

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Uji Coba Implementasi Business Plan

Uji coba implementasi business plan BrowniePop dilakukan berdasarkan 3 tahapan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap manajemen risiko dan kelayakan usaha.

5.1.1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan usaha BrowniePop terdapat beberapa tahapan yang dilakukan sebelum proses produksi dimulai. Tiga tahap utama tersebut yaitu persiapan modal, persiapan alat dan bahan, serta persiapan surat izin berusaha (NIB) sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan Modal

Tahap persiapan modal pada usaha BrowniePop bersumber dari modal pribadi yang dimiliki oleh pelaku usaha tanpa adanya pinjaman dari pihak lain. Total modal awal yang disiapkan sebesar Rp 2.000.000, yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha seperti pembelian alat produksi, bahan baku, kemasan, serta biaya operasional lainnya. Penggunaan modal pribadi ini bertujuan untuk meminimalkan risiko finansial dan mempermudah pengelolaan keuangan pada tahap awal usaha.

2. Tahap Persiapan Alat dan Bahan

Tahap ini, pelaku usaha menyiapkan berbagai peralatan yang digunakan dalam proses produksi BrowniePop, seperti mixer, oven, loyang, spatula, timbangan, dan wadah pencampur. Total modal yang dialokasikan untuk pembelian alat produksi sebesar Rp 1.113.000. Ketersediaan alat yang memadai sangat penting

untuk menunjang kelancaran proses produksi serta menjaga efisiensi dan kualitas produk yang dihasilkan.

Selain alat, bahan baku juga dipersiapkan sebelum proses produksi dimulai. Bahan utama yang digunakan dalam pembuatan BrowniePop meliputi tepung brownies, air, telur, margarin, dan kopi, serta topping seperti keju dan almond. Total modal yang digunakan untuk pembelian bahan baku sebesar Rp1.698.000. Ketersediaan bahan yang cukup akan memastikan proses produksi berjalan lancar serta menjaga konsistensi rasa dan kualitas produk.



Gambar 4. Alat dan Bahan

3. Tahap Persiapan Surat Izin Berusaha

Tahap persiapan surat izin usaha bertujuan untuk memastikan bahwa usaha yang dijalankan memiliki legalitas yang jelas. Dengan adanya izin usaha, kegiatan usaha dapat berjalan secara resmi dan lebih dipercaya oleh konsumen. Beberapa dokumen perizinan yang dipersiapkan yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem *Online Single Submission* (OSS). Dengan adanya surat izin usaha, usaha BrowniePop memiliki dasar hukum yang jelas dan dapat berkembang lebih luas di pasar.

5.1.2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan usaha BrowniePop merupakan proses penerapan rencana bisnis yang telah disusun sebelumnya dalam business plan. Tahap ini bertujuan untuk melihat sejauh mana rencana usaha yang telah dibuat dapat diimplementasikan dalam kegiatan usaha secara nyata. Pelaksanaan usaha BrowniePop meliputi kegiatan produksi, pengemasan, serta pemasaran produk kepada konsumen sebagai berikut:

1. Tahap produksi

Tahap produksi, proses pembuatan BrowniePop dilakukan sesuai dengan prosedur yang telah direncanakan dalam business plan. Proses produksi dimulai dari persiapan bahan baku seperti tepung brownies, air, telur, margarin dan kopi serta topping seperti keju dan almond. Bahan-bahan tersebut kemudian diolah menjadi adonan brownie menggunakan alat seperti mixer, wadah pencampur, dan spatula. Setelah adonan tercampur secara merata, adonan kemudian dipanggang menggunakan oven hingga matang. Brownie yang telah matang kemudian dipotong dan dibentuk menjadi ukuran kecil menyerupai pop, sehingga menghasilkan produk BrowniePop yang siap untuk dikemas.





Gambar 5. Proses Produksi

2. Tahap Pengemasan

Tahap pengemasan, produk BrowniePop dikemas menggunakan kemasan yang menarik dan praktis agar mudah dibawa serta tetap menjaga kualitas produk. Pengemasan juga bertujuan untuk meningkatkan nilai jual produk serta memberikan kesan yang lebih higienis dan profesional kepada konsumen. Selain itu, pada kemasan juga dapat ditambahkan label produk yang berisi nama usaha, komposisi bahan, serta informasi singkat mengenai produk.



Gambar 6. Proses Pengemasan

3. Tahap Pemasaran

Tahap pemasaran dan penjualan BrowniePop dilakukan dengan memanfaatkan media sosial serta penjualan langsung kepada konsumen di

lingkungan sekitar. Strategi pemasaran ini sesuai dengan rencana yang telah disusun dalam business plan, yaitu memanfaatkan jaringan pertemanan dan promosi secara sederhana untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Promosi dilakukan dengan cara membagikan informasi produk melalui media sosial serta menawarkan produk secara langsung kepada calon konsumen.



Gambar 7. Proses Pemasaran

5.2. Manajemen Risiko

Manajemen risiko merupakan suatu proses yang dilakukan untuk mengidentifikasi, menganalisis, serta mengendalikan berbagai risiko yang dapat terjadi dalam kegiatan usaha

5.2.1. Identifikasi Risiko Usaha BrowniePop

Berdasarkan hasil implementasi yang telah dilakukan pada usaha BrowniePop, proses identifikasi risiko dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kegiatan produksi, pengadaan bahan baku, hingga pemasaran produk. Dari hasil tersebut, ditemukan beberapa risiko yang berpotensi menghambat jalannya usaha.

Tahapan pertama dalam proses manajemen risiko adalah tahap identifikasi risiko. Proses mengidentifikasi risiko dan sumber utama penyebab terjadinya risiko yang dapat menimbulkan kerugian pada usaha peternakan ayam. Proses identifikasi meliputi persiapan modal, persiapan alat dan bahan, proses produksi, dan proses pengemasan.

Identifikasi risiko pada usaha BrowniePop menunjukkan adanya beberapa kejadian risiko pada setiap tahapan kegiatan usaha. Pada tahap persiapan modal, risiko utama yang dihadapi adalah keterbatasan modal usaha akibat ketergantungan pada dana pribadi, sehingga membatasi pembelian bahan baku, penggunaan peralatan produksi, serta inovasi kemasan dan promosi. Pada tahap persiapan alat dan bahan, penggunaan peralatan produksi yang masih sederhana, perbedaan pemasok bahan baku, akibatnya, proses produksi menjadi kurang efisien, kapasitas produksi terbatas, serta kualitas produk yang dihasilkan menjadi tidak konsisten, baik dari segi rasa, tekstur, maupun penampilan. Yang berdampak pada kualitas produk.

Pada proses produksi, risiko yang muncul adalah ketidaktepatan takaran bahan dan waktu pemanggangan kurang tepat karena keterbatasan keterampilan tenaga kerja dan belum adanya SOP baku, sehingga menurunkan jumlah produk layak jual. Selanjutnya, pada proses pengemasan, terdapat risiko pengemasan yang kurang rapat yang berdampak pada penurunan daya simpan produk. Pada proses pemasaran dan distribusi, risiko berupa keterbatasan jangkauan pemasaran dan keterlambatan distribusi akibat sistem pemasaran yang masih sederhana, sehingga memengaruhi volume penjualan BrowniePop. Disajikan pada tabel 8 berikut:

Tabel 8. Identifikasi Risiko Usaha BrowniePop

Kegiatan Usaha BrowniePop	Kode Risiko	Identifikasi Risiko		
		Kejadian Risiko	Akar Penyebab	Dampak
Proses persiapan modal				
	R1	Keterbatasan modal usaha	Ketergantungan pada dana pribadi.	pembatasan pembelian bahan baku, pembelian peralatan produksi, serta inovasi kemasan dan promosi
Proses persiapan alat dan bahan				
	R2	Mixer dan oven berkapasitas kecil	Skala usaha masih kecil	Kapasitas produksi terbatas
Proses Produksi				
	R3	Takaran bahan dan waktu pemanggangan kurang tepat	Tenaga kerja kurang terampil dan belum adanya SOP yang baku	Kualitas produk masih rendah
Proses pengemasan				
	R4	Pengemasan tidak kedap optimal	Penyegelan kemasan yang kurang optimal	Memungkinkan masuknya udara/kelembaban dan meningkatkan risiko penurunan kualitas serta daya simpan produk
Proses pemasaran dan distribusi				
	R5	Keterbatasan jangkauan pemasaran dan keterlambatan distribusi	Metode pemasaran masih sederhana	Menurunnya volume penjualan BrowniePop

Sumber: Analisis data primer, 2026

Berdasarkan hasil identifikasi risiko pada usaha BrowniePop, ditemukan beberapa risiko yang berpotensi memengaruhi kelancaran kegiatan usaha. Tahap persiapan modal (R1), keterbatasan modal yang bersumber dari dana pribadi menyebabkan pembatasan dalam pembelian bahan baku, peralatan produksi, serta

pengembangan kemasan dan promosi. Tahap persiapan alat dan bahan (R2), penggunaan mixer dan oven berkapasitas kecil mengakibatkan kapasitas produksi terbatas. Selanjutnya, proses produksi (R3), ketidaktepatan takaran bahan dan waktu pemanggangan yang kurang tepat yang disebabkan oleh tenaga kerja yang kurang terampil dan belum adanya SOP yang baku mengakibatkan kualitas produk masih rendah. Tahap proses pengemasan (R4), pengemasan yang tidak kedap secara optimal akibat penyegelan kemasan yang kurang baik memungkinkan masuknya udara dan kelembapan sehingga menurunkan kualitas serta daya simpan produk. Terakhir, tahap proses pemasaran dan distribusi (R5), keterbatasan jangkauan pemasaran serta keterlambatan distribusi yang disebabkan oleh metode pemasaran yang masih sederhana berdampak pada menurunnya volume penjualan BrowniePop.

Risiko usaha BrowniePop saling berkaitan, dimulai dari keterbatasan modal yang memengaruhi alat, bahan, hingga pemasaran. Jika tidak dikelola dengan baik, risiko-risiko tersebut dapat menurunkan kualitas produk, volume penjualan, serta keuntungan usaha. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan manajemen usaha, penyusunan SOP, peningkatan kualitas peralatan, serta penguatan strategi pemasaran agar usaha BrowniePop dapat berkembang secara berkelanjutan.

5.2.2. Analisis Risiko

Tahap analisis risiko: dilakukan penilaian terhadap kemungkinan risiko yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya menggunakan tabel kriteria *likelihood*. Kriteria *likelihood* merupakan kriteria yang digunakan untuk menilai peluang terjadinya suatu risiko (Safi'i dkk, 2020). Terdapat 5 kriteria *likelihood*

berdasarkan frekuensi kejadian/kemungkinan risiko terjadi, yaitu *rare* (risiko tersebut hampir tidak pernah terjadi, minimal sekali setahun), *unlikely* (risiko tersebut jarang terjadi, minimal sekali dalam sembilan bulan), *possible* (risiko tersebut kadang terjadi, minimal sekali dalam enam bulan), *likely* (risiko tersebut sering terjadi, minimal sekali dalam tiga bulan) dan *certain* (risiko tersebut pasti terjadi, minimal sekali dalam sebulan).

Selanjutnya, memberikan nilai frekuensi berdasarkan 5 nilai, mulai dari 1 terendah hingga 5 tertinggi. Semakin besar nilai, semakin sering terjadi risiko dan semakin besar dampak yang akan ditimbulkan. Berikut ini disajikan analisis risiko terhadap kriteria kemungkinan (*likelihood*) dan kriteria dampak (*impact*). Berikut tabel analisis risiko dengan nilai kemungkinan, frekuensi kejadian, dan dampak pada masing-masing risiko, dapat dilihat pada tabel 9 berikut:

Tabel 9. Hasil Penilaian Likelihood dan Impact Risiko Usaha BrowniePop

Kode Risiko	Identifikasi Risiko		Analisis Risiko	
	Risiko	Akar Penyebab	Likelihood	Impact
R1	Keterbatasan modal usaha	Ketergantungan pada dana pribadi.	3	4
R2	Mixer dan oven berkapasitas kecil	Skala usaha masih kecil	3	5
R3	Takaran bahan dan waktu pemanggangan kurang tepat	Tenaga kerja kurang terampil dan belum adanya SOP yang baku	2	4
R4	Pengemasan tidak kedap optimal	Penyegelan kemasan yang kurang optimal	3	3
R5	Keterbatasan jangkauan pemasaran dan keterlambatan distribusi	Metode pemasaran masih sederhana	2	3

Sumber: Analisis data primer, 2026

Hasil penilaian dari kejadian risiko yang timbul pada Usaha BrowniePop. Untuk memperoleh hasil analisis risiko ini, terlebih dahulu ditentukan *likelihood* dan *impact* yang akan ditimbulkan. Setelah mendapatkan hasil tersebut, dilanjutkan dengan tahap penentuan peringkat risiko yang akan terjadi.

5.2.3. Evaluasi Risiko

Evaluasi risiko melibatkan perbandingan hasil analisis risiko dengan kriteria risiko yang telah ditetapkan untuk menentukan apakah diperlukan tindakan tambahan (Indra M, 2021). Hasil analisis dimasukkan ke dalam tabel matriks atau peta risiko berdasarkan pedoman yang ada pada ISO 31000.

Evaluasi risiko bertujuan untuk mengetahui tinggi-rendahnya risiko yang terjadi pada BrowniePop. Matriks evaluasi risiko menjelaskan rasio pengelompokan berdasarkan level risiko dari yang tertinggi sampai terendah. Tahap selanjutnya yaitu memasukkan kemungkinan risiko ke dalam matriks evaluasi risiko sesuai dengan kriteria *likelihood* dan kriteria *impact* yang disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 10. Matriks Evaluasi Risiko Berdasarkan *Likelihood* dan *Impact* Risiko Usaha BrowniePop

L i k e h o o d	Certain (5)					
	Likely (4)					
	Possible (3)			R4	R1	R2
	Unlikely (2)			R5	R3	
	Rare (1)					
Impact		(1) Insignificant	(2) Minor	(3) Moderate	(4) Major	(5) Catastrophic
	Low risk					
	Medium risk					
	High risk					
	Crisis risk					

Hasil *likelihood* dan *impact*: terdapat 5 kejadian risiko pada usaha BrowniePop yang sudah dianalisis dan dikategorikan sesuai dengan level risikonya. Hasil evaluasi risiko: terdapat 3 (tiga) risiko tingkat high risk, yaitu R1, R2 dan R4. Selanjutnya terdapat 2 (dua) risiko pada tingkat medium risk yaitu R3 dan R5

5.2.4 Perlakuan Risiko

Perlakuan risiko merupakan tindakan yang diberikan berupa usulan perlakuan risiko dalam menangani risiko yang ada. Usulan tindakan risiko merupakan hasil FGD peneliti pada usaha BrowniePop untuk mendiskusikan

penanganan risiko yang akan dilakukan. Selanjutnya disajikan pada tabel 11 berikut:

Tabel 11. Penanganan Risiko Usaha BrowniePop

Kode Risiko	Identifikasi Risiko		Level Risiko	Evaluasi dan Penanganan Risiko Berdasarkan Hasil Diskusi dengan Pemilik
	Kejadian Risiko	Akar Penyebab		
R1	Keterbatasan modal usaha	Ketergantungan pada dana pribadi.	High risk	Melakukan pengelolaan keuangan yang lebih efisien, memutar kembali keuntungan sebagai tambahan modal, serta mempertimbangkan alternatif sumber pendanaan seperti kerja sama atau pembiayaan skala kecil.
R2	Mixer dan oven berkapasitas kecil	Skala usaha masih kecil	High risk	Melakukan penggunaan alat secara optimal, penjadwalan produksi, serta secara bertahap melakukan investasi atau penambahan peralatan dengan kapasitas yang lebih besar sesuai kemampuan modal.
R4	Pengemasan tidak kedap optimal	Penyegelan kemasan yang kurang optimal	Medium Risk	Pemilik usaha menerapkan standar resep dan waktu pemanggangan serta membuat SOP sederhana agar kualitas produk lebih konsisten.
R3	Takaran bahan dan waktu pemanggangan kurang tepat	Tenaga kerja kurang terampil dan belum adanya SOP yang baku	High Risk	Memperbaiki teknik penyegelan kemasan, memastikan kemasan tertutup rapat, serta mempertimbangkan penggunaan alat sealer yang lebih baik.
R5	Keterbatasan jangkauan pemasaran dan keterlambatan distribusi	Metode pemasaran masih sederhana	Medium Risk	Memperluas strategi pemasaran, seperti memanfaatkan media sosial dan pemasaran online, serta memperbaiki sistem distribusi agar produk dapat sampai ke konsumen dengan lebih cepat dan tepat waktu.

Sumber: Analisis data primer, 2026

Berdasarkan hasil evaluasi risiko yang telah dilakukan, diketahui bahwa BrowniePop memiliki beberapa risiko dengan tingkat tinggi (*High risk*) dan sedang (*Medium risk*) yang memerlukan penanganan yang tepat. Risiko pertama (R1), yaitu keterbatasan modal usaha yang disebabkan oleh ketergantungan pada dana pribadi, termasuk ke dalam kategori *high risk*. Untuk mengatasi hal tersebut, perlu adanya pengelolaan keuangan secara lebih efisien, memanfaatkan keuntungan sebagai tambahan modal, serta mempertimbangkan alternatif sumber pendanaan seperti kerja sama atau pembiayaan skala kecil.

Risiko kedua (R2) yaitu penggunaan mixer dan oven berkapasitas kecil yang berdampak pada kurang efisiennya proses produksi, keterbatasan kapasitas, serta ketidakkonsistenan kualitas produk. Risiko ini juga termasuk dalam *high risk* sehingga perlu penanganan serius, yaitu dengan mengoptimalkan penggunaan alat yang ada, melakukan penjadwalan produksi, serta merencanakan penambahan atau penggantian peralatan secara bertahap sesuai kemampuan modal.

Risiko ketiga (R3) yaitu takaran bahan baku dan waktu pemanggangan kurang tepat disebabkan oleh tenaga kerja yang kurang terampil dan belum adanya SOP yang baku. Risiko ini berdampak pada kualitas produk sehingga dikategorikan sebagai *medium risk*. Penanganan yang dilakukan adalah dengan menetapkan standar resep dan waktu pemanggangan serta menyusun SOP sederhana agar proses produksi menjadi lebih terkontrol dan konsisten.

Risiko keempat (R4) yaitu pengemasan yang tidak kedap optimal akibat penyegelan kemasan yang kurang baik, termasuk dalam kategori *high risk*. Meskipun risikonya tidak setinggi yang lain, tetap perlu diperhatikan. Upaya

penanganan yang dilakukan adalah dengan memperbaiki teknik penyegelan kemasan, memastikan kemasan tertutup rapat, serta mempertimbangkan penggunaan alat sealer yang lebih baik.

Risiko kelima (R5) yaitu keterbatasan jangkauan pemasaran dan keterlambatan distribusi yang disebabkan oleh metode pemasaran yang masih sederhana. Risiko ini termasuk *medium risk* dan ditangani dengan memperluas strategi pemasaran melalui media sosial dan platform online serta memperbaiki sistem distribusi agar produk dapat sampai ke konsumen secara lebih cepat dan tepat waktu.

5.3. Analisis Kelayakan Usaha

1. Biaya produksi

Biaya total adalah seluruh jumlah biaya produksi yang dikeluarkan. Biaya ini didapat dari menjumlahkan biaya tetap dan biaya variable, Untuk mengetahui total biaya produksi dapat dilihat pada tabel 12 berikut:

Tabel 12. Biaya Produksi Usaha BrowniePop Periode November 2025 – Januari 2026

No.	Jenis Biaya	Bulan		
		November	Desember	Januari
1	Total Fixed Cost (TFC)	924.667	800.000	800.000
2	Total Variable Cost (TVC)	1.698.000	1.927.200	1.927.200
3	Total Cost (TC)	2.622.667	2.727.200	2.727.200

Sumber: Analisis data primer, 2026

Berdasarkan Tabel 12, total biaya produksi usaha BrowniePop pada bulan November sebesar Rp 2.622.667, sedangkan pada bulan Desember dan Januari masing-masing sebesar Rp 2.727.200. Jika dibandingkan dengan rencana dalam business plan (Tabel 3), total biaya yang direncanakan adalah sebesar Rp2.622.667 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa biaya produksi pada bulan November masih

sesuai dengan perencanaan, namun pada bulan Desember dan Januari terjadi peningkatan biaya produksi.

Peningkatan biaya tersebut terutama disebabkan oleh kenaikan biaya variabel dari Rp 1.698.000 menjadi Rp 1.927.200, sementara biaya tetap relatif stabil, yaitu sebesar Rp 800.000. Kenaikan biaya variabel ini dapat disebabkan oleh meningkatnya jumlah produksi sebesar 5% dibandingkan dengan bulan sebelumnya.

2. Total penerimaan

Total penerimaan yang diperoleh pada usaha BrowniePop selama 3 bulan terakhir yaitu dapat dilihat pada tabel 13 berikut:

Tabel 13. Total Penerimaan BrowniePop Periode November 2025 – Januari 2026

No.	Jenis Biaya	Bulan		
		November	Desember	Januari
1	Price (P)	13.000	13.000	13.000
2	Quantity (Q)	240	252	252
3	Total Revenue (TR)	3.120.000	3.276.000	3.276.000

Sumber: Analisis data primer, 2026

Tabel 13. Total penerimaan usaha BrowniePop selama tiga bulan menunjukkan adanya peningkatan dibandingkan dengan rencana pada business plan. Pada bulan November, total penerimaan sebesar Rp3.120.000 dengan jumlah penjualan 240 pcs, yang berarti masih sesuai dengan rencana penerimaan pada business plan yaitu Rp3.120.000 per bulan. Namun, pada bulan Desember dan Januari, total penerimaan meningkat menjadi Rp3.276.000 dengan jumlah penjualan masing-masing 252 pcs.

Jika dibandingkan dengan rencana pada Tabel 2, usaha BrowniePop menargetkan penjualan sebanyak 240 pcs per bulan dengan penerimaan

Rp3.120.000. Dengan demikian, realisasi pada bulan Desember dan Januari menunjukkan kinerja yang lebih baik dari rencana, ditandai dengan peningkatan jumlah penjualan sebesar 12 pcs per bulan yang berdampak langsung pada peningkatan penerimaan sebesar Rp156.000. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk BrowniePop mengalami peningkatan pada bulan kedua dan ketiga, sehingga penerimaan usaha menjadi lebih tinggi dari yang telah direncanakan dalam business plan.

3. Pendapatan

Pendapatan yang diterima pada usaha BrowniePop dapat dilihat pada tabel 14 sebagai berikut:

Tabel 14. Pendapatan BrowniePop Periode November 2025 – Januari 2026

No.	Jenis Biaya	Bulan		
		November	Desember	Januari
1	Total Revenue	3.120.000	3.276.000	3.276.000
2	Total Cost	2.622.667	2.727.200	2.727.200
3	Income (Pendapatan)	497.333	548.800	548.800

Sumber: Analisis data primer, 2026

Tabel 14. Pendapatan usaha BrowniePop pada bulan November sebesar Rp 497.333, sedangkan pada bulan Desember dan Januari masing-masing sebesar Rp 548.800. Jika dibandingkan dengan rencana pada business plan (Tabel 3), pendapatan yang direncanakan adalah sebesar Rp 497.333 per bulan.

Bulan November, pendapatan yang diperoleh sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Namun, pada bulan Desember dan Januari terjadi peningkatan pendapatan sebesar Rp51.467 dibandingkan dengan rencana. Peningkatan ini disebabkan oleh bertambahnya jumlah penjualan dari 240 pcs menjadi 252 pcs, sehingga total penerimaan meningkat, meskipun diikuti juga dengan kenaikan biaya

produksi. Dapat disimpulkan bahwa realisasi pendapatan usaha BrowniePop tidak hanya sesuai dengan rencana pada bulan awal, tetapi juga menunjukkan kinerja yang lebih baik pada bulan berikutnya. Hal ini menandakan bahwa usaha BrowniePop memiliki potensi keuntungan yang baik dan layak untuk dikembangkan.

4. Analisis R/C-ratio

Kelayakan usaha merupakan perbandingan antara penerimaan total dan biaya total yang menunjukkan nilai penerimaan yang diperoleh dari setiap rupiah yang dikeluarkan hingga menghasilkan produk. Semakin besar nilai R/C, semakin besar pula tingkat keuntungan yang akan diperoleh dari usaha tersebut. Adapun R/C-ratio pada usaha BrowniePop dapat dilihat pada Tabel 15 berikut.

Tabel 15. Kelayakan Usaha (R/C-ratio) Periode November 2025 – Januari 2026

No.	Jenis Biaya	Bulan		
		November	Desember	Januari
1	Total Revenue	3.120.000	3.276.000	3.276.000
2	Total Cost	2.622.667	2.727.200	2.727.200
3	R/C-ratio	1,19	1,20	1,20

Sumber: Analisis data primer, 2026

Berdasarkan Tabel 15, nilai R/C ratio usaha BrowniePop pada bulan November sebesar 1,19, sedangkan pada bulan Desember dan Januari masing-masing sebesar 1,20. Jika dibandingkan dengan rencana pada business plan, nilai R/C ratio yang ditargetkan adalah sebesar 1,19. Bulan November, nilai R/C ratio yang diperoleh sesuai dengan rencana. Namun, pada bulan Desember dan Januari terjadi peningkatan nilai R/C ratio menjadi 1,20.

Meskipun berdasarkan hasil perhitungan nilai R/C ratio usaha BrowniePop menunjukkan angka lebih dari 1 (1,19–1,20) yang berarti usaha layak

dan menguntungkan, tingkat keuntungan yang diperoleh masih tergolong relatif kecil. Hal ini terlihat dari margin keuntungan yang hanya berkisar antara 19% hingga 20% dari total biaya yang dikeluarkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha masih rentan terhadap perubahan, seperti kenaikan harga bahan baku, peningkatan biaya operasional, maupun penurunan jumlah penjualan.

Selain itu, peningkatan biaya variabel pada bulan berikutnya juga dapat memengaruhi stabilitas keuntungan usaha. Jika tidak diimbangi dengan peningkatan efisiensi produksi atau strategi pemasaran yang lebih optimal, maka keuntungan yang diperoleh berpotensi menurun. Oleh karena itu, meskipun usaha BrowniePop dinyatakan layak, perlu dilakukan upaya pengendalian biaya serta peningkatan penjualan agar tingkat keuntungan dapat lebih maksimal dan usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.