

Studi Kelayakan Bisnis dalam Rangka Pendirian Usaha Kedai Kopi Photocoffee

Juli Cantika¹, Aini Intan Orivia², Awang Nanggala³, Singgih Purnomo⁴

S-1 Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta

Jl. Pinang No.47, Jati, Cemani, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57552

Telp. (0271)7470050

Email: julicantika12@gmail.com

Abstrak

Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap kedai kopi yang tidak hanya memberikan pelayanan berupa produk yang enak dan berkualitas. Tujuan adanya penelitian ini yaitu untuk menganalisis usaha kedai kopi "Photocoffee" ini layak atau tidak untuk dijalankan dilihat dari aspek studi kelayakan bisnis dan juga dari perhitungan studi kelayakan bisnis. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif dengan menganalisis melalui aspek-aspek kelayakan bisnis dan melalui perhitungan kelayakan. Hasil dari penelitian ini kedai kopi Photocoffee dapat disimpulkan kedai kopi ini layak untuk dijalankan. Dari aspek lingkungan yang dipilih kedai tersebut cukup aman dan tidak menimbulkan dampak negatif. Aspek pasar dan pemasaran, kedai ini memiliki target pasar yaitu warga sukoharjo, strategi pemasaran 4P juga telah direncanakan oleh kedai photocoffee ini. Aspek manajemen dan sumber daya manusia, kedai kopi ini telah memiliki struktur organisasi beserta jabatan-jabatan di dalamnya. Aspek teknis dan teknologi, Photocoffee memiliki perlengkapan yang cukup memadai, jam operasional dan juga standar operasional produksi yang cukup baik. Dari perhitungan kelayakan bisnis bisa dilihat hasil penjualan lebih besar dibanding dengan Break Event Point atau titik impasnya, laba penjualan sebesar 83,6% juga lebih tinggi dibanding dengan bunga deposito bank + resiko, oleh karena itu bisnis ini layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : Studi, Kelayakan, Bisnis, Kedai, Kopi

Abstract

The increasing public demand for coffee shops that not only provide services in the form of delicious and quality products also increases. The purpose of this research is to analyze whether the "Photocoffee" coffee shop business is feasible or not to be run from the aspect of a business feasibility study and also from the calculation of a business feasibility study. The methodology used in this research is descriptive qualitative method by analyzing through business feasibility aspects and through feasibility calculations. The results of this study of the Photocoffee coffee shop can be concluded that this coffee shop is feasible to run. From an environmental perspective, the store was quite safe and did not cause any negative impacts. In terms of market and marketing, this shop has a target market, namely residents of Sukoharjo, a 4P marketing strategy has also been planned by this photocoffee shop. In terms of management and human resources, this coffee shop already has an organizational structure and positions in it. In technical and technological aspects, Photocoffee has sufficient equipment, operational hours and also quite good production operational standards. From the calculation of business feasibility, it can be seen that sales results are greater than the Break Even Point or break even point, sales profit of 83.6% is also higher than bank deposit interest + risk, therefore this business is feasible to run`

Keywords: Study, Feasibility, Business, Shoop, Coffee

1. Pendahuluan

Meningkatnya kebutuhan masyarakat dalam melepaskan penat dan lelah maka semakin meningkat pula kebutuhan masyarakat terhadap coffee shop atau kedai kopi yang tidak hanya memberikan pelayanan berupa produk yang enak dan berkualitas tetapi juga tempat yang nyaman untuk menenangkan pikiran maupun untuk nongkrong dan mengerjakan tugas. Remaja zaman sekarang juga sangat menyukai berfoto ketika berada di kedai kopi. Maka dari itu, hal ini mendorong kami untuk membangun sebuah usaha kopi dengan adanya fasilitas photobox kekinian untuk berfoto, agar dapat memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat.

Adanya usaha ini yaitu memberikan solusi kepada masyarakat yang membutuhkan tempat untuk melepaskan penat dan lelah, membuka lapangan kerja untuk masyarakat sekitar kedai kopi, serta menambah pengalaman dan melatih kreatifitas diri. Nama usaha ini akan diberi nama Photocoffee, nama ini diambil karena kedai kopi ini menyediakan fasilitas photobox untuk berfoto para pengunjung. Usaha ini akan memilih lokasi yang tempat yang padat penduduk serta dekat dengan kampus..

Menurut Suliyanto (2010), studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah ide bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika ide tersebut dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak dibandingkan dampak negatif yang ditimbulkan.

Tujuan adanya penelitian ini yaitu untuk menganalisis usaha kedai kopi "Photocoffee" ini layak atau tidak untuk dijalankan dilihat dari aspek studi kelayakan bisnis dan juga dari perhitungan studi kelayakan bisnis.

Menurut Suliyanto (2010), mengemukakan untuk memperoleh kesimpulan yang kuat tentang dijalankan atau tidaknya sebuah ide bisnis, studi kelayakan bisnis yang mendalam perlu dilakukan beberapa aspek kelayakan bisnis, yaitu aspek hukum, aspek lingkungan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, dan aspek keuangan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dikemukakan bahwa penelitian deskriptif ini berusaha menganalisis sebuah usaha kedai kopi melalui aspek-aspek kelayakan bisnis dan juga perhitungan studi kelayakan bisnis.

2. Metodologi

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif dengan menganalisis melalui aspek-aspek kelayakan bisnis dan melalui perhitungan kelayakan bisnis menggunakan perhitungan *Break Event Point* (BEP) dan juga *Return On Investment* (ROI). Menurut Mulyadi (2001), *Break Event Point* adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba yang dengan kata lain labanya sama dengan nol. Menurut Kasmir (2012), *Return On Investment* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya.

Rumus *Break Event Point* (BEP) :

$$BEP = \frac{BT}{1 - \frac{BTT}{S}} = \frac{BT \times S}{S - BTT}$$

Keterangan dari rumus tersebut :

- BT (Biaya Tetap)
- BTT (Biaya Tidak Tetap)
- S (Penjualan)

Rumus (ROI) *Return On Investment*:

$$ROI = \frac{Laba + Penyusutan}{Total Investasi} \times 100\%$$

3. Hasil dan Pembahasan

Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan adalah aspek yang perlu diperhatikan dalam menjalankan sebuah perencanaan bisnis, karena setiap bisnis kuliner berhubungan dengan kondisi lingkungan di sekitarnya. Dalam hal ini Photocoffee memilih lokasi yang tempat yang padat penduduk serta dekat dengan kampus. Karena target utama konsumen kedai kopi ini yaitu untuk semua kalangan, tetapi fokus pada remaja dan mahasiswa serta karyawan sekitar kedai kopi, selain itu lokasi yang dipilih adalah lokasi yang cukup strategis dalam menjalankan bisnis kuliner karena banyak tempat makan yang ada disana sehingga dapat potensi pasar kedai kopi Photocoffee dapat meningkat walaupun ada juga untuk tingkat persaingannya.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam menentukan pasar, kedai kopi Photocoffee telah menentukan karakteristik konsumen agar bisa lebih fokus dalam menguasai pasar. Karakteristik pasar tersebut adalah:

- Negara : Indonesia
- Wilayah : Sukoharjo
- Usia : 15-35 tahun
- Kelas sosial : Menengah
- Pendapatan : 1-5 juta perbulan

Aspek pemasaran dalam kedai kopi ini ada 4 aspek pemasaran atau biasa disebut dengan 4P yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

1. Produk

Produk unggulan yang disajikan dalam kedai kopi ini adalah minuman kopi, dan juga minuman yang non kopi seperti greentea, redvelvet, vanilla, the, lemon tea dan lain-lain. Dilengkapi juga dengan berbagai snack seperti kentang goreng, sosis, nugget dll.

2. Harga

Karena target pasar dari kedai kopi ini merupakan mahasiswa dan karyawan maka kami akan menetapkan harga kopi per cup-nya dari Rp. 15.000 sampai Rp. 20.000 saja. Dan untuk tarif photobox kami mematok harga Rp. 20.000 untuk 1 lembar foto bias muat enam foto.

3. Tempat

Usaha ini nantinya beralamat di Jl. Jend. Sudirman Jombor, Kota Sukoharjo, Jawa Tengah, tempat yang dipilih dalam bisnis ini berada di kawasan padat penduduk dan dekat dengan kampus, kantor kabupaten dan juga dekat dengan sekolahan. Lokasi ini cukup strategis, bisa diakses dengan mudah, dan dapat dilihat jelas oleh konsumen.

4. Promosi

Untuk memperkenalkan produk kedai kopi ini ke masyarakat perlu diadakannya promosi yang bertujuan agar masyarakat mengenal dan mengetahui Photocoffee dan produk yang ditwarkaninya. Jenis-jenis promosi yang dilakukan yaitu:

- Melakukan promosi melalui media sosial yaitu instagram, facebook, tiktok dengan memposting produk dari Photocoffee dan juga dengan meminta bantuan kuliner blogger untuk mempromosikan produk.
- Memberikan promo diskon atau cashback dimoment tertentu dengan adanya promo menarik konsumen akan tertarik untuk datang ke kedai kopi ini, strategi ini sangat tepat untuk produk kopi yang baru diluncurkan, tetapi tidak setiap hari hanya dimoment tertentu.
- Memberikan promo disetiap hari-hari nasional seperti hari pahlawan, hari pancasila, hari sumpah pemuda dengan memberikan diskon 15% pada pukul 09.00 sampai dengan 14.00.

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan bagian penting yang perlu diperhatikan dalam proses bisnis usaha Photocoffee. Diperlukan pegawai-pegawai untuk memberi pelayanan kepada pembeli dan menjalankan aktivitas produksi kedai kopi. Karyawan yang dibutuhkan pada Photocoffee adalah : Manajer sebanyak 1 orang, supervisor sebanyak 1 orang, barista sebanyak 4 orang, kitchen sebanyak 4 orang, kasir sebanyak 2 orang, dan penjaga mesin photobox sebanyak 2 orang. Rekrutmen setiap karyawan berbeda-beda sesuai dengan posisi pekerjaan. Untuk manajer Photocoffee mensyaratkan kemampuan akademis dari posisi tersebut yaitu minimal D3 atau S1 Ekonomi, sedangkan untuk posisi yang lain kedai ini mensyaratkan akademis karyawan minimal lulusan SMA atau sederajat dengan ketentuan untuk yang berpengalaman lebih diutamakan.

Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis dan teknologi merupakan aspek yang berguna untuk meningkatkan kualitas pelayanan kedai kopi dan kegiatan operasional kedai. Berikut aspek teknis dan teknologi yang dimiliki Photocoffee:

- Peralatan dan Perlengkapan
Dalam proses produksi tentunya dibutuhkan peralatan dan perlengkapan agar proses produksi berjalan secara baik. Peralatan yang ada di kedai Photocoffee yaitu mesin kopi, kompor, peralatan dapur, mesin photobox, mesin kasir, ac, dan wifi.
- Jam Operasional
Waktu operasional kedai Photocoffee ini yakni setiap hari dari jam 11.00 WIB hingga jam 23.00 WIB, dengan jam kerja karyawan dibagi dua shift, shift pertama 11.00-17.00, shift kedua 17.00-23.00.
- Proses Produksi
Proses produksi yang ada di Photocoffee yaitu:
 1. Karyawan datang lalu membersihkan kedai kopi dan mempersiapkan tempat duduk untuk pembeli.
 2. Me refill atau mengisi ulang bahan-bahan untuk keperluan kedai.
 3. Pelayan menerima pengunjung, memberi menu kepada pengunjung lalu mencatat pesan.
 4. Barista dan kitchen mempersiapkan dan membuatkan pesanan pembeli
 5. Pelayan mengantarkan pesanan.
 6. Penjaga photobox melayani pengunjung yang ingin menyewa jasa photobox.
 7. Pembeli melakukan transaksi pembayaran ke kasir.

Perhitungan Studi Kelayakan Bisnis

a. Modal Investasi (MI) / Modal Usaha

NO	JENIS BIAYA	JU ML AH	HARGA PER UNIT Rp.	TOTAL HARGA Rp.	UMUR EKONOMIS (BULAN)	PENYUSUTAN PER BULAN
1	Meubel					
	Mesin photobox	1	10.000.000	10.000.000	48	208.333
	Meja	10	200.000	2.000.000	36	55.555
	Kursi	25	100.000	2.500.000	24	69.444
	Etalase	1	500.000	500.000	24	20.833
	Rak	2	200.000	400.000		8,333
Jumlah				15.400.000		362.498
2	Perkakas dan Peralatan					
	Timbangan kopi	1	400.000	400.000	36	11.111
	Mesin kopi	1	2.000.000	2.000.000	36	55.555
	espresso	2	200.000	400.000	24	16.666
	Manual handy	2	200.000	400.000	24	16.666
	coffe	2	170.000	340.000	24	14.166
	Milk jug	1	350.000	350.000	24	14.583
	Kettle	1	200.000	200.000	24	8.333
	Kompur	1	150.000	150.000	24	6.250
	Alat penggoreng					
	Alat kebersihan					
Jumlah				4.240.000		143.330
Jumlah 1+2				19.640.000		505.828

b. Modal Kerja (MK)

1. BIAYA TIDAK TETAP (BTT)

a. Pembelian alat-alat tulis	150.000	
b. Bahan pembersih	100.000	
c. Pembelian Bahan		
1. Kopi	400.000	
2. Bubuk noncoffe	400.000	
3. Kentang	200.000	
4. Nugget	150.000	
5. Sosis	150.000	
6. Gas	200.000	
7. Saos Mayonnaise	200.000	
8. Minyak goreng	<u>250.000</u>	
		1.950.000
	Jumlah BTT	<u>2.200.000</u>

2. BIAYA TETAP (BT)

a. Sewa tempat	3.000.000	250.000
b. Setting tempat	1.200.000	100.000

c.	Upah dan Gaji Tenaga		
	1. Pemilik	200.000	
	2. Pegawai 2 orang	<u>150.000</u>	
			350.000
d.	Biaya Operasional lain		
	1. Biaya transportasi	50.000	
	2. Biaya listrik dan air	200.000	
	2. Biaya lain-lain (umum)	<u>35.000</u>	
			285.000
e.	Biaya penyusutan		505.828
	Jumlah BT		<u>1.490.808</u>
	Jumlah (MK)		<u>3.690.808</u>

Perhitungan kelayakan usaha BEP dan ROI

a) Modal Investasi (MI) 19.640.000

b) Modal Kerja (MK)
 1. Biaya Tidak Tetap (BTT) 2.200.000
 2. Biaya Tetap (BT) 1.490.808

c) Modal Usaha (MU) = MI + MK 23.330.808

d) Asumsi pendapatan coffeeshop (s)
 1. Minuman 20 @Rp. 15.000 x 30 9.000.000
 2. Snack 15 @Rp. 15.000 x 30 6.750.000
 3. Photobox 10 @RP. 25.000 x 30 7.500.000
 23.250.000

e) Laba Usaha = S – MK
 Presentase (X%) = $\frac{\text{Laba Usaha}}{(\text{MU})} \times 100\%$

$$\text{Presentase (X\%)} = \frac{19.559.192}{(23.330.808)} \times 100\% = 83,8\%$$

f) BEP (*Break Event Point*)

$$g) \text{ BEP} = \frac{BT}{1 - \frac{BTT}{S}} = \frac{BT \times S}{S - BTT}$$

$$\text{BEP} = \frac{1.490.808}{1 - \frac{2.200.000}{23.350.000}} = \frac{BT \times S}{S - BTT} = 1.646.616$$

h) Kelayakan Usaha

1. Ditinjau dari BEP
 Hasil penjualan (S) > BEP
 (23.250.000) > 1.646.616
2. (83,3%) > Bunga deposito Bank + resiko (2% + 5%)
 Hasilnya layak untuk dijalankan

i) ROI (*Return Of Investation*)

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba} + \text{Penyusutan}}{\text{Total Investasi}} \times 100\%$$

$$ROI = \frac{19.559.192 + 505.828}{19.640.000} \times 100\% = 120\%$$

$$\text{Waktu Balik Modal} = \frac{1}{120\%} = 1,2 \text{ Tahun}$$

4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kelayakan bisnis kedai kopi Photocoffee dapat disimpulkan analisa dari aspek kelayakan bisnis, kedai kopi Photocoffee layak untuk dijalankan. Dimana dari segi aspek lingkungan yang dipilih kedai tersebut cukup aman dan tidak menimbulkan dampak negatif. Aspek pasar dan pemasaran, kedai ini memiliki target pasar yaitu warga sukoharjo, strategi pemasaran 4P juga telah direncanakan oleh kedai photocoffee ini. Aspek manajemen dan sumber daya manusia, kedai kopi ini telah memiliki struktur organisasi beserta jabatan-jabatan didalamnya. Aspek teknis dan teknologi, Photocoffee memiliki perlengkapan yang cukup memadai, jam operasional dan juga standar operasional produksi yang cukup baik.

Dari segi perhitungan kelayakan bisnis bisa dilihat hasil penjualan lebih besar dibanding dengan *Break Event Point* atau titik impasnya, laba penjualan sebesar 83,6% juga lebih tinggi dibanding dengan bunga deposito bank + resiko, oleh karena itu bisnis ini layak untuk dijalankan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka penulis memberi saran untuk kedai kopi Photocoffee yaitu meskipun hasil penelitian menunjukkan bisnis ini layak untuk dijalankan, namun tidak mempertimbangkan nilai waktu dan mata uang. Serta disarankan jangan hanya melihat dari satu metode saja sebagai acuan karena akan lebih baik penilaian usaha dilihat dari beberapa metode agar hasil lebih maksimal untuk prospek usaha yang akan dijalankan.

Daftar Pustaka

- Carlina Maya, P. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Tour & Travel PT. Indooka Wisata Mandiri. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik dan Bisnis*, 59-79.
- Chairunnisa, C. W. (2020). STUDI KELAYAKAN PEMBUKAAN CABANG BARU USAHA COFFE SHOP TOKO KOPI DI PASTEUR, BANDUNG DITINJAU DARI ASPEK KEUANGAN. *e-Proceeding of Management*, 6931-6940.
- Hidayat Ahamad, T. U. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Meine Welt Coffee Di Palangka Raya). *Edunomi cs Journal*, 66-88.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Krsitian Widra, F. I. (2019). Studi Kelayakan Bisnis dalam Rangka Pendirian XX Cafe. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 379-400.
- Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purnamasari Dewi, B. H. (2013). Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis sebagai Oleh-Oleh Khas Kota Batam. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 83-87.
- Putri Nabila Ananda, Z. S. (2019). Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalengan, Kabupaten Bandung). *Journal of Food System and Agribusiness*, 89-100.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Makassar: Kencana.
- Suoriadi Dede, P. S. (2022). Studi Kelayakan Bisnis Kafe Excelso Kedai Kopi Asal Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 3390-3396.