



Perancangan Kelayakan Usaha Pendirian Cabang *Offline Store* Kedai Kopi Berlalu di Kota Bandung

Raisha Azhari Ghaniyyah Tanra¹, Sinta Aryani^{2*}, Nanang Suryana³

¹Mahasiswa Universitas Telkom

^{2,3}Dosen Universitas Telkom

Abstract

Received: 11 Agustus 2022

Revised: 16 Agustus 2022

Accepted: 24 Agustus 2022

Kedai Kopi Berlalu is a coffee shop that has been established in Bandung since 2020. With the unique value and concept, Kedai Kopi Berlalu has successfully entered the stage of positive business growth. But during their growth period, Kedai Kopi Berlalu experienced a decline revenue in October 2021 due to long waiting time. This long waiting time was caused by a decreased employee's performance because the number of employees are no longer adequate to serve the high number of customers in September 2021. Then because there is a limited working space so it is impossible for Kedai Kopi Berlalu to add their employee, so this research was conducted to do a business feasibility planning to help the establishment process of Kedai Kopi Berlalu's branch in Bandung to solve the problem. The business feasibility planning will be conducted with the help of market, technical, and financial planning, as well STP marketing strategy, 4P marketing mix, NPV, IRR, and PBP. Then based on the results of the study, it shows that the NPV value is Rp195.155.599, the IRR is 20,22%, and the PBP is 3,22 years, so it could be said that the investment is feasible to open Kedai Kopi Berlalu's branch in Bandung.

Keywords: Feasibility Planning, STP Marketing Strategy, NPV, IRR, and PBP.

(*) Corresponding Author: sintatelu@telkomuniversity.ac.id

How to Cite: Tanra, R., Aryan, S., & Suryana, N. (2022). Business Feasibility Planning for the Establishment of Kedai Kopi Berlalu's Offline Store Branch in Bandung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(16), 483-497. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7068033>

PENDAHULUAN

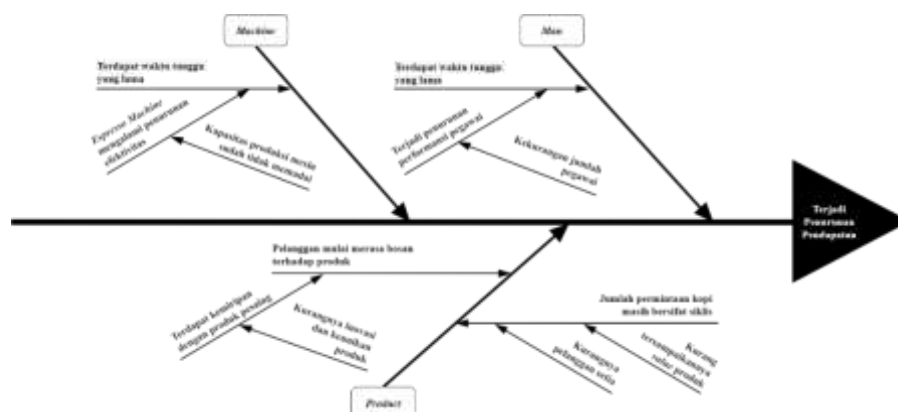
Kopi adalah suatu produk dengan peminat yang tinggi di Indonesia dan dianggap memiliki prospek bisnis yang baik. Oleh karena itu, terdapat berbagai macam olahan kopi seperti kopi saset, kopi botol, kopi kaleng, dan *coffee shop* yang dapat dijumpai di Indonesia. Dari sekian banyak *coffee shop* di Indonesia, terdapat salah satu *coffee shop* yang menarik yaitu Kedai Kopi Berlalu. Kedai Kopi Berlalu adalah suatu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang menjalankan usaha dalam bentuk *coffee shop* sejak tahun 2020. Kedai Kopi Berlalu pun memiliki keunikan dengan konsep "Transit Coffee Shop" serta *value* "Coffee Shop with Healthier Option" yang diterapkan sejak bulan Mei 2021 dan telah menjadi ciri khasnya saat ini.

Dengan konsep serta *value* yang unik, Kedai Kopi Berlalu berhasil untuk mencapai reputasi yang baik dan mengalami peningkatan pelanggan yang dapat ditunjukkan oleh peningkatan jumlah pendapatan pada bulan Juni hingga September 2021. Tetapi pada bulan Oktober 2021, Kedai Kopi Berlalu mengalami penurunan pendapatan kembali yang dapat dilihat pada grafik data pendapatan Kedai Kopi Berlalu tahun 2021 yang ada pada Gambar 1.



Gambar 1. Grafik pendapatan Kedai Kopi Berlalu tahun 2021

Penurunan pendapatan pada bulan Oktober 2021 ini diakibatkan oleh tiga faktor yaitu *man*, *machine*, dan *product*. Dari ketiga faktor tersebut, diketahui bahwa permasalahan yang sangat berpengaruh terhadap penurunan pendapatan adalah terdapatnya waktu tunggu yang lama. Lamanya waktu tunggu ini disebabkan oleh penurunan performansi pegawai dan efektivitas *espresso machine* karena pasalnya jumlah pesanan yang diterima telah melampaui kapasitas produksi yang dimiliki. Permasalahan ini pun akhirnya menyebabkan terjadinya peningkatan pada waktu proses produksi. Rincian permasalahan dapat dilihat pada *fishbone diagram* yang ada pada Gambar 2.



Gambar 2. Faktor penyebab permasalahan

Maka dengan permasalahan yang ada, dilakukan pendirian cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu di Kota Bandung untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Karena pasalnya, dengan membuka cabang *offline store* maka Kedai Kopi Berlalu dapat membuka toko dengan area yang lebih luas, menambah jumlah pegawai, menyediakan *espresso machine* dengan kapasitas lebih besar, dan menyalurkan pelanggan kepada cabang baru sehingga waktu tunggu pelanggan dapat dipersingkat dan distabilkan. Selain itu, Kedai Kopi Berlalu pun dapat memperkenalkan konsep “Transit Coffee Shop” serta *value* “Coffee Shop with Healthier Option”, memperluas segmen pasar, meningkatkan peminat, dan meningkatkan pendapatan.

Oleh karena itu, dilakukan perancangan kelayakan usaha untuk mempersiapkan proses pendirian cabang dengan merencanakan segala kebutuhan pada aspek pasar, teknis, dan finansial. Maka dilakukan perancangan pasar yang

berfungsi untuk mengetahui pasar yang dimiliki Kedai Kopi Berlalu dan dapat dimanfaatkan untuk merencanakan strategi penjualan, perancangan teknis yang berfungsi untuk merancang kebutuhan teknis serta operasional yang diperlukan, dan perancangan finansial yang berfungsi untuk mengetahui biaya yang diperlukan Kedai Kopi Berlalu untuk membuka cabang *offline store*. Lalu dilakukan analisis untuk mengetahui kelayakan rencana investasi menggunakan NPV, IRR, dan PBP.

LANDASAN TEORI

Analisis dan Perancangan Kelayakan Usaha

Analisis dan perancangan kelayakan usaha merupakan sebuah tahap awal dalam proses pengembangan atau pembuatan usaha yang berfungsi untuk memberi arah, merancang, memahami, dan menganalisis untuk mengetahui kelayakan dari suatu usaha. Analisis dan perancangan kelayakan usaha ini dapat dibantu dengan perancangan pasar, teknis, dan finansial untuk mempermudah proses perancangan. Dengan analisis dan perancangan kelayakan usaha, proses pengembangan usaha diharapkan dapat dilakukan dengan tersusun dan terencana, serta mengurangi risiko kerugian.

Perencanaan Tata Letak Fasilitas

Perencanaan tata letak fasilitas adalah suatu proses perencanaan yang berkaitan dengan desain, tata letak, dan lokasi. Perencanaan tata letak fasilitas berfungsi untuk mengoptimalkan hubungan antar aktivitas dengan fasilitas sehingga perusahaan dapat melakukan proses bisnis dengan efektif, aman, dan nyaman. Perencanaan tata letak fasilitas dapat dilakukan dengan bantuan ARC (*Activity Relationship Chart*) untuk menganalisis aliran kerja dan hubungan antar fasilitas, serta AAD (*Area Allocation Diagram*) untuk menggambarkan tata letak yang didasarkan kepada hubungan antar fasilitas yang diperoleh melalui ARC.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah suatu ilmu yang berfungsi untuk mengarahkan dan mengawasi suatu proses pemasaran yang dilakukan agar target perusahaan dapat tercapai dengan efektif, dan efisien. Proses pemasaran dapat dilakukan dengan bantuan strategi pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*) yang berfungsi untuk menentukan segmen pasar, target pasar, dan memposisikan produk, serta *Marketing Mix* 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*) yang berfungsi untuk membantu proses pemasaran menjadi lebih efektif dengan mempertimbangkan keempat aspek.

Ekonomi Teknik

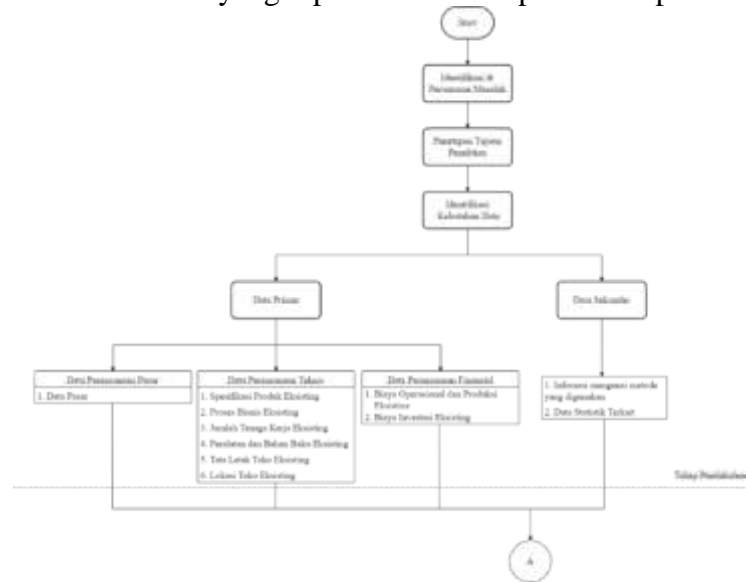
Ekonomi teknik adalah suatu ilmu yang berfungsi untuk memperkirakan, mengevaluasi, dan memutuskan perencanaan finansial dari suatu perusahaan. Perencanaan finansial dapat dilakukan dengan bantuan NPV (*Net Present Value*) yang berfungsi untuk merancang kelayakan investasi yang dimana bila nilai NPV > 0 maka investasi dapat dikatakan layak, IRR (*Internal Rate of Return*) yang berfungsi untuk mengetahui seberapa besar jumlah pengembalian minimum dari suatu investasi yang dimana bila nilai IRR $>$ MARR maka investasi dapat dikatakan layak, dan PBP (*Payback Period*) yang berfungsi untuk mengetahui jangka waktu minimum yang dibutuhkan dalam mengembalikan modal investasi yang dimana bila nilai PBP $<$ umur investasi maka investasi dikatakan dapat layak.

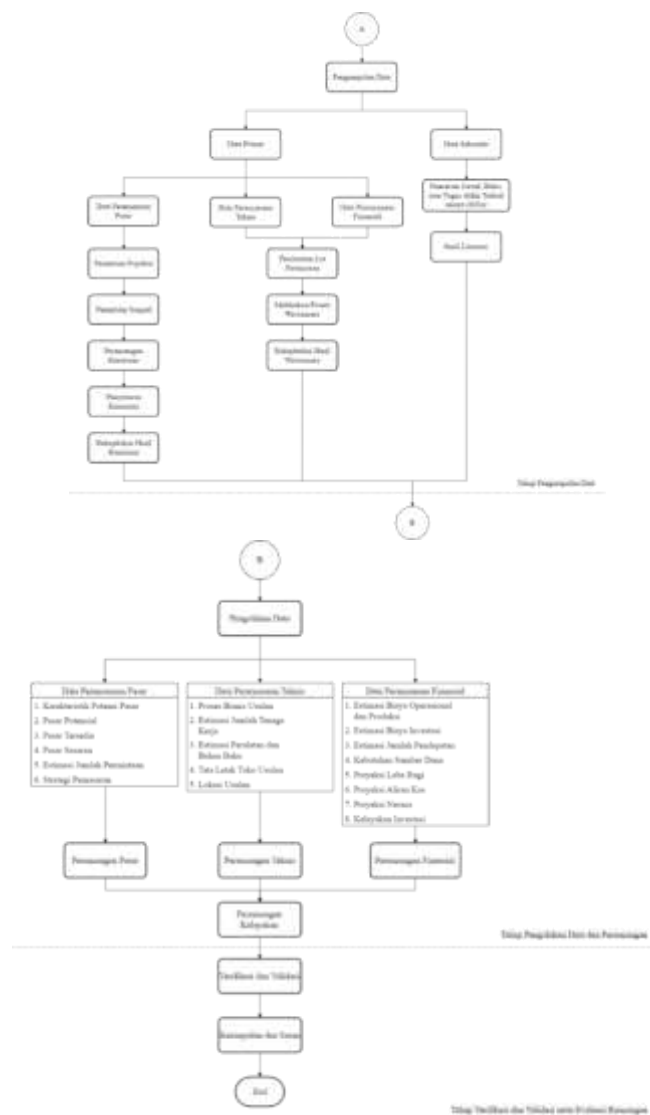
Statistika Industri

Statistika industri adalah suatu ilmu yang berfungsi untuk mengumpulkan, mengolah, serta menganalisis data juga membantu penarikan kesimpulan pada suatu penelitian. Dengan statistika industri maka dapat dilakukan seperti uji hipotesis, uji validitas, dan uji reliabilitas. Uji validitas dapat dilakukan menggunakan model *pearson product moment* serta skala likert dan bila nilai $R_{Hitung} > R_{Tabel}$ maka data dinyatakan valid, serta uji reliabilitas dapat dilakukan menggunakan uji *Cronbach's Alpha* yang dimana bila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka data dinyatakan reliabel. Dengan statika industri juga maka proses penentuan populasi dan sampel dapat menjadi lebih mudah dengan menggunakan rumus slovin.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan menggunakan metode gabungan dengan memadukan metode kualitatif dan kuantitatif. Proses pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada penduduk Kota Bandung yang berusia 15 – 29 tahun untuk memperoleh data perencanaan pasar, wawancara yang dilakukan kepada pemilik dan pegawai Kedai Kopi Berlalu untuk memperoleh data perencanaan teknis juga finansial, serta studi literatur yang dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai metode terkait. Terdapat juga empat tahap penelitian serta rincian data yang diperlukan dan dapat dilihat pada Gambar 3.





Gambar 3. Tahap Penelitian

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari penelitian adalah perancangan pasar, teknis, dan finansial, juga keputusan dari kelayakan rencana investasi. Hasil yang diperoleh merupakan tahap akhir dari pengolahan data perencanaan pasar, teknis, dan finansial yang diperoleh melalui hasil kuesioner serta wawancara yang dilakukan.

- **Perancangan Pasar**

Perancangan pasar disusun berdasarkan hasil pengolahan dari data perencanaan pasar. Data perencanaan pasar diperoleh melalui kuesioner dengan pertanyaan tertutup dan terbuka yang memiliki tiga kelompok yaitu profil responden, karakteristik potensi pasar, serta prospek pasar. Kuesioner disebar secara *online* melalui *platform* Google Form kepada 138 responden penduduk Kota Bandung yang berusia 15 – 29 tahun.

- **Pengolahan Kuesioner :**

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner, dilakukan pengkodean untuk

mengubah data kualitatif menjadi kuantitatif untuk mempermudah proses rekapitulasi, uji validitas, dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner mampu untuk mengukur apa yang ingin diukur menggunakan model *pearson product moment* pada *software IBM SPSS Statistics 26*, dan dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan valid. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi data yang dilakukan menggunakan uji *Cronbach's Alpha* pada *software IBM SPSS Statistics 26*, dan dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan reliabel.

- Karakteristik Potensi Pasar :

Karakteristik potensi pasar diperoleh berdasarkan kelompok profil responden dan karakteristik potensi pasar, lalu diketahui bahwa terdapat karakteristik potensi pasar berdasarkan jumlah terbanyak yaitu sebesar 63,8% adalah perempuan, 76,1% berusia 21 – 25 tahun, 65,9% adalah pelajar atau mahasiswa, 42,8% memiliki pendapatan kurang dari atau sama dengan Rp1.500.000, 13% memiliki tempat tinggal di kecamatan Buahbatu, 99,3% pernah membeli produk *coffee shop*, 46,7% memiliki frekuensi pembelian 4 – 6 kali, dan 51,1% mengeluarkan uang kurang dari Rp50.000 untuk membeli produk *coffee shop*.

- Pasar Potensial :

Pasar potensial diperoleh berdasarkan kelompok prospek pasar dan dikhususkan kepada responden yang memiliki minat terhadap produk. Kemudian besar pasar potensial dikalikan dengan jumlah penduduk yaitu 595.860 orang dan frekuensi pembelian yaitu sebanyak lima kali dalam satu bulan. Maka diketahui terdapat pasar potensial sebesar 96,4% untuk produk minuman *coffee* dengan jumlah 34.464.542 produk, 97,1% untuk produk minuman *non-coffee* dengan jumlah 34.714.804 produk, 86,2% untuk produk minuman kombucha dengan jumlah 30.817.879 produk, 91,3% untuk produk minuman *signature mixology* dengan jumlah 32.641.211 produk, dan 93,5% untuk produk makanan dengan jumlah 33.427.646 produk untuk setiap tahunnya.

- Pasar Tersedia :

Pasar tersedia diperoleh berdasarkan kelompok prospek pasar dan dikhususkan kepada responden yang memiliki minat serta ketersediaan untuk membeli produk. Kemudian besar pasar tersedia dikalikan dengan jumlah pasar potensial. Maka diketahui terdapat pasar tersedia sebesar 95,2% untuk produk minuman *coffee* dengan jumlah 32.810.244 produk, 96,4% untuk produk minuman *non-coffee* dengan jumlah 33.465.071 produk, 76,6% untuk produk minuman kombucha dengan jumlah 23.606.495 produk, 81,9% untuk produk minuman *signature mixology* dengan jumlah 26.733.152 produk, dan 90,5% untuk produk makanan dengan jumlah sebanyak 30.252.110 produk untuk setiap tahunnya.

- Pasar Sasaran :

Pasar sasaran diperoleh dari sebagian pasar tersedia dengan mempertimbangkan kompetitor juga kemampuan perusahaan. Besar pasar sasaran diperoleh berdasarkan hasil pembagian antara jumlah permintaan kompetitor dan jumlah pasar tersedia yang kemudian dipastikan kembali

dengan kemampuan perusahaan. Maka diketahui terdapat pasar sasaran sebesar 0,02%.

- Estimasi Jumlah Permintaan :

Estimasi jumlah permintaan diperoleh berdasarkan hasil perkalian antara pasar sasaran dan jumlah pasar tersedia dengan proyeksi jumlah penduduk menggunakan laju pertumbuhan sebesar 0,36%. Maka Kedai Kopi Berlalu diproyeksikan akan memiliki jumlah permintaan terbanyak pada tahun 2027 dan minat terbanyak pada produk minuman *non-coffee*.

Tabel 1. Estimasi jumlah permintaan

Jenis Produk	Estimasi Per-Tahun (Pcs)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Minuman <i>Coffee</i>	6413	6436	6459	6482	6506
Minuman <i>Non-Coffee</i>	6541	6564	6588	6612	6636
Minuman Kombucha	4614	4631	4647	4664	4681
Minuman <i>Signature Mixology</i>	5225	5244	5263	5282	5301
Makanan	5913	5934	5956	5977	5998
Total	28706	28809	28913	29017	29121

- Strategi Pemasaran :

Strategi pemasaran yang digunakan adalah strategi pemasaran STP serta *marketing mix* 4P dan disesuaikan dengan produk yang ditawarkan juga target yang dituju. Berdasarkan strategi pemasaran STP, Kedai Kopi Berlalu memiliki empat segmen pasar yaitu berdasarkan demografis, geografis, psikografis, serta perilaku, dan berdasarkan keempat segmen pasar tersebut Kedai Kopi Berlalu menargetkan penduduk Kota Bandung dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan dalam kelompok umur 15 – 29 tahun, lalu Kedai Kopi Berlalu meposisi produknya dengan menawarkan produk *coffee shop* yang lebih sehat tanpa mengurangi rasa dan kualitas dengan harga yang terjangkau. Sedangkan berdasarkan *marketing mix* 4P, diketahui Kedai Kopi Berlalu menawarkan produk minuman dan makanan dengan rentang harga Rp20.000 – Rp40.000, lalu Kedai Kopi Berlalu memiliki toko eksisting di Jl. Gempol Belakang, Jl. Sultan Tirtayasa No. 29 dan cabang *offline store* yang akan dibuka di Jl. Prof. Eyckman No. 26, Kedai Kopi Berlalu pun akan melakukan kegiatan promosi melalui komunitas olahraga, iklan instagram, *channel* TikTok, dan media sosial dari Kedai Kopi Berlalu.

• Perancangan Teknis

Perancangan teknis disusun berdasarkan hasil pengolahan dari data perencanaan teknis. Data perencanaan teknis diperoleh melalui wawancara yang dilakukan secara *online* dan *offline* dengan pemilik serta pegawai Kedai Kopi Berlalu.

- Proses Bisnis Usulan :

Pada proses bisnis usulan terdapat perubahan pada waktu proses persiapan pembukaan toko dan penutupan toko yang menjadi lebih lama karena area lokasi cabang baru memiliki luas yang lebih besar, waktu proses pembuatan produk minuman *coffee* yang menjadi lebih cepat karena akan dilakukan pembelian *espresso machine* dan *coffee grinder machine* dengan kapasitas produksi lebih besar, serta terdapat penambahan proses produksi yaitu proses pembuatan makanan dengan adanya rencana penambahan produk.

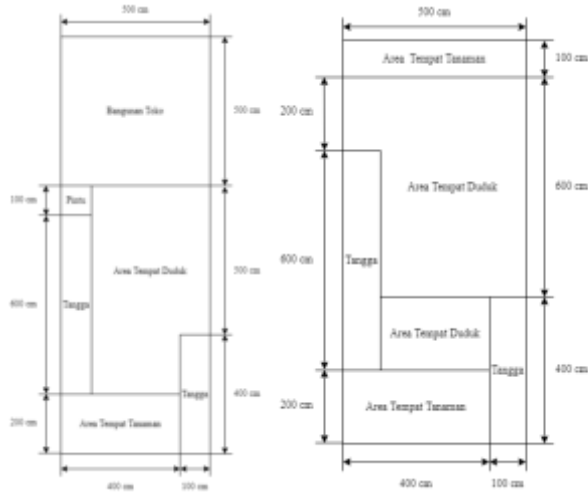
Maka terdapat tujuh proses inti yang dapat menunjang proses bisnis Kedai Kopi Berlalu dengan rincian estimasi waktu proses bisnis yang dapat dilihat pada Tabel 2, yang sudah disesuaikan dengan frekuensi yang dilakukan untuk setiap proses.

Tabel 2. Estimasi waktu proses bisnis

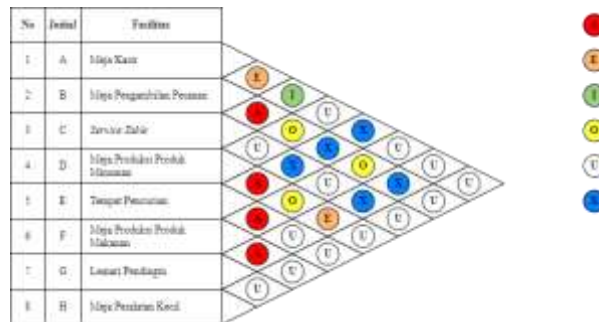
Jenis Proses	Estimasi Per-Tahun (Jam)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Pembelian Bahan Baku	31	31	31	31	31
Pemesanan Produk Makanan	34	34	34	34	34
Persiapan Pembukaan Toko	289	289	289	289	289
Transaksi Penjualan	3.827	3.841	3.855	3.869	3.883
Penerimaan Komplain	6	6	6	6	6
Persiapan Penutupan Toko	355	330	330	330	330
Proses Produksi	3.120	3.131	3.143	3.154	3.165
Total	7.662	7.662	7.687	7.713	7.738

- **Estimasi Jumlah Tenaga Kerja :**
Estimasi jumlah tenaga kerja diperoleh berdasarkan estimasi waktu proses bisnis yang disesuaikan dengan waktu kerja efektif pegawai Kedai Kopi Berlalu. Dengan pegawai Kedai Kopi Berlalu yang hanya bekerja sebanyak 8 jam per-hari dan 4 hari setiap minggunya, maka untuk memenuhi kebutuhan dengan jumlah pegawai pada setiap *shift* adalah 2 – 3 orang maka total estimasi jumlah tenaga kerja akan dikalikan dengan 1,744 yang merupakan hasil pembagian antara jumlah hari dalam satu bulan dengan jumlah hari kerja efektif per-bulan. Maka estimasi jumlah tenaga kerja yang dapat diterapkan pada cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu adalah sebanyak 8 orang dengan jumlah 1 pegawai untuk *operational manager*, 1 pegawai untuk *head barista*, 1 pegawai untuk *social media manager*, dan 5 pegawai untuk *barista / chef*.
- **Estimasi Peralatan dan Bahan Baku :**
Estimasi peralatan dan bahan baku diperoleh berdasarkan jumlah peralatan dan bahan baku eksisting yang kemudian disesuaikan dengan persentase peningkatan jumlah permintaan dan kebutuhan untuk produk baru. Persentase peningkatan jumlah permintaan ini diperoleh berdasarkan estimasi jumlah permintaan dan diketahui terdapat peningkatan sebesar 5,52% pada tahun 2023, 5,90% pada tahun 2024, 6,28% pada tahun 2025, 6,67% pada tahun 2026, dan 7,05% pada tahun 2027.
- **Lokasi Usulan :**
Lokasi usulan cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu disesuaikan berdasarkan keinginan pemilik yaitu berada pada rumah yang disewakan di Jl. Prof. Eyckman No. 26, Kota Bandung, Jawa Barat dengan luas sebesar 70 m². Lokasi usulan ini diperoleh berdasarkan hasil pertimbangan pemilik Kedai Kopi Berlalu mengenai luas area, akses transportasi, akses jalan, dan lingkungan sekitar yang dekat dengan perkantoran, rumah sakit, *mall*, juga hotel.
- **Tata Letak Usulan :**
Tata letak area toko disesuaikan dengan keinginan pemilik, sedangkan tata letak bangunan toko diperoleh menggunakan ARC (*Activity Relationship*

Chart) untuk mengetahui tingkat hubungan antar fasilitas dan digambarkan menggunakan AAD (Area Allocation Diagram) dengan allowance 100%.



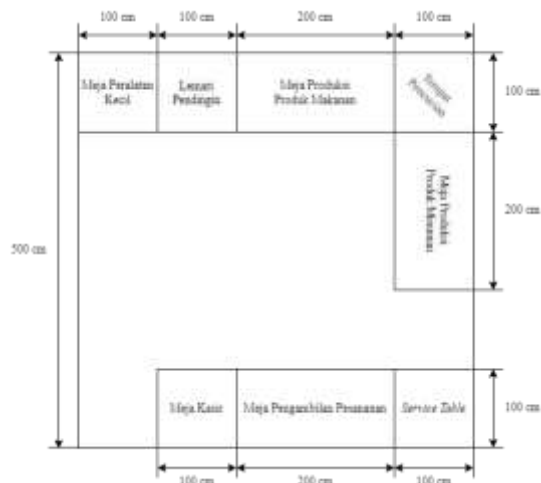
Gambar 4. Tata letak area toko usulan



Gambar 5. Diagram ARC bangunan toko



Gambar 6. Diagram AAD bangunan toko



Gambar 7. Tata letak bangunan toko cabang

- Perancangan Finansial

Perancangan finansial disusun berdasarkan hasil pengolahan dari data perencanaan finansial. Data perencanaan finansial diperoleh melalui wawancara yang dilakukan secara *online* dan *offline* dengan pemilik Kedai Kopi Berlalu.

- Estimasi Biaya Langsung :

Estimasi biaya tenaga kerja diperoleh berdasarkan estimasi jumlah tenaga kerja dan proyeksi UMK Kota Bandung dengan laju peningkatan sebesar 0,87%. Estimasi biaya tenaga kerja pun disesuaikan dengan ketentuan upah pegawai paruh waktu pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2021 dan nilai THR sesuai dengan satu bulan upah.

Tabel 3. Estimasi biaya tenaga kerja

Posisi	Estimasi Per-Tahun (Rp)				
	2023	2024	2025	2026	2027
<i>Operational Manager</i>	54.831.377	55.266.650	55.705.710	56.148.589	56.595.322
<i>Head Barista</i>	54.831.377	55.266.650	55.705.710	56.148.589	56.595.322
<i>Social Media Manager</i>	52.431.377	52.866.650	53.305.710	53.748.589	54.195.322
<i>Barista / Chef</i>	250.156.884	252.333.249	254.528.548	256.742.947	258.976.610
Total	412.251.015	415.733.199	419.245.677	422.788.715	426.362.577

Sedangkan estimasi biaya bahan baku diperoleh berdasarkan estimasi jumlah bahan baku dan proyeksi harga bahan baku dengan tingkat inflasi sebesar 1,87% per-tahun.

Tabel 4. Estimasi biaya bahan baku

Total Per-Tahun (Rp)	143.086.615	146.287.079	149.341.030	152.459.212	155.642.984
-----------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

- Estimasi Biaya Tidak Langsung :

Estimasi biaya listrik disesuaikan dengan kebutuhan listrik dan tarif listrik yang diproyeksikan. Estimasi biaya perawatan disesuaikan dengan proyeksi biaya perawatan yang dilakukan sebanyak 3x dalam satu tahun. Estimasi biaya sewa tempat diproyeksikan sesuai tingkat inflasi tanpa alasan lain. Estimasi biaya barang habis pakai disesuaikan dengan estimasi

barang habis pakai dan harga barang yang diproyeksikan. Estimasi biaya pemasaran disesuaikan dengan rencana pemasaran dan biaya pemasaran yang diproyeksikan. Seluruh biaya yang diproyeksikan dilakukan dengan tingkat inflasi sebesar 1,87% per-tahun.

Tabel 5. Estimasi biaya tidak langsung

Jenis Biaya	Estimasi Per-Tahun (Rp)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Listrik	31.304.810	31.890.210	32.486.557	33.094.055	33.712.914
Perawatan	611.220	622.650	634.293	646.155	658.238
Sewa Tempat	71.309.000	72.642.478	74.000.893	75.384.709	76.794.403
Barang Habis Pakai	4.792.498	4.899.694	5.009.287	5.121.331	5.235.882
Pemasaran	41.562.960	42.340.187	43.131.949	43.938.516	44.760.167

- Estimasi Biaya Investasi :

Estimasi biaya investasi berwujud diperoleh dengan menyesuaikan bangunan, mesin, dan peralatan yang diperlukan. Sedangkan estimasi biaya investasi tidak berwujud diperoleh berdasarkan keperluan untuk pendaftaran perlindungan hak merek dan surat izin usaha perdagangan.

Tabel 6. Estimasi biaya investasi

Jenis Biaya	Total Biaya
Investasi Berwujud	Rp205.677.000
Investasi Tidak Berwujud	Rp0

- Estimasi Jumlah Pendapatan :

Estimasi jumlah pendapatan diperoleh berdasarkan estimasi jumlah permintaan dan median dari harga produk yang diproyeksikan menggunakan tingkat inflasi sebesar 1,87% per-tahun.

Tabel 7. Estimasi jumlah pendapatan

Total Per-Tahun (Rp)	2023	2024	2025	2026	2027
	875.196.429	894.772.228	914.785.884	935.247.193	956.166.166

- Kebutuhan Sumber Dana :

Dana awal yang diperlukan terdiri dari estimasi biaya investasi, modal awal yang terdiri dari estimasi biaya langsung, biaya sewa tempat, biaya listrik, biaya pemasaran, dan biaya barang habis pakai, biaya pembuatan SIUP, serta biaya perlindungan hak merek. Kebutuhan dana awal tersebut akan dipenuhi oleh investor sebesar 50% dan pemilik Kedai Kopi Berlalu sebesar 50% dengan total sebanyak Rp381.753.725.

- Proyeksi Laba Rugi :

Proyeksi laba rugi diperoleh berdasarkan data-data yang sudah diolah sebelumnya dan diketahui Kedai Kopi Berlalu akan mendapatkan laba yang terus meningkat untuk 5 tahun yang akan datang.

Tabel 8. Proyeksi laba rugi

Tahun	2023	2024	2025	2026	2027
EAIT (Rp)	117.980.692	127.719.988	137.955.316	148.485.449	159.317.696

- Proyeksi Aliran Kas :

Proyeksi aliran kas diperoleh berdasarkan data-data yang sudah diolah sebelumnya dan diketahui bahwa Kedai Kopi Berlalu diproyeksikan akan memiliki *final cash balance* yang terus bertambah untuk 5 tahun yang akan datang.

Tabel 9. Proyeksi aliran kas

Tahun	2023	2024	2025	2026	2027
Final Cash Balance (Rp)	311.407.916	456.478.405	611.784.220	777.620.169	954.288.366

- Proyeksi Neraca :

Proyeksi neraca diperoleh berdasarkan data-data yang sudah diolah sebelumnya dan diketahui bahwa Kedai Kopi Berlalu diproyeksikan akan memiliki total aset dan ekuitas yang seimbang serta bertambah untuk 5 tahun yang akan datang dan dapat dilihat pada Tabel 10 dalam rupiah.

Tabel 10. Proyeksi aliran kas

Tahun	2023	2024	2025	2026	2027
Total Aset	499.734.416	627.454.405	765.409.720	913.895.169	1.073.212.866
Total Ekuitas	499.734.416	627.454.405	765.409.720	913.895.169	1.073.212.866

- Kelayakan Investasi :

Kelayakan investasi diputuskan berdasarkan hasil perhitungan NPV, IRR, dan PBP. Lalu dilakukan perhitungan untuk mengetahui nilai MARR menggunakan rumus R_i model CAPM dengan *risk free rate* mengacu kepada 10Y Yield Indonesia Government Bond bulan Desember 2021, sedangkan nilai $(R_m - R_f)$ atau *Market Risk Premium* dan Beta mengacu kepada saham Starbucks Corporation (SBUX) menurut *fiscal years* yang berakhir bulan Oktober 2021.

$$R_i = R_f + \beta \cdot (R_m - R_f) \quad (1)$$

$$R_i = 6,376\% + 0,95 \cdot 4,2\%$$

$$R_i = 10,37\%$$

Maka dengan nilai MARR sebesar 10,37%, diperoleh nilai NPV yaitu Rp195.155.599, IRR 20,22%, dan PBP 3,22 tahun. Oleh karena itu rencana investasi dikatakan layak karena nilai NPV > 0, IRR > MARR, dan PBP ≤ umur investasi dan rencana pembukaan cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu dapat dilakukan.

KESIMPULAN

Kedai Kopi Berlalu adalah sebuah *coffee shop* yang berdiri di Kota Bandung sejak tahun 2020 dan memiliki konsep “Transit Coffee Shop” serta *value* “Coffee Shop with Healthier Option”. Pada bulan Oktober 2021, Kedai Kopi Berlalu mengalami penurunan pendapatan yang diakibatkan oleh terdapatnya waktu tunggu yang lama yang merupakan dampak dari penurunan performansi pegawai dan efektivitas *espresso machine* karena jumlah pesanan telah melampaui kapasitas produksi yang dimiliki. Dalam menyelesaikan permasalahan tersebut, akan dilakukan pendirian cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu di Kota Bandung.

Maka dilakukan perancangan kelayakan usaha untuk mempersiapkan proses pendirian cabang dengan bantuan perancangan pasar, teknis, dan finansial, juga kelayakan rencana investasi menggunakan perhitungan NPV, IRR, dan PBP. Lalu berdasarkan hasil penelitian diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut.

- Rancangan aspek pasar, teknis, dan finansial telah sesuai dengan spesifikasi dan standar perancangan.
- Rancangan aspek pasar, teknis, dan finansial dikatakan wajar dan dapat diterima oleh pemilik Kedai Kopi Berlalu.

- Rencana investasi pembukaan cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu dinyatakan layak dan dapat dilaksanakan.

REFERENSI

- Agustina, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Aliludin, A. (2011). *Ekonomi Teknik*. Jakarta Utara: PT Rajagrafindo Persada.
- Amaly, N. F., Praptono, B., & Iqbal, M. (2015). Analisis Kelayakan Pembukaan Cabang Coffee Shop Kedai Sabi di Tamansari, Kota Bandung Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, dan Aspek Finansial. *e-Proceeding of Engineering*.
- Asy-syafi'i, M. K., Dr. Ir. Endang Chumaidiyah, M., & Maria Dellarosawati, S. M. (2022). Perancangan Usulan Sistem Usaha Pembuatan Workshop Furnitur pada Bootstrap.Id di Kabupaten Bandung Barat.
- Badan Pusat Statistik. (2022, January 10). From Badan Pusat Statistik Kota Bandung: <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/12/85/1/penduduk-kota-bandung-berdasarkan-kelompok-umur.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2022, August 9). From bandungkota.bps.go.id: <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2020/07/06/687/jumlah-dan-laju-pertumbuhan-penduduk-di-kota-bandung-2014-2018.html>
- Bank Indonesia. (2022, January 12). From [bi.go.id](https://www.bi.go.id): <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/target-inflasi.aspx>
- Bank Indonesia. (2022). *Asesmen Transmisi Suku Bunga Kebijakan Kepada Suku Bunga Dasar Kredit Perbankan*.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum & HAM R.I. (2022, August 8). From dgip.go.id: <https://dgip.go.id/menu-utama/merek/biaya>
- Ghaisani, N. A., Hasun, F., & Aryani, S. (2021). Analisis Kelayakan Pembukaan Cabang Bloom Coffee di Kota Cirebon Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, dan Aspek Finansial.
- Google. (2021, December 13). From trend.google.co.id: <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=all&geo=ID&q=kopi>
- Google. (2021, December 13). From trend.google.co.id: <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=all&geo=ID&q=coffee%20shop>
- Khanza, A. R., Chumaidiyah, E., & Dellarosawati, M. (2021). Perancangan Bisnis dan Kelayakan Pendirian Cabang Offline Store Humblezing di Jakarta Selatan.
- 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.
- Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia. (2020). *Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 tentang Perubahan Keempat atas Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Nomor 28 Tahun 2016*.

- Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia. (2016). *Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2016 tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja / Buruh di Perusahaan.*
- Menteri Keuangan. (2009). *Peraturan Menteri Keuangan Nomor 96/PMK.03/2009 tentang Jenis-Jenis Harta yang Termasuk dalam Kelompok Harta Berwujud Bukan Bangunan untuk Keperluan Penyusutan.*
- Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2009). *Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan.*
- Menteri Tenaga Kerja Republik Indonesia. (1999). *Peraturan Menteri Tenaga Kerja Nomor PER-01/MEN/1999 tentang Upah Minimum.*
- Perusahaan Listrik Negara. (2022, August 8). From web.pln.co.id:https://web.pln.co.id/statics/uploads/2022/06/TA-Juli-s.d-Sept-2022-3.jpg
- Presiden Republik Indonesia. (2018). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha Yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.*
- Presiden Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2021 tentang Pengupahan.*
- Presiden Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.*
- Presiden Republik Indonesia. (2021). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.*
- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran.* Denpasar: Universitas Udayana.
- Rahmawati, F., Dr. Ir. Endang Chumadiyah, M., & Meldi Rendra, S. M. (2020). Analisis Kelayakan Usaha Pembukaan Cabang Baru Kedai Kopi Sonja Dengan Konsep Coworking Space Di Kota Depok.
- Rasmikayati, E., Pardian, P., Hapsari, H., Ikhsan, R. M., & Saefudin, B. R. (2017). Kajian Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kopi serta Pendapatnya terhadap Varian Produk dan Potensi Kedainya. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 117-133.
- Samsul Budiarto, M. (2013). Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Pendekatan Mark Plus & Co Di Kandatel Jakarta. *INDEPT, Vol. 3, No.1.*
- Setiawan, N. (2007). *Penentuan Ukuran Sampel Memakai Rumus Slovin dan Tabel Krejcie-Morgan Telaah Konsep dan Aplikasinya.* Bandung: Universitas Padjajaran.
- Singh, S., & Saluja, D. (2013). Customer Satisfaction Study of Barista Coffee. *European Journal of Commerce and Management Research (EJCMR) Vol-2, Issue 6.*
- Singh, S., & Saluja, D. (2013). Customer Satisfaction Study of Barista Coffee. *European Journal of Commerce and Management Research (EJCMR) Vol-2, Issue 6.*
- Sobana, D. H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis.* Bandung: CV Pustaka Setia.
- Statista. (2021, December 13). From [statista.com:https://www.statista.com/study/74920/coffee-market-in-indonesia/](https://www.statista.com/study/74920/coffee-market-in-indonesia/)
- Sugiyono, A. (2018). *Buku Ajar Perencanaan Tata Letak Fasilitas (PTLF).*

Semarang: Universitas Islam Sultan Agung.

Wibisana, A., Adlin, I. A., & Indrawati, W. (2020). *Ekonomi Teknik*. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.

Yu, J.-P., & Yoon, N.-S. (2011). The Market Segmentation of Coffee Shops and the Difference Analysis of Consumer Behavior: A Case based on Caffe Bene. *Journal of Distribution Science* 9-4, 5-13.