

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Deskripsi Perusahaan

Smoogo merupakan sebuah merek minuman sehat yang didirikan pada tahun 2025 oleh Gunawan Rimba, Kennyro Irawan, dan Vallene Glaudensia melalui Program Professional Startup Development Program (PRO-STEP). Pendirian Smoogo dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pola hidup sehat, khususnya dalam pemilihan makanan dan minuman yang dikonsumsi sehari-hari. Perubahan gaya hidup masyarakat modern yang semakin memperhatikan aspek kesehatan telah mendorong peningkatan permintaan terhadap produk pangan dan minuman yang tidak hanya praktis, tetapi juga memiliki nilai gizi yang baik. Namun demikian, masih terdapat keterbatasan pilihan minuman sehat yang mampu mengombinasikan aspek kesehatan, cita rasa, kemudahan konsumsi, serta harga yang terjangkau bagi berbagai kalangan konsumen.

Fenomena tersebut menjadi dasar bagi tim pendiri untuk mengembangkan sebuah produk yang dapat menjawab kebutuhan pasar yang terus berkembang. Melalui proses observasi dan identifikasi peluang bisnis, ditemukan bahwa sebagian besar produk minuman yang beredar di pasaran masih mengandung gula tambahan dalam jumlah yang relatif tinggi. Padahal, konsumsi gula berlebih telah banyak dikaitkan dengan berbagai risiko kesehatan, seperti obesitas, diabetes melitus, dan gangguan metabolisme lainnya. Oleh karena itu, Smoogo hadir dengan menawarkan alternatif minuman yang lebih sehat melalui produk smoothies berbahan dasar buah segar tanpa tambahan gula, sehingga rasa manis yang dihasilkan berasal secara alami dari kandungan buah itu sendiri.

Pengembangan Smoogo dilakukan secara bertahap melalui berbagai rangkaian kegiatan yang difasilitasi dalam program PRO-STEP. Pada tahap awal, tim melakukan proses ideasi untuk merumuskan konsep bisnis yang sesuai dengan

kebutuhan pasar dan tren konsumsi masyarakat. Tahap ini dilanjutkan dengan kegiatan validasi pasar melalui observasi, survei sederhana, serta pengumpulan masukan dari calon konsumen potensial. Hasil validasi tersebut menjadi dasar dalam menyusun strategi pengembangan produk yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan (*customer-oriented product development*).

Selanjutnya, tim melakukan proses penelitian dan pengembangan produk (*research and development*) yang mencakup formulasi resep, pemilihan bahan baku, pengujian cita rasa, serta penentuan standar kualitas produk. Dalam tahap ini, berbagai kombinasi buah dan bahan pendukung diuji untuk menghasilkan produk yang memiliki keseimbangan antara nilai gizi, tekstur, dan cita rasa yang dapat diterima oleh konsumen. Selain pengembangan produk, tim juga mulai membangun identitas merek, menentukan posisi pasar (*market positioning*), serta menyusun strategi pemasaran yang dapat mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Sebagai merek yang beroperasi dalam industri makanan dan minuman sehat, Smoogo mengusung nilai utama berupa komitmen terhadap kesehatan, kualitas, dan inovasi. Produk yang ditawarkan difokuskan pada smoothies berbahan dasar buah segar tanpa gula tambahan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan pilihan minuman sehat, praktis, dan bernutrisi. Dengan mengedepankan penggunaan bahan baku alami dan proses produksi yang terstandarisasi, Smoogo berupaya memberikan nilai tambah bagi konsumen sekaligus membangun kepercayaan terhadap kualitas produk yang dihasilkan.

Dalam perkembangannya, Smoogo tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga memiliki visi untuk mendorong terbentuknya gaya hidup sehat di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda dan masyarakat urban. Melalui produk yang ditawarkan, perusahaan berupaya meningkatkan kesadaran konsumen mengenai pentingnya memilih alternatif konsumsi yang lebih sehat tanpa harus mengorbankan kenyamanan dan kenikmatan dalam mengonsumsi minuman. Dengan potensi pasar yang terus berkembang serta dukungan inovasi yang berkelanjutan, Smoogo memiliki peluang untuk tumbuh sebagai salah satu

merek minuman sehat yang kompetitif dan berkelanjutan di industri makanan dan minuman Indonesia.

2.1.1 Visi Smoogo

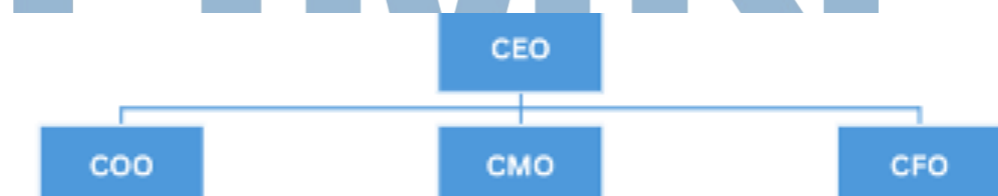
Menjadi merek minuman sehat terkemuka di Indonesia yang menghadirkan smoothies tanpa gula tambahan dan tanpa pengawet, dengan rasa yang enak serta harga terjangkau, guna mendukung gaya hidup sehat yang mudah dan berkelanjutan.

2.1.2 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.

Mengembangkan inovasi produk dan efisiensi operasional untuk menjaga kualitas dan daya saing

2.2 Struktur Perusahaan



Gambar 2.1 Bagan Struktur Organisasi Smoogo

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

Kondisi umum lingkungan dalam pelaksanaan kegiatan kewirausahaan Smoogo menunjukkan adanya potensi sumber daya dan peluang pasar yang cukup besar, khususnya dalam industri makanan dan minuman sehat. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya kesehatan menjadi faktor utama yang mendorong meningkatnya permintaan terhadap produk makanan dan minuman yang lebih sehat, termasuk produk tanpa gula tambahan.

Dari sisi potensi sumber daya, ketersediaan bahan baku seperti buah-buahan segar relatif mudah diperoleh di pasar lokal dengan variasi yang beragam. Hal ini

menjadi keunggulan dalam mendukung keberlangsungan produksi smoothies yang berkualitas. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga menjadi sumber daya penting dalam mendukung kegiatan pemasaran, seperti penggunaan media sosial untuk promosi dan komunikasi dengan konsumen.

Dari perspektif sumber daya manusia, Smoogo didukung oleh struktur organisasi yang menerapkan pembagian tugas dan tanggung jawab secara jelas sesuai dengan fungsi manajerial masing-masing. Setiap anggota tim memiliki peran yang spesifik dalam mendukung operasional dan pengembangan bisnis, mulai dari fungsi kepemimpinan, operasional, pemasaran, hingga keuangan. Pembagian peran tersebut memungkinkan koordinasi kerja yang lebih efektif, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempercepat proses pengambilan keputusan. Dalam konteks pengelolaan bisnis, keberadaan fungsi Chief Financial Officer (CFO) menjadi salah satu elemen penting yang berperan dalam mengelola sumber daya keuangan, melakukan pengendalian biaya, serta memberikan analisis yang mendukung pengambilan keputusan strategis perusahaan.

Keberhasilan pengembangan bisnis tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki secara optimal. Melalui koordinasi yang baik antar divisi, Smoogo mampu menjalankan berbagai aktivitas bisnis secara terintegrasi, mulai dari pengembangan produk, perencanaan pemasaran, pelaksanaan penjualan, hingga evaluasi kinerja usaha. Kondisi ini mencerminkan pentingnya penerapan prinsip manajemen yang efektif dalam mendukung pertumbuhan usaha, khususnya bagi bisnis yang masih berada pada tahap awal pengembangan.

Dari sisi peluang pasar, Smoogo memiliki prospek yang cukup menjanjikan karena beroperasi pada segmen industri minuman sehat yang menunjukkan tren pertumbuhan positif dalam beberapa tahun terakhir. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pola hidup sehat telah mendorong perubahan perilaku konsumsi, terutama di kalangan generasi muda dan masyarakat perkotaan. Konsumen saat ini cenderung lebih selektif dalam memilih produk

makanan dan minuman, dengan mempertimbangkan kandungan nutrisi, tingkat konsumsi gula, serta manfaat kesehatan yang ditawarkan. Kondisi tersebut menciptakan peluang yang besar bagi Smoogo sebagai merek smoothies tanpa gula tambahan yang mengedepankan konsep kesehatan dan penggunaan bahan baku alami.

Target pasar utama Smoogo adalah masyarakat urban, khususnya kelompok usia produktif yang memiliki gaya hidup aktif dan tingkat kesadaran yang tinggi terhadap kesehatan. Segmen pasar ini umumnya memiliki preferensi terhadap produk yang praktis, bernutrisi, dan sesuai dengan kebutuhan gaya hidup modern. Selain itu, meningkatnya tren konsumsi produk berbasis buah-buahan dan minuman fungsional turut memperkuat potensi pasar yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasarnya di masa mendatang.

Perkembangan teknologi digital juga menjadi faktor yang mendukung perluasan peluang bisnis Smoogo. Pemanfaatan media sosial dan platform digital memungkinkan perusahaan untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya pemasaran yang relatif efisien dibandingkan metode pemasaran konvensional. Melalui strategi pemasaran digital yang terarah, perusahaan dapat membangun kesadaran merek (brand awareness), meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memperoleh data yang dapat digunakan untuk memahami perilaku pasar. Dari perspektif keuangan, pemanfaatan saluran digital juga memberikan keuntungan berupa efisiensi biaya promosi yang dapat berdampak positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Selain pemasaran digital, partisipasi dalam kegiatan bazar, festival kewirausahaan, dan berbagai acara komunitas memberikan peluang bagi Smoogo untuk memperkenalkan produknya secara langsung kepada konsumen. Kegiatan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana penjualan, tetapi juga sebagai media untuk memperoleh umpan balik terkait kualitas produk, harga, kemasan, dan preferensi konsumen. Informasi yang diperoleh dari interaksi langsung dengan pelanggan menjadi masukan yang berharga bagi perusahaan dalam melakukan evaluasi dan pengembangan produk secara berkelanjutan.

Dengan dukungan sumber daya manusia yang terorganisasi dengan baik, peluang pasar yang terus berkembang, serta meningkatnya tren konsumsi produk sehat, Smoogo memiliki potensi yang kuat untuk berkembang sebagai bisnis minuman sehat yang berkelanjutan. Dalam proses tersebut, peran CFO menjadi semakin penting untuk memastikan bahwa setiap keputusan pengembangan usaha didasarkan pada pertimbangan finansial yang tepat, sehingga pertumbuhan bisnis dapat dicapai secara sehat, terukur, dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

2.4 Gambaran Umum Produk

Produk yang dikembangkan dalam kegiatan kewirausahaan ini adalah minuman sehat berupa smoothies tanpa gula tambahan dengan merek Smoogo. Produk ini dirancang sebagai alternatif minuman yang tidak hanya menyegarkan, tetapi juga memiliki nilai gizi yang baik serta mendukung gaya hidup sehat masyarakat modern. Smoothies Smoogo dibuat menggunakan bahan utama berupa buah-buahan segar yang diproses tanpa penambahan gula, sehingga kandungan rasa manis yang dihasilkan berasal secara alami dari buah itu sendiri. Selain itu, produk ini juga dapat dikombinasikan dengan bahan tambahan seperti susu rendah lemak, yogurt, atau bahan berbasis nabati untuk meningkatkan nilai nutrisi dan variasi rasa.

Dari segi fungsi, produk ini memiliki beberapa manfaat utama. Pertama, sebagai minuman sehat yang dapat membantu memenuhi kebutuhan nutrisi harian, khususnya vitamin dan serat. Kedua, sebagai alternatif minuman rendah gula yang cocok bagi konsumen yang sedang menjalani pola hidup sehat atau mengurangi konsumsi gula. Ketiga, sebagai produk praktis yang dapat dikonsumsi kapan saja, baik sebagai minuman harian maupun sebagai pengganti makanan ringan.

Selain fungsi utama, produk Smoogo juga dirancang dengan memperhatikan aspek kualitas dan keamanan pangan. Proses produksi dilakukan secara higienis dengan standar operasional yang telah ditetapkan, serta menggunakan bahan baku yang segar dan berkualitas. Kemasan produk juga didesain secara menarik dan

fungsional untuk menjaga kesegaran produk serta meningkatkan daya tarik visual di mata konsumen.

Dari sisi diferensiasi, Smoogo menawarkan keunggulan berupa konsep “tanpa gula tambahan” yang menjadi nilai utama dalam positioning produk di pasar. Hal ini membedakan Smoogo dari produk minuman sejenis yang umumnya masih menggunakan tambahan gula atau pemanis buatan. Dengan konsep produk yang berfokus pada kesehatan, kualitas, dan inovasi, Smoogo diharapkan mampu memenuhi kebutuhan konsumen serta memiliki daya saing yang kuat di industri minuman sehat.

2.5 Analisis Kelayakan Usaha

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*).

Berdasarkan data proyeksi keuangan yang disusun untuk periode satu tahun operasional, Smoogo menargetkan penjualan awal sebesar **1.000 cup per bulan** atau sekitar **40 cup per hari**. Target tersebut direncanakan mengalami peningkatan secara bertahap sebesar 50 cup setiap bulan, sehingga pada bulan ke-12 target penjualan mencapai **1.550 cup per bulan**. Peningkatan target penjualan ini didasarkan pada asumsi pertumbuhan jumlah pelanggan, peningkatan kesadaran merek (*brand awareness*), serta perluasan jangkauan pemasaran yang dilakukan secara berkelanjutan melalui berbagai kegiatan promosi dan penjualan langsung.

Dalam menjalankan operasional usahanya, perusahaan mengalokasikan biaya

tetap yang terdiri atas biaya pemasaran dan biaya operasional. Dari sisi pemasaran, Smoogo menganggarkan biaya sebesar **Rp2.200.000 per bulan**, yang terdiri atas biaya influencer sebesar **Rp2.000.000** dan biaya iklan digital melalui TikTok Ads sebesar **Rp200.000**. Strategi pemasaran tersebut dirancang untuk meningkatkan visibilitas merek sekaligus memperluas jangkauan konsumen pada segmen pasar yang menjadi target utama perusahaan.

Selain biaya pemasaran, perusahaan juga mengeluarkan biaya operasional tetap sebesar **Rp6.350.000 per bulan**, yang terdiri atas biaya listrik sebesar **Rp350.000** dan biaya sewa tempat sebesar **Rp6.000.000**. Dengan demikian, total biaya yang harus ditanggung perusahaan setiap bulan mencapai **Rp8.550.000**. Besarnya biaya tetap tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki komitmen untuk menjaga kualitas operasional serta mendukung aktivitas pemasaran yang berkelanjutan guna mendorong pertumbuhan usaha dalam jangka panjang.

Berdasarkan asumsi keuntungan bersih sebesar **Rp20.000 per cup**, total keuntungan yang diperoleh perusahaan diproyeksikan meningkat sejalan dengan pertumbuhan volume penjualan. Pada bulan pertama, keuntungan yang dihasilkan diperkirakan sebesar **Rp20.000.000**, kemudian meningkat secara bertahap hingga mencapai **Rp31.000.000** pada bulan ke-12. Setelah dikurangi dengan total biaya bulanan sebesar Rp8.550.000, perusahaan diproyeksikan memperoleh laba bersih sebesar **Rp11.450.000 pada bulan pertama** dan meningkat menjadi **Rp22.450.000 pada bulan ke-12**.

Berdasarkan proyeksi tersebut, modal awal yang diinvestasikan untuk menjalankan usaha Smoogo adalah sebesar **Rp5.000.000**. Jika dibandingkan dengan laba bersih yang diproyeksikan pada bulan pertama sebesar **Rp11.450.000**, maka perusahaan secara teoritis telah mampu mengembalikan seluruh modal awal bahkan sejak bulan pertama operasional. Perhitungan Break Even Point (BEP) dalam kondisi ini dapat dilakukan dengan membandingkan modal awal terhadap laba bersih rata-rata per hari pada bulan pertama.

Laba bersih bulan pertama sebesar Rp11.450.000 diperoleh selama sekitar 25

hari operasional, sehingga rata-rata laba bersih harian dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Rata-rata laba bersih harian} = \text{Rp}11.450.000 \div 25 \text{ hari} = \text{Rp}458.000 \text{ per hari}$$

Selanjutnya, estimasi waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal awal dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} \text{Break Even Point (BEP)} &= \text{Modal Awal} \div \text{Rata-rata Laba Bersih Harian} \\ &= \text{Rp}5.000.000 \div \text{Rp}458.000 \\ &= \mathbf{10,92 \text{ hari operasional}} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, Smoogo diproyeksikan mampu mencapai titik impas (*Break Even Point*) dalam waktu sekitar **11 hari operasional**. Periode pengembalian modal yang relatif singkat ini menunjukkan bahwa usaha memiliki potensi profitabilitas yang tinggi serta tingkat kelayakan finansial yang baik. Dari perspektif investasi, semakin cepat modal dapat kembali, maka semakin rendah tingkat risiko yang ditanggung oleh pemilik usaha. Oleh karena itu, hasil analisis BEP dan proyeksi laba yang diperoleh menunjukkan bahwa bisnis Smoogo memiliki prospek yang menjanjikan untuk dikembangkan secara berkelanjutan, terutama apabila target penjualan dan efisiensi biaya yang telah direncanakan dapat direalisasikan secara konsisten.

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.

Daftar tabel 2.5

| | Bulan 1 | Bulan 2 | Bulan 3 | Bulan 4 | Bulan 5 | Bulan 6 | Bulan 7 | Bulan 8 | Bulan 9 | Bulan 10 | Bulan 11 | Bulan 12 |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Target penjualan | 1000 cup | 1050 cup | 1100 cup | 1150 cup | 1200 cup | 1250 cup | 1300 cup | 1350 cup | 1400 cup | 1450 cup | 1500 cup | 1550 cup |
| Influencer (2 orang/bulan) | Rp 2,000,000 | Rp 2,000,000 | Rp 2,000,000 | Rp 2,000,000 | Rp 2,000,000 | Rp 2,000,000 | Rp 2,000,000 | Rp 2,000,000 | Rp 2,000,000 | Rp 2,000,000 | Rp 2,000,000 | Rp 2,000,000 |
| Tiktok Ads | Rp 200,000 | Rp 200,000 | Rp 200,000 | Rp 200,000 | Rp 200,000 | Rp 200,000 | Rp 200,000 | Rp 200,000 | Rp 200,000 | Rp 200,000 | Rp 200,000 | Rp 200,000 |
| Total Marketing | Rp 2,200,000 | Rp 2,200,000 | Rp 2,200,000 | Rp 2,200,000 | Rp 2,200,000 | Rp 2,200,000 | Rp 2,200,000 | Rp 2,200,000 | Rp 2,200,000 | Rp 2,200,000 | Rp 2,200,000 | Rp 2,200,000 |
| Listrik | Rp 350,000 | Rp 350,000 | Rp 350,000 | Rp 350,000 | Rp 350,000 | Rp 350,000 | Rp 350,000 | Rp 350,000 | Rp 350,000 | Rp 350,000 | Rp 350,000 | Rp 350,000 |
| Sewa | Rp 6,000,000 | Rp 6,000,000 | Rp 6,000,000 | Rp 6,000,000 | Rp 6,000,000 | Rp 6,000,000 | Rp 6,000,000 | Rp 6,000,000 | Rp 6,000,000 | Rp 6,000,000 | Rp 6,000,000 | Rp 6,000,000 |
| Total Operasional | Rp 6,350,000 | Rp 6,350,000 | Rp 6,350,000 | Rp 6,350,000 | Rp 6,350,000 | Rp 6,350,000 | Rp 6,350,000 | Rp 6,350,000 | Rp 6,350,000 | Rp 6,350,000 | Rp 6,350,000 | Rp 6,350,000 |
| Total Biaya | Rp 8,550,000 | Rp 8,550,000 | Rp 8,550,000 | Rp 8,550,000 | Rp 8,550,000 | Rp 8,550,000 | Rp 8,550,000 | Rp 8,550,000 | Rp 8,550,000 | Rp 8,550,000 | Rp 8,550,000 | Rp 8,550,000 |
| Total Keuntungan (Rp20.000/Cup) | Rp 20,000,000 | Rp 21,000,000 | Rp 22,000,000 | Rp 23,000,000 | Rp 24,000,000 | Rp 25,000,000 | Rp 26,000,000 | Rp 27,000,000 | Rp 28,000,000 | Rp 29,000,000 | Rp 30,000,000 | Rp 31,000,000 |
| Laba/Rugi | Rp 11,450,000 | Rp 12,450,000 | Rp 13,450,000 | Rp 14,450,000 | Rp 15,450,000 | Rp 16,450,000 | Rp 17,450,000 | Rp 18,450,000 | Rp 19,450,000 | Rp 20,450,000 | Rp 21,450,000 | Rp 22,450,000 |

Berdasarkan proyeksi keuangan yang disusun untuk periode satu tahun operasional, Smoogo direncanakan menjalankan kegiatan usaha dengan modal awal sebesar Rp5.000.000 yang digunakan untuk mendukung berbagai kebutuhan bisnis, seperti pengadaan peralatan produksi, pembelian bahan baku, aktivitas pemasaran, serta biaya operasional lainnya. Dalam pengembangannya, perusahaan menerapkan pendekatan pembiayaan yang berfokus pada penggunaan modal internal sehingga aktivitas operasional dapat berjalan tanpa ketergantungan terhadap sumber pendanaan eksternal. Strategi tersebut bertujuan untuk menjaga fleksibilitas keuangan sekaligus meminimalkan risiko yang timbul akibat kewajiban pembayaran utang.

Dari sisi operasional, perusahaan menetapkan target penjualan awal sebesar 1.000 cup pada bulan pertama dengan rata-rata penjualan sekitar 40 cup per hari. Target tersebut dirancang mengalami peningkatan secara bertahap sebesar 50 cup setiap bulan sehingga mencapai 1.550 cup pada bulan ke-12. Kenaikan target penjualan ini didasarkan pada asumsi meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk Smoogo, perluasan jangkauan pemasaran, serta penguatan aktivitas promosi

yang dilakukan secara berkelanjutan melalui media digital maupun kegiatan penjualan langsung.

Untuk mendukung pencapaian target tersebut, perusahaan mengalokasikan biaya pemasaran sebesar Rp2.200.000 per bulan yang terdiri atas biaya kerja sama dengan influencer sebesar Rp2.000.000 dan biaya iklan digital melalui TikTok Ads sebesar Rp200.000. Selain itu, Smoogo juga mengalokasikan biaya operasional tetap sebesar Rp6.350.000 per bulan yang mencakup biaya sewa tempat sebesar Rp6.000.000 dan biaya listrik sebesar Rp350.000. Dengan demikian, total biaya yang harus ditanggung perusahaan setiap bulan diproyeksikan sebesar Rp8.550.000.

Berdasarkan asumsi keuntungan bersih sebesar Rp20.000 per cup yang terjual, total keuntungan perusahaan diproyeksikan mencapai Rp20.000.000 pada bulan pertama dan meningkat secara bertahap hingga Rp31.000.000 pada bulan ke-12. Setelah dikurangi dengan seluruh biaya pemasaran dan operasional, perusahaan diperkirakan memperoleh laba bersih sebesar Rp11.450.000 pada bulan pertama. Nilai tersebut kemudian meningkat secara konsisten seiring pertumbuhan volume penjualan hingga mencapai Rp22.450.000 pada akhir periode proyeksi.

Hasil proyeksi tersebut menunjukkan bahwa model bisnis Smoogo memiliki potensi profitabilitas yang cukup baik. Peningkatan target penjualan yang diiringi dengan pengendalian biaya operasional memungkinkan perusahaan menghasilkan laba yang terus bertumbuh dari bulan ke bulan. Dari perspektif manajemen keuangan, kondisi ini mencerminkan bahwa strategi yang diterapkan mampu menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan pendapatan dan efisiensi biaya, sehingga mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Selain itu, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang relatif tinggi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran, operasional, dan pengelolaan keuangan yang dilakukan berpotensi memberikan nilai tambah bagi pengembangan bisnis Smoogo di masa mendatang.

Salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki adalah Return on Assets (ROA). Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari keseluruhan aset yang digunakan dalam kegiatan operasional. Menurut Brigham dan Houston (2022), ROA memberikan gambaran mengenai tingkat efisiensi manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menciptakan keuntungan.

Secara matematis, ROA dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Selain ROA, rasio profitabilitas lain yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan adalah Return on Equity (ROE). Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal yang diinvestasikan oleh pemilik perusahaan. Menurut Gitman et al. (2022), ROE merupakan indikator yang penting karena menunjukkan tingkat pengembalian yang diterima pemegang saham atau pemilik usaha atas modal yang telah mereka tanamkan.

Rumus perhitungan ROE adalah sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Untuk menilai efektivitas pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan, dilakukan analisis menggunakan rasio profitabilitas berupa Return on Assets (ROA). Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang digunakan dalam kegiatan operasional. Semakin tinggi nilai ROA, semakin efektif perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menciptakan keuntungan. Oleh karena itu, rasio ini sering digunakan

sebagai salah satu indikator utama dalam mengevaluasi kinerja keuangan dan efisiensi operasional suatu usaha.

Berdasarkan proyeksi keuangan Smoogo, perusahaan memiliki modal awal sebesar Rp5.000.000 yang digunakan untuk mendukung kegiatan operasional dan pengembangan usaha. Pada bulan pertama operasional, perusahaan diproyeksikan memperoleh laba bersih sebesar Rp1.450.000 setelah memperhitungkan seluruh biaya pemasaran dan biaya operasional. Dengan menggunakan data tersebut, nilai Return on Assets (ROA) dapat dihitung dengan membandingkan laba bersih terhadap total aset yang digunakan dalam kegiatan usaha.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa Smoogo memperoleh nilai ROA sebesar 229%. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa setiap Rp1,00 aset yang digunakan dalam operasional perusahaan mampu menghasilkan laba sebesar Rp2,29. Tingkat pengembalian aset yang sangat tinggi ini menunjukkan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan dimanfaatkan secara produktif dan mampu menciptakan nilai ekonomi yang signifikan. Dari perspektif manajemen keuangan, kondisi tersebut mencerminkan efisiensi penggunaan aset serta efektivitas strategi bisnis yang diterapkan dalam menghasilkan keuntungan.

Tingginya nilai ROA juga menunjukkan bahwa model bisnis yang dijalankan memiliki potensi profitabilitas yang kuat. Hal ini didukung oleh kombinasi antara pertumbuhan penjualan yang konsisten, pengendalian biaya yang relatif baik, serta strategi pemasaran yang mampu meningkatkan permintaan pasar terhadap produk. Dengan demikian, berdasarkan hasil analisis ROA, usaha Smoogo dapat dinilai memiliki kemampuan yang baik dalam mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

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 Return on Assets (ROA), tingkat profitabilitas usaha juga dapat dianalisis melalui Return on Equity (ROE), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal yang diinvestasikan oleh pemilik. Rasio ini memberikan gambaran mengenai tingkat efektivitas perusahaan dalam mengelola dana yang berasal dari ekuitas untuk menciptakan keuntungan. Dalam perspektif manajemen keuangan, ROE merupakan salah satu indikator penting karena mencerminkan tingkat pengembalian yang diterima pemilik atas modal yang telah ditanamkan dalam perusahaan.

Berdasarkan proyeksi keuangan Smoogo, modal awal yang digunakan untuk menjalankan usaha sebesar Rp5.000.000, sedangkan laba bersih yang diproyeksikan pada bulan pertama mencapai Rp1.450.000. Dengan menggunakan data tersebut, nilai Return on Equity (ROE) diperoleh sebesar 229%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap Rp1,00 modal yang diinvestasikan oleh pemilik mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp2,29. Tingkat pengembalian ini mengindikasikan bahwa modal yang ditanamkan telah dimanfaatkan secara sangat produktif dalam mendukung kegiatan operasional dan menghasilkan keuntungan.

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.

Daftar tabel 2.5

| Neraca Smoogoo | | | |
|--------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|
| Priode 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 |