

Financing and Profitability

Maulana Hafidz Ismail

12 Oktober 2025

Contents

1	Business Models and Keeping Customers	1
1.1	KEY QUESTIONS	1
1.2	Business Models sebagai Narasi	1
1.3	Business Models sebagai Checklist	1
1.4	Tipe-tipe Business Models	2
1.5	Pengertian Customer Lifetime Value (CLV)	2
1.6	Mengukur CLV	2
1.7	Faktor yang Mempengaruhi CLV	3
1.8	Contoh Perhitungan CLV	3
1.9	Aplikasi CLV dalam Keputusan Bisnis	3
2	Financing, Valuation, and Terms	4
3	Private and Public Financing, and Calculating Breakeven	5
4	Elements of the Pitch and Exit Strategies	6

1 Business Models and Keeping Customers

1.1 KEY QUESTIONS

- What is a sustainable business model?
- How much capital do I need?
- How can I estimate when I'm going to run out of cash or when I will reach positive cash flow?
- What are the available sources of capital?
- What financial analyses do I need for fund raising?
- What other information do investors typically require?
- When I succeed, how can I extract the financial value from my business?

1.2 Business Models sebagai Narasi

- Business model berfungsi sebagai cerita yang menjelaskan bagaimana bisnis Anda dapat berhasil. Ini menggabungkan angka dan narasi untuk menunjukkan potensi kesuksesan.
- Contoh: WebVan memiliki narasi yang masuk akal untuk pengiriman bahan makanan, tetapi gagal karena biaya yang tinggi. Sebaliknya, Priceline memiliki narasi yang kurang masuk akal tetapi juga mengalami kerugian besar.

1.3 Business Models sebagai Checklist

- Business models juga berfungsi sebagai checklist untuk membantu Anda memikirkan bagaimana bisnis Anda akan beroperasi dan menghasilkan uang.
- Pertanyaan penting yang harus dipertimbangkan:
 1. What's your value proposition? (Apa nilai yang Anda tawarkan kepada pelanggan?)
 2. How will you build your product or service? (Bagaimana Anda akan membangun produk atau layanan Anda?)
 3. How will you bring it to market? (Bagaimana Anda akan memasarkan produk atau layanan Anda?)
 4. How will you make money? (Bagaimana Anda akan menghasilkan uang?)

1.4 Tipe-tipe Business Models

- **Architecture Business Model:** Model bisnis yang menghubungkan berbagai pihak, seperti eBay dan Uber, yang menghasilkan uang dari setiap transaksi tanpa memiliki produk.
- **Disruptive Model:** Model yang mencoba mengalahkan pesaing dengan menawarkan produk atau layanan yang lebih baik dan lebih murah, seperti Warby Parker yang menjual kacamata dengan harga lebih rendah.
- **Value Chain Model:** Model yang berfokus pada satu bagian dari rantai nilai dan melakukannya lebih baik daripada pesaing, seperti Peapod yang mengelola pengiriman bahan makanan.

1.5 Pengertian Customer Lifetime Value (CLV)

- **Customer Lifetime Value (CLV):** Nilai total yang diharapkan dari seorang pelanggan selama masa hubungan mereka dengan perusahaan.
- **Definisi Istilah Teknis**
 - **Annual Contribution:** Jumlah uang yang dihasilkan dari pelanggan setiap tahun.
 - **Churn Rate:** Persentase pelanggan yang berhenti menggunakan layanan dalam periode tertentu.
 - **Growth Rate:** Persentase peningkatan kontribusi dari pelanggan setiap tahun.
 - **Discount Rate:** Tingkat pengembalian yang diharapkan dari investasi, yang digunakan untuk menghitung nilai waktu dari uang.

1.6 Mengukur CLV

- CLV dihitung dengan mempertimbangkan beberapa faktor, yaitu kontribusi tahunan, churn rate, discount rate, dan growth rate. Rumus umumnya adalah:

$$CLV = \frac{\text{Annual Contribution}}{\text{Churn Rate} + \text{Discount Rate} - \text{Growth Rate}}$$

- Ada juga rumus cepatnya yang disebut Quick CLV atau QCLV, namun tidak seakurat CLV:

$$QCLV = \frac{\text{Annual Contribution}}{\text{Churn Rate}} \quad (1)$$

- **Contoh Kasus:** Sebuah perusahaan jasa keuangan yang kehilangan 20% pelanggan setiap tahun, tetapi pelanggan yang bertahan meningkatkan kontribusi mereka sebesar 5% setiap tahun.

- **Langkah Pengukuran:** Menggunakan data terbatas untuk memperkirakan nilai pelanggan dengan asumsi bahwa pelanggan memberikan kontribusi tahunan yang tetap.

1.7 Faktor yang Mempengaruhi CLV

- **Annual Contribution:** Kontribusi tahunan dari pelanggan, misalnya \$250.
- **Churn Rate:** Tingkat kehilangan pelanggan, misalnya 20%.
- **Growth Rate:** Tingkat pertumbuhan kontribusi tahunan, misalnya 5%.
- **Discount Rate:** Tingkat diskonto atau nilai waktu dari uang, misalnya 10%.

1.8 Contoh Perhitungan CLV

- **Kasus Pertama:** Jika pelanggan memberikan \$250 setiap tahun tanpa kehilangan, CLV dihitung sebagai \$2,500.
- **Kasus Kedua:** Dengan 20% kemungkinan kehilangan pelanggan, CLV menjadi sekitar \$833.
- **Kasus Ketiga:** Jika kontribusi meningkat 5% setiap tahun, CLV menjadi sekitar \$1,000.

1.9 Aplikasi CLV dalam Keputusan Bisnis

- **Evaluasi Upaya Pemasaran:** Perbandingan biaya akuisisi pelanggan dengan nilai pelanggan yang diharapkan.
- **Strategi Retensi:** Menghitung apakah mengurangi churn rate dari 20% menjadi 18% akan meningkatkan CLV secara signifikan.
- **Perbandingan Pelanggan:** Menggunakan CLV untuk membandingkan nilai pelanggan yang berbeda, seperti pelanggan prepaid dan postpaid dalam industri telekomunikasi.

2 Financing, Valuation, and Terms

3 Private and Public Financing, and Calculating Breakeven

4 Elements of the Pitch and Exit Strategies