

## **Analisis Pasar dan Finansial Sebagai Penentu Keberlanjutan Usaha *Mouthwash* Tablet Berbahan Alami**

### ***Market and Financial Analysis to Determine the Sustainability of Mouthwash Tablets Made from Natural Materials***

**Indah Setiawati<sup>1\*</sup>, Siti Nafingah<sup>2</sup>, Ridha Aisyah Zahra<sup>3</sup>, Fatmah Trilatifah<sup>2</sup>,  
Musyarifah<sup>2</sup>, dan Rafi Ashza Sejati<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman

<sup>2</sup>Jurusan Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu-Ilmu Kesehatan, Universitas Jenderal Soedirman

<sup>3</sup>Jurusan Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Jenderal Soedirman

Jl. Dr. Soeparno No. 61, Purwokerto 5123, Jawa Tengah, Indonesia

\*Email: iindahs@unsoed.ac.id

(Diterima 09-07-2024; Disetujui 27-07-2024)

#### **ABSTRAK**

Penelitian bertujuan untuk membantu pengembangan produk inovasi menjadi usaha yang layak dijalankan dengan mengetahui analisis pesaing, analisis peluang pasar, dan analisis finansial usaha. Data dikumpulkan dari observasi langsung di pasar dan data sekunder dari *marketplace*. Analisis dilakukan dengan *competitor map analysis*, profil konsumen, dan analisis finansial yang meliputi HPP, BEP, serta arus kas. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha *mouthwash* tablet memiliki keunggulan dibandingkan produk lain yang sejenis. Selain itu, peluang pasar produk ini cukup menjanjikan di kalangan perempuan. Hasil analisis finansial menunjukkan keberlanjutan usaha yang ditandai dengan keuntungan yang semakin meningkat tiap triwulannya.

Kata kunci: analisis kompetitor, arus kas, BEP, HPP, kelayakan finansial, strategi SOM

#### **ABSTRACT**

*The research aims to assist the development of innovative products into a viable business by knowing the competitor analysis, market opportunity analysis, and business financial analysis. Data was collected from direct observation in the market and secondary data from the marketplace. The analysis was carried out by looking at product competitors, consumer profiles, and formulas for determining HPP, BEP and simple cash flow. The results of the analysis show that the tablet mouthwash business has advantages over other similar products. In addition, the market opportunity for this product is promising among women. The results of the financial analysis show the sustainability of the business which is characterized by increasing profits each quarter.*

*Keywords: break event point, cash flow, competitor analysis, cost of goods sold, financial feasibility, SOM strategy*

#### **PENDAHULUAN**

Penyakit pada gusi (periodontal) menjadi urutan ke-11 penyakit yang paling banyak terjadi di dunia, dan di Indonesia penyakit periodontal merupakan terbanyak ke-2 (Kementerian Kesehatan RI, 2019). Umumnya, masalah gigi dan mulut dapat dicegah dengan menggunakan *mouthwash*. Ditinjau dari segi khasiat maupun efek samping yang ditimbulkan, *mouthwash* herbal memiliki prospek yang lebih baik dibandingkan *mouthwash* beralkohol (Lestari *et al.*, 2022). Kandungan alkohol yang berlebihan dalam *mouthwash* dapat mengakibatkan terjadinya *burning sensation*, *oral pain*, dan perubahan warna pada gigi, serta mampu memicu terjadinya kanker mulut (Oktanauli, 2017). Selain *mouthwash*, masalah gigi dan mulut khususnya terkait masalah perubahan warna gigi dapat diatasi dengan perawatan *tooth bleaching*. Bahan-bahan yang digunakan pada *tooth bleaching* adalah hidrogen peroksida dan karbamid yang tentunya memiliki dampak negatif pada gigi, antara lain membuat gigi menjadi lebih sensitif, iritasi mukosa, nyeri, kerusakan pulpa, kerusakan jaringan keras dan mukosa mulut.

Berdasarkan analisis *google trend*, peluang pasar *mouthwash* masih menjanjikan dibandingkan dengan perawatan *tooth bleaching*. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh sebanyak 53,5% responden mempertimbangkan khasiat sebagai hal utama dalam menggunakan *mouthwash* herbal. Khasiat menjadi pilihan pertimbangan utama responden karena merasakan manfaat setelah menggunakan *mouthwash* herbal (Lestari *et al.*, 2022). Oleh karena itu, kami berinovasi membuat *mouthwash* herbal dari ekstrak kulit durian dan bubuk zeolit untuk mengurangi plak dan memutihkan gigi. Ekstrak kulit durian (*Durio zibethinus Murray*) konsentrasi 12,5% dapat menghambat pertumbuhan plak supragingival (Permatasari, 2015). Bahan aktif yang paling banyak terdapat pada ekstrak kulit durian (*Durio zibethinus Murray*) adalah tanin yang berfungsi dalam mencegah kerusakan gigi dengan cara menghambat aktivitas glikolisis dan *glucosyltransferase* (GTF) sehingga pembentukan plak terhambat (Permatasari, 2015). Bubuk zeolit dipilih sebagai bahan produk *mouthwash* karena kandungan dan manfaatnya yang menyerupai charcoal sebagai adsorben atau penyaring molekul. Zeolit alam teraktivasi berukuran 100 mesh atau sebesar 0,149 Mm, memberikan hasil maksimum dengan persentase penurunan sebesar 58,50% (Khulsum *et al.*, 2018). Proses penyerapan (adsorpsi) inilah untuk menjadikan bahan pemutih dari bubuk zeolit karena daya serap yang tinggi dari karbon diharapkan dapat menyerap bahan yang melekat pada permukaan gigi. Penggunaan bahan alami yang ramah lingkungan juga dilakukan dalam penelitian lain dengan tujuan untuk mengikuti tren konsumsi produk natural (Setiawati, *et al.*, 2022). Pemanfaatan limbah durian menjadi produk yang bernilai juga sejalan dengan penelitian lain. Wulandari, *et al.*, (2022) menggunakan komoditas yang jarang dikonsumsi untuk menghasilkan produk kosmetik, potensi ekonomi meningkat dengan peningkatan nilai tambah pada komoditas pare yang jarang disukai.

Berkumur dengan *mouthwash* menjadi salah satu tindakan yang dianjurkan, namun masih jarang dilakukan masyarakat. Menggosok gigi saja tidaklah cukup dalam membersihkan bakteri yang berada di sela-sela gigi, serta tidak terjangkau oleh pasta gigi, maka dari itu peran *mouthwash* diperlukan. Kami berupaya berinovasi dengan membuat sebuah produk *mouthwash* berbentuk tablet sebagai pengurang plak serta memutihkan gigi dengan ekstrak kulit buah durian dan bubuk zeolit yang belum pernah digunakan sebagai bahan utama *mouthwash*. Penggunaan bahan alami ramah lingkungan dilakukan karena ingin memenuhi keinginan konsumen terhadap produk natural. Menurut Asana, *et al* (2023), penggunaan tanaman lokal dalam mengatasi permasalahan kesehatan mempunyai potensi terhadap *market* yang cukup tinggi di dalam negeri (Asana, *et al.*, 2023). *Mouthwash* yang dikemas dalam bentuk tablet bertujuan agar produk praktis untuk digunakan dan mudah dibawa kemana-mana. Produk *mouthwash* tablet ini dikemas dalam botol plastik dengan berat 100 gram per kemasan, serta dilapisi box kardus untuk menjaga keamanan produk.

Menurut (Mujahidin, 2007), persaingan bisnis atau usaha adalah perseteruan rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan cara menawarkan harga yang baik dan kualitas barang atau jasa yang baik juga. Analisis pesaing atau *competitive analysis* merupakan strategi pemasaran yang dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi kompetitor atau pesaing dengan cara meneliti dan mempelajari kualitas produk, penjualan, harga serta strategi yang pesaing lakukan. Salah satunya, yakni kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing, serta tren pasar dari industri yang akan digeluti ke depannya sehingga kita dapat mengetahui peluang apa yang dapat dioptimalkan terkait strategi-strategi yang akan dilakukan kelak untuk kemajuan produk usaha tersebut.

Hal yang sama juga dilakukan terhadap produk kami yaitu *mouthwash* tablet, sebelum dilakukannya pemasaran kami akan melakukan terlebih dahulu analisis pesaing terhadap produk serupa atau pun kompetitor lain mulai dari harga, keunggulan, bentuk sediaan, dan kandungan bahan yang digunakan. Dengan dilakukannya analisis pesaing maka akan dapat ditarik kesimpulan mengenai kekuatan dan keunggulan yang dapat produk kami tingkatkan agar dapat bersaing dengan baik di pasaran nantinya.

Menurut Herry (2013), analisis pasar adalah suatu penganalisaan atau penyelenggaraan untuk mempelajari berbagai permasalahan pasar. Analisis pasar menyangkut lokasi pasar, luasnya pasar, sifatnya pasar dan karakteristik pasar atau konsumen yang akan menjadi target dari penjualan produk.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Di dalam menganalisis pasar, perusahaan perlu meninjau jenis produknya, motif, perilaku, dan sasaran pasarnya. Masalah yang

perlu dianalisis dalam pasar adalah besarnya pasar, ruang lingkup pasar, struktur pasar, serta peluang-peluang pasar. Mengenai besarnya pasar dapat ditentukan oleh besarnya permintaan dan penawaran terhadap barang atau jasa yang dibutuhkan para konsumen.

Analisis pasar merupakan bagian yang sangat penting dari rencana pemasaran produk. Melalui analisis pasar, pendapatan penjualan dan keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan. Tujuan dilakukannya analisis pasar ini yaitu untuk mengetahui siapa saja yang memakai, kelompok mana saja yang dapat menjadi sasaran penjualan, siapa saja yang menggunakan produk, dan apakah barang tersebut untuk dikonsumsi sendiri atau dijual kembali.

Menurut Kasmir dan Jafar (2007), studi analisis kelayakan usaha merupakan suatu penelitian yang membahas tentang layak atau tidaknya suatu proyek bisnis yang biasanya merupakan suatu proses investasi. Analisis finansial usaha yang dilakukan meliputi biaya variabel per unit, harga pokok penjualan (HPP), harga jual per unit, BEP per unit, BÉP rupiah, dan analisis *cash flow*.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode yang dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Metode kuantitatif ini digunakan dalam mengumpulkan informasi mengenai penentuan kompetitor usaha menggunakan *spider web*, peluang usaha menggunakan analisis SOM (*serviceable obtained market*), kelayakan finansial yang meliputi perhitungan HPP, BEP, dan arus kas sederhana. Metode kualitatif atau studi kasus dalam penelitian ini adalah terkait dengan *competitor map analysis* dan profil konsumen. Penelitian ini bersifat deskriptif yang dimana data dikumpulkan melalui observasi langsung di pasar (Fitriady, 2011). Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari sumber lain atau data yang telah diarsipkan oleh suatu lembaga/perusahaan. Dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari *marketplace* (Ariyanti *et al.*, 2018).

Analisis *market size* merupakan metode untuk menganalisis jumlah pembeli dari pengguna jasa atau produk yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pasar dari suatu produk. Empat ukuran pasar yang akan dianalisis dalam penelitian ini yaitu PAM (*Potential Available Market*), TAM (*Total Available Market*), SAM (*Serviceable Available Market*), dan SOM (*Serviceable Obtainable Market*). PAM yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penduduk Jawa Tengah dengan usia di atas 18 tahun, TAM merujuk pada penduduk Banyumas dengan usia di atas 18 tahun, SAM merujuk pada usia produktif mulai dari usia dewasa awal di Banyumas, dan SOM merujuk pada mahasiswa di Banyumas yang diasumsikan mulai mengalami gejala periodental.

Analisis pesaing merupakan metode untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan produk usaha jika dibandingkan dengan produk sejenis di pasaran. Data mengenai produk pesaing diperoleh melalui *website*, koran, jurnal, ataupun buku. Analisis pesaing dapat diperoleh dari pencarian di *google* dan *marketplace* (Salsabila, *et al.*, 2023). Cara memperoleh data tersebut yaitu dengan memasukkan kata kunci produk shampoo yang beredar di pasaran pada kolom pencarian *google*. Kemudian data-data tersebut dibandingkan dan disajikan dalam bentuk tabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

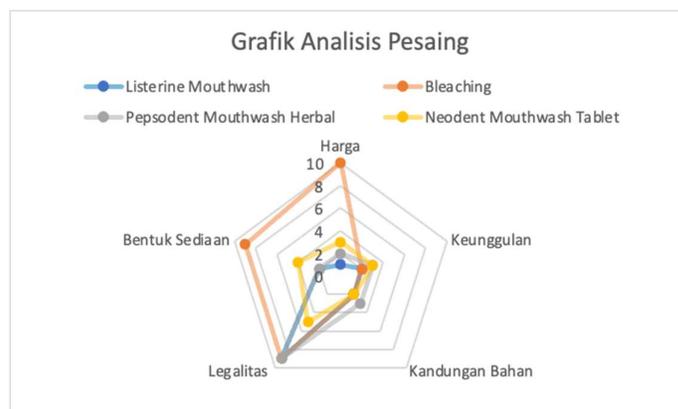
### Analisis Pesaing

Identifikasi pesaing merupakan hal yang penting agar mendukung usaha untuk tetap terjaganya aktivitasnya dan dapat meningkatkan kinerja pemasaran (Putri, *et al.*, 2024). Analisis pesaing telah dilakukan dengan membuat *competitor mapping* dan ditemukan bahwa pesaing dari Neodent *Mouthwash* Tablet ialah produk perawatan gigi dan mulut yang memiliki tren tertentu, antara lain: Listerine *Mouthwash*, produk *bleaching*, dan produk pepsodent *mouthwash*. Masyarakat lebih dominan membeli produk *mouthwash* dengan harga terjangkau, yang dimana produk Neodent *mouthwash* memiliki harga pasaran Rp30.000 per 100 gram tablet. produk Pepsodent *Mouthwash* Herbal memiliki harga pasaran Rp27.500 per 300 ml, produk Listerine *Mouthwash* memiliki harga sekitar Rp14.500 per 100 ml dan produk *Bleaching* memiliki rentang harga sekitar Rp300.000 – Rp5.000.000 per satuan ‘proses’ (Andayani, 2007).

Keunggulan dari produk Neodent *Mouthwash* tablet ini adalah mengurangi plak dan memutihkan gigi. dan tidak memiliki efek samping penggunaan sehingga terbukti aman dikonsumsi (Permatasari, 2015). Produk Pepsodent *Mouthwash* ini memiliki kelebihan mampu mengurangi plak dan bakteri hanya dalam 30 detik. Produk Listerine *Mouthwash* berbentuk sediaan cair dengan fungsi sebagai antiseptik yang digunakan untuk membunuh bakteri dan mencegah akumulasi plak yang berlebih dan dapat menstabilkan bahan aktif dalam obat kumur yaitu sebagai pelarut dan berfungsi sebagai pengawet (Talumewo *et al.*, 2015), sedangkan produk *Bleaching* untuk memutihkan gigi yang gelap atau kusam dapat dibersihkan dalam waktu yang relatif singkat (dari 4-5 hari hingga 3 atau 4 minggu) (Nikhla *et al.*, 2018).

Bentuk sediaan dari produk Neodent *Mouthwash* dengan bentuk tablet yang memudahkan konsumen saat menggunakannya, sedangkan produk Listerine *Mouthwash* berbentuk sediaan cair, dan produk *Bleaching* dengan bentuk sediaan perawatan menggunakan alat, serta produk Pepsodent *Mouthwash* juga dengan sediaan cair.

Kandungan bahan produk Neodent *Mouthwash* yang berbahan ekstrak kulit durian dengan kandungan Tanin yang berfungsi dalam mencegah kerusakan gigi dengan cara menghambat aktivitas glikolisis dan *glukosyltransferasi* (GTF) sehingga pembentukan plak terhambat (Permatasari, 2015), dan bubuk zeolit sebagai bahan pemutih karena daya serap yang tinggi dari karbon diharapkan dapat menyerap bahan yang melekat pada permukaan gigi (Khulsum *et al.*, 2018). Produk Listerine *Mouthwash* dengan kandungan antiseptik yang tinggi alkohol dapat menimbulkan peradangan mulut, mual, muntah, iritasi lambung, demam (Oktanauli, 2017). Produk *Bleaching* dengan perawatan alat dapat menimbulkan efek samping pada konsumen berupa kerapuhan pada gigi yang diakibatkan kandungan agen pemutih yang mengandung zat peroksida, serta kombinasi antara suhu tinggi dengan pemfokusan cahaya untuk meningkatkan intensitas keputihan gigi (Hendari, 2009), sedangkan produk Pepsodent *Mouthwash* yang mengandung flavor memiliki manfaat menyegarkan bau napas, serta tidak memiliki efek samping penggunaan.



Gambar 1. Grafik Analisis Pesaing Menggunakan Spider Web

Berdasarkan data-data dalam Gambar 1, terdapat produk pesaing 'kompetitor' dari Neodent *Mouthwash* tablet yang diantaranya produk Listerine *Mouthwash*, produk *bleaching*, dan produk pepsodent *mouthwash*. Namun, Neodent *mouthwash* tablet memiliki beberapa keunggulan dibanding produk pesaing lain salah satunya yakni menghilangkan plak dan memutihkan gigi, serta tidak memiliki efek samping penggunaan sehingga terbukti aman dikonsumsi sehingga Neodent *mouthwash* tablet memiliki peluang pasar dalam tren dan ranah tertentu di kalangan masyarakat.

### Analisis Peluang Pasar

Analisis pasar adalah suatu penganalisaan untuk mempelajari berbagai masalah pasar. Analisis pasar menyangkut lokasi pasar, luasnya pasar, sifatnya pasar dan karakteristik pasar. Analisis pasar dilakukan agar dapat memenuhi seberapa besar potensi pasar yang dapat digunakan oleh pemasar untuk memperoleh keuntungan. Masing-masing pasar memiliki peluang masing-masing dan sangat berguna jika digunakan dengan baik (Sasmita, 2020).

Dalam analisis pada dapat dilakukan proses segmentasi konsumen. Segmentasi konsumen adalah sebuah strategi yang dilakukan dengan membagi konsumen menjadi kelompok konsumen yang berbeda yang memiliki karakteristik, perilaku, atau kebutuhan yang berbeda. Melalui segmentasi

konsumen pelaku usaha akan lebih mudah mengetahui siapa calon pelanggan mereka dan lebih mudah dalam menjangkau pelanggan.

Perhitungan pasar pada produk *mouthwash* dilakukan dengan cara TAM (*Total Addressable Market*), SAM (*Serviceable Available Market*), dan SOM (*Serviceable Obtainable Market*). Pada tesisnya di 2007, Andayani mengungkapkan jika pengguna *mouthwash* 69% pada kisaran usia 22-32 tahun, sementara pada wanita jumlahnya lebih besar dari pria yaitu 56%. Dari hal tersebut dapat diketahui jika wanita lebih banyak menggunakan *mouthwash*. Perempuan lebih memperhatikan kebersihan gigi dan mulutnya karena hal tersebut berkaitan dengan penampilan. Berdasarkan hal tersebut, produk *mouthwash* mempunyai target konsumen yang ingin dijangkau yakni wanita. Untuk mengetahui seberapa besar pangsa pasar usaha ini dilakukan metode TAM (*Total Addressable Market*), SAM (*Serviceable Available Market*), dan SOM (*Serviceable Obtainable Market*).

TAM (*Total Addressable Market*) merupakan total permintaan pasar untuk suatu produk. Menurut Badan Pusat Statistik (2020) jumlah penduduk Indonesia di usia dengan rentang usia 20-44 tahun sebesar 108,22 juta jiwa. Jumlah penduduk wanita sebesar 49,74% sehingga jumlah wanita usia 20-44 tahun di Indonesia sebesar 53,828 juta. Asumsikan 1 botol akan habis dalam 1 bulan dengan harga jual Rp30.000, maka didapat nilai TAM 1,614 triliun per bulan.

SAM (*Serviceable Available Market*) merupakan pasar yang dapat dilayani dari total keseluruhan pasar. SAM diambil dari jumlah wanita usia 20-44 tahun di provinsi Jawa Tengah sebesar 6.259.246 jiwa. Sama dengan TAM, SAM untuk produk dengan harga Rp30.000 diasumsikan akan habis dalam 1 bulan sehingga didapat nilai SAM 187,77 miliar.

SOM (*Serviceable Obtainable Market*) merupakan bagian dari pasar yang dapat dilayani secara realistis, yang dimana pada usaha ini diambil dari data wanita usia 20-44 tahun di Kabupaten Banyumas. Menurut data BPS (2020), jumlah penduduk wanita dengan rentang usia 20-44 tahun mencapai 329.065. Diasumsikan pasar yang akan membeli produk ini sebesar 1% dari total penduduk wanita sehingga didapat 3.290 jiwa. Maka nilai SOM yang diperoleh dengan harga jual produk Rp30.000 akan mencapai 98,7 juta per bulan.

### Analisis Finansial Usaha

Analisis finansial usaha dilakukan untuk menganalisis usaha selama 24 bulan. Sumber dana total untuk produksi *mouthwash* tablet sebesar Rp9.445.000,00. Target penjualan per bulan adalah 400 produk. Besarnya target penjualan dipengaruhi oleh laba yang diharapkan oleh perusahaan. Semakin tinggi laba yang diharapkan, semakin besar pula volume target penjualan yang ditetapkan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Octavianita *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa laba yang dihasilkan perusahaan merupakan hasil dari adanya tujuan penjualan. Dengan memaksimalkan pendapatan laba maka tujuan pemasaran dalam penjualan sudah tercapai. Analisis finansial bertujuan untuk mengestimasi pendanaan dan arus kas serta dilakukan untuk mengetahui apakah usaha rintisan dapat menguntungkan selama proses awal dan layak dikembangkan (Fitri, *et al*, 2021).

Biaya pengeluaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan usaha. Pada usaha *mouthwash* tablet, biaya pengeluaran yang digunakan meliputi biaya variabel, biaya tetap, dan biaya investasi. Biaya variabel didefinisikan sebagai biaya yang berubah secara proporsional dengan aktivitas usaha. Biaya variabel terdiri atas biaya bahan baku, biaya kemasan produk, serta biaya pemasaran dan transportasi. Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap atau tidak berubah dalam kurun waktu tertentu. Biaya tetap terdiri atas biaya listrik, biaya air, biaya sewa, dan biaya kegiatan promosi. Biaya investasi merupakan biaya awal yang dikeluarkan pada saat menjalankan usaha dan tidak dapat habis dalam satu kali periode. Biaya investasi terdiri atas biaya alat yang digunakan untuk menunjang proses produksi. Total biaya pengeluaran dapat dilihat dalam Tabel 1.

**Tabel 1. Biaya Pengeluaran**

Biaya Pengeluaran	
Biaya Variabel	Rp6.150.000
Biaya Tetap	Rp2.030.000
Biaya Investasi	Rp1.265.000
<b>Total Pengeluaran</b>	<b>Rp.9.445.000</b>

Analisis finansial usaha yang dilakukan meliputi sebagai berikut:

- a. Biaya variabel per unit, Menurut Tawakkal *et al.*, (2019) biaya variabel per unit merupakan biaya yang totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan output aktivitas, sedangkan biaya per unitnya adalah tetap dalam batas relevan tertentu.

Persamaan biaya variabel per unit dapat dilihat pada persamaan (1).

$$\frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Jumlah unit produksi}}$$

Hasil perhitungan biaya variabel per unit sebesar Rp 15.375

- b. Harga pokok penjualan (HPP) adalah semua pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk memproduksi suatu produk (Kurnia *et al.*, 2016). Tujuan utama dari penentuan harga pokok yaitu sebagai dasar untuk menetapkan harga di pasar penjualan, untuk menetapkan pendapatan yang diperoleh pada penukaran, serta sebagai alat untuk menilai efisiensi dari proses produksi. Dapat didefinisikan sebagai total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi pada satu periode. Persamaan HPP dapat dilihat pada persamaan berikut:

$$HPP = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Jumlah unit produksi}}$$

Hasil perhitungan HPP adalah Rp23.612,5 artinya dalam 400 produk total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 23.612,5

- c. Harga jual per unit, adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Endriatomo *et al.*, 2021). Persamaan harga jual dapat dilihat pada persamaan berikut:

$$\text{Harga Jual} = HPP + \text{Laba}$$

Hasil perhitungan harga jual adalah Rp30.000

- d. BEP per unit dapat didefinisikan sebagai jumlah barang yang harus dihasilkan untuk memperoleh titik impas. Persamaan BEP per unit dapat dilihat pada persamaan berikut:

$$BEP \text{ per unit} = \frac{FC}{P - VC}$$

Hasil perhitungan nilai BEP per unit dengan 123 unit. Artinya titik impas akan terjadi ketika produk terjual sebanyak 123 unit. Produk yang terjual 200 unit sehingga usaha ini menguntungkan.

- e. BEP rupiah didefinisikan sebagai jumlah penerimaan yang harus diterima untuk memperoleh titik impas. Persamaan BEP rupiah dapat dilihat pada persamaan berikut:

$$BEP \text{ rupiah} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{s}}$$

Hasil perhitungan nilai BEP rupiah dengan nominal Rp4.164.102. Artinya titik impas akan terjadi ketika jumlah penerimaan mencapai Rp4.164.102. Total penerimaan sebesar Rp12.000.000 sehingga usaha ini menguntungkan

- f. Analisis *Cash flow* didefinisikan sebagai proses menganalisis aliran uang keluar dan masuk ke suatu perusahaan untuk menentukan kesehatan keuangan perusahaan tersebut. Tabel 2 merupakan tabel hasil perhitungan analisis *cash flow* usaha produk *mouthwash* tablet selama 2 tahun ke depan.

Dari hasil perhitungan *cash flow* pada usaha *mouthwash* tablet jumlah produksi 400 pcs dengan harga 30.000/ pcs menggunakan rumus arus kas yakni *cash inflow*, *cash outflow* dan *Net cash flow* dapat diketahui bahwa usaha *mouthwash* tablet akan menerima keuntungan sejak triwulan pertama. Keuntungan tersebut terus meningkat hingga triwulan ke-8. Hal tersebut dipengaruhi oleh kenaikan target penjualan tiap triwulan sebesar 5% - 10%.

**Tabel 2. Cash Flow yang Menunjukkan Keberlanjutan Usaha**

No	Uraian	Triwulan ke-							
		1	2	3	4	5	6	7	8
<b>A</b>	<b>CASH INFLOWS</b>	(Dalam ribu rupiah)							
	Penerimaan penjualan	21,600	23,400	25,200	27,000	28,800	30,600	32,400	36,000
<b>B</b>	<b>CASH OUTFLOWS</b>								
	Biaya Investasi	1,265							
	Biaya Variabel	11,925	89	13,914	14,907	15,900	16,893	17,889	19,873
	Biaya Tetap	6090	6090	6090	6090	6090	6090	6090	6090
	Biaya promosi	300	300	600	600	900	1300	1600	1800
	Total arus keluar	19,580	6,179	20,004	20,997	21,990	22,983	23,979	25,963
<b>C</b>	<b>NET CASHFLOW (A - B)</b>	2,020	17,221	5,196	6,003	6,810	7,617	8,421	10,037
	Cummulative Net Cashflow	2,020	19,241	24,437	30,440	37,250	44,867	53,288	63,325

### KESIMPULAN

Produk *mouthwash* tablet dengan ekstrak kulit durian dan bubuk zeolit memiliki keunggulan dibandingkan pesaingnya dilihat dari sisi harga, manfaat, serta efek sampingnya. Target konsumen produk *mouthwash* tablet yaitu perempuan dewasa, khususnya di Kabupaten Banyumas. Dilihat dari jumlah target pasar, target penjualan produk akan dapat dicapai. Hasil analisis finansial menunjukkan bahwa usaha ini akan mengalami keuntungan di tiap triwulannya dimulai dari triwulan pertama. Keberlanjutan pasar perlu dilakukan sebagai penelitian lanjutan dengan melakukan analisis bauran pemasaran.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan Pendidikan Tinggi (Belmawa Dikti), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, serta Universitas Jenderal Soedirman yang telah mendanai riset pasar pada Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan pada tahun 2023.

### DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, A. N. A (2007) Studi Perilaku Konsumen Obat Kumur Listerine di Jakarta. Masters Thesis, Institut Pertanian Bogor.
- Ariyanti, I., Sumantri, B., Sriyoto, & Sumartono, E. (2018). Analisis Harga Pokok Produksi (HPP) Dan Break Event Point (BEP) Produksi Crude Palm Oil (CPO) Pada Pt. Sandabi Indah Lestari Cost Of Production Analysis And Break Event Point Of Crude Palm Oil Production On Pt. Sandabi Indah Lestari Keyword: Cost of Production, Break Event Point, and Crude Palm Oil. *Jurnal Ilmu Pertanian*, 30(1).
- Asana, M. et al., 2023. Eco-Friendly Biomaterial Sticker: Redefining Anti-Radiation Solutions.. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 25(1), pp. 10-21.
- Fitri, M. L., Dahlia, I., Maulana, A. P., & Setiawati, I. (2021). Analisis Finansial Usaha Indoor Garden Akuaponik Dengan Pemanfaatan Limbah Gelas Kaca. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*.
- Fitriady, M. Y. (2011). Analisis Peluang Pasar Untuk Mengembangkan Produk Olahan Jamur Merang Di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 19–24.
- Badan Pusat Statistik. (2019). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2017-2019. <https://jateng.bps.go.id/indicator/40/170/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>
- Badan Pusat Statistik.(2020). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Banyumas 2020.

- <https://banyumaskab.bps.go.id/statictable/2021/03/06/305/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-banyumas-2020.html>
- Badan Pusat Statistik. (2021). Statistik Pertanian Holtikultura. SPH-SBS/BPS-Statistic Indonesia, Agriculture Statistic for Holtikulture SPH-SB.
- Endriatomo, S., & Noor, A. (n.d.). Penentuan harga jual produk dengan pendekatan full costing. *AKUNTABEL*, 18(3), 2021–2392. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Hendari R (2009) Pemutihan Gigi (Tooth-Whitening) Pada Gigi yang Mengalami Pewarnaan, *Jurnal Sultan Agung*, XLIV(118)
- Herry Sutanto, Khaerul Umam, Manajemen Pemasaran Bank Syari'ah, Bandung: Pustaka Setia, 2013, hlm. 305.
- Kementerian Kesehatan RI, “Infodatin Kesehatan Gigi Nasional,” 2019.
- Khulsum, H., Fitria, A (2018). Efektivitas Variasi Ukuran Media Arang Aktif dan Zeolit Terhadap Penurunan Kadar Besi (Fe) Pada Air Sumur. *Jurnal Kesmas Indonesia*, 10, 98-108 <http://jos.unsoed.ac.id/index.php/kesmasindo/article/view/1214> pada 23 Februari 2023 pukul 12.30.
- Kurnia, S., & Siddik Hasibuan, M. (2016). Analisis Perhitungan HPP Menentukan Harga Penjualan yang Terbaik Untuk UKM. *Jurnal Teknografi*, 03(2), 10–16.
- Lestari, D., Nufus Melania, I., Eliyana, Y., Diah Savitri, E., Ilma Nabila Insani, I., Lukul, Sul-toni Fajar Subekti, M., Halimatus Sya, N., Fadhilah, N., Nursyabania, L., Usman Balbeid, S., & Impian Sukorini, A. (2022). Identifikasi Pengetahuan dan Penggunaan Mouthwash Antiseptik Herbal pada Remaja Usia 15-24 Tahun di Pulau Jawa-Madura. In *Jurnal Farmasi Komunitas* (Vol. 9, Issue 1).
- Mujahidin, Akmal. (2007). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nikhla, S., Nuraeni, A., & Fauziyah, U. (2018). Potensi Hasil Produk Bleagiberry (Bleaching Gigi Ekstrak Buah Stroberi). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Media Ekonomi*, XVIII(2).
- Octavianita, R., & Darmawan, E. B. (2021). Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian Target Penjualan (Studi Kasus PT. Setiawan Sedjati). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2).
- Oktanauli, P., Taher, P., & Dwi Prakasa, A. (n.d.). Efek Obat Kumur Beralkohol Terhadap Jaringan Rongga Mulut. *Jurnal Ilmiah dan Teknologi Kedokteran Gigi FKG UPDM*, 13 (1), 4-7. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/JITEKGI/article/view/850> diakses pada 23 Februari 2023.
- Permatasari, R. I., Krismariono, A., Ulfah, D. N. (2015). Daya Hambat Ekstrak Kulit Durian (*Durio zibethinus* Murray) Terhadap Plak Supragingiva Inhibition Activity of Durio Zibethinus Murray Rind Extract On Bacterial Plaque. Diakses di jurnal <https://repository.unair.ac.id/107235/1/19> pada 23 Februari 2023 pukul 12.00.
- Putri, K. R. P., Setiawati, I., Istiqomah, V. H. N., Maspudah, A. M. S. A., Nuraini, L. A., & Alexsyah, F. D. (2024). Analisis Peluang Pasar Suplemen Tulang Berbahan Aktif Tanaman Lokal di Jawa Tengah. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(1), 857-867.
- Salsabila, N. K. et al., 2023. Corn Cob Waste: A Sustainable Solution for Eco-Friendly Packaging. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, Volume 24, p. 957.
- Sasmita, M. T. (2020). Analisis Pasar Virtual Event Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Kepariwisataaan*, 19(01), 12.
- Setiawati, I., Soemanto, B., Syahrullah, Y. & Widyarini, I., 2022. Rancangan Model Bisnis Sabun Cuci Ramah Lingkungan Business Model of Dish Soap Ecofriendly. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(1), pp. 291-300.
- Talumewo, M., Mintjelungan, C., & Wowor, M. (2015). Perbedaan Efektivitas Obat Kumur Antiseptik Beralkohol dan Non Alkohol dalam Menurunkan Akumulasi Plak. *PHARMACON Jurnal Ilmiah Farmasi-UNSRAT*, 4(4).
- Rika, S. (2021). Makalah Pemasaran Analisis Pasta Gigi Pepsodent dan Ciptadent. <https://www.scribd.com/document/507479007/MAKALAH-PEMASARAN-ANALISIS-PRODUK> diakses pada 3 Mei 2023.

Wulandari, N. A., Azizah, N. R., Setiawati, L., Novitasari, S., & Setiawati, I. (2023). Utilization of Bitter Melon for Hair Treatment. *AIP Conference Proceedings*, 2586(1), 2586. <https://doi.org/10.1063/5.0106735>