

ANALISIS FINANSIAL DAN NILAI TAMBAH USAHA AIR MAWAR SEBAGAI PRODUK KOSMETIKA ALAMI

Financial and Value-Added Analysis of Rose Water Processing in the Natural Cosmetic Industry

**Levana Masitajasmin Putri¹⁾, Nur Indah Cahyaningtyas¹⁾, Avivah Rahmaningtyas¹⁾,
Muhammad Luthfie Fadhilah¹⁾, Restie Novitaningrum¹⁾, Irma Fauziah¹⁾,
Liska Simamora¹⁾**

¹⁾Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro

Email : levanaputri@live.undip.ac.id

Diterima: 29 Juni 2025, Revisi : 26 September 2025, Diterbitkan: Desember 2025

<https://doi.org/10.22487/agrolandnasional.v32i3.2621>

ABSTRACT

Increasing public awareness of health and product safety has stimulated the growth of the natural-based cosmetic industry. Rose water is a local resource-based product with considerable development potential; however, its utilization in Indonesia remains limited. This study aimed to analyze the financial feasibility and value added of a rose water processing enterprise. The analytical methods employed included financial feasibility analysis using the Revenue–Cost (R/C) ratio, Return on Investment (ROI), Payback Period (PP), and Break-Even Point (BEP), as well as value-added analysis using the Hayami method. The results showed that the rose water processing enterprise generated an annual income of IDR 60,596,200, with an R/C ratio of 5.51, an ROI of 2.24, and a payback period of 0.45 years. The break-even point was achieved at a product price of IDR 7,829 per bottle and a production volume of 2,382 bottles. The value-added analysis indicated that rose water processing generated a value added of IDR 145,500 per kilogram of rose petals, with a value-added ratio of 91% and a profit rate of 89%. These findings indicate that rose water processing is financially feasible and has strong potential to enhance producers' income while supporting the development of a locally based natural cosmetic industry.

Keywords : Financial Analysis, Hayami, Natural Cosmetics, Rose Water, and Value Added.

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan keamanan produk telah mendorong pertumbuhan industri kosmetik berbahan alami. Air mawar merupakan salah satu produk berbasis sumber daya lokal yang berpotensi dikembangkan, namun

pemanfaatannya di Indonesia masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan finansial serta nilai tambah usaha pengolahan air mawar. Metode penelitian meliputi analisis finansial menggunakan indikator Revenue Cost Ratio (R/C), Return on Investment (ROI), Payback Period (PP), dan Break Even Point (BEP), serta analisis nilai tambah menggunakan metode Hayami. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha pengolahan air mawar menghasilkan pendapatan tahunan sebesar Rp.60.596.200 dengan nilai R/C sebesar 5,51, ROI sebesar 2,24, dan periode pengembalian modal selama 0,45 tahun. Nilai BEP tercapai pada harga Rp7.829 per botol dan volume produksi sebesar 2.382 botol. Analisis nilai tambah menunjukkan bahwa pengolahan air mawar menghasilkan nilai tambah sebesar Rp145.500 per kilogram kelopak mawar dengan rasio nilai tambah 91% dan tingkat keuntungan 89%. Berdasarkan hasil tersebut, usaha pengolahan air mawar dinyatakan layak secara finansial dan berpotensi meningkatkan pendapatan pelaku usaha sekaligus mendukung pengembangan industri kosmetik alami berbasis sumber daya lokal.

Kata Kunci : Air Mawar, Analisis Finansial, Hayami, Kosmetika Alami, dan Nilai Tambah.

PENDAHULUAN

Di era modern, peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penampilan dan kesehatan kulit telah mendorong lonjakan permintaan terhadap produk kosmetik dan perawatan tubuh. Produk-produk ini tidak lagi dianggap sebagai pelengkap, melainkan kebutuhan primer, khususnya di kalangan perempuan usia produktif (Amberg dan Fogarassy 2019; Liu 2022). Tren ini diperkuat dengan data global yang menunjukkan pertumbuhan signifikan industri kosmetik, didorong oleh pengaruh media sosial, perubahan gaya hidup, dan peningkatan daya beli konsumen (Euromonitor International, 2025; Statista, 2023). Di Tiongkok, misalnya, Amberg dan Fogarassy (2019) mencatat bahwa minat terhadap kosmetik meningkat pesat, baik di kalangan perempuan maupun laki-laki, dengan proyeksi nilai pasar mencapai US\$450 miliar pada tahun 2050.

Produk kosmetik dan perawatan tubuh umumnya menyasar perempuan berusia 15–45 tahun kelompok usia yang rentan mengalami masalah kulit seperti jerawat, flek, dan kulit kusam, serta memiliki kecenderungan kuat untuk menjaga penampilan (Jalil et al., 2020; Wijayanti, 2021). Data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024) mencatat rata-rata konsumsi kosmetik per kapita di Indonesia meningkat secara konsisten, mencapai Rp10.471

per bulan dengan pertumbuhan tahunan 10,1% selama dekade terakhir. Kantar (2023) juga mencatat bahwa konsumen Indonesia kini semakin loyal terhadap produk lokal yang dianggap lebih cocok dengan iklim tropis dan jenis kulit Asia.

Sejalan dengan meningkatnya konsumsi, pendapatan dari sektor industri kosmetik di Indonesia pun menunjukkan tren positif. Pada tahun 2023, pendapatan dari industri ini mencapai US\$6,18 miliar, meningkat pesat dari tahun-tahun sebelumnya (Statista, 2023). Dari sisi produksi, data BPOM, (2025) mencatat ada 1.778 perusahaan kosmetika yang terdaftar hingga tahun 2025, tersebar di 16 provinsi. Faktor seperti pertumbuhan kelas menengah, peningkatan pendapatan per kapita, dan gaya hidup yang semakin modern menjadikan industri kosmetik sebagai salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia (Farisha et al., 2021).

Namun, di tengah ekspansi industri tersebut, muncul perubahan preferensi konsumen ke arah penggunaan produk berbahan alami. Konsumen semakin sadar terhadap risiko bahan kimia sintetis dalam kosmetik dan memilih produk yang lebih aman, ramah lingkungan, dan mendukung keberlanjutan (Fonseca-Santos et al., 2015). Yoesmanam (2015) menambahkan bahwa produk berbahan alami dinilai lebih aman, transparan, dan memiliki persepsi nilai yang lebih tinggi di mata konsumen.

Salah satu bahan alami yang populer dan memiliki potensi besar dalam industri kosmetik adalah air mawar. Potensi mawar sebagai bahan baku utama air mawar di Indonesia juga memiliki potensi yang besar dimana usahatani mawar efisien secara teknis, alokatif, dan ekonomi untuk diusahakan (Putri et al., 2023). Mawar dikenal memiliki beragam manfaat, seperti antioksidan, antiinflamasi, dan efek menenangkan kulit, yang membuatnya ideal untuk kulit tropis yang rentan terhadap iritasi akibat sinar UV dan polusi (Ghavam et al., 2021; Nayebi et al., 2017). Produk berbasis air mawar, seperti toner, face mist, dan masker wajah, semakin banyak digemari karena dianggap memberikan hasil yang efektif dengan risiko minimal terhadap kesehatan kulit.

Meskipun bunga mawar memiliki potensi sebagai bahan baku kosmetika alami, pemanfaatannya di Indonesia masih sangat terbatas dan belum optimal. Sebagian besar komoditas mawar di Indonesia masih diarahkan untuk tujuan estetika seperti dekorasi atau bunga potong, bukan untuk pengolahan produk bernilai tambah seperti air mawar. Padahal, air mawar memiliki khasiat fungsional yang tinggi dalam bidang kosmetik, termasuk sebagai toner alami, pelembap, dan agen antiinflamasi (Ghavam et al., 2021; Nayebi et al., 2017). Permasalahan utama terletak pada belum adanya pengembangan terpadu yang menghubungkan sektor pertanian bunga mawar dengan industri kosmetik berbasis bahan alami. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian yang mendalam terhadap aspek finansial dan nilai tambah dari pengolahan air mawar, guna mendukung transformasi komoditas ini dari sekadar bunga hias menjadi bahan baku industri kosmetik yang berdaya saing tinggi.

Analisis finansial bertujuan untuk menilai kelayakan usaha secara ekonomi, dengan memperhitungkan aspek biaya tetap, biaya variabel, pendapatan, laba, serta indikator finansial seperti R/C rasio, ROI, Payback Period, dan Break Event Point (Ekowati et al., 2016; Nurmalina et al., 2014). Sementara itu, analisis nilai tambah

bertujuan untuk menghitung seberapa besar peningkatan nilai ekonomi dari produk olahan dibandingkan bahan bakunya, yang dapat dihitung menggunakan metode Hayami 1987 (Sudiyono, 2002). Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk menjawab pertanyaan apakah usaha pengolahan air mawar sebagai produk kosmetik alami layak secara finansial dan mampu memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelaku usaha, khususnya di sektor agribisnis.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di CV. Saesha Cantika Indonesia yang memproduksi produk kosmetika alami dan berlokasi di Kabupaten Bogor. Pemilihan objek penelitian tersebut dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa CV. Saesha Cantika Indonesia merupakan perusahaan yang berfokus pada produksi kosmetika yang terbuat dari bahan-bahan alami dan memiliki rencana pengembangan yang membutuhkan modal atau investasi yang cukup besar sehingga perlu untuk dilakukan analisis finansial. Waktu penelitian dilakukan pada Tahun 2023.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer adalah dengan melakukan observasi dan wawancara langsung menggunakan panduan kuesioner. Kuesioner berisi daftar pertanyaan mengenai lokasi usaha, aspek pasar, kegiatan operasional, investasi, biaya, penerimaan usaha, dan lainnya. Wawancara dilakukan pada owner dari CV. Saesha Cantika Indonesia karena dianggap dapat memberikan informasi yang akurat mengenai usaha yang dijalankan. Metode pengumpulan data sekunder berupa studi pustaka, yaitu untuk menunjang pengumpulan data di lapangan.

Metode Analisis Data

Analisis Finansial

• Analisis Pendapatan

Pendapatan diperoleh dari selisih antara total penerimaan dan total biaya produksi. Melalui pendapatan, dapat diketahui apakah

hasil penjualan mampu menutupi seluruh biaya produksi yang telah dikeluarkan. Secara matematis, pendapatan dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\mu = TR - TC \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

μ = keuntungan/pendapatan
 TR = *total revenue* / total penerimaan
 TC = *total cost* / total biaya

- **R/C Rasio**

Perhitungan R/C rasio menunjukkan perbandingan antara total penerimaan dari hasil penjualan dengan total biaya produksi. Secara sistematis dituliskan sebagai berikut:

$$R/C \text{ rasio} = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

TR = *total revenue* / total penerimaan
 TC = *total cost* / total biaya

Semakin tinggi nilai R/C rasio menggambarkan semakin layak untuk diusahakan. Kriteria R/C rasio dituliskan sebagai berikut :
 R/C rasio < 1 : Usaha tidak layak dijalankan
 R/C rasio = 1 : Usaha berada di titik impas
 R/C ratio > 1 : Usaha layak dijalankan

- **ROI**

Return On Investment (ROI) merupakan salah satu kriteria investasi yang membandingkan antara keuntungan setelah pajak dengan investasi yang ditanamkan. Semakin tinggi nilai ROI maka semakin baik keadaan suatu usaha. Secara sistematis dituliskan sebagai berikut (Ekowati et al., 2016):

$$ROI = \frac{TR-TC}{I} \times 100\% \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

TR = *Total Revenue*
 TC = *Total Cost*
 I = *Investasi*

- **Payback Period (PP)**

Payback Period (PP) merupakan salah satu kriteria investasi yang dilakukan untuk mengukur seberapa cepat biaya investasi yang dikeluarkan bisa kembali, melalui pendapatan bersih tambahan yang diperoleh. Semakin

cepat waktu pengembalian, maka semakin baik usaha untuk dilakukan. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Nurmalina et al., 2014) :

$$PP = \frac{I}{\mu} \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

I = *Investasi*
 μ = *Keuntungan / pendapatan*

- **Break Event Point**

Menurut (Maruta, 2018), titik impas atau *Break Even Point* (BEP) merupakan kondisi di mana pendapatan dari suatu usaha setara dengan total biaya yang dikeluarkan. Pada kondisi ini, usaha tersebut tidak menghasilkan keuntungan maupun kerugian. BEP dibagi menjadi dua macam yaitu BEP volume produk dan BEP harga. BEP volume produk, yaitu volume produksi minimal yang harus dicapai agar tidak mengalami kerugian. Sedangkan BEP harga, yaitu harga terendah produk yang dihasilkan agar tidak mengalami kerugian. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$BEP \text{ harga} = \frac{TFC + (AVC \times Q)}{P} \dots\dots\dots (5)$$

$$BEP \text{ volume} = \frac{TFC}{(P - AVC)} \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan

TFC = *biaya tetap total*
 AVC = *biaya variabel rata-rata*
 Q = *banyaknya produk yang dijual/diproduksi*
 P = *harga jual per unit produk*

- **Analisis Nilai Tambah**

Analisis nilai tambah akan dilakukan dengan menggunakan metode Hayami 1987 dalam (Sudiyono, 2002) yang secara matematis dapat dirumuskan pada Tabel 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Produk

CV. Saesha Cantika Indonesia yang berlokasi di Kabupaten Bogor menekankan pasar atau branding pada produk-produknya yaitu sebagai produk kosmetika yang

terbuat dari buah dan sayuran yang aman bagi tubuh, seperti masker wajah bubuk, masker *peel of*, sabun, dan air mawar. Berdasarkan hasil wawancara, produk andalan dari CV. Saesha Cantika Indonesia adalah air mawar karena memiliki tingkat penjualan tertinggi dibandingkan produk lainnya.

Produk air mawar dari CV. Saesha Cantika Indonesia merupakan kosmetik alami

multifungsi yang diformulasikan untuk digunakan sebagai toner guna menyegarkan kulit dan menyeimbangkan pH, serta sebagai *face mist* untuk menjaga kelembapan dan memberikan efek menenangkan pada wajah. Produk ini dikemas dalam botol berukuran 100 ml dan dipasarkan dengan harga Rp. 20.000 per botol, sehingga terjangkau oleh berbagai kalangan konsumen.

Tabel 1. Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami

Variabel	Nilai
I. Output, Input, dan Harga	
1. Output (kg/proses)	(1)
2. Input (kg/proses)	(2)
3. Tenaga Kerja (HOK/proses)	(3)
4. Faktor Konversi	$(4) = (1)/(2)$
5. Koefisien Tenaga Kerja	$(5) = (3)/(2)$
6. Harga Output (Rp/unit)	(6)
7. Upah Rata-Rata	(7)
II. Nilai Tambah dan Keuntungan	
8. Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	(8)
9. Sumbangan Input Lain (Rp/kg)	(9)
10. Nilai Output (Rp/kg)	$(10) = (4) \times (6)$
11. a. Nilai Tambah (Rp/kg)	$(11a) = (10) - (9) - (8)$
b. Rasio Nilai Tambah (%)	$(11b) = (11a)/(10) \times 100\%$
12. a. Pendapatan TK Langsung (Rp/kg)	$(12a) = (5) \times (7)$
b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	$(12b) = (12a)/(11a) \times 100\%$
13. a. Keuntungan (Rp/kg)	$(13a) = (11a) - (12a)$
b. Tingkat Keuntungan (%)	$(13b) = (13a)/(11a) \times 100\%$
III. Balas Jasa Faktor Produksi	
14. Margin (Rp/kg)	$(14) = (10) - (8)$
a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (%)	$(14a) = (12a)/(14) \times 100\%$
b. Sumbangan Input Lain (%)	$(14b) = (9)/(14) \times 100\%$
c. Keuntungan Pemilik Usaha	$(14c) = (13a)/(14) \times 100\%$

Proses pembuatan air mawar dilakukan melalui metode penyulingan uap (*steam distillation*), yaitu dengan memanaskan kelopak mawar hingga menghasilkan uap yang kemudian dikondensasikan menjadi cairan air mawar murni. Metode ini dikenal efektif dalam mempertahankan kandungan aktif seperti senyawa fenolik, flavonoid, dan antosianin yang bermanfaat bagi kulit (Georgieva et al., 2019). Dari setiap kilogram kelopak mawar segar yang disuling, diperoleh rendemen sekitar

80%, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Taebnia et al., 2025). Tahapan produksi dilakukan secara higienis dan mengikuti standar keamanan bahan kosmetik alami untuk menjaga kualitas dan efektivitas produk.

Analisis Biaya

1. Biaya Investasi

Biaya investasi adalah biaya yang dikeluarkan pada saat memulai kegiatan suatu

usaha. Biaya investasi tersebut digunakan untuk membeli sarana produksi. Berdasarkan Tabel 2, komponen biaya investasi terbesar adalah peralatan produksi. Peralatan utama yang digunakan dalam proses produksi air mawar adalah mesin destilasi atau alat penyulingan yang berguna untuk memisahkan komponen-komponen dalam suatu campuran kelopak mawar dan air berdasarkan perbedaan titik didihnya, sehingga dapat menghasilkan air mawar murni. Selain mesin destilasi, peralatan produksi air mawar lainnya yaitu *bottle copper*, *pad* kadaluarsa, lemari pendingin, dll. Biaya legalitas pada komponen biaya investasi air mawar di CV. Saesha Cantika Indonesia merupakan biaya yang ditunjukkan untuk mendapatkan perizinan dari BPOM sebagai legalitas produk. Komponen tanah dan bangunan tidak dimasukkan ke dalam perhitungan biaya investasi karena merupakan aset pribadi atau milik sendiri, sehingga tidak menimbulkan pengeluaran aktual dalam kegiatan usaha sehingga merupakan biaya implisit.

Tabel 2. Biaya Investasi Produksi Air Mawar

No	Uraian	Nilai (Rp)
1	Peralatan Produksi	21.559.800
2	<i>Furniture</i> Kantor	3.474.000
3	Legalitas	2.000.000
Total Biaya		27.033.800

2. Biaya Operasional

Biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan kegiatan produksi secara rutin. Biaya ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu biaya tetap (*fixed cost*), yang tidak berubah meskipun terjadi perubahan volume produksi, dan biaya variabel (*variable cost*), yang besarnya bergantung pada jumlah output yang dihasilkan (Fikri et al., 2019).

a. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya operasional produksi yang dikeluarkan setiap tahun namun jumlahnya tidak dipengaruhi oleh kuantitas produksi. Berdasarkan Tabel 3, biaya tetap yang dikeluarkan oleh CV. Saesha Cantika Indonesia untuk memproduksi produk air mawar setiap tahunnya terdiri dari biaya gaji tenaga kerja, bahan bakar & gas, ATK,

biaya pemasaran, serta biaya penyusutan peralatan. Biaya tetap tersebut dikeluarkan setiap tahunnya selama umur bisnis berlangsung dengan besaran yang sama setiap tahunnya. Biaya penyusutan mencerminkan alokasi penurunan nilai aset tetap, seperti peralatan produksi selama masa manfaat ekonomisnya. Penyusutan dihitung dengan cara mengurangi nilai perolehan awal aset dengan nilai residu (sisa) yang diperkirakan, kemudian dibagi dengan umur ekonomis aset tersebut (Septiani et al., 2023). Metode ini digunakan untuk mencerminkan berkurangnya nilai guna aset dalam kegiatan operasional secara sistematis setiap tahunnya.

b. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah jenis biaya produksi yang jumlahnya berubah secara proporsional terhadap volume output yang dihasilkan. Artinya, semakin besar jumlah produk yang diproduksi, maka semakin tinggi pula biaya variabel yang dikeluarkan, dan sebaliknya. Oleh karena itu, biaya ini bersifat fleksibel dan akan meningkat atau menurun seiring perubahan tingkat produksi.

Tabel 3. Biaya Operasional Produksi Air Mawar per-tahun

No	Uraian	Nilai (Rp)
Biaya Tetap		
1	Biaya tenaga kerja	28.600.000
2	Bahan bakar & gas	8.190.000
3	ATK & perlengkapan kebersihan	1.050.000
4	Biaya pemasaran	5.480.000
Sub total		43.320.000
Biaya Variabel		
1	Kelopak mawar segar	5.850.000
2	Packaging	7.200.000
Sub total		13.050.000
Total		56.370.000

Pada kegiatan produksinya, CV. Saesha Cantika Indonesia melakukan proses pengolahan air mawar dengan kapasitas total produksi mencapai 600 botol per bulan. Jumlah produksi inilah yang menjadi dasar utama dalam penentuan besar kecilnya biaya variabel. Berdasarkan

Tabel 3, komponen biaya variabel terbesar berasal dari kelopak mawar, karena bahan baku utama pembuatan air mawar adalah kelopak bunga mawar segar yang diolah melalui proses penyulingan, dimana harga rata-ratanya adalah Rp. 6.500/kg. Proses ini menghasilkan rendemen sekitar 80% dari berat awal kelopak yang digunakan, yang berarti dari setiap 1 kg kelopak mawar dapat dihasilkan sekitar 800 ml air mawar murni (Taebnia et al., 2025). Selain bahan baku utama, biaya variabel lainnya yang cukup signifikan adalah biaya kemasan, di mana produk dikemas dalam botol spray berukuran 100 ml untuk memudahkan penggunaan sebagai *face mist* atau *toner*. Oleh karena itu, fluktuasi harga kelopak mawar dan botol kemasan akan sangat mempengaruhi total biaya variabel yang dikeluarkan oleh CV. Saesha Cantika Indonesia setiap bulan.

Penerimaan dan Pendapatan

Penerimaan merupakan total hasil penjualan yang diperoleh dari aktivitas produksi dalam suatu periode, sementara pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan (Fianda, 2023). Penerimaan penjualan pada usaha produk air mawar di CV. Saesha Cantika Indonesia diperoleh dari nilai penjualan yang dihitung dari kapasitas produksi air mawar dikalikan dengan harga jual produk dan dikonversikan dalam satu tahun. Pada usaha pengolahan air mawar yang dijalankan oleh CV. Saesha Cantika Indonesia, kapasitas produksi mencapai 600 botol per bulan dengan harga jual Rp20.000 per botol. Jika dikonversikan dalam jangka waktu satu tahun, maka total penerimaan kotor usaha mencapai Rp144.000.000 dengan pendapatan 5.049.683/bulan (Tabel 4). Jumlah penerimaan ini menjadi dasar untuk menghitung pendapatan bersih, yakni setelah dikurangi seluruh biaya operasional dan investasi yang dikeluarkan selama satu tahun produksi.

Tabel 4. Penerimaan dan Pendapatan Produksi Air Mawar per-Tahun

No	Uraian	Nilai (Rp)
1	Penerimaan	144.000.000
2	Total Biaya (Biaya Investasi + Biaya Operasional)	83.403.800
3	Pendapatan	60.596.200

Analisis Kelayakan Finansial

Hasil analisis finansial terhadap usaha pengolahan air mawar di CV. Saesha Cantika Indonesia menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan berdasarkan beberapa indikator keuangan utama (Tabel 5). Hal ini tercermin dari beberapa indikator kelayakan, salah satunya adalah R/C rasio sebesar 5,51, yang berarti bahwa setiap pengeluaran sebesar Rp. 1 menghasilkan penerimaan sebesar Rp. 5,51. Nilai ini menunjukkan efisiensi biaya yang sangat tinggi dan menandakan profitabilitas usaha yang kuat. Menurut Karim et al. (2019), nilai R/C rasio > 1 menunjukkan bahwa suatu usaha layak untuk dijalankan, dan semakin tinggi nilainya maka semakin besar keuntungan yang diperoleh. Pada penelitian Fatmawati et al. (2021) pada usaha hidroponik pokcoy menunjukkan R/C ratio sebesar 2,1, yang telah dikategorikan layak secara ekonomi. Maka, nilai R/C ratio usaha air mawar yang jauh lebih tinggi menunjukkan kinerja keuangan yang sangat efisien.

Tabel 5. Analisis Finansial Produksi Air Mawar

No	Paramater	Satuan	Nilai (Rp)
1	Unit Output	botol	7.200
2	Harga Produk	Rp/botol	20.000
3	Total biaya	Rp	83.403.800
4	Total penerimaan	Rp	144.000.000
5	Pendapatan	Rp	60.596.200
6	R/C rasio		5,51
7	ROI		2,24
8	PP	tahun	0,45
9	BEP harga	Rp	7.829
10	BEP volume	botol	2.382

Hasil perhitungan *Return on Investment* (ROI) menunjukkan nilai sebesar 2,24 atau setara dengan 224%. Artinya, setiap satu rupiah modal yang diinvestasikan akan menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp. 2,24 dalam satu tahun. ROI merupakan indikator penting dalam mengukur efektivitas pemanfaatan modal. Hasil ini jauh lebih tinggi dibandingkan temuan (Fuada et al., 2022), yang menyimpulkan ROI sebesar 0,73 pada usaha pengolahan perusahaan kosmetik PT. Mustika Ratu. Perbandingan ini mengindikasikan bahwa usaha pengolahan air mawar memiliki prospek keuntungan dan pengembalian modal yang jauh lebih baik dibandingkan dengan usaha serupa.

Dari sisi waktu pengembalian modal, *Payback Period* (PP) usaha air mawar tercatat sebesar 0,45 tahun, atau sekitar 5 sampai 6 bulan. Artinya, modal awal usaha dapat kembali dalam waktu kurang dari satu tahun, yang mencerminkan rendahnya risiko finansial. Menurut penelitian oleh (Pakanyamong et al., 2021; Sinaga et al., 2023), PP yang semakin kecil merupakan ciri usaha mikro yang stabil dan fleksibel untuk ekspansi.

Indikator terakhir adalah *Break Even Point* (BEP), yang terdiri dari BEP harga dan BEP volume. Nilai BEP harga yang diperoleh adalah Rp. 7.829 per botol, sementara harga jual produk di pasaran adalah Rp. 20.000 per botol. Selisih yang cukup besar, usaha ini tetap dapat menutup seluruh biaya produksi meskipun menjual di bawah harga pasar. Sementara itu, BEP volume tercatat sebesar 2.382 botol per tahun, jauh lebih rendah dari kapasitas produksi aktual CV. Saesha Cantika Indonesia yaitu 7.200 botol per tahun. Menurut penelitian Sabrina et al. (2024), selisih yang besar antara kapasitas produksi aktual dan titik impas menunjukkan bahwa suatu usaha memiliki margin keamanan yang tinggi dari sisi operasional. Hal ini menandakan bahwa usaha air mawar CV. Saesha Cantika Indonesia memiliki ketahanan yang sangat baik terhadap fluktuasi permintaan dan harga pasar.

Secara keseluruhan, hasil analisis ini menegaskan bahwa usaha pengolahan air mawar sebagai produk kosmetik alami oleh

CV. Saesha Cantika Indonesia sangat layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Hal ini membuka peluang untuk pengembangan skala usaha maupun diversifikasi produk turunan berbasis bahan alami.

Analisis Nilai Tambah

Hasil analisis nilai tambah pada Tabel 6 menunjukkan bahwa proses pengolahan air mawar oleh CV. Saesha Cantika Indonesia memberikan nilai tambah yang tinggi terhadap bahan baku kelopak mawar. Nilai tambah yang dihasilkan mencapai Rp. 145.500 per kilogram bahan baku, dengan rasio nilai tambah sebesar 91%. Rasio ini mengindikasikan bahwa sebagian besar nilai ekonomi dari produk tidak hanya berasal dari bahan baku, tetapi lebih banyak diperoleh melalui proses produksi, pengemasan, dan nilai jual yang tinggi. Suatu usaha dikatakan efisien apabila berada di atas 50%, sampai dengan mendekati 100% maka akan semakin semakin tinggi pula efisiensi proses produksinya (Hidayat & Abdul Muttalib, 2020). Oleh karena itu, rasio nilai tambah sebesar 91% mencerminkan tingkat efisiensi yang sangat baik.

Dari sisi keuntungan, usaha ini mencatatkan laba bersih sebesar Rp. 129.500 per kilogram, atau 89% dari nilai output. Ini merupakan indikator kuat bahwa usaha pengolahan air mawar mampu memberikan margin keuntungan yang sangat tinggi bagi pemiliknya. Pada penelitian yang dilakukan (Wardhani et al., 2019) pada usaha ekstrak buah jambu menunjukkan tingkat keuntungan rata-rata hanya sekitar 55,53%, sehingga nilai 89% yang diperoleh oleh CV. Saesha Cantika Indonesia jauh melampaui tingkat keuntungan pada usaha sejenis. Hal ini didukung oleh struktur biaya produksi yang efisien dan minim pemborosan dalam penggunaan input tambahan.

Kontribusi pendapatan tenaga kerja langsung sebesar Rp. 16.000/kg atau sekitar 11% dari nilai tambah menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar keuntungan dinikmati oleh pemilik usaha, usaha ini juga memberikan distribusi pendapatan yang cukup bagi pekerja langsung. Pangsa tenaga kerja dalam usaha

kecil menengah di sektor pengolahan bahan alami biasanya berkisar antara 10%–15%, sehingga nilai ini masih dalam rentang ideal dan mencerminkan distribusi yang adil (Aponno & Siahaya, 2023).

Secara keseluruhan, tingginya rasio nilai tambah, efisiensi biaya, dan margin

keuntungan yang besar menjadi bukti bahwa usaha pengolahan air mawar sangat potensial untuk dikembangkan. Kinerja ini menunjukkan bahwa produk berbasis bahan alami lokal dapat bersaing secara ekonomi jika didukung dengan proses produksi yang tepat dan manajemen biaya yang efisien.

Tabel 6. Analisis Nilai Tambah Produk Air Mawar

Variabel	Satuan	Nilai
I. Output, Input, dan Harga		
1. Output	botol/proses produksi	600
2. Input	kg/proses produksi	75
3. Tenaga Kerja	HOK/proses produksi	15
4. Faktor Konversi		8,00
5. Koefisien Tenaga Kerja		0,20
6. Harga Output	Rp/botol	20.000
7. Upah Rata-Rata	Rp/HOK	80.000
II. Nilai Tambah dan Keuntungan		
8. Harga Bahan Baku	Rp/Kg	6.500
9. Sumbangan Input Lain	Rp/Kg	8.000
10. Nilai Output	Rp/botol	160.000
11. a. Nilai Tambah	Rp/Kg	145.500
b. Rasio Nilai Tambah	%	0,91
12. a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung	Rp/kg	16.000
b. Pangsa Tenaga Kerja	%	0,11
13. a. Keuntungan	Rp/kg	129.500
b. Tingkat Keuntungan	%	0,89
III. Balas Jasa Faktor Produksi		
14. Margin	Rp/kg	153.500
a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung	%	0,10
b. Sumbangan Input Lain	%	0,05
c. Keuntungan Pemilik Usaha		0,84

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis finansial dan nilai tambah, usaha pengolahan air mawar oleh CV. Saesha Cantika Indonesia terbukti sangat layak secara ekonomi. Seluruh indikator finansial menunjukkan hasil positif, dengan nilai R/C ratio sebesar 5,51 yang menunjukkan efisiensi biaya tinggi, ROI sebesar 2,24 yang menandakan tingkat pengembalian investasi yang sangat baik, dan Payback Period selama 0,45 tahun

yang mencerminkan cepatnya pengembalian modal. Selain itu, nilai BEP harga dan volume juga menunjukkan margin keamanan yang tinggi dari sisi operasional usaha. Dari sisi nilai tambah, usaha ini menghasilkan nilai tambah sebesar Rp. 145.500 per kilogram kelopak mawar, dengan rasio nilai tambah sebesar 91% dan tingkat keuntungan mencapai 89%, yang mencerminkan efisiensi proses dan profitabilitas yang tinggi. Kontribusi terhadap tenaga kerja juga tetap dalam proporsi ideal,

menunjukkan distribusi manfaat ekonomi yang adil.

Dengan demikian, usaha pengolahan air mawar sebagai produk kosmetika alami tidak hanya memberikan peluang ekonomi yang menguntungkan, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan industri berbasis sumber daya lokal. Usaha ini direkomendasikan untuk dikembangkan lebih lanjut, baik melalui peningkatan kapasitas produksi, diversifikasi produk turunan, maupun integrasi dengan sektor pertanian mawar sebagai bahan baku utama.

DAFTAR PUSTAKA

- Amberg, N., & Fogarassy, C. (2019). *Green consumer behavior in the cosmetics market. Resources*, 8(3).
<https://doi.org/10.3390/resources8030137>
- Aponno, C., & Siahaya, S. L. (2023). *Analisis Nilai Tambah Produk Keripik Salak Menggunakan Metode Hayami*. AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 2(3), 206–212.
<https://doi.org/10.54259/akua.v2i3.1860>.
- BPOM. (2025). *Jumlah Industri Kosmetik di Indonesia*.
<https://satudata.pom.go.id/>
- BPS. (2024). *Ringkasan Eksekutif Pengeluaran Dan Konsumsi Penduduk Indonesia Maret 2024*.
- Ekowati, T., Prasetyo, E., Sumarjono, D., & Setiadi, A. (2016). *Buku Ajar Studi Kelayakan Dan Evaluasi Proyek* (1st ed.). Media Inspirasi Semesta.
- Euromonitor International. (2025). *Beauty and Personal Care in Indonesia*.
<https://www.euromonitor.com/>
- Farisha, M., Hartoyo, H., & Safari, A. (2021). *Transformation of the Cosmetic Industry Due to the COVID-19 Pandemic*. International Journal of Research and Review, 8(12), 627–633.
<https://doi.org/10.52403/ijrr.20211276>
- Fatmawati, E. W., Agustin, F., & Pratama, W. A. (2021). *Kelayakan Usahatani Hidroponik Pakcoy Yang Dibudidayakan Dirumah Selama Pandemi COVID-19*. Jurnal Agribest, 5(2), 72–77.
<https://doi.org/10.32528/agribest.v5i2.4279>
- Fianda, A. Y. A. (2023). *Profitabilitas Usahatani: Perbandingan Pendapatan Petani Ubi Cilembu Berdasarkan Teknik Pengairannya*. Jurnal Agribisnis Indonesia, 11(1), 26–38.
<https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.26-38>
- Fikri, M., Lamusa, A., & Sulaeman, S. (2019). *Minimization of Production Costs in Sumber Rotan Tohiti Craft Furnitures in North Tatura village South Palu Subdistrict of Palu City*. J. Agroland, 26(1), 30–38.
- Fonseca-Santos, B., Antonio Corrêa, M., & Chorilli, M. (2015). *Sustainability, natural and organic cosmetics: Consumer, products, efficacy, toxicological and regulatory considerations*. Brazilian Journal of Pharmaceutical Sciences, 51(1), 17–26.
<https://doi.org/10.1590/S1984-82502015000100002>
- Fuada, N., Darwin, K., Arizah, A., Muhammadiyah Makassar, U., & Selatan, S. (2022). *Kinerja Keuangan Perusahaan Kosmetik Menggunakan Analisis Economic Value Added: Bukti dari Perusahaan di Indonesia*. SEIKO: Journal of Management & Business, 6(1), 442–457.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2561>

- Georgieva, A., Dobрева, A., Tzvetanova, E., Alexandrova, A., & Mileva, M. (2019). *Comparative Study of Phytochemical Profiles and Antioxidant Properties of Hydrosols from Bulgarian Rosa Alba L. and Rosa Damascena Mill.* Journal of Essential Oil-Bearing Plants, 22(5), 1362–1371.
<https://doi.org/10.1080/0972060X.2019.1699867>
- Ghavam, M., Afzali, A., Manconi, M., Bacchetta, G., & Manca, M. L. (2021). *Variability in chemical composition and antimicrobial activity of essential oil of Rosa × damascena Herrm. from mountainous regions of Iran.* Chemical and Biological Technologies in Agriculture, 8(1).
<https://doi.org/10.1186/s40538-021-00219-6>
- Hidayat, A. F., & Abdul Muttalib, S. (2020). *Analisis Nilai Tambah Produk Agroindustri Tempe Di Kecamatan Sukamulia, Kabupaten Lombok Timur.* Jurnal Ilmiah Rekayasa Pertanian Dan Biosistem, 8(2), 230–235.
<https://doi.org/10.29303/jrpb.v8i2.190>
- Jalil, I., Ansari, P., & Wahyuningsih, Y. E. (2020). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Terhadap Kosmetik Tradisional.* Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen, 4, 246–256.
- Kantar. (2023). *Beauty Growth Driverd.* Indonesia Beauty Trends 2023.
<https://kantar.turtl.co/>
- Karim, I., Makmur, & Bahmid, N. A. (2019). *Pearl millet (Pennisetum glaucum) farming for food security: Gross output, net farm income, and B/C ratio.* IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 235(1).
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/235/1/012044>
- Liu, J. K. (2022). Natural products in cosmetics. In *Natural Products and Bioprospecting* (Vol. 12, Issue 1). Springer.
<https://doi.org/10.1007/s13659-022-00363-y>
- Maruta, H. (2018). *Analisis Break Even Point (Bep) Sebagai Dasar Perencanaan Laba Bagi Manajemen.* JAS (Jurnal Akuntansi Syariah), 2(1), 9.
- Nayebi, N., Khalili, N., Kamalinejad, M., & Emtiazy, M. (2017). *A systematic review of the efficacy and safety of Rosa damascena Mill. with an overview on its phytopharmacological properties.* In *Complementary Therapies in Medicine* (Vol. 34, pp. 129–140). Churchill Livingstone.
<https://doi.org/10.1016/j.ctim.2017.08.014>
- Nurmalina, R., Sarianti, T., & Karyadi, A. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis* (3rd ed.). IPB Press.
- Pakanyamong, A. Abd. K., Effendy, E., & Rauf, R. A. (2021). *Analisis Kelayakan Finansial Agroindustri Cokelat Kota Palu (UKM Banua Cokelat).* Agroland: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian, 28(2), 186–196.
<https://doi.org/10.22487/agrolandnasional.v28i2.901>
- Putri, L. M., Tinaprilla, N., & Yusalina, Y. (2023). *Analisis Efisiensi Usahatani Mawar Di Provinsi Jawa Tengah.* Jurnal Penelitian Pertanian Terapan, 23(2), 272–281.
<https://doi.org/10.25181/jppt.v23i2.2414>
- Sabrina, N., Firmanda Rahmadhani B A Jurusan, D., Bisnis, M., Batam, N.,

- & Bisnis, J. M. (2024). *Calculation of Break-Even Point in Retail Stores*. In Journal of Applied Accounting and Taxation Article History (Vol. 9, Issue 2).
- Septiani, S. S. J., Nurdiah, W., & Rosalina, R. R. (2023). *Design of Fixed Assets Depreciation Accounting Information System with the Straight Line Method Using Microsoft Visual Studio 2010 at PT Sagala Group*. JASA (Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi), 7(2), 239–248.
<https://doi.org/10.36555/jasa.v7i2.2193>
- Sinaga, A. S., Sari, M. M., Hutasuhut, A. A., Zahara, S. T., Amanda, A., Fitri, A., & Caesario, M. A. (2023). Comparison of capital budgeting methods: NPV, IRR, PAYBACK PERIOD. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 19(2), 1078–1081.
<https://doi.org/10.30574/wjarr.2023.19.2.1483>
- Statista. (2023). *Beauty & Personal Care - Indonesia*. Statista Market Insights.
<https://www.statista.com/>
- Sudiyono, A. (2002). *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Taebnia, R., Sefidkon, F., Mohammadi Torkashvand, A., Jafari, A. A., & Kalate Jari, S. (2025). *Effects of Locality, Flower Organ, and Ratio Flower to Distilled Water on Rose Water Quality of Rosa × damascena Herrm*. Journal of Medicinal Plants and By-Products, 14(3), 268–276.
<https://doi.org/10.22034/jmpb.2024.367039.1764>
- Wardhani, R. M., Wuryantoro, & Adinurani, P. G. (2019). *Value Added Analysis of Yard-Based Agroindustry for Food Security*. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 347(1).
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/347/1/012028>
- Wijayanti, L. B. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Kosmetik Antipenuaan pada Mahasiswa Universitas Tadulako di Kota Palu*. Jurnal Ilmiah Kesehatan, 20, 73.
<https://doi.org/10.33221/jikes.v20i2.1066>
- Yoesmanam, I. C. (2015). *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 7(2), 134–142.