

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Deskripsi Perusahaan

Skystar Ventures merupakan inkubator teknologi dan bisnis yang didirikan pada tahun 2014 oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Kompas Gramedia Group (KGG) dengan tujuan mendorong pertumbuhan ekosistem startup yang kolaboratif di Indonesia. Inkubator ini berfokus pada pengembangan startup berbasis teknologi, khususnya di sektor internet, seluler, sosial, pendidikan, dan e-commerce. Sebagai bagian dari ekosistem inovasi, Skystar Ventures menyediakan berbagai fasilitas dan program untuk mendukung startup, termasuk program inkubasi, mentoring, akses ke ruang kerja kolaboratif, serta peluang untuk mendapatkan pendanaan. Program ini bertujuan untuk menghubungkan para pendiri startup dengan mentor industri, akademisi, dan investor guna mempercepat pertumbuhan bisnis mereka.

Smooogo merupakan brand minuman sehat yang didirikan pada tahun 2025 oleh Kennyro Irawan, Gunawan Rimba, dan Vallene Glaudensia. Ide pendirian Smooogo berangkat dari meningkatnya kesadaran masyarakat urban terhadap pentingnya gaya hidup sehat, khususnya dalam hal konsumsi makanan dan minuman yang lebih alami. Di tengah tren tersebut, masih ditemukan kesenjangan di pasar berupa terbatasnya pilihan minuman praktis yang benar-benar bebas gula tambahan, namun tetap memiliki rasa yang enak, harga terjangkau, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan.

Berangkat dari permasalahan tersebut, Smooogo hadir sebagai solusi dengan mengusung konsep smoothies berbahan dasar buah segar tanpa gula tambahan. Produk ini dirancang untuk menjawab kebutuhan konsumen modern yang menginginkan minuman sehat tanpa harus mengorbankan rasa maupun kemudahan konsumsi. Dengan pendekatan tersebut, Smooogo tidak hanya

berfokus pada produk, tetapi juga pada edukasi gaya hidup sehat yang lebih berkelanjutan dan realistis untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Melalui rangkaian kegiatan dalam program PRO-STEP, Smoogo dikembangkan secara bertahap dan terstruktur, mulai dari tahap ideasi, validasi pasar, pengembangan produk, hingga implementasi strategi pemasaran. Pada tahap ideasi, dilakukan eksplorasi kebutuhan pasar dan tren konsumsi minuman sehat. Selanjutnya pada tahap validasi pasar, dilakukan pengujian terhadap minat konsumen untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan benar-benar relevan dan memiliki potensi permintaan yang kuat. Setelah itu, pengembangan produk difokuskan pada formulasi rasa, kualitas bahan baku, serta konsistensi produk agar tetap mempertahankan nilai kesehatan dan cita rasa yang optimal.

Dari sisi pemasaran, Smoogo menerapkan strategi yang menyesuaikan dengan target pasar utama, yaitu generasi muda dan masyarakat urban yang aktif. Pendekatan branding dilakukan dengan menekankan kesan fresh, natural, dan modern, sehingga produk dapat lebih mudah diterima dan memiliki daya tarik visual maupun emosional. Selain itu, pemanfaatan media sosial juga menjadi salah satu kanal utama dalam membangun awareness dan engagement dengan konsumen.

Dengan konsep tersebut, Smoogo hadir tidak hanya sebagai produk minuman, tetapi juga sebagai representasi gaya hidup sehat yang praktis, terjangkau, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Ke depannya, Smoogo diharapkan dapat terus berkembang menjadi brand yang mampu bersaing di industri F&B sekaligus memberikan dampak positif dalam mendorong pola konsumsi yang lebih sehat di masyarakat.

Visi Smoogo:

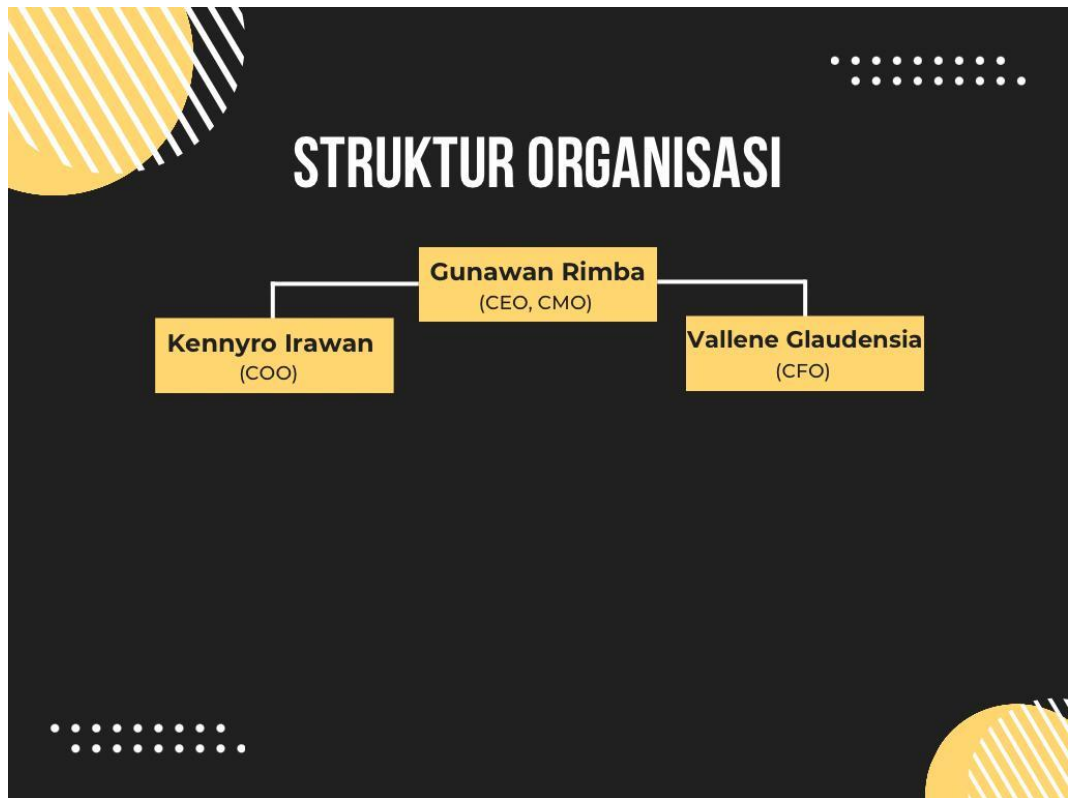
Menjadi merek minuman sehat terkemuka di Indonesia yang menghadirkan smoothies tanpa gula tambahan dan tanpa pengawet, dengan rasa yang enak serta harga terjangkau, guna mendukung gaya hidup sehat yang mudah dan berkelanjutan.

Misi Smoogo:

1. Menyediakan smoothies sehat berbahan dasar buah segar tanpa gula tambahan dan tanpa pengawet.
2. Menawarkan harga yang terjangkau agar dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat.
3. Menghadirkan rasa yang lezat namun tetap rendah kalori dan bernutrisi.
4. Mengedukasi masyarakat tentang pentingnya konsumsi minuman sehat melalui media digital.
5. Membangun brand yang modern, terpercaya, dan mudah diakses baik secara online maupun offline.
6. Mengembangkan inovasi produk dan efisiensi operasional untuk menjaga kualitas dan daya saing .

2.2 Struktur Perusahaan

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.1 Bagan Struktur Organisasi Smoogo

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gunawan Rimba – Chief Executive Officer (CEO)

Sebagai CEO, Gunawan Rimba memegang peran utama dalam memimpin operasional dan arah strategis Smoogo. Tanggung jawabnya meliputi:

- Mengarahkan, mengoordinasikan, dan mengawasi kinerja seluruh anggota tim.
- Menetapkan visi, misi, dan tujuan operasional perusahaan.
- Memastikan implementasi dan kepatuhan terhadap Standar Operasional Prosedur (SOP).
- Mengelola perencanaan anggaran dan melakukan pengawasan terhadap alur keuangan.
- Memberikan evaluasi, kritik, serta saran konstruktif untuk meningkatkan performa tim.
- Mengawasi seluruh proses *pre-event* dan operasional bazaar: pembelian bahan baku, pemrosesan, penyimpanan, hingga produksi di Hari H.
- Menjadi pengambil keputusan utama dalam aspek strategis dan operasional bisnis.

Gunawan Rimba – Chief Marketing Officer (CMO)

Selain sebagai CEO, Gunawan Rimba juga menjalankan fungsi sebagai CMO yang bertanggung jawab atas seluruh aktivitas pemasaran. Tanggung jawabnya mencakup:

- Merancang strategi pemasaran digital yang selaras dengan target pasar.
- Mengelola akun Instagram resmi Smoogo (@smoogo.blend) dan meningkatkan visibilitas brand.
- Mendesain konten visual (poster, feed, materi promosi) sesuai identitas brand.
- Mengedit dan memproduksi video promosi serta konten edukasi.

- Menganalisis insight Instagram dan mengoptimalkan strategi konten berbasis data.

Kennyro Irawan – Chief Operating Officer (COO)

Sebagai COO, Kennyro Irawan fokus pada kelancaran operasional internal serta memastikan seluruh proses berjalan efisien dan tepat waktu. Tanggung jawabnya meliputi:

- Mengelola dan mengawasi kegiatan operasional harian bisnis.
- Memastikan semua persiapan teknis untuk bazar berjalan sesuai rencana.
- Mengatur alur kerja produksi selama kegiatan berlangsung.
- Memastikan ketersediaan peralatan, bahan baku pendukung, dan perlengkapan operasional lainnya.
- Bekerja sama dengan CEO dalam implementasi SOP di semua lini operasional.
- Menyelesaikan masalah operasional dengan cepat dan efektif untuk menjaga kualitas layanan.

Vallene Glaudensia – Chief Financial Officer (CFO)

Sebagai CFO, Vallene Glaudensia bertanggung jawab dalam pengelolaan dan pengawasan aspek keuangan Smoogo. Tugasnya meliputi:

- Menyusun, memonitor, dan mengevaluasi anggaran operasional.
- Mencatat seluruh pemasukan dan pengeluaran secara rinci dan akurat.
- Membuat laporan keuangan yang transparan dan mudah dipahami oleh seluruh anggota tim.
- Melakukan analisis biaya (*cost analysis*) untuk memastikan efisiensi pengeluaran.
- Bekerja sama dengan CEO dalam pengambilan keputusan finansial dan perencanaan strategis.

- Memastikan penggunaan dana sesuai dengan tujuan operasional dan kegiatan bazar.

2.3 Kondisi umum Lingkungan

Smoogo beroperasi di lingkungan perkotaan yang memiliki tingkat mobilitas tinggi serta kesadaran yang terus meningkat terhadap gaya hidup sehat. Wilayah perkotaan seperti Jakarta dan Tangerang menjadi lokasi yang strategis karena didukung oleh kepadatan penduduk, aktivitas ekonomi yang tinggi, serta kemudahan akses terhadap bahan baku dan teknologi digital.

Dari sisi sumber daya, Smoogo memiliki beberapa potensi utama yang mendukung keberlangsungan usaha. Pertama, ketersediaan bahan baku berupa buah segar yang relatif mudah diperoleh dari pasar tradisional maupun supplier modern. Indonesia sebagai negara agraris memiliki keunggulan dalam ketersediaan buah tropis sepanjang tahun, sehingga mendukung kontinuitas produksi.

Kedua, sumber daya manusia yang dimiliki berasal dari mahasiswa dengan latar belakang manajemen, sehingga memiliki pemahaman dasar mengenai operasional bisnis, pemasaran, dan keuangan. Hal ini menjadi keunggulan dalam pengelolaan usaha yang lebih terstruktur dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Ketiga, perkembangan teknologi digital yang pesat, khususnya media sosial seperti Instagram, memberikan kemudahan dalam melakukan promosi dengan biaya yang relatif rendah namun memiliki jangkauan luas. Pemanfaatan platform digital ini menjadi salah satu kekuatan utama dalam membangun brand awareness Smoogo.

Keempat, peralatan produksi yang digunakan relatif sederhana dan mudah diakses, seperti *blender*, *freezer*, dan perlengkapan dapur lainnya, sehingga tidak memerlukan investasi awal yang terlalu besar. Hal ini memungkinkan bisnis untuk dijalankan secara fleksibel dan scalable.

Peluang pasar Smoogo didorong oleh meningkatnya tren gaya hidup sehat di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda di perkotaan. Kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan, mengontrol asupan gula, serta memilih makanan dan minuman yang lebih alami menjadi faktor utama yang mendorong permintaan terhadap produk minuman sehat.

Berdasarkan hasil riset dalam laporan ini, preferensi konsumen menunjukkan bahwa masyarakat mulai mencari alternatif minuman yang tidak hanya menyegarkan tetapi juga memiliki nilai gizi dan rendah kalori. Namun, sebagian besar produk minuman di pasaran masih mengandung gula tambahan, perasa buatan, atau dijual dengan harga yang relatif tinggi, sehingga belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan konsumen.

Hal ini membuka peluang bagi Smoogo untuk masuk ke dalam pasar dengan positioning sebagai minuman sehat tanpa gula tambahan yang tetap memiliki rasa enak dan harga terjangkau. Target pasar utama Smoogo adalah individu berusia 18–40 tahun, seperti mahasiswa, pekerja kantoran, dan komunitas olahraga yang memiliki gaya hidup aktif dan peduli kesehatan.

Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin terbiasa dengan pembelian *online* dan penggunaan media sosial juga menjadi peluang besar bagi Smoogo untuk memperluas jangkauan pasar tanpa harus bergantung pada toko fisik. Strategi penjualan melalui *pre-order*, *event*, serta kolaborasi komunitas dapat meningkatkan penetrasi pasar secara efektif.

Secara keseluruhan, kombinasi antara tren kesehatan, ketersediaan sumber daya, serta perkembangan teknologi digital menjadikan Smoogo memiliki peluang pasar yang besar untuk berkembang sebagai brand minuman sehat di industri Food & Beverage (F&B).

2.4 Gambaran Umum Produk

Produk yang dikembangkan dalam bisnis Smoogo adalah minuman sehat berupa smoothies berbahan dasar buah segar yang dirancang tanpa tambahan gula dan tanpa pengawet. Smoogo mengusung konsep “*Guilt Free Smoothies*”, yaitu minuman yang dapat dikonsumsi tanpa rasa khawatir terhadap kandungan gula berlebih maupun bahan kimia tambahan.

Smoogo merupakan minuman berbentuk smoothies yang dibuat dari kombinasi buah segar, susu atau yogurt, air, serta pemanis alami berupa stevia dalam jumlah terbatas. Produk ini diproses menggunakan metode *fresh to order*, yaitu dibuat langsung setelah pemesanan untuk menjaga kesegaran, rasa, dan kandungan nutrisi.

Karakteristik utama produk Smoogo meliputi:

- Menggunakan bahan alami (buah segar pilihan)
- Tanpa gula tambahan (*no added sugar*)
- Tanpa bahan pengawet
- Memiliki tekstur halus dan rasa alami dari buah
- Disajikan dalam kemasan praktis dan modern
- Tersedia dalam beberapa varian rasa yang disesuaikan dengan preferensi konsumen

Produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang menginginkan minuman sehat, praktis, dan tetap memiliki cita rasa yang enak. Produk Smoogo tidak hanya berfungsi sebagai minuman biasa, tetapi memiliki beberapa fungsi utama yang memberikan nilai tambah bagi konsumen.

Smoogo berfungsi sebagai alternatif minuman sehat yang rendah gula dan rendah kalori. Kandungan buah segar memberikan nutrisi seperti vitamin, mineral,

dan serat yang bermanfaat bagi tubuh, sehingga dapat membantu menjaga kesehatan dan meningkatkan daya tahan tubuh.

Produk ini dirancang sebagai pengganti minuman manis konvensional yang umumnya mengandung gula tambahan tinggi. Dengan menggunakan rasa alami dari buah dan pemanis alami yaitu stevia, Smoogo membantu konsumen mengurangi konsumsi gula harian. Smoogo memberikan solusi bagi konsumen yang memiliki keterbatasan waktu untuk membuat minuman sehat sendiri. Produk ini dapat langsung dikonsumsi tanpa proses tambahan, sehingga cocok untuk gaya hidup yang cepat dan dinamis.

Smoogo mendukung gaya hidup sehat yang saat ini menjadi tren di masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda. Produk ini tidak hanya dikonsumsi untuk kebutuhan fisik, tetapi juga menjadi bagian dari identitas gaya hidup sehat dan modern. Selain sehat, Smoogo tetap mengedepankan rasa yang enak dan menyegarkan. Hal ini bertujuan agar konsumen tetap dapat menikmati minuman tanpa harus mengorbankan cita rasa.

Smoogo memiliki nilai tambah dibandingkan produk sejenis, yaitu:

- Kombinasi antara sehat, enak, dan terjangkau
- Fokus pada konsep tanpa gula tambahan yang jelas
- Menggunakan bahan alami tanpa pengawet
- Diproduksi secara fresh sehingga kualitas terjaga
- Brand yang modern dan dekat dengan konsumen

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.2 Menu Smoothies



Gambar 2.3 Menu Jus

2.5 Analisis Kelayakan Usaha

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Varian Menu	Bahan Baku	Modal	Total Modal	Harga Jual
Combination Series				
Berry Banana Duo	Stroberi (100 gr)	Rp4,500	Rp9,420	Rp30,000
	Pisang (50 gr)	Rp750		
	Susu (100 ml)	Rp2,000		
	Yogurt (7gr)	Rp800		
	Es batu (100 gr)	Rp200		
	Stevia (2 tetes)	Rp500		
	Cup (14 oz)	Rp670		
Choco Banana Bliss	Pisang (150 gr)	Rp2,250	Rp9,320	Rp30,000
	Susu (100 ml)	Rp2,000		
	Yogurt (15 gr)	Rp1,700		
	Coklat (10 gr)	Rp2,000		
	Es batu (100 gr)	Rp200		
	Stevia (2 tetes)	Rp500		
	Cup (14 oz)	Rp670		
Waterberry Splash	Semangka (100 gr)	Rp2,700	Rp6,210	Rp25,000
	Stroberi (50 gr)	Rp2,000		
	Es batu (100 gr)	Rp200		
	Air (100 ml)	Rp140		
	Stevia (2 tetes)	Rp500		
	Cup (14 oz)	Rp670		
Single Series				
Strawberry Crush	Stroberi (150 gr)	Rp5,400	Rp10,470	Rp30,000
	Susu (100 ml)	Rp2,000		
	Yogurt (15 gr)	Rp1,700		
	Es batu (100 gr)	Rp200		
	Stevia (2 tetes)	Rp500		
	Cup (14 oz)	Rp670		
Ready To Drink Series				
Jus Stroberi	Stroberi (200 gr)	Rp9,000	Rp9,640	Rp18,000
	Air (100 ml)	Rp140		
	Stevia (2 tetes)	Rp500		
Jus Jambu	Jambu (200 gr)	Rp3,125	Rp3,765	Rp18,000
	Air (100 ml)	Rp140		
	Stevia (2 tetes)	Rp500		
Jus Semangka	Semangka (200 gr)	Rp5,600	Rp6,240	Rp18,000
	Air (100 ml)	Rp140		
	Stevia (2 tetes)	Rp500		

Gambar 2.4 HPP Menu

Analisis kelayakan usaha merupakan salah satu tahapan penting dalam proses

perencanaan dan pengembangan bisnis karena berfungsi untuk menilai kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan keuntungan serta mempertahankan keberlanjutannya dalam jangka panjang. Melalui analisis ini, pelaku usaha dapat memperoleh gambaran mengenai tingkat pengembalian investasi, kemampuan usaha dalam menutup biaya operasional, serta potensi pertumbuhan yang dapat dicapai di masa mendatang. Dalam konteks bisnis Smoogo sebagai merek smoothies tanpa gula tambahan, analisis kelayakan dilakukan dengan menggunakan pendekatan finansial berupa perhitungan *Break Even Point* (BEP) dan evaluasi sederhana terhadap proyeksi arus kas (*cash flow*).

Pada tahap awal pendiriannya, Smoogo memperoleh modal usaha sebesar Rp5.000.000 yang digunakan untuk mendukung berbagai kebutuhan operasional, seperti pengadaan peralatan produksi, pembelian bahan baku, pengemasan produk, serta biaya pemasaran awal. Modal tersebut menjadi sumber pendanaan utama dalam menjalankan kegiatan usaha dan berfungsi sebagai investasi awal yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan melalui aktivitas operasional perusahaan. Oleh karena itu, salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat kelayakan usaha adalah kemampuan perusahaan dalam mengembalikan modal yang telah diinvestasikan dalam periode waktu tertentu.

Berdasarkan data operasional pada periode awal usaha, Smoogo berhasil memperoleh total laba bersih sebesar Rp6.450.000 dari aktivitas penjualan yang dilakukan selama 25 hari operasional. Capaian tersebut menunjukkan bahwa usaha mampu menghasilkan pendapatan yang melebihi seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dan pemasaran. Jika laba bersih tersebut dibagi dengan jumlah hari operasional, maka diperoleh rata-rata laba bersih harian sebesar Rp258.000. Nilai ini menjadi dasar dalam menghitung estimasi waktu yang diperlukan perusahaan untuk mencapai titik impas atau *Break Even Point*.

Secara teoritis, *Break Even Point* merupakan kondisi ketika total pendapatan yang diperoleh perusahaan telah mampu menutupi seluruh biaya dan investasi yang dikeluarkan, sehingga perusahaan tidak lagi berada pada posisi rugi maupun

memperoleh keuntungan bersih atas modal awal yang diinvestasikan. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, estimasi waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal awal sebesar Rp5.000.000 adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Break Even Point (BEP)} &= \text{Modal Awal} \div \text{Rata-rata Laba Bersih Harian} \\ &= \text{Rp5.000.000} \div \text{Rp258.000} \\ &= \mathbf{19,38 \text{ hari operasional}} \end{aligned}$$

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa Smoogo diperkirakan mampu mencapai titik impas dalam waktu sekitar 20 hari operasional. Periode pengembalian modal yang relatif singkat ini mengindikasikan bahwa usaha memiliki tingkat profitabilitas yang cukup baik pada tahap awal pengembangan. Dalam perspektif kelayakan investasi, semakin cepat suatu usaha mencapai titik impas, maka semakin rendah risiko investasi yang harus ditanggung oleh pemilik usaha. Oleh karena itu, hasil analisis BEP menunjukkan bahwa model bisnis yang diterapkan oleh Smoogo memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan lebih lanjut.

Selain melalui analisis BEP, kelayakan usaha juga dapat dievaluasi melalui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas yang positif. Selama periode operasional awal, aktivitas penjualan yang dilakukan menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan penerimaan kas yang lebih besar dibandingkan dengan pengeluaran yang dikeluarkan untuk menjalankan usaha. Kondisi ini mencerminkan kemampuan bisnis dalam menjaga likuiditas dan memenuhi kebutuhan operasional secara mandiri tanpa ketergantungan terhadap sumber pendanaan eksternal. Arus kas yang sehat merupakan indikator penting bagi keberlangsungan usaha karena memungkinkan perusahaan untuk melakukan reinvestasi, memperluas kapasitas produksi, serta mengembangkan strategi pemasaran secara berkelanjutan.

Apabila kinerja penjualan yang telah dicapai dapat dipertahankan secara konsisten, maka perusahaan berpotensi menghasilkan akumulasi keuntungan yang

signifikan dalam periode satu tahun operasional. Keuntungan tersebut dapat dimanfaatkan untuk memperkuat modal kerja, meningkatkan kualitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung pengembangan inovasi produk baru. Dari sudut pandang manajemen keuangan, kondisi tersebut menunjukkan bahwa usaha memiliki prospek pertumbuhan yang cukup menjanjikan dan berpotensi menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pemilik usaha.

Meskipun demikian, keberhasilan usaha dalam jangka panjang tetap dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal. Beberapa faktor yang perlu menjadi perhatian antara lain fluktuasi harga bahan baku, perubahan preferensi konsumen, tingkat persaingan dalam industri minuman sehat, serta efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan. Selain itu, kemampuan perusahaan dalam melakukan pengendalian biaya, menjaga kualitas produk, dan mengelola arus kas secara disiplin juga menjadi faktor yang menentukan keberlanjutan usaha di masa mendatang. Oleh karena itu, evaluasi kinerja keuangan dan operasional perlu dilakukan secara berkala agar perusahaan dapat mengantisipasi berbagai risiko yang mungkin muncul.

Berdasarkan hasil analisis *Break Even Point* dan evaluasi terhadap kondisi arus kas perusahaan, dapat disimpulkan bahwa Smoogo memiliki tingkat kelayakan usaha yang baik untuk dikembangkan dalam jangka panjang. Periode pengembalian modal yang relatif cepat, kemampuan menghasilkan laba sejak tahap awal operasional, serta potensi pertumbuhan pasar minuman sehat menjadi indikator bahwa usaha ini memiliki prospek yang positif. Dengan dukungan pengelolaan keuangan yang efektif, inovasi produk yang berkelanjutan, dan strategi pemasaran yang tepat, Smoogo berpotensi berkembang menjadi bisnis yang kompetitif dan mampu mempertahankan keberlanjutannya di masa mendatang.

Tabel 2 1 Pendapatan Bersih

Bulan	Pendapatan Bersih (Rp)	Akumulasi (Rp)
1	6.450.000	6.450.000
2	6.450.000	12.900.000
3	6.450.000	19.350.000
4	6.450.000	25.800.000
5	6.450.000	32.250.000
6	6.450.000	38.700.000
7	6.450.000	45.150.000
8	6.450.000	51.600.000
9	6.450.000	58.050.000
10	6.450.000	64.500.000
11	6.450.000	70.950.000
12	6.450.000	77.400.000

Berdasarkan laporan posisi keuangan (neraca) Smoogo periode Mei 2026, perusahaan memiliki total aset sebesar Rp13.925.000 yang seluruhnya berasal dari modal pemilik dan akumulasi laba usaha. Tidak terdapat kewajiban atau utang yang digunakan sebagai sumber pendanaan perusahaan, sehingga struktur modal Smoogo sepenuhnya berbasis ekuitas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan menerapkan kebijakan pembiayaan yang konservatif dengan mengandalkan sumber dana internal dalam menjalankan kegiatan operasional maupun pengembangan usaha. Dari perspektif manajemen keuangan, struktur permodalan seperti ini memberikan keuntungan berupa rendahnya risiko finansial karena perusahaan tidak memiliki kewajiban pembayaran bunga maupun cicilan utang yang berpotensi mengurangi arus kas operasional.

Selama periode operasional yang diamati, Smoogo berhasil membukukan laba bersih sebesar Rp6.900.000 yang berasal dari berbagai kegiatan penjualan dan partisipasi dalam sejumlah acara. Kontribusi laba diperoleh dari kegiatan penjualan di Regina Pacis Jakarta sebesar Rp1.000.000, UMN Festival sebesar Rp900.000, Orange Groove PIK 2 sebesar Rp1.000.000, UPH College sebesar Rp1.500.000, serta UMN Entrepreneurship Week sebesar Rp3.200.000. Data tersebut menunjukkan bahwa kegiatan bazar dan event kewirausahaan memiliki peran yang

signifikan dalam menghasilkan pendapatan perusahaan. Secara khusus, UMN Entrepreneurship Week menjadi kontributor terbesar terhadap laba usaha dengan porsi hampir setengah dari total keuntungan yang diperoleh. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran berbasis event dan penjualan langsung kepada konsumen merupakan salah satu pendekatan yang efektif dalam meningkatkan kinerja penjualan Smoogo.

Untuk menilai efektivitas pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan, dilakukan analisis menggunakan rasio profitabilitas, salah satunya Return on Assets (ROA). Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui seluruh aset yang dimiliki. Berdasarkan hasil perhitungan, Smoogo memperoleh nilai ROA sebesar 49,55%, yang diperoleh dari perbandingan antara laba bersih sebesar Rp6.900.000 dengan total aset sebesar Rp13.925.000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap Rp1,00 aset yang dimiliki perusahaan mampu menghasilkan laba sebesar Rp0,4955. Dalam konteks usaha rintisan yang masih berada pada tahap pengembangan, tingkat pengembalian aset tersebut dapat dikategorikan sangat baik karena menunjukkan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan telah dimanfaatkan secara produktif untuk menciptakan nilai ekonomi.

Tingginya nilai ROA mencerminkan efektivitas pengelolaan aset yang digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan. Aset-aset yang dimiliki, seperti peralatan produksi, blender, freezer, perlengkapan penyimpanan, dan fasilitas pendukung lainnya, mampu mendukung proses produksi dan penjualan secara optimal sehingga berkontribusi terhadap pencapaian laba usaha. Dengan kata lain, perusahaan tidak hanya berhasil memperoleh pendapatan, tetapi juga mampu memanfaatkan aset yang tersedia secara efisien untuk menghasilkan keuntungan yang relatif tinggi dibandingkan nilai aset yang dimiliki.

Selain ROA, analisis profitabilitas juga dilakukan melalui Return on Equity (ROE), yaitu rasio yang mengukur tingkat pengembalian atas modal yang diinvestasikan oleh pemilik perusahaan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa

Smoogo memiliki nilai ROE sebesar 49,55%. Rasio tersebut mengindikasikan bahwa setiap Rp1,00 modal yang ditanamkan pemilik mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp0,4955 selama periode usaha berjalan. Dari sudut pandang investor maupun pemilik usaha, tingkat pengembalian tersebut menunjukkan bahwa modal yang telah diinvestasikan mampu dikelola secara efektif untuk menghasilkan keuntungan yang memadai.

Kesamaan nilai antara ROA dan ROE dalam kasus Smoogo disebabkan oleh tidak adanya penggunaan utang dalam struktur pendanaan perusahaan. Secara teoritis, ketika perusahaan tidak memiliki kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang, maka total aset akan sama dengan total ekuitas. Akibatnya, rasio ROA dan ROE akan menghasilkan nilai yang identik karena menggunakan basis perhitungan yang sama. Kondisi ini menunjukkan bahwa seluruh pertumbuhan usaha yang terjadi hingga saat ini berasal dari modal pemilik serta laba yang dihasilkan melalui aktivitas operasional perusahaan tanpa adanya dukungan pendanaan eksternal.

Dari perspektif pengelolaan keuangan, hasil analisis tersebut memberikan gambaran bahwa Smoogo berada dalam kondisi finansial yang cukup sehat. Kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang relatif tinggi dengan tingkat risiko finansial yang rendah menunjukkan bahwa strategi pengelolaan sumber daya yang diterapkan telah berjalan secara efektif. Temuan ini juga memperlihatkan pentingnya peran Chief Financial Officer (CFO) dalam mengelola alokasi modal, melakukan pengawasan terhadap penggunaan aset, serta memastikan bahwa setiap keputusan bisnis yang diambil mampu memberikan dampak positif terhadap profitabilitas dan keberlanjutan usaha. Dengan tingkat pengembalian aset dan modal yang tinggi, Smoogo memiliki fondasi keuangan yang cukup kuat untuk mendukung pengembangan bisnis pada periode-periode berikutnya.

Tabel 2.2 Neraca Smoogo

Neraca Smoogo	
Periode Mei 2026	
Aset	Liabilitas

Aset Lancar		Liabilitas	
Kas	Rp 4,775,000	Utang Usaha	Rp 0
Bank	Rp 0	Utang Gaji	Rp 0
Piutang Usaha	Rp 0	Utang Listrik & Air	Rp 0
Persediaan Bahan Baku	Rp 0	Utang Lain-lain	Rp 0
Persediaan Produk Jadi	Rp 0		
Perlengkapan	Rp 1,250,000		
Total Aset Lancar	Rp 6,250,000	Total Liabilitas	Rp 0
Aset Tetap		Ekuitas	
Blender	Rp 3,375,000	Modal Pemilik	Rp 6,225,000
Freezer	Rp 2,450,000	Laba Ditahan	Rp 7,700,000
Peralatan Produksi	Rp 250,000	Laba Berjalan	Rp 0
Peralatan Penjualan	Rp 375,000	Prive	Rp 0
Akumulasi Penyusutan	Rp 1,450,000		
Total Aset Tetap	Rp 7,900,000		Rp 13,925,000
Total Aset	Rp 13,925,000		Rp 13,925,000

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA