80%	56.80%
<b>Indirect Cost / Fixed Cost :</b>	<b>65000000</b>	<b>50000000</b>	<b>50000000</b>
Operasional (Sewa Dapur, Peralatan, Utilitas)	41000000	26000000	26000000
Marketing (Booth, Iklan, Discount, Promosi)	24000000	24000000	24000000
<b>Net Margin</b>	<b>Rp67,912,000</b>	<b>Rp109,494,400</b>	<b>Rp141,393,280</b>
	29.02%	38.99%	41.96%
Estimasi Pph (0,5%)	Rp1,170,000	Rp1,404,000	Rp1,684,800
<b>Net Profit</b>	<b>Rp66,742,000</b>	<b>Rp108,090,400</b>	<b>Rp139,708,480</b>
	28.52%	38.49%	41.46%

Proyeksi penjualan GoBall disusun untuk menggambarkan potensi pertumbuhan usaha dalam jangka menengah serta menilai keberlanjutan kinerja keuangan berdasarkan struktur biaya dan strategi operasional yang diterapkan. Proyeksi ini mencakup periode tiga tahun, yaitu tahun 2026, 2027, dan 2028, dengan asumsi adanya peningkatan volume penjualan yang konsisten seiring dengan meningkatnya brand awareness, perluasan saluran distribusi, serta efisiensi proses produksi.

Pada tahun 2026, GoBall diproyeksikan menghasilkan pendapatan sebesar Rp234.000.000 dengan total penjualan sebanyak 15.600 pax. Pendapatan ini mencerminkan fase awal pengembangan usaha, di mana fokus utama masih berada pada optimalisasi proses produksi, penguatan brand, serta penetrasi pasar melalui pre-order, bazaar, dan penjualan langsung. Biaya langsung atau direct cost yang meliputi biaya produksi (HPP), gaji, dan penyusutan tercatat sebesar Rp101.088.000 atau sekitar 43,2%

dari pendapatan. Dengan struktur biaya tersebut, GoBall mampu menghasilkan gross margin sebesar Rp132.912.000 atau sebesar 56,8%, yang menunjukkan bahwa strategi penetapan harga dan pengendalian HPP sudah berjalan secara efektif.

Memasuki tahun 2027, pendapatan GoBall diproyeksikan meningkat menjadi Rp280.800.000 dengan volume penjualan sebesar 18.720 pax. Kenaikan ini didorong oleh peningkatan loyalitas pelanggan, intensitas pemasaran yang lebih terarah, serta efisiensi operasional yang mulai terbentuk. Direct cost pada tahun ini meningkat secara proporsional menjadi Rp121.305.600, namun persentase biaya terhadap pendapatan tetap terjaga. Gross margin meningkat menjadi Rp159.494.400 dengan persentase yang stabil di angka 56,8%. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak diikuti oleh peningkatan biaya yang berlebihan, sehingga profitabilitas usaha tetap terjaga.

Pada tahun 2028, GoBall diproyeksikan mencapai pendapatan sebesar Rp336.960.000 dengan total penjualan 22.464 pax. Pertumbuhan ini mencerminkan fase usaha yang lebih matang, di mana GoBall telah memiliki basis pelanggan yang stabil, sistem operasional yang lebih terstruktur, serta jangkauan pemasaran yang lebih luas. Direct cost tercatat sebesar Rp145.566.720, sementara gross margin meningkat signifikan menjadi Rp191.393.280. Konsistensi margin kotor di angka 56,8% menunjukkan bahwa efisiensi biaya produksi dan strategi harga mampu dipertahankan meskipun skala usaha semakin besar.

Dari sisi biaya tidak langsung atau fixed cost, GoBall mengalokasikan biaya operasional dan pemasaran secara relatif stabil selama periode proyeksi. Hal ini mencerminkan strategi pengendalian biaya tetap agar tidak meningkat secara signifikan



seiring pertumbuhan penjualan. Dengan pendekatan tersebut, net margin GoBall menunjukkan tren peningkatan dari 29,02% pada tahun 2026 menjadi 38,99% pada tahun 2027, dan mencapai 41,96% pada tahun 2028. Setelah memperhitungkan estimasi pajak penghasilan sebesar 0,5%, laba bersih (net profit) GoBall diproyeksikan meningkat dari Rp66.742.000 pada tahun 2026 menjadi Rp108.090.400 pada tahun 2027, dan mencapai Rp139.708.480 pada tahun 2028.

Secara keseluruhan, proyeksi penjualan dan keuangan selama tiga tahun menunjukkan bahwa GoBall memiliki prospek pertumbuhan yang positif dan berkelanjutan. Peningkatan pendapatan yang diiringi dengan stabilitas margin dan pengendalian biaya mencerminkan struktur keuangan yang sehat. Kondisi ini mengindikasikan bahwa strategi optimalisasi biaya berdasarkan perhitungan HPP yang diterapkan GoBall mampu mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka menengah, sekaligus memberikan ruang bagi pengembangan usaha di masa mendatang.



### 5.3 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, GoBall berhasil menghadirkan alternatif makanan praktis yang terjangkau, berkualitas, dan varian rasa yang beragam bagi mahasiswa dan pekerja muda. Produk-produk seperti Salmon Mentai, Rendang, Nasi Uduk, dan Nasi Kuning terbukti diterima dengan baik oleh konsumen karena menawarkan cita rasa yang familiar, porsi yang mengenyangkan, serta harga yang sesuai dengan daya beli target pasar. Melalui konsep *grab and go* yang efisien dan konsisten, GoBall mampu menjawab kebutuhan masyarakat di perkotaan yang membutuhkan makanan cepat saji namun tetap mengutamakan kualitas dan higienitas. Hal ini menunjukkan bahwa GoBall memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan sebagai solusi makanan praktis yang relevan dengan preferensi konsumen masa kini.

Strategi pengembangan GoBall agar tetap relevan di tengah tren makanan praktis dilakukan melalui kolaborasi antara CPO, CMO, CFO dan COO. CPO berperan dalam inovasi varian produk, pengembangan kualitas, dan peningkatan efisiensi produksi. CMO mendukung melalui penguatan pemasaran digital, pembuatan konten yang menarik, serta pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* konsumen. COO memastikan proses operasional berjalan optimal melalui pengaturan kebutuhan bahan baku, pemilihan supplier yang konsisten, serta pengendalian biaya sehingga harga produk tetap kompetitif. Kerja sama ketiga peran tersebut memungkinkan GoBall untuk terus beradaptasi dengan tren pasar, mempertahankan kualitas produk, dan meningkatkan daya tarik *brand* secara berkelanjutan.

Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) merupakan elemen fundamental dalam penentuan harga jual GoBall dan memiliki peran langsung terhadap keberlanjutan usaha. Melalui perhitungan yang mencakup seluruh biaya langsung produksi meliputi bahan baku, utilitas,

serta kontribusi tenaga kerja GoBall memperoleh nilai HPP sebesar 39,7% dari struktur biaya keseluruhan. Angka ini sangat mendekati komposisi ideal perusahaan sebesar 40%, sehingga menunjukkan bahwa pengelolaan biaya produksi saat ini berada pada tingkat efisiensi yang baik. Ketepatan dalam menghitung HPP memungkinkan GoBall menerapkan strategi penetapan harga berbasis biaya yang lebih akurat, di mana harga jual dapat ditetapkan untuk menutupi seluruh biaya produksi sekaligus menghasilkan margin laba yang sehat. Dengan demikian, HPP yang dihitung secara tepat dan konsisten menjadi dasar penting dalam menjaga stabilitas finansial GoBall serta mendukung pengambilan keputusan strategis terkait penentuan harga. Perhitungan HPP yang akurat tidak hanya membantu perusahaan mengendalikan biaya dan mengevaluasi efisiensi operasional, tetapi juga menjadi fondasi bagi keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perhitungan HPP yang tepat merupakan faktor kunci dalam menentukan harga jual produk GoBall secara optimal dan memastikan usaha mampu bertahan serta berkembang di masa mendatang.

