



Analisis Keuangan *Best Camp*

Stevanie Priscylla Theresa Logugu^{1*}, Cysca Adelaida Juliana Langi², Efendy Rasjid³

¹⁻³Program Studi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Manado, Indonesia

Email: youvanskay@gmail.com¹, cyscaikelangi@gmail.com², rasjidefendy@gmail.com³

*Penulis Korespondensi: youvanskay@gmail.com

Abstract. *Best.Camp is a culinary business operating as a café located in the Megamas waterfront area of Manado City, offering a seaside concept with direct views of Manado Bay and a scenic sunset as its main attraction. The café specializes in two signature products, Ayam Crispi Sambal Mata and Best Coffee, and has been operating for approximately five months with positive customer responses. This business plan aims to analyze the business development prospects from operational, marketing, and financial perspectives. Best.Camp implements a structured operational management system covering raw material management, production processes, and customer service while utilizing digital marketing through Instagram, TikTok, WhatsApp, and Facebook to reach various market segments, including students, employees, families, and tourists. The business is fully financed through the founders' own capital without external funding. Based on five months of operational data and business feasibility analysis using Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and Payback Period (PP), Best.Camp demonstrates promising prospects and is considered feasible for sustainable growth and future development.*

Keywords: *Business Feasibility; Business Plan; Café; Digital Marketing; Manado.*

Abstrak. *Best.Camp merupakan usaha kuliner berbentuk kafe yang berlokasi di kawasan waterfront Megamas, Kota Manado, dengan konsep kafe tepi laut yang menawarkan pemandangan langsung ke Teluk Manado dan panorama sunset sebagai daya tarik utama. Usaha ini menjual dua produk unggulan, yaitu Ayam Crispi Sambal Mata dan Best Coffee, serta telah beroperasi selama kurang lebih lima bulan dengan respons positif dari masyarakat. Penyusunan business plan ini bertujuan untuk menganalisis prospek pengembangan usaha melalui aspek operasional, pemasaran, dan keuangan. Best.Camp menerapkan sistem operasional yang terstruktur mulai dari pengelolaan bahan baku, proses produksi, hingga pelayanan pelanggan, serta memanfaatkan pemasaran digital melalui Instagram, TikTok, WhatsApp, dan Facebook untuk menjangkau berbagai segmen pasar, meliputi pelajar, mahasiswa, pekerja, keluarga, dan wisatawan. Seluruh kebutuhan modal usaha berasal dari modal sendiri tanpa pendanaan eksternal. Berdasarkan data operasional yang telah berjalan dan analisis kelayakan usaha yang meliputi Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Payback Period (PP), Best.Camp memiliki prospek yang baik dan layak untuk terus dikembangkan.*

Kata Kunci: *Business Plan; Kafe; Kelayakan Usaha; Manado; Pemasaran Digital.*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan industri kuliner di Indonesia, khususnya di Kota Manado, mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini sejalan dengan meningkatnya daya beli masyarakat serta perubahan gaya hidup yang semakin modern dan dinamis. Masyarakat masa kini tidak hanya mencari tempat makan sekadar untuk memenuhi kebutuhan perut, tetapi juga menginginkan pengalaman bersantap yang menyenangkan, estetis, dan berkesan. Fenomena ini mendorong munculnya berbagai konsep usaha kuliner baru yang lebih kreatif dan inovatif, salah satunya adalah kafe dengan konsep kekinian yang menawarkan suasana unik dan produk yang menarik.

Tren gaya hidup nongkrong di kalangan anak muda saat ini telah berkembang menjadi sebuah kebiasaan sosial yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kebiasaan berkumpul bersama teman, keluarga, maupun rekan kerja sambil menikmati makanan dan

minuman di tempat yang nyaman dan *instagramable* semakin diminati oleh berbagai kalangan masyarakat. Hal ini menciptakan peluang bisnis yang sangat besar di sektor kuliner, terutama bagi usaha yang mampu menghadirkan konsep yang berbeda dan pengalaman yang tidak dapat ditemukan di tempat lain.

Kota Manado sebagai salah satu kota terbesar di kawasan Indonesia Timur memiliki potensi wisata kuliner yang sangat besar. Dengan jumlah penduduk sebesar 462.658 jiwa pada tahun 2025 dan arus wisatawan yang semakin meningkat, permintaan akan tempat makan dan minum yang berkualitas terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kawasan *waterfront* Megamas Manado yang terkenal dengan keindahan pemandangan lautnya menjadi salah satu lokasi strategis yang memiliki daya tarik tinggi bagi masyarakat maupun wisatawan yang ingin menikmati suasana tepi laut Teluk Manado.

Berangkat dari potensi tersebut, kami mendirikan Best.Camp pada tahun 2025 sebagai usaha kuliner yang menawarkan dua produk unggulan, yaitu Ayam Crispi Sambal Mata dan Best Coffee, yang berlokasi di kawasan waterfront Megamas Kota Manado. Best.Camp hadir dengan konsep yang memadukan cita rasa produk kuliner modern dengan keindahan panorama sunset di tepi laut Teluk Manado, menciptakan pengalaman bersantap yang tidak hanya memuaskan selera tetapi juga memanjakan mata. Konsep ini kami rancang untuk menjawab kebutuhan seluruh kalangan masyarakat, mulai dari pelajar, mahasiswa, pekerja, keluarga, hingga wisatawan yang ingin menikmati momen bersama di tempat yang istimewa.

Best.Camp memilih strategi fokus pada dua produk unggulan, yaitu Ayam Crispi Sambal Mata sebagai produk makanan dan Best Coffee sebagai produk minuman. Strategi spesialisasi ini diterapkan agar Best.Camp dapat menjaga konsistensi kualitas, mengoptimalkan efisiensi produksi, serta membangun identitas produk yang kuat di benak konsumen. Dengan memanfaatkan keunggulan lokasi yang berada di tepi laut dengan pemandangan sunset yang memukau, Best.Camp memiliki nilai jual yang unik dan sulit ditiru oleh kompetitor. Keunikan inilah yang menjadi fondasi kuat bagi Best.Camp untuk tumbuh dan berkembang sebagai salah satu destinasi kuliner unggulan di Kota Manado.

Melalui penyusunan business plan ini, kami berupaya untuk memaparkan secara sistematis dan komprehensif mengenai profil usaha, strategi pemasaran, rencana operasional, serta proyeksi keuangan Best.Camp. Karena Best.Camp sudah berjalan sejak 2025, data penjualan tahun 2025 dalam business plan ini merupakan data aktual hasil pengamatan langsung selama 5 bulan operasional, sedangkan proyeksi tahun 2026 hingga 2029 disusun berdasarkan asumsi pertumbuhan permintaan sebesar 5% per tahun. Kami berharap business plan ini dapat menjadi panduan yang jelas dalam pengembangan usaha ke depan sekaligus

menjadi bukti keseriusan kami dalam mengelola dan membesarkan Best.Camp menjadi usaha kuliner yang sukses dan berdampak positif bagi masyarakat Kota Manado.

2. KAJIAN PUSTAKA

Pasar Sasaran

Menurut Kotler (2010) pasar sasaran adalah seorang yang membeli barang atau jasa yang terlibat dalam suatu transaksi pembelian. Transaksi jual beli yang terjadi dilakukan oleh penjual dan pembeli. Kegiatan ini berlangsung pada saat tertentu dan di tempat tertentu. Sehingga pasar dapat dianggap sebagai tempat. Pengertian pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan pembelian. Namun seiring berkembangnya kemajuan teknologi yang menyebabkan transaksi dapat dilakukan tanpa mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung, maka muncul pengertian pasar dalam arti luas yaitu, proses interaksi penjual dan pembeli untuk mencapai harga pasar.

Organisasi dan Manajemen

Organisasi adalah sebuah wadah atau tempat berkumpulnya sekelompok orang untuk bekerja sama secara rasional dan sistematis, terkendali, dan dipimpin guna mencapai suatu tujuan tertentu dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Pada umumnya organisasi memanfaatkan berbagai sumber daya seperti uang, peralatan, metode kerja, lingkungan, sumber daya manusia, dan sumber daya lainnya secara sistematis, rasional, dan terkendali demi mencapai tujuan bersama. Dalam dunia bisnis, organisasi dapat dipahami sebagai sekelompok orang yang berkolaborasi untuk mencapai tujuan komersial. Sama seperti organisasi non-profit, organisasi bisnis juga memiliki struktur yang jelas dan budaya kerja tersendiri.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan *case study* yang dilaksanakan pada usaha Best.Camp dengan fokus pada analisis kelayakan investasi dari aspek keuangan. Populasi penelitian mencakup seluruh data keuangan usaha Best.Camp, sedangkan sampel penelitian berupa data laporan keuangan yang meliputi struktur permodalan, biaya, laporan laba rugi, neraca, dan arus kas. Instrumen penelitian berupa pedoman observasi, pedoman wawancara, dan dokumentasi laporan keuangan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dengan pemilik atau pengelola usaha, serta dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis kelayakan bisnis dari aspek keuangan melalui perhitungan *Break Even Point* (BEP), *Contribution Margin*, *Return on Investment* (ROI), *Payback Period*

(PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI) untuk menentukan kelayakan investasi usaha Best.Camp.

Tabel 1. Teknik Analisis Data.

Aspek Analisis	Alat Analisis	Kriteria Kelayakan
Struktur Permodalan	Sumber Pendanaan, Modal Investasi, Modal Kerja	Kesesuaian modal sendiri dengan kebutuhan investasi dan operasional
Struktur Biaya	Klasifikasi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	Biaya terklasifikasi secara proporsional
Kinerja Laba	Laporan Laba Rugi (Income Statement)	Laba operasional bernilai positif
Posisi Keuangan	Laporan Neraca (Balance Sheet)	Total aktiva = total pasiva (balance)
Arus Kas	Laporan Aliran Kas (Cash Flow)	Saldo kas akhir periode positif
Titik Impas	Break Even Point (BEP) unit dan rupiah	Volume penjualan aktual di atas titik BEP
Margin Kontribusi	Contribution Margin	Margin kontribusi bernilai positif dan meningkat
Pengembalian Investasi	Return on Investment (ROI)	ROI > 0 dan cenderung meningkat
Waktu Pengembalian	Payback Period (PP)	PP lebih singkat dari umur ekonomis investasi
Modal		
Nilai Sekarang Bersih	Net Present Value (NPV)	NPV > 0
Tingkat Pengembalian Internal	Internal Rate of Return (IRR)	IRR > tingkat suku bunga (discount rate)
Indeks Profitabilitas	Profitability Index (PI)	PI > 1

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Kelayakan Usaha

Method Non-Discounted Cash Flow

a. *Payback Period (PP)*

Tabel 2. Payback Period.

Tahun	Cash Out	Net Profit	Cash In	Depresiasi	Net Cash Flow	Commulative NCF
0	Rp 115,633,000				-Rp 115,633,000	
1	Rp 270,626,000	Rp 179,753,600	Rp	21,770,400	Rp 263,391,000	Rp 147,758,000
2	Rp 270,626,000	Rp 272,150,600	Rp	21,770,400	Rp 609,812,000	Rp 757,570,000
3	Rp 270,626,000	Rp 302,967,600	Rp	21,770,400	Rp 987,050,000	Rp 1,744,620,000
4	Rp 270,626,000	Rp 335,339,600	Rp	21,770,400	Rp 1,396,660,000	Rp 3,141,280,000
5	Rp 270,626,000	Rp 369,349,600	Rp	21,770,400	Rp 1,840,280,000	Rp 4,981,560,000

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

Berdasarkan tabel diatas, Artinya usaha ini mengeluarkan investasi sebesar Rp. 115.633.000,- dan untuk mengembalikan uang tersebut membutuhkan waktu ±1 tahun atau untuk lebih rinci lagi membutuhkan waktu 5 bulan. Usaha ini dinyatakan layak dikarenakan masih dalam umur proyek.

Methode Discounted Cash Flow**Net Present Value (NPV)****Tabel 3.** Net Present Value.

Tahun		NCF	Interest 5.50%		PV
1	Rp	263,391,000	0.9479	Rp	249,668,329
2	Rp	609,812,000	0.8985	Rp	547,916,082
3	Rp	987,050,000	0.8516	Rp	840,571,780
4	Rp	1,396,660,000	0.8072	Rp	1,127,383,952
5	Rp	1,840,280,000	0.7651	Rp	1,407,998,228
				PV	Rp 4,173,538,371
			Total Investasi	Rp	115,633,000
			NPV	Rp	4,057,905,371

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dilihat NPV dalam usaha Best.Camp adalah Rp. 4.057.905.3371,- 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)**Tabel 4.** Profitability Index.

PV	Rp	4,173,538,371
Total Investasi	Rp	115,633,000
PI		36.09

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

Berdasarkan tabel yang diatas, dapat dilihat bahwa *profitability Index* Best.Camp adalah 36,09 , 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)**Tabel 5.** IRR PV +.

Tahun		NCF	Interest 321%		PV
1	Rp	263,391,000.00	0.237	Rp	62,563,264
2	Rp	609,812,000.00	0.056	Rp	34,405,593
3	Rp	987,050,000.00	0.013	Rp	13,228,444
4	Rp	1,396,660,000.00	0.003	Rp	4,445,569
5	Rp	1,840,280,000.00	0.000	Rp	1,391,252
				PV	Rp 116,034,122
			Total Investasi	Rp	115,633,000
			NPV	Rp	401,122

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

Tabel 6. IRR PV –.

Tahun	NCF	Interest 332%	PV
1	Rp 263,391,000	0.236	Rp 62,414,975
2	Rp 609,812,000	0.056	Rp 34,242,773
3	Rp 987,050,000	0.013	Rp 13,133,687
4	Rp 1,396,660,000	0.003	Rp 4,403,669
5	Rp 1,840,280,000	0.000	Rp 1,374,689
		PV	Rp 115,569,794
		Total Investasi	Rp 115,633,000
		NPV	-Rp 63,206

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

Tabel 7. Internal Rate of Return.

Suku bunga	331%
Jumlah PV +	Rp 401,121.83
Jumlah PV -	Rp 63,206.23
PV + + PV -	Rp 464,328.06
Persentase	Rp 0.86
IRR	335.8%

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

Berdasarkan tabel yang diatas, menjelaskan bahwa Best.Camp mendapatkan nilai IRR sebesar 335.8% artinya, tingkat pengembalian usaha Best.Camp terhadap investasi lebih besar dengan suku bunga bank maka dapat disimpulkan bahwa usaha Best.Camp layak untuk dijalankan.

Analisis Keuntungan

Break Even Point

Tabel 8. Break Even Point Ayam Crispy Sambal Matah.

Keterangan	Tahun				
	1	2	3	4	5
Penjualan	Rp 306,600,000.00	Rp 321,916,000.00	Rp 338,016,000.00	Rp 354,900,000.00	Rp 372,652,000.00
Biaya Tetap	Rp 68,625,000.00	Rp 68,625,000.00	Rp 68,625,000.00	Rp 68,625,000.00	Rp 68,625,000.00
Biaya Variabel	Rp 122,552,400.00	Rp 128,674,424.00	Rp 135,109,824.00	Rp 141,858,600.00	Rp 148,954,328.00
Biaya Pokok/Porsi	Rp 11,192.00	Rp 11,192.00	Rp 11,192.00	Rp 11,192.00	Rp 11,192.00
Harga Unit	Rp 28,000.00	Rp 28,000.00	Rp 28,000.00	Rp 28,000.00	Rp 28,000.00
Kontribusi Margin	60%	60%	60%	60%	60%
BEP Rupiah	Rp 114,320,561.64	Rp 114,320,561.64	Rp 114,320,561.64	Rp 114,320,561.64	cRp 114,320,561.64
volume penjualan	10950	11497	12072	12675	13309

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

$$BEP (Rp) = \frac{\text{Penjualan Target Laba}}{\text{Rasio Kontribusi Margin}} \quad (i)$$

$$BEP (Rp) = Rp\ 68.625.000/0.60 \quad (ii)$$

$$BEP (Rp) = 144.375.000, - \quad (iii)$$

Dari hasil analisa yang diatas dapat dilihat pada BEP (Rp), berjumlah sebesar Rp. 144.375.000,- maka penjualan pada usaha Best.Camp mengalami titik impas atau titik pulang pokok, yang artinya pada keadaan tersebut usaha Best.Camp tidak untung maupun rugi sehingga untuk mendapatkan keuntungan usaha ini harus menjual produk lebih dari Rp. 144.375.000,- untuk mendapatkan keuntungan.

Selanjutnya, BEP dalam unit dapat dihitung sebagai berikut:

$$BEP (Unit) = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Harga Per Unit}} \quad (iv)$$

$$BEP (Unit) = Rp\ 306.600.000/28.000 \quad (v)$$

$$BEP (Unit) = 10.950 \text{ Unit} \quad (vi)$$

Dari hasil analisa yang diatas dapat dilihat pada BEP (Unit) berjumlah sebesar 10.950 unit, maka penjualan pada usaha Best.Camp mengalami titik impas atau titik pulang pokok, yang artinya pada keadaan tersebut usaha Best.Camp tidak untung maupun rugi sehingga untuk mendapatkan keuntungan usaha ini harus menjual produk lebih dari unit untuk mendapatkan keuntungan.

Tabel 9. Break Even Point Best Coffee Milk.

Keterangan	Tahun				
n	1	2	3	4	5
Penjualan	Rp 281,050,000.00	Rp 295,086,000.00	Rp 309,848,000.00	Rp325,336,000.00	Rp341,594,000.00
Biaya Tetap	Rp 114,375,000.00	Rp 114,375,000.00	Rp 114,375,000.00	Rp 114,375,000.00	Rp114,375,000.00
Biaya Variabel	Rp 93,104,200.00	Rp 97,753,944.00	Rp 102,644,192.00	Rp 107,774,944.00	Rp113,160,776.00
Pokok/Porsi	Rp 7,288.00	Rp 7,288.00	Rp 7,288.00	Rp 7,288.00	Rp 7,288.00
Harga Unit	Rp 22,000.00	Rp 22,000.00	Rp 22,000.00	Rp 22,000.00	Rp 22,000.00
Kontribusi Margin	67%	67%	67%	67%	67%
BEP Rupiah	Rp 171,033,849.92	Rp 171,033,849.92	Rp 171,033,849.92	Rp 171,033,849.92	Rp171,033,849.92
volume penjualan	12775	13413	14084	14788	15527

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

$$BEP (Rp) = \frac{\text{Penjualan Target Laba}}{\text{Rasio Kontribusi Margin}} \quad (vii)$$

$$BEP (Rp) = Rp\ 114.375.000/0.67 \quad (viii)$$

$$BEP (Rp) = Rp\ 170.708.955, - \quad (ix)$$

Dari hasil analisa yang diatas dapat dilihat pada BEP (Rp), berjumlah sebesar Rp. 170.708.955,- maka penjualan pada usaha Best.Camp mengalami titik impas atau titik pulang pokok, yang artinya pada keadaan tersebut usaha Best.Camp tidak untung maupun rugi sehingga untuk mendapatkan keuntungan usaha ini harus menjual produk lebih dari Rp. 170.708.955,- untuk mendapatkan keuntungan.

Selanjutnya, BEP dalam unit dapat dihitung sebagai berikut:

$$BEP (Unit) = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Harga Per Unit}} \quad (x)$$

$$BEP (Unit) = Rp\ 281.050.000/22.000 \quad (xi)$$

$$BEP (Unit) = 12.775 \text{ Unit} \quad (xii)$$

Dari hasil analisa yang diatas dapat dilihat pada BEP (Unit) berjumlah sebesar 12.775 unit, maka penjualan pada usaha Best.Camp mengalami titik impas atau titik pulang pokok, yang artinya pada keadaan tersebut usaha Best.Camp tidak untung maupun rugi sehingga untuk mendapatkan keuntungan usaha ini harus menjual produk lebih dari unit untuk mendapatkan keuntungan.

Kontribusi Margin

Kontribusi *Margin* adalah selisih antara hasil penjualan 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 10. Kontribusi Margin ayam Ayam Crispy Sambal Mata.

Keterangan	Tahun				
	1	2	3	4	5
Biaya Variabel	Rp122,552,400	Rp128,674,424	Rp135,109,824	Rp 141,858,600	Rp 148,954,328
Penjualan	Rp 306,600,000	Rp321,916,000	Rp338,016,000	Rp 354,900,000	Rp 372,652,000
Kontribusi Margin	60%	60%	60%	60%	60%

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

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

$$\text{Rasio Kontribusi Margin} = 1 - \frac{122.552.400}{306.600.000} \quad (xiv)$$

$$\text{Rasio Kontribusi Margin} = 0.60 \quad (xv)$$

Dari hasil tabel yang diatas, kontribusi *margin* adalah sebesar 60%. Artinya, selisih antara biaya variabel dan pendapatan penjualan adalah sebesar Rp. 122.552.400.

Tabel 11. Kontribusi Margin Best Coffe Milk.

Keterangan	Tahun				
n	1	2	3	4	5
Biaya Variabel	Rp93,104,200	Rp 97,753,944	Rp102,644,192	Rp107,774,944	Rp113,160,776
Penjualan	Rp281,050,000	Rp295,086,000	Rp309,848,000	Rp325,336,000	Rp341,594,000
Kontribusi Margin	67%	67%	67%	67%	67%

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

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

$$\text{Rasio Kontribusi Margin} = 1 - \frac{93.104.200}{281.050.00} \quad (\text{xvii})$$

$$\text{Rasio Kontribusi Margin} = 0.67 \quad (\text{xviii})$$

Dari hasil tabel yang diatas, kontribusi *margin* adalah sebesar 67%. Artinya, selisih antara biaya variabel dan pendapatan penjualan adalah sebesar Rp. 93.104.200. Dengan demikian, penjualan minimal dari keuntungan yang ditetapkan adalah sebagai berikut.

Tabel 12. Minimum Penjualan Ayam Crispy Sambal Mata.

Keterangan	Tahun				
	1	2	3	4	5
Biaya tetap	Rp 68,625,000	Rp 68,625,000	Rp 68,625,000	Rp 68,625,000	Rp 68,625,000
Laba	Rp 192,279,438	Rp 207,595,438	Rp223,695,438	Rp240,579,438	Rp 258,331,438
Kontribusi Margin	60%	60%	60%	60%	60%
Minimum penjualan	Rp 114,320,561	Rp 114,320,561	Rp114,320,561	Rp114,320,561	Rp 114,320,561

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

$$\text{Minimal Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}}} \quad (\text{xix})$$

$$\text{Minimal Penjualan} = \frac{\text{Rp } 62.625.000 + 192.279.438}{0.60} \quad (\text{xx})$$

$$\text{Minimal Penjualan} = \frac{254.904.438}{0.60} \quad (\text{xxi})$$

$$\text{Minimal Penjualan} = \text{Rp } 424.840.730 -$$

Dari hasil analisa diatas, bahwa minimal penjualan adalah hasil penjualan dengan biaya tetap serta kontribusi *margin* yang berjumlah Rp. 424.840.730,-

Tabel 13. Minimum Penjualan Best Coffe Milk.

Keterangan	Tahun				
	1	2	3	4	5
Biaya tetap	Rp 114,375,000	Rp 114,375,000	Rp 114,375,000	Rp 114,375,000	Rp 114,375,000
Laba	Rp 110,016,150	Rp 124,052,150	Rp 138,814,150	Rp 154,302,150	Rp 170,560,150
Kontribusi Margin	67%	67%	67%	67%	67%
Minimum penjualan	Rp 171,033,849	Rp 171,033,849	Rp 171,033,849	Rp 171,033,849	Rp 171,033,849

Sumber: data diolah MS Excel Tahun 2026

$$\text{Minimal Penjualan} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}}} \quad (\text{xxii})$$

$$\text{Minimal Penjualan} = \frac{\text{Rp } 114.375.000 + 110.016.150}{0.67} \quad (\text{xxiii})$$

$$\text{Minimal Penjualan} = \frac{224.391.150}{0.67} \quad (\text{xxiv})$$

$$\text{Minimal Penjualan} = \text{Rp } 334.912.164 - \quad (\text{xxv})$$

Dari hasil analisa diatas, bahwa minimal penjualan adalah hasil penjualan dengan biaya tetap serta kontribusi *margin* yang berjumlah Rp. 334.912.164,-

Pembahasan

Aspek Keuangan

Untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu usaha maka harus dilakukan pembahasan berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan. Menurut hasil analisis data menyebutkan bahwa Business Plan Best.Camp layak dilakukan. Hal ini dapat dilihat dengan hasil analisis kelayakan usaha seperti Payback Period, Net Present Value, Profitability Index, dan Internal Rate of Return.

Payback Period

Berdasarkan tabel Payback Period, bahwa usaha ini mengeluarkan investasi sebesar Rp155.633.000,- dan untuk mengembalikan uang tersebut membutuhkan waktu ± 5 bulan. Untuk itu usaha Best.Camp ini masih dinyatakan layak dikarenakan masih dalam umur proyek.

Net Present Value

Berdasarkan pada tabel Net Present Value, dapat dilihat NPV dalam usaha Best.Camp adalah Rp4.057.905.371,- dengan discount rate 5,50% yang dimana ini adalah suku bunga BI Rate yang berlaku saat ini, artinya proyek ini atau usaha ini menguntungkan dikarenakan hasil dari NPV adalah positif. Jadi, investasinya dikatakan menguntungkan karena melebihi jumlah investasi yang dipakai dan dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

Profitability Index

Berdasarkan tabel Profitability Index, dapat dilihat bahwa Profitability Index Best.Camp adalah 39,09, 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

Berdasarkan tabel Internal Rate of Return, menjelaskan bahwa Best.Camp mendapatkan nilai IRR sebesar 335,8% artinya, tingkat pengembalian usaha Best.Camp terhadap investasi lebih besar dari suku bunga BI Rate sebesar 5,50% maka dapat disimpulkan bahwa usaha Best.Camp layak untuk dijalankan.

Hasil analisis kelayakan usaha dalam aspek keuangan menunjukkan bahwa usaha Best.Camp layak untuk dijalankan. Kriteria investasi menunjukkan bahwa Payback Period ± 2 bulan dalam umur 5 tahun, NPV Rp4.057.905.371,- (+), PI 36,09 > 1 , dan IRR 335,8% $>$ BI Rate 5,50%. Hasil ini menunjukkan bahwa usaha Best.Camp secara ekonomi menjanjikan keuntungan dan usaha ini layak untuk dijalankan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Business Plan Best.Camp dinilai layak untuk dijalankan karena memiliki prospek pasar yang baik dengan lokasi strategis di kawasan *waterfront* Megamas Kota Manado, didukung strategi pemasaran digital, penerapan bauran pemasaran, analisis SWOT, serta pengelolaan usaha melalui sistem POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Dari aspek keuangan, usaha ini memenuhi kriteria kelayakan investasi yang ditunjukkan oleh nilai *Net Present Value* (NPV) positif, *Profitability Index* (PI) > 1 , *Internal Rate of Return* (IRR) melebihi suku bunga, dan *Payback Period* selama 3 tahun. Dengan dua produk unggulan, yaitu Ayam Crispy Sambal Matah dan Best Coffee, Best.Camp berpotensi berkembang apabila mampu menjaga kualitas produk, meningkatkan inovasi, serta memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan.

Saran

Best.Camp disarankan untuk terus mengoptimalkan strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan keunggulan lokasi sebagai nilai jual utama, menjaga konsistensi kualitas produk dan pelayanan, serta meningkatkan inovasi agar mampu mengikuti perkembangan tren kuliner. Selain itu, pengelolaan organisasi dan pembagian tugas perlu dijalankan secara efektif, disertai pencatatan keuangan yang disiplin serta evaluasi kelayakan usaha secara berkala sebagai dasar pengambilan keputusan dan pengembangan bisnis.

DAFTAR REFERENSI

- Hasibuan, M. S. P. (2006). *Manajemen sumber daya manusia* (Edisi revisi). Bumi Aksara.
- Husnan, S., & Suwarsono, M. (2014). *Studi kelayakan proyek bisnis* (5th ed.). UPP STIM YKPN.
- Jakfar, & Kasmir. (2012). *Studi kelayakan bisnis* (Edisi revisi). Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir. (2016). *Analisis laporan keuangan*. Rajawali Pers.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Mangkunegara, A. P. (2001). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Marwansyah. (2010). *Manajemen sumber daya manusia* (2nd ed.). Alfabeta.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2006). *Human resource management (Manajemen sumber daya manusia)* (10th ed.). Salemba Empat.
- Munawir, S. (2010). *Analisis laporan keuangan* (4th ed.). Liberty.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, B. (2011). *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan* (4th ed.). BPFE.
- Sartono, R. A. (2010). *Manajemen keuangan: Teori dan aplikasi* (4th ed.). BPFE.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2017). *Analisis laporan keuangan: Teori, aplikasi, dan hasil penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Sutomo. (2011). *Pengantar ilmu ekonomi*. UNS Press.
- Sutrisno. (2012). *Manajemen keuangan: Teori, konsep, dan aplikasi* (8th ed.). Ekonisia.
- Terry, G. R. (2014). *Prinsip-prinsip manajemen* (12th ed.). Bumi Aksara.
- Umar, H. (2007). *Studi kelayakan bisnis: Teknik menganalisis kelayakan rencana bisnis secara komprehensif* (3rd ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. The Free Press.