



## Analisis Kelayakan dan Perancangan Bisnis Pada Pembukaan Cabang Baru Sewelas Coffe di Kota Kudus

Laila Ad'hatu Sholikhah<sup>1</sup>, Endang Chumaidiyah<sup>2</sup>, Nanang Suryana<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Telkom

Received: 20 April 2025  
Revised: 27 April 2025  
Accepted: 01 Mei 2025

### Abstract

Sewelas Coffee merupakan salah satu *coffee shop* di daerah Pati, Jawa Tengah yang berdiri pada tahun 2017. Berdasarkan hasil laporan keuangan, pendapatan Sewelas Coffee terus meningkat setiap tahunnya yang dapat menjadi potensi bagi Sewelas Coffee untuk mengembangkan usahanya. Peningkatan pendapatan yang signifikan juga memberikan kendala bagi operasional kafe dimana Sewelas Coffee memiliki keterbatasan dalam pelayanan pelanggan dikarenakan fasilitas dan sumber daya tidak dapat memenuhi permintaan. Sewelas Coffee akan membuka cabang baru di Kota Kudus, tepatnya di Jl. Bhakti No.3, Barongan. Dipilihnya lokasi tersebut dikarenakan lokasi yang strategis yang berada di pusat kota sehingga memiliki potensi pasar yang cukup besar. Pembukaan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus dilakukan analisis kelayakan untuk memastikan usaha cabang layak untuk dijalankan atau tidak dengan mempertimbangkan aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. Permintaan produk setiap tahunnya diestimasikan meningkat sebesar 1,3% mengikuti laju pertumbuhan penduduk Kota Kudus. Berdasarkan hasil perhitungan kelayakan usaha pada pembukaan cabang Sewelas Coffee dengan nilai MARR sebesar 11,01%, didapatkan nilai NPV sebesar Rp1.398.616.637, IRR sebesar 55,72%, dan PBP selama 2,04 tahun. Berdasarkan hasil tersebut, pembukaan cabang Sewelas Coffee layak untuk dijalankan dikarenakan NPV > 0, IRR > MARR, dan PBP masih berada dalam periode investasi. Pembukaan cabang Sewelas Coffee di Kota Kudus sensitif terhadap kenaikan biaya bahan baku sebesar 56,50%, kenaikan biaya tenaga kerja sebesar 135,29%, penurunan harga jual sebesar 20,88%, dan penurunan jumlah *demand* sebesar 20,88%. Apabila terjadi perubahan variabel melebihi batas sensitivitas, maka usaha cabang baru Sewelas Coffee menjadi tidak layak. Variabel setiap risiko yang dimiliki Sewelas Coffee juga diukur dengan total persentase risiko sebesar 8,88% dengan hasil nilai NPV sebesar Rp914.598.398, IRR sebesar 55,72%, dan PBP selama 2,35 tahun. Berdasarkan hasil tersebut, usaha cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus masih layak untuk dijalankan.

**Keywords:** Analisis Kelayakan, NPV, IRR, PBP, Analisis Sensitivitas, Analisis Risiko

(\*) Corresponding Author:

**How to Cite:** Sholikhah, L., Chumaidiyah, E., & Suryana, N. (2025). Analisis Kelayakan dan Perancangan Bisnis Pada Pembukaan Cabang Baru Sewelas Coffe di Kota Kudus. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(5.A), 168-191. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11905>

## PENDAHULUAN

Berdasarkan data dari *United States Departement of Agriculture*, Indonesia menjadi salah satu negara penghasil kopi terbesar ketiga di dunia setelah Brasil dan Vietnam. Total produksi kopi Indonesia pada periode 2022 – 2023 mencapai 714 ribu ton atau sekitar 11,85 juta kantong berukuran 60 kg. Sumatra Selatan menjadi provinsi penghasil kopi terbesar di Indonesia dengan produksi mencapai 212,4 ribu ton dan Lampung berada di posisi kedua dengan produksi kopi sebesar 124,5 ribu ton. Tingginya produksi kopi Indonesia tentunya juga berpengaruh terhadap

peningkatan konsumsi kopi Indonesia. Hal ini dikarenakan kopi menjadi salah satu komoditas yang paling banyak diminati oleh masyarakat.



Gambar 1 Tingkat Konsumsi Kopi Indonesia 2017 - 2022  
(Sumber: databoks.katadata.co.id)

Pada tahun 2017-2022, konsumsi kopi Indonesia diprediksi meningkat dengan rata-rata 6,11% per tahun. Meningkatnya tingkat konsumsi kopi nasional juga berkaitan dengan maraknya bisnis *coffee shop* pada jaman sekarang. Dengan konsumsi kopi yang diprediksi meningkat setiap tahunnya, masyarakat mulai mencari tempat yang nyaman untuk menikmati kopi dan bersantai.



Gambar 2 Jumlah UMKM Indonesia 2020 - 2022  
(Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia)

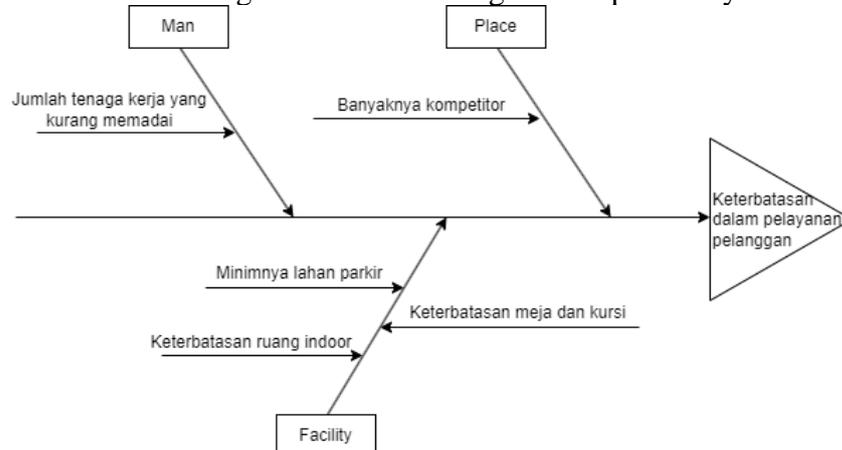
Gambar 2 menunjukkan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia dari tahun 2020 hingga 2022. Pada tahun 2020, terdapat sekitar 64,2 juta UMKM, yang kemudian meningkat menjadi 65 juta pada tahun 2021, dan mencapai 66 juta pada tahun 2022. Kenaikan jumlah UMKM ini mencerminkan peran penting UMKM dalam mendukung perekonomian Indonesia. UMKM berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan memperkuat ketahanan ekonomi nasional di tengah tantangan yang ada. *Coffee shop* merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Seiring dengan meningkatnya jumlah UMKM, bisnis *coffee shop* juga mengalami perkembangan pesat yang disebabkan meningkatnya tren konsumsi kopi di kalangan masyarakat Indonesia.

Meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi serta pertumbuhan jumlah UMKM di Kota Pati memberikan peluang bagi pengusaha *coffee shop* untuk mendirikan usahanya. Sewelas Coffee merupakan salah satu *coffee shop* yang berada di daerah Pati, Jawa Tengah yang telah terkenal dan memiliki reputasi baik. *Coffee shop* ini pertama kali didirikan oleh seorang *owner* bernama Aurel Viona pada tahun 2017 di Jl. Kamandowo No. 2, Pati dan pindah lokasi ke Jl. AKBP Agil Kusumadya 17, Pati pada November 2021.



Gambar 3 Pendapatan Sewelas Coffee 2020 - 2023  
(Sumber: Sewelas Coffee)

Setelah dua tahun pindah di lokasi baru, Sewelas Coffee mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan. Berdasarkan hasil laporan keuangan, pendapatan Sewelas Coffee terus meningkat setiap tahunnya, terutama mulai bulan November 2021. Dapat dilihat pada Gambar 3, pada tahun 2022 Sewelas Coffee mengalami peningkatan pendapatan hampir mencapai dua kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya dengan nominal pendapatan sebesar Rp 1.503.528.000, begitupun pada tahun 2023 pendapatan Sewelas Coffee terus mengalami peningkatan. Terjadinya peningkatan pendapatan yang signifikan menjadi potensi bagi Sewelas Coffee untuk mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, *owner* Sewelas Coffee memutuskan untuk memperluas pangsa pasar guna menambah keuntungan dengan membuka cabang baru yang telah didukung oleh pendapatan kafe yang telah memenuhi target dan terus meningkat setiap tahunnya.



Gambar 4 Diagram *Fishbone*

Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner* Sewelas Coffee, pada *outlet* pertama sering kali mengalami kendala operasional yang dapat menyebabkan keterbatasan dalam pelayanan pelanggan dimana kapasitas jumlah tenaga kerja dan fasilitas yang dimiliki Sewelas Coffee sering kali tidak dapat memenuhi permintaan pasar. Keterbatasan dalam pelayanan pelanggan sebagaimana tergambar dalam diagram *fishbone* pada Gambar 4 yang disebabkan oleh tenaga kerja, dimana jumlah tenaga kerja yang kurang memadai dapat mengakibatkan pelayanan yang lambat dan kurang optimal. Selain itu, banyaknya kompetitor yang menyebabkan persaingan ketat sehingga bisnis perlu berinovasi dan memperluas jangkauan pasar untuk tetap kompetitif, serta minimnya fasilitas dapat membatasi jumlah pelanggan yang berkunjung seperti keterbatasan dalam lahan parkir dimana berdasarkan hasil observasi, didapatkan bahwa ketika lahan parkir penuh, banyak pengunjung yang memutuskan untuk tidak jadi berkunjung ke kafe.

## **METODE**

Pada penelitian ini, dalam melakukan analisis pada pembukaan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus, dimulai dari aspek pasar, aspek teknis dan operasional, dan aspek finansial. Setelah ditinjau dari ketiga aspek tersebut dilakukan perhitungan analisis kelayakan dan dilanjutkan dengan analisis sensitivitas serta analisis risiko untuk mengantisipasi kegagalan dalam pendirian cabang baru yang direncanakan.

Pada penelitian ini terdapat beberapa pengolahan data yang diperlukan yaitu antara lain Pengolahan Data Aspek Pasar, dimana data yang diolah adalah data hasil dari penyebaran kuesioner yang kemudian diolah dengan menggunakan software Microsoft Excel dan IBM SPSS Statistic v23 untuk memperoleh hasil akhir yaitu besarnya pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran, Pengolahan Data Aspek Teknis yaitu dilakukan perhitungan terkait dengan hal teknis dan operasional yang bertujuan agar operasional cabang baru Sewelas Coffee dapat berjalan lebih optimal, Pengolahan Data Aspek Finansial yaitu meliputi estimasi biaya investasi, biaya operasional, proyeksi pendapatan, dan perhitungan kebutuhan dan sumber dana. Pengolahan data aspek finansial juga dilakukan perhitungan analisis kelayakan meliputi NPV, IRR, dan PBP.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Aspek Pasar**

Pengolahan data pasar dilakukan untuk mengestimasi jumlah permintaan dari cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus. Hasil kuesioner yang telah disebar akan digunakan untuk pengolahan data pasar guna menentukan besarnya pasar yang meliputi pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran. Data kuesioner dalam bentuk data kuantitatif akan diolah menggunakan *software* IBM SPSS *Statistics* v23 untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut valid atau tidak serta dilakukan uji reliabilitas yang selanjutnya dapat digunakan untuk menentukan besarnya pasar dan strategi pemasaran.

### **1. Penentuan Pasar Potensial, Pasar Tersedia dan Pasar Sasaran**

### • Pasar Potensial

Besarnya populasi pada penentuan pasar potensial dalam pembukaan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus merupakan jumlah penduduk Kota Kudus dengan kriteria yang ditentukan yaitu penduduk dengan rentang usia 15 – 34 tahun yang telah diketahui berjumlah 27.627 jiwa.

Dari 100 responden hasil kuesioner yang telah disebar, didapatkan sebanyak 93 responden menyatakan memiliki minat untuk membeli produk Sewelas Coffee, yang berarti besarnya pasar potensial adalah sebesar 93%. Penentuan jumlah pasar potensial pembukaan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus dapat dilakukan dengan cara mengalikan persentase pasar potensial dengan jumlah populasi penduduk Kota Kudus dengan rentang usia 15 – 34 tahun. Berikut merupakan perhitungan untuk mendapatkan pasar potensial cabang baru Sewelas Coffee.

➤  $\text{Pasar Potensial} = 93\% \times 27.627 = 25.694$  orang

### • Pasar Tersedia

Pasar tersedia merupakan besarnya responden yang memiliki minat dan kemampuan untuk membeli produk yang ditawarkan. Dari 100 responden hasil kuesioner yang telah disebar, didapatkan sebanyak 94 responden menyatakan memiliki minat dan bersedia untuk membeli produk Sewelas Coffee dengan harga yang ditawarkan, yang berarti besarnya pasar tersedia adalah sebesar 94%. Penentuan besarnya pasar tersedia dapat dilakukan dengan cara mengalikan persentase pasar tersedia dengan besarnya pasar potensial. Berikut merupakan perhitungan pasar tersedia dari pembukaan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus.

➤  $\text{Pasar Tersedia} = 94\% \times 25.694 = 24.153$  orang

➤  $\text{Pasar Tersedia/Tahun} = 24.153 \times 2 \times 12 = 579.672$  item

### • Pasar Sasaran

Pasar sasaran atau yang biasa disebut dengan *target market* merupakan pasar yang memiliki kesediaan dan potensi untuk membeli suatu produk dengan harga yang ditawarkan. Besarnya pasar sasaran akan ditentukan oleh pihak Sewelas Coffee dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai aspek. Pada pembukaan cabang baru di Kota Kudus, pihak Sewelas Coffee membidik pasar sasaran sebesar 13%. Keputusan ini diambil dengan mempertimbangkan lokasi cabang baru merupakan bangunan dua lantai dengan luas yang cukup sehingga dianggap mampu melayani konsumen sedikit lebih banyak daripada *outlet* pertama. Selain itu, manajemen terkait juga mempertimbangkan kompetitor dan melihat minat masyarakat akan pembukaan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus. Berikut merupakan perhitungan pasar sasaran dari pembukaan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus.

➤  $\text{Pasar Sasaran} = 13\% \times 579.672 = 75.357$  item

Setelah mendapatkan besarnya total pasar sasaran, dilakukan pembagian untuk mengetahui jumlah pasar sasaran dari masing-masing kategori produk berdasarkan data historis produk yang sering terjual. Pasar sasaran untuk produk kategori Rice Bowl sebanyak 8.289 item, produk kategori Main Course sebanyak 6.481 item, produk kategori Snack sebanyak 13.188 item, produk kategori Espresso Based sebanyak 11.078 item, produk kategori Manual Brew sebanyak 1.809 item,

produk kategori Authentic Sewelas Coffee sebanyak 6.029 item, produk kategori Mocktail sebanyak 4.371 item, produk kategori Tea Based sebanyak 9.043 item, produk kategori Milk Based sebanyak 12.283 item, dan produk kategori Juice sebesar 2.788 item.

## 2. Perhitungan Perkiraan *Demand*

Perhitungan perkiraan *demand* pembukaan cabang baru Sewelas Coffee dilakukan untuk mengetahui estimasi permintaan dalam lima tahun kedepan. Dalam perhitungan proyeksi *demand* selama lima tahun kedepan akan diramalkan dengan dasar laju pertumbuhan penduduk Kota Kudus yaitu sebesar 1,3% (Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus 2023).

Berikut merupakan perhitungan estimasi perkiraan *demand* pembukaan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus selama lima tahun terhitung dari tahun 2025 - 2029.

<b>Estimasi Demand/Tahun</b>					
<b>Kategori</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>
Rice Bowl	8.397	8.506	8.617	8.729	8.842
Main Course	6.565	6.650	6.737	6.824	6.913
Snack	13.359	13.533	13.709	13.887	14.067
Espresso Based	11.222	11.367	11.515	11.665	11.817
Manual Brew	1.832	1.856	1.880	1.904	1.929
Authentic Sewelas Coffee	6.107	6.186	6.267	6.348	6.431
Mocktail	4.428	4.485	4.543	4.602	4.662
Tea Based	9.160	9.280	9.400	9.522	9.646
Milk Based	12.443	12.605	12.769	12.935	13.103
Juice	2.824	2.861	2.898	2.936	2.974
<b>Total</b>	<b>76.337</b>	<b>77.329</b>	<b>78.335</b>	<b>79.353</b>	<b>80.385</b>

Gambar 5 Estimasi *Demand*/Tahun

Gambar 5 merupakan estimasi *demand* selama lima tahun kedepan yang terbagi menjadi 10 kategori produk. Estimasi *demand* selama lima tahun didasarkan pada data pasar sasaran yang telah didapatkan sebelumnya, kemudian diramalkan selama lima tahun kedepan dengan peningkatan sebesar 1,3% setiap tahunnya mengikuti laju pertumbuhan penduduk Kota Kudus.

## 3. *Segmenting, Targeting dan Positioning*

### 1. *Segmenting*

Segmentasi pasar merupakan suatu proses membagi pasar yang luas menjadi beberapa kelompok yang berbeda. Berikut merupakan segmentasi pasar dari pembukaan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus yang terbagi menjadi tiga bagian.

- a. Segmentasi geografis: Pembukaan cabang baru Sewelas Coffee berlokasi di Jl. Bhakti No.3, Barongan, Kudus, Jawa Tengah.
- b. Segmentasi demografis:
  - Umur: Penduduk Kota Kudus berusia 15 – 34 tahun.
  - Jenis kelamin: Penduduk Kota Kudus berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.
  - Status pekerjaan: Semua kalangan pekerjaan, diutamakan pelajar/mahasiswa dikarenakan harga produk relatif terjangkau bagi kalangan pelajar/mahasiswa. Konsumen yang sudah bekerja dengan berbagai status pekerjaan tidak menutup

kemungkinan menjadi segmen pasar cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus.

- Tingkat penghasilan: Semua kalangan masyarakat (Pendapatan per bulan Rp1.500.000 – Rp3.000.000, atau lebih)
- c. Segmentasi psikografis: Semua kalangan masyarakat yang menyukai kopi dan *hang out*.

## 2. **Targeting**

Target konsumen cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus adalah semua kalangan konsumen dengan rentang usia 15 – 34 tahun yang menyukai minuman berbahan dasar kopi maupun non-kopi dengan semua status pekerjaan baik pelajar, mahasiswa, ataupun pekerja. Adapun alasan menargetkan pada rentang umur 15 – 34 tahun dikarenakan usia tersebut termasuk generasi milenial dan berdasarkan *survey* bahwa usia 15 – 34 tahun memiliki kebiasaan menghabiskan waktu bersama teman atau pasangan dengan mencari suasana nyaman di *coffee shop*.

## 3. **Positioning**

*Positioning* adalah salah satu cara dalam melakukan pemasaran yang bertujuan untuk membuat konsumen mengingat produk dengan cara memberikan perbedaan dengan kompetitor seperti dengan memberikan slogan/tagline. Sewelas Coffee memiliki *tagline* “*Be Bold, Do Right, Live Epic*”. *Tagline* ini dapat diartikan sebagai pernyataan nilai yang dipegang oleh Sewelas Coffee, yaitu berani dalam mencoba hal-hal baru yang tercermin dengan inovasi produk yang tinggi oleh Sewelas Coffee dalam menghadirkan banyak pilihan menu. *Do Right* berarti melakukan apa yang benar dalam bisnis dan hubungan dengan pelanggan yang tercermin dengan bahan-bahan premium yang digunakan oleh Sewelas Coffee untuk menjaga kualitas produknya. *Live Epic* diartikan sebagai hidup dengan cara membuat pengalaman menjadi lebih berarti dan membangkitkan semangat yang tercermin dengan diadakannya *live music* setiap hari Sabtu untuk menciptakan suasana yang hangat dan ramai sehingga pengalaman berkunjung ke Sewelas Coffee lebih berkesan.

## 4. **Marketing Mix**

### 1. **Product**

Sewelas Coffee merupakan kedai kopi yang menawarkan berbagai jenis minuman kopi dan non-kopi. Produk minuman kopi yang menjadi andalan Sewelas Coffee yaitu menu dengan kategori Espresso Based seperti Espresso dan Americano, serta menu dengan kategori Authentic Sewelas Coffee seperti KosuMi dan KosuMu yang menjadi ciri khas dari Sewelas Coffee. Sewelas Coffee juga memiliki produk minuman non-kopi andalan yaitu menu dengan kategori Milk Based seperti Choco Mint dan Red Velvet, serta menu dengan kategori Tea Based seperti Lychee Tea dan Lemon Tea. Selain menyediakan produk minuman, Sewelas Coffee juga menawarkan beberapa jenis makanan yaitu dari menu kategori Snack, Rice Bowl, dan Main Course.

### 2. **Price**

Harga minuman yang ditawarkan Sewelas Coffee dijual dengan harga yang bervariasi mulai dari Rp12.000 – Rp30.000, sedangkan untuk produk makanan dijual dengan harga mulai dari Rp20.000 – Rp40.000. Harga tersebut cukup kompetitif dengan pesaing berdasarkan hasil *benchmark* yang telah dilakukan dan

telah disesuaikan dengan target pasar yang dituju oleh Sewelas Coffee di Kota Kudus.

### 3. *Place*

Pembukaan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus terletak di Jl. Bhakti No.3, Barongan, Kudus, Jawa Tengah. Lokasi tersebut dipilih sebagai lokasi cabang baru dikarenakan memiliki lokasi yang strategis yaitu berada di pusat kota. Selain itu, lokasi tersebut dekat dengan beberapa sekolah, perguruan tinggi seperti Universitas Muria Kudus, perkantoran, pusat perbelanjaan, serta Alun-Alun Kota Kudus yang mana lokasi tersebut termasuk sebagai lokasi yang memiliki tingkat keramaian tinggi.

### 4. *Promotion*

Kegiatan pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness* cabang baru Sewelas Coffee dilakukan dengan memanfaatkan channel *online* dan *offline*. Pemasaran channel *online* dilakukan dengan menggunakan instagram pribadi milik Sewelas Coffee untuk memposting feed dan story *update* harian, selain itu channel *online* juga dilakukan pengiklanan berbayar melalui *Instagram Ads*, *Facebook Ads*, dan *Tiktok Ads*.

Rencana pengiklanan menggunakan *Instagram Ads* dilakukan sebanyak 1 kali dalam sebulan atau 12 kali dalam satu tahun dengan biaya sebesar Rp275.000 per satu kali tayangan dengan jangkauan 5000 tayangan. Selanjutnya, rencana pengiklanan menggunakan *Facebook Ads* dilakukan sebanyak 1 kali dalam sebulan atau 12 kali dalam satu tahun dengan biaya sebesar Rp106.000/tayangan dengan jangkauan 2000 tayangan, dan pengiklanan menggunakan *Tiktok Ads* dilakukan sebanyak 12 kali dalam setahun dengan biaya Rp200.000/hari.

Berikut merupakan rincian biaya pemasaran yang akan dilakukan oleh Sewelas Coffee dalam pembukaan cabang baru di Kota Kudus.

Tabel 1 Rencana Pemasaran

<b>Rencana Promosi</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Biaya</b>	<b>Keterangan</b>
Konten Sosial Media	-	Rp0	Pembuatan konten sosial media melalui platform Instagram pribadi Sewelas Coffee
Instagram Ads	12	Rp3.300.000	Biaya untuk iklan produk melalui <i>Instagram Ads</i> yaitu Rp275.000/tayangan dengan jangkauan 5000 tayangan.
Facebook Ads	12	Rp1.272.000	Biaya untuk iklan produk melalui <i>Facebook Ads</i> yaitu Rp106.000/tayangan dengan jangkauan 2000 tayangan.
Tiktok Ads	12	Rp2.400.000	Biaya untuk iklan produk melalui <i>Tiktok Ads</i> yaitu Rp200.000/hari.

Selain melakukan pengiklanan pada strategi pemasarannya, Sewelas Coffee akan menerapkan promosi penjualan dimana promosi ini dilakukan dalam jangka

pendek, seperti promo Hari Kartini, diskon 17% pada Hari Kemerdekaan, promo akhir tahun, beli 1 gratis 1, promo khusus pelajar, dan lain-lain. Untuk memperkenalkan produknya kepada khalayak luas, Sewelas Coffee juga menggunakan channel *offline* dengan mengikuti bazar atau pameran yang diselenggarakan oleh berbagai pihak seperti acara hari ulang tahun sekolah, bazar buku, dan event *car free day*.

### Aspek Teknis

#### 1. Perencanaan Kapasitas Produksi

Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner*, Sewelas Coffee menetapkan kapasitas produksi dari mesin dan peralatan yang digunakan sebesar 95%. Oleh karena itu, perlu dilakukannya perencanaan kapasitas produksi yang didapatkan dengan cara membagi *demand* dengan persentase kapasitas produksinya. Berikut merupakan perencanaan kapasitas produksi harian cabang baru Sewelas Coffee selama lima tahun kedepan.

Tabel 2 Kapasitas Produksi

	<i>Demand/Bulan (item)</i>					Ket
	2025	2026	2027	2028	2029	
Rice Bowl	700	709	718	727	737	Terpenuhi
Main Course	547	554	561	569	576	
Snack	1.113	1.128	1.142	1.157	1.172	
Espresso Based	935	947	960	972	985	
Manual Brew	153	155	157	159	161	
Authentic Sewelas Coffee	509	516	522	529	536	
Mocktail	369	374	379	384	389	
Tea Based	763	773	783	794	804	
Milk Based	1.037	1.050	1.064	1.078	1.092	
Juice	235	238	242	245	248	
<b>Total</b>	<b>6.361</b>	<b>6.444</b>	<b>6.528</b>	<b>6.613</b>	<b>6.699</b>	
	<i>Kapasitas Produksi/Bulan (item)</i>					
	2025	2026	2027	2028	2029	
Rice Bowl	737	746	756	766	776	
Main Course	576	583	591	599	606	
Snack	1.172	1.187	1.203	1.218	1.234	
Espresso Based	984	997	1.010	1.023	1.037	
Manual Brew	161	163	165	167	169	
Authentic Sewelas Coffee	536	543	550	557	564	
Mocktail	388	393	399	404	409	
Tea Based	804	814	825	835	846	
Milk Based	1.091	1.106	1.120	1.135	1.149	
Juice	248	251	254	258	261	
<b>Total</b>	<b>6.696</b>	<b>6.783</b>	<b>6.871</b>	<b>6.961</b>	<b>7.051</b>	

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 2, kapasitas produksi yang dapat memenuhi *demand* bulanan untuk masing-masing kategori produk dari tahun 2025-2029 adalah sebesar 776 item per bulan untuk kategori Rice Bowl, 606 item per

bulan untuk kategori Main Course, 1.234 item per bulan untuk kategori Snack, 1.037 item per bulan untuk kategori Espresso Based, 169 item per bulan untuk kategori Manual Brew, 564 item per bulan untuk kategori Authentic Sewelas Coffee, 409 item per bulan untuk kategori Mocktail, 846 item per bulan untuk kategori Tea Based, 1.149 item per bulan untuk kategori Milk Based, dan 261 item per bulan untuk kategori Juice.

## 2. Kebutuhan Bahan Baku

Perhitungan bahan baku dilakukan perbulan untuk menghasilkan perhitungan yang presisi. Perhitungan bahan baku per bulan dihitung dengan cara mengalikan *demand* produk per bulan dengan kebutuhan bahan baku.

KEBUTUHAN BAHAN BAKU/BULAN							
No	Nama Bahan	Kebutuhan Bahan (2025)	Kebutuhan Bahan (2026)	Kebutuhan Bahan (2027)	Kebutuhan Bahan (2028)	Kebutuhan Bahan (2029)	Satuan
1	Air galon	303.377	307.321	311.316	315.363	319.463	ml
2	Bakso ikan	1.805	1.829	1.877	1.877	1.901	gram
3	Bawang bombay	1.866	1.891	1.926	1.940	1.965	gram
4	Bawang merah	6.903	6.992	7.147	7.175	7.269	gram
5	Bawang putih	10.403	10.539	10.723	10.814	10.955	gram
6	Beras	105.536	106.908	108.772	109.706	111.132	gram
7	Black charcoal powder	415	420	426	431	437	gram
8	Buah alpukat	9.321	9.442	9.565	9.689	9.815	gram
9	Buah melon	4.943	5.007	5.072	5.138	5.205	gram
10	Buah semangka	7.452	7.549	7.647	7.746	7.847	gram
11	Buah strawberry	14.784	14.976	15.171	15.368	15.568	gram
12	Bubuk cabai	22	23	23	23	23	gram
13	Buncis	1.817	1.840	1.880	1.889	1.913	gram
14	Cabai	8.148	8.254	8.428	8.470	8.580	gram
15	Chococrunchy	278	282	286	289	293	gram
16	Chocolate powder	5.642	5.715	5.790	5.865	5.941	gram
17	Croffle	200	203	206	208	211	pcs
18	Dada ayam	60.253	61.036	61.980	62.633	63.448	gram
19	Daging sapi	1.260	1.276	1.293	1.309	1.326	gram
20	Daun bawang	1.688	1.710	1.744	1.755	1.778	gram
21	Daun jeruk	26	27	27	27	28	gram
22	Daun salam	22	22	23	23	23	gram
23	Es krim vanilla	5.083	5.149	5.216	5.284	5.352	gram
24	Essence orange	415	420	426	431	437	ml
25	French fries	82.927	84.005	85.105	86.204	87.324	gram
26	Fresh milk	333.410	337.744	342.154	346.582	351.088	ml
27	Garlic powder	203	206	208	211	214	gram
28	Gula	23.126	23.427	23.731	24.040	24.353	gram
29	Gula aren	4.428	4.485	4.543	4.602	4.662	ml
30	Gula halus	22	23	23	23	23	gram
31	Iga	9.957	10.086	10.350	10.350	10.485	gram
32	Jahe	131	133	136	136	138	gram
33	Jeruk nipis	20.441	20.706	20.975	21.248	21.524	gram
34	Kari blok	386	391	399	401	406	gram
35	Kayu manis powder	22	23	23	23	23	gram
36	Kebab	45	45	46	46	47	pcs
37	Kecap	6.565	6.650	6.824	6.824	6.913	ml
38	Keju	1.027	1.041	1.056	1.068	1.082	gram
39	Keju slice	22	23	23	23	23	pcs
40	Kembang kol	1.541	1.561	1.595	1.602	1.623	gram

Gambar 6 Kebutuhan Bahan Baku per Bulan

41	Kentang	1.323	1.340	1.367	1.375	1.393	gram
42	Kol	2.735	2.771	2.843	2.843	2.880	gram
43	Kopi arabica import	92	93	94	95	96	gram
44	Kopi arabica lokal	504	510	517	524	531	gram
45	Kopi blend	25.993	26.331	26.673	27.020	27.371	gram
46	Kopi robusta	1.695	1.717	1.739	1.762	1.785	gram
47	Kulit samosa	89	90	91	93	94	pcs
48	Lada bubuk	169	171	174	175	178	gram
49	Lada hitam	17	17	17	17	17	gram
50	Lasagna	2.883	2.920	2.967	2.997	3.036	gram
51	Leci buah	344	348	353	357	362	pcs
52	Lemon	7.575	7.673	7.773	7.874	7.976	gram
53	Matcha powder	3.733	3.781	3.831	3.880	3.931	gram
54	Mayonaise	1.447	1.466	1.485	1.504	1.524	ml
55	Merica	92	93	95	95	96	gram
56	Meses	334	338	343	347	352	gram
57	Mie	10.395	10.530	10.805	10.805	10.946	gram
58	Nugget	646	654	663	671	680	pcs
59	Oregano	9	9	10	10	10	gram
60	Paha ayam	25.573	25.905	26.242	26.583	26.929	gram
61	Paprika powder	102	104	105	106	108	gram
62	Red velvet powder	4.148	4.202	4.256	4.312	4.368	gram
63	Regal	509	516	522	529	536	gram
64	Risoles kebab	33	34	34	35	35	pcs
65	Roti maryam	33	34	34	35	35	pcs
66	Roti tawar	45	45	46	46	47	pcs
67	Salted caramel	3.461	3.506	3.551	3.597	3.644	ml
68	Saus bbq	13.640	13.817	13.999	14.178	14.363	ml
69	Saus bolognaise	4.618	4.678	4.783	4.801	4.863	ml
70	Saus coklat	1.225	1.240	1.257	1.273	1.290	ml
71	Saus gochujang	2.338	2.368	2.399	2.430	2.462	ml
72	Saus sambal	10.854	10.995	11.138	11.283	11.430	ml
73	Saus teriyaki	8.817	8.932	9.048	9.165	9.284	ml
74	Saus tiram	2.798	2.834	2.891	2.908	2.946	ml
75	Saus tomat	10.854	10.995	11.138	11.283	11.430	ml
76	Sawi hijau	5.416	5.487	5.630	5.630	5.703	gram
77	Sawi putih	656	665	682	682	691	gram
78	Sayap ayam	14.250	14.435	14.622	14.813	15.005	gram
79	Sereh	525	532	539	546	553	gram
80	Simple sirup	30.116	30.508	30.904	31.306	31.713	ml
81	SKM	10.559	10.696	10.835	10.976	11.119	ml
82	Smoke beef	66	67	68	69	70	pcs
83	Soda	60.207	60.990	61.783	62.586	63.399	ml
84	Sosis	88	89	91	91	92	pcs
85	Sosis jumbo	33	34	34	35	35	pcs
86	Sosis sedang	362	366	371	376	381	pcs
87	Spaghetti	6.018	6.096	6.256	6.256	6.337	gram
88	Susu coklat	1.165	1.180	1.196	1.211	1.227	ml
89	Susu evaporasi	4.275	4.330	4.387	4.444	4.502	ml
90	Tahu	178	180	183	185	188	gram
91	Taro powder	2.903	2.941	2.979	3.018	3.057	gram
92	Teh tubruk	5.450	5.521	5.593	5.666	5.739	gram
93	Telur	253	256	262	263	266	butir
94	Telur asin	3.693	3.741	3.789	3.839	3.889	gram
95	Tepung beras	779	789	800	810	821	gram
96	Tepung maizena	779	789	800	810	821	gram
97	Tepung panir	10.015	10.146	10.280	10.411	10.546	gram
98	Tepung terigu	24.055	24.367	24.689	25.005	25.330	gram
99	Terasi	166	168	172	172	175	gram
100	Tofico sirup blue citrus	1.107	1.121	1.136	1.151	1.166	ml
101	Tofico sirup blueberry	664	673	682	690	699	ml
102	Tofico sirup caramel	3.021	3.060	3.100	3.140	3.181	ml
103	Tofico sirup hazelnut	2.585	2.619	2.653	2.687	2.722	ml
104	Tofico sirup leci	5.153	5.220	5.288	5.356	5.426	ml
105	Tofico sirup melon	415	420	426	431	437	ml
106	Tofico sirup mint	2.337	2.367	2.398	2.429	2.461	ml
107	Tofico sirup pandan	229	232	235	238	241	ml

Gambar 7 Kebutuhan Bahan Baku per Bulan (2)

108	Tofico sirup raspberry	94	95	96	97	98	ml
109	Tofico sirup rum	229	232	235	238	241	ml
110	Tofico sirup strawberry	3.055	3.094	3.135	3.175	3.217	ml
111	Tofico sirup tiramisu	1.807	1.831	1.855	1.879	1.903	ml
112	Tofico sirup vanilla	2.274	2.303	2.333	2.364	2.394	ml
113	Tomat	328	333	341	341	346	gram
114	Udang	3.118	3.159	3.242	3.242	3.284	gram
115	Wortel	2.772	2.808	2.868	2.881	2.919	gram
116	Garam	840	880	920	960	1.000	gram
117	Margarin	840	880	920	960	1.000	gram
118	Minyak goreng	18.800	19.200	19.600	20.000	20.400	ml
119	Penyedap rasa	440	480	520	560	600	gram
120	Es batu	630.000	660.000	690.000	720.000	750.000	gram

Gambar 8 Kebutuhan Bahan Baku per Bulan (3)

### 3. Kebutuhan Tenaga Kerja

Waktu proses pengadaan bahan kopi diestimasikan selama 337 menit/hari dimana pengadaan bahan baku kopi dilakukan selama dua kali dalam sebulan. Pengadaan bahan baku non-kopi memiliki estimasi waktu selama 124 menit/hari dimana pengadaan bahan baku non-kopi dilakukan selama tiga kali dalam seminggu. Pengadaan *frozen food* memiliki estimasi waktu selama 61 menit/hari dimana pengadaan *frozen food* dilakukan satu kali dalam seminggu. Pengadaan barang habis pakai memiliki estimasi waktu 107 menit/hari dimana pengadaan barang habis pakai dilakukan satu kali dalam sebulan. Pelayanan dan produksi pesanan konsumen memiliki estimasi waktu yang berbeda-beda dikarenakan setiap kategori menu memiliki waktu produksi yang berbeda-beda. Proses pembukaan dan penutupan kafe dilakukan setiap hari dengan estimasi waktu pembukaan toko selama 60 menit dan penutupan toko selama 66 menit.

Tabel 3 Perhitungan Waktu Baku

Kategori	Tahun				
	2025	2026	2027	2028	2029
	<i>Demand Produk/Bulan</i>				
Rice Bowl	700	709	718	727	737
Snack	547	554	561	569	576
Main Course	1.113	1.128	1.142	1.157	1.172
Espresso Based	935	947	960	972	985
Manual Brew	153	155	157	159	161
Authentic Sewelas Coffee	509	516	522	529	536
Mocktail	369	374	379	384	389
Tea Based	763	773	783	794	804
Milk Based	1.037	1.050	1.064	1.078	1.092
Juice	235	238	242	245	248
<b>Total Waktu Pelayanan dan Produksi/Bulan (Menit)</b>	<b>160.957</b>	<b>163.049</b>	<b>165.169</b>	<b>167.316</b>	<b>169.491</b>
<b>Total Waktu Baku/Bulan (Menit)</b>	<b>167.250</b>	<b>169.342</b>	<b>171.462</b>	<b>173.609</b>	<b>175.784</b>

Total waktu pelayanan dan produksi per bulan didapatkan dengan cara mengalikan *demand* dari setiap kategori dengan waktu pelayanan dan produksi dari masing-masing kategori. Total waktu baku per bulan didapatkan dengan cara total waktu pelayanan dan produksi per bulan ditambahkan dengan waktu pengadaan bahan baku (kopi dan non-kopi) per bulan, pengadaan *frozen food* per bulan, dan barang habis pakai per bulan, serta ditambahkan dengan waktu pembukaan dan penutupan kafe dalam satu bulan. Setelah didapatkan waktu baku, maka akan dilakukan perhitungan kebutuhan tenaga kerja sebagai berikut.

.Tabel 4 Perhitungan Kebutuhan Tenaga Kerja

	Tahun				
	2025	2026	2027	2028	2029
Total Waktu Operasional Kafe/Bulan (Menit)	21.600	21.600	21.600	21.600	21.600
Waktu Kerja Karyawan/Bulan (Menit)	17.280	17.280	17.280	17.280	17.280
Waktu Kerja Seharusnya/Bulan (Menit)	10.080	10.080	10.080	10.080	10.080
Kelebihan Waktu Kerja/Bulan (Menit)	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200

Total Waktu Baku/Bulan Seharusnya (Menit)	174.450	176.542	178.662	180.809	182.984
<b>Jumlah Tenaga Kerja</b>	<b>8,08</b>	<b>8,17</b>	<b>8,27</b>	<b>8,37</b>	<b>8,47</b>
<b>Jumlah Tenaga Kerja (Orang)</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>

### 5. Kebutuhan Fasilitas Meja

Rata-rata durasi *dine in* selama 150 menit didapatkan berdasarkan hasil wawancara kepada *owner* Sewelas Coffee. *Owner* Sewelas Coffee menyatakan bahwa kebutuhan meja akan terbagi menjadi meja kecil dan meja besar dimana daya tampung untuk meja kecil sebanyak dua orang dan daya tampung meja besar sebanyak empat orang. Pembagian persentase meja besar dan meja kecil ditentukan sendiri oleh *owner* dengan pertimbangan berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan didapatkan bahwa sebagian besar responden ketika datang ke *coffee shop* bersama dengan 1-4 orang teman atau lebih, sehingga diputuskan bahwa kebutuhan meja besar lebih banyak daripada meja kecil.

Berikut merupakan perhitungan untuk menentukan kebutuhan meja dan kursi cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus.

Tabel 5 Perhitungan Kebutuhan Fasilitas Meja

Keterangan	Tahun				
	2025	2026	2027	2028	2029
Estimasi permintaan/hari	212	215	218	220	223
Estimasi pelanggan <i>dine in</i> /hari	161	163	166	167	169
Total waktu <i>dine in</i> /hari (Menit)	24.150	24.450	24.900	25.050	25.350
Total kebutuhan meja	33,54	33,96	34,58	34,79	35,21
Total kebutuhan meja (Pembulatan)	34	34	35	35	36
<b>Kebutuhan meja kecil</b>	14	14	14	14	14
<b>Kebutuhan meja besar</b>	20	20	21	21	22

### 6. Kebutuhan Peralatan dan Fasilitas

Perencanaan kebutuhan peralatan dan fasilitas penting dilakukan pada suatu bisnis. Dengan peralatan dan fasilitas yang mendukung, kegiatan operasional bisnis dapat berjalan dengan baik. Berikut merupakan peralatan dan fasilitas untuk menunjang operasional cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus.

No	Nama Barang	Jumlah	Economic Life	Satuan
<b>Mesin</b>				
1	Mesin espresso Simonelli Arduino VA388	1	8	Unit
2	Mesin grinder Simonelli MDJ	1	8	Unit
3	Mesin grinder Latina 600N	1	8	Unit
4	Freezer box kecil 100L	1	8	Unit
5	Freezer box besar 500L	1	8	Unit
6	Showcase	2	8	Unit
7	Mesin cup sealer	1	8	Unit
8	Paket mesin kasir	1	4	Unit
9	Blender	1	4	Unit
10	Rice cooker	2	4	Unit
11	Deep fryer 1 tungku	1	8	Unit
12	Microwave	1	8	Unit
13	Chooper	1	4	Unit
14	Kettle electric	1	8	Unit
15	Dispenser	1	4	Unit
16	Wireless Calling System (40 Pager)	1	4	Unit
<b>Peralatan dan Fasilitas</b>				
1	Meja bar granit	1	8	Unit
2	Meja kasir granit	1	8	Unit
3	Meja produksi bar granit	1	8	Unit
4	Sofa tunggu	2	4	Unit
5	Kursi karyawan	6	4	Unit
6	Meja dapur granit	1	8	Unit
7	Meja produksi dapur	1	8	Unit
8	Kursi sofa	15	4	Unit
9	Meja besar	21	4	Unit
10	Meja kecil	14	4	Unit
11	Kursi	91	4	Unit
12	Latte art pen	1	4	Unit
13	Dripper v60	4	4	Unit
14	Server 400ml	4	4	Unit
15	Dripper vietnam drip	10	4	Unit
16	Milk jug	4	4	Unit
17	Toples powder	6	4	Unit
18	Toples kopi	3	4	Unit
19	Teko 2,1L	3	4	Unit
20	Shaker	2	4	Unit
21	Jigger 20ml	4	4	Unit
22	Pemeras jeruk	2	4	Unit

Gambar 9 Kebutuhan Peralatan dan Fasilitas Cabang Baru

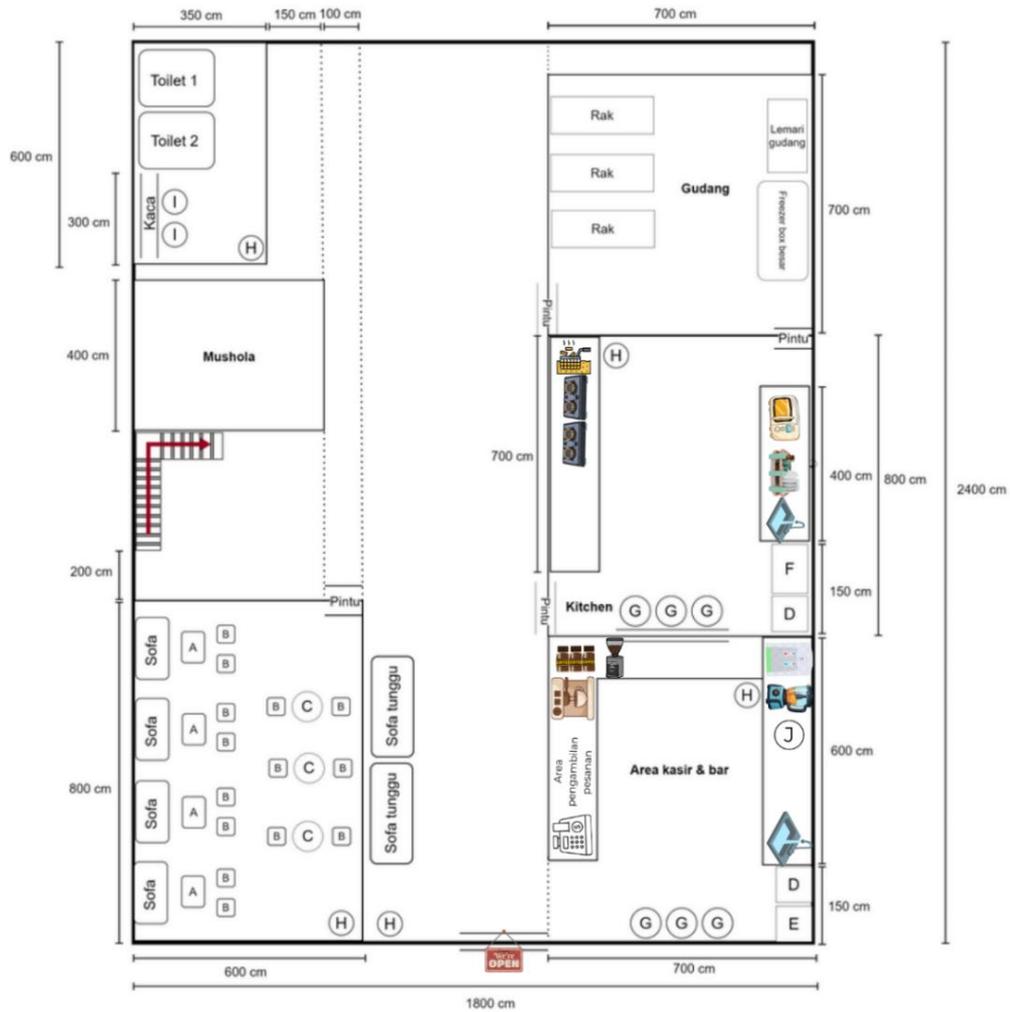
No	Nama Barang	Jumlah	Economic Life	Satuan
<b>Peralatan dan Fasilitas</b>				
23	Scale	2	4	Unit
24	Tamper 58mm	2	4	Unit
25	Food container 1500ml	25	4	Unit
26	Gelas shot espresso 60ml	6	4	Unit
27	Gelas takar 1L	2	4	Unit
28	Kompor gas 2 tungku	2	4	Unit
29	Wajan	2	4	Unit
30	Teflon	2	4	Unit
31	Flat teflon	1	4	Unit
32	Grill pan	1	4	Unit
33	Saringan jus	1	4	Unit
34	Saringan minyak	2	4	Unit
35	Sauce pan	2	4	Unit
36	Spatula	6	4	Unit
37	Panci presto	1	4	Unit
38	Panci	2	4	Unit
39	Baskom stainless	5	4	Unit
40	Baskom plastik	5	4	Unit
41	Parutan sayur	1	4	Unit
42	Parutan keju	1	4	Unit
43	Pisau	6	4	Unit
44	Pisau Filet	1	4	Unit
45	Centong plastik	4	4	Unit
46	Centong sup	4	4	Unit
47	Capitan makanan	2	4	Unit
48	Botol saus plastik 1000 ml	5	4	Unit
49	Bowl plating	40	4	Unit
50	Saus dish	55	4	Unit
51	Sekop ice cream	1	4	Unit
52	Talenan kecil	2	4	Unit
53	Talenan besar	2	4	Unit
54	Nampan	20	4	Unit
55	Piring makan	60	4	Unit
56	Piring saji snack	60	4	Unit
57	Cobek + ulekan 20cm	1	4	Unit
58	Sendok es batu	1	4	Unit
59	Set sendok makan + garpu	60	4	Unit
60	Sendok teh/kopi	30	4	Unit
61	Rak gelas dan piring	1	4	Unit
62	Pisau makan	30	4	Unit
63	Gelas 530 ml	15	4	Unit
64	Cangkir + tatakan	18	4	Unit
65	Gelas jus	10	4	Unit

Gambar 10 Kebutuhan Peralatan dan Fasilitas Cabang Baru (2)

## 7. Layout

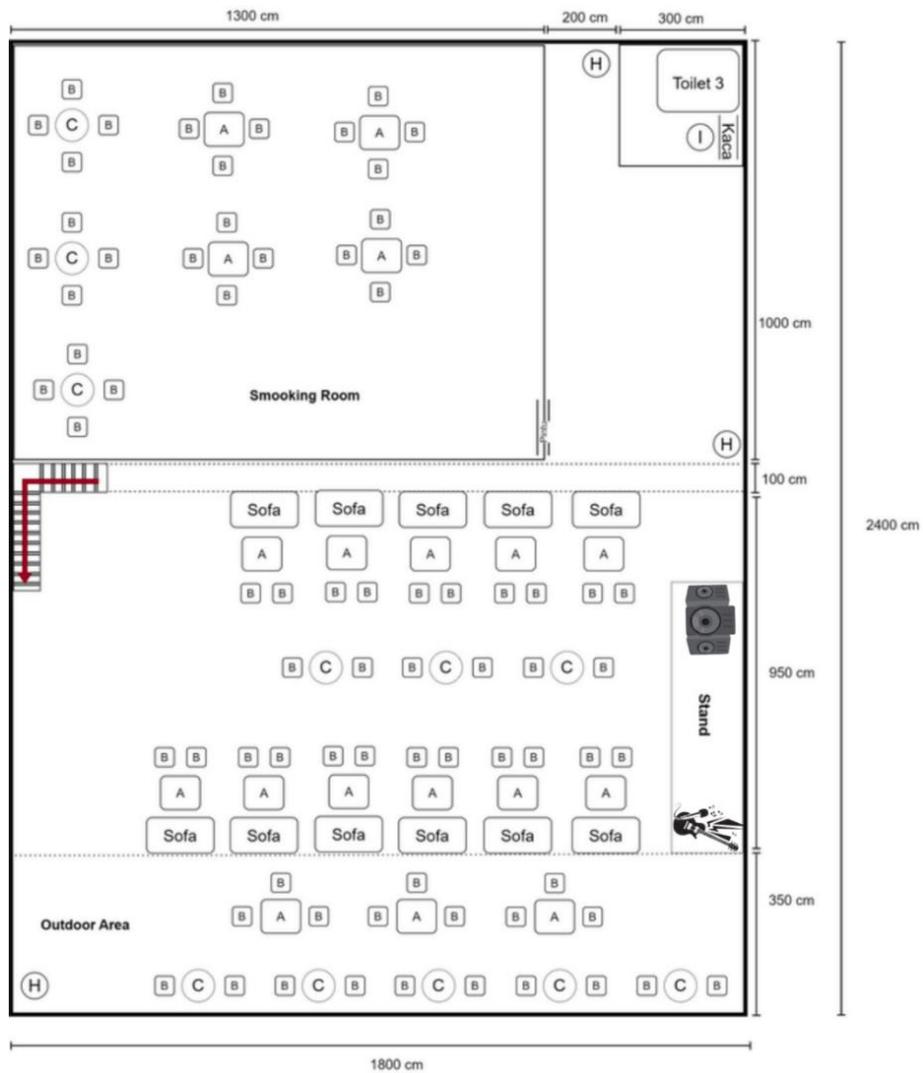
Lokasi cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus terletak di Jl. Bhakti No.3, Kudus. Lokasi tersebut merupakan bangunan 2 lantai dengan ukuran tanah 20 m x 35 m dan ukuran bangunan 18 m x 24 m.

Berikut merupakan *layout* lantai 1 cabang baru Sewelas Coffee.

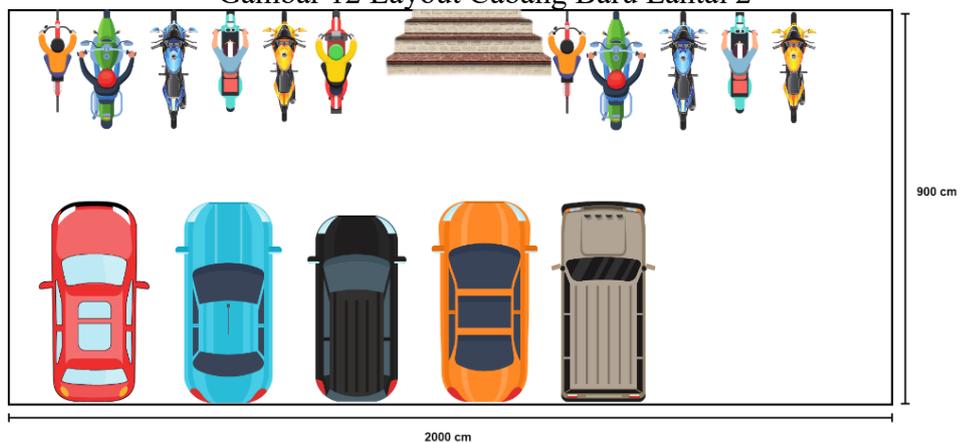


Gambar 11 Layout Lantai 1 Cabang Baru

Berikut merupakan *layout* lantai 2 cabang baru Sewelas Coffee.



Gambar 12 Layout Cabang Baru Lantai 2



Gambar 13 Layout Area Parkir Cabang Baru

## Aspek Finansial

### 1. Estimasi Pendapatan

Estimasi pendapatan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus didapatkan dengan cara mengalikan *demand* produk dengan harga jual. Harga jual produk akan meningkat setiap tahunnya mengikuti nilai inflasi yang digunakan dalam penelitian yaitu sebesar 2,61%. Berikut merupakan estimasi pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk-produk pada cabang baru Sewelas Coffee.

Tabel 6 Estimasi Pendapatan 2025 - 2029

Tahun	Estimasi Pendapatan
2025	Rp1.796.155.841
2026	Rp1.866.994.970
2027	Rp1.943.116.347
2028	Rp2.017.164.952
2029	Rp2.096.720.526

## 2. Kebutuhan dan Sumber Dana

Tabel 7 Kebutuhan Dana

Kebutuhan Dana	
Sertifikasi Halal	Rp300.000
Biaya Investasi	Rp564.747.600
<i>Working Capital</i>	Rp324.305.712
<b>Total</b>	<b>Rp889.353.312</b>

Kebutuhan dana pada pembukaan cabang baru Sewelas Coffee terdiri dari tiga sumber kebutuhan dana yaitu sertifikasi halal, biaya investasi, dan *working capital*. Sertifikasi halal diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap Sewelas Coffee dimana dengan adanya sertifikasi halal yang telah diawasi oleh badan berwenang memverifikasi bahwa makanan dan minuman yang disajikan telah memenuhi standar halal. Penetapan biaya sertifikasi halal dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama. Berdasarkan peraturan yang telah ditetapkan oleh Kementerian Agama, biaya permohonan sertifikat halal untuk usaha mikro dan kecil adalah sebesar Rp300.000. Kebutuhan dana yang kedua yaitu biaya investasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebesar Rp564.747.600. Kebutuhan dana yang ketiga yaitu *working capital*. *Working capital* merupakan modal yang diperlukan di awal dalam perencanaan bisnis. *Working capital* diasumsikan sebagai biaya operasional yang meliputi biaya bahan baku, biaya barang habis pakai, biaya tenaga kerja, biaya listrik, biaya internet, biaya *maintenance*, biaya pemasaran, biaya sewa tempat, biaya transportasi, biaya langganan kasir, biaya kebersihan, biaya air, dan biaya hiburan selama tiga bulan.

Tabel 8 Sumber Dana

Sumber Dana		
Sumber Dana	Akumulasi	Jumlah
Modal Pemilik	100%	Rp889.353.312
Pinjaman Bank	0%	Rp -

<b>Total</b>	<b>Rp888.353.312</b>
--------------	----------------------

Telah diketahui pada Tabel 8 bahwa total kebutuhan dana yaitu sebesar Rp889.353.312 dimana kebutuhan dana tersebut akan bersumber dari dana pribadi *owner* Sewelas Coffee dan tidak ada pinjaman bank.

### 3. Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha sangat penting dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu usaha. Terdapat tiga perhitungan untuk meninjau kelayakan usaha, yaitu menggunakan perhitungan *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Period* (PBP). Berdasarkan perhitungan, didapatkan untuk nilai MARR adalah sebesar 11,01%. Setelah didapatkannya nilai MARR maka akan dilakukan perhitungan kelayakan usaha.

Tahun	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Periode	0	1	2	3	4	5
Cash Outflow	Rp 889.353.312				Rp 123.657.633	
Cash Inflow		Rp 496.849.021	Rp 522.583.081	Rp 551.069.768	Rp 577.700.030	Rp 607.207.284
Salvage Value						Rp 273.040.880
Working Capital						Rp 324.305.712
Net Cash	-Rp 889.353.312	Rp 496.849.021	Rp 522.583.081	Rp 551.069.768	Rp 454.042.398	Rp 1.204.553.876
p/f Factor	11,01%	1,000	0,901	0,811	0,731	0,658
NPV	-Rp 889.353.312	Rp 447.571.409	Rp 424.063.741	Rp 402.828.582	Rp 298.984.034	Rp 714.522.183
NPV Kumulatif	-Rp 889.353.312	-Rp 441.781.903	-Rp 17.718.162	Rp 385.110.420	Rp 684.094.455	Rp 1.398.616.637
	Interest Rate	11,01%				
	NPV	Rp 1.398.616.637				
	Payback Period	2,04				
Tahun	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Periode	0	1	2	3	4	5
Net Cash	-Rp 889.353.312	Rp 496.849.021	Rp 522.583.081	Rp 551.069.768	Rp 454.042.398	Rp 1.204.553.876
p/f Factor	55%	1,000	0,645	0,416	0,269	0,173
NPV	-Rp 889.353.312	Rp 320.547.756	Rp 217.516.371	Rp 147.982.886	Rp 78.662.839	Rp 134.638.027
1st NPV Cumulative	-Rp 889.353.312	-Rp 568.805.556	-Rp 351.289.185	-Rp 203.306.300	-Rp 124.643.461	Rp 9.994.566
Net Cash	-Rp 889.353.312	Rp 496.849.021	Rp 522.583.081	Rp 551.069.768	Rp 454.042.398	Rp 1.204.553.876
p/f Factor	56%	1,000	0,641	0,411	0,263	0,169
NPV	-Rp 889.353.312	Rp 318.492.962	Rp 214.736.638	Rp 145.155.264	Rp 76.665.154	Rp 130.377.677
2nd NPV Cumulative	-Rp 889.353.312	-Rp 570.860.350	-Rp 356.123.712	-Rp 210.968.448	-Rp 134.303.293	-Rp 3.925.617
IRR	55,72%					

Gambar 14 Perhitungan Kelayakan Usaha

Berdasarkan perhitungan kelayakan usaha pada Gambar 15, didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 9 Hasil Kelayakan Usaha

Metode	Hasil Perhitungan
NPV	Rp1.398.616.637
IRR	55,72%
<i>Payback Period</i>	2,04

Tabel 9 merupakan rekapitulasi hasil perhitungan kelayakan usaha. Berdasarkan perhitungan, didapatkan nilai NPV sebesar Rp1.398.616.637, nilai IRR sebesar 55,72%, dan *Payback Period* selama 2,04 tahun atau 24,4 bulan.

### 4. Analisis Sensitivitas

Penentuan sensitivitas adalah proses untuk mengevaluasi bagaimana dampak suatu faktor mempengaruhi hasil kelayakan usaha. Dengan mengetahui dampak perubahan yang disebabkan oleh suatu faktor tersebut dapat memberikan manfaat kepada perusahaan untuk mengantisipasi terkait kemungkinan yang terjadi serta menerapkan manajemen keputusan yang baik.

Tabel 10 Tingkat Sensitivitas Cabang Baru Sewelas Coffee

No.	Jenis Perubahan	Tingkat Sensitivitas
1	Kenaikan biaya bahan baku	56,50%
2	Kenaikan biaya tenaga kerja	135,29%
3	Penurunan harga jual produk	20,88%
4	Penurunan jumlah <i>demand</i>	20,88%

Berdasarkan Tabel 10, didapatkan hasil bahwa kenaikan biaya bahan baku sensitif pada nilai 56,50%. Hal ini berarti bahwa apabila terjadi peningkatan biaya bahan baku hingga 56,50% dari kondisi awal, maka usaha cabang baru Sewelas Coffee masih layak. Namun, apabila terjadi peningkatan biaya bahan baku melebihi 56,50% dari kondisi awal, maka akan mempengaruhi hasil kelayakan usaha dan usaha cabang baru Sewelas Coffee menjadi tidak layak.

Berdasarkan Tabel 10, didapatkan hasil bahwa kenaikan biaya tenaga kerja sensitif pada nilai 135,29%. Hal ini berarti bahwa batas maksimal kenaikan biaya tenaga kerja adalah sebesar 135,29% dari kondisi awal. Apabila terjadi peningkatan biaya tenaga kerja melebihi nilai 135,29% dari kondisi awal, maka akan mempengaruhi hasil kelayakan usaha dan usaha cabang baru Sewelas Coffee menjadi tidak layak.

Berdasarkan Tabel 10, didapatkan hasil bahwa penurunan harga jual produk sensitif pada nilai 20,88%. Hal ini berarti bahwa apabila Sewelas Coffee menurunkan harga jual produknya hingga 20,88% dari kondisi awal, maka Sewelas Coffee akan tetap mendapatkan keuntungan dan kelayakan usaha tetap dikatakan layak. Namun, apabila penurunan harga jual produk melebihi 20,88% dari kondisi awal, maka Sewelas Coffee akan mengalami kerugian dan kelayakan usaha cabang baru menjadi tidak layak.

Berdasarkan Tabel 10, didapatkan hasil bahwa penurunan jumlah *demand* sensitif pada nilai 20,88%. Hal ini berarti bahwa batas wajar penurunan jumlah *demand* adalah dibawah nilai 20,88%. Apabila terjadi penurunan jumlah *demand* melebihi 20,88%, maka Sewelas Coffee harus menyusun strategi agar *demand* tidak selalu turun sehingga kerugian yang menyebabkan ketidaklayakan usaha dapat terminimalisir.

## 5. Penentuan Risiko

Dalam menjalankan suatu usaha tentu saja terdapat risiko yang mungkin terjadi baik risiko pasar, risiko operasional, dan risiko finansial. Oleh karena itu perlu dilakukan identifikasi risiko untuk mengantisipasi dan mengelola potensi risiko yang dapat menghambat keberhasilan bisnis sehingga usaha dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Berikut merupakan risiko yang mungkin dihadapi Sewelas Coffee dalam pembukaan cabang barunya di Kota Kudus.

### 1. Risiko Pasar

Risiko pasar merupakan risiko yang berkaitan dengan perubahan kondisi pasar yang dapat mempengaruhi *demand*. Risiko pasar yang mungkin akan dihadapi Sewelas Coffee dalam cabang barunya adalah adanya kompetitor yang lokasinya berdekatan dengan jenis usaha yang sama. Risiko ini termasuk ke dalam risiko eksternal perusahaan dan tidak dapat dikendalikan. Berdasarkan hasil observasi, dalam radius 1 km dari lokasi cabang baru terdapat 4 kompetitor yang berdekatan. Dengan adanya kompetitor memungkinkan konsumen lebih memilih kompetitor. Estimasi persentase untuk risiko pasar diberikan sebesar 1,14%.

## 2. Risiko Teknis dan Operasional

Risiko teknis dan operasional merupakan risiko yang berkaitan dengan kegagalan proses produksi dan operasional usaha. Risiko teknis dan operasional yang mungkin akan dihadapi oleh Sewelas Coffee dalam cabang barunya adalah pemadaman listrik dimana berdasarkan hasil wawancara kepada *owner*, dijelaskan bahwa pernah terjadi pemadaman listrik satu hari penuh yang menyebabkan mesin tidak dapat beroperasi dikarenakan tidak adanya aliran listrik sehingga operasional kafe menjadi terganggu. *Owner* menjelaskan bahwa dalam satu tahun mungkin terjadi pemadaman listrik selama 6x. Selain itu risiko yang mungkin terjadi adalah kerusakan mesin *espresso* dan mesin *grinder* dimana dengan adanya kerusakan tersebut dapat mempengaruhi kualitas produk dan operasional kafe sehingga perlu dilakukan *maintenance* untuk mesin guna meminimalisir risiko tersebut. Estimasi persentase untuk risiko teknis dan operasional diberikan sebesar 5,13%.

## 3. Risiko Finansial

Risiko finansial yang mungkin terjadi dalam pembukaan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus adalah adanya kenaikan inflasi. Kenaikan inflasi dapat mempengaruhi operasional kafe dimana akan terjadi peningkatan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya barang habis pakai, biaya listrik, biaya internet, biaya sewa tempat, dan biaya operasional lainnya. Jika biaya-biaya tersebut naik dikarenakan kenaikan inflasi maka memungkinkan kafe untuk memperoleh keuntungan semakin sedikit. Selain itu, apabila terjadinya inflasi dan harga jual produk meningkat maka akan mempengaruhi daya beli konsumen. Estimasi persentase untuk risiko finansial diberikan sebesar 2,61% berdasarkan tingkat inflasi di Indonesia tahun 2023.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa total persentase risiko adalah sebesar 8,88%. Untuk mengetahui layak atau tidaknya cabang baru setelah diketahui risiko maka akan dilakukan perhitungan kelayakan usaha dengan perhitungan NPV, IRR, dan PBP. Berdasarkan hasil perhitungan kelayakan usaha dengan faktor risiko, didapatkan nilai NPV sebesar Rp914.598.398, nilai IRR sebesar 55,72%, dan PBP selama 2,35 tahun. Berdasarkan hasil tersebut, pembukaan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus masih dikatakan layak setelah penambahan faktor risiko dikarenakan nilai  $NPV > 0$ ,  $IRR > MARR$ , dan PBP masih berada dalam rentang periode investasi. Detail perhitungan dari kelayakan usaha dengan faktor risiko secara lengkap dapat dilihat pada lampiran penelitian.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis kelayakan usaha untuk pembukaan cabang baru Sewelas Coffee di Kota Kudus, ditemukan bahwa pasar potensial dan tersedia masing-masing sebesar 93% dan 94%, dengan target pasar sebesar 13%. Estimasi pendapatan lima tahun ke depan menunjukkan peningkatan yang stabil, dengan estimasi laba bersih setelah pajak yang terus meningkat dari tahun 2025 hingga 2029. Hasil perhitungan kelayakan menggunakan NPV sebesar Rp1.398.616.637, IRR 55,72%, dan Payback Period 2,04 tahun menunjukkan bahwa pembukaan cabang baru ini layak dijalankan. Analisis sensitivitas juga menunjukkan bahwa meskipun terdapat perubahan dalam biaya atau permintaan, usaha ini masih layak dengan risiko yang terukur.

## REFERENSI

- Aditama, R. A., & Rofiudin, M. (2020). *Pengantar Bisnis: Dilengkapi dengan Studi Kelayakan Bisnis*. (R. R. Dewi, Ed.) Malang: AE Publishing.
- Aldy, R., Riawan, P., & Sugianto, L. O. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Unmuh Ponorogo Press.
- Asman, N. (2021). *STUDI KELAYAKAN BISNIS (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*. (Kodri, Ed.) Indramayu: Penerbit Adab (CV. Adanu Abimata).
- Chumaidiyah, E. (2021). *Analisis dan Perancangan Perusahaan*. Bandung: Tel-U Press.
- Djatnika, M. F., Chumaidiyah, E., & Prambudia, Y. (2021). *Analisis Perancangan Bisnis dan Kelayakan Pembukaan Cabang Wikana Konfeksi di Daerah Bandung Raya*. *eProceedings of Engineering*, 8(5).
- Halomoan, H., Mujab, S., & Gobel, A. (2024). *Studi Kelayakan Bisnis : Seni Menilai Layak atau Tidaknya Ide Bisnis di Era Society 5.0*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Handayani, S. (2013). *BAB II TINJAUAN PUSTAKA*, 9-20. doi:<http://e-journal.uajy.ac.id/3906/3/2EM17651.pdf>
- Hanif, Z. A., & Abadi, M. T. (2023). *Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Bercukur Barbershop di Binagriya Pekalongan*. *BISMA: Business and Management Journal*, 1(02), 55-59.
- Hasan, S., Elpisah, E., Sabtohadji, J., Zarkasi, & Fachrurazi. (2022). *STUDI KELAYAKAN BISNIS*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Ibrahim, M. F., & Rinienta, M. (2020). *Ekonomi Teknik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ichsan, R. N., Nasution, L., & Sinaga, S. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis*. Medan: CV. Manhaji.
- Kasmir, & Jakfar. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, & Armstrong (2018). *Principle of Marketing* (17th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Lestari, D. A., Chumaidiyah, E., & Praptono, B. (2019). *Analisis Kelayakan Pembukaan Cabang Bisnis Serantau Coffee Di Kota Bandung Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial*. *eProceedings of Engineering*, 6(2).
- Maula, A. S., Suryana, N., & Rendra, M. (2023). *Perancangan Bisnis Dan Analisis Kelayakan Usaha Rumah Kost Di Perumahan Pakuan Regency Kota Bogor*. *eProceedings of Engineering*, 10(2).
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). *Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro*, 2, 284-294.
- Mukson, Prasetyo, E., Ekowati, T., & Setiadi, A. (2018). *Buku Ajar Tinjauan Tentang: Manajemen Pemasaran*. Semarang: Lembaga Pendidikan UNDIP.
- Putri, J. N., Chumaidiyah, E., & Prambudia, Y. (2021). *Perancangan Bisnis Dan Kelayakan Coffee Shop "kedai Om Boed" Pada Pembukaan Cabang Baru Di Kota Bandung*. *eProceedings of Engineering*, 8(5).

- Salsabila, S., Chumaidiyah, E., & Prambudia, Y. (2023). *Perancangan Usaha Pembukaan Cabang Baru pada Rumah Makan*. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 701-721.
- Sparx System. (2004). *Business Process Modelling with BPMN*. Melbourne: Sparx System.
- Sugiyanto, H., Luh, N., & Wenten, I. K. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Mengetahui Bisnis Dapat Dijalankan atau Tidak*. Tangerang Selatan: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM) Banten.
- Suharyadi & Purwanto, S.K. (2016). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern: Edisi ke-3, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empa
- Sutandi, H., Yendri, O., & Erwin, E. (2024). *Buku Ajar Studi Kelayakan Bisnis*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sobana, H. D. H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, Indonesia: Andi Offset.
- Umar, H. (2005). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Weske, M. (2007). *Business Process Management: Concepts, Languages, Architectures*. Berlin: Springer.