ELESTE : ***Economics Learning Experience & Social Thinking Education Journal***
Vol 2 No 2 September 2022 **p: ISSN : XXX**
Available Online : https://journal.stiegici.ac.id/index.php/eleste/index **e: ISSN : XXX**

STUDI KELAYAKAN BISNIS KEDAI KOPI SOLDADU DI TAMAN PERANGINAN KOTA BOGOR

Arshala Maharani[1], Desi Harsanti[2]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok
maharaniarshala@gmail.com[1], desipinuji@gmail.com[2]

Abstrak

Budaya minum kopi saat ini telah mengalami pergeseran. Kedai kopi saat ini menjadi sebuah gaya hidup dan kebutuhan modernisasi yang bisa dinikmati oleh berbagai kalangan dan profesi. Selain itu, jumlah masyarakat Indonesia yang mengkonsumsi kopi meningkat secara signifikan. Konsumsi kopi pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22% per tahun. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksploratif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mencari tahu mengenai hal-hal baru tentang sebuah fenomena yang belum banyak diketahui masyarakat umum. Hasil penelitian berdasarkan aspek finansial dan non finansial dapat dinyatakan layak dan dapat memberikan keuntungan dengan NPV pada Kedai Kopi Soldadu menunjukkan hasil positif yaitu sebesar Rp. 110.654.266, IRR sebesar 63,3%, PI sebesar 2,1 kali dan *payback period* selama 1 tahun 8 bulan 23 hari.

Kata Kunci : **Studi Kelayakan Bisnis, Aspek Finansial, Aspek Non Finansial.**

Abstract

The culture of drinking coffee today has undergone a shift. Coffee shops are now a lifestyle and need for modernization that can be enjoyed by various groups and professions. In addition, the number of Indonesian people who consume coffee has increased significantly. Coffee consumption in 2016 reached around 250 thousand tons and grew by 10.54% to 276 thousand tons. Indonesia's coffee consumption during the 2016-2021 period is predicted to grow by an average of 8.22% per year. This type of research is exploratory research, namely research conducted to find out new things about a phenomenon that is not widely known to the general public.The results of research based on financial and non-financial aspects can be declared feasible and can provide benefits with NPV at the Soldadu Coffee Shop showing positive results of Rp. 110,654,266, IRR of 63.3%, PI of 2.1 times and payback period of 1 year 8 months 23 days.

Keywords: Business Feasibility Study, Financial Aspects, Non-Financial Aspects.

(*) *Corresponding Author* : Arshala Maharani[1], maharaniarshala@gmail.com[1], 0895375035921.

INTRODUCTION

Budaya minum kopi saat ini telah mengalami pergeseran. Kedai kopi saat ini menjadi sebuah gaya hidup dan kebutuhan modernisasi yang bisa dinikmati oleh berbagai kalangan dan profesi sebagai tempat untuk menghilangkan kejenuhan konsumen, tempat yang nyaman untuk rapat, dan tempat untuk berkumpul anak-anak muda yang menyediakan makan cepat saji. Selain memiliki ciri khas tersendiri, kedai kopi saat ini berlomba untuk menyediakan fasilitas yang paling diminati oleh kalangan muda. Mulai dari spot foto yang *cozy* dan *instagramable*, *wifi* gratis, variasi makanan dan *live music*. Jumlah kedai kopi di Indonesia meningkat tiga kali lipat dalam tiga tahun terakhir dari 1.083 gerai di tahun 2016 menjadi 3.000 gerai pada tahun 2019. Dari jumlah tersebut mayoritas di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Medan, hingga Bandung (beritasatu.com).

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu bisnis yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Untuk menentukan layak atau tidaknya bisnis tersebut dijalankan, maka diperlukan sebuah analisis atau penelitian mengenai aspek apa saja yang diperlukan untuk menganalisis bisnis tersebut sehingga memperoleh hasil yang maksimal. Kemudian diperlukan juga metode-metode yang digunakan dalam melakukan penelitian untuk mendapatkan informasi, menghitung dan mengukur analisis kelayakan tersebut (Kasmir dan Jakfar, 2020:7).

Aspek pasar dan pemasaran merupakan suatu aspek yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pasar yang akan dimasuki, struktur pasar dan peluang pasar yang ada. Pemasaran merupakan suatu upaya untuk menciptakan produk dan menjual produk tersebut kepada berbagai pihak. Peranan pemasaran sangat penting dalam menentukan kelangsungan suatu usaha, sehingga banyak perusahaan yang menempatkan pemasaran sebagai manajemen yang paling utama. (Kotler dan Keller, 2018:5).

Aspek teknis/operasi dikenal juga dengan aspek produksi. Dalam aspek ini yang akan diteliti adalah penentuan lokasi usaha. Kemudian penentuan tata letak (*layout*), mesin dan peralatan, serta *layout* ruangan hingga pemilihan teknologi perlu diperhatikan dengan baik. Penentuan kelayakan teknis atau operasi perusahaan penting untuk dilakukan sebelum bisnis tersebut dijalankan, sehingga jika tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan di kemudian hari (Hamali, 2016:211).

Menurut Mangkunegara (2017:2) Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemeliharaan dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Manajemen sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai suatu pengelolaan dan pendayagunaan sumber daya yang ada pada individu (pegawai). Dengan adanya manajemen sumber daya manusia, perusahaan akan lebih mudah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Arus Kas (*Cash Flow*) merupakan arus kas atau aliran kas yang ada di perusahaan dalam satu periode tertentu. *Cash flow* merupakan jumlah uang masuk dan uang keluar yang didapatkan oleh sebuah perusahaan dan jumlahnya diestimasi sedemikian rupa, sehingga bisa menggambarkan kondisi keuangan di masa yang akan datang. Aspek keuangan merupakan alat ukur untuk menentukan kelayakan suatu usaha berdasarkan analisis investasi dengan menggunakan metode yang akan digunakan, seperti *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) *dan Profitability Index* (PI).

METHODS

Penelitian eksploratif adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari tahu mengenai hal-hal baru tentang sebuah fenomena yang belum banyak diketahui masyarakat umum sehingga dapat dikaji lebih dalam, untuk memperoleh penjelasan tentang kejadian sebenarnya dan penyebab kejadian tersebut (Rosyada, 2020:17). Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah studi literatur yang didalamnya terdapat sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah sumber langsung, sumber yang belum diinterpretasi orang lain, sumber yang berasal dari catatan sumber penelitian. Sedangkan data sekunder diperoleh dari artikel, buku, perpustakaan umum atau lembaga pendidikan, penelitian terdahulu dan para peneliti yang melaporkan pekerjaan mereka kepada orang lain. (Bungin, 2017:32).

1. Aspek Pasar dan Pemasaran:
   - Analisis Pasar
   - *Marketing Mix*
   - Analisis Persaingan
2. Aspek Teknis/Operasi:
   - Analisis Lokasi Produksi
   - Analisis Proses Produksi dan Wawancara
   - Tata Letak
3. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia:
   - Analisis Jabatan
   - Struktur Organisasi
4. Aspek Hukum
5. Aspek Finansial:
   1. Analisis Kebutuhan Modal
      - Kebutuhan Modal Investasi
      - Kebutuhan Modal Kerja
   2. Analisis Investasi

a. *Payback period* (PP)

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih / Tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

$$PP = \frac{\text{Sisa Investasi}}{\text{Proses Tahun Berikutnya}} \times 1 \text{ tahun}$$

Untuk menilai apakah usaha layak diterima atau tidak dari segi PP:
- PP sekarang **lebih kecil** dari umur investasi.
- Dengan membandingkan rata-rata industri inti usaha sejenis.
- Sesuai dengan target perusahaan.

b. *Net Present Value* **(**NPV)

$$NPV = \frac{\text{Kas Bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas Bersih 2}}{(1+r)^2} + .. + \frac{\text{Kas Bersih N}}{(1+r)^n} - \text{Investasi}$$

- Jika NPV >0, maka investasi diterima
- Jika NPV <0, maka invsetasi ditolak

c. *Internal Rate of Return* (IRR)

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_2 - i_1)$$

- Apabila IRR > tingkat pengembalian yang diinginkan, maka usulan investasi layak.
- Apabila IRR < tingkat pengembalian yang diinginkan, maka usulan investasi tidak layak.

d. *Profitability Index* (PI)

$$PI = \frac{\sum \text{PV Kas Bersih}}{\sum \text{PV Investasi}} \times 100\%$$

- Apabila PI lebih besar (>) dari 1 maka diterima
- Apabila PI lebih kecil (<) dari 1 maka ditolak

RESULTS & DISCUSSION
Results

Hasil Penelitian Aspek Pasar dan Pemasaran

1. Analisis Pasar

Dari hasil kuesioner analisis pasar, ada 3 elemen dalam strategi pemasaran yang diperlukan untuk mengetahui target pasar yaitu Segmentation, Targeting dan Positioning. Dengan menggunakan strategi tersebut, usaha Kedai Kopi Soldadu mampu menempatkan posisi pasar yang diinginkan.

a. Segmentation (Segmentasi Pasar) Berdasarkan hasil kuesioner, didapatkan bahwa banyak konsumen berusia 17 - 25 tahun yang berkunjung ke kedai kopi tersebut. Jika diasumsikan seluruh penduduk Kota Bogor usia 17 – 25 tahun adalah targetnya. Ada besar segmen adalah sebanyak 175.840 jiwa (BPS Bogor, 2018).
b. Targeting (Target Pasar) Untuk menentukan target pasar dapat dilihat berdasarkan banyaknya responden yang mengkonsumsi kopi dalam sehari, sebagian besar responden mengkonsumsi kopi 1 kali dalam sehari. Sementara berdasarkan data BPS Kota Bogor diperoleh sebanyak 1,04 juta jiwa penduduk pada tahun 2020 dan berdasarkan kuesioner, banyaknya responden yang berkunjung ke Kedai Kopi Soldadu berasal dari Bogor Selatan. Maka, dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang tinggal di Kota Bogor Selatan sebanyak 204,03 ribu jiwa merupakan ratget pasarnya. Hal tersebut menunjukan bahwa Kedai Kopi Soldadu memiliki pangsa pasar yang luas.
c. Positioning Kedai Kopi Soldadu menempatkan produknya dengan harga yang sesuai dengan target pasar, dan menarik minat konsumen dengan memberikan promosi setiap minggunya. Selain itu, Kedai Kopi Soldadu dapat di pesan melalui ojek online dan metode pembayaran yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2. Analisis Marketing Mix

a. *Product* (Produk)
   Produk kopi yang dijual oleh Kedai Kopi Soldadu yaitu Signature, Espresso Base, Tea Base, Manual Brew, dan Milkshake. Adapun Signature kedai yang paling best seller di Kedai Kopi Soldadu yaitu Kopasus (Kopi Susu Aren). Berdasarkan hasil kuesioner diatas, sebanyak 46,7% responden memilih signature untuk memilih menu yang dipesan, maka dari itu, kedai kopi soldadu memiliki segmen pasar yang sesuai dalam penjualan kopi.
b. *Place* (tempat)
   Kedai Kopi Soldadu terletak di Jalan Jendral Sudirman Kota Bogor, lokasi tersebut sangat strategis untuk meraih pangsa pasar. Cara pembelian bisa dilakukan dengan cara dine in atau makan ditempat, pemesanan online, take away dan juga delivery order. Namun berdasarkan hasil kuesioner diatas, responden lebih memilih untuk dine in atau makan di tempat dengan menggunakan metode pembayaran cash atau tunai, adapun beberapa responden yang memilih untuk menggunakan fasilitas yang disediakan dengan membayar menggunakan *E-wallet.*
c. *Price* (Harga)
   Harga produk kopi yang dijual di Kedai Kopi Soldadu yaitu berkisar Rp. 10.000,- sampai Rp. 22.000,- Berdasarkan hasil kuesioner pada biaya yang dikeluarkan saat berkungjung ke Kedai Kopi Soldadu rata-rata responden memilih 51.000 – 100.000 dengan jumlah 46,7% dan pemilihan kedua terbanyak yaitu biaya yang dikeluarkan kurang dari 50.000 rupiah. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi yang sudah dilakukan oleh Kedai Kopi Soldadu sudah tepat dan harga produk yang dijual oleh Kedai Kopi Soldadu sesuai dengan konsumen.
d. *Promotion* (Promosi)
   Promosi yang dilakukan oleh Kedai Kopi Soldadu yaitu dengan cara seperti dibawah ini:
   - Promosi melalui media sosial instagram Kedai Kopi Soldadu
   - Memberikan promo pada hari-hari besar (promo HUT RI, promo bulan ramadhan, dan lain-lain)
   - Promosi berdasarkan informasi pelanggan satu ke pelanggan lainnya.

- Memberikan promo di setiap hari jum'at seharga Rp. 10.000,- dengan minimal pembelian 2 cup kopi per orang.
- Menyediakan live music setiap malam minggu.

3. Analisis Pesaing

Pesaing

Peneliti

Berdasarkan analisis pesaing terkait dengan produk, harga, lokasi, metode pembayaran dan promosi bahwa Kedai Kopi peneliti lebih unggul dibandingkan dengan Kedai Kopi pesaing. Maka dari itu, Kedai Kopi Soldadu layak untuk dijalankan berdasarkan hasil analisis pesaing.

Hasil Penelitian Aspek Teknis/ Operasi

1. Penentuan Lokasi

Tabel 1. Penentuan Lokasi

No	Uraian	Ya	Tidak
1	Apakah dekat dengan pasar dan konsumen?	✓	
2	Apakah dekat dengan bahan baku?	✓	
3	Apakah tersedia tenaga kerja?	✓	
4	Tersedia sarana dan prasarana (transportasi, listrik, air)	✓	
5	Kemudahan melakukan ekspansi atau perluasan	✓	

2. Analisis Lokasi Usaha

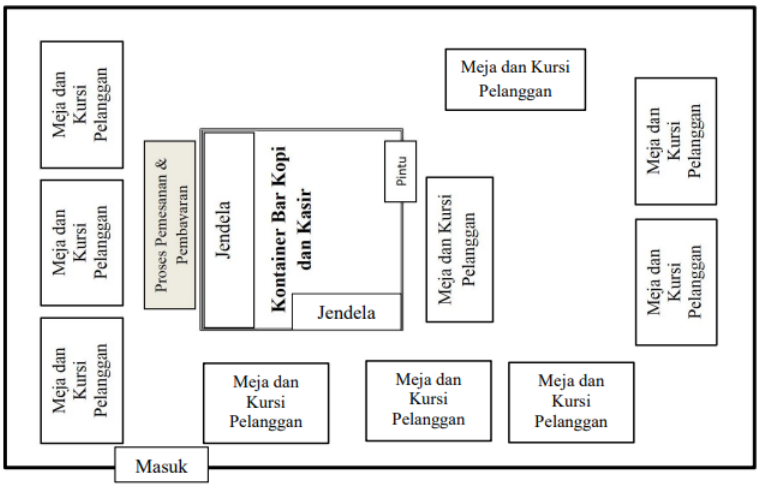
Lokasi kedai kopi Soldadu ini didirikan disamping jalan raya Air Mancur Bogor. Lokasi ini sangat strategis, karena berada pada jajaran kuliner yang ramai di Air Mancur Bogor dan dapat memudahkan untuk mendapat target pasar. Pemilihan lokasi tersebut juga karena adanya kemudahan sarana dan prasarana, baik bagi konsumen maupun produsen. Selain itu, pemilihan lokasi kedai kopi Soldadu juga dekat dengan lokasi bahan baku atau pasar untuk produksi.

4. Analisis Proses Produksi

1. Tahap pertama, saat konsumen datang untuk memesan kopi atau produk lainnya yang ada di kedai.

2. Tahap kedua, karyawan akan membantu proses pemesanan makanan dan minuman apa yang akan dipesan dan proses pembayaran seperti apa dilakukan oleh pelanggan. Proses pemesanan dan pembayaran dilakukan secara bersamaan di bagian kasir.
3. Tahap ketiga, setelah pembayaran selesai maka karyawan akan membantu membuatkan makanan atau minuman yang dipesan selama 5 sampai 10 menit.
4. Tahap keempat, proses pengantaran makanan dan minuman yang sudah jadi kepada pelanggan.

5. Analisis Tata Letak (*layout*)



Gambar 1. Analisis Tata Letak

6. Analisis Fasilitas Produksi

Gambar	Nama Alat	Kagunaan
	Mesin *Espresso*	Mesin untuk menghasilkan kopi dari bubuk kopi halus dalam waktu yang singkat
	Grinder Espresso	Untuk menghaluskan kopi dan mengekstrak minyak pada biji kopi
	Grinder Manual Brew	Memiliki pengaturan dalam menghasilkan bubuk kopi mulai dari bubuk kopi kasar hingga halus, sesuai yang diinginkan

Gambar 2. Analisis Fasilitas Produksi

Hasil Penelitian Aspek Manajemen dan SDM

Dengan adanya manajemen dan sumber daya manusia, perusahaan akan lebih terarah dalam menjalankan fungsinya. Adapun beberapa metode yang dilaksanakan dalam menganalisis aspek manajemen dan sumber daya manusia (SDM) yaitu sebagai berikut:

1. Job Spesification:

a. Owner/ pemilik Kedai Kopi Soldadu
   Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengendalikan jalannya usaha yang dijalankan.
b. General Manajer
   - Bertanggung jawab untuk melakukan pengarahan dan pengendalian kinerja barista dan kasir.
   - Bertanggung jawab atas pelaporan keuangan perusahaan.

- Bertanggung jawab untuk mengatur biaya operasional, pemasukan dan pengeluaran perusahaan.
- Bertanggung jawab untuk mengawasi persediaan bahan baku.

c. Kasir

- Bertanggung jawab untuk memberikan servis yang baik kepada pelanggan atas pesanan yang ditawarkan oleh kedai.
- Melakukan pencatatan data penjualan.
- Melakukan pengecekan jumlah barang pada saat penerimaan.
- Melakukan pencatatan kas fisik serta melakukan pelaporan kepada atasan.
- Membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai produk.

e. Barista

- Menyajikan makanan dan minuman baik coffee maupun non-coffee.
- Bertanggung jawab untuk merawat dan memahami alat dan mesin untuk membuat kopi.
- Bertanggung jawab untuk melakukan pengantaran pesanan kepada pelanggan.
- Bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan kedai (membersihkan meja saat pelanggan selesai makan dan minum).

Hasil Penelitian Aspek Hukum

Berdasarkan aspek hukum Kedai Kopi Soldadu adalah jenis usaha perorangan yang dimiliki oleh bapak Ermansyah, namun dalam praktiknya usaha ini belum memenuhi kelengkapan pada aspek atau legalitas hukum sehingga sehingga usaha ini sangat rentan jika dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak diinginkan. Kelengkapan legalitas dalam usaha ini dapat diperoleh dari pihak-pihak yang menerbitkan atau mengeluarkan surat izin usaha tersebut. Maka dari itu kelengkapan legalitas dalam usaha sangat penting karena jika dikemudian hari timbul suatu masalah mengenai perizinan dan sebagainya, pemilik sudah memiliki legalitas yang cukup kuat sebagai tanda bukti.
Izin-izin yang harus segera diurus oleh pemilik usaha:

1. Surat izin usaha perdagangan (SIUP).
2. Izin domisili, dimana perusahaan /lokasi proyek berada.
3. Izin gangguan.
4. Izin mendirikan bangunan.

Hasil Penelitian Finansial/Keuangan

Aspek Finansial/Keuangan dalam penelitian ini merupakan sebuah aspek yang sangat penting guna keberlangsungan bisnis yang dijalankan serta untuk mengetahui laba atau keutungan yang didapatkan dalam bisnis tersebut. Adapun asumsi dasar yang digunakan untuk menganalisis dalam aspek keuangan, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini dianalisis untuk mengetahui proyeksi Kedai Kopi Soldadu dalam jangka waktu 1 tahun kedepan.
2. Discount rate yang diinginkan oleh Kedai Kopi Soldadu yaitu sebesar 20%.
3. Modal yang dikeluarkan oleh Kedai Kopi Soldadu merupakan modal yang dikeluarkan oleh pemilik atau owner kedai tersebut tanpa adanya bantuan atau pinjaman dari bank.

1. Biaya Investasi

Investasi yang dikeluarkan oleh Kedai Kopi Soldadu yaitu sebesar Rp. 90.100.000,-

2. Biaya OPerasional

Biaya operasional terdiri dari biaya tetap dan biaya variable. Biaya tetap adalah biaya yang tidak pernah berubah dan wajib dibayarkan oleh perusahaan yaitu pembayaran sewa tempat, gaji karyawan, dan lain-lain. Sedangkan biaya variable adalah biaya yang tidak tetap, tergantung pada aktivitas produksi

yaitu biaya bahan baku, biaya pengiriman, dan lain-lain. Biaya operasional yang dikeluarkan oleh Kedai Kopi Soldadu perbulan yaitu sebesar Rp. 10.070.000,- atau Rp. 180.480.000,- pertahun.

3. Analisis Investasi

Hasil kelayakan investasi akan dihitung berdasarkan *Cashflow* (Arus Kas) dengan discount factor sebesar 20%, *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Profitability Index* (PI).

Tabel 2. Laba

Keterangan	Nilai Penjualan (Rp)					
	Tahun 2019	Perbulan	Tahun 2020	Perbulan	Tahun 2021	Perbulam
Penjualan	144.090.000	12.007.500	201.348.000	16.779.000	366.804.000	30.567.000
Pengeluaran	122.880.000	10.240.000	149.643.600	12.470.300	210.261.600	17.521.800
Laba	21.210.000	1.767.500	51.704.400	4.308.700	156.542.400	13.045.200

Tabel 3. Cashflow

Tahun	Laba	Penyusutan	Kas Bersih (Proceed)	df 20%	PV Kas Bersih
2019	21.210.000	18.020.000	39.230.000	0,833	32.678.590
2020	51.704.400	18.020.000	69.724.400	0,694	48.388.734
2021	156.542.400	18.020.000	174.562.400	0,578	100.897.067
Total PV Kas Bersih					**181.964.391**

A. *Payback Period* (PP)

$$PP = \frac{\text{Sisa Investasi}}{\text{Proses Tahun Berikutnya}} \times 1 \text{ tahun}$$

Investasi = 90.100.000

Kas Bersih Tahun 1 = $\frac{39.230.000}{50.870.000}$ (1 Tahun)

Payback Period = $\frac{50.870.000}{69.724.400}$ x 12 Bulan

= 0,729586773 x 12 bulan

= 8,755 (8 bulan)

= 0,755 x 30 hari

= 22,65 (23 hari)

Maka, *Payback Period* Kedai Kopi Soldadu selama 1 Tahun 8 Bulan 23 Hari

B. *Net Present Value* (NPV)

$$NPV = \frac{\text{Kas Bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas Bersih 2}}{(1+r)^2} + .. + \frac{\text{Kas Bersih N}}{(1+r)^n} - \text{Investasi}$$

$$NPV = \frac{39.230.000}{(1+0{,}20)} + \frac{69.724.400}{(1+0{,}20)2} + \frac{174.562.400}{(1+0{,}20)3} - 90.100.000$$

$$= 32.691.667 \quad 67.042.692 \quad 101.019.907 - 90.100.000$$

$$= 200.754.266 - 90.100.000$$

$$= 110.654.266$$

Nilai NPV pada Kedai Kopi Soldadu mendapatkan nilai positif yaitu sebesar Rp. 110.654.266.

C. Internal Rate of Return (IRR)

Dibawah ini merupakan perbandingan IRR jika dengan bunga pengembalian yang diinginkan sebesar 20% dari investasi

$$IRR = i1 + \frac{NPV}{NPV1 - NPV2} \times (i2 - i1)$$

$$IRR = 63 + \frac{313.716}{1.203.792} \times 1\%$$

$$IRR = 63 + 0{,}260\% = 63{,}260\% \text{ dibulatkan menjadi } 63{,}3\%$$

IRR dapat diterima karena IRR lebih besar dari bunga pengembailan yang diinginkan yaitu sebesar 63,3%.

D. Profitability Index (PI)

$$PI = \frac{\text{PV Kas Bersih}}{\text{PV Investasi}}$$

$$PI = \frac{181.964.391}{90.100.000}$$

$$PI = 2{,}019 \text{ kali dibulatkan menjadi } 2{,}1 \text{ kali}$$

PI diterima karena mendapatkan hasil lebih dari 1 atau 2,1 kali.

DISCUSSION

Berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, hasil penelitian Kedai Kopi Soldadu layak dijalankan karena memiliki nilai jual yang baik berdasarkan lokasi yang strategis, harga yang terjangkau dan suasana kedai yang nyaman. Berdasarkan hasil responden pada penyebaran kuesioner peneliti, sebanyak 53,3% responden memilih suasana kedai sebagai tujuan utama datang ke Kedai Kopi Soldadu. Hal tersebut didukung dengan adanya analisis pesaing yang menyatakan bahwa Kedai Kopi Soldadu lebih unggul terkait produk, harga, lokasi, dan promosi dibandingkan dengan produk pesaing sehingga analisis berdasarkan aspek pasar dan pemasaran dinyatakan layak untuk dijalankan.

Berdasarkan aspek teknis /produksi, pada penentuan lokasi produksi sudah tepat karena lokasi tersebut berada di Jalan Jendral Sudirman dan berada pada deretan kuliner yang ada di kawasan Air

Mancur Bogor yang dekat dengan pasar dan konsumen, tersedianya sarana dan prasarana (transportasi, listrik dan air) dan juga dekat dengan bahan baku. Adapun analisis fasilitas produksi yang menjadi pendukung bahwa hasil analisis berdasarkan aspek teknis/operasi layak untuk dijalankan.

Berdasarkan Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia, manajemen sudah cukup baik untuk jalannya usaha tersebut karena manajemen pada Kedai Kopi Soldadu sudah memiliki *jobdesk* pada masing-masing karyawan. Gaji karyawan yang diberikan sebesar Rp. 3.000.000,- untuk seorang manajer dan Rp. 1.500.000,- untuk barista dan kasir, dimana gaji tersebut belum termasuk uang makan setiap harinya sebesar Rp. 20.000,- per orang sehingga analisis berdasarkan aspek manajemen dan sumber daya manusia dapat dinyatakan layak untuk dijalankan.

Berdasarkan aspek hukum, Kedai Kopi Soldadu saat ini masih dalam proses untuk memiliki surat izin usaha dan memenuhi kelengkapan mengenai aspek hukum dan legalitas tersebut.

Berdasrakan Aspek Keuangan, dapat dinyatakan bahwa hasil analisis pada cashflow dan analisis investasi bahwa *payback period* pada usaha Kedai Kopi Soldadu diterima karena kurang dari 5 tahun atau lebih tepatnya 1 tahun 8 bulan 23 hari. NPV memiliki nilai positif yaitu sebesar Rp. 110.654.266 dan IRR lebih dari 20% yaitu sebesar 63,3% serta PI yang menunjukkan nilai lebih dari 1 yaitu 2,1. Jika dilihat bahwa usaha Kedai Kopi Soldadu mengeluarkan modal sebesar Rp. 90.100.000,- yang merupakan uang pribadi dari pemilik kedai tersebut tentunya menguntungkan dan mendapat prospek yang baik sehingga berdasarkan aspek keuangan dapat dinyatakan layak untuk dijalankan.

CONCLUSION

Dalam aspek pasar dan pemasaran, strategi dalam memposisikan produk yang dilakukan saat ini sudah tepat untuk mendapatkan target pasar maka strategi tersebut harus dipertahankan agar konsumen yang sudah ada tidak hilang. Karena pada saat ini semakin banyak pesaing-pesaing baru yang bermnculan membuka kedai kopi dengan memiliki nilai dan keunikan masing-masing, maka perlu dilakukan lagi promosi yang maksimal atau bisa lebih berinovasi lagi dalam melakukan pemasaran produk.

Dalam aspek teknis /operasi, penentuan lokasi serta peralatan yang digunakan sudah cukup canggih dan dapat memberikan kemudahan untuk karyawan dalam melakukan pelayanan maka hal tersebut perlu dipertahankan.

Dalam manajemen, pembagian *jobdesk* sudah cukup jelas, namun pada Kedai Kopi Soldadu penggunaan sumber daya manusia masih harus ditingkatkan lagi dimasa yang akan datang karena saat ini barista dan juga kasir masih harus *multitasking* atau melakukan pekerjaan yang sama yaitu dari mulai melayani pesanan, memproses pembayaran, pembuatan kopi dan juga pengantaran pesanan.

Dalam aspek hukum, perlunya melengkapi dokumen legalitas hukum seperti surat izin usaha agar jika tidak terjadi hal-hal yang tidak diiginkan, dan jika dikemudian hari terdapat masalah mengenai perizinan, pemilik dapat menunjukkan bukti legalitas dan kepemilikan usaha tersebut.

Dalam aspek keuangan, dari hasil penelitian yang dilakukan sudah cukup baik karena dalam analisis investasi saat ini yaitu *payback period* diterima pada 1 tahun 8 bulan 23 hari, NPV sebesar Rp. 110.654.266 dan IRR lebih dari 20% yaitu sebesar 63,3% serta PI yang menunjukkan nilai lebih dari 1 yaitu 2,1 hal tersebut menunjukan bahwa dalam aspek keuangan sudah mendapatkan hasil positif dan dapat dinyatakan layak. Maka dari itu dalam aspek keuangan perlu dipertahankan atau bisa diperlukan melakukan penelitian dalam analisis lain untuk lebih meyakinkan lagi bahwa kedai kopi tersebut layak untuk dijalankan.

REFERENCES

Aditama, R. A. dan M. Rofiudin (2020). *Pengantar Bisnis.* Malang: AE Publishing.

Adyana, I. Made. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis.* Jakarta: Lembaga PenerbitanUniversitas Nasional (LPU-UNAS).

Bungin, Burhan. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif.* Jakarta: Kencana.

Fahmi, Irham. (2016). *Manajemen Operasi dan Produksi.* Bandung: Alfabeta.

Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan.* Jakarta*:* Pranamedia Group.

Hamdir, A. W. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis Pendirian Coffee & Coworking Space Yogyakarta.* [Skripsi]. Yogyakarta. Universitas Gadjah Mada.

Haryanto, Felix. (2019). *Rencana Pendirian Usaha Coffee Shop Na Kulana di Sukasari, Bogor.* [Skripsi]. Jakarta. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Kasmir dan Jakfar. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis.* Jakarta: Pranamedia Group.

Kotler, P. dan K. L. Keller (2018). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Lubis, R. M. (2020). *Studi Kelayakan Usaha Coffee Shop Komit.* [skripsi]. Medan. Universitas Sumatera Utara.

Mangkunegara, A. A. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Musafar, Tengku. F. (2020). *Manajemen Pemasaran.* Bandung: Media Sains Indonesia.

Rosyada, Dede. (2020). *Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Pendidikan.* Jakarta: Kencana

Subagyo, Ahmad (2008). *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sugiyanto., L. Nadi dan I. K. Wenten. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis Teknik Mengetahui Bisnis Dapat Dijalankan atau Tidak.*. Banten: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).

Sutrisno, Edy. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: Prenadamedia Group.

Tanjung, A. A dan Mulyani. (2021). *Metodologi Penelitian: Sederhana, Ringkas, Padat dan Mudah Dipahami.* Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Thamrin, C. H. (2014). *Perencanaan Manajemen Sumber Daya Manusia.* Yogyakarta: Deepublisher CV Budi Utama.

Coffee, S. (n.d.). *Sejarah dan Jenis Kopi Dunia dan Indonesia*. Diakses pada 21 Maret 2022, dari sasamecoffee.com: https://www.sasamecoffee.com/kopipedia/sejarah-dan-jenis-kopi/

Ekarina. (2020, November 9). *Trend Bisnis Kedai Kopi 2021*. Diakses pada 14 Maret, 2022, dari katadata.co.id: https://katadata.co.id/ekarina/berita/5fa93cddb3869/tren-bisnis-kedai-kopi-2021-harga-makin-terjangkau-kualitas-bersaing

Kurniawan, D. (18 Desember, 2019). *Kedai Kopi di Indonesia Hampir Mencapai 3000 Gerai*. Diakses pada 14 Maret 2022, dari voi.id: https://www.google.com/amp/s/voi.id/amp/925/kedai-kopi-di-indonesia-hampir-mencapai-3-000-gerai

Nestle. (n.d.). *Sejarah dan Ragam Jenis Kopi di Indonesia*. Diakses pada 29 Maret, 2022, dari nescafe.com: https://www.nescafe.com/id/artikel/sejarah-dan-ragam-jenis-kopi-di-indonesia#:~:text=Seperti%20sejarah%20pada%20umumnya%2C%20sejarah,sebuah%20daerah%20agrikultur%20dekat%20Batavia.

Rizeki, D. N (19 Januari 2022). *Term of Reference: Definisi, Isi, dan Cara Membuat TOR.* Diakses pada 13 April 2022, dari https://majoo.id/solusi/detail/term-of-reference-tor-adalah

Yuliandri, M. T. (12 November 2015). *Evolusi Kedai Kopi*. Diakses pada 21 Maret 2022, dari m.ottencoffee.co.id: https://m.ottencoffee.co.id/majalah/evolusi-kedai-kopi