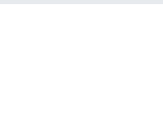


Day 2 - ENHAIIPRENEUR

Financial Modelling

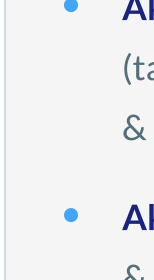
Memahami Struktur Biaya & Aliran Pendapatan Bisnis

Topik Pembahasan



- Kegiatan Pembuka (Simulasi Jual-Beli)
- Refleksi Kegiatan Jual-Beli
- Pembahasan tentang **Cost Structure** (Struktur Biaya)
- Pembahasan tentang **Revenue Stream** (Aliran Pendapatan)
- Pembahasan tentang **Manajemen Keuangan** Dasar
- Sekilas tentang **Laporan Keuangan**
- Kegiatan Penutup (Mengisi Lean Canvas)

Sebelum Memulai Materi...



Yuk kita main games dulu!

Create Money From Your Business!

(Simulasi Balon & Pizza)

Aktivitas 1 & 2: Simulasi Balon

Cara Bermain (Ringkas)

- Bagi peran: 4 Entrepreneur, 1 Customer (bertukar kelompok).
- Modal 1 balon: Rp 5.000.
- Aktivitas 1:** Customer minta dibuatkan balon (tanpa info budget). Entrepreneur berkreasi & tentukan harga jual.
- Aktivitas 2:** Customer minta dibuatkan balon & **menyebutkan budget (Rp 15.000)**. Entrepreneur bisa negosiasi & tentukan harga.
- Pemenang: Entrepreneur dgn keuntungan terbesar.



Refleksi Kunci

Kelompok mana untung terbesar? Kelompok mana rugi? (Aktivitas 1)

Mengapa rugi di Aktivitas 1?

(Harapan: Tidak tahu budget customer; harga tidak sesuai)

Mana lebih untung, Aktivitas 1 atau 2?

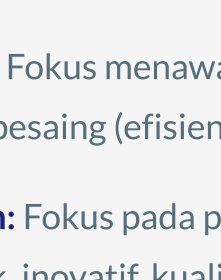
Mengapa ada perbedaan keuntungan antara Aktivitas 1 & 2?

(Harapan: Aktivitas 2 tahu budget customer, bisa tentukan harga/margin yang pas)

Aktivitas 3 & 4: Simulasi Pizza

Cara Bermain (Ringkas)

- Bagi peran: 3 Penjual, 2 Pembeli.
- Produk: Pizza (Modal dasar Rp 10.000).
- Topping (modal): Jamur(4K), B.Bombay(2K), Daging(BK), Jagung(3K), Sosis(5K), Keju(7K), Saus(5K), *Total Modal Package: Rp 49.000*
- Aktivitas 1 (Paket):** Penjual dapat membuat paket (Rp 49K), tentukan margin & harga jual topping. Pembeli beli sesuai selera.
- Aktivitas 2 (Budget & Nego):** Pembeli beritahu **budget (Rp 25.000)**. Penjual beritahu harga topping + margin. Pembeli bisa **negosiasi harga**.
- Pemenang: Penjual dgn keuntungan terbesar.



Refleksi Kunci

Sama seperti Simulasi Balon:

- Siapa untung/rugi terbesar di Aktivitas 1? Mengapa?
- Mana lebih untung, Aktivitas 1 atau 2?
- Mengapa ada perbedaan keuntungan?

(Harapan: Mengetahui budget & negosiasi di Aktivitas 2 memungkinkan penentuan harga yang lebih optimal)

Memahami Struktur Biaya (Cost Structure)



Definisi Cost Structure

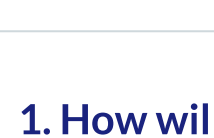
Komponen yang mencerminkan **struktur biaya** yang dikeluarkan oleh bisnis.

Ini adalah semua **pengorbanan sumber daya** yang diperlukan untuk menciptakan nilai (produk/layanan) dan menjalankan model bisnis.

Strategi Bisnis Terkait Biaya:

- Cost Driven:** Fokus menawarkan harga **lebih rendah** dari pesaing (efisiensi biaya).
- Value Driven:** Fokus pada penciptaan **nilai tambah** (unik, inovatif, kualitas tinggi), harga bisa lebih tinggi.

Jenis Biaya dalam Cost Structure



Biaya Variabel (Variable Cost)

Biaya yang **berubah-ubah** tergantung jumlah produksi. Semakin banyak produksi, semakin besar biayanya.

- Bahan Baku (kain, benang, dll)
- Biaya Tenaga Kerja Langsung (upah per produk, lembur)
- Biaya Peralatan Produksi (oli mesin, listrik variabel)
- Komisi / Insentif Penjualan

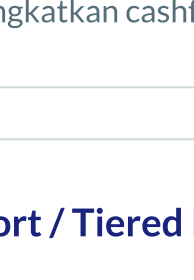


Biaya Tetap (Fixed Cost)

Biaya yang **harus dibayar terlepas** dari jumlah produksi atau penjualan. Jumlahnya cenderung konstan dalam periode waktu tertentu.

- Biaya Sewa Tempat
- Pajak (PBB, Pajak Penghasilan Badan)
- Gaji Staf Tetap (Administrasi, dll)
- Asuransi
- Biaya Penyusutan Aset Tetap

Memahami Aliran Pendapatan (Revenue Stream)



Definisi Revenue Stream

Sebuah data atau gambaran yang menunjukkan **sumber pendapatan** sebuah bisnis.

Ini menjelaskan **bagaimana** bisnis menghasilkan uang dari setiap segmen pelanggannya.

Manfaat Memahami Revenue Stream:

- Menjelaskan **cara** bisnis mendapatkan uang/dana.
- Membantu membuat **estimasi** omset dan profit.
- Menunjukkan sumber revenue yang paling **efektif**.
- Menjadi data penting yang bisa diberikan kepada **investor**.

4 Pertanyaan Kunci dalam Revenue Stream

Untuk membangun model revenue stream yang solid, pertimbangkan 4 pertanyaan ini:

1. How will you charge?

(Bagaimana cara menagih?)

2. Who will you charge?

(Siapa yang akan ditagih?)

3. How will you price?

(Bagaimana menetapkan harga?)

4. How Customer Want to Pay?

(Bagaimana preferensi bayar pelanggan?)

Sumber adaptasi: FourWeekMBA

1. How Will You Charge? (Cara Menagih)

Menjelaskan cara penjual "membebankan" biaya kepada pelanggan.

One-time Fee (Biaya Sekali Bayar)

Pelanggan membeli produk/layanan tanpa komitmen jangka panjang.

Keuntungan: Tidak perlu komitmen pelanggan, menarik budget terbesar, overhead pengelolaan pembayaran rendah.

Recurring Fee (Biaya Berulang)

Pelanggan membayar rutin (bulanan/tahunan) untuk akses produk/layanan.

Keuntungan: Meningkatkan cashflow (teratur), meningkatkan loyalitas & retensi, membangun hubungan jangka panjang.

Customer Support / Tiered Pricing

Pembayaran disesuaikan dengan level dukungan atau fitur yang dipilih pelanggan (seringkali dalam kontrak).

2. Who Will You Charge? (Siapa yang Ditagih)

Siapa target pasar atau segmen pelanggan yang akan membayar produk/layanan Anda?



One Sided Market

Satu kelompok customer utama yang berinteraksi. Satu pihak menyediakan barang/layanan, pihak lain menjadi konsumen.

Contoh: Toko buku, Jasa Laundry.



Two Sided Market (or Multi-Sided)

Beberapa kelompok pengguna yang saling bergantung. Platform menghubungkan interaksi langsung antar kelompok.

Contoh: Marketplace (Shopee, Tokopedia), Ride-sharing (Gojek), Media Sosial.

3. How Will You Price? (Strategi Penetapan Harga)

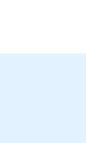
Setelah tahu siapa targetnya, bagaimana Anda menetapkan harga?



Fixed Pricing (Harga Tetap)

Harga relatif stabil, didasarkan pada biaya produksi ditambah margin keuntungan.

- List Price:** Harga standar produk.
- Per-feature Price:** Harga berdasarkan fitur.
- Customer Segment Price:** Harga beda antar segmen.
- Volume Pricing:** Harga berdasarkan volume pembelian.



Dynamic Pricing (Harga Dinamis)

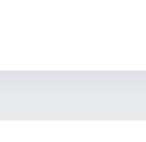
Harga fleksibel, berfluktuasi berdasarkan kondisi pasar atau negosiasi.

- Negotiation:** Harga hasil tawar-menawar (tidak di bawah modal).
- Real-time:** Harga berdasarkan permintaan & penawaran pasar (misal: tiket pesawat).
- Auction:** Harga ditentukan sistem lelang.

Pertimbangan Setelah Penetapan Harga

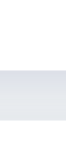
Setelah memahami: *How to charge, Who to charge, How to price...*

Langkah selanjutnya adalah mempertimbangkan:



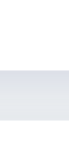
Cost Structure

Apakah struktur biaya jelas? Apakah harga yang ditetapkan bisa menutupi biaya dan memberikan keuntungan?



Perceived Value

Berapa nilai yang dirasakan pelanggan? Apakah mereka bersedia membayar harga yang ditawarkan?



How Customer Want to Pay?

Bagaimana preferensi cara bayar pelanggan sesuai segmen dan harga yang ditetapkan?

Manajemen Keuangan



Definisi

Kegiatan **mengendalikan, mengelola, merencanakan, dan menyimpan** dana untuk bisnis/perusahaan.

Proses Manajemen Keuangan



Planning

Perencanaan arus kas, laba rugi.



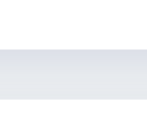
Budgeting

Alokasi dana sesuai rencana, buat tabel budget.



Controlling

Monitoring, evaluasi, perbaikan, kontrol pengeluaran.



Auditing

Pemeriksaan internal, cegah penyimpangan.



Reporting

Buat laporan (L/R, Arus Kas, Neraca) & analisa.



Terima Kasih

Semoga pelatihan ini bermanfaat untuk pengembangan bisnis Anda.