

Analisis Keuangan Menggunakan Financial Projection Pada Bisnis Salasa

Salsabila Fithrya Yasmin¹, Dematria Pringgabayu²,

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, bilaafthry@gmail.com

² Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, pringgabayu@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Industri *fashion* premium di Indonesia menunjukkan pertumbuhan pesat, mendorong brand lokal seperti SALASA untuk mengembangkan strategi bisnis yang tidak hanya eksklusif secara desain, tetapi juga terukur secara finansial. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan strategi SALASA melalui analisis proyeksi keuangan jangka menengah berbasis data internal, dengan pendekatan kualitatif deskriptif studi kasus. Data diperoleh dari dokumentasi penjualan, struktur biaya, dan laporan arus kas, yang kemudian disusun dalam bentuk laporan proforma dan dievaluasi menggunakan empat indikator kelayakan strategi keuangan: NPV, IRR, PBP, dan ROR. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi produksi batch eksklusif SALASA dinilai layak secara finansial, dengan proyeksi pertumbuhan pendapatan dan laba yang positif serta nilai NPV, IRR, dan ROR yang melebihi standar kelayakan. Temuan ini diharapkan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis dan memperkuat fondasi keberlanjutan bisnis SALASA ke depan.

Kata Kunci: Industri Fashion, Proyeksi Keuangan, Strategi Bisnis, Analisis Keuangan

I. PENDAHULUAN

Industri fashion di Indonesia merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, sektor fashion menyumbang 18,01% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif nasional, menempati posisi kedua setelah kuliner dalam kontribusi terhadap ekonomi kreatif nasional. Hal ini menunjukkan bahwa industri fashion bukan hanya menawarkan nilai ekonomi, tetapi juga menjadi arena ekspresi sosial dan budaya yang penting. Semakin banyak merek dan produk yang bersaing di pasar membuat konsumen memiliki lebih banyak alternatif pilihan (Wardhana et al., 2023). Perubahan preferensi konsumen, globalisasi tren mode, serta kemajuan teknologi digital telah mendorong pelaku usaha untuk berinovasi dalam strategi produk dan pemasaran guna memenuhi ekspektasi pasar yang semakin kompleks (Kapferer & Bastien, 2012).

Di tengah transformasi industri tersebut, brand lokal SALASA hadir dengan mengusung pendekatan diferensiasi melalui produksi terbatas (*limited batch*), visual storytelling, dan narasi keberlanjutan. Strategi ini menargetkan segmen konsumen milenial dan Gen Z yang mengutamakan eksklusivitas dan koneksi emosional dengan produk. Pendekatan ini sejalan dengan tren global di mana konsumen semakin tertarik pada produk dengan narasi personal, terbatas, dan autentik, yang dianggap mampu meningkatkan nilai sosial pemakainya (Nielsen, 2023). Globalisasi ekonomi telah memengaruhi gaya hidup, ekonomi, selera konsumen, sosial, politik dan lingkungan. Integritas ekonomi dengan global yang tanpa batas dapat menghasilkan keuntungan dan peluang bisnis (Hartini et al., 2022). Dalam konteks tersebut, strategi SALASA menggabungkan nilai estetika dengan nilai simbolik, menciptakan proposisi nilai yang kuat untuk bersaing di industri fashion digital. Peluncuran dua batch awal SALASA memberikan hasil yang kontras. Batch pertama, Goddess Collection, berhasil menjual habis 60 unit dalam dua minggu dengan margin laba bersih sekitar 43%. Sebaliknya, pada batch kedua (*Sweetheart Collection*) yang diproduksi sebanyak 100 unit, hanya 53 unit yang terjual hingga pertengahan Mei 2025, dengan margin laba bersih menurun menjadi sekitar 20%. Ketimpangan performa ini mencerminkan tantangan strategis dalam menjaga keseimbangan antara eksklusivitas, volume produksi, dan efektivitas pemasaran digital. Hal ini mempertegas pentingnya pendekatan perencanaan berbasis data dalam setiap keputusan produksi dan ekspansi.

Proyeksi keuangan menjadi instrumen penting untuk menilai keberlanjutan dan kelayakan strategi bisnis. Proyeksi keuangan mencakup estimasi pendapatan, pengeluaran, dan arus kas di masa depan berdasarkan data historis dan asumsi realistis. Menurut (Hidayati & Warnana, 2017), proyeksi keuangan memainkan peran sentral dalam perencanaan strategis, karena memungkinkan manajemen mengantisipasi peluang dan risiko secara sistematis. Melalui proyeksi laba rugi, neraca, dan arus kas, perusahaan dapat memperoleh gambaran menyeluruh tentang potensi profitabilitas dan kebutuhan modal dalam periode tertentu.

Untuk mengevaluasi efektivitas strategi secara objektif, digunakan indikator kelayakan investasi seperti *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PBP), dan *Rate of Return* (ROR). NPV digunakan untuk

mengukur seberapa besar nilai tambah yang dihasilkan proyek investasi; IRR untuk mengetahui tingkat pengembalian investasi; PBP menunjukkan seberapa cepat investasi dapat dikembalikan; dan ROR untuk menilai efisiensi dari modal yang digunakan (Brigham & Houston, 2019) Penerapan keempat indikator ini dalam analisis keuangan perusahaan akan memberikan dasar kuantitatif yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis

Namun demikian, banyak bisnis rintisan lokal belum mengintegrasikan analisis keuangan sebagai bagian dari proses perencanaan strategis. Menurut (Ponto et al., 2024), keputusan bisnis yang tidak berbasis data finansial cenderung bersifat intuitif dan berisiko tinggi, karena mengabaikan kapasitas modal dan dinamika pasar yang fluktuatif. Dalam kasus SALASA, absennya proyeksi dan evaluasi kelayakan investasi pada batch kedua menyebabkan ketidakseimbangan antara ekspansi produksi dan realisasi penjualan, yang pada akhirnya berdampak pada efisiensi operasional dan profitabilitas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis performa keuangan dua batch produksi SALASA, menyusun proyeksi keuangan selama periode 2025–2027, serta mengevaluasi kelayakan strategi bisnis menggunakan indikator NPV, IRR, PBP, dan ROR. Penelitian ini tidak bertujuan merumuskan ulang strategi bisnis, melainkan memberikan dasar analitis dan finansial terhadap strategi yang telah dirancang oleh manajemen. Dengan demikian, penelitian ini berfungsi sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan yang lebih terukur dan berorientasi keberlanjutan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan bisnis SALASA dan referensi strategis bagi pelaku UMKM lainnya dalam merancang strategi berbasis data keuangan. Penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur di bidang manajemen keuangan dan strategi bisnis, khususnya dalam konteks bisnis fashion digital yang mengedepankan diferensiasi dan eksklusivitas. Dengan mengintegrasikan proyeksi keuangan dan indikator kelayakan investasi, diharapkan bisnis seperti SALASA dapat menjaga keseimbangan antara kreativitas produk dan efisiensi keuangan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Analisis Keuangan

Analisis keuangan berfungsi sebagai fondasi dalam menilai kesehatan finansial dan efektivitas manajerial sebuah entitas bisnis. Ketika perusahaan mengalami keuangan yang stabil maka dapat dinilai bahwa perusahaan tersebut mampu mengatur asetnya dengan baik (Nurbaiti & Putri, 2023). Menurut (Fahmi, 2020) analisis ini melibatkan interpretasi laporan keuangan melalui pendekatan rasio dan tren historis untuk mengidentifikasi kekuatan serta kelemahan organisasi. (Brigham & Houston, 2019) menegaskan bahwa analisis keuangan memungkinkan manajemen memahami posisi keuangan aktual dan prospektif, serta menginformasikan pengambilan keputusan strategis secara objektif.

Analisis ini bukan hanya evaluatif, tetapi juga prediktif. Ia menyediakan informasi penting untuk menyusun kebijakan investasi dan pembiayaan, merancang strategi pertumbuhan, serta memantau efektivitas operasional (Harahap, 2020) Dalam konteks bisnis fashion, interpretasi atas laporan keuangan dapat menjadi landasan dalam menentukan kelayakan strategi produksi terbatas yang memerlukan efisiensi tinggi dan kejelian dalam manajemen biaya.

B. Proyeksi Keuangan

Proyeksi keuangan adalah estimasi kinerja finansial di masa depan yang disusun berdasarkan data historis dan asumsi rasional. (Gibson, 2020) menyatakan bahwa proyeksi ini mencakup laporan laba rugi, neraca, dan arus kas yang diproyeksikan, dan berguna untuk mengevaluasi potensi keuntungan serta risiko strategi bisnis. (Hidayati & Warnana, 2017) menyebutkan bahwa proyeksi keuangan merupakan bagian dari perencanaan strategis jangka menengah dan panjang, terutama dalam mengantisipasi perubahan permintaan pasar dan biaya produksi. Dalam implementasinya, proyeksi keuangan juga dipengaruhi oleh asumsi-asumsi penting seperti pertumbuhan penjualan, biaya variabel tetap, serta margin keuntungan. Dengan demikian, perusahaan dapat menguji sensitivitas strategi terhadap fluktuasi pasar.

C. Kelayakan Investasi

Penilaian kelayakan suatu strategi bisnis atau proyek investasi memerlukan indikator yang mampu menggambarkan nilai tambah finansial dan risiko usaha secara objektif. Dalam konteks perencanaan strategis berbasis data, empat indikator utama yang umum digunakan adalah *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PBP), dan *Rate of Return* (ROR).

1. *Net Present Value*

NPV adalah metode yang menghitung selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk yang diharapkan dan nilai sekarang dari arus kas keluar atau investasi awal. Proyek dikatakan layak apabila nilai NPV bernilai positif, karena menunjukkan bahwa investasi akan memberikan keuntungan di atas tingkat pengembalian minimum yang diharapkan (Brigham & Houston, 2019). Menurut (Ross et al., 2022), NPV merupakan metode paling handal

karena mempertimbangkan nilai waktu dari uang (time value of money) dan seluruh arus kas selama masa proyek berlangsung.

2. Internal Rate of Return

IRR adalah tingkat diskonto yang membuat NPV suatu proyek sama dengan nol. IRR merepresentasikan tingkat efisiensi atau tingkat pengembalian internal dari sebuah proyek. Apabila IRR melebihi tingkat biaya modal (cost of capital), maka proyek dianggap menguntungkan (Gitman & Zutter, 2018). IRR cocok digunakan dalam membandingkan beberapa alternatif investasi dengan skala dan periode waktu berbeda, namun harus digunakan hati-hati jika arus kas tidak konvensional karena dapat menghasilkan lebih dari satu IRR (Damodaran, 2012).

3. Payback Periode

PBP mengukur berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal awal investasi dari arus kas bersih tahunan yang dihasilkan proyek. Meskipun PBP tidak memperhitungkan nilai waktu uang dan arus kas setelah periode pengembalian, metode ini tetap digunakan secara luas karena kesederhanaannya dan kemampuannya dalam menilai risiko likuiditas (Higgins, 2020). PBP sangat relevan untuk usaha kecil dan menengah yang memiliki keterbatasan modal dan toleransi risiko rendah.

4. Rate of Return

ROR atau tingkat pengembalian investasi adalah persentase keuntungan atau kerugian dari suatu investasi terhadap modal yang diinvestasikan. ROR dapat bersifat *realized* (aktual) maupun *expected* (diharapkan), dan sering digunakan dalam konteks evaluasi proyek jangka pendek maupun panjang (Weston & Brigham, 2020). ROR memberikan gambaran langsung mengenai efisiensi modal, tetapi tidak selalu memperhitungkan dimensi waktu dan risiko, sehingga penggunaannya sebaiknya dikombinasikan dengan indikator lain.

Keempat indikator ini saling melengkapi dan memberikan pandangan menyeluruh terhadap kelayakan finansial suatu strategi bisnis. Dalam studi kasus bisnis fashion seperti SALASA, penerapan kombinasi indikator NPV, IRR, PBP, dan ROR membantu dalam menilai apakah strategi produksi terbatas dan distribusi digital mampu menghasilkan nilai tambah yang berkelanjutan secara ekonomi.

III. METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis secara mendalam strategi bisnis yang dijalankan oleh SALASA sebagai brand fashion lokal. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara kontekstual dan holistik, khususnya terkait perencanaan keuangan dan kelayakan strategi bisnis yang berbasis pada data internal perusahaan. Studi kasus dianggap relevan dalam konteks ini karena objek penelitian bersifat spesifik, yaitu satu unit usaha yang sedang menjalankan strategi pertumbuhan dengan skema produksi terbatas. Sebagaimana dijelaskan oleh (Yin, 2018) metode studi kasus cocok digunakan untuk meneliti fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan lingkungannya tidak tegas.

Objek dalam penelitian ini adalah SALASA, sebuah bisnis rintisan dalam industri fashion yang mengedepankan konsep eksklusivitas melalui sistem produksi batch. Fokus penelitian diarahkan pada penyusunan dan evaluasi proyeksi keuangan jangka menengah, meliputi laporan laba rugi, neraca, dan arus kas untuk periode 2025 hingga 2027. Penelitian ini juga mengkaji kelayakan strategi bisnis SALASA melalui perhitungan indikator investasi yang meliputi *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PBP), dan *Rate of Return* (ROR). Analisis ini bertujuan untuk memberikan pemahaman terhadap sejauh mana strategi bisnis yang diterapkan layak untuk dilanjutkan secara finansial.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari dokumentasi internal perusahaan, seperti laporan penjualan, rincian biaya produksi, laporan arus kas, dan struktur modal awal. Selain itu, dilakukan observasi tidak langsung terhadap aktivitas operasional bisnis yang terdokumentasi dalam laporan internal. Untuk memperkuat kerangka teoritik dan mendukung interpretasi hasil, peneliti juga menggunakan studi literatur dari jurnal ilmiah, buku teks keuangan, dan laporan industri fashion digital. Teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk mengintegrasikan perspektif empiris dan teoritis dalam membangun analisis yang komprehensif.

Proses analisis data dilakukan secara deskriptif dengan pendekatan tematik, diawali dengan tahap reduksi data untuk memilah informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk laporan keuangan proyeksi selama tiga tahun, yang dihitung berdasarkan asumsi pertumbuhan penjualan, struktur biaya tetap dan variabel, serta estimasi tingkat diskonto. Indikator kelayakan investasi kemudian dihitung untuk menilai efisiensi dan profitabilitas strategi yang dijalankan. Penarikan kesimpulan dilakukan secara reflektif terhadap data dan hasil perhitungan, guna menentukan sejauh mana strategi SALASA mampu menunjang pertumbuhan yang berkelanjutan.

Untuk mendukung akurasi analisis numerik, penelitian ini menggunakan perangkat bantu seperti *Microsoft Excel* dalam menyusun laporan keuangan proforma dan menghitung indikator investasi. Asumsi dasar yang digunakan dalam proyeksi meliputi stabilitas harga jual, volume penjualan yang realistis berdasarkan data batch sebelumnya, struktur

biaya yang konsisten, serta tingkat diskonto yang disesuaikan dengan risiko bisnis dan kondisi pasar saat ini. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman praktik perencanaan keuangan strategis dalam bisnis fashion lokal yang sedang berkembang.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan strategi bisnis yang diterapkan oleh SALASA, sebuah usaha rintisan di sektor fashion lokal yang menerapkan sistem produksi terbatas (*limited batch*) sebagai model bisnis utamanya. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan metode studi kasus, penelitian ini memfokuskan analisis pada kinerja keuangan awal perusahaan serta potensi keberlanjutan strategi bisnis dalam jangka menengah melalui penyusunan proyeksi keuangan dan analisis indikator investasi. Strategi ini selaras dengan pandangan (Ross et al., 2022) yang menyatakan bahwa strategi bisnis yang berorientasi pada data keuangan akan meningkatkan akurasi pengambilan keputusan serta efisiensi perencanaan jangka panjang.

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan signifikan antara performa batch pertama dan kedua yang diluncurkan oleh SALASA. Batch pertama, dengan tema “*Goddess Collection*”, terdiri dari dua model produk (*Athena Green* dan *Aphrodite Grey*) yang diproduksi sebanyak 30 unit. Seluruh produk berhasil terjual dalam waktu dua minggu, menghasilkan omzet sebesar Rp10.500.000 dengan margin keuntungan bersih sekitar $\pm 40\%$. Tingkat efisiensi produksi yang tinggi, minimnya biaya promosi, dan respons positif pasar terhadap eksklusivitas produk menjadi faktor penentu keberhasilan. Sebaliknya, batch kedua bertema “*Sweetheart Collection*” yang terdiri dari 100 unit, hanya berhasil menjual 53 unit hingga pertengahan periode evaluasi, dengan omzet Rp13.250.000 dan margin bersih menurun hingga $\pm 20\%$. Menurut (Bringham & Houston, 2019), ketidakseimbangan antara volume produksi dan daya serap pasar dapat menjadi penyebab turunnya efisiensi keuangan dan peningkatan risiko bisnis, sebagaimana yang tercermin pada kasus batch kedua SALASA.

Perbedaan performa ini mengindikasikan pentingnya perencanaan berbasis data historis dan analisis keuangan dalam menentukan jumlah produksi, penetapan harga, serta pengalokasian anggaran promosi. Dalam konteks bisnis fashion yang sangat dinamis, keputusan strategis yang tidak ditopang oleh perhitungan proyeksi akan berisiko tinggi terhadap penurunan margin dan ketidaksesuaian dengan ekspektasi pasar (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, penyusunan proyeksi keuangan dilakukan sebagai dasar penilaian kelayakan strategi bisnis untuk periode 2025–2027. Proyeksi keuangan disusun dengan mengacu pada laporan laba rugi, neraca, dan arus kas proforma berdasarkan asumsi pertumbuhan penjualan sebesar 10% per tahun, struktur biaya tetap yang stabil, dan estimasi diskonto sebesar 10%. Penyusunan proyeksi keuangan memberikan kerangka logis bagi manajer untuk memprediksi kinerja finansial di masa depan dan mengevaluasi alternatif strategi. Hasil proyeksi menunjukkan adanya potensi pertumbuhan laba bersih secara bertahap, peningkatan likuiditas, dan kestabilan posisi modal yang mendukung kesinambungan operasional.

Evaluasi kelayakan investasi dilakukan menggunakan empat indikator utama yaitu *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PBP), dan *Rate of Return* (ROR). Perhitungan menunjukkan bahwa nilai NPV berada pada kisaran positif, mengindikasikan bahwa strategi bisnis SALASA secara finansial memberikan nilai tambah yang layak. Seperti yang dijelaskan oleh proyek investasi dengan NPV positif mencerminkan bahwa pendapatan bersih yang dihasilkan melebihi biaya modal yang dikeluarkan. Selain itu, IRR yang diperoleh melampaui tingkat diskonto yang menjadi indikator utama bahwa strategi tersebut dapat memberikan pengembalian investasi yang memadai.

Nilai *Payback Period* tercatat sekitar dua tahun, yang tergolong cepat untuk skala usaha kecil. Payback yang singkat menjadi keunggulan dalam pengelolaan risiko likuiditas, karena menurunkan eksposur terhadap ketidakpastian pasar jangka panjang (Foster, 2021). ROR juga menunjukkan hasil yang kompetitif, dengan persentase pengembalian yang mengindikasikan efisiensi penggunaan modal dan potensi profitabilitas yang menarik bagi pemangku kepentingan.

Hasil tersebut menegaskan pentingnya penggabungan antara strategi kreatif dan manajemen keuangan berbasis analisis. Bisnis fashion tidak hanya membutuhkan inovasi pada sisi desain produk, tetapi juga akuntabilitas keuangan yang tinggi agar strategi dapat dilaksanakan secara realistis dan berkelanjutan (Kapferer & Bastien, 2012). Dalam hal ini, SALASA dapat memanfaatkan hasil evaluasi ini sebagai dasar untuk penguatan manajemen biaya, strategi promosi digital, dan perencanaan volume produksi yang lebih presisi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model bisnis batch terbatas yang diterapkan oleh SALASA dapat memperkuat persepsi eksklusivitas di mata konsumen, namun keberhasilannya sangat tergantung pada sinkronisasi antara aspek keuangan, pemasaran, dan distribusi. (Kotler et al., 2021) menekankan bahwa dalam era digital, konsumen lebih responsif terhadap brand yang tidak hanya memiliki desain menarik, tetapi juga menyampaikan nilai dan pengalaman yang terintegrasi dengan komunikasi brand yang konsisten. Dalam konteks ini, penguatan kanal distribusi seperti TikTok dan Shopee, yang sempat belum optimal pada batch kedua, perlu menjadi perhatian untuk mendukung eksekusi strategi yang lebih efektif.

Penelitian ini membuktikan bahwa strategi bisnis SALASA secara umum layak untuk dikembangkan, dengan catatan adanya kebutuhan perbaikan pada perencanaan batch produksi, evaluasi kelayakan keuangan yang disiplin, dan

optimalisasi komunikasi digital. Hasil ini memberikan kontribusi empiris yang relevan bagi pelaku usaha fashion lokal yang ingin mengembangkan model bisnis eksklusif berbasis data dan pendekatan strategis yang berkelanjutan.

Tabel 4. 1 Laporan Laba Rugi Edisi Goddes (Januari 2025)

SALASA			
Laporan Laba Rugi			
Pendapatan			
Penjualan Kotor	30 pcs	Rp 350.000,00	Rp 10.500.000,00
Total Pendapatan			Rp 10.500.000,00
Beban			
Bahan Baku	60 yard	Rp 27.500,00	Rp 1.650.000,00
Konveksi	30 pcs	Rp 110.000,00	Rp 3.300.000,00
Packaging & Aksesoris		Rp 350.000,00	Rp 350.000,00
Sampel Produk	2 pcs	Rp 150.000,00	Rp 300.000,00
Total Harga Pokok Produksi			Rp 5.600.000,00
Logistik		Rp 200.000,00	Rp 200.000,00
Software Desain		Rp 100.000,00	Rp 100.000,00
Jasa Foto Produk		Rp 350.000,00	Rp 350.000,00
Biaya Promosi (Paid Promote, Influencer,dll)		Rp -	Rp -
Total Biaya Operasional			Rp 650.000,00
Total Beban			Rp 6.250.000,00
Laba Sebelum Pajak			Rp 4.250.000,00
Pajak			Rp -
Laba Bersih			Rp 4.250.000,00

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

Tabel 4. 2 Laporan Laba Rugi Edisi Sweetheart (April-Mei)

SALASA			
Laporan Laba Rugi			
Pendapatan			
Penjualan Kotor	53 pcs	Rp 350.000,00	Rp 13.250.000,00
Total Pendapatan			Rp 13.250.000,00
Beban			
Bahan Baku	200 yard	Rp 30.000,00	Rp 6.000.000,00
Konveksi	100 pcs	Rp 68.750,00	Rp 6.875.000,00
Packaging & Aksesoris		Rp 635.000,00	Rp 635.000,00
Sampel Produk	2 pcs	Rp 160.000,00	Rp 320.000,00
Total Harga Pokok Produksi			Rp 13.830.000,00
Logistik		Rp 450.000,00	Rp 450.000,00
Studio Foto		Rp 550.000,00	Rp 550.000,00
Model		Rp 500.000,00	Rp 500.000,00
Biaya Promosi (Paid Promote, Influencer,dll)		Rp -	Rp -
Total Biaya Operasional			Rp 1.500.000,00
Total Beban			Rp 15.330.000,00
Laba Sebelum Pajak			-Rp 2.080.000,00
Pajak			Rp -
Laba/Rugi Bersih			-Rp 2.080.000,00

Sumber : Data Olahan Penulis, 2025

Tabel 4. 3 Laporan Neraca Edisi Goddes (Januari 2025)

Laporan Neraca			
Deskripsi			
A. Aktiva (Assets)			
1. Aset Lancar			
Kas		Uang sisa (kas)	Rp 22.000.000,00
Persediaan Bahan Baku	0	Rp 186.667,00	Rp -
Marketing			Rp -
Piutang Usaha			Rp -
Total Aset Lancar			Rp 22.000.000,00
2. Aset Tidak Lancar			
Laptop/Tab/Hp			Rp -
Total Aset Tidak Lancar			Rp -
TOTAL ASET			Rp 22.000.000,00
KEWAJIBAN DAN EKUITAS			
Utang Usaha	0		
Utang Pajak	0		
Total Kewajiban			Rp -
Modal Awal Tersisa			Rp 17.750.000,00
Laba Bersih			Rp 4.250.000,00
Total Ekuitas			Rp 22.000.000,00

Sumber : Data Olahan Penulis, 2025

Tabel 4. 4 Laporan Neraca Edisi Sweetheart (April 2025)

Laporan Neraca			
Deskripsi			
A. Aktiva (Assets)			
1. Aset Lancar			
Kas		Rp -	Rp 15.670.000,00
Persediaan Bahan Baku	64	Rp 138.300,00	Rp 8.851.200,00
Marketing		Rp -	Rp -
Total Aset Lancar			Rp 24.251.200,00
2. Aset Tidak Lancar			
Laptop/Tab/Hp			Rp -
Total Aset Tidak Lancar			Rp -
TOTAL ASET			Rp 24.251.200,00
KEWAJIBAN DAN EKUITAS			
Utang Usaha	0		
Utang Pajak	0		
TOTAL KEWAJIBAN			Rp -
Modal Digunakan			Rp 22.000.000,00
Tambahan ekuitas (Omzet April)			Rp 2.521.200,00
TOTAL EKUITAS			Rp 24.251.200,00

Sumber : Data Olahan Penulis, 2025

Tabel 4. 5 Laporan Neraca Edisi Sweetheart (Mei 2025)

Laporan Neraca			
Deskripsi			
A. Aktiva (Assets)			
1. Aset Lancar			
Kas		Rp -	Rp 19.920.000,00
Persediaan Bahan Baku	47	Rp 138.300,00	Rp 6.500.100,00
Marketing		Rp -	Rp -
Total Aset Lancar			Rp 26.420.100,00
2. Aset Tidak Lancar			
Laptop/Tab/Hp			Rp -
Total Aset Tidak Lancar			Rp -
TOTAL ASET			Rp 26.420.100,00
KEWAJIBAN DAN EKUITAS			
Utang Usaha	0		
Utang Pajak	0		
TOTAL EKUITAS			Rp 26.420.100,00

Sumber : Data Olahan Penulis, 2025

Tabel 4. 6 Laporan Arus Kas Edisi Goddes (Januari 2025)

Keterangan	Jumlah (Rp)
Arus Kas dari Kegiatan Operasional	
Laba Bersih	Rp 4.250.000,00
Penyesuaian (Persediaan, utang, piutang)	Rp -
Sub-total Operasional	Rp 4.250.000,00
Arus Kas dari Kegiatan Investasi	
Sub-total Investasi	Rp -
Arus Kas dari Kegiatan Pendanaan	
Modal Awal	Rp 24.000.000,00
Sub-total Pendanaan	Rp 24.000.000,00
Perubahan Bersih Kas	
Penggunaan Untuk Operasional	-Rp 6.250.000,00
Saldo Akhir Kas	Rp 22.000.000,00

Tabel 4. 7 Laporan Arus Kas Edisi Sweetheart (April 2025)

Keterangan	Jumlah (Rp)
Arus Kas dari Kegiatan Operasional	
Pemasuka Penjualan Produk (36 pcs)	Rp 9.000.000,00
Perubahan piutang dan utang	Rp -
Sub-total Operasional	Rp 9.000.000,00
Arus Kas dari Kegiatan Investasi	
Tidak ada	
Sub-total Investasi	Rp -
Arus Kas dari Kegiatan Pendanaan	
Modal Masuk <i>Batch</i> 2	Rp 22.000.000,00
Sub-total Pendanaan	Rp 22.000.000,00
Perubahan Bersih Kas	
Dikurangi Oleh Biaya Produksi & Operasional	-Rp 15.330.000,00
Saldo Akhir Kas	Rp 15.670.000,00

Sumber : Data Olahan Penulis, 2025

Tabel 4. 8 Laporan Arus Kas Edisi Sweetheart (Awal Mei 2025)

Keterangan	Jumlah (Rp)
Arus Kas dari Kegiatan Operasional	
Pemasuka Penjualan tambahan (17 pcs)	Rp 4.250.000,00
Perubahan piutang dan utang	Rp -
Sub-total Operasional	Rp 4.250.000,00
Arus Kas dari Kegiatan Investasi	
Tidak ada	
Sub-total Investasi	Rp -
Arus Kas dari Kegiatan Pendanaan	
Tidak ada	Rp -
Sub-total Pendanaan	Rp -
Perubahan Bersih Kas	
Ditambah Saldo Kas April	Rp 15.670.000,00
Saldo Akhir Kas (Awal Mei 2025)	Rp 19.920.000,00

Sumber : Data Olahan Penulis, 2025

Tabel 4. 9 Proyeksi Keuangan SALASA 2025-2030

Tahun	Penjualan (pcs)	Jumlah Varian	Rentang Harga Jual	Pendapatan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Laba Bersih (Rp)	Saldo Kas Akhir (Rp)
2025	240	2	250.000 – 500.000	90.000.000	51.750.000	38.250.000	38.250.000
2026	720	6	250.000 – 500.000	270.000.000	141.750.000	128.250.000	166.500.000
2027	1080	9	250.000 – 500.000	405.000.000	202.500.000	202.500.000	369.000.000
2028	3600	10	300.000 – 600.000	1.620.000.000	810.000.000	810.000.000	1.179.000.000
2029	3960	11	325.000 – 650.000	1.930.500.000	926.640.000	1.003.860.000	2.182.860.000
2030	4320	12	350.000 – 750.000	2.376.000.000	1.069.200.000	1.306.800.000	3.489.660.000

Sumber : Data Olahan Penulis (2025)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi produksi batch eksklusif yang dijalankan oleh SALASA menunjukkan hasil finansial yang bervariasi namun potensial. Batch pertama berhasil mencapai efisiensi tinggi dengan seluruh produk terjual dan margin laba $\pm 40,5\%$, sementara batch kedua mengalami kerugian sementara namun tetap mempertahankan stabilitas keuangan. Proyeksi keuangan jangka menengah hingga 2030 menunjukkan tren pertumbuhan yang positif, dengan peningkatan pendapatan, laba bersih, dan saldo kas sebagai hasil dari kombinasi strategi diferensiasi dan optimalisasi kanal digital.

Berdasarkan analisis kelayakan strategi menggunakan indikator keuangan, strategi SALASA dinilai sangat layak secara finansial. Nilai NPV sebesar Rp2,18 miliar, IRR sebesar 309,23%, serta Payback Period satu tahun dan ROR di atas 50% menunjukkan bahwa pendekatan ini memberikan pengembalian tinggi dengan risiko rendah. Strategi ini dinilai sesuai untuk diterapkan secara berkelanjutan, menjaga eksklusivitas brand, sekaligus menciptakan kinerja keuangan yang kuat dalam konteks persaingan industri fashion lokal.

B. Saran

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan rekomendasi bagi manajemen SALASA untuk memperkuat strategi pemasaran digital melalui konten yang konsisten dan relevan dengan target pasar. Pengelolaan persediaan juga perlu ditingkatkan agar tidak terjadi penumpukan produk yang dapat mengganggu arus kas. Selain itu, penetapan harga sebaiknya disesuaikan dengan kompleksitas desain dan bahan, tanpa mengorbankan margin laba. Monitoring keuangan dan pencatatan penjualan secara berkala sangat penting untuk memastikan pengambilan keputusan didasarkan pada data yang akurat dan aktual.

Secara teoritis, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan studi analisis keuangan berbasis proyeksi pada bisnis fashion lokal, khususnya yang menerapkan model produksi batch terbatas. Pendekatan studi kasus ini dapat dimanfaatkan oleh akademisi sebagai bahan pembelajaran dalam mata kuliah manajemen keuangan dan kewirausahaan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan pendekatan kuantitatif seperti simulasi risiko dan analisis sensitivitas guna memperkuat validitas hasil proyeksi, serta membandingkan implementasi strategi keuangan serupa di berbagai sektor usaha untuk memperluas cakupan kajian.

REFERENSI

- Brigham, F. E., & Houston, F. J. (2019). *Fundamentals of Financial Management* (15th ed.). Cengage Learning.
- Damodaran, A. (2012). *Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset* (3rd ed.). Wiley.
- Fahmi, I. (2020). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Alfabeta.
- Foster, G. (2021). *Financial Statement Analysis* (3rd ed.). Pearson.
- Gibson, C. H. (2020). *Financial Reporting and Analysis* (14th ed.). Cengage Learning.
- Gitman, J. L., & Zutter, J. C. (2018). *Principles of Managerial Finance* (15th ed.). Pearson.
- Harahap, S. S. (2020). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan* (13th ed.). RajaGrafindo Persada.
- Hartini, Wardhana, A., Normiyati, & Sulaiman, S. (2022). Peran Self-Efficacy Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Women Entrepreneur Yang Dimediasi Oleh Pengetahuan Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(2), 132–148. <https://doi.org/10.21067/jem.v18i2.7036>
- Hidayati, S. N., & Warnana, D. (2017). *Perencanaan Bisnis dan Proyeksi Keuangan untuk Startup*. Andi Publisher.
- Higgins, R. C. (2020). *Analysis for Financial Management* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kapferer, N. J., & Bastien, V. (2012). *The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands* (2nd ed.). Kogan Page.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.

- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson .
- Nielsen. (2023). *Understanding the Conscious Consumer in Fashion*. Nielsen Indonesia Insights Report.
- Nurbaiti, A., & Putri, A. A. (2023). Mendeteksi Kecurangan Laporan Keuangan Menggunakan Teori Fraud Hexagon. *Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan* , 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/akurasi.v6i1.359>
- Ponto, M., Aqsa, M., & Sejati, Y. B. (2024). *Data-Driven Decision Making dalam UMKM Indonesia*. Deepublish Publisher.
- Ross, A. S., Westerfield, W. R., & Jordan, D. B. (2022). *Corporate Finance* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Wardhana, A., Putra, A. Y., & Lestari, S. D. (2023). Competitive Strategy in Fashion Business: An Overview of Consumer Alternatives and Behavior. *Indonesian Journal of Business Strategy*, 9(2), 88–97.
- Weston, F. J., & Brigham, F. E. (2020). *Essentials of Managerial Finance* (14th ed.). College Publishers.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Sage Publications.