

Bab 5

Analisis

5.1. Analisis

5.1.1. Analisis Aspek Hukum

Analisis aspek hukum dapat dikatakan layak apabila suatu usaha memiliki perizinan dari pemerintah atau pun lembaga yang memiliki kewenangan dalam hal ini, perizinan dapat didapatkan dengan cara tertulis dan tidak tertulis, karena usaha bosca ini merupakan program kreatifitas mahasiswa pada bidang kewirausahaan yang dinaungi langsung oleh DIKTI dapat dikatakan usaha BOSCA ini layak untuk aspek hukum.

5.1.2. Analisis Pasar dan Pemasaran

Startegi konsep dalam pemasaran menggunakan market share dan market potensial dengan berdasarkan data yang diambil dari hasil survei riset DIKTI bahwa total keseluruhan mahasiswa Unikom untuk angkatan 2015-2018 adalah 9565 mahasiswa/i yang memiliki rata-rata umur kisaran 20-24 tahun, market share dan potensial memiliki presentase 100% dikarenakan untuk kawasan kampus tidak ditemukan kompetitor atau pesaing yang merupakan produk yang serupa. STP (*Segmentation, Targetting Positioning*), untuk *segmentation* dengan membagi kelompok calon konsumen sasarannya untuk semua kalangan bawah, kalangan atas, kalangan menengah, Segmentasi umur yang ditujukan dari calon konsumen adalah dari rentang umur remaja awal dan dewasa mengapa demikian, karena target pasar ini adalah mahasiswa yang berada pada rentang umur tersebut. *Targetting* utama konsumen BOSCA berada di sekitar kampus unikom dan masyarakat sekitarnya. Produk BOSCA juga memanfaatkan jaringan sosial untuk memasarkan produk yang dibuat melalui media sosial untuk menjangkau pasar sekitaran kota Bandung dan luar kota Bandung yang berada pada rentang usia berdasarkan segmentasi pasar. *Positioning*, posisi pasar dari BOSCA adalah menciptakan *image* di benak konsumen sebagai makan dengan ciri khas nya buah sukun catur serta harga murah

akan tetapi banyak manfaat karena bahan dasar pembuatan kue bolu terbuat dari buah sukun.

Marketing mix, menggunakan 5P (*Product, Price, Place, Promotion, People*) untuk peneliti menganalisis produk BOSCA, untuk penentuan harga menggunakan harga pokok produksi (COGM) Rp. 4.863.000 menghasilkan 1500/potong untuk 1 bulan produksi, total 1 hari produksi menghasilkan 50 potong, dan harga pokok penjualan (COGS) Rp. 4.963.000, untuk harga pokok produk yaitu Rp. 5.000. *Place*, untuk hasil penjualan yang didapatkan dari 1 bulan produksi 1500 x Rp. 5.000 menghasilkan Rp. 7.500.000/bulan, untuk keuntungan yang didapatkan Rp. 2.537.000/1 bulan produksi, untuk tempat penjualan BOSCA dapat dikirim melalui jasa pengiriman yang dipesan secara *online*.

Selain melalui jasa pengiriman (*delivery order*) nantinya konsumen dapat memesan produk kami menggunakan aplikasi *social media* dengan tarif menyesuaikan. Jika pembelian dilakukan melalui aplikasi maka ada minimal order yang harus dipenuhi oleh konsumen. Konsumen juga dapat membeli di warung depan wisma Cirebon sekeloa coblong. *Promotion*, terdapat dua macam-macam sarana promosi yang digunakan dalam mempromosikan produk, diantaranya; promosi penjualan melalui media sosial berbagai macam *story* Instagram, *facebook* (@bouscatur). Promosi juga dilakukan secara manual dengan menggunakan brosur. *People*, petugas menggunakan pakaian rapih dan sopan agar kepuasan konsumen tetap terjaga. Pada aspek pasar dan pemasaran ini dapat dikatakan layak karena dalam aspek pasar dan pemasaran ini menjelaskan bahwa setiap langkah-langkah dalam aspek pasar dan pemasaran yang rinci.

5.1.3. Analisis Teknis

Pada aspek teknis meliputi lokasi pembuatan produk yang berada di Jl. Cibogo Atas Sarijadi Bandung, serta perencanaan bahan habis pakai dan alat mesin yang berguna untuk menopang kebutuhan setiap produksi yang dilakukan pada pembuatan produk BOSCA, proses produksi yang menggambarkan setiap tahapan pada proses

pembuatan BOSCA sampai produk di kemas kedalam cap dan siap untuk dipasarkan , untuk waktu proses operasi pada pembuatan produk BOSCA total waktu yang digunakan yaitu 8119 detik.

5.1.4. Analisis Manajemen dan Organisasi

Analisis manajemen dan organisasi meliputi logo dari perusahaan bolu sukun catur, usaha ini bergerak pada bidang makanan, serta usaha ini menyediakan sarana media sosial untuk mempromosikan produknya, untuk struktur organisasi meliputi direktur usaha yang bertanggung jawab, mengatur dari segala aktivitas perusahaan sehingga dapat mengawasi bagian-bagian di bawahnya untuk dapat bekerja sesuai dengan tugas nya masing-masing. Manajer produksi memiliki tanggung jawab untuk membuat produk bolu sukun, serta manajer pemasaran yang memiliki tanggung jawab untuk memasarkan produk bolu sukun catur dengan media *online* maupun *offline*, aspek manajemen dan organisasi pada usaha bolu sukun catur ini dapat dikatakan layak, karena pada perusahaan ini memiliki struktur organisasi yang jelas dan sesuai dengan apa yang diperlukan untuk menjalankan usaha.

5.1.5. Analisis Aspek Keuangan

Analisis aspek keuangan meliputi *cashflow* atau arus kas untuk dalam 5 bulan produksi dengan biaya pengeluaran investasi awal Rp. 4.677.300, dengan biaya produksi bulan ke 1 Rp 4.963.000, biaya produksi Rp. 5.012.630 bulan ke dua, biaya produksi bulan ke 3 Rp. 5.062.260, biaya produksi bulan ke 4 Rp. 5.111.890, dan biaya produksi bulan ke 5 Rp. 5.211.0150, serta untuk biaya pemasukan Rp. 7.500.000/bulan ke satu, biaya pemasukan bulan ke dua Rp. 7.650.000, biaya pemasukan bulan ke 3 Rp. 7.800.000, biaya pemasukan bulan empat Rp. 7.950.000, dan biaya pemasukan yang kelima Rp. 8.100.000, serta mendapatkan margin penjualan Rp. 2.537.000/bulan, *cashflow* ini bertujuan untuk mengetahui setiap pengeluaran dan pemasukan yang dibutuhkan oleh perusahaan. Untuk nilai PV didapatkan 11.212.252 dengan menggunakan deposito dari Bank Mandiri senilai 4.26%/bulan dan nilai NPV yang telah dihitung dengan menggunakan rumus NVP menghasilkan Rp. 8.412.252 NPV bernilai positif dengan demikian usaha dari

bolu sukun catur ini layak karena nilai NPV bernilai positif dan dapat dilanjutkan usahanya, nilai IRR 87% layak karena > presentase bunga deposito. serta untuk *benefit cost ratio* yang telah dihitung mendapatkan nilai 1.51, nilai ini dikatakan layak karena untuk *benefit cost ratio* nilainya >1, sesuai dengan aturan dari aspek ini bahwa apabila *benefit cost ratio* memiliki nilai <1 maka usaha dinyatakan tidak layak dan sebaliknya apabila *benefit cost ratio* memiliki nilai >1 maka usaha tersebut dinyatakan layak.

5.1.6. Aspek Lingkungan

Analisis aspek lingkungan pada usaha BOSCA ini mengupayakan dan mencegah timbulnya kerusakan serta pencemaran pada lingkungan dengan memisahkan antara limbah padat dan limbah cair, usaha ini memisahkan limbah padat antara yang organik dan non organik dengan cara memanfaatkan limbah organik yang dapat dimanfaatkan untuk menjadi pupuk dan limbah non organik akan dibuang ke tempat pembuangan akhir untuk diolah kembali, serta proses yang dilakukan untuk tidak mencemari lingkungan dengan limbah cair, usaha ini melakukan pengelolaan air limbah dengan cara menghindari membuang air yang bertemperatur tinggi ke saluran pembuangan setelah melakukan proses produksi, pada aspek ini usaha dikatakan layak, karena usaha ini peduli terhadap lingkungan dan pada aspek ini menjelaskan tentang proses pengolahan limbah dengan memisahkan antara limbah padat serta limbah cair yang bertujuan untuk tidak mencemari lingkungan pada saat proses produksi dilakukan.

5.1.7. Aspek Ekonomi dan Sosial

Aspek ekonomi dan sosial pada usaha ini dengan memanfaatkan sumber daya yang ada, dengan memanfaatkan buah sukun sebagai bahan pokok utama dalam pembuatan makanan, maka untuk itu dapat menjadikan buah sukun lebih dimanfaatkan menjadika makanan yang lebih inovatif, dapat membuka kesempatan kerja bagi yang ingin menjadi penjual dari produk BOSCA ini sehingga masyarakat dapat membuka peluang untuk melatih berwirausahaan pada usaha bolu sukun catur ini karena usaha ini masih dibutuhkan pengembangan serta penambahan karyawan,

usaha ini juga dapat menambah dikatakan layak, karena pada usaha ini menjelaskan mengenai dampak yang ditimbulkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.