Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset
Volume 4, Nomor 6, November 2026
e-ISSN: 2988-5418; p-ISSN: 2988-6031, Hal. 139-150
DOI: https://doi.org/10.61132/lokawati.v4i6.2863
Tersedia: https://journal.arimbi.or.id/index.php/Lokawati

Analisis Keuangan Vellup Freshy Drink

Putri Yuliyana Rahmawati Umar[1*], Willem Gilbert Pomantow[2], Adelaida Joroh[3]
[1-3]Program Studi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Manado, Indonesia
Email: putryumar109@gmail.com[1], willem.pomantow@polimdo.ac.id[2], jorohadelaida84@gmail.com [3]
**Penulis Korespondensi: putryumar109@gmail.com*

Abstract. *Freshy Drink is an innovative sparkling herbal beverage made by combining chia seeds, a carbonated drink, lime juice, lemongrass stalks, and liquid sugar. This blend of ingredients creates a drink characterized by a sweet and sour taste, a distinctive lemongrass aroma, and a refreshing carbonation sensation. The business has been operating for approximately six months at the Megamass Manado commercial complex, garnering a positive response from the public. This business plan aims to analyze the financial status and business viability of Freshy Drink by examining costs, revenue, income, profit, and investment feasibility indicators. The entire initial capital was sourced from personal funds, without external financing. Market analysis was conducted covering market segmentation, supply and demand projections, market share, the 6P marketing strategy, and a SWOT analysis. Based on the financial analysis and operational data—including Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and Payback Period (PP)—Freshy Drink represents a promising culinary business opportunity with good prospects for growth and financial management, making it worthy of continued development.*

Keywords: *Business Plan; Business Viability; Financial Analysis; Freshy Drink; Marketing Strategy*.

Abstrak. Freshy Drink merupakan produk kuliner berupa minuman inovatif herbal sparkling yang dibuat dengan memadukan chia seed, minuman berkarbonasi, perasan jeruk nipis, batang sereh, dan gula cair. Perpaduan bahan tersebut menghasilkan minuman dengan cita rasa manis, asam, aroma khas serei, serta sensasi berkarbonasi yang memberikan kesan menyegarkan. Usaha minuman ini telah beroperasi selama kurang lebih enam bulan yang berlokasi di Ruko Kawasan Megamass Manado dengan respons positif dari masyarakat. Penyusunan *business plan* ini bertujuan untuk menganalisis kondisi keuangan dan kelayakan usaha Freshy Drink berdasarkan aspek biaya, penerimaan, pendapatan, laba, serta indikator kelayakan investasi. Seluruh kebutuhan modal usaha berasal dari modal sendiri tanpa pendanaan eksternal. Analisis pasar dilakukan melalui segmentasi pasar, proyeksi permintaan dan penawaran, pangsa pasar, strategi pemasaran 6P, serta analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis keuangan dan data operasional yang meliputi *Net Present Value (*NPV), *Internal Rate of Return (*IRR), dan *Payback Period* (PP), Freshy Drink dapat menjadi salah satu peluang usaha kuliner yang memiliki prospek pengembangan dan pengelolaan keuangan yang baik dan layak untuk terus dikembangkan.

Kata Kunci: Analisis Keuangan; Business Plan; Freshy Drink; Kelayakan Usaha; Strategi Pemasaran.

1. LATAR BELAKANG

Bisnis adalah istilah umum yang menggambarkan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk menghasilkan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan (profit). Kegiatan ini melibatkan proses produksi, distribusi dan konsumsi yang saling berkaitan untuk memenuhi kebutuhan keinginan masyarakat.

Penulis mengambil judul Rencana Bisnis *Minuman Freshy Drink* dengan nama usaha *Vellup* dikarenakan seiring dengan perkembanan industri minuman di Indonesia menunjukan tren yang terus meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis dan modern. Disini meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat turut mendorong permintaan produk minuman berbahan dasar alami. Masyarakat sekarang mulai mencari minuman yang tidak hanya menyegarkan tapi juga yang dibuat dengan bahan dasar alami dan banyak manfaat.

Naskah Masuk: 31 Juli 2026; Revisi: 31 Agustus 2026; Diterima: 15 September 2026; Tersedia: 23 September 2026

Usaha ini cukup menjanjikan karena peluang pasar yang besar dan Sebagian masyarakat saat ini sedang menjalankan pola hidup sehat. Usaha ini juga sudah berjalan selama kurang lebih 6 bulan yang dikelola secara langsung.

Untuk memenangkan persaingan dari para pesaing diindustri sejenis diperlukan salah satunya adalah strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang dilakukan *Vellup* yaitu melalui segmentasi pasar dan target pasar. Selain itu *Vellup* melakukan bauran pemasaran yang terdiri atas *product, price, place, promotion, people, dan physical evidence.*

Aspek Produksi telah dikonsepkan dari peralatan dan perlengkapan yang diperlukan, tempat usaha, tenaga kerja, sampai biaya umum usaha telah dibuat sehingga memudahkan untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis ini.

Yang terakhir yaitu aspek keuangan yang menjadi salah satu keputusan usaha ini layak atau tidak dan menggambarkan usaha secara utuh. Aspek ini membahas tentang modal usaha, modal investasi, modal kerja, dan laporan keuangan.

2. KAJIAN TEORITIS

Business Plan

Business plan atau rencana bisnis merupakan dokumen yang menggambarkan tujuan suatu usaha, strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut, serta berbagai aspek yang mendukung keberlangsungan usaha. Dalam perencanaan usaha, aspek pasar, pemasaran, produksi, organisasi dan manajemen, serta keuangan perlu dianalisis secara terpadu agar dapat diketahui peluang dan risiko usaha. Pada usaha Freshy Drink "Vellup", business plan digunakan sebagai dasar untuk merencanakan kegiatan usaha sekaligus menilai kelayakan usaha untuk dijalankan dan dikembangkan. Dokumen usaha dalam penelitian ini mencakup peluang pasar, strategi pemasaran, perencanaan produksi, organisasi dan manajemen, kebutuhan modal, serta analisis kelayakan finansial.

Pasar dan Segmentasi Pasar

Produksi dan Operasional

Produksi merupakan kegiatan mengolah bahan baku menjadi produk yang memiliki nilai guna bagi konsumen. Freshy Drink "Vellup" merupakan minuman herbal sparkling yang menggunakan chia seed, soda atau Sprite, sirup serai, perasan jeruk nipis, serai, dan daun mint. Proses produksi dimulai dengan menyiapkan es batu, memasukkan sirup serai, perasan jeruk nipis, chia seed yang telah diseduh, kemudian soda atau Sprite, dan dilengkapi dengan serai serta daun mint. Perencanaan produksi dilakukan berdasarkan kemampuan penjualan dan

proyeksi permintaan. Target produksi tahun pertama ditetapkan sebesar 7.925 cup dengan asumsi penjualan rata-rata 25 cup per hari dan 317 hari operasional dalam satu tahun.

Organisasi dan Manajemen

Organisasi adalah suatu wadah yang digunakan oleh sekelompok orang untuk melakukan kerja sama dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam organisasi terdapat pembagian tugas, tanggung jawab, wewenang, serta koordinasi antar anggota agar setiap kegiatan dapat dilaksanakan secara terarah. Organisasi dan manajemen merupakan dua unsur yang saling berkaitan dalam menjalankan usaha sesuai dengan perannya masing masing yaitu mengatur sumber daya dan kegiatan organisasi agar tujuan usaha dapat tercapai. Penerapan organisasi dan manajemen yang baik dapat membantu usaha menjalankan kegiatan operasional secara teratur, mengurangi pemborosan, meningkatkan efisiensi, menjaga kualitas produk, serta mendukung keberlangsungan dan perkembangan usaha.

Kelayakan Finansial

Analisis kelayakan finansial digunakan untuk mengetahui kemampuan usaha dalam memberikan keuntungan serta mengembalikan investasi yang telah dikeluarkan. Dalam penelitian ini, kelayakan usaha dianalisis menggunakan Payback Period, Net Present Value, Profitability Index, dan Internal Rate of Return. Payback Period digunakan untuk mengetahui waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan investasi, sedangkan NPV digunakan untuk mengetahui nilai bersih investasi dengan mempertimbangkan nilai waktu uang. Profitability Index digunakan untuk membandingkan nilai sekarang penerimaan dengan investasi, sedangkan IRR digunakan untuk mengetahui tingkat pengembalian investasi.

Berdasarkan hasil analisis pada usaha Freshy Drink “Vellup”, investasi sebesar Rp2.058.500 dapat kembali dalam waktu sekitar 11 hari. NPV menghasilkan nilai positif sebesar Rp319.700.760 pada discount rate 5,50%, IRR sebesar 3.196,11%, dan Profitability Index sebesar 156,31. Hasil tersebut menunjukkan bahwa usaha memiliki tingkat pengembalian yang tinggi dan secara finansial dinilai layak untuk dijalankan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan studi kelayakan bisnis. Penelitian dilakukan pada usaha Freshy Drink “Vellup” yang berlokasi di Kawasan Megamass Manado. Objek penelitian meliputi aspek pasar dan pemasaran, produksi dan operasi, organisasi dan manajemen, serta aspek keuangan usaha. Data yang digunakan dalam penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi terhadap kegiatan operasional usaha, proses produksi, penjualan, kondisi pasar, serta

pengamatan terhadap usaha sejenis yang menjadi pesaing. Data sekunder diperoleh dari data kependudukan Kota Manado dan berbagai data pendukung yang digunakan dalam penyusunan proyeksi permintaan, penawaran, serta perencanaan usaha. Dalam penelitian ini, data jumlah penduduk Kota Manado digunakan sebagai salah satu dasar dalam menentukan konsumen potensial. Jumlah penduduk yang digunakan dalam perencanaan adalah 462.658 jiwa, dengan asumsi konsumen potensial sebesar 2%.

Analisis aspek keuangan dilakukan dengan menyusun kebutuhan sumber pendanaan, modal investasi, modal kerja, biaya tetap, biaya tidak tetap, arus kas, laporan laba rugi, dan neraca. Sumber pendanaan usaha berasal dari modal sendiri sebesar Rp10.000.000 tanpa menggunakan pinjaman dari pihak lain.

Selanjutnya, kelayakan investasi dianalisis menggunakan metode Non-Discounted Cash Flow dan Discounted Cash Flow. Metode Non-Discounted Cash Flow digunakan melalui analisis Payback Period (PP), sedangkan metode Discounted Cash Flow menggunakan Net Present Value (NPV), Profitability Index (PI), dan Internal Rate of Return (IRR). Analisis keuntungan juga dilakukan menggunakan Break Even Point (BEP) untuk mengetahui tingkat penjualan minimum yang harus dicapai agar usaha berada pada kondisi impas. Kriteria kelayakan ditentukan berdasarkan hasil masing-masing indikator, yaitu NPV positif, PI lebih besar dari satu, IRR lebih besar dari tingkat discount rate, dan periode pengembalian investasi yang lebih pendek dibandingkan periode perencanaan usaha.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Kelayakan Usaha

Methode Non-Discounted Cash Flow

Metode *Non- Discounted Cash Flow* adalah metode pengukuran investasi dengan melihat kekuatan pengembalian modal tanpa mempertimbangkan nilai waktu terhadap uang *(time value of money).*

Payback Period (PP)

Untuk menguji kelayakan usaha, anda dapat menggunakan metode *payback period*, yaitu metode untuk mengetahui berapa lama modal usaha anda bisa kembali dalam satuan waktu tertentu.

Tabel 1. Payback Period.

Tahun	Cash Out	Cash In		Net Cash Flow	Commulative NCF
		Net Profit	Depresiasi		
0	Rp 2,058,500			-Rp 2,058,500	
1	Rp 130,396,800	Rp 67,316,500	Rp 411,700	Rp 67,728,200	Rp 65,669,700
2	Rp 130,396,800	Rp 71,266,500	Rp 411,700	Rp 71,678,200	Rp 137,347,900
3	Rp 130,396,800	Rp 75,291,500	Rp 411,700	Rp 75,703,200	Rp 213,051,100
4	Rp 130,396,800	Rp 79,391,500	Rp 411,700	Rp 79,803,200	Rp 292,854,300
5	Rp 130,396,800	Rp 83,591,500	Rp 411,700	Rp 84,003,200	Rp 376,857,500

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas, usaha ini mengeluarkan investasi sebesar Rp 2.058.500, dan investasi tersebut sudah dapat kembali dalam waktu kurang dari satu bulan (± 11hari), karena arus kas bersih pada tahun pertama saja (Rp 67.728.200) sudah jauh melampaui total investasi awal, sehingga saldo kumulatif kas bersih (Commulative NCF) langsung bernilai positif sebesar Rp 65.669.700 pada akhir tahu pertama. Usaha ini dinyatakan layak karena periode pengembalian modal jauh lebih singkat dibandingkan umur periode 5 tahun.

Methode Discounted Cash Flow

Metode *Discounted Cash Flow* adalah metode pengukuran investasi dengan melihat nilai waktu uang *(time value of money)* dalam menghitung tingkat pengembalian modal pada masa yang akan datang.

Net Present Value (NPV)

Net Present Value atau NPV adalah selisih uang yang diterima dan uang yang dikeluarkan dengan memerhatikan *time value of money.* Artinya, ada selisih antara nilai investasi sekarang dengan penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datan gKriteria yang digunakan dalam penilaian NPV adalah :

a. Jika NPV = 0, maka hasil investasi (*return*) usaha akan sama dengan tingkat bunga yang dipakai dalam analisis, atau dengan kata lain usaha tidak untung maupun rugi (impas).
b. Jika NPV = - (negatif), maka investasi terebut rugi atau hasilnya (*return*) dibawah tingkat bunga yang dipakai.

Jika NPV = + (positif) maka invetasi tersebut menguntungkan atau hasilnya (*return*) melebihi tingkat bunga yang dipakai.

Tabel 2. Net Present Value.

Tahun	NCF	Interest 5.50%	PV
1	Rp 67,728,200	0.9479	Rp 64,199,561
2	Rp 71,678,200	0.8985	Rp 64,402,863
3	Rp 75,703,200	0.8516	Rp 64,468,845
4	Rp 79,803,200	0.8072	Rp 64,417,143
5	Rp 84,003,200	0.7651	Rp 64,270,848
PV			Rp 321,759,260
Total Investasi			Rp 2,058,500
NPV			**Rp 319,700,760**

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dilihat NPV dalam usaha Vellup adalah Rp. 319.700.760,- dengan *discount rate* sebesar 5.50%, artinya proyek ini atau usaha ini menguntungkan dikarenakan hasil dari NPV adalah positif sehingga investasinya dikatakan menguntungkan karena melebihi jumlah investasi yang dipakai, dan dikatakan layak untuk dijalankan.

Profitability index (PI)

Profitability index (PI) atau *benefit and cost ratio* (B/C Rasio) merupakan rasio aktifitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Net B/C Rasio merupakan perbandingan antara net *benefit* yang telah didiskon positif dengan net *benefit* yang telah didiskon *negative*. B/C Rasio merupakan angka perbandingan antara jumlah *present value* yang positif dan jumlah *present value negative* (Gray, 2005 : 151).

Profitabilit index (PI) adalah metode analisia yang mirip dengan analisa NPV, karena keduanya menggunakan komponen perhitungan nilai-nilai sekarang *(present value)*. Perbedaannya adalah bahwa satuan yang dipakai dalam NPV adalah nilai uang, sedangkan dalam PI adalah indeks Kriteria penilaian investasi dengan menggunakan PI juga mirip dengan NPV, yaitu:

a. Jika PI > I, maka investasi dikatakan layak
b. Jiks PI < I, maka investasi dikatakan tidak layak
c. Jika PI = I, maka investasi dikatakan BEP

Tabel 3. Profitability Index.

PV	Rp	321,759,260
Total Investasi	Rp	2,058,500
PI		156.3076318

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

Berdasarkan tabel yang diatas, dapat dilihat bahwa *profitability Vellup* adalah 156,31, artinya usaha ini memiliki nilai positif dikarenakan total *PV* selama umur proyek memiliki jumlah lebih besar dari 1 (>1). Maka investasi ini dikatakan layak.

***Internal Rate of Return* (IRR)**

Internal Rate of Return (IRR) dapat didefinisikan sebagai tingkat bunga yang akan menjadikan nilai sekarang dari *proceeds* yang diharapkan akan diterima (*PV PRO Proceeds*) sama dengan nilai sekarang dari pengeluaran modal (PV *Outlays*). Dengan perkataan lain *Internal Rate of Return* (IRR) adalah suatu tingkat bunga atau tingkat diskonto yang menghasilkan NPV suatu investasi sama dengan nol.

Internal Rate of Return adalah sebagai besarnya suku bunga yang menyamakan nilai sekarang *(present value)* dari investasi dengan hasil-hasil bersih yang diharapkan selama usaha berjalan.

Tabel 4. IRR PV +.

Tahun	NCF	Interest 3100%	PV
1	Rp 67,728,200.00	0.030303	Rp2,052,369.70
2	Rp 71,678,200.00	0.00091827	Rp65,820.20
3	Rp 75,703,200.00	0.000028	Rp2,106.55
4	Rp 79,803,200.00	8.43E-07	Rp67.29
5	Rp 84,003,200.00	2.56E-08	Rp2.15
	PV		Rp 2,120,366
	Total Investasi		Rp 2,058,500
	NPV		**Rp 61,866**

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2025

Tabel 4. IRR PV –.

Tahun	NCF	Interest 3200%	PV
1	Rp 67,728,200.00	0.02941176	Rp 1,992,006
2	Rp 71,678,200.00	0.00086505	Rp 62,005
3	Rp 75,703,200.00	0.000025	Rp 1,926
4	Rp 79,803,200.00	7.48E-07	Rp 60
5	Rp 84,003,200.00	2.20E-08	Rp 2
	PV		Rp 2,055,999
	Total Investasi		Rp 2,058,500
	NPV		**-Rp 2,501**

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2025

Tabel 6. Internal Rate of Return.

Suku bunga		3000%
Jumlah PV +	Rp	61,865.89
Jumlah PV -	Rp	2,501.09
PV + + PV -	Rp	64,366.98
Persentase	Rp	0.96
IRR		3096.11432234575000%

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

Berdasarkan ketiga tabel di atas, pada tingkat bunga 3100% diperoleh NPV sebesar Rp 61.866, sedangkan pada tingkat bungga 3200% NPV berubah menjadi negatif sebesar -Rp 2.501. Titik impas (NPV=0) berada di antara kedua tingkat bunga tersebut, dan melalui interpolasi diperoleh IRR usaha Vellup sebesar 3.196,11%. Nilai IRR ini jauh lebih tinggi dibandingkan discount rate yang digunakan pada perhitungan NPV (5,50%). Sehingga ini dinyatakan sangat layak untuk dijalankan karena tingkat pengembalian investasinya jauh melampaui biaya modal yang disyaratkan.

Analisis Keuntungan

Analisa Keuntungan ditujukan terhadap rencana keuntungan (penetapan keuntungan) dengan menyesuaikan atau *set-up* harga dan volume penjualan yang dapat diserap oleh pasar dengan mempertimbangkan kebijaksanaan dari pesaing. Analisa keuntungan ini harus dilakukan dalam atau acuan periode tertentu

Break Even Point

Break Even Point (BEP) adalah titik dimana *Business* dalam keadaan belum memperoleh keuntungan, tetapi juga sudah tidak merugi. BEP dapat diartikan suatu analisis untuk menentukan dan mencari jumlah barang dan jasa yang harus dijual kepada konsumen pada harga tertentu untuk menutupi biaya-biaya yang timbul serta mendapatkan keuntungan.

Tabel 5. Break Even Point.

Keterangan	Tahun				
	1	2	3	4	5
Penjualan	Rp 198,125,000.00	Rp 202,075,000.00	Rp 206,100,000.00	Rp 210,200,000.00	Rp 214,400,000.00
Biaya Tetap	Rp 83,511,700.00	Rp 83,511,700.00	Rp 83,511,700.00	Rp 83,511,700.00	Rp 83,511,700.00
Biaya Variabel	Rp 44,593,975.00	Rp 45,483,041.00	Rp 46,388,988.00	Rp 47,311,816.00	Rp 48,257,152.00
Biaya Pokok/Porsi	Rp 5,627.00	Rp 5,627.00	Rp 5,627.00	Rp 5,627.00	Rp 5,627.00
Harga Unit	Rp 25,000.00	Rp 25,000.00	Rp 25,000.00	Rp 25,000.00	Rp 25,000.00
Kontribusi Margin	77%	77%	77%	77%	77%

BEP Rupiah	Rp	107,768,156.71	Rp 107,768,156.71	Rp	107,768,156.71	Rp 107,768,156.71	Rp 107,768, 156.71
volume penjualan	7925		8083	8244		8408	8576

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2025

$$BEP\ (Rp) = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Rasio Kontribusi } Margin}$$

$$BEP\ (Rp) = Rp\ 83.511.700/0{,}775$$

$$BEP\ (Rp) = 107.768.156{,}71, -$$

Dari hasil analisa yang diatas dapat dilihat pada BEP (Rp), berjumlah sebesar Rp. 107.768.156,- maka penjualan pada usaha Vellup mengalami titik impas atau titik pulang pokok, yang artinya pada keadaan tersebut usaha Vellup tidak untuk maupun rugi sehingga untuk mendapatkan keuntungan usaha ini harus menjual produk lebih dari Rp. 107.768.156,- untuk mendapatkan keuntungan. Selanjutnya, BEP dalam unit dapat dihitung sebagai berikut:

$$BEP\ (Unit) = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{ Biaya Per Unit}}$$

$$BEP\ (Unit) = Rp\ 83.511.700/19.373$$

$$BEP\ (Unit) = 4.311\ Unit \qquad \text{(i)}$$

Dari hasil analisa yang diatas dapat dilihat pada BEP (Unit) berjumlah sebesar 4.311 unit. Artinya, pada volume penjualan tersebut usaha Vellup berada pada titik impas, sehingga untuk memperoleh keuntungan usaha ini harus menjual produk lebih dari 4.311 unit. Berdasarkan tabel di atas, volume penjualan aktual usaha Vellup sejak tahun Pertama (7.925 unit) sudah melampaui titik BEP tersebut.

Kontribusi *Margin*

Kontribusi *Margin* adalah selisih antara hasil pernjualan dengan biaya variabel. Tujuan utama dari pengukuran kontribusi *margin* ini adalah analisa penentuan keuntungan maksimum atau kerugian minimum. Perlu diketahui pertama adalah rasio kontribusi *margin*, yaitu rasio antara biaya variabel dengan hasil penjualan.

Tabel 6. Kontribusi Margin.

Keterangan	Tahun 1	2	3	4	5
Biaya Variabel	Rp 44,593,975.00	Rp 45,483,041.00	Rp 46,388,988.00	Rp 47,311,816.00	Rp 48,257,152.00
Penjualan	Rp 198,125,000.00	Rp 202,075,000.00	Rp 206,100,000.00	Rp 210,200,000.00	Rp 214,400,000.00
Kontribusi Margin	77%	77%	77%	77%	77%

Sumber : data diolah MS Excel Tahun 2025

$$\text{Rasio Kontribusi Margin} = 1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}}$$

$$\text{Rasio Kontribusi Margin} = 1 - \frac{\text{Rp } 44.593.975}{\text{Rp } 198.125.000}$$

Rasio Kontribusi Margin = 0,775

Dari hasil tabel yang diatas, kontribusi *margin* adalah sebesar 77,5%. Artinya, selisih antara biaya variabel dan pendapatan penjualan adalah sebesar Rp. 153.531.025. Dengan demikian, penjualan minimal dari keuntungan yang ditetapkan adalah sebagai berikut.

Tabel 7. Minimum Penjualan.

Keterangan	Tahun 1	2	3	4	5
Biaya tetap	Rp 83,511,700.00	Rp 83,511,700.00	Rp 83,511,700.00	Rp 83,511,700.00	Rp 83,511,700.00
Laba	Rp 90,356,843.29	Rp 94,306,843.29	Rp 98,331,843.29	Rp 102,431,843.29	Rp 106,631,843.29
Kontribusi Margin	77%	77%	77%	77%	77%
Minimum penjualan	Rp 107,768,156.71	Rp 107,768,156.71	Rp 107,768,156.71	Rp 107,768,156.71	Rp 107,768,156.71

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2025

$$Minimal\ Penjualan = \frac{Biaya\ Tetap}{Rasio\ kontribusi\ margin}$$

$$Minimal\ Penjualan = \frac{Rp\ 83.511.700}{0.775}$$

$$Minimal\ Penjualan = \text{Rp } 107.768.156,71$$

Dari hasil analisa diatas, bahwa minimal penjualan adalah hasil penjualan dengan biaya tetap serta kontribusi *margin* yang berjumlah Rp. 107.768.156,72.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Bussiness plan Vellup Freshy Drink dinilai layak untuk dijalankan dan dikembangkan karena memiliki prospek pasar yang baik, didukung dengan strategi pemasaran digital, penerapan bauran pemasaran (6P), analisis SWOT, serta struktur organisasi yang efisien. Secara finansial, kelayakan usaha ditunjukkan oleh nilai *Net Present Value (*NPV) positif , *Internal Rate of Return* (IRR) yang jauh melebihi *discount rate, Profitability Index* (PI) > 1 dan *Payback Period* (PP) yang relatif singkat yaitu sekitar 11 hari, serta pencapaian volume penjualan yang telah melampaui titik *Break Even Point* (BEP).

Saran

Vellup Freshy Drink disarankan untuk secara berkelanjutan melakukan inovasi pada variasi produk minuman Freshy Drink dan peningkatan kualitas pelayanan guna mengoptimalkan potensi pasar yang ada. Selain itu, usaha perlu mengadopsi perkembangan teknologi digital dalam merancang strategi promosi yang lebih interaktif dan efektif agar mampu memperluas pangsa pasar serta meningkatkan daya saing bisnis, disertai untuk meningkatkan ketelitian dan kedisiplinan dalam pencatatan serta pembukuan keuangan guna menjaga transparansi, efisien operasional, dan keberlanjutan finansial usaha di masa mendatang.

DAFTAR REFERENSI

Armstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-dasar pemasaran* (A. Sindoro & B. Molan, Trans.). Prenhalindo.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.

Badan Pusat Statistik Kota Manado. (2003). *Jumlah penduduk menurut kecamatan di Kota Manado*. https://manadokota.bps.go.id/indicator/12/96/1/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin-di-kota-manado.html

Baroes, H. (2009). *Teori ekonomi: Pengertian pangsa pasar* [Working paper]. http://hendra-baroes.blogspot.com/2009/01/teori-ekonomi.html

Carter, D. E. (1985). *Designing corporate identity programs for small corporation*. Art Direction Book Company.

Charles Lamb, W., et al. (2001). *Pemasaran* (1st ed.). Salemba Empat.

Freddy Rangkuti. (2013). *Riset pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.

Gilarso, T. (2003). *Pengantar ilmu ekonomi mikro* (Edisi revisi). Kanisius.

Hamdan, Y. (2001). Pernyataan visi dan misi perguruan tinggi. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, *17*(1), 90–103. https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mimbar/article/view/34

Kasmir. (2012). *Analisis laporan keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.

Kasmir, & Jakfar. (2012). *Studi kelayakan bisnis* (Cetakan ke-8). Kencana.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing* (13th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12, Jilid 2). PT Indeks.

Kotler, P. (2011). *Manajemen pemasaran di Indonesia* (Edisi 1). Salemba Empat.

Mankiw, N. G. (2000). *Teori ekonomi makro* (Edisi ke-4). Erlangga.

Muchlison Anis, Nandiroh, S., & Utami, A. D. (2007). Optimasi perencanaan produksi dengan metode goal programming. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, *5*(3), 133–143. https://journals.ums.ac.id/jiti/article/view/1601

Munawir, S. (2002). *Analisis informasi keuangan* (Edisi pertama). Liberty Yogya.

Sartono, A. R. (2010). *Manajemen keuangan: Teori dan aplikasi* (Edisi ke-4). BPFE.

Sirait. (2014). *Pelaporan dan laporan keuangan*. Graha Ilmu.

Stanton, W. J. (1984). *Fundamentals of marketing* (8th ed.). McGraw-Hill.

Sucipto, C. D. (2013). *Keamanan pangan: Untuk kesehatan manusia*. Gosyen Publishing.

Sugiarto. (2022). *Ekonomi mikro*. Gramedia Pustaka Utama.

Suliyanto. (2010). *Studi kelayakan bisnis*. Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategik* (Edisi ke-2). Andi.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). *Service marketing: Integrating customer focus* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (6th ed.). McGraw-Hill.