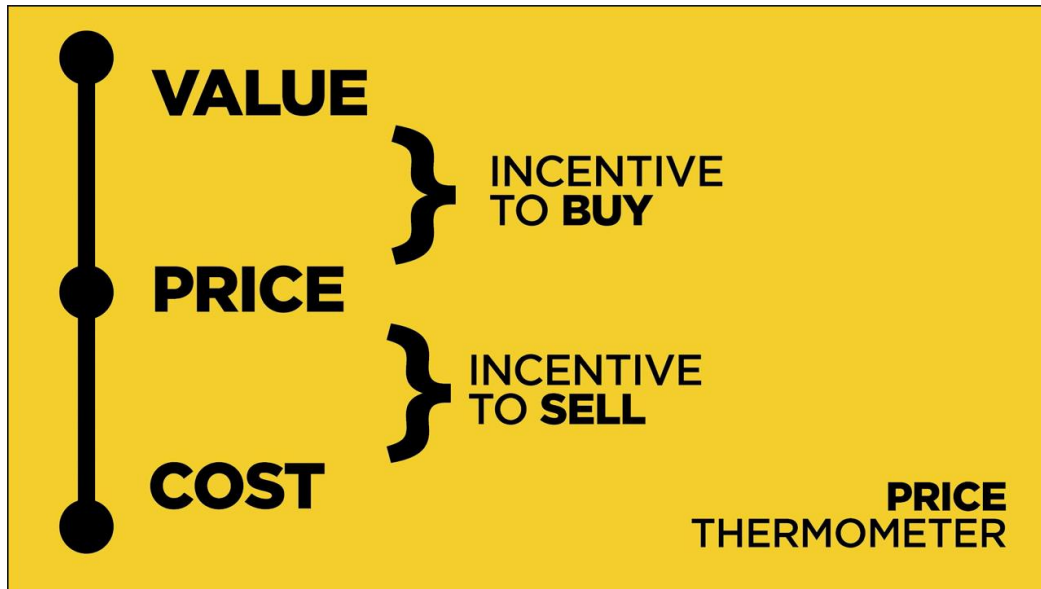


2103171017

Startup Pricing

Terdapat 3 poin yang menjadi perhatian saya dalam video ini, yang pertama adalah tentang Proce Thermometer.



Terlihat pada gambar yang disajikan oleh presenter menunjukkan bahwa price merupakan nilai tengah antara cost dan value, atau sederhananya pembeli ingin membeli barang dengan harga yang murah atau harga yang lebih rendah dibandingkan manfaat barang tersebut sedangkan penjual ingin menjual barang dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga produksi. Sederhananya baik penjual atau pembeli menginginkan keuntungan sehingga harga yang baik atau optimal terbentuk dari nilai tengah value dan cost.

Kemudian yang kedua adalah cara mendapat harga optimal.

HOW TO OPTIMIZE PRICES			
PRICE	CONVERSION RATE	SALES VOLUME	REVENUE
\$5	20%	40	\$200
\$10	15%	25	\$250
\$15	10%	20	\$300
\$20	2%	5	\$100

2103171017

Seperti yang sudah saya bahas pada Price Thermometer, harga di dapat dari nilai tengah value dan cost atau nilai yang saling menguntungkan penjual dan pembeli. Bisa dilihat dari gambar diatas bahwa harga yang optimal tidak dapat ditentukan secara langsung tetapi melalui percobaan sehingga didapat harga yang memberikan keuntungan yang maksimum, pada dasarnya barang dengan harga yang sangat murah tentu akan mengundang banyak pembeli tetapi keuntungan yang didapat tidak banyak, sebaliknya jika harga yang di berikan tinggi maka pembeli juga akan semakin sedikit dikarenakan pembeli akan memperhitungkan keuntungannya.

Poin menarik yang terakhir adalah 10-5-20 Rule.



10 - 5 - 20 RULE

Value = 10X Price

Raise price 5%

Until 20% Push Back

Ini merupakan cara untuk menaikkan atau memaksimalkan harga untuk mendapat keuntungan maksimal dengan cara menaikkan harga perlahan lahan hingga jumlah penjualan berkurang 20%, hal ini merupakan bentukan dari poin sebelumnya yang menunjukan harga yang dinaikan hingga 15\$ untuk mendapat keuntungan terbesar, dan pada saat harga di naikan lagi keuntungan akan menurun, maka di poin ini diberikan limit 20% untuk batas maksimal menaikkan harga.

Pertanyaan untuk Startup Pricing dari saya adalah tentang bagaimana cara kita sebagai produsen memahami value dari produk kita dan bagaimana cara value produk itu tersampaikan ke konsumen.

2103171017

Financials for Startups

Singkatnya pada video ini berisi tentang mengatur dan menghitung pengeluaran untuk produksi dan untuk fasilitas yang diberikan pada sebuah coffe shop.

Secara garis besar perhitungan dibagi menjadi 2 yaitu perhitungan untuk keuntungan tiap penjualan produk dan biaya fasilitas yang diberikan coffe shop apakah dapat sukses jika bisnis sudah berjalan atau malah akan rugi. Berikut ini tentang perhitungan biaya produksi

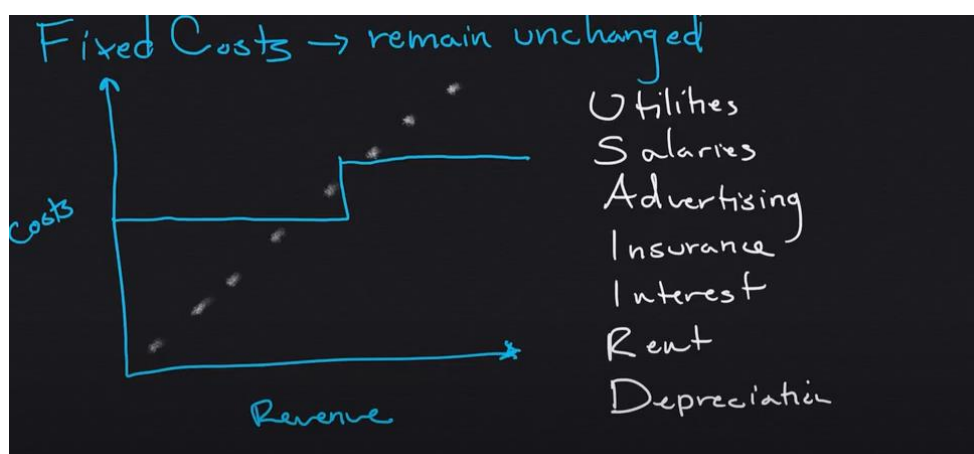
Coffee Beans : \$3.00	Direct Labor : Time x wages
Bag : \$.50	\$1.00
Label : \$.10	
<hr/> DM : \$3.60	OVC: CC: $2.97 + .30$
	.74

Dua gambar diatas menunjukkan biaya produksi meliputi biaya bahan pada gambar di kiri dan biaya lain seperti biaya pembuatan dan biaya lain seperti pengiriman di gambar kanan.

DM/unit : \$3.60	Price per unit : \$15.00
DL/unit : \$1.00	COGS per unit : \$5.34
OVC/unit : .74	
<hr/> Total COGS : \$5.34	CM per unit : \$9.66

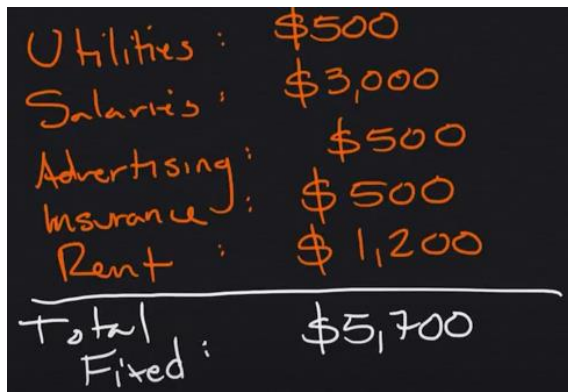
CM adalah keuntungan yang didapat dari tiap penjualan coffe.

Berikut adalah perhitungan untuk biaya fasilitas.

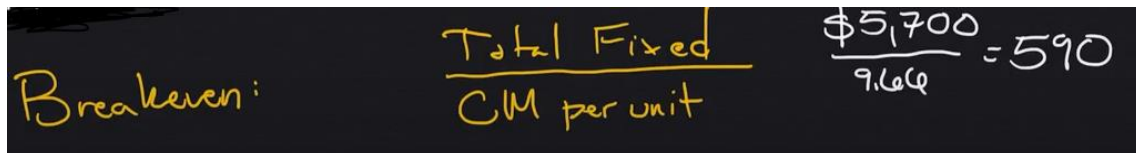


Biaya tetap adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk tiap poin yang ada di gambar, tetapi biaya tetap dapat berubah seiring penambahan fasilitas atau peningkatan fasilitas.

2103171017



Utilities :	\$500
Salaries :	\$3,000
Advertising :	\$500
Insurance :	\$500
Rent :	\$1,200
<hr/>	
Total Fixed :	\$5,700



Break even: $\frac{\text{Total Fixed}}{\text{CM per unit}} = \frac{\$5,700}{9.66} = 590$

Perhitungan diatas adalah perkiraan produk coffe yang harus di jual dalam 1 bulan untuk mendapatkan menutupi biaya fasilitas, tentunya untuk mendapat untung dari penjualan coffe harus melebihi angka 590 dalam 1 bulan, jika angka tersebut dapat dilampaui maka bisnis tersebut dapat dikatakan suksen nemun jika dalam 1 bulan tidak dapat melampaui atau bahkan tidak dapat menutupi jumlah biaya fasilitas maka haru menurunkan biaya yang lain misalnya mencari distributor biji kopi yang lebih murah.

Pertanyaan untuk Financials for Sturtups dari saya adalah jika target penjualan 590 tidak terpenuhi apakah menambahkan metode penjualan secara online dapat berjalan bersamaan dengan penjualan offline dikarenakan pasti akan condong ke salah satunya dan jika konsumen lebih condong ke pemesanan online maka fasilitas yang diberikan untuk penjualan offline tidak akan dimanfaatkan oleh pembeli dan sebaliknya, apakah sebaiknay fokus untuk memperbaiki pembelian secara offline atau lebih baik berpindah ke pemesanan secara online.