



**ANALISIS KELAYAKAN USAHA COFFEE SHOP
DI KECAMATAN MARPOYAN DAMAI
KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU
(STUDI KASUS: COFFEE SHOP DAKOPAT)**

OLEH:

MUHAMMAD ARIFF

184210201

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian*



**UNIVERSITAS
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2023
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



**ANALISIS KELAYAKAN USAHA COFFEE SHOP
DI KECAMATAN MARPOYAN DAMAI
KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU
(STUDI KASUS: COFFEE SHOP DAKOPAT)**

SKRIPSI

**NAMA : MUHAMMAD ARIF
NPM : 184210201
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**

**KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF YANG TELAH DILAKSANAKAN PADA TANGGAL
30 MARET 2023 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN
YANG TELAH DISEPAKATI. KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN
SYARAT PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**MENYETUJUI
DOSEN PEMBIMBING**

**Dr. Azharuddin M. Amin, M.Sc
NIDN: 1007046801**

**DEKAN FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**KETUA PROGRAM STUDI
AGRIBISNIS**

**Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP
NIDN: 0013086004**

**Sisca Vaulina, SP., MP
NIDN: 1021018302**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

Kata Persembahan



*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Alhamdulillah, Alhamdulillah, Alhamdulillahirobbil 'alamin*

Yang utama dari segalanya, sujud syukur kepada Allah SWT sang pemilik jagad raya beserta isinya. Maha suci engkau dengan segala kebesaran-Mu dan segala pujian hanya untuk-Mu ya Allah. Kepada Al-Mahiy, sholawat bersampulkan salam aku hadiahkan sebagai penanda kerinduanku atas pengorbananmu menghabiskan waktu untuk kemaslahatan umat. "Allahumma sholli a'laa muhammadin nabiyyil ummiyyi wa'ala aalihi wasallim".

Kupersembahkan karya kecil ini kepada kedua orang tuaku. Tak ada kata yang mampu menjelaskan betapa bersyukur aku memiliki laki-laki dan wanita hebat seperti kalian didunia ini. Tak ada balasan yang setimpal atas perjuangan dan pengorbanan yang telah kalian lakukan untukku selama ini. Terima kasih karena telah mendoakan dan memberikan semangat dikala rumitnya dunia perkuliahan. Terima kasih juga kepada kakakku karena telah memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk seluruh keluarga dan orang-orang terdekat yang mendukung perjuanganku, terima kasih.

Teruntuk Dosen Pembimbingku, Bapak Dr. Azharuddin M. Amin, M.Sc. Terima kasih atas bimbingan dan arahnya dalam pembuatan skripsi. Terima kasih sudah meluangkan waktu dalam masa pembuatan skripsi dikala bapak sedang sibuk. Terima kasih karena sudah diajak pergi-pergi ke dalam kegiatan bapak. Terima kasih karena telah mengajarkan banyak hal. Segala ilmu yang bapak berikan kepada saya dan anak bimbingan bapak yang lain, insha allah akan menjadi ladang pahala dan amal jariyah untuk bapak. Terima kasih juga kepada Bapak Khairizal, SP., M.MA, Hajry Arief Wahyudy, SP., M.MA dan selaku dosen penguji karena telah banyak memberikan kritik dan saran. Terima kasih juga kepada Pembimbing Akademik dan sempat menjadi penguji disaat Seminar Proposal Bapak Dr. Ir. Saipul Bahri, M.Ec.

Teruntuk Dosen-Dosen Pertanian yang telah banyak memberikan ilmunya dan nasehatnya, Terima kasih kepada Ibu Sisca Vaulina, SP., MP karena telah mengajarkan banyak hal, mempercayakan menjadi ketua tim PKM-T Galo-galo, menjadi Mentor Modul Nusantara, mengajak dalam pengabdian dosen dan



mengajak dalam penyusunan akreditasi Agribisnis. Terima kasih kepada Ibu Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si karena telah membantu dalam mengurus persyaratan-persyaratan skripsi dari awal hingga akhir. Terima kasih kepada Bapak Khairizal, SP., M.MA karena telah membantu dalam mencari solusi terbaik disaat lupa membayar uang sks yang mengakibatkan cuti kuliah dan terlambat dalam memulai pembuatan skripsi.

Teruntuk kawan-kawan seperjuangan yang menjadi saksi perjalananku dalam mendapatkan gelar seorang sarjana pertanian dengan berbagai permasalahan didalamnya, aku ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kalian semua atas segala kebaikan, ketulusan, dan pertolongan yang telah kalian berikan kepadaku. Terima kasih kepada Sufiyan Ardi, S.P, Muhammad Rifki, Nia Oskarlina, S.P, Cantika Dwi Syahfitri, S.P, Denita Anastasia Utami, S.P, Resnaldi Yandra, Khairudin, Ahmad Aris a.k.a Pak de, Elanda Oktaviansyah, S.P dan semua kawan-kawan di kelas Agribisnis B'18. Semoga kita semua sukses dan dapat membanggakan kedua orang tua kita serta menjadi apa yang kita cita-citakan.

Teruntuk ABC a.k.a Anak Belakang Company yang menjadi penghibur dikala rumitnya dunia perkuliahan dan dengan ketidak jelasnya kalau diajak jalan-jalan yang selalu wacana. Terimakasih kepada Alif, Arif K, Abdi, Aes, Anut, Deka, Dila, Manda, Tesa semoga kita sukses semua, cita-cita tercapai dan nggak wacana lagi.

Teruntuk kawan-kawan Badminton yang sudah menjadi tempat meluapkan emosi disaat dunia sedang tidak baik-baik saja. Terimakasih kepada Arif K, Alif, Abdi, Kiki, Ramadhan, Bg Riski, Andra, Bg Nopri, Bg Roman, Bg Agung.

Semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya, aku sadar skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena sesungguhnya, kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT.

Terakhir sedikit motivasi urang sampai awak tibo, selesaikan apa yang sudah kamu mulai walaupun kamu selesainya tak secepat yang lain karena setiap orang ada masanya setiap masa ada orangnya. Semua akan indah pada waktunya.

-Muhammad Arif, S.P-

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



BIOGRAFI PENULIS

Penulis dilahirkan pada tanggal 13 November 2000 di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Yusriadi dan Ibu Ridawati Nasution. Penulis menyelesaikan Sekolah Dasar pada tahun 2012 di

SDN 068 Pekanbaru, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 032 Pekanbaru dan selesai pada tahun 2015. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 2 Pekanbaru dan selesai Pada tahun 2018. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan ke jenjang pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Islam Riau Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis. Penulis telah melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kelayakan Usaha *Coffee Shop* di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Provinsi Riau (Studi Kasus: *Coffee Shop* Dakopat)”**.

Alhamdulillah dengan izin Allah Subhanahu Wa Ta'ala pada tanggal 30 Maret 2023 penulis telah menyelesaikan Ujian Komprehensif dan dinyatakan lulus ujian sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

Muhammad Arif, S.P

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

ABSTRAK

MUHAMMAD ARIF (184210201). Analisis Kelayakan Usaha *Coffee Shop* di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Provinsi Riau (Studi Kasus: *Coffee Shop* Dakopat), di bawah bimbingan Bapak Dr. Azharuddin M. Amin, M.Sc.

Industri kopi di Indonesia sangat beragam, dari unit usaha kecil yang berskala industri rumahan hingga industri berskala multinasional. *Coffee shop* merupakan salah satu usaha kopi yang cenderung mengalami perkembangan yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: 1) Karakteristik pengusaha dan profil usaha *coffee shop* Dakopat, 2) Ketersediaan, perolehan dan penggunaan bahan baku dan bahan penunjang pada usaha *coffee shop* Dakopat, 3) Kelayakan usaha *coffee shop* Dakopat dari aspek non finansial dan finansial, dan 4) Sensitivitas usaha *coffee shop* Dakopat terhadap peningkatan harga input produksi, penurunan harga jual dan penurunan jumlah pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus pada usaha *coffee shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan dimulai dari bulan September 2022 sampai dengan Februari 2023. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha *coffee shop* Dakopat. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif yang meliputi aspek non finansial (aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek lingkungan, dan aspek hukum) dan aspek finansial melalui empat kriteria investasi (NPV, IRR, *Net B/C Ratio* dan *Payback Period*) dan analisis sensitivitas dianalisis dengan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pengusaha menunjukkan pengusaha berada pada kelompok usia produktif yaitu berumur 28 tahun, lama pendidikan 12 tahun (SMA), pengalaman berusaha yaitu selama 4 tahun dan jumlah tanggungan keluarga sebanyak 2 orang. Skala usaha mikro yang menggunakan 1 orang tenaga kerja dalam keluarga dan sumber modal adalah modal sendiri. Ketersediaan, perolehan dan penggunaan bahan baku diperoleh langsung dari *supplier* baik secara online maupun secara langsung di pasar lokal. Kelayakan non finansial dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, dan aspek lingkungan *coffee shop* Dakopat layak, akan tetapi untuk aspek hukum belum layak karena belum memperoleh dokumen perizinan yang mendukung legalitas usaha. Kelayakan secara finansial usaha *coffee shop* Dakopat juga sudah layak untuk dijalankan dan dikembangkan 10 tahun ke depan dilihat dari nilai NPV sebesar Rp.92.331.567, IRR sebesar 81,85%, *Net B/C* sebesar 5,43 dan *payback period* 1 tahun 6 bulan 10 hari. Berdasarkan analisis sensitivitas terhadap peningkatan harga beli input produksi 7,69%, penurunan harga jual minuman kopi 7,24%, dan penurunan jumlah pelanggan 3,24% maka usaha *coffee shop* Dakopat masih layak untuk dikembangkan karena masih memenuhi persyaratan 4 kriteria investasi yaitu $NPV > 0$, $Net B/C > 1$, $IRR > i$ (12%) dan *payback period* < umur usaha (10 tahun).

Kata Kunci: *Kelayakan, Coffee Shop, Finansial, Non Finansial*



ABSTRACT

MUHAMMAD ARIF (184210201). Feasibility Analysis of Coffee Shop Business in Marpoyan Damai District, Pekanbaru City Riau Province (Case Study: Coffee Shop Dakopat), Supervisor by Dr. Azharuddin M. Amin, M.Sc.

The coffee industry in Indonesia is very diverse from small-scale to multinational-scale coffee industries. Coffee shop is one of the coffee businesses experiencing growth significantly. This study aims to analyze: 1) Characteristics of entrepreneurs and profiles of the Dakopat coffee shop business, 2) Availability, acquisition and use of raw and supporting materials in the Dakopat coffee shop business, 3) Feasibility of the Dakopat coffee shop business from non-financial and financial aspects, and 4) The sensitivity of the Dakopat coffee shop business to increasing production costs, decreasing selling prices and decreasing the number of customers. A case study method was used in this study, in the Dakopat coffee shop business in Marpoyan Damai District Pekanbaru City Riau Province. This research was conducted for ten months starting from September 2022 to February 2023. The respondents in this study was the owner of the Dakopat coffee shop business. Data analysis uses descriptive quantitative and qualitative analyses covering non-financial aspects (market and marketing, technical and technological, environmental, and legal aspects) and financial aspects through four investment criteria (NPV, IRR, Net B/C Ratio and Payback Period) and sensitivity was analyzed by quantitative descriptive analysis. The results showed that the characteristics of entrepreneurs were in the productive age group, namely 28 years old, 12 years of education (SMA), 4 years of business experience and 2 number of families. Micro-scale businesses that use a worker in the family and the source of capital by equity. Availability, acquisition and use of raw supporting materials obtained directly from suppliers both online and directly in the local market. Non-financial feasibility aspects consist of market and marketing, technical and technological, and environmental aspects of the Dakopat coffee shop business was feasible, but for legal aspects it was not feasible because they have not obtained licensing documents that support business legality. The financial feasibility of the Dakopat coffee shop business was also feasible to develop for the next 10 years, because has NPV value of IDR 92,331,567, IRR of 81.85%, Net B/C of 5.43 and payback period of 1 year 6 month 10 days. Based on the sensitivity analysis of the increase in price of production inputs by 7.69%, the decrease in the selling price of coffee drinks by 7.24%, and the decrease in the number of customers by 3.24%. The Dakopat coffee shop business was still feasible to develop because it still meets the requirements of 4 investment criteria, namely $NPV > 0$, $Net\ B/C > 1$, $IRR > i$ (12%) and payback period $<$ business life (10 years).

Keywords: *Feasibility, Coffee Shop, Financial, Non-financial*

KATA PENGANTAR

Puji syukur diucapkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kelayakan Usaha *Coffee Shop* di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Provinsi Riau (Studi Kasus: *Coffee Shop* Dakopat)”. Skripsi ini merupakan hasil dari pengamatan penulis selama melakukan penelitian di usaha *Coffee Shop* Dakopat. Selanjutnya Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Azharuddin M. Amin, M. Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan serta arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Kedua orang tua beserta keluarga yang telah memberikan dukungan doa, moril dan materil bagi penulis,
3. Teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan memberikan semangat bagi penulis.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai hasil yang baik. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca maupun penulis.

Pekanbaru, April 2023

Penulis

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU





DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha	11
2.1.1. Karakteristik Pengusaha	11
A. Umur	11
B. Tingkat Pendidikan	12
C. Pengalaman Berusaha	14
D. Jumlah Tanggungan Keluarga	15
2.1.2. Profil Usaha	15
A. Tempat Usaha	16
B. Skala Usaha	16



C. Tenaga Kerja	18
D. Modal Usaha.....	19
E. Segmen Pasar	20
2.2. Usaha Agroindustri	21
2.2.1. Pengertian Agroindustri	21
2.2.2. Kopi	23
A. Tinjauan Kopi dalam Perspektif Islam.....	23
B. Usaha <i>Coffee Shop</i>	25
2.2.3. Pengadaan Bahan Baku	29
2.2.4. Bahan Penunjang	30
2.3. Studi Kelayakan Bisnis	30
2.3.1. Tujuan Studi Kelayakan	31
2.3.2. Manfaat Studi Kelayakan	33
2.3.3. Tahapan Studi Kelayakan.....	35
2.3.4. Aspek Studi Kelayakan	36
A. Aspek Non Finansial	36
B. Aspek Finansial	44
2.4. Analisis Sensitivitas	52
2.5. Penelitian Terdahulu	53
2.6. Kerangka Pemikiran.....	61
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	65
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian	65
3.2. Teknik Penentuan Responden.....	65



3.3. Jenis dan Sumber Data.....	66
3.3.1. Jenis Data.....	66
3.3.2. Sumber Data	66
3.4. Konsep Operasional	67
3.5. Analisis Data.....	69
3.5.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha <i>Coffee Shop Dakopat</i>	69
3.5.2. Ketersediaan, Perolehan dan Penggunaan Bahan Baku dan Bahan penunjang pada Usaha <i>Coffee Shop Dakopat</i>	70
3.5.3. Analisis Kelayakan Usaha <i>Coffee Shop Dakopat</i>	70
A. Analisis Kelayakan Non Finansial Usaha <i>Coffee</i> <i>Shop Dakopat</i>	70
B. Analisis Kelayakan Finansial Usaha <i>Coffee</i> <i>Shop Dakopat</i>	72
3.5.4. Analisis Sensitivitas Usaha <i>Coffee Shop Dakopat</i>	77
3.6. Asumsi Dasar	78
BAB IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	80
4.1. Letak Geografis Daerah	80
4.2. Keadaan Umum Penduduk	80
4.2.1. Jumlah Penduduk, Umur dan Jenis Kelamin	80
4.2.2. Keadaan Pendidikan Penduduk.....	82
4.2.3. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencarian	82
4.3. Keadaan Pertanian di Kecamatan Marpoyan Damai	83
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	85
5.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha <i>Coffee Shop Dakopat</i>	85



5.1.1. Karakteristik Pengusaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat.....	85
A. Umur.....	86
B. Tingkat Pendidikan.....	87
C. Pengalaman Berusaha.....	88
D. Jumlah Tanggungan Keluarga.....	89
5.1.2. Profil Usaha.....	90
A. Tempat Usaha.....	90
B. Skala Usaha.....	91
C. Tenaga Kerja.....	91
D. Modal Usaha.....	92
E. Segmen Pasar.....	92
5.2. Ketersediaan, Perolehan dan Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang pada Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat.....	93
5.3. Analisis Kelayakan Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat.....	95
5.3.1. Analisis Kelayakan Non Finansial.....	95
5.3.2. Analisis Kelayakan Finansial.....	109
5.4. Analisis Sensitivitas.....	122
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	128
6.1. Kesimpulan.....	128
6.2. Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN.....	137

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Perkembangan Produksi Kopi Provinsi Riau Tahun 2017-2021	5
2. <i>Coffee Shop</i> / Cafe di Jalan Arifin Ahmad, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru	7
3. Contoh Laporan Laba Rugi	47
4. Jumlah Penduduk Kecamatan Marpoyan Damai Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2021	81
5. Banyaknya Murid Sekolah Umum menurut Tingkat Pendidikan di Kecamatan Marpoyan Damai, Tahun 2020	82
6. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Kecamatan Marpoyan Damai, Tahun 2019	83
7. Produksi Sayur-Sayuran, Buah-Buahan, dan Ternak di Kecamatan Marpoyan Damai, Tahun 2020	84
8. Karakteristik Pengusaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat, Tahun 2022	85
9. Varian Minuman Kopi Hasil Produksi <i>Coffee Shop</i> Dakopat	107
10. Biaya Investasi Awal <i>Coffee Shop</i> Dakopat Tahun 2022	110
11. Rekapitulasi Biaya Investasi Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022 – 2032 .	111
12. Biaya Operasional Awal Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat Tahun 2022..	113
13. Rekapitulasi Biaya Operasional Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022 – 2032 .	114
14. Rekapitulasi Proyeksi Penerimaan Kotor Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022 – 2032	115
15. Rekapitulasi Proyeksi Penerimaan Bersih Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022 – 2032	116



16. Laporan Rugi-Laba Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022	117
17. Kriteria Investasi NPV, IRR, <i>Net B/C Ratio</i> dan <i>Payback Period</i> pada Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022	118
18. Kriteria Investasi NPV, IRR, <i>Net B/C</i> dan <i>Payback Period</i> Ketika Terjadi Peningkatan Harga Beli Input Produksi Sebesar 7,96% Pada Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022-2032	123
19. Kriteria Investasi NPV, IRR, <i>Net B/C</i> dan <i>Payback Period</i> Ketika Terjadi Penurunan Harga Jual Minuman Kopi Sebesar 7,24% Pada Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022-2032	124
20. Kriteria Investasi NPV, IRR, <i>Net B/C</i> dan <i>Payback Period</i> Ketika Terjadi Penurunan Jumlah Pelanggan Sebesar 3,24% Pada Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022-2032	125
21. Rekapitulasi Hasil Analisis Sensitivitas Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022-2032	126

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Konsumsi Kopi Nasional.....	2
2. Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor-Import Kopi Indonesia.....	4
3. Kerangka Pemikiran Penelitian	64
4. <i>Layout Coffee Shop</i> Dakopat	98
5. Mesin Penggiling Kopi.....	99
6. Mesin Espresso	100
7. <i>Portafiter</i>	100
8. <i>Espresso Tampers</i>	101
9. Rok Presso	102
10. <i>Coffee Dripper</i>	103
11. <i>Aeropress</i>	103
12. <i>Milk Jug</i>	104
13. <i>Whipped Cream Dispenser</i>	104
14. <i>Vietnam Drip</i>	105

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022.....	137
2. <i>Layout</i> Tempat Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022.....	138
3. Distribusi Biaya Investasi dan Reinvestasi Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032.....	139
4. Penyusutan Alat Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022.....	147
5. Biaya Operasional Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032.....	149
6. Jumlah Pesanan, Rata-Rata Harga Jual dan Penerimaan Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032.....	154
7. Analisis Kelayakan Finansial Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032	155
8. Analisis Sensitivitas Peningkatan Harga Beli Input Produksi sebesar 7,69% pada Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032.....	156
9. Analisis Sensitivitas Penurunan Harga Jual Minuman Kopi sebesar 7,24% pada Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032.....	157
10. Analisis Sensitivitas Penurunan Jumlah Pelanggan sebesar 3,24% pada Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032	158
11. Dokumentasi	159

BAB I. PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

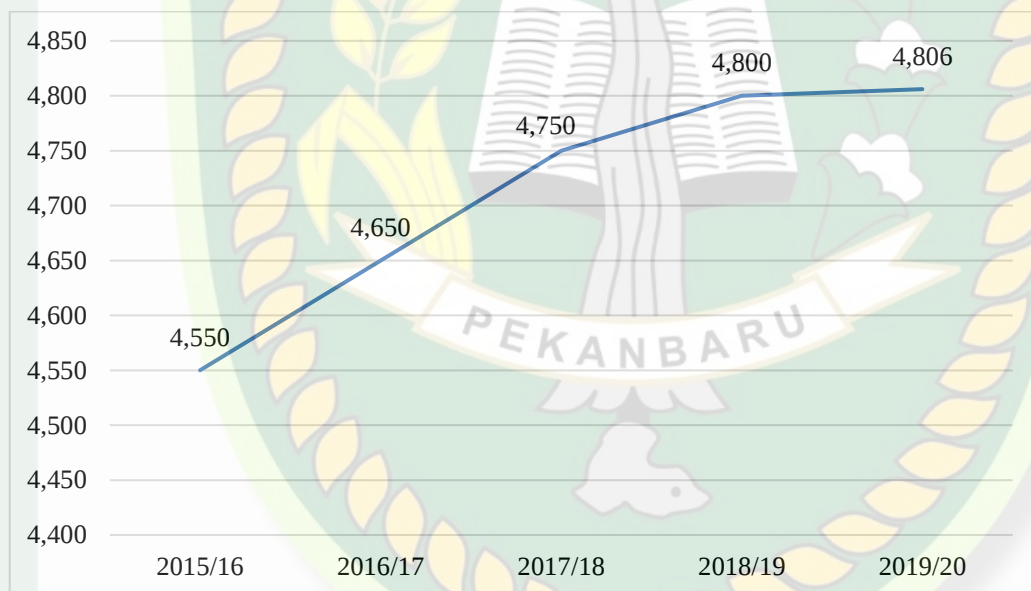
Indonesia merupakan negara agraris, maka sektor pertanian merupakan sektor yang penting dalam struktur perekonomian Indonesia. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang hidup atau bekerja pada sektor pertanian dan dapat dilihat juga dari nilai produk domestik nasional, melalui penyediaan bahan pangan, bahan baku industri, perolehan devisa negara dalam kegiatan ekspor, serta pengentasan kemiskinan. Sektor pertanian juga menjadi andalan dalam mengembangkan kegiatan ekonomi berupa usaha mikro kecil dan menengah.

Sektor pertanian terdiri dari beberapa subsektor, yaitu subsektor tanaman pangan dan hortikultura, subsektor perkebunan, subsektor kehutanan, subsektor peternakan dan subsektor perikanan. Salah satu subsektor yang memiliki potensi yang cukup besar dalam pengusahaannya adalah subsektor perkebunan. Menurut Direktorat Jenderal Perkebunan (2021), subsektor perkebunan merupakan salah satu penopang utama pertumbuhan positif PDB sektor pertanian. Kontribusi subsektor pertanian terhadap PDB yaitu sebesar 668.379,8 miliar rupiah atau sebesar 3,94% pada tahun 2021 (BPS, 2022). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tercatat ekspor pertanian pada periode Januari-November 2021 sebesar 569,11 triliun rupiah atau naik 42,47% dibandingkan periode yang sama tahun 2020 sebesar 399,45 triliun rupiah, dan sebagian besar dari nilai tersebut merupakan kontribusi dari sektor perkebunan.



Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang berperan penting dalam menyumbang devisa negara karena nilai ekonomisnya yang cukup tinggi (Marhaenanto *et al*, 2015). Kopi juga merupakan salah satu komoditas yang populer dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat Indonesia baik remaja, orang dewasa maupun orang tua (Soleh dan Kasih, 2017). Menurut *International Coffee Organization* (2020), konsumsi domestik kopi di Indonesia dari tahun 2015 - 2020 terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya seperti pada

Gambar 1.



Sumber: *Internasional Coffe Organization*, 2020

Gambar 1. Konsumsi Kopi Nasional dalam 1000@60kg

Gambar 1 menunjukkan bahwa konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2020 mencapai angka 4.806.000 (dalam bungkus 60 kg) dan mengalami peningkatan sebesar 5,63% dari tahun 2015 yaitu 4.550.000. Menurut proyeksi dari Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian tahun 2017 dalam Putri *et al* (2019), nilai konsumsi kopi di Indonesia dari tahun 2017 hingga 2021 akan cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya seperti yang terlihat



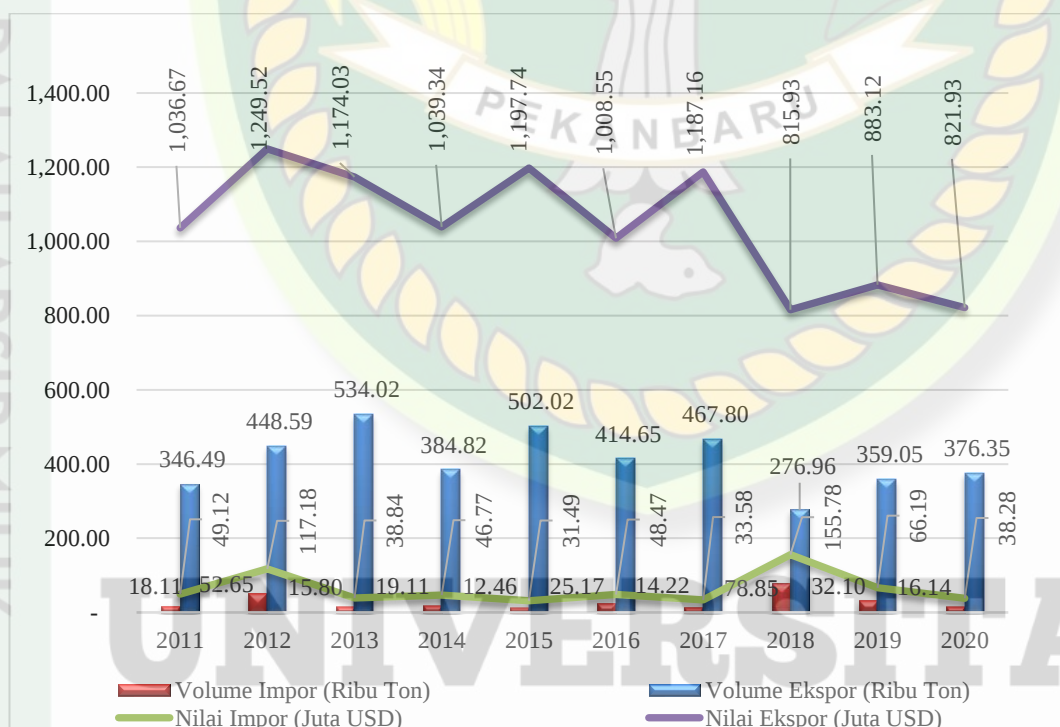
pada gambar 1. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumsi kopi dalam negeri merupakan peluang pasar yang sangat menarik bagi kalangan pengusaha dan memberikan peluang adanya kondisi yang kondusif dalam berinvestasi dibidang industri kopi (Kurniawan, 2017).

Pertumbuhan dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia mengakibatkan kinerja industri pengolahan kopi di tanah air mengalami peningkatan yang signifikan sehingga saat ini industry kopi di Indonesia mengalami percepatan dalam perkembangannya (Cope, 1995; Roth & Aretz, 1991; Kramers & Smith, 1983; Unno *et al*, 2008) dalam Sudiartini *et al* (2020). Industri kopi di Indonesia sangat beragam, dari unit usaha kecil yang berskala industri rumahan sampai dengan industri kopi berskala multinasional dimana produk yang dihasilkan bukan hanya kebutuhan dalam negeri, melainkan juga untuk mengisi pasar luar negeri.

Menurut Wahyudy *et. al* (2018) perkembangan kinerja ekspor pertanian Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup baik, khususnya hasil perkebunan. Tanaman perkebunan Indonesia yang diekspor salah satunya adalah tanaman kopi. Produksi kopi Indonesia sebagian besar diekspor ke mancanegara dan sisanya dipasarkan di dalam negeri. Ekspor kopi alam Indonesia menjangkau lima benua yaitu Asia, Afrika, Australia, Amerika, dan Eropa dengan pangsa utama di Eropa. Pada tahun 2020, lima besar negara pengimpor Kopi alam Indonesia adalah United States, Malaysia, Japan, Egypt, dan Germany Fed Ref (BPS, 2020).



Menurut BPS (2020), volume ekspor kopi sepuluh tahun terakhir cenderung berfluktuasi, dengan pertumbuhan berkisar antara 40,15 persen sampai dengan 12,82 persen. Pada tahun 2011 total volume ekspor mencapai 346,49 ribu ton meningkat menjadi 379,35 ribu pada tahun 2020. Berbeda dengan volume ekspor, total nilai ekspor cenderung mengalami penurunan, pada tahun 2011 total nilai sebesar US\$ 1.036,67 juta menurun menjadi US\$ 821,93 juta. Total volume impor kopi selama sepuluh tahun terakhir sangat berfluktuasi. Total volume impor kopi alam pada tahun 2011 tercatat sebesar 18,11 ribu ton dengan nilai US\$ 49,12 juta. Pada tahun 2020 impor kopi alam tercatat sebesar 16,14 ribu ton dengan nilai US\$ 38,28 juta atau terjadi penurunan sebesar 49,74 persen dari tahun 2019 seperti yang terlihat pada Gambar 2.



Sumber: BPS, Statistik Kopi Indonesia Tahun 2020

Gambar 2. Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor-Impor Kopi Indonesia



Provinsi Riau adalah salah satu daerah penghasil kopi dengan potensi yang cukup tinggi (Veronica dan Kurniati, 2022). Selama 5 tahun terakhir Provinsi Riau tercatat memproduksi kopi sebanyak 13.384 Ton dengan produksi tertinggi pada tahun 2018 yang mencapai angka 3.029 ton. Data perkembangan produksi kopi Provinsi Riau tahun 2017-2021 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Produksi Kopi Provinsi Riau Tahun 2017-2021

No	Tahun	Produksi (Ton)
1	2017	2.857
2	2018	3.029
3	2019	2.588
4	2020	2.410
5	2021	2.500
Total		13.384

Sumber: Direktorat Jendral Perkebunan, 2021

Semakin tingginya permintaan dan semakin berkembangnya trend minum kopi di kalangan masyarakat membuat semakin banyak pelaku bisnis yang turut mencoba untuk memasuki dunia bisnis kedai kopi atau *coffee shop* (Amaly, et all, 2016). Bisnis kopi menjadi salah satu bisnis yang diperhitungkan dimana produk minuman ini paling banyak diminati. Permintaan kopi tidak hanya berasal dari dalam negeri tetapi luar negeri juga sangat tinggi. Maka, tak heran jika bisnis kopi mulai diminati oleh masyarakat (Prasetyo dan Irma, 2021). Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2017), pada saat ini bisnis kopi di sektor hilir cenderung tumbuh dan berkembang secara beragam. Hal itu dapat dilihat dari jumlah cafe dan *coffee shop* yang semakin menjamur di kota-kota besar tidak terkecuali di Kota Pekanbaru Provinsi Riau.



Coffee shop merupakan suatu tempat yang menyediakan beraneka ragam varian kopi dan makanan ringan dengan disertai alunan musik dan suasana nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen. Selain berfungsi sebagai tempat untuk minum kopi dan menyantap makanan ringan sembari melepas kejenuhan dan menghabiskan waktu, masyarakat khususnya di Kota Pekanbaru telah menjadikan *coffee shop* sebagai tempat untuk melakukan aktivitas transaksi bisnis dengan klien, bersilaturahmi dengan kolega atau keluarga, bersantai dan berkumpul dengan teman, menghilangkan stres akibat beban aktifitas sehari-hari, menyelenggarakan berbagai acara, dan lain-lain.

Coffee shop Dakopat adalah salah satu kedai kopi yang berlokasi di Jalan Arifin Ahmad, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru yang sudah berdiri sejak tahun 2018. Berjalan selama 4 tahun, upaya mempertahankan usaha bukanlah hal yang mudah bagi usaha *coffee shop* Dakopat terutama dalam pesatnya arus persaingan usaha *coffee shop* di Kota Pekanbaru. Salah satu peluang bagi pengusaha *Coffee shop* Dakopat adalah lokasi usaha yang strategis, yaitu terletak di tengah pusat Kota Pekanbaru serta berdampingan dengan banyak usaha *cafe* dan *coffee shop* lainnya. Hal ini menjadi peluang sekaligus ancaman bagi usaha *Coffee shop* Dakopat yang tempat usahanya masih menggunakan *booth container* dengan desain eksterior yang sederhana.

Coffee shop pesaing hadir dengan keunikan dan keunggulannya masing-masing, misalnya metode minum kopi dengan berbagai macam cara, desain interior ruangan yang unik, tempat usaha yang permanen (ruko) dan fasilitas pendukung lainnya. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis kelayakan dari aspek



non finansial dan finansial untuk mengetahui apakah usaha *coffee shop* Dakopat layak untuk dijalankan di tengah banyaknya kemunculan pesaing dengan berbagai keunikan dan keunggulannya. Tabel 2 menyajikan usaha *coffee shop* dan cafe yang berlokasi di sepanjang Jalan Arifin Ahmad yang menjadi pesaing bagi usaha *coffee shop* Dakopat.

Tabel 2. Coffee Shop / Cafe di Jalan Arifin Ahmad, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru Tahun 2022

No	Nama <i>Coffee Shop</i> / Cafe	No	Nama <i>Coffee Shop</i> / Café
1	No Name Cafe and Resto	18	Riuh Kopi
2	Fun House	19	Afgan Koffie
3	Tepi Laman	20	Kapao (Kedai Kopi Autentik)
4	Kedai Kopi Pe'tong	21	Dhavuava Koffie
5	Wareh Kupie	22	Clustet Coffee
6	Itter's Koffie	23	Kongdjie Coffee
7	Suka Coffee	24	Classic Coffee
8	Leng Coffee	25	D'Star Coffee and Resto
9	Jeber Cafe Platinum	26	Kodjai
10	Warung Bang Yos	27	Zaki Coffee
11	GH Corner	28	Natayo
12	Warkop Pergaulan	29	Viz Café
13	Serambi Kopi Atjeh	30	Aren Coffee
14	Boffet Corner	31	Bengkel Kopi
15	Radja Koffie	32	Reyue
16	Getanyoe	33	Zuhz Coffee Bar
17	Ef Coffee	34	Cafe Indonesia

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka peneliti memandang perlu dilakukan penelitian dengan judul: “Analisis Kelayakan Usaha *Coffee Shop* di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Provinsi Riau (Studi Kasus *Coffee Shop* Dakopat)” untuk melihat apakah usaha *Coffee shop* Dakopat masih layak untuk dijalankan di masa yang akan datang.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:



1. Bagaimana karakteristik pengusaha dan profil usaha *coffee shop* Dakopat?
2. Bagaimana ketersediaan, perolehan dan penggunaan bahan baku dan bahan penunjang pada usaha *coffee shop* Dakopat?
3. Apakah usaha *coffee shop* Dakopat layak secara non finansial dan finansial?
4. Bagaimana sensitivitas usaha *coffee shop* Dakopat terhadap peningkatan harga input produksi, penurunan harga jual dan penurunan jumlah pelanggan?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan karakteristik pengusaha dan profil usaha *coffee shop* Dakopat.
2. Menganalisis ketersediaan, perolehan dan penggunaan bahan baku dan bahan penunjang pada usaha *coffee shop* Dakopat.
3. Menganalisis kelayakan non finansial dan finansial usaha *coffee shop* Dakopat.
4. Menganalisis sensitivitas usaha *coffee shop* Dakopat terhadap peningkatan harga input produksi, penurunan harga jual dan penurunan jumlah pelanggan.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Bagi pengusaha dan calon pengusaha, penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan dalam perbaikan dan evaluasi usaha yang telah atau akan dijalankan.



3. Bagi pemerintah, diharapkan penelitian ini berguna sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan dukungan kepada sektor ini serta sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan.
4. Bagi akademisi, sebagai bahan referensi dan informasi untuk melakukan penelitian lanjutan dalam pengembangan usaha kedai kopi (*coffee shop*).

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada beberapa fokus pembahasan agar lebih terarah, sesuai dengan tujuan penelitian, dan menjaga agar tidak terjadi penyimpangan.

Oleh sebab itu ditetapkan beberapa ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada satu usaha kedai kopi yaitu *coffee shop* Dakopat yang berlokasi di Jalan Arifin Ahmad, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru.
2. Penelitian dilakukan melalui wawancara kepada pemilik usaha untuk mengetahui karakteristik pengusaha yang meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, jumlah tanggungan keluarga dan profil usaha yang meliputi tempat usaha, skala usaha, tenaga kerja, modal usaha dan segmen pasar.
3. Kelayakan non finansial usaha *coffee Shop* Dakopat dibahas berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek lingkungan dan aspek hukum.
4. Kelayakan finansial usaha *coffee chop* Dakopat yang akan dibahas yaitu biaya investasi, penerimaan, laporan laba rugi dan kriteria investasi: *Net Present*



Value (NPV), Net Internal Rate of Return (IRR), Net Benefit-Cost Ratio (Net B/C), dan Payback Period (PP).

5. Analisis sensitivitas usaha *coffee shop* Dakopat terhadap peningkatan harga input produksi, penurunan harga jual dan penurunan jumlah pelanggan.
6. Umur proyek ditentukan untuk mengetahui sampai sejauh mana batasan waktu pengembalian atas modal investasi yang dikeluarkan, dalam penelitian ini ditetapkan selama 10 tahun.

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha

2.1.1. Karakteristik Pengusaha

Karakteristik pengusaha terdiri atas beberapa bagian meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga.

A. Umur

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2018) pengelompokan usia (umur) menjadi beberapa kelompok yaitu: 1) kelompok penduduk umur 0-14 tahun dianggap sebagai kelompok penduduk yang belum produktif secara ekonomis, 2) kelompok penduduk umur 15-64 tahun sebagai kelompok penduduk yang produktif, 3) kelompok penduduk umur 64 tahun keatas sebagai kelompok yang tidak lagi produktif.

Umur adalah salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usaha, umur, dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja bilamana dalam kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal (Hasyim, 2006).

Disisi lain, semakin muda (produktif) umur yang dimiliki pengusaha maka ketika menjalankan usahanya cenderung lebih semangat karena didukung dengan kondisi fisik yang masih kuat. Selain itu, pengusaha yang memiliki umur katagori muda (produktif bekerja) lebih cenderung mudah dan lebih berani menanggung



resiko dalam mengadopsi inovasi teknologi sehingga usaha yang dijalankannya dapat berkembang dengan baik.

Menurut Robbins dan Judge (2008), usia mempengaruhi produktivitas yang diasumsikan bahwa keterampilan seorang individu khususnya kecepatan, kelincahan, kekuatan, dan koordinasi berkurang seiring waktu dan bahwa kebosanan secara berkepanjangan dan kurangnya stimulasi intelektual terhadap pekerjaan berkontribusi pada produktivitas menurun. Tetapi bukti yang ada bertentangan dengan kecepatan dan asumsi tersebut, bahwa usia karyawan di atas 50 tahun secara signifikan lebih produktif karena memiliki pengalaman kerja yang lebih.

B. Tingkat Pendidikan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, Bangsa dan Negara.

Jenjang pendidikan yang termasuk jalur pendidikan sekolah terdiri atas: (1)

Pendidikan dasar, diselenggarakan untuk mengembangkan sikap dan kemampuan serta memberikan pengetahuan dan keterampilan dasar yang diperlukan untuk hidup dalam masyarakat. Pendidikan dasar merupakan pendidikan yang lamanya

9 tahun yang diselenggarakan selama 6 tahun di Sekolah Dasar (SD) dan 3 tahun di Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) atau satuan pendidikan sederajat. (2)



Pendidikan menengah, untuk melanjutkan dan meluaskan pendidikan dasar serta menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan mengadakan hubungan timbal balik dengan lingkungan social, budaya dan alam sekitar. Serta dapat mengembangkan kemampuan lebih lanjut dalam dunia atau pendidikan tinggi. Pendidikan menengah merupakan pendidikan yang lamanya 3 tahun sesudah pendidikan dasar dan diselenggarakan di Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) atau satuan pendidikan sederajat. (3) Pendidikan tinggi, merupakan kelanjutan dari pendidikan menengah yang diselenggarakan untuk menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik atau professional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian. Satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi disebut perguruan tinggi yang dapat berbentuk akademik, politeknik, sekolah tinggi, institute atau universitas (UU RI No. 2 Tahun 1989).

Menurut Syah dalam Chandra (2009) dikatakan bahwa pendidikan berasal dari kata dasar “didik” yang mempunyai arti memelihara dan memberi latihan. Kedua hal tersebut memerlukan adanya ajaran, tuntunan, dan pimpinan tentang kecerdasan pikiran. Pengertian pendidikan adalah proses pengubahan sikap dan perilaku seseorang atau sekelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Dengan melihat definisi tersebut, sebagian orang mengartikan bahwa pendidikan adalah pengajaran karena pendidikan pada umumnya membutuhkan pengajaran dan setiap orang berkewajiban mendidik.



Menurut Siswoyo (2013), fungsi pendidikan terhadap masyarakat setidaknya ada dua bagian besar, yaitu fungsi preservatif dan fungsi direktif. Fungsi preservatif dilakukan dengan melestarikan tata sosial dan tata nilai yang ada dalam masyarakat, sedangkan fungsi direktif dilakukan oleh pendidikan sebagai agen pembaharuan sosial, sehingga dapat mengantisipasi masa depan. Selain itu pendidikan mempunyai fungsi menyiapkan sebagai manusia, menyiapkan tenaga kerja dan menyiapkan warga Negara yang baik.

C. Pengalaman Berusaha

Pengalaman bekerja biasanya dihubungkan dengan lamanya seseorang bekerja dalam bidang tertentu (misalnya lamanya seseorang bekerja sebagai pengusaha). Hal ini disebabkan karena semakin lama orang tersebut bekerja, berarti pengalaman bekerjanya tinggi sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi pendapatan (Suwita, 2011).

Belajar dengan mengamati pengalaman pengusaha lain sangat penting, karena merupakan cara yang lebih baik untuk mengambil keputusan daripada dengan cara mengolah sendiri informasi yang ada. Misalnya seorang pengusaha dapat mengamati dengan seksama dari pengusaha lain yang lebih mencoba inovasi baru dan ini menjadi proses belajar secara sadar. Mempelajari pola perilaku baru, bisa juga tanpa disadari (Soekartawi, 2002).

Pengalaman berusaha merupakan salah satu indikator yang secara tidak langsung turut mendukung keberhasilan usaha yang dilakukan pengusaha secara keseluruhan. Pengusaha yang telah berpengalaman dengan didukung oleh sarana produksi yang lengkap akan lebih mampu mengatasi permasalahan-permasalahan



teknis berusaha jika dibandingkan dengan pengusaha yang baru melakukan usaha (Sunawirawan, 2010).

D. Jumlah Tanggungan Keluarga

Menurut Hasyim (2006), jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya. Banyaknya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong pegusaha untuk melakukan banyak aktivitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya. Jumlah tanggungan keluarga adalah semua anggota yang berada dalam satu keluarga yang menjadi tanggungan kepala keluarga.

Menurut Sriyono (2004), jumlah anggota keluarga yang dimaksud adalah banyaknya orang yang menjadi anggota dalam sebuah keluarga (rumah tangga). Satu keluarga merupakan suatu keluarga yang mempunyai nenek moyang yang sama, suatu keluarga yang disatukan, kekerabatan yang disatukan oleh darah atas perkawinan, pasangan perkawinan atau tanpa anak.

Sejalan dengan kebutuhan manusia bahwa semakin banyak anggota sebuah keluarga akan semakin besar pula kebutuhan yang akan dipenuhi. Untuk memenuhi kebutuhan yang besar tentu akan dibutuhkan adanya kerja keras agar memperoleh pendapatan yang besar guna memenuhi kebutuhan seluruh anggota keluarga.

2.1.2. Profil Usaha

Profil usaha ini terdiri dari beberapa aspek diantaranya tempat usaha, skala usaha, tenaga kerja, modal usaha dan segmen pasar.



A. Tempat Usaha

Menurut Tjitono (2002), lokasi usaha adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan.

Swastha (2000), lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Menurut Tarigan (2006), lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.

B. Skala Usaha

Menurut Era Astuti (2013), skala usaha merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola usahanya, dengan melihat berapa jumlah karyawan dipekerjakan dan berapa besar pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam satu periode akuntan.

Jumlah karyawan yang dipekerjakan dapat menggambarkan seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin banyak karyawan yang dipekerjakan maka skala perusahaan juga semakin besar. Jumlah pendapatan yang dihasilkan perusahaan dapat menunjukkan perputaran asset atau modal yang dimiliki oleh perusahaan.

Agar dapat mengatur keuangan yang semakin kompleks maka diperlukan informasi akuntansi sebagai alat untuk mengambil keputusan.



Menurut Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, skala usaha terdiri dari usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Usaha Mikro

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (Lima Puluh Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (Tiga Ratus Juta Rupiah).

2. Usaha Kecil

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 (Lima Puluh Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 (Lima Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (Tiga Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah).

3. Usaha Menengah

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (Lima Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (Sepuluh Milyar Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,00 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (Lima Puluh Milyar Rupiah).



C. Tenaga Kerja

Menurut UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, pengertian tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Tenaga kerja merupakan sumber daya utama bagi keberlangsungan suatu produksi dalam suatu perusahaan maupun dalam struktural organisasi. Keberadaan tenaga kerja dalam suatu kegiatan produksi sangatlah diperlukan, terutama bagi mereka yang tingkat produktivitasnya memerlukan tingkat efisiensi dalam prosesnya (Aksin, 2018).

Menurut Hardijan (2008), tenaga kerja mencakup penduduk yang sudah atau sedang bekerja, yang sedang mencari pekerjaan dan yang melakukan kegiatan lain seperti bersekolah dan mengurus rumah tangga. Pencari kerja, bersekolah, dan mengurus rumah tangga walaupun tidak bekerja, tetapi secara fisik mampu dan sewaktu-waktu dapat ikut bekerja. Pengertian tentang tenaga kerja yang dikemukakan oleh Hardijan (2008) memiliki pengertian yang lebih luas dari pekerja/buruh. Pengertian tenaga kerja disini mencakup tenaga kerja/buruh yang sedang terkait dalam hubungan kerja dan tenaga kerja yang belum bekerja. Sedangkan pengertian dari pekerja/buruh adalah setiap orang yang bekerja dengan menerima upah atau imbalan dalam bentuk lain. Dengan kata lain, pekerja atau buruh adalah tenaga kerja yang sedang dalam ikatan hubungan kerja.

Mulyadi (2015) juga memberikan definisi tenaga kerja sebagai penduduk dalam usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu



Negara yang dapat memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka, dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktivitas tersebut.

D. Modal Usaha

Modal usaha dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangat diperlukan, akan tetapi bagaimana mengelola modal secara optimal sehingga bisnis yang dijalankan dapat berjalan lancar (Amirullah, 2005).

Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan (Bambang R, 2001). Arti lain modal meliputi baik modal dalam bentuk uang maupun dalam bentuk barang. Modal sangat penting dalam mendirikan sebuah usaha. Besar kecilnya modal yang dibutuhkan tergantung dari besar kecilnya usaha yang akan didirikan.

Para konsultan bisnis pada umumnya membagi pengertian modal termasuk modal usaha kecil menjadi dua yaitu modal tangible dan modal intangible. Modal tangible adalah modal yang berwujud secara nyata, baik dalam bentuk barang bergerak maupun barang tidak bergerak. Barang bergerak contohnya sepeda



motor, mesin produksi, dan lain sebagainya. Modal intangibel adalah modal yang tidak berwujud nyata seperti ide-ide kreatif.

Secara keseluruhan modal usaha terbagi menjadi 3 bagian yaitu: (1) Modal investasi, adalah jenis modal usaha yang harus dikeluarkan yang biasanya dipakai dalam jangka panjang. Modal usaha untuk investasi nilainya cukup besar karena dipakai untuk jangka panjang, namun modal investasi akan menyusut dari tahun ke tahun, bahkan bisa dari bulan ke bulan. (2) Modal kerja, yaitu modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membuat atau membeli barang dagangan. Modal kerja ini dapat dikeluarkan tiap bulan atau pada waktu-waktu tertentu. (3) Modal operasional, yaitu modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan misalnya pembayaran gaji pegawai, listrik dan sebagainya (Purwanti, 2012).

E. Segmen Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar keseluruhan untuk suatu barang dan jasa ke dalam beberapa kelompok yang lebih kecil, dimana para anggota masing-masing kelompok mempunyai kesamaan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan. Faktor-faktor tersebut seperti kelompok usia, pendapatan, dan gaya hidup (Mulyana, 2019).

Menurut Mulyana (2019) manfaat dan kegunaan dari segmentasi pasar adalah sebagai berikut:



- a. Dapat mengidentifikasi peluang pengembangan produk baru. Analisis yang cermat terhadap beberapa segmen pasar potensial menunjukkan adanya satu atau dua kelompok pasar yang memiliki kesamaan kebutuhan yang spesifik.
- b. Dapat membantu mendesain program pemasaran dengan lebih efektif dalam meraih kelompok pasar yang homogen atau memiliki kesamaan-kesamaan karakteristik.
- c. Dapat mengembangkan strategi pengalokasian sumber-sumber pemasaran dengan lebih baik. Dengan melakukan segmentasi pasar yang memfokuskan investasi pada segmen pasar yang spesifik maka akan didapat keuntungan jangka panjang dalam memenangkan persaingan yang kompetitif.

2.2. Usaha Agroindustri

2.2.1. Pengertian Agroindustri

Agroindustri berasal dari dua kata yaitu *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian. Definisi agroindustri dapat dijabarkan sebagai kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang, dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut, dengan demikian agroindustri meliputi industri pengolahan hasil pertanian, industri yang memproduksi peralatan dan mesin pertanian, industri input pertanian (pupuk, pestisida, herbisida dan lain-lain) dan industri jasa sektor pertanian (Udayana, 2011).



Pengertian agroindustri dapat diartikan dua hal, yaitu pertama, agroindustri adalah industri yang usaha utamanya dari produk pertanian. Studi agroindustri pada konteks ini adalah menekankan pada food processing management dalam suatu perusahaan produk olahan yang bahan bakunya adalah produk pertanian. Arti yang kedua adalah bahwa agroindustri itu diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri (Soekartawi, 2000 dalam Tresnawati, 2010).

Menurut Azharuddin (2015), tujuan pembangunan agroindustri dalam jangka menengah adalah untuk meningkatkan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, penurunan angka kemiskinan, perpanjangan masa pemasaran produk dan peningkatan kesetaraan gender.

Agroindustri berbasis pangan lokal memerlukan bahan baku berupa hasil pertanian yang sesuai untuk diproses menjadi produk pangan. Hasil pertanian yang berasal dari produksi setempat akan mempermudah produsen agroindustri memperolehnya. Disamping lebih dekat sumber bahan bakunya, harganya bisa lebih murah dibanding membeli bahan baku dari daerah lain yang lokasinya lebih jauh. bahwa produksi pertanian setempat mencukupi untuk bahan baku agroindustri yang ada di wilayah tersebut. Bisa dikatakan bahwa agroindustri tersebut tumbuh seiring dengan ketersediaan bahan baku yang relatif mencukupi (Hattori, 2015)

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



2.2.2. Kopi

Tanaman kopi termasuk dalam genus *Coffea* dengan famili *Rubiaceae*. Famili tersebut memiliki banyak genus, yaitu *Gardenia*, *Ixora*, *Cinchona*, dan *Rubia*. Genus *Coffea* mencakup hampir 70 spesies yang ditanam dalam skala luas di seluruh dunia, yaitu arabika (*Coffea Arabica*) dan kopi robusta (*Coffea canephora* var. *robusta*). Sementara itu, sekitar 2% dari total produksi dunia berasal dari dua spesies kopi lainnya. Yaitu kopi liberika (*Coffea liberica*) dan kopi ekselsa (*Coffea excels*) yang ditanam dalam skala terbatas, terutama di Afrika Barat dan Asia (Rahardjo, 2017). Saat ini, sebagian besar tanaman kopi yang dibudidayakan di Indonesia adalah kopi robusta (90%) dan sisanya kopi arabika. Penanaman kopi di Indonesia dimulai tahun 1696 dengan menggunakan jenis kopi arabika. Namun, penanaman jenis kopi ini kurang berhasil. Tahun 1699 pemerintah Hindia Belanda mendatangkan lagi kopi arabika, kemudian berkembang dengan baik di Pulau Jawa (Rahardjo, 2012).

A. Tinjauan Kopi dalam Perspektif Islam

Jika ditelaah dari perspektif Islam, kopi dan ngopi memiliki sejumlah hikmah atau filosofi berikut: Pertama, cita rasa kopi yang berbeda-beda, kendati berasal dari pohon yang sama, menunjukkan tanda-tanda kekuasaan Allah SWT.

Hikmah ini dilandasi firman Allah dalam Al-Qur'an Surah Al-Ra'd ayat 4 berikut:

وَفِي الْأَرْضِ قِطْعٌ مُتَبَجِّرَةٌ وَجَدْتُ مِنْ أَعْنَابٍ وَزَرْعٍ وَنَخِيلٍ صُنُوفٍ
وَعَيْرُ صُنُوفٍ يُسْقَى بِمَاءٍ وَاحِدٍ وَنُفِضَ لِبَعْضِهَا عَلَى بَعْضٍ فِي الْأُكْلِ إِنَّ
فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ



Artinya: “Kami melebihkan sebagian tanaman-tanaman itu atas sebagian yang lain tentang rasanya. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang berfikir” (Q.S. Al-Ra’d [13]: 4).

Kata kunci ‘bagi kaum yang berpikir’ menginspirasi umat muslim untuk berpikir kreatif dan inovatif terkait cita rasa tanaman. Dengan kata lain, cita rasa kopi yang sudah berbeda-beda itu, semakin variatif saat disajikan dalam bentuk aneka minuman yang diracik dan diolah secara kreatif dan inovatif.

Kedua, dalam istilah Al-Qur’an, ngopi berarti menikmati rezeki yang bagus (*rizqan hasanan*); dan statusnya jauh lebih mulia dibandingkan menikmati *wine* atau minuman keras yang memabukkan (Q.S. An-Nahl [16]: 76). Kopi tergolong rezeki yang bagus, antara lain disebabkan beragam manfaat yang diperoleh orang yang mengonsumsi kopi. Misalnya, berdasarkan penelusuran di jejaring internet, dijumpai banyak sekali artikel yang mengulas manfaat minum kopi. Mulai dari meningkatkan fungsi otak (kognitif), kapasitas kinerja fisik, memicu rasa bahagia; hingga mengurangi risiko gagal ginjal dan diabetes.

Kendati demikian, prinsip utama dalam menikmati makanan dan minuman adalah proporsional dan tidak berlebih-lebihan (*israf*), sebagaimana yang direkomendasikan dalam firman Ilahi, “*makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan*” (Q.S. Al-A’raf [7]: 31).

Di antara efek samping orang yang berlebihan mengonsumsi kopi adalah menimbulkan masalah pencernaan dan lambung, insomnia atau kurang tidur, tidak



baik bagi tulang dan gigi, sering buang air kecil, hingga kecanduan kopi yang mengurangi minat minum air putih.

Ketiga, hukum ngopi adalah mubah (boleh). Sesuai dengan rumusan Kaidah Fikih, *al-ashlu fi al-asy'ya' al-ibahah*, yang berarti “hukum asal segala sesuatu adalah mubah”. Hukum ini dipertegas dalam kitab *Irsyadu al-Ikhwan fi Bayani al-Hukm al-Qahwah wa al-Dhukhan* karya Kiai Ihsan Jampes yang mengutip sejumlah ulama yang memperbolehkan kopi, yaitu Imam al-Ramli, Najm al-Ghazi dan Ibn Hajar al-Haitami.

B. Usaha Coffee Shop

Coffee shop atau yang dikenal sebagai kedai kopi berasal dari Turki (sekarang Istanbul). *Coffee shop* pertama kali berdiri di Constantinopel di Turki (Istanbul) pada tahun 1475. Pada awalnya *coffee shop* hanya menjual minuman kopi (William H. Ukers, 2012). Namun untuk istilah *cafe* berasal dari bahasa Perancis yang berarti kopi. Orang Perancis menyebut kedai kopi dengan istilah *cafe*. Perancis menjadi salah satu Negara yang dijuluki “Negeri *Cafe*” karena pesatnya perkembangan *cafe* disana dan dari Perancis lah *cafe* mulai tersebar luas di dunia. *Cafe* atau *coffee shop* (kedai kopi) adalah suatu tempat (kedai) yang menyajikan olahan kopi espresso dan kudapan kecil. Seiring perkembangan zaman *coffee shop* menyediakan makanan kecil dan makanan berat (KBBI, 1988).

Coffee shop adalah sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman, namun utamanya menjual kopi. Umumnya, yang disebut dengan *coffee shop*, adalah kedai minum kopi yang tempatnya didesain menarik dan menyediakan banyak menu kopi. Sejumlah tempat juga menyediakan menu kopi



dengan berbagai macam cara menyeduhnya. Menu yang akan sering ditemui di *coffee shop* antara lain adalah kopi hitam, kopi susu, cappuccino, espresso maupun latte. Beberapa tempat juga menyediakan olahan kopi dingin, teh, maupun minuman selain kopi. Ada juga tempat yang menyediakan makanan-makanan ringan sampai makanan berat untuk dipesan oleh pelanggan yang datang. Selain datang untuk menikmati kopi, tempat ini menjadi salah satu ruang untuk berbincang maupun bertukar informasi dari para pengunjungnya.

Produk dari *coffee shop* adalah berbagai variasi minuman kopi yang dibuat sedemikian rupa. Untuk menjaga kualitas produk, pelaku bisnis *coffee shop* harus bisa mencari *roasted beans* yang berkualitas. Karena kualitas biji kopi menentukan rasa, aroma, dan warna dari kopi yang diseduh. Penikmat sejati kopi peka terhadap perubahan rasa yang disuguhkan. Ada tiga tahap yang harus dilalui hingga tersajinya secangkir kopi di *coffee shop*, antara lain: 1) *blooming* (*pre-brew*), 2) ekstraksi, dan 3) seduhan akhir.

1) *Blooming* (*pre-brew*), adalah tahap pertama dalam menyeduh kopi, yaitu dengan cara menuangkan sedikit air hingga membasahi *coffee bed*, lalu tunggu sekitar 30 detik. Tujuannya adalah untuk mengeluarkan karbondioksida, karena pada saat disangrai karbondioksida terperangkap di dalam biji kopi. Secara umum, saat biji kopi disangrai dengan profil *medium-light*, semakin banyak karbondioksida yang terperangkap. Sebaliknya, saat biji kopi disangrai dengan profil *dark roast*, semakin banyak karbondioksida yang keluar (terutama saat *second crack* pada proses sangrai).



2) Ekstraksi, cara terbaik untuk melakukan ekstraksi adalah dengan mengendalikan suhu air yang digunakan dan waktu menyeduh. Secara umum, suhu air yang ideal antara 91°C hingga 96°C. Namun perlu diingat bahwa profil sangrai, profil rasa, tingkat *freshness* kopi, dan ukuran gilingan, memiliki peran untuk bisa menentukan suhu air yang terbaik. Patrick Stridsberg, *co-founder* 3TEMP menjelaskan bahwa tuangan air yang lebih sedikit, dengan *pulse* (putaran) yang lebih besar akan mempersingkat waktu ekstraksi. Sebaliknya, tuangan yang lebih sering dengan putaran lebih kecil akan memperpanjang waktu ekstraksi dan membuat *coffee bed* menjadi rata. Jumlah *pulse* terbaik tentunya tergantung pada profil kopi dan ukuran gilingannya.

3) Seduhan Akhir, ini adalah tahapan penting untuk dikendalikan, karena zat terakhir yang diekstrak pada tahap ini biasanya menghasilkan rasa pahit dan rasa tidak enak lainnya. Jangan sampai ekstraksi pada tahap ini berlebihan, karena akan mengakibatkan hasil seduhan Anda juga menjadi tidak maksimal.

Dalam menyajikan secangkir kopi, peralatan-peralatan yang harus ada pada usaha *coffee shop* antara lain:

1) Mesin Pengolah Kopi

Coffee grinder atau mesin pengolah kopi ini merupakan peralatan yang paling pokok dan penting dalam membuat kopi. Mesin ini harus ada dan terpercaya kualitasnya untuk menjamin kesempurnaan cita rasa kopi yang dihasilkan. Mesin penggiling biji kopi ini menentukan kualitas bubuk kopi agar mempunyai tekstur sempurna, rasa yang tepat, dan aroma yang harum.



2) *Drip Coffee Maker*

Coffee shop harus mempunyai semua peralatan penting yang tentu saja diperlukan untuk membuat kopi. *Drip coffee maker* harus dimiliki karena berfungsi membuat sajian kopi berkualitas dan pastinya lebih nikmat. Harga alat ini lebih terjangkau dan lebih mudah dalam perawatannya. Jadi, mesinnya cenderung otomatis. Kapasitas mesin ini adalah 12 cangkir kopi, sehingga sangat efektif.

3) Mesin Espresso

Sensasi kopi espresso sebagai olahan kopi hitam terbaik, tentu sangat disukai para pecinta kopi. Untuk membuka *coffee shop* yang terpercaya, sajian kopinya harus lengkap dan enak. Jadi, siapkan pula mesin espresso untuk mengolah kopi espresso dan aneka kreasi lainnya berbasis espresso.

4) Moka Pot

Moka pot merupakan alat yang dapat digunakan untuk membantu menyeduh kopi. Umumnya, hasil seduhan kopi yang diperoleh dari moka pot mempunyai cita rasa lezat dan unik, karakternya juga lebih kental. Moka pot ini terdiri dari 3 bagian (dasar, tengah, atas).

5) Peralatan Menyimpan Bahan

Setiap bahan yang diperlukan untuk membuat makanan penyerta di *coffee shop* atau minuman lainnya, haruslah dalam keadaan baik dan segar. Oleh karena itu, peralatan untuk menyimpan semua bahan tersebut agar tetap berkualitas dan lebih tahan lama sangat diperlukan. Peralatan penyimpanan ini termasuk kulkas, *freezer*, *showcase cooler*, dan rak bahan masakan.



6) Peralatan Menyimpan Air Minum

Peralatan yang dibutuhkan berupa teko, galon, dispenser, dan termos. Untuk memilih dispenser, sebaiknya memilih produk dengan letak galon di bawah dan mempunyai tiga tombol pengaturan untuk air panas, air bersuhu normal, dan air dingin.

7) *Glassware*

Glassware yang merupakan tempat berbahan kaca bening ini umumnya terdiri dari gelas bertangkai, gelas tidak bertangkai, dan cangkir. Semua itu sangat dibutuhkan untuk melayani pembeli agar tempat minumannya sesuai dengan porsi menu minumannya.

8) *Silverware*

Silverware merupakan peralatan makan dari stainless steel, logam, ataupun gold. Peralatan ini juga wajib dimiliki untuk operasional pembuatan menu dan penyajiannya pula. *Silverware* terdiri atas piring, mangkuk, sendok makan, sendok kopi, sendok gula, sendok es, sendok besar, garpu, pisau, nampan, dan keranjang. Semua peralatan di atas sangat diperlukan untuk operasional *coffee shop*.

2.2.3. Pengadaan Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan yang menjadi bagian dari barang jadi dan merupakan bagian dari pengeluaran terbesar dalam proses produksi (Budiman dan Hakimi, 2004). Bahan yang digunakan dalam proses produksi adalah:

- a. Bahan langsung (*direct materials*) adalah bahan yang menjadi bagian dari barang-barang jadi dan merupakan bagian pengeluaran terbesar dalam memproduksi sesuatu.



- b. Bahan tidak langsung (*indirect materials*) merupakan bagian dari produk jadi yang digunakan dalam jumlah kecil sehingga biaya bahan tidak besar jika dibandingkan dengan biaya langsung.
- c. Perlengkapan (*supplies*) merupakan bahan yang digunakan dalam proses produksi, tetapi tidak mengambil bagian dari barang jadi.

2.2.4. Bahan Penunjang

Bahan dapat dibedakan atas bahan baku dan bahan pembantu (bahan penunjang). Bahan baku adalah bahan utama yang diolah atau diproses menjadi produk jadi, sedangkan produk pembantu adalah bahan yang ditambahkan dan sifatnya melengkapi (Dwi, 2013).

Menurut Handoko (2015), bahan penunjang atau bahan pembantu yaitu barang yang telah disediakan dan diperlukan dalam proses produksi dan bukan komponen utama dari bagian barang jadi. Bahan penunjang umumnya bahan yang digunakan dalam pembuatan suatu produk, tetapi tidak ikut dalam proses produksi, hanya bersifat sebagai pelengkap saja. Bahan ini biasanya digunakan setelah selesainya tahapan-tahapan tertentu.

2.3. Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Ibrahim dalam Gumelar (2011), studi kelayakan bisnis adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha atau proyek. Tujuan dilakukannya analisis bisnis (Gray dan Larson dalam Purnamasari dan Hendrawan, 2013) adalah (1) Untuk mengetahui tingkat keuntungan yang dapat dicapai melalui investasi dalam suatu proyek; (2) Menghindari pemborosan sumber-sumber daya, yaitu



menghindari pelaksanaan kegiatan yang tidak menguntungkan; (3) Mengadakan penilaian terhadap peluang investasi yang ada sehingga dapat memilih alternatif kegiatan yang paling menguntungkan; (4) Menentukan prioritas investasi.

Studi kelayakan (*feasibility study*) pada akhir-akhir ini telah banyak dikenal oleh masyarakat, terutama yang bergerak dalam bidang dunia usaha. Berbagai peluang dan kesempatan yang ada dalam dunia usaha telah menuntut untuk menilai sejauh mana peluang tersebut dapat memberikan manfaat (*benefit*) apabila dilaksanakan. Kegiatan menilai sejauh mana manfaat yang diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha disebut dengan studi kelayakan bisnis (Sutojo, 2000).

Penilaian dalam studi kelayakan bisnis dilakukan secara menyeluruh dari berbagai aspek yaitu dari aspek nonfinansial yang meliputi aspek pasar, teknis, manajemen hukum, sosial-ekonomi-budaya, lingkungan, dan dari aspek finansial (keuangan). Oleh karena itu, dalam melakukan analisis atau penilaian studi kelayakan bisnis diperlukan berbagai informasi atau pengetahuan dari berbagai unsur atau disiplin ilmu (Nurmalina et.al, 2020).

2.3.1. Tujuan Studi Kelayakan

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), paling tidak ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan, yaitu:

1. Menghindari Resiko Kerugian

Untuk mengatasi risiko kerugian dimasa yang akan datang, karena di masa yang akan datang ada semacam kondisi ketidakpastian. Kondisi ini ada yang dapat



diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini, fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalkan risiko yang tidak diinginkan, baik risiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

2. Memudahkan Perencanaan

Perencanaan meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha akan dijalankan, dimana lokasi proyek akan dibangun, siapa-siapa yang akan melaksanakannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasi jika terjadi penyimpangan.

3. Memudahkan Pelaksanaan Pekerjaan

Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun. Rencana yang sudah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang sudah direncanakan.

4. Memudahkan Pengawasan

Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.

ISLAM RIAU



5. Memudahkan Pengendalian

Jika dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

2.3.2. Manfaat Studi Kelayakan

Menurut (Nurmalina et.al, 2020) tujuan yang ingin dicapai dari konsep studi kelayakan bisnis paling tidak ada beberapa pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Investor

Studi kelayakan bisnis ditujukan untuk melakukan penilaian dari kelayakan bisnis untuk menjadi masukan yang berguna. Apakah dana yang ditanamkan akan memberikan keuntungan atau tidak karena sudah mengkaji berbagai aspek seperti aspek pasar, aspek teknis, aspek sosial-ekonomi-budaya, aspek lingkungan, dan dari aspek finansial secara komprehensif dan rinci. Dengan demikian dapat dijadikan dasar bagi investor untuk membuat keputusan investasi secara lebih objektif.

2. Kreditor/Bank

Studi kelayakan bisnis dipakai untuk melakukan penilaian terhadap segi keamanan dana yang dipinjamkan, apakah bisnis mempunyai kemampuan untuk mengembalikan dana pinjaman atau tidak. Perhatian kreditor selain terhadap aspek-aspek kelayakan juga pada periode pengembalian investasi atau pinjaman (*Payback Period*).



3. Analis

Studi kelayakan adalah suatu alat atau metoda analisis yang berguna yang dapat dipakai sebagai penunjang kelancaran tugas analis dalam melakukan penilaian suatu bisnis baru, pengembangan bisnis atau menilai kembali bisnis yang sudah ada.

4. Masyarakat

Hasil studi kelayakan bisnis merupakan suatu informasi atau peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian rakyat, baik yang terlibat langsung maupun muncul diakibatkan adanya nilai tambah sebagai akibat dari adanya bisnis tersebut.

5. Pemerintah

Studi kelayakan bisnis ini dapat dipakai untuk menilai manfaat bisnis bagi perekonomian nasional. Apakah bisnis tersebut dapat meningkatkan pendapatan daerah/Negara atau dapat bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan. Secara rinci dari sudut pandang mikro, hasil dari studi kelayakan ini bagi pemerintah terutama untuk tujuan pengembangan sumber daya baik dalam pemanfaatan sumber-sumber alam maupun pemanfaatan sumber daya manusia, berupa penyerapan tenaga kerja. Selain itu, adanya bisnis baru atau berkembangnya bisnis lama sebagai hasil dari studi kelayakan bisnis yang dilakukan oleh individu atau badan usaha tentunya akan menambah pemasukan pemerintah, baik dari pajak pertambahan nilai (PPN) maupun dari pajak penghasilan (PPH) dan retribusi berupa biaya perizinan, biaya pendaftaran dan administrasi, serta lainnya yang layak diterima sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Secara makro



pemerintah dapat mengetahui apakah bisnis tersebut dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah ataupun nasional, sehingga tercapai pertumbuhan PDRB dan kenaikan pendapatan per kapita.

2.3.3. Tahapan Studi Kelayakan

Tahapan studi kelayakan menurut Jumingan (2009) sebagai berikut:

1. Penemuan Ide

Ide atau biasanya didapat melalui bacaan, dengan cara ini akan dapat diketahui sudah berapa jauh perkembangan suatu usaha saat ini. Apa saja yang sudah dilakukan, teknologi yang digunakan, apakah ada catatan statistic yang menggambarkan realisasi dari kegiatan yang telah dilakukan pelaku bisnis.

2. Tahapan penelitian

Setelah ide proyek diketahui, dilakukan penelitian yang lebih mendalam dengan metode ilmiah, yaitu, mengumpulkan data mengolah data menganalisis dan menginterpretasikan hasil pengolahan data menyimpulkan data membuat laporan hasil

3. Tahap evaluasi

Evaluasi yaitu membandingkan sesuatu dengan satu atau lebih standar atau kriteria yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Ada tiga macam evaluasi, yaitu: Mengevaluasi usaha proyek yang akan didirikan, mengevaluasi proyek yang akan dibangun, mengevaluasi bisnis yang sudah dioperasikan secara rutin. Dalam usaha bisnis yang akan dibandingkan adalah seluruh yang akan ditimbulkan oleh usulan bisnis serta manfaat atau benefit yang akan diperkirakan akan diperoleh.



4. Tahapan pengurutan usulan yang layak

Jika terdapat lebih dari suatu usulan rencana bisnis yang dianggap layak, perlu dilakukan pemilihan rencana bisnis yang mempunyai skor tertinggi jika disbanding usulan lain berdasarkan kriteria penilaian yang telah ditentukan.

5. Tahapan perencanaan pelaksanaan

Setelah rencana bisnis dipilih perlu dibuat rencana kerja pelaksanaan pembangunan proyek. Mulai dari penentuan jenis pekerjaan, jumlah dan klasifikasi tenaga perencana, ketersediaan dana dan sumber daya lain serta kesiapan manajemen.

6. Tahapan pelaksanaan

Dalam realisasi pembangunan proyek diperlukan manajemen proyek. Setelah proyek selesai dikerjakan tahap selanjutnya adalah melaksanakan operasional bisnis secara rutin. Agar selalu bekerja secara efektif dan efisien dalam rangka meningkatkan laba perusahaan, dalam operasional perlu kajian-kajian untuk mengevaluasi bisnis dari fungsi keuangan, pemasaran, dan operasi.

2.3.4. Aspek Studi Kelayakan

Aspek studi kelayakan terdiri dari aspek non finansial dan aspek finansial.

A. Aspek Non Finansial

Beberapa aspek non finansial yang perlu diperhatikan dalam melakukan studi kelayakan bisnis terdiri dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek lingkungan dan aspek hukum. Banyak aspek yang harus diperhatikan dalam suatu studi kelayakan usaha bisnis sangat tergantung pada karakteristik dari masing-masing bisnis.



1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Analisis aspek pasar dan pemasaran memiliki peranan yang penting sebelum memulai bisnis karena sumber pendapatan utama perusahaan berasal dari penjualan produk yang dihasilkan. Aspek pasar dan pemasaran menyajikan tentang peluang pasar, perkembangan permintaan produk di masa mendatang, kendala-kendala yang dihadapi seperti keberadaan pesaing, serta beberapa strategi yang dilakukan dalam pemasaran. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk mengetahui berapa besar pasar yang akan dimasuki, struktur dan peluang pasar yang ada, prospek pasar di masa yang akan datang, serta bagaimana strategi pemasaran yang harus dilakukan.

Analisis aspek pasar dan pemasaran dikaji dengan deskriptif untuk mengetahui seberapa besar potensi pasar di masa yang akan datang. Oleh karena itu, perlu diketahui tingkat permintaan pasar pada masa lalu, sekarang dan masa yang akan datang. Kriteria kelayakan pada aspek pasar dikatakan layak apabila usaha memiliki peluang pasar, artinya potensi permintaan lebih besar dari penawaran.

Pengkajian aspek pasar penting dilakukan karena tidak ada bisnis yang berhasil tanpa adanya permintaan atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut dan jika pasar yang dituju tidak jelas maka resiko kegagalan usaha menjadi besar. Menurut Nurmawati *et al.* (2014), aspek pasar mempelajari tentang:



a. Permintaan

Permintaan akan terjadi apabila didukung oleh daya kemampuan yang dimiliki oleh konsumen untuk membeli serta adanya akses untuk memperoleh barang dan jasa yang ditawarkan. Dalam permintaan juga perlu merinci secara total mengenai daerah, jenis konsumen, perusahaan besar pemakai serta memperkirakan tentang proyeksi permintaan tersebut (Nurmalina *et al.* 2014). Permintaan merupakan ada hubungan yang mulivariate, yaitu ditentukan oleh banyak faktor secara serentak. Beberapa faktor-faktor terpenting yang mempengaruhi permintaan adalah: a) harga barang itu sendiri, b) harga barang lain atau pengganti, c) pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, d) jumlah penduduk, e) corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, f) cita rasa masyarakat, g) ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

b. Penawaran

Secara umum, penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang ditawarkan produsen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Faktor yang dapat mempengaruhi penawaran suatu barang atau jasa antara lain harga barang itu sendiri, harga barang lain yang memiliki hubungan substitusi atau komplementer, teknologi, harga input, tujuan perusahaan atau akses. Hal-hal yang mendorong dan menghambat kegiatan produksi berpengaruh terhadap jumlah penawaran. Berikut ini faktor-faktor yang memengaruhi penawaran: a) harga barang itu sendiri, b) harga barang pengganti, c) biaya produksi, d) kemajuan teknologi, e) pajak, f) redistribusi, g) perkiraan pada masa depan.



c. Analisis Persaingan dan Peluang Pasar

Persaingan merupakan hal yang wajar dalam setiap kegiatan usaha yang menghasilkan suatu produk. Hal yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha adalah upaya menghasilkan produk dengan kualitas baik dan dapat diterima pasar secara luas. Masing-masing pelaku usaha sudah memiliki pelanggan tersendiri (*captive market*) yang secara periodik mendatangi lokasi usaha untuk membeli produk sesuai dengan kebutuhan konsumen/pelanggan.

2. Aspek Teknis dan Teknologi

Menurut Suliyanto (2010) suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek teknis dan teknologi jika berdasarkan hasil analisis ide bisnis dapat dibangun dan dijalankan dengan baik. Secara spesifik analisis aspek teknis dan teknologi dalam studi kelayakan bertujuan untuk: a) Menganalisis kelayakan lokasi untuk menjalankan bisnis. b) Menganalisis besarnya skala produksi untuk mencapai tingkatan skala ekonomis. c) Menganalisis kriteria pemilihan mesin peralatan dan teknologi untuk menjalankan proses produksi. d) Menganalisis *layout* pabrik, *layout* bangunan dan fasilitas lainnya. e) Menganalisis teknologi yang akan digunakan.

a. Lokasi Usaha

Lokasi usaha adalah lokasi dimana usaha dijalankan, baik lokasi untuk lahan pabrik maupun lokasi untuk perkantoran (administrasi). Lokasi bisnis mempunyai pengaruh yang besar terhadap biaya operasional dan biaya investasi. Penentuan lokasi bisnis ditentukan oleh beberapa variabel yang digolongkan menjadi variabel utama (primer) dan variabel pendukung (sekunder). Menurut Suliyanto



(2010), variabel-variabel utama dalam pemilihan lokasi bisnis adalah: a) ketersediaan bahan mentah, b) letak pasar yang dituju, c) ketersediaan sumber energy, air dan sarana komunikasi, d) ketersediaan fasilitas transportasi.

b. Mesin dan Peralatan

Pemilihan mesin dan peralatan merupakan hal yang penting. Hal ini karena kesalahan dalam pemilihan mesin dan peralatan yang digunakan akan menimbulkan kerugian jangka panjang. Berikut ini beberapa hal yang perlu dipertimbangkan pada pemilihan mesin dan peralatan (Suliyanto, 2010):

- 1) Kesesuaian dengan teknologi. Mesin dan peralatan harus sesuai dengan teknologi yang berlaku sekarang. Jika teknologi yang digunakan tidak sesuai dengan kondisi lingkungan yang ada maka prosesnya akan ketinggalan sehingga akan kalah dengan para peasing lainnya.
- 2) Harga. Harga perolehan mesin, peralatan dan teknologi harus sesuai dengan besarnya biaya investasi yang dianggarkan agar tidak membebani keuangan perusahaan dalam jangka panjang.
- 3) Kemampuan. Kemampuan mesin peralatan yang digunakan harus sesuai dengan produksi yang direncanakan.
- 4) Tersedianya pemasok. Ketersediaan pemasok harus dipertimbangkan sehingga pada saat kegiatan pembangunan dimulai tidak ada kendala dalam hal pengadaan.
- 5) Tersedianya suku cadang. Ketersediaan suku cadang harus dianalisis secara cermat agar proses pemeliharaan dan perbaikan karena suatu kerusakan pada mesin dan peralatan dapat dilakukan dengan mudah.



- 6) Kualitas. Kualitas mesin menentukan keawetan dan kualitas produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, kualitas mesin dan peralatan perlu dipertimbangkan, disesuaikan dengan kemampuan keuangan yang ada.
- 7) Umur ekonomis. Taksiran umur ekonomis harus sesuai dengan keberadaan bisnis yang dijalankan, jangan sampai umur ekonomis mesin terlalu pendek sehingga “habis” sebelum bisnis mencapai tingkat pengembalian investasi.

c. Tenaga Kerja

Perusahaan harus menganalisis ketersediaan tenaga kerja, baik tenaga kerja terampil maupun tenaga kerja kasar, karena hal ini sangat berpengaruh terhadap biaya produksi yang ditanggung perusahaan. Sehubungan dengan ketersediaan tenaga kerja ini, beberapa hal berikut perlu mendapatkan perhatian (Suliyanto, 2010):

- 1) Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan, baik tenaga kerja terdidik maupun yang tidak terdidik.
- 2) Upah tenaga kerja, baik upah sekarang maupun proyeksi upah pada masa yang akan datang.
- 3) Karakteristik sikap dan tingkat keterampilan tenaga kerja yang ada.
- 4) Karakteristik sikap dan tingkat keterampilan tenaga kerja yang ada.
- 5) Biaya pendahuluan yang diperlukan sebelum tenaga kerja dapat bekerja, termasuk biaya rekrutmen dan biaya pelatihan.

3. Aspek Lingkungan

Lingkungan tempat bisnis yang akan dijalankan harus dianalisis dengan cermat. Hal ini disebabkan lingkungan di satu sisi dapat menjadi peluang dari



bisnis yang akan dijalankan, namun di sisi lain lingkungan juga dapat menjadi ancaman bagi perkembangan bisnis. Keberadaan bisnis dapat berpengaruh terhadap lingkungan, baik lingkungan masyarakat maupun lingkungan ekologi tempat bisnis akan dijalankan.

Menurut Suliyanto (2010), lingkungan memiliki pengertian yang sangat luas sehingga analisis aspek lingkungan dalam studi kelayakan bisnis dapat dibagi menjadi beberapa ruang lingkup. Meskipun aspek lingkungan terdiri dari beberapa ruang lingkup, namun pada praktiknya tidak semua ruang lingkup pada lingkungan bisnis harus dianalisis secara mendalam. Ketajaman dan keluasan analisis pada aspek lingkungan sangat tergantung pada kebutuhan intensitas studi kelayakan yang ditentukan oleh besarnya investasi, tingkat kepastian bisnis dan dampak yang dapat ditimbulkan dari bisnis tersebut. Suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek lingkungan jika kondisi lingkungan sesuai dengan kebutuhan ide bisnis dan ide bisnis tersebut mampu memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dampak negatifnya di wilayah tersebut. Secara spesifik analisis aspek lingkungan dalam studi kelayakan bertujuan untuk:

- a. Menganalisis kondisi lingkungan operasional yang terdiri dari pesaing, pemasok, pelanggan, kreditor dan pegawai untuk memperoleh jawaban apakah kondisi lingkungan operasional memungkinkan atau tidak untuk menjalankan suatu ide bisnis.
- b. Menganalisis kondisi lingkungan industri yang terdiri dari pesaing antar perusahaan, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, barang substitusi dan



hambatan masuk untuk memperoleh jawaban apakah kondisi lingkungan industri memungkinkan atau tidak untuk menjalankan ide bisnis.

- c. Menganalisis kondisi lingkungan jauh yang terdiri dari lingkungan ekonomi, sosial, politik, teknologi, dan global untuk memperoleh jawaban apakah kondisi lingkungan jauh memungkinkan atau tidak untuk menjalankan ide bisnis.
- d. Menganalisis dampak positif maupun dampak negatif bisnis terhadap lingkungan, baik lingkungan operasional, lingkungan industri maupun lingkungan jauh.
- e. Menganalisis usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk meminimalkan dampak negatif bisnis terhadap lingkungan, baik lingkungan operasional, lingkungan industri maupun lingkungan jauh.

4. Aspek Hukum

Nurmalina *et al.* (2014), menyatakan aspek hukum diperlukan untuk mengidentifikasi bentuk badan usaha yang akan digunakan. Hal ini berhubungan dengan kekuatan hukum dan konsekuensinya, dan mempelajari jaminan-jaminan yang dapat disediakan bila akan menggunakan sumber dana pinjaman, berbagai akta, sertifikat serta izin. Disamping hal tersebut, aspek hukum dari kegiatan bisnis yang diperlukan dalam hal mempermudah dan memperlancar kegiatan bisnis pada saat menjalin kerjasama dengan pihak lain.

Kasmir dan Jakfar (2012) menyatakan bahwa aspek hukum perlu dilakukan secara teliti dengan mencari sumber-sumber informasi yang jelas sampai ke tangan yang memang berkompeten untuk mengeluarkan surat-surat yang hendak



diteliti. Secara ringkas dokumen-dokumen yang perlu dipersiapkan untuk menganalisis aspek hukum dari sebuah usaha adalah Badan Hukum, Tanda Daftar Perusahaan, NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), Surat Izin Usaha, Izin Domisili, Izin Mendirikan Bangunan, Bukti Diri (KTP atau SIM) dan izin-izin lainnya. Sedangkan perizinan lain yang dibutuhkan terutama bagi usaha berbasis pangan, yaitu sertifikasi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Dinas Kesehatan, dan sertifikasi halal.

B. Aspek Finansial

Menurut Husnan dan Muhammad (2005), analisis finansial (*financial analysis*) merupakan analisis yang hanya membatasi manfaat dan pengorbanan dari sudut pandang perusahaan. Analisis aspek finansial merupakan bagian dari analisis studi kelayakan bisnis yang sangat diperlukan untuk menentukan manfaat yang diterima dari bisnis tersebut. Oleh karena itu analisis finansial yang dilakukan ini akan mencakup definisi-definisi manfaat dan biaya yang berkaitan dengan suatu bisnis. Analisis finansial terhadap suatu bisnis dilakukan untuk menganalisis berbagai aspek finansial dalam bisnis tersebut.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2010), penilaian terhadap aspek keuangan meliputi sumber dana yang diperoleh, kebutuhan biaya investasi, estimasi pendapatan dan biaya investasi yang dibutuhkan selama umur bisnis, proyeksi aliran kas (*cashflow*) dan laporan laba/rugi, serta kriteria penilaian investasi.



1. Biaya Investasi dan Operasional

a. Biaya Investasi

Biaya Investasi adalah komitmen sejumlah uang atau sumber daya lainnya yang dilakukan saat ini (*present time*) dengan harapan memperoleh manfaat (*benefit*) di kemudian hari (*in future*). Dalam tataran praktik, investasi biasanya dikaitkan dengan berbagai aktivitas yang terkait dengan penanaman uang pada berbagai macam alternatif aset baik yang tergolong sebagai aset real (*real assets*) seperti tanah, emas, properti ataupun yang berbentuk aset finansial (*financial assets*), misalnya berbagai bentuk surat berharga seperti saham, obligasi ataupun reksadana.

b. Biaya Operasional

Biaya operasional adalah sejumlah uang atau biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha atau produsen untuk membiayai kegiatan operasional usaha *coffee shop*. Biaya operasional juga dapat diartikan sebagai biaya yang berkaitan dengan operasi perusahaan diluar biaya produksi.

2. Penerimaan

Pendapatan dapat diartikan sebagai *revenue* dan dapat juga diartikan sebagai *income* atau pun penghasilan yang di dapat dari kegiatan berusaha. Pendapatan dapat digolongkan menjadi dua bagian yaitu:

a. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih merupakan pendapatan yang diperoleh dari seluruh penghasilan dikurangi dengan seluruh biaya. Pendapatan bersih suatu usaha adalah selisih antara penerimaan dan pengeluaran kotor usaha. Penerimaan usaha



adalah nilai produk total usaha dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual maupun yang tidak dijual. Penerimaan dihitung dengan mengalikan produk total dengan harga yang berlaku dipasar.

b. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor merupakan penghasilan yang diperoleh dari penjualan total kepada para pembeli. Atau dapat juga diartikan sebagai nilai produksi total dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual maupun yang tidak dijual.

3. Laporan Rugi Laba

Menurut Jusup (2011), laporan keuangan yang secara sistematis menggambarkan hasil usaha perusahaan dalam rentang waktu tertentu. Laporan laba rugi menyajikan:

- a. Penjualan dan pendapatan, adalah kenaikan manfaat ekonomi selama periode pelaporan dalam bentuk arus masuk atau peningkatan aset, atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.
- b. Pembelian dan beban, adalah penurunan manfaat ekonomi selama satu periode pelaporan dalam bentuk arus keluar atau penurunan aset, atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak terkait dengan distribusi kepada penanam modal.
- c. Laba, adalah selisih dari nilai pendapatan dikurang beban yang menunjukkan hasil yang positif terhadap perubahan nilai ekuitas.
- d. Rugi, adalah selisih dari nilai pendapatan dikurang beban yang menunjukkan hasil yang negatif terhadap perubahan nilai ekuitas.



Bentuk laporan laba rugi dapat dilihat seperti tabel dibawah ini:

Tabel 3. Contoh Laporan Laba Rugi

Identitas Perusahaan Laporan Laba Rugi Periode		
Pendapatan	xxx	
Total Pendapatan		xxx
Beban	xxx	
Total Beban		(xxx)
Laba/Rugi Bersih		xxx

4. Inflasi

Sukirno (2015), inflasi merupakan kenaikan harga barang-barang yang terjadi secara terus menerus, inflasi dibedakan menjadi tiga komponen yaitu inflasi tarikan permintaan, inflasi desakan biaya dan inflasi impor. Rahardja (2014) menyatakan bahwa inflasi merupakan suatu kenaikan harga barang-barang yang sifatnya umum dan terjadi secara terus menerus.

Inflasi adalah suatu proses meningkatnya harga-harga secara umum dan terus menerus (kontinu) berkaitan dengan mekanisme pasar yang dapat disebabkan oleh faktor-faktor tertentu (Muchtar *et al*, 2016). Analisis tingkat inflasi digunakan untuk proyeksi biaya dimasa yang akan datang pada beberapa koefisien teknis lainnya seperti perhitungan biaya reinvestasi peralatan, biaya operasional, proyeksi harga input dengan menggunakan rata-rata tingkat inflasi.

Inflasi merupakan salah satu dari indikator untuk melihat kestabilasian perekonomian suatu wilayah tertentu, perkembangan harga jasa dan barang pada umumnya dihitung menggunakan indeks harga dari para konsumen. Dengan demikian, tingkat inflasi sangat mempengaruhi besar kecilnya produksi suatu



barang. Adapun cara untuk menghitung laju inflasi menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Inflasi} = \frac{DF_n - DF_{n-1}}{DF_{n-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

DF_n = Produk Domestik Bruto (PDB) Deflator Berikut

DF_{n-1} = Produk Domestik Bruto (PDB) Deflator Tahun Awal

5. Diskon Faktor

Kelayakan suatu usaha dapat ditinjau dari berbagai hal, salah satunya melalui kriteria kelayakan investasi. Namun sebelum membahas lebih lanjut, perlu diketahui bahwa seluruh biaya dan manfaat harus dinilai kenaikannya (diskont). Hal ini terkait dengan adanya preferensi uang terhadap waktu dimana sejumlah uang yang ada saat ini akan lebih disukai dari pada sejumlah uang yang sama dimasa yang akan datang sehingga untuk dibandingkan maka perlu untuk mengkonversi nilai uang dengan menggunakan Diskon Faktor (DF). Dalam menghitung DF perlu diketahui nilai Diskon Faktor (DF) biasanya nilai DF ini didasarkan pada tingkat bunga deposito atau bunga pinjaman (Mukti M. 2007).

Model diskont faktor adalah metode penilaian yang secara tidak langsung memperhatikan nilai waktu dari uang dan melibatkan konsep diskonto arus kas investasi. Metode diskonto memiliki dua pendekatan metode dalam perhitungannya yaitu net present value (NPV) dan Internal Rate of Return (IRR).

Adapun cara untuk mengkonversikan nilai uang dengan menggunakan Diskon Faktor (DF) bisa menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DF = \frac{1}{(1+i)^t}$$

Keterangan:

DF = Diskon Faktor

I = Interest rate (IR)

t = Tahun saat biaya dikeluarkan atau manfaat diperoleh

6. Kriteria Investasi

Aspek finansial bersifat sangat kuantitatif karena analisis ini mengkaji jumlah dana yang dibutuhkan untuk membangun dan mengoperasikan kegiatan bisnis.

Selain itu, aspek ini juga memperhitungkan penerimaan yang diperoleh selama suatu usaha berjalan. Beberapa data yang diperlukan antara lain biaya investasi, biaya operasional yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variable serta penerimaan yang diperoleh selama umur bisnis. Data-data ini akan diolah dengan menggunakan analisis kelayakan bisnis berupa kriteria investasi seperti *Net Present Value* (NPV), *Net Internal Rate of Return* (IRR), *Net Benefit-Cost Ratio* (Net B/C), dan *Payback Period* (PP).

a. *Net Present Value* (NPV)

Net Present Value (NPV) adalah selisih antara *Present Value* dari investasi sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (Umar, 2003). Ukuran ini bertujuan untuk mengurutkan alternatif yang dipilih karena adanya kendala biaya modal, dimana proyek ini memberikan NPV biaya yang sama atau NPV penerimaan yang kurang lebih sama setiap tahun. Proyek dinyatakan layak atau bermanfaat jika NPV lebih besar dari nol. Jika NPV sama dengan nol, berarti biaya dapat dikembalikan persis sama besar oleh proyek. Pada



kondisi ini proyek tidak untung dan tidak rugi. Jika NPV lebih kecil dari nol, proyek tidak dapat menghasilkan nilai biaya yang dipergunakan dan ini berarti bahwa proyek tersebut tidak layak dilakukan (Gray, 1995).

Menurut Sucipto (2011), *Net Present Value* adalah metode yang menghitung selisih antara nilai sekarang investasi (*capital outlays*) dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih (*present value of proceed*) baik dari operasional *cash flow* maupun dari terminal *cash flow* pada masa yang akan datang (Selama Umur Investasi). Metode ini memerlukan tingkat bunga yang relevan untuk menghitung nilai-nilai sekarang dan menggunakan pertimbangan bahwa nilai uang sekarang lebih tinggi bila dibandingkan dengan nilai uang pada waktu mendatang. Kriteria investasi berdasarkan NPV yaitu:

$NPV = 0$, artinya proyek tersebut mampu mengembalikan persis sebesar modal sosial Opportunity Cost faktor produksi normal. Dengan kata lain, proyek tersebut tidak untung dan tidak rugi.

$NPV > 0$, artinya suatu proyek sudah dinyatakan menguntungkan dan dapat dilaksanakan.

$NPV < 0$, artinya proyek tersebut tidak menghasilkan nilai biaya yang dipergunakan.

Keuntungan dari metode NPV yakni: (1) memperhatikan nilai waktu dari pada uang (*Time Value of Money*); (2) mengutamakan aliran kas yang lebih awal; (3) tidak mengabaikan aliran kas selama periode proyek atau investasi. Sementara itu kelemahan dari metode ini yakni: (1) memerlukan perhitungan *cost of capital* sebagai *discount rate*; (2) lebih sulit penerapannya daripada *payback period*.



b. Internal Rate of Return (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) merupakan metode yang digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa yang akan datang atau penerimaan kas, dengan mengeluarkan investasi awal (Umar, 2003).

Kelebihan metode IRR yaitu: (1) tidak mengakibatkan aliran kas selama periode proyek; (2) memperhitungkan nilai waktu daripada uang; (3) mengutamakan aliran kas awal. Sedangkan kelemahan metode ini adalah: (1) memerlukan perhitungan COC (*cost of capital*) sebagai batas minimal dari nilai yang mungkin dicapai, dan (2) lebih sulit dalam perhitungan.

c. Net Benefit-Cost Ratio (Net B/C)

Net B/C Ratio merupakan metode yang digunakan untuk melihat berapa manfaat yang diterima oleh proyek untuk satu rupiah pengeluaran proyek. Menurut Sofyan (2003), *Net B/C Ratio* adalah suatu rasio yang membandingkan antara *benefit* atau penerimaan dari suatu usaha dengan biaya yang dikeluarkan untuk merealisasikan rencana dan pengoperasian usaha tertentu.

Imbangan penerimaan dan biaya (*R/C Ratio*), bertujuan untuk melihat seberapa jauh biaya yang digunakan dalam kegiatan usaha yang dilakukan dapat memberikan nilai penerimaan sebagai manfaatnya. Dalam kaitannya dengan usaha, *benefit-cost ratio* dapat dikatakan sebagai ratio antara penerimaan yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan dalam usaha. Jika rasio menunjukkan hasil 0 maka dapat dikatakan bahwa usaha tidak memberikan keuntungan finansial. Demikian juga jika rasio menunjukkan angka kurang dari 1 maka usaha



yang dilakukan akan memberikan keuntungan dari kegiatan yang dilaksanakan (Rahim, 2008).

d. Payback Period (PP)

Payback Period (PP) merupakan kriteria tambahan dalam analisis kelayakan untuk melihat periode waktu yang diperlukan dalam melunasi seluruh pengeluaran investasi. *Payback Period* merupakan suatu analisis yang berfungsi untuk mengukur seberapa cepat investasi yang ditanam pada suatu bisnis dapat kembali. Bisnis yang *Payback Period* cepat pengembaliannya memiliki kemungkinan untuk dijalankan. Kelemahan dari metode ini adalah sulitnya menentukan waktu *Payback Period* maksimum yang diisyaratkan untuk digunakan sebagai angka pembanding selain itu diabaikannya konsep nilai waktu uang dan *cash flow* setelah *Payback Period*. Menurut Umar (2007) *Payback Period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas.

Khotimah dan Sutiono (2014) menyatakan *payback period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas. *Payback period* tidak memiliki indikator standar dan bersifat relatif tergantung umur proyek dan besarnya investasi. Usaha dikatakan layak dilakukan jika *payback period* usaha tidak terlalu lama mendekati akhir proyek atau lebih lama dari umur proyek.

2.4. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas adalah analisis yang bertujuan untuk melihat apa yang akan terjadi dengan hasil usaha jika terjadi perubahan dalam input yang digunakan



ataupun output yang dihasilkan. Analisis sensitivitas dapat digunakan untuk menunjukkan bagian-bagian yang peka memerlukan pengawasan yang lebih ketat untuk menjamin hasil yang diharapkan akan lebih menguntungkan perekonomian dan membantu menemukan variable (unsur) input atau output yang sangat berpengaruh dalam proyek, sehingga dapat menentukan hasil usaha, dan juga dapat membantu mengarahkan perhatian orang pada unsur input atau output yang penting untuk memperbaiki perkiraan dan memperkecil bidang ketidakpastian (Syarif, 2011).

Analisis sensitivitas digunakan untuk mengubah variabel-variabel penting dengan suatu persentase dan menentukan berapa pekanya hasil perhitungan tersebut terhadap perubahan-perubahan tersebut (Kadariah, 2001).

Ketika suatu usaha telah diputuskan untuk dilaksanakan berdasarkan perhitungan dan analisis serta hasil evaluasi (NPV, Net B/C Ratio, IRR), ternyata di dalamnya tidak tertutup kemungkinan adanya kesalahan-kesalahan dalam perhitungan. Kesalahan perhitungan dapat dikarenakan ketidakstabilan harga faktor-faktor produksi maupun harga produk itu sendiri. Adanya kemungkinan-kemungkinan tersebut berarti harus diadakan analisa kembali untuk meninjau dan mengetahui sejauh mana dapat dilakukan penyesuaian-penyesuaian sehubungan dengan adanya perubahan-perubahan tersebut. Tindakan menganalisa kembali ini dinamakan analisis sensitivitas (*sensitivity analysis*).

2.5. Penelitian Terdahulu

Hidayat *et al* (2022) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kedai Kopi (Studi Kasus Pada *Meine Welt Coffee* di



Palangkaraya)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis usaha kedai kopi pada usaha kedai kopi *Meine Welt* untuk mengetahui apakah usaha yang sedang dijalankan dapat memberikan keuntungan finansial yang diharapkan dengan pendekatan kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder.

Sedangkan teknik analisa yang dilakukan menggunakan teknik analisis kualitatif untuk menilai aspek hukum, aspek lingkungan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia dan aspek keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan aspek non-finansial kedai kopi ini layak untuk dijalankan. Analisis aspek keuangan kedai kopi *Meine Welt* menunjukkan nilai NPV Rp 115.505.164, nilai *Payback Period* (PP) selama 3 tahun 3 bulan, *Profitability Indeks* (PI) 1,78, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 36,60%, serta *Average Rate of Return* (ARR) sebesar 160%.

Oka *et al* (2021) telah melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kelayakan pada Agroindustri Kopi Bubuk di Desa Nogosari Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kondisi pasar dan kegiatan pemasaran, aspek teknologi dan metode produksi, serta kegiatan manajemen dan peorganisasian agroindustri kopi dan kondisi finansial ekonomi agroindustri kopi di Desa Nogosari Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember. Analisis aspek finansial agroindustri kopi bubuk dapat dianalisis menggunakan metode analitik. Analisis data menggunakan metode analitik agroindustri kopi bubuk di Kecamatan Jenggawah berdasarkan



aspek finansial dan ekonomi dapat diukur melalui kriteria investasi yang diantaranya adalah NPV (*Net Present Value*), IRR (*Internal Rate of Return*), Net B/C (*Net Benefit Cost Ratio*), Gross B/C (*Gross Benefit Cost Ratio*), PR (*Profitability Ratio*), PP (*Payback Period*), dan Sensitivitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa agroindustri kopi bubuk di Desa Nogosari dapat diputuskan layak untuk dilakukan atau dijalankan berdasarkan perhitungan mengenai kriteria NPV (*Net Present Value*) memperoleh hasil atau nilai sebesar Rp.278.603.269,8 yang berarti bahwa nilai $NPV > 0$. Nilai Net B/C sebesar 2,44, besar Gross B/C dengan nilai 1,32, nilai IRR sebesar 59,61, nilai PR (*Profitability Ratio*) sebesar 2,44, hal ini menunjukkan bahwa kegiatan agroindustri kopi bubuk yang dijalankan dalam kurun periode 5 tahun dengan penggunaan tingkat suku bunga pada Bank BRI sebesar 9,95%. Hasil dari perhitungan pada *payback period* dimana nilai PP adalah 2 tahun 5 bulan 26 hari. Hasil tersebut berarti bahwa jangka waktu yang dibutuhkan oleh agroindustri kopi bubuk di Desa Nogosari untuk mengembalikan investasi yang digunakan adalah 2 tahun 5 bulan 26 hari. Perhitungan analisis sensitivitas yang dilakukan pada kegiatan agroindustri kopi bubuk di Desa Nogosari Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember terhadap peningkatan harga biaya variabel dengan penurunan harga produk kopi bubuk sebesar 3% menghasilkan perubahan pada kriteria investasi yang digunakan dalam kondisi yang dikatakan layak. perubahan NPV ($179.886.442 > 0$), Net B/C ($1,904326425 > 1$), Gross B/C ($1,202611924 > 1$), nilai IRR ($38,7410691 > 9,95\%$), nilai PR ($1,904326425 > 1$) dan PP 2 tahun 10 bulan 14 hari sehingga agroindustri masih layak untuk dijalankan, dimana waktu



tersebut kurang dari umur ekonomis sehingga kegiatan agroindustri bubuk kopi layak untuk dijalankan.

Jannah *et al* (2021) melakukan penelitian berjudul “Analisis Kelayakan Finansial Usaha Bubuk Kopi Pinang Instan (Studi Kasus CV. Siwahradja) Di Desa Geulanggang Kota Juang Kabupaten Bireuen”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah usaha bubuk kopi pinang instan layak untuk dijalankan dari segi pasar dan pemasaran serta dari segi finansial. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif. penelitian deskriptif terbagi dua yaitu kuantitatif dan kualitatif. Penelitian deskriptif dilakukan dengan cara menghitung pada aspek finansial dengan beberapa kriteria kelayakan investasi, selain itu juga dibutuhkan untuk menghitung biaya investasi, biaya depresiasi, biaya operasional dan proyeksi pendapatan. Penelitian deskriptif kualitatif dengan cara memberikan penjelasan dan gambaran pada aspek-aspek lainnya. Hasil penelitian pada strategi pemasaran menggunakan metode marketing mix (4P) dimana dalam satu kotak berisi 10 sachet dan memiliki harga Rp 150.000 per kotak. Promosi juga dilakukan salah satunya yaitu lewat media sosial seperti instagram (@siwahradja) sehingga dapat dikatakan industri rumahan ini layak untuk dijalankan dari segi pasar dan pemasaran. Pada aspek finansial didapatkan Net Present Value pada tahun ke-4 sebesar Rp. 4.165.687.998, nilai Internal Rate of Return sebesar 40,54%, Payback Periode pada tahun ke-1 bulan ke-2 hari ke-23, nilai Net Benefit Ratio sebesar 5,15, nilai Break Even Point, sebesar Rp 1.584.512.076 dan nilai Rasio Kontribusi Margin sebesar 78%. Pada analisis sensitivitas variabel yang digunakan asumsi cost (naik) 5% dan benefit (turun)



5%. Pada asumsi I). Dimana biaya produksi naik 5% didapatkan NPV sebesar Rp 3.698.397.280, IRR 51,98%, maka usaha ini tetap layak untuk dilanjutkan karena ($R > r$) atau IRR masih mampu untuk menutupi bunga bank yaitu 12%, PP didapatkan pada 1 tahun, 4 bulan, 29 hari. Pada asumsi II). Dimana keadaan biaya produksi turun 5% didapatkan NPV sebesar Rp 4.685.848.860, IRR 59,91%, maka usaha ini tetap layak untuk dilanjutkan karena ($R > r$) atau IRR masih mampu untuk menutupi bunga bank yaitu 12%, PP didapatkan pada 1 tahun.

Pradana *et al* (2020) melakukan penelitian yang berjudul “Studi Kelayakan Bisnis Tell Kopi dengan Analisis Finansial (Studi Kasus: Tell Kopi Anak Cabang Kedai Nam-Nam)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui layak atau tidaknya bisnis dijalankan menggunakan pendekatan ekonomi teknik. Data yang digunakan adalah biaya variabel dan biaya tetap, dengan tahapan perhitungan peramalan tahun pertama sampai tahun kelima dan pembuatan aliran kas. Batasan masalah yaitu metode yang digunakan *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP) dan *Profitability Index* (PI). Hasil penelitian menunjukkan *Net Cash Flow* untuk mengetahui *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, *Payback Period* dan *Profitability Index*. Dihasilkan nilai *Net Present Value* sebesar Rp. 130.189.548 > Rp. 123.204.000. (Investasi awal), *Internal Rate of Return* sebesar 46,9% > 10 % (rata-rata bunga bank), *Payback Period* bernilai 1 tahun 1 bulan 6 hari dan *Profitability Index* 2,06 > 1. Dari kriteria tersebut, kedai kopi layak dijalankan dengan memperhatikan target jumlah pengunjung dan target keuntungan yang harus didapatkan setiap harinya.



Putri *et al* (2019) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalengan, Kabupaten Bandung)”. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Menganalisis kelayakan bisnis kedai kopi di Agrowisata N8 dilihat dari aspek non-finansial. (2) Menganalisis kelayakan bisnis kedai kopi di Agrowisata N8 dilihat dari aspek finansial. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa atau suatu kejadian yang terjadi pada saat sekarang dalam bentuk angka-angka yang bermakna. Selanjutnya, untuk menjawab rumusan masalah aspek finansial digunakan analisis kriteria kelayakan investasi yang terdiri dari perhitungan NPV, IRR, Net B/C dan *payback period*.

Berdasarkan hasil penelitian kelayakan bisnis kedai kopi pada Agrowisata N8 Malabar dapat disimpulkan Analisa dari aspek non-finansial, kedai kopi Agrowisata N8 dapat dikatakan layak untuk dijalankan. Dimana dari segi aspek hukum, kedai kopi Agrowisata N8 sudah memiliki surat perizinan yang dibutuhkan sudah tersedia sehingga tidak dibutuhkan surat perizinan baru untuk mendirikan usaha tersebut. Aspek pasar dan pemasaran, dari sudut pandang target pasar yang dituju yaitu pengunjung Agrowisata N8 Malabar dilihat mengalami kenaikan setiap tahunnya. Strategi pemasaran berdasarkan 7P juga sudah direncanakan dengan baik oleh pihak Agrowisata N8. Aspek lingkungan, kedai kopi tersebut tidak memberikan dampak negatif secara lingkungan dan memberikan dampak positif secara sosial juga meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak. Aspek manajemen dan sumber daya manusia, kedai kopi tersebut



sudah memiliki perencanaan mengenai struktur organisasi, deskripsi jabatan, syarat untuk memangku jabatan, perencanaan pelatihan bagi SDM juga sistem penggajian yang akan digunakan. Aspek teknis dan teknologi, kedai kopi ini memanfaatkan aset gudang terletak di dalam areal penginapan sehingga nantinya kedai kopi ini akan mudah ditemukan oleh pengunjung yang datang ke areal tersebut. Berdasarkan analisa aspek finansial yang dilakukan pada lima kriteria penilaian investasi, usaha kedai kopi Agrowisata N8 dapat dikatakan layak untuk dijalankan. Hal tersebut dikarenakan hasil perhitungan NPV menunjukkan angka positif sebesar Rp82.929.169, Nilai IRR sebesar 49,51%, Net B/C menunjukkan angka 1,78 dan payback period dalam jangka waktu 2 tahun 4 bulan.

Rusdianto *et al* (2018) telah melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kelayakan Finansial Industri Bio-pellet Kulit Kopi di Kabupaten Jember”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan finansial bio-pellet di Kabupaten Jember. Metode penelitian ini menggunakan metode analisis finansial diantaranya BEP, PBP, NPV, IRR, BC ratio dan analisis sensitivitas. Hasil penelitian analisis finansial menunjukkan BEP produksi 16.045 unit dan BEP penjualan sebesar Rp.497.393.063, PBP selama 5 tahun 9 bulan 16 hari, NPV sebesar Rp.238.519.901, IRR sebesar 14,1%, dan B/C ratio sebesar 1,032. Berdasarkan hasil tersebut, industri bio-pellet kulit kopi layak dijalankan secara finansial di Kabupaten Jember karena telah memenuhi kriteria kelayakan finansial.

Natalie (2018) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Kelayakan Finansial dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Sumawe di Desa



Harjokuncaran, Kecamatan Sumbermanjing Wetan, Kabupaten Malang”. Terdapat dua tujuan dari penelitian ini, yaitu (1) menganalisis kelayakan agroindustri kopi Sumawe dari segi finansial dan (2) merumuskan strategi pengembangan agroindustri kopi Sumawe yang dapat diterapkan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dan destruktif. Metode penentuan responden yaitu menggunakan metode sensus, dimana mengambil seluruh populasi agroindustri kopi Sumawe dengan jumlah tiga agroindustri sebagai responden. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan analisis kelayakan yang meliputi analisis arus kas (biaya, pendapatan dan keuntungan), analisis kelayakan finansial (Net Present Value, Internal Rate of Return, Net B/C Ratio dan Payback Period) dan analisis sensitivitas serta menggunakan analisis SWOT yang meliputi analisis matriks IFAS dan EFAS, analisis IE dan analisis matriks SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan agroindustri.

Hasil dari analisis kelayakan finansial menunjukkan agroindustri kopi Sumawe layak untuk diusahakan dan dikembangkan. Hal tersebut terlihat dari nilai NPV yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 50.691.366, nilai IRR sebesar 155% serta nilai Net B/C sebesar 8 dengan waktu pengembalian modal selama 11 bulan. Terdapat dua kondisi perubahan keadaan yang terjadi pada analisis sensitivitas. Analisis sensitivitas terhadap perubahan keadaan harga beli bahan baku mengalami kenaikan sebesar 10% dengan produksi tetap menunjukkan bahwa agroindustri kopi Sumawe masih layak untuk diusahakan dan dikembangkan. Hal ini terlihat dari nilai NPV yang diperoleh sebesar Rp. 8.011.646, nilai IRR sebesar 65% serta nilai Net B/C sebesar 1,58. Hasil analisis sensitivitas terhadap



perubahan keadaan harga beli bahan baku mengalami kenaikan sebesar 10% dengan penurunan produksi sebesar 10% menunjukkan bahwa kelayakan finansial agroindustri kopi Sumawe sensitif terhadap perubahan keadaan. Hal ini terlihat dari nilai NPV yang diperoleh yaitu sebesar (Rp. 2.033.196), nilai IRR sebesar 4% serta nilai Net B/C sebesar 0,85. Nilai tersebut menunjukkan bahwa agroindustri kopi Sumawe tidak layak untuk diusahakan jika mengalami perubahan keadaan seperti kondisi yang kedua. Total skor yang diperoleh pada matriks IFAS yaitu 2,809, sedangkan total skor yang diperoleh pada matriks EFAS yaitu sebesar 2,681. Berdasarkan total skor IFAS dan EFAS maka pada matriks IE menunjukkan agroindustri kopi Sumawe berada pada sel V yaitu posisi menjaga dan mempertahankan. Terdapat dua strategi yang dapat dilakukan pada posisi tersebut

2.6. Kerangka Pemikiran

Usaha *Coffee shop* adalah salah satu usaha yang sedang berkembang seiring dengan berkembangnya trend minum kopi pada saat ini. Trend minum kopi dari yang tadinya hanya sebuah trend bagi kalangan tertentu berubah menjadi trend bagi setiap kalangan. Maka kehadiran *coffee shop* pada akhirnya sangat diminati, alasannya adalah dapat menjadi tempat pertemuan dengan rekan bisnis, berkumpul dengan teman dan kerabat, arisan, bahkan tempat diskusi. Banyaknya kemunculan usaha *coffee shop* yang baru dibuka tentu akan menjadi ancaman bagi pelaku usaha termasuk usaha *Coffee shop* Dakopat.

Coffee shop Dakopat adalah salah satu usaha kedai kopi yang berlokasi di Jalan Arifin Ahmad Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Salah satu



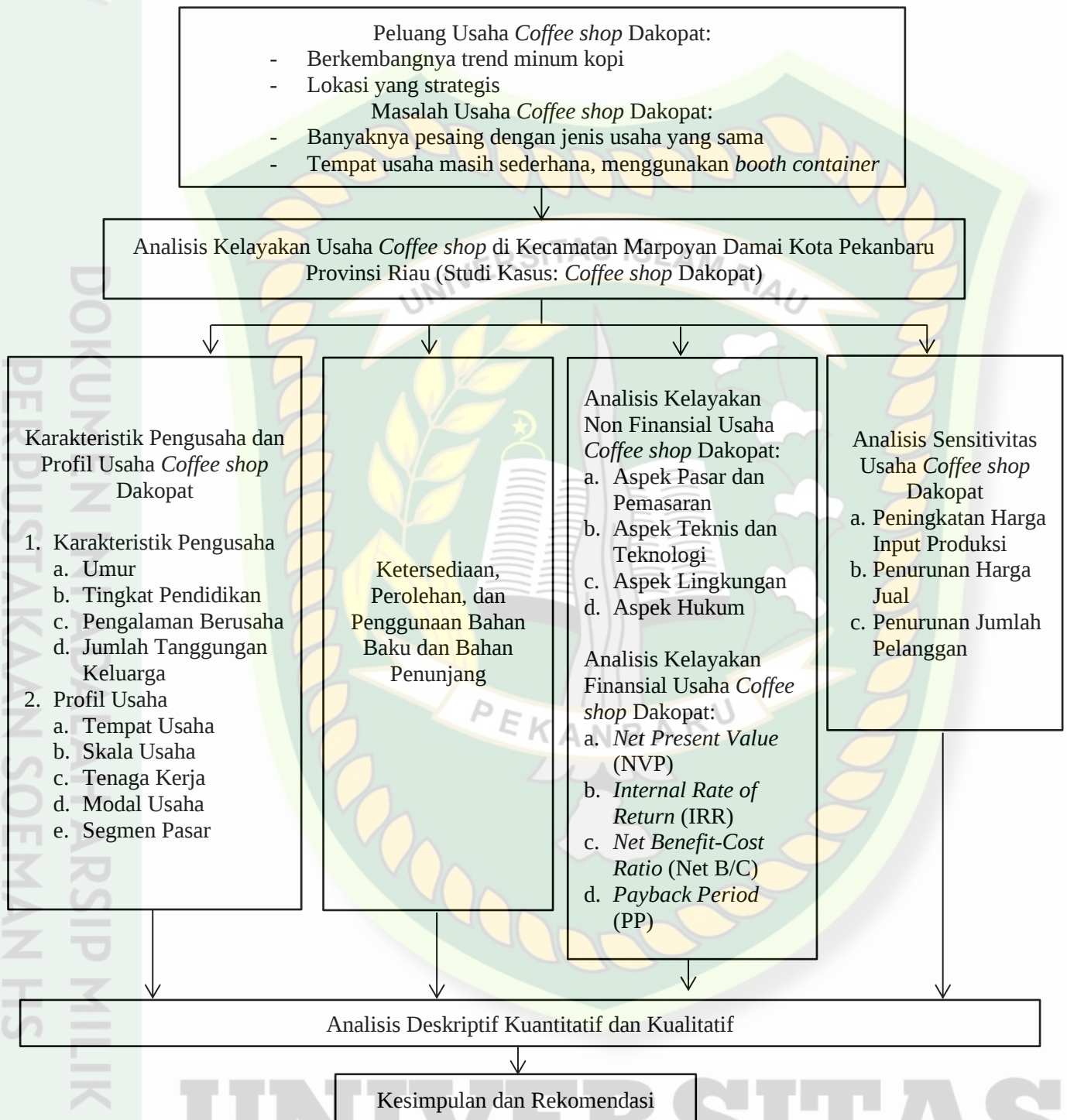
peluang bagi pengusaha *Coffee shop* Dakopat adalah lokasi usaha yang strategis, yaitu terletak di tengah pusat Kota Pekanbaru serta berdampingan dengan banyak usaha *cafe* dan *coffee shop* lainnya. Hal ini menjadi peluang sekaligus ancaman bagi usaha *Coffee shop* Dakopat yang tempat usahanya masih menggunakan kontainer dengan desain eksterior yang sederhana. *Coffee shop* lain yang dengan keunikan masing-masing, misalnya metode minum kopi dengan berbagai macam cara, desain interior ruangan yang unik, serta fasilitas pendukung lainnya. Oleh karena perlu dilakukan analisis kelayakan dari aspek non finansial dan finansial untuk mengetahui apakah usaha *Coffee shop* Dakopat layak untuk dijalankan di tengah banyaknya kemunculan pesaing dengan berbagai keunikan dan keunggulannya.

Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan dengan rinci bagaimana karakteristik pengusaha, profil usaha, ketersediaan, perolehan dan penggunaan bahan baku dan bahan penunjang pada usaha *Coffee shop* Dakopat. Analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif juga digunakan untuk mendeskripsikan kelayakan usaha dari aspek non finansial yang meliputi: aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek lingkungan dan aspek hukum. Untuk analisis finansial jangka panjang antara lain biaya, pendapatan dan kriteria investasi seperti *Net Present Value* (NPV) yang mempunyai nilai lebih besar dari nol, *Internal Rate of Return* (IRR) yang memiliki nilai lebih tinggi dari tingkat suku bunga, *Net Benefit-Cost Ratio* (Net B/C) yang mempunyai nilai lebih besar dari satu, *Payback Period* (PP) dimana masa pengembalian lebih pendek daripada umur ekonomis proyek.



Analisis sensitivitas meninjau kelayakan usaha dari dampak-dampak perubahan yang terjadi pada kelayakan usaha. Analisis sensitivitas dilakukan pada 3 (Tiga) kemungkinan perubahan kondisi usaha yang dihadapi oleh usaha *Coffee shop* Dakopat yaitu peningkatan harga input produksi, penurunan harga jual, dan penurunan jumlah pelanggan. Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pelaku usaha yang sedang dan akan menjalankan usahanya. Diagram kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



Gambar 3. Kerangka Pemikiran Penelitian



BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada usaha *coffee shop* Dakopat yang berlokasi di Jalan Arifin Ahmad Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Pemilihan tempat penelitian ini dengan pertimbangan bahwa usaha *coffee shop* Dakopat adalah satu-satunya usaha *coffee shop* yang tempat usahanya masih menggunakan *booth container* di Jalan Arifin Ahmad Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, sementara usaha *coffee shop* lainnya sudah memiliki tempat usaha yang lebih baik (ruko permanen).

Penelitian dilakukan selama 6 bulan yang dimulai dari bulan September 2022 sampai dengan Februari 2023 yang meliputi kegiatan penyusunan proposal, pengumpulan data di lapangan, pentabulasian data, analisis data, penulisan laporan, perbanyak laporan dan seminar laporan penelitian.

3.2. Teknik Penentuan Responden

Pemilihan responden dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu metode penetapan berdasarkan kriteria tertentu. Responden pada penelitian ini adalah Bapak Hendri sebagai pemilik usaha *coffee shop* Dakopat. Responden ini dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan: 1) Usaha *coffee shop* Dakopat adalah satu-satunya usaha *coffee shop* yang tempat usahanya masih menggunakan *booth container* di Jalan Arifin Ahmad Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. 2) Analisis kelayakan usaha *coffee shop* ini belum pernah dilakukan sebelumnya.



3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif dan kuantitatif.

1. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk kata atau lisan bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan, seperti wawancara langsung dengan pengusaha *coffee shop* Dakopat dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan. Data kualitatif terdiri dari kondisi usaha, keadaan lingkungan usaha, teknik pengolahan kopi, penggunaan mesin dan peralatan, saluran pemasaran, serta perizinan usaha.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur dan dihitung secara langsung yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Data kuantitatif terdiri dari informasi jumlah produksi minuman kopi, harga minuman kopi pergelas, biaya produksi minuman, biaya tenaga kerja, air, listrik dan biaya operasional lainnya.

3.3.2. Sumber Data

Data primer diperoleh dan dikumpulkan langsung dari lapangan, seperti wawancara langsung dengan pengusaha *coffee shop* Dakopat dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan (kuesioner). Data primer meliputi: karakteristik pengusaha (umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan,



pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga), dan profil usaha (skala usaha, tenaga kerja, modal usaha).

Data sekunder, data yang diperoleh dari sumber resmi dan instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian meliputi: BPS Provinsi Riau, BPS Kota Pekanbaru, Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Riau, Pusat data dan Informasi Kementerian Pertanian serta literatur dan buku-buku pendukung lainnya.

Data sekunder meliputi: keadaan umum daerah penelitian, batas-batas wilayah penelitian, jumlah penduduk, pendidikan, produksi dan luas lahan kopi, serta informasi lain yang dianggap perlu guna menunjang dan melengkapi penelitian ini.

3.4. Konsep Operasional

Untuk tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda-beda, maka dibuat batasan-batasan mengenai konsep yang dipakai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Umur adalah usia pengusaha *coffee shop* Dakopat (Tahun).
2. Tingkat pendidikan adalah jumlah tahun mengikuti pendidikan formal yang ditempuh pengusaha (Tahun).
3. Pengalaman berusaha adalah lama pengusaha melakukan usaha pengusaha *coffee shop* Dakopat (Tahun).
4. Jumlah tanggungan keluarga adalah semua anggota yang berada dalam satu keluarga yang menjadi tanggungan kepala keluarga (Jiwa).
5. Skala usaha adalah kategori besarnya usaha *coffee shop*.



6. Tenaga kerja adalah banyaknya orang yang melakukan suatu kegiatan yang ada pada usaha *coffee shop* (Jiwa).
7. Modal usaha adalah sejumlah uang atau barang yang digabungkan bersama faktor produksi lainnya yang digunakan dalam menjalankan usaha *coffee shop* (Rupiah).
8. Analisis finansial usaha adalah perhitungan untuk mengetahui kemampuan usaha *coffee shop* dalam menjalankan usaha pada masa yang akan datang dengan menggunakan analisis NPV, IRR, Net B/C Ratio dan PP.
9. Sarana produksi adalah sejumlah input yang digunakan dalam melaksanakan proses produksi, yang meliputi: bahan baku, bahan penunjang, peralatan, tenaga kerja dan lain-lain.
10. Discount factor adalah bilangan yang digunakan untuk mengkonversi seluruh biaya dan pendapatan (manfaat) yang harus dinilai-kinikan.
11. Umur proyek adalah batasan waktu pengembalian modal investasi yang telah dikeluarkan pada awal proyek bisnis (10 Tahun).
12. Biaya investasi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang bersifat tidak habis digunakan dalam jangka panjang (Rupiah).
13. Biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan setiap proses produksi dan bersifat habis dalam sekali produksi (Rupiah).
14. Biaya tenaga kerja adalah seluruh upah tenaga kerja yang digunakan dalam melakukan setiap kegiatan dalam proses produksi (Rupiah).
15. Produksi adalah hasil akhir dari usaha *coffee shop* berupa minuman (gelas/cup).



16. Penerimaan adalah sejumlah uang yang diterima dengan cara mengalikan jumlah produksi yang terjual dengan harga per satuan produk (Rupiah).
17. *Net Present Value* (NPV) adalah selisih arus penerimaan dan pengeluaran selama umur proyek yang sudah dihitung dengan nilainya sekarang menggunakan discount factor (Rp/tahun).
18. *Internal Rate of Return* (IRR) adalah cara untuk menghitung besarnya tingkat keuntungan rata-rata bersih (*Return on Investment*) yang dihasilkan proyek tiap tahun selama umur ekonomis proyek tersebut.
19. *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C) adalah perbandingan antara net benefit yang telah didiskon positif (+) dengan net benefit yang telah didiskon negatif (-).
20. *Payback Period* (PP) adalah suatu analisis yang berfungsi untuk mengukur seberapa cepat investasi yang ditanam pada usaha *coffee shop* dapat kembali (Tahun).
21. Analisis sensitivitas adalah analisis yang menguji kepekaan usaha terhadap kemungkinan resiko perubahan manfaat dan biaya serta produksi usaha *coffee shop* yang meliputi: (1) peningkatan harga input produksi, (2) penurunan harga jual, dan (3) penurunan jumlah pelanggan.

3.5. Analisis Data

3.5.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha *Coffee Shop* Dakopat

Untuk menganalisis karakteristik pengusaha *coffee shop* Dakopat digunakan analisis deskriptif kualitatif yang meliputi (1) umur, (2) tingkat pendidikan, (3) pengalaman berusaha, (4) jumlah tanggungan keluarga. Selanjutnya profil usaha meliputi (1) tempat usaha (2) skala usaha, (3) tenaga kerja, (4) modal usaha dan



(5) segmen pasar. Informasi diperoleh dari hasil wawancara kepada pengusaha lalu ditabulasikan untuk mengetahui karakteristik pengusaha *coffee shop* Dakopat.

3.5.2. Ketersediaan, Perolehan Dan Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang Pada Usaha *Coffee Shop* Dakopat

Ketersediaan, perolehan dan penggunaan bahan baku yaitu kopi dan bahan penunjang dalam usaha *coffee shop* Dakopat dianalisis secara deskriptif kuantitatif dan kualitatif.

3.5.3. Analisis Kelayakan Usaha *Coffee Shop* Dakopat

A. Analisis Kelayakan Non Finansial Usaha *Coffee Shop* Dakopat

Analisis yang dilakukan untuk mengetahui kelayakan non finansial adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif disajikan dalam bentuk deskriptif untuk mengetahui aspek non finansial yang meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek lingkungan dan aspek hukum. Data tersebut diperoleh melalui wawancara langsung dengan pengusaha *coffee shop* Dakopat.

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran ini bertujuan untuk menguji serta menilai sejauh mana pemasaran dari produk yang dihasilkan dapat mendukung pengembangan usaha *coffee shop* yang dijalankan. Faktor utama yang perlu dinilai dalam aspek pasar dan pemasaran yaitu jumlah permintaan produk di masa lalu dan masa kini serta kecenderungan permintaan di masa yang akan datang. Aspek pasar dan pemasaran dikatakan layak apabila usaha *coffee shop* memiliki peluang pasar, artinya potensi permintaan lebih besar dari penawaran. Berhasil atau tidaknya aspek pasar dan pemasaran dari produk yang dihasilkan dapat dilihat dari



permintaan di masa lalu dan sekarang, penawaran di masa lalu dan sekarang, kondisi pemasaran, peluang pasar, strategi pemasaran, serta besarnya persaingan di masa yang akan datang.

2. Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis dalam penelitian ini ditekankan pada penentuan lokasi usaha *coffee shop*, *layout* (tata letak), peralatan yang digunakan, ketersediaan bahan baku, proses produksi, serta jenis teknologi yang digunakan. Aspek teknis berpengaruh terhadap kelancaran usaha terutama kelancaran proses produksi *coffee shop*, karena jika tidak dianalisis dengan baik maka akan berakibat fatal bagi usaha *coffee shop* di masa yang akan datang.

3. Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan dalam penelitian ini membahas bagaimana pengaruh usaha *coffee shop* tersebut terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya termasuk baik dari segi social maupun ekonominya dari kegiatan *coffee shop* Dakopat di lokasi tersebut. apakah dengan adanya usaha *coffee shop* dakopat ini menciptakan lingkungan semakin baik atau semakin buruk bagi lingkungan sekitarnya. Pertimbangan sistem alam dan kualitas lingkungan dalam analisis suatu bisnis menunjang keberhasilan suatu bisnis itu sendiri, sebab tidak ada bisnis yang akan bertahan lama apabila tidak bersahabat dengan lingkungan.

4. Aspek Hukum

Aspek hukum dalam penelitian ini merupakan salah satu aspek yang cukup penting, karena membahas mengenai masalah kelengkapan dan kebenaran usaha *coffee shop*, seperti bentuk badan usaha hingga surat-surat perizinan usaha yang



dimiliki oleh pengusaha. Adapun beberapa surat-surat izin usaha yang diperlukan terdiri dari akta pendirian usaha yang berasal dari notaris, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), surat izin lokasi usaha yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah setempat, serta sertifikat perizinan lain yang dibutuhkan bagi usaha berbasis pangan yaitu adanya sertifikat dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

B. Analisis Kelayakan Finansial Usaha *Coffee Shop* Dakopat

Analisis yang digunakan pada kelayakan finansial adalah analisis investasi dengan pendekatan analisis keuangan. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh dari usaha *coffee shop* Dakopat yang dilakukan dalam satu tahun. Untuk mengetahui kelayakan usaha *Coffee shop* Dakopat dianalisis dengan analisis deskriptif kuantitatif menggunakan 4 kriteria investasi meliputi *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C), dan *Payback Period* (PP).

1. Analisis Biaya

a. Biaya Investasi

Biaya investasi yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan biaya awal usaha dalam pembelian barang-barang atau jasa yang dibutuhkan dalam pendirian usaha *coffee shop* Dakopat yang meliputi sarana produksi, lahan/areal usaha dan peralatan produksi. Pengeluaran biaya investasi dikeluarkan pada awal tahun usaha, dan juga dapat dikeluarkan pada beberapa tahun setelah usaha (penggantian input investasi) *coffee shop* berjalan. Komponen input investasi sebagaimana yang telah dijelaskan pada bagian aspek teknis.



b. Biaya Operasional

Biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan secara rutin selama umur proyek (selama proses produksi berlangsung) pada usaha *coffee shop* Dakopat yang dinyatakan dalam satuan rupiah meliputi: bahan baku (kopi), bahan penunjang berupa plastik/kemasan, penggunaan air, biaya transportasi dan komunikasi, serta upah tenaga kerja.

2. Penerimaan

a) Penerimaan Kotor

Menurut Gittinger (1982), untuk menghitung penerimaan dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TR_t = Y_t \cdot P_{yt} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

TR_t = Total Penerimaan (Rp/Tahun) Tahun 1-10

Y_t = Jumlah Produksi Minuman Kopi (Gelas) Tahun 1-10

P_{yt} = Harga Produksi Minuman Kopi (Rupiah/Gelas) Tahun 1-10

b) Penerimaan Bersih

Pendapatan usaha *coffee shop* Dakopat didapatkan dari seluruh produksi yang dihasilkan dalam kegiatan usaha *coffee shop*. Menurut Gittinger (1982), setelah mengetahui jumlah penerimaan, maka dapat dihitung jumlah pendapatan dengan rumus sebagai berikut:

$$\pi_t = TR_t - TC_t \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

π_t = Pendapatan Usaha *Coffee Shop* (Rp/Tahun) Tahun 1-10



TRt = Produksi Minuman Kopi (Gelas/Tahun) Tahun 1-10

TCt = Total Biaya (Rp/Gelas) Tahun 1-10

3. Laporan Rugi Laba

Laporan rugi laba pada dasarnya menyajikan informasi tentang kinerja usaha *coffee shop* Dakopat pada tahun pertama. Laporan rugi laba merupakan ringkasan dari empat jenis kegiatan dalam suatu usaha, kegiatan ini terdiri dari: pendapatan dari penjualan produk dan jasa, beban produksi untuk mendapatkan barang atau jasa yang akan dijual, beban yang timbul dalam memasarkan dan mendistribusikan produk atau jasa kepada konsumen, serta beban keuangan dalam menjalankan usaha.

4. Kriteria Investasi

a) Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) adalah nilai sekarang dari arus pendapatan yang dihasilkan oleh pemilik modal suatu unit usaha. NPV merupakan indikator nilai sekarang dari selisih antara *present value* pendapatan (penerimaan) dengan *present value* biaya yang dikeluarkan pada *discount rate* tertentu. Secara matematis NPV dirumuskan sebagai berikut (Gittinger, 1986):

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

NPV = *Net Present Value*

Bt = Penerimaan Kotor Tahun ke-t (Rp/tahun)

n = Umur Ekonomi (tahun)

Ct = Biaya Kotor Tahun ke-t (Rp/tahun)



i = Tingkat Suku Bunga (*Discount Rate* Sosial) (%)

t = Tahun Usaha (tahun)

Adapun kriteria investasi berdasarkan NPV yaitu:

$NPV > 0$, berarti usaha *coffee shop* Dakopat dinyatakan layak untuk dijalankan.

$NPV = 0$, berarti usaha *coffee shop* Dakopat tidak untung dan tidak rugi.

$NPV < 0$, berarti usaha *coffee shop* Dakopat dinyatakan tidak layak untuk dijalankan.

b) Internal Rate of Return (*IRR*)

Ibrahim (2003), mengatakan *Internal Rate of Return* (*IRR*) adalah suatu kriteria investasi untuk mengetahui persentase keuntungan dari suatu proyek tiap-tiap tahun dan juga merupakan alat ukur kemampuan proyek dalam mengembalikan bunga pinjaman. Metode ini menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa yang akan datang. Selanjutnya, rumus yang digunakan untuk mencari *Internal Rate of Return* (*IRR*) yaitu secara *trial error* sebagai berikut (Gittinger, 1986):

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} (i_2 - i_1) \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan:

IRR = Tingkat Pengembalian Internal

i_1 = Tingkat *Discount Rate* yang menghasilkan NPV_1 (Positif Terkecil)

i_2 = Tingkat *Discount Rate* yang menghasilkan NPV_2 (Negatif Terkecil)

NPV_1 = NPV yang dihitung berdasarkan i_1

NPV_2 = NPV yang dihitung berdasarkan i_2



Kriteria keputusan:

$IRR > i$, usaha *coffee shop* Dakopat menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

$IRR < i$, usaha *coffee shop* Dakopat tidak layak untuk dikembangkan karena menimbulkan kerugian.

$IRR = i$, usaha *coffee shop* Dakopat layak untuk dilanjutkan.

c) Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)

Net Benefit Cost Ratio (Net B/C) merupakan perbandingan antara jumlah NPV positif dengan NPV negatif, Net B/C ini menunjukkan bahwa gambaran beberapa kelipatan *benefit* yang diperoleh dengan *cost* yang dikeluarkan. Perhitungan Net B/C Ratio diperoleh dengan membagi *discount* total pendapatan dengan total biaya yang didiskon atau membagi NPV yang mempunyai nilai besar dari nol dengan NPV yang mempunyai nilai kurang dari nol (Gittinger, 1986).

Secara matematis Net B/C dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Net B/C} = \frac{\sum_{t=1}^n \left(\frac{B_t - C_t}{(1+i)^t} \right)}{\sum_{t=1}^n \left(\frac{B_t - C_t}{(1+i)^t} \right)} \dots \dots \dots \text{untuk } B_t - C_t > 0 \quad (5)$$

$$\dots \dots \dots \text{untuk } B_t - C_t < 0$$

Keterangan:

B_t = Penerimaan Kotor Tahun ke- t (Rp/tahun)

n = Umur Ekonomi (tahun)

C_t = Biaya Kotor Tahun ke- t (Rp/tahun)

i = Tingkat Suku Bunga (*Discount Rate* Sosial) (%)

t = Tahun Usaha (tahun)



Kriteria keputusan:

Net B/C > 1, usaha *coffee shop* Dakopat layak untuk dijalankan dan dilanjutkan.

Net B/C = 1, usaha *coffee shop* Dakopat tidak untung dan tidak rugi.

Net B/C < 1, usaha *coffee shop* Dakopat tidak layak untuk dikembangkan.

d) Payback Period (PP)

Metode *Payback Period* (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengambilan investasi, yang dihitung dari arus penerimaan bersih yang telah di *discount factor* (Pasaribu, 2012). Perhitungan nilai *Payback Period* (PP) dirumuskan sebagai berikut:

$$PP = T_{p-1} + \frac{\sum_{i=1}^n I_i - \sum_{i=1}^n B_{icp-1}}{BP} \dots \dots \dots (6)$$

Keterangan:

PP = *Payback Period*

T_{p-1} = Tahun Sebelum Terdapat PP (Tahun)

I_i = Jumlah Investasi Telah Didiskon (Rp)

B_{icp-1} = Jumlah Benefit yang Telah Didiskon Sebelum PP (Rp)

Bp = Jumlah Benefit pada PP

3.5.4. Analisis Sensitivitas Usaha *Coffee shop* Dakopat

Analisis kepekaan atau analisis sensitivitas diperlukan sejak awal proyek waktu direncanakan, hal ini untuk mengantisipasi beberapa kemungkinan misalnya turunnya harga produk akibat harga pasar di pasar internasional merosot, terjadinya biaya yang *over* disebabkan harga input komponen proyek menjadi tinggi (Pasaribu, 2012).



Analisis sensitivitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk melihat apakah kelayakan usaha *Coffee shop* Dakopat dilakukan dengan analisis deskriptif kuantitatif. Gittinger (1986) menjelaskan bahwa analisis sensitivitas perlu dilakukan karena dalam kegiatan investasi, perhitungan usaha didasarkan pada ketidakpastian tentang apa yang akan terjadi di waktu mendatang. Selanjutnya dalam penelitian ini analisis sensitivitas dilakukan pada 3 (Tiga) kemungkinan perubahan kondisi usaha yang dihadapi oleh usaha *Coffee shop* Dakopat yaitu: (1) ketika terjadi peningkatan harga beli input produksi 7,96%, (2) ketika terjadi penurunan harga jual minuman kopi 7,24% dan (3) ketika terjadi penurunan jumlah pelanggan 3,24%.

3.6. Asumsi Dasar

Analisis kelayakan finansial usaha *coffee shop* Dakopat disusun dengan asumsi sebagai berikut:

1. Inflasi adalah kenaikan harga barang dan jasa secara umum dan terus menerus. Inflasi yang digunakan berdasarkan rata-rata tingkat inflasi sektor pertanian di Kota Pekanbaru tahun 2011-2021 sebesar 7,96%.
2. Discount faktor menggunakan pendekatan pada suku bunga rata-rata bank komersial konvensional sebesar 12%.
3. Umur proyek dalam penelitian ini adalah 10 tahun yang ditetapkan berdasarkan umur ekonomis bangunan yang bersifat semi permanen dan peralatan berupa meja dan kursi. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa, bangunan tempat usaha merupakan aset penting dalam usaha *coffee shop* Dakopat yang memerlukan biaya investasi cukup besar.



4. Semua komponen input, proses dan output dikonversi dari per proses produksi menjadi nilai per tahun selama 10 tahun.
5. Sumber penerimaan yang diperoleh dalam usaha ini yaitu bersumber dari penjualan minuman kopi per tahun selama 10 tahun.
6. Harga input dan output yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga berlaku pada tahun 2018-2022 dan tahun 2023-2032 menggunakan harga estimasi dengan memperhitngkan proyeksi inflasi sepanjang tahun tersebut, hal ini untuk mempermudah perhitungan penerimaan usaha.
7. Nilai sisa dihitung berdasarkan perhitungan metode penyusutan garis lurus untuk menghitung Laporan Laba Rugi selama satu tahun siklus akuntansi tahun 2022. Sementara untuk perhitungan biaya investasi dari asset tetap menggunakan harga beli dengan menyesuaikan umur ekonomis penggunaan asset seperti bangunan, peralatan dan asset lainnya.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



BAB IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Letak Geografis Daerah

Kecamatan Marpoyan Damai merupakan salah satu kecamatan di wilayah Kota Pekanbaru, yang terletak di antara 0°51'-0 0°53' Lintang Utara dan 102°044'-101°045' Bujur Timur. Luas wilayah Kecamatan Marpoyan Damai adalah 29,79 km² dengan luas masing-masing kelurahan sebagai berikut:

- Kelurahan Tangkerang Tengah : 4,64 km²
- Kelurahan Tangkerang Barat : 5,35 km²
- Kelurahan Maharatu : 6,92 km²
- Kelurahan Sidomulyo Timur : 7,19 km²
- Kelurahan Wonorejo : 1,35 km²
- Kelurahan Perhentian Marpoyan : 4,34 km²

Batas-batas wilayah Kecamatan Marpoyan Damai yaitu: sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Bukit Raya, sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Marpoyan Damai, sebelah utara berbatasan dengan kecamatan Sukajadi, dan sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Kampar (BPS: Kecamatan Marpoyan Damai Dalam Angka, 2022).

4.2. Keadaan Umum Penduduk

4.2.1. Jumlah Penduduk, Umur dan Jenis Kelamin

Jumlah penduduk Kecamatan Marpoyan Damai mencapai 146.130 jiwa pada tahun 2021 dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 73.416 jiwa dan jenis kelamin perempuan sebanyak 72.714 jiwa. Jumlah penduduk Kecamatan Marpoyan Damai dirinci menurut umur dan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.



Tabel 4. Jumlah Penduduk Kecamatan Marpoyan Damai Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2021

Kelompok Umur (Tahun)	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki (Jiwa)	Perempuan (Jiwa)	Jumlah (Jiwa)
0 – 4	6.109	5.782	11.891
5 – 9	7.502	7.069	14.571
10 – 14	7.421	6.768	14.189
15 – 19	5.619	5.356	10.975
20 – 24	5.773	5.711	11.484
25 – 29	5.971	6.345	12.316
30 – 34	6.223	6.759	12.982
35 – 39	6.536	6.689	13.225
40 – 44	5.801	5.855	11.656
45 – 49	5.011	5.030	10.041
50 – 54	3.937	3.859	7.796
55 – 59	2.980	2.995	5.975
60 – 64	2.163	2.079	4.242
65 – 69	1.293	1.301	2.594
70 – 74	570	560	1.130
75+	507	556	1.063
Jumlah	73.416	72.714	146.130

Sumber: BPS (Kecamatan Marpoyan Damai Dalam Angka, 2021)

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat jumlah penduduk Kecamatan Marpoyan Damai dirinci menurut kelompok umur terbanyak adalah kelompok umur 5 – 9 tahun dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 7.502 jiwa dan penduduk perempuan 7.069 jiwa, sedangkan jumlah penduduk terendah adalah kelompok umur 75 tahun ke atas dengan jumlah penduduk laki-laki 507 jiwa dan penduduk perempuan 556 jiwa.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



4.2.2. Keadaan Pendidikan Penduduk

Penduduk Kecamatan Marpoyan Damai memiliki tingkat partisipasi pendidikan yang cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya murid sekolah umum menurut tingkat pendidikan. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Banyaknya Murid Sekolah Umum menurut Tingkat Pendidikan di Kecamatan Marpoyan Damai, Tahun 2020

No.	Tingkat Pendidikan	Negeri	Swasta
1	TK	14.169	
2	SD	10.081	5.827
3	SMP	4.902	1.101
4	SMA	2.143	1.346
5	SMK	536	2.069
	Jumlah	30.000	

Sumber: BPS (Kecamatan Marpoyan Damai Dalam Angka, 2021)

Berdasarkan Tabel 5 diketahui jumlah murid yang paling banyak adalah pada tingkat pendidikan SD mencapai 15.908 murid yang terdiri dari 10.081 murid SD Negeri dan 5.827 SD Swasta. Sedangkan jumlah murid yang paling sedikit adalah pada tingkat pendidikan SMK yaitu berjumlah 2.605 murid yang terdiri dari 536 murid SMK Negeri dan 2.069 SMK Swasta yang ada di Kecamatan Marpoyan Damai.

4.2.3. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencapaian

Jumlah penduduk Kecamatan Marpoyan Damai mencapai 100.692 jiwa pada tahun 2019 yang terbagi dalam beberapa jenis mata pencapaian. Sebagian besar penduduk Kecamatan Marpoyan Damai bekerja sebagai karyawan swasta dengan persentase sebesar 66,73%. Jumlah penduduk Kecamatan Marpoyan Damai menurut mata pencapaian dapat dilihat pada Tabel 6.



Tabel 6. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencapaian di Kecamatan Marpoyan Damai, Tahun 2019

No	Mata Pencapaian	Jiwa	Persentase
1	Pegawai Pemerintah	18.315	18,19%
2	Petani	2.781	2,76%
3	Petani Kebun	1.080	1,07%
4	Nelayan	219	0,22%
5	Petambak	53	0,05%
6	Buruh Tambang	-	0,00%
7	Buruh Bangunan	-	0,00%
8	Tenaga Pendidik	6.500	6,45%
9	Tenaga Kesehatan	2.540	2,52%
10	Peneliti	18	0,02%
11	Jasa/Perdagangan	1.978	1,96%
12	Karyawan Swasta	67.190	66,73%
13	Lainnya	20	0,02%
Jumlah		100.692	100%

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa mata pencapaian penduduk di Kecamatan Marpoyan Damai yang paling banyak adalah karyawan swasta dengan jumlah 67.190 jiwa yang didominasi oleh laki-laki yaitu sebanyak 49.223 jiwa dan perempuan sebanyak 17.967 jiwa. Sedangkan mata pencapaian penduduk Kecamatan Marpoyan Damai yang paling sedikit yaitu buruh tambang dan buruh bangunan dengan jumlah 0 jiwa.

4.3. Keadaan Pertanian di Kecamatan Marpoyan Damai

Kecamatan Marpoyan Damai bukan merupakan wilayah pertanian, dimana hasil pertanian yang dihasilkanpun belum mencukupi untuk memenuhi kebutuhan pangan penduduk di Kecamatan Marpoyan Damai. Hasil pertanian di Kecamatan Marpoyan Damai terdiri dari tanaman sayur-sayuran, tanaman buah-buahan dan pemeliharaan ternak.



Tanaman sayuran yang dikembangkan di Kecamatan Marpoyan Damai yaitu bayam, kangkung dan petsai. Produksi tanaman sayuran tertinggi adalah jenis tanaman bayam mencapai 2.556 kuintal. Tanaman buah-buahan yang diproduksi di Kecamatan Marpoyan Damai hanya tanaman manga dan pisang dengan produksi masing-masing 124 kuintal dan 125 kuintal. Sedangkan ternak yang dikembangkan di Kecamatan Marpoyan Damai yaitu kambing dengan produksi sebanyak 450 ekor dan sapi potong sebanyak 103 ekor pada tahun 2020. Secara rinci produksi tanaman sayur-sayuran, buah-buahan, dan ternak di Kecamatan Marpoyan Damai dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7. Produksi Sayur-Sayuran, Buah-Buahan, dan Ternak di Kecamatan Marpoyan Damai, Tahun 2020

Tanaman Sayur-Sayuran		
No.	Jenis Tanaman	Produksi (Kuintal)
1	Bayam	2.556
2	Petsai	132
3	Kangkung	1.490
Tanaman Buah-Buahan		
No.	Jenis Tanaman	Produksi (Kuintal)
1	Mangga	124
2	Pisang	125
Ternak		
No.	Jenis Ternak	Produksi (Ekor)
1	Kambing	450
2	Sapi Potong	103
3	Kerbau	-

Sumber: BPS (Kecamatan Marpoyan Damai Dalam Angka, 2021)

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha *Coffee Shop* Dakopat

Karakteristik pengusaha dalam penelitian ini terdiri dari beberapa komponen yaitu umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga. Sedangkan untuk profil usaha terdiri dari tempat usaha, skala usaha, tenaga kerja, modal usaha, dan segmen pasar.

5.1.1. Karakteristik Pengusaha *Coffee Shop* Dakopat

Berjalannya suatu usaha sangat ditentukan oleh bagaimana karakteristik yang dimiliki oleh pengusaha, karena pengusaha adalah sumber daya manusia yang merupakan pelaku utama dalam mengelola usaha yang dimiliki. Karakter tersebut akan menentukan bagaimana merencanakan, mengatur dan menjalankan usaha sesuai dengan tujuan atau pun visi dan misi dari usaha yang telah ditetapkan.

Keberhasilan pengusaha dalam mengelola usahanya dipengaruhi oleh beberapa karakteristik diantaranya adalah umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga. Secara rinci karakteristik pengusaha *Coffee Shop* Dakopat dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Karakteristik Pengusaha *Coffee Shop* Dakopat, Tahun 2022

No	Karakteristik	Jumlah
1	Umur (Tahun)	28
2	Tingkat Pendidikan (Tahun)	12
3	Pengalaman Berusaha (Tahun)	4
4	Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)	2

ISLAM RIAU



A. Umur

Umur dijadikan sebagai salah satu indikator yang menentukan produktif atau tidaknya seseorang dalam bekerja. Umur sangat mempengaruhi seseorang dalam mempelajari, memahami atau merespon suatu perubahan. Umur juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pola pikir, kemampuan fisik untuk bekerja, serta bertindak dalam menerima dan mengadopsi inovasi. Pengusaha yang berumur relatif muda pada umumnya lebih cepat mengadopsi inovasi serta lebih dinamis dan tanggap terhadap perubahan lingkungan yang berhubungan dengan usaha *coffee shop*.

Usia kerja adalah usia seseorang yang mampu bekerja untuk melanjutkan hidupnya yang juga disebut sebagai tenaga kerja. Menurut Badan Pusat Statistik, (2018), komposisi penduduk Indonesia menurut kelompok umur terdiri dari usia muda (0 – 14 tahun), usia produktif (15 – 64 tahun), dan usia tua atau tidak produktif (>65 tahun).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha *coffee Shop* Dakopat berada pada usia produktif bekerja yaitu 28 tahun. Umumnya umur yang produktif lebih kuat fisiknya dibandingkan pengusaha yang lebih tua hal ini dapat dilihat dari jam operasional usaha *coffee shop* dakopat yang dimulai dari jam 10:00 – 22:00 WIB. Umur yang produktif juga akan mempengaruhi semangat pengusaha dalam bekerja terutama dalam mempelajari dan mengadopsi inovasi teknologi yang semakin berkembang, sehingga akan berdampak baik pada perkembangan usaha di masa yang akan datang. Hal ini sejalan dengan pendapat Hasyim (2006), yang menyebutkan bahwa umur adalah salah satu faktor yang berkaitan erat



dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usaha, umur, dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja bilamana dalam kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal.

B. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dapat menentukan produktif atau tidaknya seseorang dalam menjalankan usahanya. Tingkat pendidikan akan berpengaruh terhadap suatu usaha yang akan dikelola, apalagi disiplin ilmu yang dimiliki sesuai dengan usaha yang dilakukan. Pendidikan merupakan salah satu sarana penunjang yang sangat penting dalam usaha meningkatkan produksi. Pendidikan yang dimiliki akan mempermudah seseorang dalam hal mengadopsi teknologi dan keterampilan manajemen dalam mengelola usahanya. Pendidikan juga akan mempengaruhi sikap dan keputusan yang diambil terutama dalam menerapkan inovasi baru (Azwar, 2016).

Pendidikan formal adalah lama tahun yang ditempuh pengusaha dalam mengikuti sekolah formal berdasarkan jenjang sekolah dasar sampai perguruan tinggi. Berdasarkan hasil penelitian yang dapat dilihat pada Tabel 8 menunjukkan bahwa pendidikan pengusaha *coffee shop* Dakopat berada tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan lama pendidikan 12 tahun. Hal ini menunjukkan pengusaha *coffee shop* Dakopat adalah seorang yang berpendidikan sehingga memiliki kemampuan penalaran yang baik dan kemampuan dalam penerapan dan adopsi inovasi teknologi, sebagaimana pendapat Siswoyo (2013) yang menyebutkan bahwa pendidikan mempunyai fungsi menyiapkan sebagai



manusia, menyiapkan tenaga kerja dan menyiapkan warga Negara yang baik. Meskipun dengan tingkat pendidikan yang tidak sampai pada tingkat perguruan tinggi, hal tersebut tidak menjadi penghambat dalam melakukan usaha *coffee shop* Dakopat karena kegiatan usaha ini tidak menuntut keahlian tertentu yang harus diperoleh melalui jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

C. Pengalaman Berusaha

Pengalaman berusaha merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kemampuan pengusaha dalam mengelola usahanya untuk memperoleh hasil yang optimal. Hal ini dikarenakan semakin lama pengalaman seseorang dalam melakukan suatu usaha maka akan semakin mahir pula seseorang tersebut dalam mengambil keputusan dan pertimbangan dalam menjalankan usahanya. Pengalaman usaha dapat menentukan keberhasilan usaha yang sedang dijalankan.

Pada umumnya pengusaha melakukan kegiatan usahanya selalu bermodalkan pengalaman terdahulu, karena dengan adanya pengalaman berusaha di masa lalu akan mempengaruhi kegiatan yang akan dilakukan saat ini dan masa yang akan datang. Semakin lama pengalaman seseorang dalam berusaha maka semakin kecil resiko kegagalan yang akan dialami. Hal tersebut disebabkan karena pengusaha tersebut mengetahui situasi dan kondisi lingkungan usaha, di samping itu dengan pengalaman yang dimiliki pengusaha mampu mengambil keputusan yang tepat dan menentukan sikap dalam mengatasi masalah yang dialami dalam kegiatan usahanya.

Berdasarkan Tabel 8, dapat dilihat bahwa pengusaha *coffee shop* Dakopat mempunyai pengalaman usaha yang cukup dalam menjalankan usahanya yaitu



selama 4 tahun. Hal ini menjadi modal dasar yang dimiliki pengusaha dalam mengelola dan menjalankan usaha *coffee shop* Dakopat. Lamanya pengalaman berusaha akan meningkatkan percaya diri dalam berusaha yang akan berdampak pada meluasnya pasar dan berkembangnya usaha yang dijalankan. Pengusaha yang sudah berpengalaman akan mudah mengatasi masalah yang terjadi karena pengusaha telah mengetahui dan menguasai lingkungan usahanya. Selain itu, tingkat keterampilan yang dimiliki pengusaha yang sudah berpengalaman juga semakin tinggi dibandingkan dengan pengusaha pemula. Pengalaman juga berpengaruh terhadap pendapatan, sebagaimana pendapat Suwita (2011) yang menyebutkan semakin lama orang tersebut bekerja, berarti pengalaman bekerjanya tinggi sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi pendapatan.

D. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga adalah total dari jumlah anggota keluarga yang terdiri dari suami, istri, anak serta anggota keluarga lainnya yang seluruh kebutuhan hidupnya masih ditanggung oleh kepala keluarga. Besar kecilnya jumlah tanggungan atau anggota keluarga akan mempengaruhi aktivitas pengusaha dalam mengelola usahanya. Semakin besar anggota keluarga, maka beban ekonomi keluarga juga akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha harus berusaha meningkatkan usaha yang dimiliki agar pendapatan meningkat, sehingga kebutuhan keluarga dapat terpenuhi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat dilihat pada Tabel 8, jumlah tanggungan keluarga pengusaha *coffee shop* Dakopat berjumlah 2 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha harus berusaha untuk meningkatkan pendapatan



dari hasil kerjanya sehingga kebutuhan rumah tangga dapat terpenuhi. Sesuai dengan teori yang dikemukakan Hasyim (2006) bahwa banyaknya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong pengusaha untuk melakukan banyak aktivitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya. Sebaliknya jika dilihat dari sisi jumlah tanggungan keluarga dapat memberikan gambaran hidup lebih sejahtera bagi pengusaha apabila usaha yang dilakukan berhasil dengan baik.

5.1.2. Profil Usaha

Pengusaha merupakan pelaku langsung dalam melaksanakan kegiatan usaha *coffee shop* Dakopat. Untuk mencapai keberhasilan dalam mengelola usaha, pengusaha harus memiliki kemampuan dalam berbisnis agar usaha *coffee shop* Dakopat ini bisa lebih maju dan berkembang. Profil usaha yang mempengaruhi kemajuan usaha *coffee shop* Dakopat yang dianalisis dalam penelitian terdiri dari tempat usaha, skala usaha, tenaga kerja, modal usaha dan segmen pasar.

A. Tempat Usaha

Tempat usaha sangat menentukan keberlangsungan suatu usaha. Penentuan tempat usaha dianggap sebagai keputusan investasi yang memiliki tujuan strategis, misalnya untuk memudahkan akses kepada pelanggan dan kemudahan memperoleh bahan baku. Menentukan lokasi atau tempat usaha untuk setiap bisnis merupakan tugas penting bagi pemilik usaha, karena keputusan yang salah akan mengakibatkan kegagalan usaha. Selain itu, pemilihan tempat usaha yang tepat akan meminimumkan beban biaya (investasi dan operasional) jangka pendek maupun jangka panjang.



Tempat yang dipilih untuk usaha *coffee shop* Dakopat yaitu berlokasi di Jalan Arifin Ahmad, Kecamatan Marpoyan, Damai Kota Pekanbaru. Pemilihan lokasi usaha di pusat kota Pekanbaru merupakan suatu keputusan dengan pertimbangan memudahkan akses kepada pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Swastha (2000) bahwa pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Tempat usaha yang berada di pinggir Jalan Arifin Ahmad Kota Pekanbaru ini merupakan lokasi yang mudah dijangkau atau dilalui oleh masyarakat. Lokasi yang mudah dijangkau akan membantu konsumen agar tidak banyak mengeluarkan waktu dan biaya menuju lokasi sehingga meningkatkan ketertarikan dan kenyamanan konsumen.

B. Skala Usaha

Skala usaha *coffee shop* Dakopat termasuk usaha mikro. Kriteria usaha mikro menurut Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (Lima Puluh Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (Tiga Ratus Juta Rupiah). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan hasil penjualan pertahun pada tahun nol *coffee shop* Dakopat adalah sebesar Rp. 95.983.333,00.

C. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah orang yang bersedia atau sanggup untuk bekerja diri sendiri atau anggota keluarga yang tidak menerima upah serta mereka yang bekerja untuk upah. Pada usaha *coffee shop* Dakopat menggunakan 1 orang tenaga



kerja dalam keluarga yaitu pemilik usaha (*owner*) yang tahapan kerjanya antara lain: melayani pelanggan dan menerima pesanan, menggiling biji kopi segar untuk diseduh menjadi secangkir kopi sesuai pesanan pelanggan, menyiapkan berbagai jenis minuman lain, dan menyajikannya untuk pelanggan, serta tugas kebersihan seperti membersihkan peralatan untuk membuat kopi, mencuci peralatan minum, dan membersihkan area minum.

D. Modal Usaha

Modal usaha yang digunakan dalam usaha *coffee shop* Dakopat adalah modal sendiri yang dikeluarkan oleh pengusaha untuk digunakan dalam biaya investasi dan biaya operasional. Modal yang dikeluarkan tidak ada bersumber dari pihak lain, melainkan murni dari modal pengusaha sendiri.

Menurut Sunangsih (2008) dalam Wibowo (2019), modal sendiri pada dasarnya adalah modal yang berasal dari perusahaan dan yang tertanam didalam perusahaan untuk waktu yang tidak tertentu lamanya. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, jumlah modal investasi yang dikeluarkan pada usaha *coffee shop* Dakopat adalah sebesar Rp.38.383.000,00 yang dikeluarkan untuk biaya sewa lahan, fasilitas dan peralatan. Sedangkan biaya operasional yang dikeluarkan pada tahun pertama adalah sebesar Rp.78.464.005,00 yang terbagi untuk biaya tenaga kerja dan biaya produksi.

E. Segmen Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar keseluruhan untuk suatu barang dan jasa ke dalam beberapa kelompok yang lebih kecil, dimana para anggota masing-masing kelompok mempunyai kesamaan terhadap faktor-faktor



yang mempengaruhi permintaan. Faktor-faktor tersebut seperti kelompok usia, pendapatan, dan gaya hidup (Mulyana, 2019).

Segmentasi pasar *coffee shop* Dakopat dari segi geografis yaitu ditujukan untuk masyarakat Kota Pekanbaru secara umum. Hal ini berkaitan dengan pemilihan lokasi, segmentasi pelanggan mulai dari pekerja kantoran hingga anak kuliah. Aspek psikografis pelanggan terbagi atas beberapa kelompok yang berdasarkan pada gaya hidup, kepribadian dan nilai. Pelanggan *coffee shop* Dakopat adalah konsumen kelas menengah perkotaan, orang dewasa bekerja, dan mahasiswa yang memiliki kebiasaan menghabiskan waktunya di kedai kopi.

5.2. Ketersediaan, Perolehan dan Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang Pada Usaha *Coffee Shop* Dakopat

Bahan baku adalah bahan yang menjadi bagian dari barang jadi dan merupakan bagian dari pengeluaran terbesar dalam proses produksi (Budiman dan Hakimi, 2004). Sedangkan bahan penunjang atau bahan pembantu yaitu barang yang telah disediakan dan diperlukan dalam proses produksi dan bukan komponen utama dari bagian barang jadi (Handoko, 2015). Bahan penunjang umumnya bahan yang digunakan dalam pembuatan suatu produk, tetapi tidak ikut dalam proses produksi, hanya bersifat sebagai pelengkap saja. Bahan ini biasanya digunakan setelah selesainya tahapan-tahapan tertentu.

5.2.1. Bahan Baku

Bahan baku menurut Astyningtyas (2015) adalah sejumlah barang yang dibeli dari pemasok (*supplier*) dan akan dipergunakan atau diolah menjadi produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan. Pada usaha *coffee shop* Dakopat bahan baku yang digunakan adalah bahan-bahan yang diperlukan dalam pembuatan



minuman yang terdiri dari bahan langsung dan bahan tidak langsung sebagaimana yang dikemukakan oleh Budiman dan Hakimi (2004). Bahan langsung yaitu biji kopi, bahan tidak langsung yaitu susu UHT, kental manis, gula, krimmer bubuk, aneka sirup, bubuk coklat, teh, gula aren dan bahan lainnya.

Penggunaan bahan baku langsung (biji kopi) dalam sebulan adalah sebanyak 8 kg dengan harga Rp.150.000/kg. Sedangkan bahan baku tidak langsung jumlah penggunaannya relatif kecil dan bervariasi, sesuai dengan keperluan untuk memproduksi setiap jenis minuman. Penggunaan bahan baku langsung dan tidak langsung secara rinci dapat dilihat pada Lampiran 5.

Ketersediaan bahan baku diperoleh oleh pengusaha dari pemasok yang dibagi menjadi dua, yaitu *online* dan *offline*. Pemasok *online* untuk memenuhi kebutuhan yang sulit diperoleh di pasar lokal seperti aneka sirup dan bubuk minuman. Sedangkan pemasok *offline* yaitu toko atau pasar lokal untuk memenuhi kebutuhan yang mudah diperoleh seperti biji kopi, gula, susu dan bahan lainnya. Secara umum, bahan baku masih tersedia dan mudah diperoleh baik dengan pembelian secara *online* maupun pembelian secara langsung.

5.2.2. Bahan Penunjang

Bahan penunjang umumnya bahan yang digunakan dalam pembuatan suatu produk, tetapi tidak ikut dalam proses produksi, hanya bersifat sebagai pelengkap saja. Pada usaha *coffee shop* Dakopat bahan penunjang yang digunakan bukanlah bahan pelengkap, melainkan bahan yang mendukung proses produksi minuman seperti cup plastik, sedotan, kantong plastik, *plastic siler*, *paper cup* dan pipet stirrer.



Hal ini sesuai dengan pendapat Handoko (2015), yang mengatakan bahan penunjang atau bahan pembantu yaitu barang yang telah disediakan dan diperlukan dalam proses produksi dan bukan komponen utama dari bagian barang jadi. Bahan penunjang umumnya bahan yang digunakan dalam pembuatan suatu produk, tetapi tidak ikut dalam proses produksi, hanya bersifat sebagai pelengkap saja. Dalam ketersediaannya bahan penunjang untuk usaha *coffee shop* Dakopat juga diperoleh pengusaha dari pemasok baik secara *online* maupun *offline*. Penggunaan bahan penunjang secara rinci dapat dilihat pada Lampiran 5.

5.3. Analisis Kelayakan Usaha *Coffee Shop* Dakopat

Studi kelayakan bisnis adalah kegiatan menilai sejauh mana manfaat yang diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha (Sutojo, 2000). Penilaian dalam studi kelayakan usaha *coffee shop* Dakopat dilakukan secara menyeluruh dari berbagai aspek yaitu dari aspek nonfinansial dan dari aspek finansial (keuangan).

5.3.1. Analisis Kelayakan Non Finansial

Banyak aspek yang harus diperhatikan dalam suatu studi kelayakan usaha, tergantung pada karakteristik dari masing-masing bisnis. Beberapa aspek non finansial yang perlu diperhatikan dalam melakukan studi kelayakan usaha *coffee shop* Dakopat terdiri dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek lingkungan dan aspek hukum.

A. Aspek Pasar dan Pemasaran

Pemasaran adalah sebuah sistem dalam kegiatan bisnis yang digunakan untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan dengan proses penukaran yang saling



disepakati dan menguntungkan dimana *coffee shop* Dakopat sebagai produsen dan masyarakat umum sebagai konsumen. Strategi yang tepat dalam pemasaran dilaksanakan agar mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Saluran pemasaran adalah lembaga atau perorangan yang saling ketergantungan dalam menyalurkannya hingga ketangan konsumen. Saluran pemasaran pada produk *coffee shop* Dakopat dilakukan secara langsung dari produsen atau pengusaha kemudian dipasarkan ke konsumen atau masyarakat umum secara langsung tanpa melalui perantara dalam pemasarannya. Konsumen dapat membeli secara langsung berbagai varian kopi dan minuman di *outlet coffee shop* Dakopat di Jalan Arifin Ahmad Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.

Pemasaran pada usaha *coffee shop* Dakopat dilakukan dengan menggunakan strategi STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). Segmentasi produk *coffee shop* Dakopat dibedakan pada segmentasi yang dibagi berdasarkan pada jenis usia dan kondisi sosial masyarakat, sehingga minuman kopi ini dapat dikonsumsi oleh berbagai jenis usia dan kalangan. Target pasar yang utama adalah remaja hingga dewasa dengan kisaran usia 18 tahun hingga 40 tahun, karena konsumen pada kisaran usia tersebut umumnya sangat gemar mengkonsumsi kopi terutama laki-laki. *Positioning* pada produk *coffee shop* Dakopat memiliki ciri khas pada rasa yang dihasilkan dari biji kopi dan bahan-bahan pilihan. Biji kopi pilihan yang kemudian digiling untuk dijadikan bubuk kopi diolah secara profesional dan terjamin kualitasnya tanpa tambahan bahan kimia lainnya, sehingga produk



minuman *coffee shop* Dakopat tergolong aman untuk dikonsumsi oleh berbagai kalangan konsumen.

Bauran pemasaran pada usaha *coffee shop* Dakopat terdiri dari elemen-elemen 4P (*Product, Place, Price, dan Promotion*). Produk yang dihasilkan berupa minuman kopi dan minuman lainnya seperti teh, susu, dan coklat serta olahan campurannya. Tempat pemasaran produk *coffee shop* Dakopat hingga ke tangan konsumen menggunakan *outlet* berupa *booth container* yang dilengkapi dengan meja dan kursi yang dirancang sedemikian rupa sehingga menambah daya tarik bagi konsumen. Harga produk minuman yang dijual berkisar antara Rp.6.000,00 – Rp.18.000,00. Promosi dilakukan oleh pengusaha *coffee shop* Dakopat melalui sosial media dan secara langsung di *outlet*.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa *coffee shop* Dokopat telah menunjukkan konsentrasi yang jelas dengan Target pasar yang dapat berkembang. Meskipun tidak menjadi penguasa pangsa pasar, namun performanya sudah cukup bagus dan layak karena dapat meningkat dengan strategi pemasaran yang telah dilakukan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu Hidayat *et al* (2022) tentang Analisis Kelayakan Bisnis pada Usaha Kedai Kopi Meine Welt Coffee di Palangkaraya, pada aspek pasar dan pemasarannya dikatakan layak karena memiliki potensi pasar yang cukup besar yang dapat dimanfaatkan dengan strategi bauran pemasaran yang sangat matang demi menjawab kebutuhan dan selera dari konsumen yang menjadi target pasar.

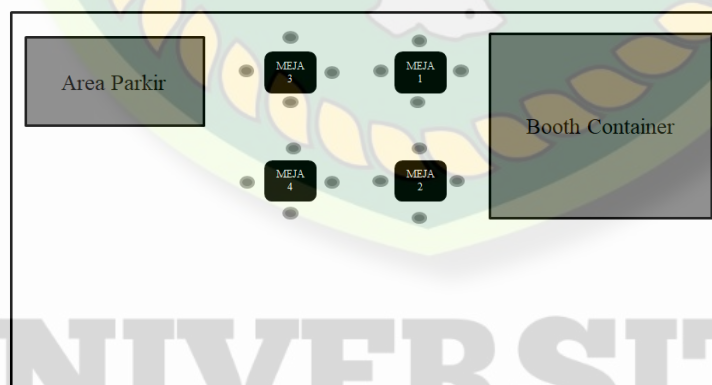
ISLAM RIAU



B. Aspek Teknis dan Teknologi

Pada analisis aspek teknis dan teknologi, hal yang perlu diperhatikan adalah lokasi usaha, penentuan *layout* usaha dan pemilihan jenis teknologi yang akan digunakan. Lokasi *outlet coffee shop* Dakopat berada di Jalan Arifin Ahmad Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Lokasi usaha merupakan asset yang diperoleh melalui sewa per tahun kepada pihak lain. Lokasi ini dekat dengan pusat kota, dan dikelilingi oleh banyak perkantoran akan tetapi juga dikelilingi oleh banyak usaha pesaing sejenis.

Coffee shop Dakopat memiliki luas lahan $6\text{ m} \times 4\text{ m}$ atau 24 m^2 . Kedai kopi ini memiliki 1 *booth container*, 4 meja dan masing-masing meja memiliki 4 kursi. *Layout coffee shop* Dakopat dapat dilihat pada Gambar 4. Pekerjaan selama proses produksi ditangani oleh satu orang yang bertugas sebagai pelayan, koki sekaligus pemilik usaha. Jam operasional kedai kopi ini dari pukul 10.00 – 22.00 setiap harinya.



Gambar 4. *Layout Coffee Shop* Dakopat

Teknologi yang digunakan untuk proses produksi di *coffee shop* Dakopat terdiri dari mesin penggiling kopi, mesin espresso dan berbagai macam alat seduh



manual untuk kopi. Selain itu, terdapat juga teknologi lain yang mendukung operasional *coffee shop* Dakopat dalam menyajikan minuman yang berkualitas untuk konsumen. Dalam memilih teknologi yang digunakan, pengusaha *coffee shop* Dakopat memilih jenis dan merk tertentu pada alat dan mesin. Pemilihan teknologi ini dilakukan atas dasar pertimbangan diantaranya kualitas merk, harga beli, penggunaan listrik dan perawatan alat yang digunakan. Berikut ini beberapa teknologi (mesin dan peralatan) yang digunakan pada usaha *coffee shop* Dakopat:

1. Mesin Penggiling Kopi



Gambar 5. Mesin Penggiling Kopi

Mesin penggiling kopi atau lebih dikenal dengan grinder kopi adalah alat maupun mesin untuk menggiling atau menghaluskan kopi dengan kadar tertentu. Jenis grinder kopi yang digunakan pada usaha *coffee shop* Dakopat adalah grinder elektrik yang mengolah biji kopi dengan menggunakan energi listrik sehingga kelebihan dari mesin penggiling kopi ini yaitu dapat menggiling kopi dengan waktu yang cukup singkat. Akan tetapi, kelemahan dari mesin penggiling kopi ini yaitu ukurannya yang cukup besar sehingga membutuhkan tempat (*space*) lebih untuk meletakkannya.



2. Mesin Kopi Espresso

Mesin kopi espresso merupakan mesin atau alat yang dapat digunakan untuk melakukan rangkaian pembuatan kopi espresso. Mulai dari awal proses ekstraksi biji atau bubuk kopi sampai akhirnya menghasilkan shot espresso secara otomatis.

Penggunaan mesin kopi espresso ini sangatlah mudah, sehingga mesin kopi espresso menjadi pilihan tepat yang sering digunakan oleh pengusaha usaha kopi seperti pada *coffee shop* Dakopat untuk membuat kopi espresso dengan cara praktis dan cepat, namun dengan hasil yang berkualitas dan nikmat.



Gambar 6. Mesin Espresso

3. Portafilter



Gambar 7. Portafiter



Portafilter adalah komponen penting dari mesin kopi *espresso* yang mana prosesnya, air panas akan dialiri secara cepat menuju basket yang berisi *ground coffee*. Selanjutnya akan mengalir melalui lubang akhir pada portafilter menuju gelas atau *cup* kopi. *Portafilter* terdiri dari *handle portafilter*, *filter basket*, *tension spring*, dan *spout*. *Handle portafilter*, memudahkan barista memegangnya saat proses persiapan, apakah itu memasukan *ground coffee* atau ketika *tamped ground coffee*. *Filter basket*, yaitu wadah *ground coffee* sebelum terekstraksi, yang nantinya air yang di-shot pada bagian ini. *Tension spring*, adalah dasar pada *portafilter* di mana ini tempat menahan *filter basket* dan menghubungkan *spout* untuk mengalirnya *espresso* setelah ekstraksi. *Spout*, merupakan titik akhir dari tempat mengalirnya air yang telah menjadi *liquid espresso*, jenis *spout* pun berbeda ada yang memiliki 1 aliran lubang saja, ada juga yang memiliki 2 lubang aliran, bahkan 3 aliran juga ada sesuai kebutuhan.

4. *Espresso Tampers*



Gambar 8. *Espresso Tampers*

Espresso Tampers merupakan salah satu perlengkapan yang terpenting untuk membuat sajian kopi yang berfungsi untuk memadatkan bubuk kopi (untuk



menghasilkan espresso) agar menyatu erat ke dalam *portafilter*. Bubuk kopi ini haruslah merata agar tak terjadi hal-hal yang diinginkan. Itu kenapa diperlukan sedikit tenaga dalam proses ini. Semakin rata dan padat bubuk kopi maka akan semakin baik hasil kopi. Karena setelah *portafilter* dimasukkan ke dalam mesin espresso, maka air dengan tekanan tinggi akan keluar dari mesin dan menghasilkan esktraksi lalu terciptalah espresso.

5. Rok Presso



Gambar 9. Rok Presso

Rok presso atau rokpress adalah alat pembuat espresso manual. Alat ini memungkinkan sebagai alat seduh kopi manual untuk menghasilkan kopi espresso. Rok presso memiliki desain yang sangat sederhana. Alat ini juga bersifat *portable*, serta sangat ramah lingkungan, karena tidak membutuhkan listrik dalam penggunaannya.



6. *Coffee Dripper*



Gambar 10. *Coffee Dripper*

Coffee dripper berfungsi sebagai penyaring (penyangga saringan kertas) saat kopi ditampung sebelum diseduh dengan air panas. *Coffee dripper* berbentuk kerucut pada bagian bawahnya. Ada yang terbuat dari keramik, kaca, *stainless steel*, tembaga, atau plastik.

7. *Aeropress*



Gambar 11. *Aeropress*

Aeropress adalah sebuah alat seduh kopi manual yang diciptakan oleh orang berkebangsaan Amerika yang bernama Alan Adler pada tahun 2005. *Aeropress* diklaim bisa menghasilkan kopi sepekat *espresso*. *Aeropress* menjadi alat seduh



yang cocok digunakan untuk membuat kopi dengan cepat dan menghasilkan kopi sekuat *espresso*. Selain itu, alat ini juga mudah dibersihkan. Akan tetapi kekurangannya, alat ini tidak cocok apabila digunakan untuk membuat kopi dalam jumlah yang banyak.

8. *Milk Jug*

Milk jug ini merupakan alat yang berfungsi sebagai wadah susu, di wadah inilah susu di *steam*, yang kemudian susu tersebut digunakan untuk melukis *art* pada *latte*.



Gambar 12. *Milk Jug*

9. *Whipped Cream Dispenser*



Gambar 13. *Whipped Cream Dispenser*



Whipped Cream Dispenser adalah peralatan yang digunakan untuk menyemprotkan *whipe cream* untuk mempercantik minuman yang akan disajikan. Alat ini memberi kemudahan bagi para pemula dan ahli dalam memproduksi meracik krim untuk dekorasi pada minuman kopi.

10. *Vietnam Drip*

Vietnam drip adalah alat yang digunakan untuk teknik pengolahan biji kopi dengan cara dibalik atau dibiarkan menetes di atas gelas kopi. hasil olahan biji kopi akan menetes sendiri ke dalam gelas, dan inilah yang disebut sebagai drip. Alat yang berbahan gelas metal atau stainless steel ini terdiri dari tabung saringan, plunger, dan juga penutup.



Gambar 14. *Vietnam Drip*

Berdasarkan hasil penelitian ini, ditinjau dari aspek teknis dan teknologi usaha *coffee shop* Dakopat dikatakan layak karena lokasi usaha berada ditengah kota yang padat penduduk, dan pemilihan teknologi yang digunakan telah sesuai dengan beragam produk yang dihasilkan untuk memenuhi skala produksi. Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu putri *et al* (2019) bahwa pada usaha minuman kopi Pemilihan teknologi yang tepat dapat menciptakan dan



mengefisiensikan waktu serta tenaga yang akan digunakan, mengurangi estimasi biaya, dan pada akhirnya dapat meningkatkan profit yang diperoleh pemilik usaha. Banyak manfaat yang diperoleh dari pemilihan tempat, *layout* usaha serta teknologi yang digunakan itu terutama pada peningkatan efisiensi kerja, penekanan biaya produksi serta peningkatan mutu produk.

Proses produksi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengolah biji kopi menjadi minuman kopi yang siap dinikmati. Terdapat beberapa langkah dalam proses produksi minuman kopi di *coffee shop* Dakopat yaitu:

- 1) Pemilihan biji kopi, biji kopi yang dipilih sebagai bahan baku minuman kopi di *coffee shop* Dakopat adalah biji kopi yang masih segar atau baru disangrai, sehingga memunculkan aroma yang nikmat dan harum.
- 2) Penggilingan kopi, dilakukan dengan mesin penggiling kopi (*grinder*). Penggilingan kopi menggunakan mesin/alat yang berkualitas akan menghasilkan bubuk kopi yang baik. Ketika akan menggiling kopi, mesin harus dipastikan bersih dan bebas dari aroma lainnya, karena akan berpengaruh pada rasa dan aroma kopi yang digiling.
- 3) Penyeduhan kopi, proses penyeduhan kopi di *coffee shop* Dakopat menggunakan metode *coffee drip* atau *dripper*, yaitu metode membuat kopi dengan mengandalkan air menetes perlahan setelah bubuk kopi diseduh dengan air panas. Langkah pertama yaitu menuangkan air panas ke dalam *kettle* yang sudah berisi bubuk kopi dengan wadah *dripper*. Selanjutnya, tuangkan air sedikit demi sedikit atau secara perlahan.



- 4) Kopi yang menetes ke dalam wadah selanjutnya dituangkan ke dalam gelas/cup kemudian ditambahkan susu atau *creamer* sesuai dengan pesanan pelanggan.

Selain menghasilkan minuman kopi sebagai produk utama, terdapat berbagai varian minuman yang dihasilkan di *coffee shop* Dakopat yang tidak mengandung kopi, seperti yang terlihat pada Tabel 9 berikut ini.

Tabel 9. Varian Minuman Kopi Hasil Produksi *Coffee Shop* Dakopat

Varian Minuman Kopi			
No.	Kopi	No.	Non Kopi
1	Black Coffee	1	Sagarma
2	Ice Coffee	2	Iced Yakult Mango
3	Kopi Kurma	3	Iced Yakult Lycee
4	Kopi Susu	4	Sanger
5	Kopi Susu Aren	5	Chocolatte
6	Mocca Latte	6	Lemon Tea
7	Vietnam Drip	7	Ice Tea
		8	Tee Tarik

C. Aspek Lingkungan

Pada aspek lingkungan, hal yang dianalisis adalah kontribusi *coffee shop* Dakopat terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya termasuk baik dari segi social maupun ekonominya dari kegiatan *coffee shop* Dakopat di lokasi tersebut.

Dari aspek lingkungan, hasil dari produksi yang dilakukan oleh *coffee shop* Dakopat ini adalah sampah dapur, pembuangan sampah dapur ini kemudian akan dikelola dengan baik sesuai dengan jadwal pembuangan sampah. Sehingga tidak menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan *coffee shop* dakopat dan dapat dikatakan layak secara social karena tidak berdampak signifikan mengganggu masyarakat sekitar. Namun demikian secara ekonomi, keberadaan usaha *coffee*



shop Dakopat hanya mampu menyerap satu tenaga kerja karena usaha ini merupakan usaha berskala mikro yang tenaga kerjanya berasal dari tenaga kerja dalam keluarga atau pemiliknya sendiri. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu hidayat at al (2022) dimana pada aspek lingkungannya usaha minuman kopi dikatakan layak dari segi ekonomi karena mampu menyerap tenaga kerja dan dari segi social tidak menimbulkan dampak negative bagi masyarakat maupun lingkungan sekitar.

D. Aspek Hukum

Tinjauan dari aspek hukum dilakukan untuk mengetahui legalitas dari usaha *coffee shop* Dakopat. Aspek hukum ditinjau dari ada atau tidaknya surat-surat hukum yang dibutuhkan untuk pendirian usaha. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012) secara ringkas dokumen-dokumen yang perlu dipersiapkan untuk menganalisis aspek hukum dari sebuah usaha adalah Badan Hukum, Tanda Daftar Perusahaan, NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), Surat Izin Usaha, Izin Domisili, Izin Mendirikan Bangunan, Bukti Diri (KTP atau SIM) dan izin-izin lainnya. Sedangkan perizinan lain yang dibutuhkan terutama bagi usaha berbasis pangan, yaitu sertifikasi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Dinas Kesehatan, dan sertifikasi halal.

Berdasarkan hasil penelitian, status kepemilikan lokasi yang digunakan untuk usaha *coffee shop* Dakopat merupakan aset yang disewa dari pihak lain. Akan tetapi usaha *coffee shop* Dakopat belum memiliki izin mendirikan bangunan, tanda daftar perusahaan, surat izin usaha dan dokumen-dokumen perizinan lainnya. Perizinan bagi usaha berbasis pangan seperti sertifikasi Badan



Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Dinas Kesehatan, dan sertifikasi halal juga belum diperoleh usaha *coffee shop* Dakopat untuk mendukung legalitas usaha yang telah dijalankan. Berdasarkan hal tersebut, usaha *coffee shop* Dakopat tidak dapat memenuhi kriteria untuk dikatakan layak secara hukum, sehingga kedepannya pemilik usaha agar dapat mengurus perizinan terhadap usahanya sebagai bentuk legalitas untuk menunjang kegiatan usahanya.

5.3.2. Analisis Kelayakan Finansial

Tujuan dilakukannya analisis finansial adalah untuk mengetahui sejauh mana kelayakan usaha *coffee shop* Dakopat dari segi keuangan. Kondisi keuangan suatu usaha dapat dilihat dari pengeluaran dan pemasukan. Berikut ini beberapa hal yang mencakup analisis kelayakan finansial yaitu biaya, penerimaan, laporan laba rugi, dan kriteria investasi. Dalam penelitian usaha *coffee shop* Dakopat ini diproyeksikan sepuluh tahun ke depan sesuai dengan umur ekonomi asset.

A. Analisis Biaya

1. Biaya Investasi

Biaya pada usaha *coffee shop* Dakopat dibagi menjadi dua, yaitu biaya investasi dan biaya operasional. Biaya investasi adalah biaya awal yang dikeluarkan oleh pengusaha untuk menjalankan usahanya yaitu pada tahun pertama usaha, jumlahnya relatif besar dan tidak habis dalam satu kali periode produksi. Biaya investasi yang dikeluarkan oleh pengusaha *coffee shop* Dakopat di tahun awal usaha berupa investasi untuk sewa lahan, investasi fasilitas, dan investasi untuk pembelian peralatan. Biaya investasi awal usaha *coffee shop* Dakopat secara rinci dapat dilihat pada Tabel 10 berikut ini



Tabel 10. Biaya Investasi Awal *Coffee Shop* Dakopat Tahun 2022

No	Jenis	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Nilai (Rp)
1	Lahan				
	A Sewa Tempat Usaha	Tahun	1	8,000,000	8,000,000
2	Fasilitas				
	A Kontainer	Unit	1	8,000,000	8,000,000
	b Meja	Unit	5	200,000	1,000,000
	C Kursi	Unit	20	50,000	1,000,000
	D Lampu Philips 25 W	Unit	11	30,000	330,000
	E Listrik	Unit (2200VA)	1	2,062,000	2,062,000
3	Peralatan				
	A Penggiling Kopi N600	Unit	1	600,000	600,000
	b Penggiling Kopi Double Thunder	Unit	1	1,000,000	1,000,000
	C Box Es	Unit	1	650,000	650,000
	D Dispenser Air	Unit	1	250,000	250,000
	E Kompor 2 Tungku	Unit	1	350,000	350,000
	F Espresso Tamper	Unit	1	300,000	300,000
	G Timbangan	Unit	2	160,000	320,000
	H Gelas Ukur	Unit	4	50,000	200,000
	I Teko Stainless	Unit	2	220,000	440,000
	J Blender	Unit	1	950,000	950,000
	K Porta Filter	Unit	1	600,000	600,000
	L Mesin Espresso	Unit	1	2,800,000	2,800,000
	m Milk Jug	Unit	1	145,000	145,000
	N Whipped Cream Dispenser	Unit	1	1,000,000	1,000,000
	O Vietnam Drip	Unit	6	45,000	270,000
	P Rok Presso	Unit	1	2,500,000	2,500,000
	Q Cup Sealer	Unit	1	600,000	600,000
	R Moka Pot	Unit	3	120,000	360,000
	S V60 Dripper	Unit	2	60,000	120,000
	T Aeropress	Unit	1	600,000	600,000
	U Turkish Pot	Unit	1	80,000	80,000
	V Wastafel	Unit	1	300,000	300,000
	W Pisau	Unit	2	50,000	100,000
	X Sendok Teh	Unit	36	2,500	90,000
	Y Galon	Unit	2	50,000	100,000
	Z Tabung Gas 3Kg	Unit	1	150,000	150,000
	aa Nampan	Unit	1	50,000	50,000
	ab Shaker Stainless	Unit	2	120,000	240,000
	ac Long Bar Spoon	Unit	1	35,000	35,000
	ad Plunger Coffee	Unit	1	165,000	165,000
	ae Toples Kopi	Unit	7	18,000	126,000
	af Etalase Kaca	Unit	1	2,500,000	2,500,000
	Jumlah Biaya Investasi		128	34,862,500	38,383,000



Berdasarkan Tabel 10 di atas dapat diketahui total biaya investasi awal usaha *coffee shop* Dakopat adalah sebesar Rp.38.383.000. Biaya investasi awal meliputi biaya yang dikeluarkan untuk sewa lahan pembelian fasilitas serta peralatan yang diperlukan dalam usaha *coffee shop* Dakopat. Terdapat komponen peralatan yang harus dilakukan reinvestasi atau pembelian ulang terutama terhadap komponen peralatan dengan umur ekonomis yang kurang dari umur usaha (10 tahun). Peralatan yang akan dilakukan reinvestasi adalah penggiling kopi, box penyimpanan es, dispenser air, kompor, espresso tampers, timbangan, gelas ukur, teko stainless, blender, porta filter, mesin espresso, *milk jug*, *whipped cream dispenser*, *vietnam drip*, *rok presso*, *cup sealer*, moka pot, *dripper*, *aeropress*, *tukish pot*, pisau, sendok, galon, tabung gas, nampan, *shaker stainless*, *long bar spoon*, *plunger coffee*, dan toples kopi. Tabel 11 berikut ini adalah biaya yang dikeluarkan pengusaha untuk melakukan investasi dan reinvestasi sesuai komponen peralatan dapat dilihat secara rinci pada Lampiran 3.

Tabel 11. Rekapitulasi Biaya Investasi Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022 – 2032

Tahun	Biaya Investasi (Rp/Tahun)
2022	38.383.000
2023	8.588.737
2024	9.337.928
2025	10.159.240
2026	14.065.853
2027	15.248.068
2028	22.212.276
2029	17.394.448
2030	21.451.621
2031	20.667.872
2032	48.379.059

Berdasarkan Tabel 11, pengeluaran biaya investasi di tahun awal adalah sebesar Rp.38.383.000,00. Biaya ini dikeluarkan pengusaha untuk membayar



sewa lahan, mendirikan bangunan (*booth container*), serta penyediaan fasilitas dan peralatan yang berfungsi untuk membantu berjalannya kegiatan usaha *coffee shop* Dakopat. Sedangkan di tahun berikutnya pengusaha mengeluarkan biaya untuk pembelian barang reinvestasi. Biaya reinvestasi terbesar yaitu pada tahun 2032 dibandingkan dengan tahun lainnya yaitu sebesar Rp. 48.379.059,00. Hal ini disebabkan karena pengusaha akan melakukan reinvestasi sewa tempat usaha, kontainer, lampu, pembayaran listrik, blender dan beberapa peralatan lainnya yang menunjang kegiatan usaha.

2. Biaya Operasional

Selain biaya investasi, biaya yang dikeluarkan dalam usaha *coffee shop* Dakopat adalah biaya operasional. Biaya operasional merupakan biaya yang dikeluarkan selama usaha berjalan dimana biaya ini terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap dan tidak ditentukan oleh banyaknya output, yaitu biaya tenaga kerja. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan yang jumlahnya ditentukan oleh banyaknya output, semakin banyak output maka akan semakin besar biaya variabel yang dikeluarkan.

Biaya tetap pada usaha *coffee shop* Dakopat adalah biaya personal atau biaya tenaga kerja. Sedangkan biaya variabel adalah biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, bahan penunjang dan pemakaian listrik. Total biaya tetap (tenaga kerja) yang dikeluarkan pada tahun pertama usaha adalah sebesar Rp.20.743.775, sedangkan total biaya variabel (biaya produksi) adalah sebesar



Rp.59.120.230. Secara rinci biaya operasional awal usaha *coffee shop* Dakopat dapat dilihat pada Tabel 12 dan rinci menurut item pada Lampiran 5.

Tabel 12. Biaya Operasional Awal Usaha *Coffee Shop* Dakopat Tahun 2022

No	Jenis	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Rp/Tahun
1	Biaya Personal				
	A Tenaga Kerja	HOK	33	63,827	20,743,775
2	Biaya Produksi				
	A Bahan Baku				
	1 Biji Kopi	Kg	8	150,000	12,000,000
	2 Susu Uht	Pack	24	17,000	4,080,000
	3 Air	Galon	28	5,000	1,400,000
	4 Susu Kental Manis	Kaleng (500Ml)	48	14,000	6,720,000
	5 Gula	Kg	12	15,000	1,800,000
	6 Krimer Bubuk	Kg	8	35,000	2,800,000
	7 Es Kristal	Pack/Bungkus	28	14,000	3,920,000
	8 Syrup Lychee (Denali)	Botol 750Ml	1	105,000	1,050,000
	9 Syrup Mango (Denali)	Botol 750Ml	1	105,000	1,050,000
	10 Syrup Caramel (Denali)	Botol 750Ml	1	105,000	1,050,000
	11 Syrup Blue Curacao (Denali)	Botol 750Ml	1	105,000	1,050,000
	12 Syrup Hazelnat (Denali)	Botol 750Ml	1	105,000	1,050,000
	13 Yakult	Pack(5Botol)	5	9,500	475,000
	14 Bubuk Chocolate	Kg	1	240,000	2,400,000
	15 Bubuk Macha	Kg	1	220,000	2,200,000
	16 Lemon	Kg	8	20,000	1,600,000
	17 Gula Aren	Kg	4	25,000	1,000,000
	18 Ekstrak Kurma	Botol 250Ml	16	25,000	4,000,000
	19 Teh	Kg	4	25,000	1,000,000
	20 Sprite	Botol	1	15,000	150,000
	B Bahan Penunjang				
	1 Cup Plastik + Tutup	Pack/50Pcs	10	22,000	2,200,000
	2 Sedotan	Pack/250Pcs	5	18,000	900,000
	3 Kantong Plastik 1Cup	Pack/100	4	5,000	200,000
	4 Kantong Plastik 2Cup	Pack/100	4	5,000	200,000
	5 Plastik Siler	Pack/1000	1	60,000	600,000
	6 Paper Cup	Pack/50Pcs	4	35,000	1,400,000
	7 Pipet Stirrer	Pack/100Pcs	1	25,000	125,000
	C Listrik				
	1 Pemakaian listrik	Rp/Kwh	90	1,444.70	1,300,230
	Jumlah Biaya Operasional		352	1,589,771.70	78,464,005

Sumber: Data Olahan Peneliti

Berdasarkan Tabel 12 dapat dilihat bahwa biaya operasional paling besar yang dikeluarkan pada awal usaha atau pada tahun pertama adalah biaya untuk bahan baku yaitu sebesar Rp.50.795.000. Sedangkan biaya terkecil adalah biaya untuk pemakaian listrik yaitu sebesar Rp.1.300.230. Total biaya operasional yang



dikeluarkan pada tahun pertama yaitu sebesar Rp.78.464.005. Rekapitulasi total biaya operasional pada usaha *coffee shop* Dakopat tahun 2022 – 2032 dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Rekapitulasi Biaya Operasional Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022 – 2032

Tahun	Biaya Operasional (Rp/Tahun)
2022	78.464.005
2023	105.713.896
2024	118.737.570
2025	133.418.472
2026	149.972.444
2027	168.643.891
2028	191.627.176
2029	215.563.784
2030	242.577.189
2031	273.070.937
2032	307.502.232

Dapat dilihat pada Tabel 13, biaya operasional yang dikeluarkan pada tahun 2022 adalah sebesar Rp. 78.464.005,00 dan untuk tahun-tahun berikutnya biaya operasional terus mengalami kenaikan. Hal ini terjadi karena setiap bahan yang digunakan dalam proses produksi usaha *coffee shop* Dakopat diasumsikan mengalami inflasi setiap tahunnya. Inflasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah rata-rata pada sektor pertanian Kota Pekanbaru dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2021 dengan rata-rata inflasi sebesar 7,96%.

B. Penerimaan

1. Penerimaan Kotor

Penerimaan kotor merupakan hasil perkalian antara jumlah produksi dengan harga barang per unit. Akan tetapi pada usaha *coffee shop* Dakopat jenis minuman yang diproduksi beragam dengan harga yang berbeda pula. Oleh karena itu



penerimaan dihitung berdasarkan jumlah pesanan. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 14 dan Lampiran 6.

Tabel 14. Rekapitulasi Proyeksi Penerimaan Kotor Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022 – 2032

Penerimaan Kotor Pengusaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat		
Tahun	Jumlah Pesanan Pertahun	Penerimaan Kotor Per Tahun (Rupiah)
2022	8.996	95.983.333
2023	9.421	129.349.130
2024	9.865	145.261.308
2025	10.331	163.130.960
2026	10.819	183.198.886
2027	11.329	205.735.515
2028	11.864	231.044.539
2029	12.424	259.467.009
2030	13.010	291.385.935
2031	13.624	327.231.440
2032	14.267	367.486.562

Berdasarkan Tabel 14 di atas, pada tahun pertama penerimaan kotor usaha *coffee shop* Dakopat adalah Rp.95.983.333 dengan jumlah pesanan sebanyak 8.996 pesanan. Asumsi penerimaan pada tahun pertama hanya 10 bulan, karena 2 bulan pertama digunakan untuk persiapan mendirikan usaha. Selanjutnya pada tahun berikutnya penerimaan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dengan asumsi harga minuman kopi mengalami kenaikan sesuai dengan rata-rata inflasi untuk sektor pertanian di Kota Pekanbaru yaitu sebesar 7,96%.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat *et al* (2022) tentang Analisis Kelayakan Bisnis pada Usaha Kedai Kopi Meine Welt Coffee di Palangkaraya, penerimaan pada tahun pertama mencapai Rp.471.180.000 dengan pendapatan per bulan sebesar Rp.39.265.000. Asumsi pertumbuhan pendapatan per tahun kedai kopi Meine Welt dihitung dengan proyeksi pertumbuhan per tahun sebesar 4%. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan jumlah penerimaan



usaha *coffee shop* Dakopat yang hanya sebesar Rp.9.598.333 per bulan atau Rp.95.983.333 per tahun.

2. Penerimaan Bersih

Penerimaan bersih adalah selisih antara penerimaan kotor dengan total biaya yang dikeluarkan. Pada tahun pertama usaha *coffee shop* Dakopat memperoleh penerimaan minus (rugi) sebesar Rp.20.863.672, hal ini terjadi karena pada tahun pertama pengusaha memerlukan biaya yang besar untuk memulai usahanya.

Adapun penerimaan bersih pada *coffee shop* dakopat dapat dilihat pada Tabel 15 dan secara rinci pada Lampiran 7.

Tabel 15. Rekapitulasi Proyeksi Penerimaan Bersih Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022 – 2032

Tahun	Total Biaya (Rupiah/Tahun)	Penerimaan Kotor (Rupiah/Tahun)	Penerimaan Bersih (Rupiah/Tahun)
2022	116.847.005	95.983.333	-20.863.672
2023	114.302.633	129.349.130	15.046.497
2024	128.075.498	145.261.308	17.185.810
2025	143.577.713	163.130.960	19.553.247
2026	164.038.297	183.198.886	19.160.589
2027	183.891.959	205.735.515	21.843.556
2028	213.839.452	231.044.539	17.205.087
2029	232.958.232	259.467.009	26.508.778
2030	264.028.809	291.385.935	27.357.126
2031	293.738.809	327.231.440	33.492.631
2032	355.881.291	367.486.562	11.605.271

Berdasarkan Tabel 15 di atas, penerimaan bersih usaha *coffee shop* Dakopat cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Penerimaan bersih tertinggi terjadi pada tahun ke-sembilan yaitu mencapai angka Rp.33.492.631/tahun. Sedangkan penerimaan bersih terendah terjadi pada tahun ke-sepuluh usaha yaitu sebesar Rp.11.605.271/tahun.



C. Laporan Rugi-Laba

Laporan rugi laba adalah laporan yang memberikan informasi hasil akhir perusahaan selama periode tahun 2022 untuk mengetahui jumlah perolehan pendapatan (penjualan) dan biaya yang telah dikeluarkan, sehingga dapat diketahui perusahaan mendapatkan keuntungan atau mengalami kerugian. Adapun Biaya penyusutan terhadap masing-masing komponen peralatan dan fasilitas lainnya dapat dilihat pada Tabel 16 secara rinci pada Lampiran 3, 4 dan 5.

Tabel 16. Laporan Rugi-Laba Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022

Laporan Rugi Laba Usaha <i>Coffee Shop</i> Dakopat 31 Desember 2022	
Penerimaan/Penjualan	95.983.333
Biaya	
1. Bahan Baku	50.795.000
2. Bahan Penunjang	5.625.000
3. Tenaga Kerja	20.743.775
4. Pemakaian Listrik	1.300.230
5. Penyusutan Peralatan	2.122.566
6. Fasilitas	12.392.000
7. Sewa Lahan	8.000.000
Total Biaya	100.978.571
Rugi/Laba	-4.995.238

Berdasarkan Tabel 15 di atas, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan usaha *coffee shop* Dakopat pada tahun 2022 adalah sebesar Rp.95.983.333, sedangkan total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.100.978.571. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2022 usaha *coffee shop* Dakopat masih mengalami deficit sebesar Rp.4.995.238. Hal ini disebabkan oleh asumsi penerimaan tahun 2022 hanya terjadi selama 10 bulan dan beroperasi secara optimal sesuai dengan kapasitas usaha. Sementara dari aspek biaya masih



cukup tinggi terutama biaya penyusutan peralatan dan fasilitas lainnya di tahun awal.

D. Kriteria Investasi

Analisis kelayakan finansial usaha *coffee shop* Dakopat menggunakan empat analisis kriteria investasi, yaitu NPV, IRR, *Net B/C Ratio* dan *Payback Period* dengan *Discount Factor* 12%. Hasil analisis kriteria investasi dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Kriteria Investasi NPV, IRR, *Net B/C Ratio* dan *Payback Period* pada Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022

Kriteria Investasi	Nilai
<i>Net Present Value</i> (NPV)	92.331.567
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	81.85%
<i>Net Benefit Cost Ratio</i> (Net B/C)	5,43
<i>Payback Period</i> (PP)	1 tahun 6 bulan 10 hari

1. *Net Present Value* (NPV)

Net Present Value (NPV) adalah selisih antara nilai sekarang dari nilai investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa yang akan datang. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh NPV yang bernilai positif atau lebih besar dari nol yaitu sebesar Rp.92.331.567. Hal ini menunjukkan bahwa usaha *coffee shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru menghasilkan manfaat bersih sebesar Rp.92.331.567. Artinya, secara finansial usaha *coffee shop* Dakopat ini layak untuk dijalankan dan dikembangkan selama 10 tahun ke depan.

Nilai NPV yang diperoleh dalam penelitian ini lebih kecil jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat *et al* (2022) yang berjudul “Analisis Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kedai Kopi (Studi Kasus Pada



Meine Welt Coffee di Palangkaraya)”. Hasil penelitian Hidayat *et al* (2022) memperoleh nilai NPV sebesar Rp.115.505.164, artinya dari nilai NPV positif dapat dikatakan usaha ini layak untuk dilanjutkan 10 tahun ke depan. Dengan demikian, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha *coffee shop* Dakopat yang memiliki nilai NPV positif, maka usaha layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Hasil penelitian ini sesuai pendapat Sucipto (2011) yang menyebutkan bahwa jika $NPV > 0$, artinya suatu proyek sudah dinyatakan menguntungkan dan dapat dilaksanakan.

2. *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal Rate of Return (IRR) adalah suatu kriteria investasi untuk mengetahui persentase keuntungan dari suatu proyek tiap-tiap tahun dan juga merupakan alat ukur kemampuan proyek dalam mengembalikan bunga pinjaman. Berdasarkan hasil penelitian yang dapat dilihat pada Tabel 17 nilai IRR yang diperoleh adalah 81,85% dengan menggunakan *discount factor* 12%. Nilai IRR sebesar 81,85% menunjukkan bahwa usaha *coffee shop* Dakopat layak untuk dikembangkan karena mempunyai nilai IRR yang melebihi *discount factor* atau rata-rata suku bunga bank konvensional yang ditentukan saat penelitian berlangsung yaitu sebesar 12%. Hal ini didukung oleh teori menurut Supriyono (2011) yang mengatakan bahwa apabila IRR lebih besar dari tingkat suku bunga yang ditentukan, maka usaha tersebut layak untuk dijalankan.

Nilai IRR tersebut dapat dibandingkan dengan penelitian terdahulu Jannah *et al* (2021) yang melakukan penelitian berjudul “Analisis Kelayakan Finansial Usaha Bubuk Kopi Pinang Instan (Studi Kasus CV. Siwahradja) Di Desa



Geulanggang Kota Juang Kabupaten Bireuen”. Pada penelitian ini diperoleh nilai IRR sebesar 40,54% lebih besar dari nilai *discount factor* yang artinya usaha yang diteliti oleh Jannah *et al* (2021) layak untuk dijalankan dan dikembangkan pada tingkat suku bunga 12%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usaha *coffee shop* Dakopat layak diusahakan karena menghasilkan tingkat pengembalian lebih besar dari suku bunga yang berlaku secara umum.

3. *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C)

Net Benefit Cost Ratio (Net B/C) adalah jumlah rasio yang terdapat antara manfaat bersih yang bernilai positif dengan manfaat bersih yang bernilai negatif didalam sebuah proyek. Net B/C ini menunjukkan bahwa gambaran beberapa kelipatan *benefit* yang diperoleh dengan *cost* yang dikeluarkan.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dapat dilihat pada Tabel 17, diperoleh Net B/C dari usaha *coffee shop* Dakopat adalah 5,43 yang artinya setiap biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.1 maka akan memberikan keuntungan sebesar Rp.5,43. Nilai Net B/C yang diperoleh dalam penelitian ini lebih besar jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Putri *et al* (2019) dengan judul “Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalengan, Kabupaten Bandung)” yang menunjukkan nilai Net B/C sebesar 1,78.

Rahim (2008) mengemukakan jika rasio menunjukkan hasil 0 maka dapat dikatakan bahwa usaha tidak memberikan keuntungan finansial. Demikian juga jika rasio menunjukkan angka kurang dari 1 maka usaha yang dilakukan akan memberikan keuntungan dari kegiatan yang dilaksanakan. Dari hasil penelitian



yang telah dilakukan pada usaha *coffee shop* Dakopat, nilai Net B/C yang diperoleh menunjukkan angka lebih besar dari 1, hal ini berarti usaha *coffee shop* Dakopat telah mampu memberikan keuntungan finansial dan layak untuk dilaksanakan.

4. *Payback Period* (PP)

Payback Period (PP) adalah lama waktu yang dibutuhkan agar modal yang ditanamkan pada investasi dapat dikembalikan seluruhnya dalam waktu tertentu. Berdasarkan hasil penelitian, waktu pengembalian investasi usaha *coffee shop* Dakopat yaitu selama 1 tahun 6 bulan 10 hari, dimana *payback period* usaha ini lebih kecil dari pada periode analisis yang berjalan selama 10 tahun, maka usaha *coffee shop* Dakopat layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Semakin pendek waktu pengembalian investasi maka semakin baik usaha yang dapat dikembangkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Khotimah dan Sutiono (2014) yang menyebutkan bahwa usaha dikatakan layak dilakukan jika *payback period* usaha tidak terlalu lama mendekati akhir proyek atau lebih lama dari umur proyek.

Payback period yang dihasilkan pada penelitian ini lebih cepat jika dibandingkan dengan penelitian Putri *et al* (2019) dengan judul “Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalengan, Kabupaten Bandung)”, dimana nilai *Payback period* diperoleh dalam jangka waktu 2 tahun 4 bulan atau lebih lama dibandingkan dengan kajian ini jelasnya dapat dilihat dari Tabel 17 di atas.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



5.4. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas dimaksudkan untuk melihat hasil analisis kelayakan usaha yang telah dilakukan terhadap kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Analisis sensitivitas usaha *coffee shop* Dakopat dianalisis berdasarkan beberapa asumsi dengan ketidakpastian situasi dan kondisi sebagai berikut:

1. Apabila terjadi peningkatan harga beli input produksi 7,96% dan faktor-faktor lain yang diasumsikan tetap.
2. Apabila terjadi penurunan harga jual minuman kopi 7,24% dan faktor-faktor lain yang diasumsikan tetap.
3. Apabila terjadi penurunan jumlah pelanggan 3,24% dan faktor-faktor lain yang diasumsikan tetap.

Penentuan persen faktor kenaikan harga beli input produksi senilai 7,96% dalam penelitian ini berdasarkan rata-rata tingkat inflasi sektor pertanian di Kota Pekanbaru tahun 2011 sampai 2021. Penentuan penurunan persen faktor harga jual senilai 7,24% berdasarkan Indeks Harga Konsumen Kota Pekanbaru dan Perubahannya dari tahun ke tahun. Sedangkan penurunan persen faktor jumlah pelanggan senilai 3,24% berdasarkan selisih antara inflasi dan pendapatan perkapita kota pekanbaru.

5.4.1. Peningkatan Harga Beli Input Produksi Usaha *Coffee Shop* Dakopat

Kondisi pertama diasumsikan bahwa terjadi peningkatan harga beli input produksi yang harus dikeluarkan pengusaha *coffee shop* Dakopat sebesar 7,96%. Hal ini disebabkan oleh harga-harga dari seluruh input baik bahan baku dan



peralatan yang digunakan dalam proses produksi yang berfluktuasi dan akan berpengaruh terhadap nilai *benefit* dan *net benefit*. Secara rinci kriteria investasi ketika terjadi peningkatan harga beli input produksi sebesar 7,96% dapat dilihat pada Tabel 18 berikut ini.

Tabel 18. Kriteria Investasi NPV, IRR, Net B/C dan *Payback Period* Ketika Terjadi Peningkatan Harga Beli Input Produksi Sebesar 7,96% Pada Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022-2032

Kriteria Investasi	Nilai
<i>Net Present Value</i> (NPV)	9.288.907
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	21,46%
<i>Net Benefit Cost Ratio</i> (Net B/C)	1,34
<i>Payback Period</i> (PP)	4 tahun 9 bulan 14 hari

Berdasarkan Tabel 18 di atas, hasil analisis sensitivitas pada peningkatan harga beli input produksi sebesar 7,96% menunjukkan nilai NPV senilai Rp.9.288.907, nilai IRR sebesar 21,46% lebih besar dari tingkat suku bunga yang ditetapkan, nilai Net B/C senilai 1,34 yang berarti setiap Rp.1 biaya yang dikeluarkan untuk usaha *coffee shop* Dakopat akan mendapatkan penerimaan senilai Rp.1,34, *payback period* selama 4 tahun 9 bulan 14 hari. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha *coffee shop* Dakopat layak diusahakan.

5.4.2. Penurunan Harga Jual Minuman Kopi Usaha *Coffee Shop* Dakopat

Kondisi kedua diasumsikan bahwa terjadi penurunan harga jual minuman kopi sebesar 7,24%. Harga merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keberlangsungan suatu usaha. Apabila terjadi perubahan harga, maka penerimaan yang diterima pengusaha dari hasil penjualan minuman kopi akan mengalami perubahan, sehingga keuntungan yang diperoleh juga mengalami perubahan. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 19 berikut.



Tabel 19. Kriteria Investasi NPV, IRR, Net B/C dan *Payback Period* Ketika Terjadi Penurunan Harga Jual Minuman Kopi Sebesar 7,24% Pada Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022-2032

Kriteria Investasi	Nilai
<i>Net Present Value</i> (NPV)	746.419
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	12,88%
<i>Net Benefit Cost Ratio</i> (Net B/C)	1,03
<i>Payback Period</i> (PP)	7 tahun 0 bulan 14 hari

Berdasarkan Tabel 19 dapat dilihat bahwa penurunan harga jual minuman kopi sebesar 7,24% menyebabkan perubahan pada nilai NPV senilai Rp.746.419, IRR sebesar 12,88%, Net B/C senilai 1,03 yang berarti setiap Rp.1 biaya yang dikeluarkan untuk usaha *coffee shop* Dakopat akan mendapatkan penerimaan senilai Rp.1,03 dan *payback period* 7 tahun 0 bulan 14 hari. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha *coffee shop* Dakopat layak untuk diusahakan.

5.4.3. Penurunan Jumlah Pelanggan Usaha *Coffee Shop* Dakopat

Kondisi terakhir dalam analisis sensitivitas ini diasumsikan bahwa terjadi penurunan jumlah pelanggan sebesar 3,24%. Kondisi ini dipilih karena jumlah pelanggan sangat berpengaruh terhadap jumlah pendapatan yang diperoleh pengusaha. Semakin banyak pelanggan maka akan semakin menguntungkan bagi pengusaha *coffee shop* Dakopat karena pendapatan yang diperoleh akan meningkat. Secara rinci kriteria investasi pada saat terjadi penurunan jumlah pelanggan pada usaha *coffee shop* Dakopat dapat dilihat pada Tabel 20.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



Tabel 20. Kriteria Investasi NPV, IRR, Net B/C dan *Payback Period* Ketika Terjadi Penurunan Jumlah Pelanggan Sebesar 3,24% Pada Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022-2032

Kriteria Investasi	Nilai
<i>Net Present Value</i> (NPV)	51.372.344
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	51,78%
<i>Net Benefit Cost Ratio</i> (Net B/C)	3,14
<i>Payback Period</i> (PP)	2 tahun 4 bulan 27 hari

Berdasarkan Tabel 20 dapat dilihat bahwa penurunan jumlah pelanggan sebesar 3,24% juga menyebabkan perubahan pada nilai NPV senilai Rp.51.372.344, IRR sebesar 51,78%, Net B/C senilai 3,14 yang berarti setiap Rp.1 biaya yang dikeluarkan untuk usaha *coffee shop* Dakopat akan mendapatkan penerimaan senilai Rp.3,14 dan *payback period* 2 tahun 4 bulan 27 hari. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha *coffee shop* Dakopat layak untuk diusahakan.

Rekapitulasi hasil analisis sensitivitas usaha *coffee shop* Dakopat dapat dilihat pada Tabel 21 yang menunjukkan bahwa nilai NPV mengalami penurunan yang paling tinggi pada kondisi penurunan harga jual minuman kopi sebesar 7,24%. Penurunan NPV yaitu sebesar 99,19% dari nilai dasar. Nilai Net B/C juga mengalami penurunan sebesar 81,03%, nilai IRR mengalami penurunan sebesar 84,26%, dan *payback period* menjadi 7 tahun 0 bulan 14 hari. Sedangkan pada kondisi peningkatan harga beli input produksi sebesar 7,96% nilai NPV mengalami penurunan sebesar 89,94% dari nilai dasar, nilai IRR turun sebesar 79,78%, nilai Net B/C sebesar 75,32% dan *payback period* 4 tahun 9 bulan 14 hari.



Tabel 21. Rekapitulasi Hasil Analisis Sensitivitas Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022-2032

No	Parameter	Indikator Investasi						
		NPV (Rp)	(%)	IRR (%)	(%)	NET B/C	(%)	Payback Period
1	Nilai Dasar (12%)	92.331.567	-	81,85	-	5,43	-	1 Tahun 6 Bulan 10 Hari
2	Peningkatan Harga Beli Input Produksi 7,96%	9.288.907	10,06	21,46	26,22	1,34	24,68	4 Tahun 9 Bulan 14 Hari
3	Penurunan Harga Jual Minuman Kopi 7,24%	746.419	0,81	12,88	15,74	1,03	18,97	7 Tahun 0 Bulan 14 Hari
4	Penurunan Jumlah Pelanggan 3,24%	51.372.344	55,64	51,78	63,26	3,14	57,83	2 Tahun 4 Bulan 27 Hari

Pada Tabel 21 juga dapat dilihat bahwa pada kondisi penurunan jumlah pelanggan sebesar 3,24% nilai NPV mengalami penurunan sebesar 44,36% dari nilai dasar, nilai IRR turun sebesar 36,74%, nilai Net B/C sebesar 42,17% dan *payback period* menjadi 2 tahun 4 bulan 27 hari.

Maka dari ketiga parameter di atas dapat disimpulkan bahwa penurunan harga jual minuman kopi sebesar 7,24% sangat berpengaruh terhadap usaha *coffee shop* Dakopat. Artinya, penurunan harga jual minuman kopi lebih peka dibandingkan peningkatan harga beli input produksi 7,96% dan penurunan jumlah pelanggan 3,24%. Hal ini terbukti dari besarnya penurunan nilai NPV yaitu sebesar 99,19% dari nilai dasar yaitu Rp.92.331.567 menjadi Rp.746.419. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa meskipun terjadi perubahan biaya akibat



peningkatan harga beli input produksi sebesar 7,96% dan penurunan jumlah pelanggan sebesar 3,24% di masa yang akan datang, usaha *coffee shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru masih dalam keadaan layak untuk diusahakan dan dikembangkan.



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada usaha *coffee shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha

Pengusaha sebagai pemilik usaha sekaligus tenaga kerja berumur 28 tahun dan dapat dikatakan berada pada kelompok usia produktif, pendidikan pengusaha *coffee shop* Dakopat berada tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan lama pendidikan 12 tahun, pengalaman berusaha pengusaha *coffee shop* Dakopat yaitu selama 4 tahun dan pengusaha memiliki jumlah tanggungan keluarga sebanyak 2 orang. Usaha *coffee shop* Dakopat sudah berdiri sejak tahun 2018 yang berlokasi di Jalan Arifin Ahmad, Kecamatan Marpoyan, Damai Kota Pekanbaru. Skala usaha *coffee shop* Dakopat termasuk usaha mikro dengan hasil penjualan pertahun *coffee shop* Dakopat adalah sebesar Rp.95.983.333,00 atau Rp.9.598.333,00 perbulan. Pada usaha *coffee shop* Dakopat menggunakan 1 orang tenaga kerja dalam keluarga yaitu pemilik usaha (*owner*). Jumlah modal investasi yang dikeluarkan pada usaha *coffee shop* Dakopat adalah sebesar Rp.38.383.000,00 yang dikeluarkan untuk biaya sewa lahan, fasilitas dan peralatan menggunakan modal sendiri. Segmentasi pasar *coffee shop* Dakopat dari segi geografis yaitu ditujukan untuk masyarakat Kota Pekanbaru secara umum.



2. Ketersediaan, perolehan dan penggunaan bahan baku diperoleh langsung dari *supplier* baik secara online maupun secara langsung di pasar lokal.
3. Analisis kelayakan non finansial usaha *coffee shop* Dakopat pada aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, dan aspek lingkungan sudah layak untuk dijalankan. Akan tetapi ditinjau dari aspek hukum, *coffee shop* Dakopat belum memperoleh dokumen perizinan yang mendukung legalitas usahanya. Pada analisis kelayakan secara finansial usaha *coffee shop* Dakopat juga sudah layak untuk dijalankan dan dikembangkan 10 tahun ke depan. Hal ini dapat dilihat dari nilai NPV sebesar Rp.92.331.567, IRR sebesar 81,85%, Net B/C sebesar 5,43 dan *payback period* 1 tahun 6 bulan 10 hari.
4. Berdasarkan analisis sensitivitas terhadap peningkatan harga beli input produksi 7,69%, penurunan harga jual minuman kopi 7,24%, dan penurunan jumlah pelanggan 3,24% maka usaha *coffee shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru masih layak untuk dikembangkan karena masih memenuhi persyaratan 4 kriteria investasi yaitu $NPV > 0$, $Net\ B/C > 1$, $IRR > i$ (12%) dan *payback period* < umur usaha (10 tahun).

6.2. Saran

Dari hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, peneliti merasa perlu menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk pengusaha *coffee shop* Dakopat diharapkan mampu mempertahankan dan bahkan meningkatkan kualitas minuman kopi yang dihasilkan dengan menjaga kualitas bahan baku dan bahan penunjang yang digunakan sehingga tetap bisa bersaing dengan usaha sejenis.



2. Usaha *coffee shop* Dakopat lebih sensitif (peka) terhadap penurunan harga jual minuman kopi, maka pengusaha harus mampu menetapkan harga yang bisa bersaing akan tetapi dengan tidak merugikan usaha yang dijalankan.
3. Bagi pembaca dan peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini bisa membantu untuk lebih memahami bagaimana studi kelayakan usaha *coffee shop*, serta mampu melengkapi dan mengembangkan penelitian dengan menambahkan seluruh aspek yang belum dikaji dalam penelitian ini.

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Surah Al-A'raf [7]: Ayat 31.

Al-Qur'an Surah Al-Ra'd [13]: Ayat 4.

Al-Qur'an Surah An-Nahl [16]: Ayat 76.

Aksin, N. 2018. UPAH DAN TENAGA KERJA (Hukum Ketenagakerjaan dalam Islam). Jurnal Meta Yuridis Volume 1 No.2 Tahun 2018.

Amaly, N. F., Praptono, B., & Iqbal, M. (2016). Analisis Kelayakan Pembukaan Cabang *Coffee shop* Kedai Sabi Di Tamansari, Kota Bandung Ditinjau Dari the Feasibility Analysis of Opening a Branch of *Coffee shop* Kedai Sabi in Tamansari, Bandung Terms of Market Aspect, Technical Aspect, and Financial As. *Coffee shop*, 2(2), 4548–4555.

Amirullah dan Imam Hardjanto. 2005. Pengantar Bisnis. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Azharuddin M Amin. 2015. Prospek Peningkatan Nilai Produk Pertanian Melalui Agroindustri, Seminar Ekonomi Pertanian dengan Tema Tantangan Pertanian dalam Menghadapi MEA, Kerjasama Faperta UIR dengan Perhepi Komda Pekanbaru (Speaker).

Azwar, A. 2016. Analisis Pendapatan Rumah tangga Petani Karet Ditinjau dari Garis Kemiskinan (Studi Kasus di Desa Cerucup Kecamatan Pasir Penyus Kabupaten Indragiri Hulu. Skripsi Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau. Pekanbaru.

Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia. 2022. Statistik Indonesia 2022. Katalog:1101001.

Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia. 2022. Kecamatan Marpoyan Damai Dalam Angka 2022. Katalog:1102001.1471021.

Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Riau. 2018. Provinsi Riau dalam Angka, Pekanbaru.

Badan Pusat Statistik (BPS). 2020. Statistik Kopi Indonesia 2020. Katalog: 5504006.

Budiman, D., dan Hakimi, R., 2004. Sistem Perencanaan Produksi dan Pengendalian Persediaan Bahan Baku pada Perusahaan Susu Olahan. Jurnal Teknik Mesin. Vol.1 No. 2.

Chandra, Fransisca. 2009. "Peran Partisipasi Kegiatan di Alam Masa anak, Pendidikan dan Jenis Kelamin sebagai Moderasi Terhadap Perilaku Ramah



Lingkungan”. Disertasi S3. Program Magister Psikologi Fakultas Psikologi. Unversita Gadjah Mada Yogyakarta.

Direktorat Jenderal Perkebunan. 2020. Peluang Ekspor Perkebunan Masih Bertahan. Diposting Senin, 21 Desember 2020 08:12 am. <https://ditjenbun.pertanian.go.id/peluang-ekspor-perkebunan-masih-bertahan/>. Diakses tanggal 12 Juni 2022.

Direktorat Jenderal Perkebunan. 2021. Produksi Kopi Menurut Provinsi di Indonesia, 2017-2021. <https://www.pertanian.go.id>. Diakses tanggal 28 Juli 2022.

Dwi, A.K. 2013. Materi Mengelola Fasilitas Dan Bahan Baku. <http://topstudies.blogspot.co.id/2013/12/materi-mengelola-fasilitas-dan-bahan.html>.

Era Astuti. 2003. Prilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Dalam Ibu Rumah Tanggadi Kota Samarinda. Ejournal.

Gittinger, J. Price. 1982. Economic Analysis of Agricultural Projects. Edi Series in Economic Development World Bank. The Johns Hopkins University Press Baltimore And London.

Gittinger, J.P. 1986. Analisis Ekonomi Proyek-Proyek Pertanian. Universitas Indonesia, Jakarta.

Gray, C. 1995. Pengantar Evaluasi Proyek. Gramedia. Jakarta.

Gumelar Galuh. 2011. Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi Mobil di wilayah kota Bogor, Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Handoko, T. H. 2015. Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi. Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Hasan. H. 2006. Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasi. Ghalia Indonesia. Bogor.

Hasyim, Hasman. 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasus: Desa Dolok seribu Kecamatan Paguran Kabupaten Tapanuli Utara). Jurnal Komunikasi Penelitian. Universitas Sumatera Utara, Medan. Lembaga Penelitian, Medan.

Hattori, 2015. Agroindustri. Makalah. <http://bukudg.blogspot.co.id/2015/05/AGROINDUSTRI.html>.

Hidayat, A., Tonich, U., Windy, U.P., Rinto, A. 2022. Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Meine Welt Coffee Di Palangka Raya). Edunomics Journal, Vol. 3 (2): page 66-88, Juli 2022. p-ISSN: 2722-6697; e-ISSN: 2723-553X.



Husnan, S dan Muhammad, S.2005.Studi Kelayakan Proyek, Edisi ke 4. AMP YKPN. Yogyakarta.

Ibrahim, Y. 2003. Studi Kelayakan Bisnis. Edisi Revisi. Rineka Cipta, Jakarta.

International Coffee Organization. 2020. Coffee Market Report. <https://www.ico.org/>. Diakses tanggal 10 Juni 2022.

Jannah, R., Rasdiansyah dan Yusriana. 2021. Analisis Kelayakan Finansial Usaha Bubuk Kopi Pinang Instan (Studi Kasus Cv. Siwahradja) Di Desa Geulanggang Kota Juang Kabupaten Bireuen. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian. Volume 6, Nomor 4, November 2021. E-ISSN: 2614-6053 P-ISSN: 2615-2878.

Jusup, A. (2011). Dasar - dasar Akuntansi Jilid 1 (7 ed.). Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

Kadariah, 2001. Evaluasi Proyek: Analisis Ekonomi. Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.

Kasmir dan Jakfar. (2012). Studi Kelayakan Bisnis. Edisi Revisi. Kencana, Jakarta.

Khotimah, H., & Sutiono. (2014). Analisis Kelayakan Finansial Usaha Budidaya Bambu. Jurnal Ilmu Kehutanan, 8(1), 14–24.

Kurniawan, W.M. 2017. Penentuan Kualitas Biji Kopi Arabika Dengan Menggunakan Analytical, Hierarchy Process (Studi Kasus Pada Perkebunan Kopi Lereng Gunung Kelir Jambu Semarang). Jurnal Simetris, 8(2).

Marhaenanto, B., Soedibyo, D. W., & Farid, M. (2015). Penentuan Lama Sangrai Kopi Terhadap Variasi Derajat Sangrai. Jurnal Agroteknologi, 09 (02),1–10.

Muchtar, B., Rose, R dan Menik, K.S. 2016. Bank dan Lembaga Keuangan Lain. Kencana. Jakarta.

Mukti M. 2007. Sistem Jaminan Kesehatan. Konsep Desentralisasi Terintegrasi. Husada Mukti. Jakarta.

Mulyadi. 2015. Akuntansi Biaya, edisi 5. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.

Mulyana, M. 2019. INISIASI III: Segmentasi Pasar, Pengertian Pasar dan Pemosisian. Materi Tutorial Online EKMA 4216 Manajemen Pemasaran. Universitas Terbuka.

Natalie, J. R. S. 2018. Analisis Kelayakan Finansial Dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Sumawe Di Desa Harjokuncaran Kecamatan Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malang. Skripsi Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang. Dipublikasikan Online:



<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/13088/1/NATALIE%20J%20R%20S.pdf>.
Diakses tanggal 14 September 2022.

Nurmalina, R., Sarianti, T dan Karyadi, A. 2020. Studi Kelayakan Bisnis. IPB Press: Bogor.eISBN:978-623-256-304-9.

Oka, W.SAG. A., Apriyani. B.L dan K. Ajeng Candra K.D. 2021. Analisis Kelayakan pada Agroindustri Kopi Bubuk di Desa Nogosari Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA). Volume 5, Nomor 2 (2021): 414-432. ISSN: 2614-4670 (p), ISSN: 2598-8174 (e).

Pasaribu, AM. 2012. Perencanaan dan Evaluasi Proyek Agribisnis. Lily publisher, Yogyakarta.

Pradana, J.A., Komari, A dan Indrasari, L.D. 2020. Stud Kelayakan Bisnis Tell Kopi dengan Analisis Finansial (Studi Kasus: Tell Kopi Anak Cabang Kedai Nam – Nam). Jurnal Teknik Industri ITN Malang. E-ISSN: 2615 – 3866.

Prasetyo, A dan Irma. 2021. *Comparison Analysis of Business Feasibility Study between Rombong Type Coffee Business and Cafe Type Coffee Business*. Budapest International Research and Critics Institute Journal (BIRCI-Journal). Volume 4, No. 4, November 2021, Page: 13864-13870. e-ISSN: 2615-3076 (Online).

Purnamasari, D dan Hendrawan, B. 2013. Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis sebagai Oleh-Oleh Khas Kota Batam. Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis vol. 3, no. 1, 2013, 83-87 ISSN: 2337-7887.

Purwanti, E. 2012. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga. Jurnal Among Makarti, Vol.5 No.9, Juli 2012.

Putri, N.A., Saidah, Z., Supyandi, D., dan Lucyana Trimo. 2019. Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalengan, Kabupaten Bandung). Journal of Food System and Agribusiness Vol. 3 (1): 89-100. pISSN 2654-5853.

Rahardjo, P. 2012. KOPI: Panduan Budi Daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta. Penebar Swadaya: Jakarta.

Rahim, ABD. 2008. Pengantar Teori Kasus Ekonomi Pertanian. Penerbit Swadaya, Jakarta.

Rusdianto, A.S., Septyatha F., dan Miftahul Choiron. 2018. Analisis Kelayakan Finansial Industri Bio-pellet Kulit Kopi di Kabupaten Jember. Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri. Volume 7 Nomor 2: 89-94 (2018). ISSN 2252-7877.



- Siswoyo, Dwi. 2013. Ilmu Pendidikan. UNY Press, Yogyakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sofyan, S. H. 2003. Teori Akuntansi, Edisi Kelima. PT. Rasbindo. Jakarta.
- Soleh, C., & Kasih, Y. (2017). Kedai Kopi Mountain (Perencanaan Pendirian Usaha Kedai Kopi Mountain), 1–16.
- Sriyono. 2004. Karakteristik Demografi dan Tingkat Pendapatan Pemulung (Laskar Mandiri) Kasus di TPA Jatibarang Kota Semarang. Jurusan Geografi: FIS UNNES, Semarang.
- Sudiartini, N.W.A., Astari, A.A.E., Kardini, N.L., Dhani, Y.R. (2020). *The Feasibility Study of Coffee House Business Opportunity in COVID-19 Pandemic: A Case Study at Kulo Coffee Shop Pemogan. International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*. Vol. 7 No. 5, September 2020, pages: 38-45. ISSN: 2395-7492. <https://pdfs.semanticscholar.org/d4c8/759a8bfb9be8a5da220832d04940bba8af45.pdf>.
- Suliyanto. 2010. Studi Kelayakamn Bisnis. Andi. Yogyakarta.
- Sukirno, Sadono. 2015. Teori Ekonomi Pengantar, Ekonomi Makro. Edisi Ketiga. Raja Grafindo. Jakarta.
- Sunawirawan. 2010. Analisis Efisiensi Produksi dan Pendapatan Usahatani Sawi di Kota Bandar Lampung. Skripsi Fakultas Pertanian, Universitas Lampung. Banar Lampung.
- Supriyono. 2011. Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Suwita. 2011. Analisis Pendapatan Petanu Karet (Studi Kasus di Desa Dusun Curup Kecamatan Air Besi Kecamatan Bengkulu Utara). Jurnal Ilmiah, Fakultas Ekonomi dan Studi Pembangunan. Univerisitas Bengkulu, Bengkulu.
- Swastha, Basu. 2000. Manajemen Pemasaran. Indeks. Jakarta.
- Syarif, K. 2011. Analisis Kelayakan Usaha Produ Minyak Aromatik Merk Flosh. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Tarigan, R. 2006. Perencanaan Pembangunan Wilayah. Bumi Aksara. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran. Andi. Yogyakarta.



Tresnawati, D., 2010. Analisis Pengembangan Agroindustri Dodol Nanas di Kabupaten Subang. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret. Surakarta

Udayana, GB., 2011. Peran Agroindustri dalam Pembangunan Pertanian. Singhadwala, Edisi 44, Februari 2011.

Undang-Undang Republik Indonesia tentang Sistem Pendidikan Nasional. No 2 Tahun 1989. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/46794/uu-no-2-tahun-1989>. Diakses tanggal 19 Juni 2022.

Undang-Undang Republik Indonesia tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. No 20 Tahun 2008. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>. Diakses tanggal 19 Juni 2022.

Undang-Undang Republik Indonesia tentang Ketenagakerjaan. No 13 Tahun 2003. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/43013>. Diakses tanggal 19 Juni 2022.

Umar, 2003. Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Rencana Bisnis secara Komprehensif. Ed ke-1. Gramedia Pusat Utama, Jakarta.

Umar, 2007. Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Rencana Bisnis secara Komprehensif. Ed ke-3. Gramedia Pusat Utama, Jakarta.

Veronica, S., Kurniati, S.A. 2022. Pengembangan Pemasaran Kopi Bubuk Liberika Meranti di Desa Kedabu Rapat Kecamatan Rangsang Pesisir Kabupaten Kepulauan Meranti (Kasus Pada CV. Zahora). Jurnal Dinamika Pertanian. Volume 38 Nomor 2 Hal: 205-214. ISSN 0215 –2525.

Wahyudy, H. A., Khairizal, dan Heriyanto. 2018. Perkembangan ekspor karet alam Indonesia. Jurnal Dinamika Pertanian, Volume 34 Nomor 2, Hal: 87-94. ISSN: 0215-2525.

Wibowo. M.P. 2019. Analisis Kelayakan Usaha Jamur Tiram Putih di Desa Lembang Sari Satu Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu. Skripsi: Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau (Tidak Dipublikasikan).

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022

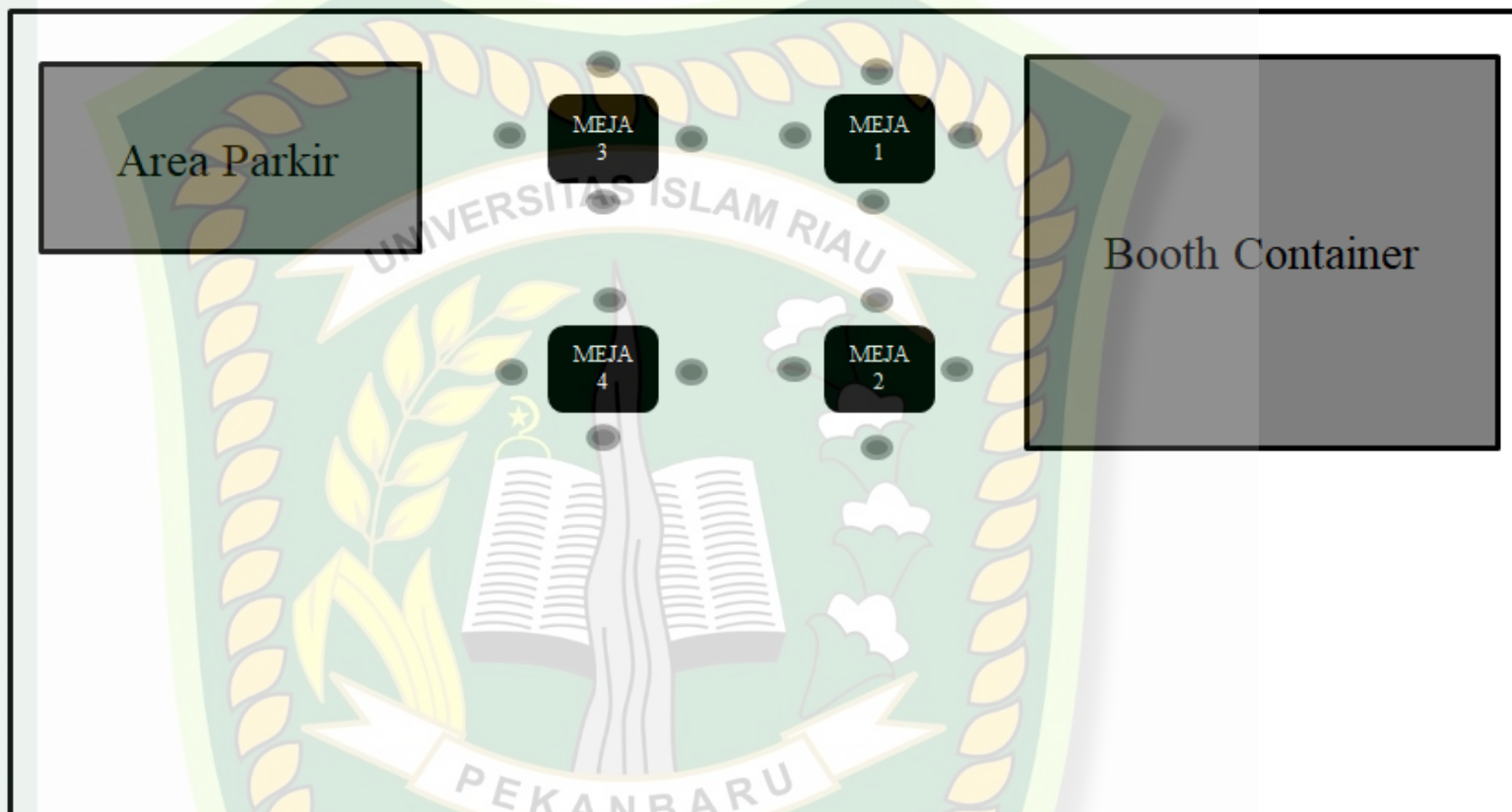
Karakteristik Pengusaha	
Umur (Tahun)	28
Tingkat Pendidikan	SMA
Pengalaman Berusaha (Tahun)	4
Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)	2
Profil Usaha	
Tempat Usaha	Jalan Arifin Ahmad Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru
Skala Usaha	Mikro
Tenaga Kerja (Jiwa)	1
Modal Usaha	Modal Sendiri

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU





Lampiran 2. *Layout Tempat Usaha Coffee Shop Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Tahun 2022*





Lampiran 3. Distribusi Biaya Investasi dan Reinvestasi Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Tahun		
						2022	2023	2024
						(Rp/Tahun)	(Rp/Tahun)	(Rp/Tahun)
1	Lahan							
	a. Sewa Tempat Usaha	Bulan	1	8.000.000	1	8.000.000	8.588.737	9.220.800
2	Fasilitas							
	a. Kontainer	Unit	1	8.000.000	10	8.000.000		
	b. Meja	Unit	5	200.000	6	1.000.000		
	c. Kursi	Unit	20	50.000	4	1.000.000		
	d. Lampu Philips 25 W	Unit	11	30.000	5	330.000		
	d. Listrik	Unit (2200VA)	1	2.062.000	10	2.062.000		
3	Peralatan							
	a. Penggiling Kopi N600	Unit	1	600.000	7	600.000		
	b. Penggiling Kopi Double Thunder	Unit	1	1.000.000	7	1.000.000		
	c. Box Es	Unit	1	650.000	8	650.000		
	d. Dispenser Air	Unit	1	250.000	4	250.000		
	e. Kompor 2 Tungku	Unit	1	350.000	6	350.000		
	f. Espresso Tamper	Unit	1	300.000	8	300.000		
	g. Timbangan	Unit	2	160.000	4	320.000		
	h. Gelas Ukur	Unit	4	50.000	4	200.000		
	i. Teko Stainless	Unit	2	220.000	8	440.000		
	j. Blender	Unit	1	950.000	5	950.000		
	k. Porta Filter	Unit	1	600.000	7	600.000		
	l. Mesin Espresso	Unit	1	2.800.000	6	2.800.000		



Lanjutan Lampiran 3. Distribusi Biaya Investasi dan Reinvestasi Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Tahun		
						2022	2023	2024
						(Rp/Tahun)	(Rp/Tahun)	(Rp/Tahun)
	m. Milk Jug	Unit	1	145.000	6	145.000		
	n. Whipped Cream Dispenser	Unit	1	1.000.000	6	1.000.000		
	o. Vietnam Drip	Unit	6	45.000	5	270.000		
	p. Rok Presso	Unit	1	2.500.000	9	2.500.000		
	q. Cup Sealer	Unit	1	600.000	6	600.000		
	r. Moka Pot	Unit	3	120.000	4	360.000		
	s. V60 Dripper	Unit	2	60.000	3	120.000		
	t. Aeropress	Unit	1	600.000	5	600.000		
	u. Turkish Pot	Unit	1	80.000	5	80.000		
	v. Wastafel	Unit	1	300.000	10	300.000		
	w. Pisau	Unit	2	50.000	5	100.000		
	x. Sendok Teh	Unit	36	2.500	5	90.000		
	y. Galon	Unit	2	50.000	2	100.000		117.128
	z. Tabung Gas 3Kg	Unit	1	150.000	4	150.000		
	aa. Nampan	Unit	1	50.000	3	50.000		
	ab. Shaker Stainless	Unit	2	120.000	7	240.000		
	ac. Long Bar Spoon	Unit	1	35.000	3	35.000		
	ad. Plunger Coffee	Unit	1	165.000	5	165.000		
	ae. Toples Kopi	Unit	7	18.000	4	126.000		
	af. Etalase Kaca	Unit	1	2.500.000	10	2.500.000		
Jumlah Biaya Investasi						38.383.000	8.588.737	9.337.928



Lanjutan Lampiran 3. Distribusi Biaya Investasi dan Reinvestasi Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Tahun		
						2025	2026	2027
						(Rp/Tahun)	(Rp/Tahun)	(Rp/Tahun)
1	Lahan							
	a. Sewa Tempat Usaha	Bulan	1	8.000.000	1	9.899.378	10.627.894	11.410.023
2	Fasilitas							
	a. Kontainer	Unit	1	8.000.000	10			
	b. Meja	Unit	5	200.000	6			
	c. Kursi	Unit	20	50.000	4		1.371.891	
	d. Lampu Philips 25 W	Unit	11	30.000	5			489.963
	d. Listrik	Unit (2200VA)	1	2.062.000	10			
3	Peralatan							
	a. Penggiling Kopi N600	Unit	1	600.000	7			
	b. Penggiling Kopi Double Thunder	Unit	1	1.000.000	7			
	c. Box Es	Unit	1	650.000	8			
	d. Dispenser Air	Unit	1	250.000	4		342.973	
	e. Kompor 2 Tungku	Unit	1	350.000	6			
	f. Espresso Tamper	Unit	1	300.000	8			
	g. Timbangan	Unit	2	160.000	4		439.005	
	h. Gelas Ukur	Unit	4	50.000	4		274.378	
	i. Teko Stainless	Unit	2	220.000	8			
	j. Blender	Unit	1	950.000	5			1.410.500
	k. Porta Filter	Unit	1	600.000	7			
	l. Mesin Espresso	Unit	1	2.800.000	6			



Lanjutan Lampiran 3. Distribusi Biaya Investasi dan Reinvestasi Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Tahun		
						2025	2026	2027
						(Rp/Tahun)	(Rp/Tahun)	(Rp/Tahun)
	m. Milk Jug	Unit	1	145.000	6			
	n. Whipped Cream Dispenser	Unit	1	1.000.000	6			
	o. Vietnam Drip	Unit	6	45.000	5			400.879
	p. Rok Presso	Unit	1	2.500.000	9			
	q. Cup Sealer	Unit	1	600.000	6			
	r. Moka Pot	Unit	3	120.000	4		493.881	
	s. V60 Dripper	Unit	2	60.000	3	152.115		
	t. Aeropress	Unit	1	600.000	5			890.842
	u. Turkish Pot	Unit	1	80.000	5			118.779
	v. Wastafel	Unit	1	300.000	10			
	w. Pisau	Unit	2	50.000	5			148.474
	x. Sendok Teh	Unit	36	2.500	5			133.626
	y. Galon	Unit	2	50.000	2		137.189	
	z. Tabung Gas 3Kg	Unit	1	150.000	4		205.784	
	aa. Nampan	Unit	1	50.000	3			
	ab. Shaker Stainless	Unit	2	120.000	7			
	ac. Long Bar Spoon	Unit	1	35.000	3	44.367		
	ad. Plunger Coffee	Unit	1	165.000	5			244.982
	ae. Toples Kopi	Unit	7	18.000	4		172.858	
	af. Etalase Kaca	Unit	1	2.500.000	10			
Jumlah Biaya Investasi						10.159.240	14.065.853	15.248.068



Lanjutan Lampiran 3. Distribusi Biaya Investasi dan Reinvestasi Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Tahun		
						2028	2029	2030
						(Rp/Tahun)	(Rp/Tahun)	(Rp/Tahun)
1	Lahan							
	a. Sewa Tempat Usaha	Bulan	1	8.000.000	1	12.249.710	13.151.192	14.119.015
2	Fasilitas							
	a. Kontainer	Unit	1	8.000.000	10			
	b. Meja	Unit	5	200.000	6	1.606.865		
	c. Kursi	Unit	20	50.000	4			1.882.086
	d. Lampu Philips 25 W	Unit	11	30.000	5			
	d. Listrik	Unit (2200VA)	1	2.062.000	10			
3	Peralatan							
	a. Penggiling Kopi N600	Unit	1	600.000	7		1.043.424	
	b. Penggiling Kopi Double Thunder	Unit	1	1.000.000	7		1.739.039	
	c. Box Es	Unit	1	650.000	8			1.223.356
	d. Dispenser Air	Unit	1	250.000	4			470.521
	e. Kompor 2 Tungku	Unit	1	350.000	6	562.403		
	f. Espresso Tampers	Unit	1	300.000	8			564.626
	g. Timbangan	Unit	2	160.000	4			602.267
	h. Gelas Ukur	Unit	4	50.000	4			376.417
	i. Teko Stainless	Unit	2	220.000	8			828.118
	j. Blender	Unit	1	950.000	5			
	k. Porta Filter	Unit	1	600.000	7		1.043.424	
	l. Mesin Espresso	Unit	1	2.800.000	6	4.499.223		



Lanjutan Lampiran 3. Distribusi Biaya Investasi dan Reinvestasi Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Tahun		
						2028	2029	2030
						(Rp/Tahun)	(Rp/Tahun)	(Rp/Tahun)
	m. Milk Jug	Unit	1	145.000	6	232.995		
	n. Whipped Cream Dispenser	Unit	1	1.000.000	6	1.606.865		
	o. Vietnam Drip	Unit	6	45.000	5			
	p. Rok Presso	Unit	1	2.500.000	9			
	q. Cup Sealer	Unit	1	600.000	6	964.119		
	r. Moka Pot	Unit	3	120.000	4			677.551
	s. V60 Dripper	Unit	2	60.000	3	192.824		
	t. Aeropress	Unit	1	600.000	5			
	u. Turkish Pot	Unit	1	80.000	5			
	v. Wastafel	Unit	1	300.000	10			
	w. Pisau	Unit	2	50.000	5			
	x. Sendok Teh	Unit	36	2.500	5			
	y. Galon	Unit	2	50.000	2	160.687		188.209
	z. Tabung Gas 3Kg	Unit	1	150.000	4			282.313
	aa. Nampan	Unit	1	50.000	3	80.343		
	ab. Shaker Stainless	Unit	2	120.000	7		417.369	
	ac. Long Bar Spoon	Unit	1	35.000	3	56.240		
	ad. Plunger Coffee	Unit	1	165.000	5			
	ae. Toples Kopi	Unit	7	18.000	4			237.143
	af. Etalase Kaca	Unit	1	2.500.000	10			
Jumlah Biaya Investasi						22.212.276	17.394.448	21.451.621



Lanjutan Lampiran 3. Distribusi Biaya Investasi dan Reinvestasi Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Tahun	
						2031 (Rp/Tahun)	2032 (Rp/Tahun)
1	Lahan						
	a. Sewa Tempat Usaha	Bulan	1	8.000.000	1	15.158.063	16.273.577
2	Fasilitas						
	a. Kontainer	Unit	1	8.000.000	10		16.273.577
	b. Meja	Unit	5	200.000	6		
	c. Kursi	Unit	20	50.000	4		
	d. Lampu Philips 25 W	Unit	11	30.000	5		727.467
	d. Listrik	Unit (2200VA)	1	2.062.000	10		3.740.527
3	Peralatan						
	a. Penggiling Kopi N600	Unit	1	600.000	7		
	b. Penggiling Kopi Double Thunder	Unit	1	1.000.000	7		
	c. Box Es	Unit	1	650.000	8		
	d. Dispenser Air	Unit	1	250.000	4		
	e. Kompor 2 Tungku	Unit	1	350.000	6		
	f. Espresso Tampers	Unit	1	300.000	8		
	g. Timbangan	Unit	2	160.000	4		
	h. Gelas Ukur	Unit	4	50.000	4		
	i. Teko Stainless	Unit	2	220.000	8		
	j. Blender	Unit	1	950.000	5		2.094.222
	k. Porta Filter	Unit	1	600.000	7		
	l. Mesin Espresso	Unit	1	2.800.000	6		



Lanjutan Lampiran 3. Distribusi Biaya Investasi dan Reinvestasi Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Tahun	
						2031 (Rp/Tahun)	2032 (Rp/Tahun)
	m. Milk Jug	Unit	1	145.000	6		
	n. Whipped Cream Dispenser	Unit	1	1.000.000	6		
	o. Vietnam Drip	Unit	6	45.000	5		595.200
	p. Rok Presso	Unit	1	2.500.000	9	5.092.245	
	q. Cup Sealer	Unit	1	600.000	6		
	r. Moka Pot	Unit	3	120.000	4		
	s. V60 Dripper	Unit	2	60.000	3	244.428	
	t. Aeropress	Unit	1	600.000	5		1.322.667
	u. Turkish Pot	Unit	1	80.000	5		176.356
	v. Wastafel	Unit	1	300.000	10		661.333
	w. Pisau	Unit	2	50.000	5		220.444
	x. Sendok Teh	Unit	36	2.500	5		198.400
	y. Galon	Unit	2	50.000	2		220.444
	z. Tabung Gas 3Kg	Unit	1	150.000	4		
	aa. Nampan	Unit	1	50.000	3	101.845	
	ab. Shaker Stainless	Unit	2	120.000	7		
	ac. Long Bar Spoon	Unit	1	35.000	3	71.291	
	ad. Plunger Coffee	Unit	1	165.000	5		363.733
	ae. Toples Kopi	Unit	7	18.000	4		
	af. Etalase Kaca	Unit	1	2.500.000	10		5.511.112
Jumlah Biaya Investasi						20.667.872	48.379.059



Lampiran 4. Penyusutan Alat Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022

No	Uraian	Satuan	Jumlah	UE (Tahun)	Harga/Unit (Rp)	NB (Rp)	NS (Rp)	Penyusutan Tahun 2022 (Rp/Tahun)
1	Penggiling Kopi N600	Unit	1	7	600.000	600.000	75.000	75.000
2	Penggiling Kopi Double Thunder	Unit	1	7	1.000.000	1.000.000	125.000	125.000
3	Box Es	Unit	1	8	650.000	650.000	81.250	71.094
4	Dispenser Air	Unit	1	4	250.000	250.000	62.500	46.875
5	Kompore 2 Tungku	Unit	1	6	350.000	350.000	43.750	51.042
6	Espresso Tampers	Unit	1	8	300.000	300.000	37.500	32.813
7	Timbangan	Unit	2	4	160.000	320.000	40.000	30.000
8	Gelas Ukur	Unit	4	4	50.000	200.000	12.500	9.375
9	Teko Stainless	Unit	2	8	220.000	440.000	27.500	24.063
10	Blender	Unit	1	5	950.000	950.000	237.500	142.500
11	Porta Filter	Unit	1	7	600.000	600.000	75.000	75.000
12	Mesin Espresso	Unit	1	6	2.800.000	2.800.000	350.000	408.333
13	Milk Jug	Unit	1	6	145.000	145.000	18.125	21.146
14	Whipped Cream Dispenser	Unit	1	6	1.000.000	1.000.000	125.000	145.833
15	Vietnam Drip	Unit	6	5	45.000	270.000	5.625	7.875
16	Rok Presso	Unit	1	9	2.500.000	2.500.000	312.500	243.056
17	Cup Sealer	Unit	1	6	600.000	600.000	75.000	87.500
18	Moka Pot	Unit	3	4	120.000	360.000	30.000	22.500
19	V60 Dripper	Unit	2	3	60.000	120.000	15.000	15.000
20	Aeropress	Unit	1	5	600.000	600.000	75.000	105.000
21	Turkish Pot	Unit	1	5	80.000	80.000	10.000	14.000
22	Wastafel	Unit	1	10	300.000	300.000	37.500	26.250
23	Pisau	Unit	2	5	50.000	100.000	6.250	8.750
24	Sendok Teh	Unit	36	5	2.500	90.000	313	438



Lanjutan Lampiran 4. Penyusutan Alat Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022

No	Uraian	Satuan	Jumlah	UE (Tahun)	Harga/Unit (Rp)	NB (Rp)	NS (Rp)	Penyusutan Tahun 2022 (Rp/Tahun)
25	Galon	Unit	1	6	50.000	100.000	12.500	18.750
26	Tabung Gas 3Kg	Unit	6	5	150.000	150.000	37.500	28.125
27	Nampan	Unit	1	9	50.000	50.000	12.500	12.500
28	Shaker Stainless	Unit	1	6	120.000	240.000	15.000	15.000
29	Long Bar Spoon	Unit	3	4	35.000	35.000	8.750	8.750
30	Plunger Coffee	Unit	2	3	165.000	165.000	20.625	28.875
31	Toples Kopi	Unit	1	5	18.000	126.000	4.500	3.375
32	Etalase Kaca	Unit	1	5	2.500.000	2.500.000	312.500	218.750
Total			89	181	16.520.500	17.991.000	2.301.688	2.122.566



Lampiran 5. Biaya Operasional Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032

No	Jenis Biaya	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Tahun	
					2022	2023
					Rp/Tahun	Rp/Tahun
I.	Biaya Personal					
A.	Tenaga Kerja	Hok	33	63.827	20.743.775	27.010.081
II.	Biaya Produksi					
A.	Bahan Baku					
	1. Biji Kopi	Kg	8	150.000	12.000.000	16.362.474
	2. Susu UHT	Pack	24	17.000	4.080.000	5.563.241
	3. Air	Galon	28	5.000	1.400.000	1.908.955
	4. Susu Kental Manis	Kaleng (500Ml)	48	14.000	6.720.000	9.162.986
	5. Gula	Kg	12	15.000	1.800.000	2.454.371
	6. Krimer Bubuk	Kg	8	35.000	2.800.000	3.817.911
	7. Es Kristal	Pack/Bungkus	28	14.000	3.920.000	5.345.075
	8. Syrup Lychee (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	1.050.000	1.431.717
	9. Syrup Mango (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	1.050.000	1.431.717
	10. Syrup Caramel (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	1.050.000	1.431.717
	11. Syrup Blue Curacao (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	1.050.000	1.431.717
	12. Syrup Hazelnat (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	1.050.000	1.431.717
	13. Yakult	Pack(5Botol)	5	9.500	475.000	647.681
	14. Bubuk Chocolate	Kg	1	240.000	2.400.000	3.272.495
	15. Bubuk Macha	Kg	1	220.000	2.200.000	2.999.787
	16. Lemon	Kg	8	20.000	1.600.000	2.181.663
	17. Gula Aren	Kg	4	25.000	1.000.000	1.363.540
	18. Ekstrak Kurma	Botol 250Ml	16	25.000	4.000.000	5.454.158
	19. Teh	Kg	4	25.000	1.000.000	1.363.540
	20. Sprite	Botol	1	15.000	150.000	204.531
B.	Bahan Penunjang					
	1. Cup Plastik + Tutup	Pack/50Pcs	10	22.000	2.200.000	2.999.787
	2. Sedotan	Pack/250Pcs	5	18.000	900.000	1.227.186
	3. Kantong Plastik 1Cup	Pack/100	4	5.000	200.000	272.708
	4. Kantong Plastik 2Cup	Pack/100	4	5.000	200.000	272.708
	5. Plastik Siler	Pack/1000	1	60.000	600.000	818.124
	6. Paper Cup	Pack/50Pcs	4	35.000	1.400.000	1.908.955
	7. Pipet Stirrer	Pack/100Pcs	1	25.000	125.000	170.442
C.	Listrik					
	1. Pemakaian listrik	Rp/Kwh	90	1.444,70	1.300.230	1.772.915
Total					78.464.005	105.713.896



Lanjutan Lampiran 5. Biaya Operasional Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2023

No	Jenis Biaya	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Tahun	
					2024	2025
					Rp/Tahun	Rp/Tahun
I.	Biaya Personal					
A.	Tenaga Kerja	Orang	1	1.000.000	29.307.768	31.800.914
II.	Biaya Produksi					
A.	Bahan Baku					
	1. Biji Kopi	Kg	8	150.000	18.592.400	21.126.227
	2. Susu UHT	Pack	24	17.000	6.321.416	7.182.917
	3. Air	Galon	28	5.000	2.169.113	2.464.727
	4. Susu Kental Manis	Kaleng (500Ml)	48	14.000	10.411.744	11.830.687
	5. Gula	Kg	12	15.000	2.788.860	3.168.934
	6. Krimer Bubuk	Kg	8	35.000	4.338.227	4.929.453
	7. Es Kristal	Pack/Bungkus	28	14.000	6.073.517	6.901.234
	8. Syrup Lychee (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	1.626.835	1.848.545
	9. Syrup Mango (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	1.626.835	1.848.545
	10. Syrup Caramel (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	1.626.835	1.848.545
	11. Syrup Blue Curacao (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	1.626.835	1.848.545
	12. Syrup Hazelnat (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	1.626.835	1.848.545
	13. Air	Galon	28	5.000	735.949	836.247
	14. Yakult	Pack(5Botol)	5	9.500	3.718.480	4.225.245
	14. Bubuk Chocolate	Kg	1	240.000	3.408.607	3.873.142
	15. Bubuk Macha	Kg	1	220.000	2.478.987	2.816.830
	16. Lemon	Kg	8	20.000	1.549.367	1.760.519
	17. Gula Aren	Kg	4	25.000	6.197.467	7.042.076
	18. Ekstrak Kurma	Botol 250Ml	16	25.000	1.549.367	1.760.519
	19. Teh	Kg	4	25.000	232.405	264.078
	20. Sprite	Botol	1	15.000	18.592.400	21.126.227
B.	Bahan Penunjang					
	1. Cup Plastik + Tutup	Pack/50Pcs	10	22.000	3.408.607	3.873.142
	2. Sedotan	Pack/250Pcs	5	18.000	1.394.430	1.584.467
	3. Kantong Plastik 1Cup	Pack/100	4	5.000	309.873	352.104
	4. Kantong Plastik 2Cup	Pack/100	4	5.000	309.873	352.104
	5. Plastik Siler	Pack/1000	1	60.000	929.620	1.056.311
	6. Paper Cup	Pack/50Pcs	4	35.000	2.169.113	2.464.727
	7. Pipet Stirrer	Pack/100Pcs	1	25.000	193.671	220.065
C.	Listrik					
	1. Pemakaian listrik	Rp/Kwh	90	1.444,70	2.014.533	2.289.080
Total					118.737.570	133.418.472

ISLAM RIAU



Lanjutan Lampiran 5. Biaya Operasional Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2023

No	Jenis Biaya	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Tahun	
					2026	2027
					Rp/Tahun	Rp/Tahun
I.	Biaya Personal					
A.	Tenaga Kerja	Orang	1	1.000.000	34.506.146	37.441.505
II.	Biaya Produksi					
A.	Bahan Baku					
	1. Biji Kopi	Kg	8	150.000	24.005.372	27.276.894
	2. Susu UHT	Pack	24	17.000	8.161.826	9.274.144
	3. Air	Galon	28	5.000	2.800.627	3.182.304
	4. Susu Kental Manis	Kaleng (500Ml)	48	14.000	13.443.008	15.275.061
	5. Gula	Kg	12	15.000	3.600.806	4.091.534
	6. Krimer Bubuk	Kg	8	35.000	5.601.253	6.364.609
	7. Es Kristal	Pack/Bungkus	28	14.000	7.841.755	8.910.452
	8. Syrup Lychee (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	2.100.470	2.386.728
	9. Syrup Mango (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	2.100.470	2.386.728
	10. Syrup Caramel (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	2.100.470	2.386.728
	11. Syrup Blue Curacao (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	2.100.470	2.386.728
	12. Syrup Hazelnat (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	2.100.470	2.386.728
	13. Air	Galon	28	5.000	950.213	1.079.710
	14. Yakult	Pack(5Botol)	5	9.500	4.801.074	5.455.379
	14. Bubuk Chocolate	Kg	1	240.000	4.400.985	5.000.764
	15. Bubuk Macha	Kg	1	220.000	3.200.716	3.636.919
	16. Lemon	Kg	8	20.000	2.000.448	2.273.075
	17. Gula Aren	Kg	4	25.000	8.001.791	9.092.298
	18. Ekstrak Kurma	Botol 250Ml	16	25.000	2.000.448	2.273.075
	19. Teh	Kg	4	25.000	300.067	340.961
	20. Sprite	Botol	1	15.000	24.005.372	27.276.894
B.	Bahan Penunjang					
	1. Cup Plastik + Tutup	Pack/50Pcs	10	22.000	4.400.985	5.000.764
	2. Sedotan	Pack/250Pcs	5	18.000	1.800.403	2.045.767
	3. Kantong Plastik 1Cup	Pack/100	4	5.000	400.090	454.615
	4. Kantong Plastik 2Cup	Pack/100	4	5.000	400.090	454.615
	5. Plastik Siler	Pack/1000	1	60.000	1.200.269	1.363.845
	6. Paper Cup	Pack/50Pcs	4	35.000	2.800.627	3.182.304
	7. Pipet Stirrer	Pack/100Pcs	1	25.000	250.056	284.134
C.	Listrik					
	1. Pemakaian listrik	Rp/Kwh	90	1.444,70	2.601.042	2.955.520
Total					149.972.444	168.643.891

ISLAM RIAU



Lanjutan Lampiran 5. Biaya Operasional Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2023

No	Jenis Biaya	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Tahun	
					2028	2029
					Rp/Tahun	Rp/Tahun
I.	Biaya Personal					
A.	Tenaga Kerja	Orang	1	1.000.000	42.544.144	46.163.278
II.	Biaya Produksi					
A.	Bahan Baku					
	1. Biji Kopi	Kg	8	150.000	30.994.270	35.218.260
	2. Susu UHT	Pack	24	17.000	10.538.052	11.974.208
	3. Air	Galon	28	5.000	3.615.998	4.108.797
	4. Susu Kental Manis	Kaleng (500Ml)	48	14.000	17.356.791	19.722.226
	5. Gula	Kg	12	15.000	4.649.140	5.282.739
	6. Krimer Bubuk	Kg	8	35.000	7.231.996	8.217.594
	7. Es Kristal	Pack/Bungkus	28	14.000	10.124.795	11.504.632
	8. Syrup Lychee (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	2.711.999	3.081.598
	9. Syrup Mango (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	2.711.999	3.081.598
	10. Syrup Caramel (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	2.711.999	3.081.598
	11. Syrup Blue Curacao (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	2.711.999	3.081.598
	12. Syrup Hazelnat (Denali)	Botol 750Ml	1	105.000	2.711.999	3.081.598
	13. Air	Galon	28	5.000	1.226.857	1.394.056
	14. Yakult	Pack(5Botol)	5	9.500	6.198.854	7.043.652
	14. Bubuk Chocolate	Kg	1	240.000	5.682.283	6.456.681
	15. Bubuk Macha	Kg	1	220.000	4.132.569	4.695.768
	16. Lemon	Kg	8	20.000	2.582.856	2.934.855
	17. Gula Aren	Kg	4	25.000	10.331.423	11.739.420
	18. Ekstrak Kurma	Botol 250Ml	16	25.000	2.582.856	2.934.855
	19. Teh	Kg	4	25.000	387.428	440.228
	20. Sprite	Botol	1	15.000	30.994.270	35.218.260
B.	Bahan Penunjang					
	1. Cup Plastik + Tutup	Pack/50Pcs	10	22.000	5.682.283	6.456.681
	2. Sedotan	Pack/250Pcs	5	18.000	2.324.570	2.641.370
	3. Kantong Plastik 1Cup	Pack/100	4	5.000	516.571	586.971
	4. Kantong Plastik 2Cup	Pack/100	4	5.000	516.571	586.971
	5. Plastik Siler	Pack/1000	1	60.000	1.549.713	1.760.913
	6. Paper Cup	Pack/50Pcs	4	35.000	3.615.998	4.108.797
	7. Pipet Stirrer	Pack/100Pcs	1	25.000	322.857	366.857
C.	Listrik					
	1. Pemakaian listrik	Rp/Kwh	90	1.444,70	3.358.307	3.815.987
Total					191.627.176	215.563.784

ISLAM RIAU



Lanjutan Lampiran 5. Biaya Operasional Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2023

No	Jenis Biaya	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Tahun		
					2030	2031	2032
					Rp/Tahun	Rp/Tahun	Rp/Tahun
I.	Biaya Personal						
A.	Tenaga Kerja	Orang	1	1.000.000	50.090.284	54.351.351	58.974.898
II.	Biaya Produksi						
A.	Bahan Baku						
	1. Biji Kopi	Kg	8	150.000	40.017.908	45.471.666	51.668.679
	2. Susu UHT	Pack	24	17.000	13.606.089	15.460.367	17.567.351
	3. Air	Galon	28	5.000	4.668.756	5.305.028	6.028.012
	4. Susu Kental Manis	Kaleng (500ml)	48	14.000	22.410.029	25.464.133	28.934.460
	5. Gula	Kg	12	15.000	6.002.686	6.820.750	7.750.302
	6. Krimer Bubuk	Kg	8	35.000	9.337.512	10.610.055	12.056.025
	7. Es Kristal	Pack/Bungkus	28	14.000	13.072.517	14.854.078	16.878.435
	8. Syrup Lychee (Denali)	Botol 750ml	1	105.000	3.501.567	3.978.771	4.521.009
	9. Syrup Mango (Denali)	Botol 750ml	1	105.000	3.501.567	3.978.771	4.521.009
	10. Syrup Caramel (Denali)	Botol 750ml	1	105.000	3.501.567	3.978.771	4.521.009
	11. Syrup Blue Curacao	Botol 750ml	1	105.000	3.501.567	3.978.771	4.521.009
	12. Syrup Hazelnat (Denali)	Botol 750ml	1	105.000	3.501.567	3.978.771	4.521.009
	13. Air	Galon	28	5.000	1.584.042	1.799.920	2.045.219
	14. Yakult	Pack(5Botol)	5	9.500	8.003.582	9.094.333	10.333.736
	14. Bubuk Chocolate	Kg	1	240.000	7.336.616	8.336.472	9.472.591
	15. Bubuk Macha	Kg	1	220.000	5.335.721	6.062.889	6.889.157
	16. Lemon	Kg	8	20.000	3.334.826	3.789.306	4.305.723
	17. Gula Aren	Kg	4	25.000	13.339.303	15.157.222	17.222.893
	18. Ekstrak Kurma	Botol 250ml	16	25.000	3.334.826	3.789.306	4.305.723
	19. Teh	Kg	4	25.000	500.224	568.396	645.858
	20. Sprite	Botol	1	15.000	40.017.908	45.471.666	51.668.679
B.	Bahan Penunjang						
	1. Cup Plastik + Tutup	Pack/50Pcs	10	22.000	7.336.616	8.336.472	9.472.591
	2. Sedotan	Pack/250Pcs	5	18.000	3.001.343	3.410.375	3.875.151
	3. Kantong Plastik 1Cup	Pack/100	4	5.000	666.965	757.861	861.145
	4. Kantong Plastik 2Cup	Pack/100	4	5.000	666.965	757.861	861.145
	5. Plastik Siler	Pack/1000	1	60.000	2.000.895	2.273.583	2.583.434
	6. Paper Cup	Pack/50Pcs	4	35.000	4.668.756	5.305.028	6.028.012
	7. Pipet Stirrer	Pack/100Pcs	1	25.000	416.853	473.663	538.215
C.	Listrik						
	1. Pemakaian listrik	Rp/Kwh	90	1.444,70	4.336.040	4.926.969	5.598.430
Total					242.577.189	273.070.937	307.502.232

ISLAM RIAU



Lampiran 6. Jumlah Pesanan, Rata-Rata Harga Jual dan Penerimaan Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032

Tahun	Rata-Rata Harga Jual (Rp/Pesanan)	Jumlah Pelanggan/Pesanan		Penerimaan (Rupiah)	
		Perbulan	Pertahun	Perbulan	Pertahun
2022	12.803,47	750	8.996	9.598.333	95.983.333
2023	13.730,44	785	9.421	10.779.094	129.349.130
2024	14.724,52	822	9.865	12.105.109	145.261.308
2025	15.790,58	861	10.331	13.594.247	163.130.960
2026	16.933,82	902	10.819	15.266.574	183.198.886
2027	18.159,82	944	11.329	17.144.626	205.735.515
2028	19.474,60	989	11.864	19.253.712	231.044.539
2029	20.884,56	1.035	12.424	21.622.251	259.467.009
2030	22.396,60	1.084	13.010	24.282.161	291.385.935
2031	24.018,11	1.135	13.624	27.269.287	327.231.440
2032	25.757,02	1.189	14.267	30.623.880	367.486.562
Total	204.673,54	10.496	125.950	201.539.274	2.399.274.619



Lampiran 7. Analisis Kelayakan Finansial Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022
– 2032

Tahun	Kompenen Biaya (Rp/Tahun)			Penerimaan (Rp/Tahun)		DF (12%)	FVC (Rp)	FVB (Rp)	FVNB (Rp)	Kumulatif Cashflow (Rp)
	Biaya Investasi	Biaya Operasional	Total Biaya	Penerimaan Kotor	Pendapatan Bersih					
0	38.383.000	78.464.005	116.847.005	95.983.333	-20.863.672	1,00000	116.847.005	95.983.333	-20.863.672	-20.863.672
1	8.588.737	105.713.896	114.302.633	129.349.130	15.046.497	0,89286	102.055.923	115.490.295	13.434.372	-7.429.299
2	9.337.928	118.737.570	128.075.498	145.261.308	17.185.810	0,79719	102.101.003	115.801.426	13.700.423	6.271.124
3	10.159.240	133.418.472	143.577.713	163.130.960	19.553.247	0,71178	102.195.780	116.113.395	13.917.615	20.188.739
4	14.065.853	149.972.444	164.038.297	183.198.886	19.160.589	0,63552	104.249.303	116.426.204	12.176.901	32.365.639
5	15.248.068	168.643.891	183.891.959	205.735.515	21.843.556	0,56743	104.345.236	116.739.856	12.394.621	44.760.260
6	22.212.276	191.627.176	213.839.452	231.044.539	17.205.087	0,50663	108.337.721	117.054.354	8.716.633	53.476.893
7	17.394.448	215.563.784	232.958.232	259.467.009	26.508.778	0,45235	105.378.473	117.369.698	11.991.225	65.468.117
8	21.451.621	242.577.189	264.028.809	291.385.935	27.357.126	0,40388	106.636.808	117.685.892	11.049.084	76.517.202
9	20.667.872	273.070.937	293.738.809	327.231.440	33.492.631	0,36061	105.925.159	118.002.938	12.077.778	88.594.980
10	48.379.059	307.502.232	355.881.291	367.486.562	11.605.271	0,32197	114.584.251	118.320.838	3.736.587	92.331.567
Total	225.888.101	1.985.291.597	2.211.179.698	2.399.274.619	188.094.921	6,6502	1.172.656.663	1.264.988.229	92.331.567	451.681.549

Kriteria Investasi	Nilai
<i>Net Present Value</i> (NPV)	92.331.567
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	81,85%
<i>Net Benefit Cost Ratio</i> (Net B/C)	5,43
<i>Payback Period</i> (PP)	1 tahun 6 bulan 10 hari



Lampiran 8. Analisis Sensitivitas Peningkatan Harga Beli Input Produksi sebesar 7,69% pada Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032

Peningkatan Harga Beli Input Produksi 7,96%										
Tahun	Komponen Biaya (Rp/Tahun)			Penerimaan (Rp/Tahun)		DF (12%)	FVC (Rp)	FVB (Rp)	FVNB (Rp)	Kumulatif Cashflow (Rp)
	Biaya Investasi	Biaya Operasional	Total Biaya	Penerimaan Kotor	Pendapatan Bersih					
0	38.383.000	84.708.103	123.091.103	95.983.333	-27.107.769	1,00000	123.091.103	95.983.333	-27.107.769	
1	8.588.737	114.126.517	122.715.253	129.349.130	6.633.877	0,89286	109.567.191	115.490.295	5.923.104	-21.184.665
2	9.337.928	128.186.603	137.524.531	145.261.308	7.736.778	0,79719	109.633.714	115.801.426	6.167.712	-15.016.953
3	10.159.240	144.035.799	154.195.039	163.130.960	8.935.920	0,71178	109.752.983	116.113.395	6.360.412	-8.656.542
4	14.065.853	161.907.121	175.972.974	183.198.886	7.225.912	0,63552	111.834.006	116.426.204	4.592.198	-4.064.344
5	15.248.068	182.064.425	197.312.493	205.735.515	8.423.022	0,56743	111.960.408	116.739.856	4.779.449	715.105
6	22.212.276	206.876.700	229.088.976	231.044.539	1.955.563	0,50663	116.063.605	117.054.354	990.749	1.705.854
7	17.394.448	232.718.163	250.112.611	259.467.009	9.354.398	0,45235	113.138.243	117.369.698	4.231.455	5.937.309
8	21.451.621	261.881.271	283.332.892	291.385.935	8.053.043	0,40388	114.433.403	117.685.892	3.252.489	9.189.798
9	20.667.872	294.801.686	315.469.558	327.231.440	11.761.882	0,36061	113.761.485	118.002.938	4.241.453	13.431.250
10	48.379.059	331.972.993	380.352.053	367.486.562	-12.865.491	0,32197	122.463.181	118.320.838	-4.142.344	9.288.907
Total	225.888.101	2.143.279.382	2.369.167.483	2.399.274.619	30.107.136	6,6502	1.255.699.322	1.264.988.229	9.288.907	-8.654.281

Kriteria Investasi	Nilai
Net Present Value (NPV)	9.288.907
Internal Rate of Return (IRR)	21,46%
Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)	1,34
Payback Period (PP)	4 tahun 9 bulan 14 hari



Lampiran 9. Analisis Sensitivitas Penurunan Harga Jual Minuman Kopi sebesar 7,24% pada Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032

Penurunan Harga Jual Minuman Kopi 7,24%										
Tahun	Komponen Biaya (Rp/Tahun)			Penerimaan (Rp/Tahun)		DF (12%)	FVC (Rp)	FVB (Rp)	FVNB (Rp)	Kumulatif Cashflow (Rp)
	Biaya Investasi	Biaya Operasional	Total Biaya	Penerimaan Kotor	Pendapatan Bersih					
0	38.383.000	78.464.005	116.847.005	89.034.140	-27.812.865	1,00000	116.847.005	89.034.140	-27.812.865	
1	8.588.737	105.713.896	114.302.633	119.984.253	5.681.620	0,89286	102.055.923	107.128.798	5.072.875	-22.739.990
2	9.337.928	118.737.570	128.075.498	134.744.390	6.668.892	0,79719	102.101.003	107.417.403	5.316.400	-17.423.590
3	10.159.240	133.418.472	143.577.713	151.320.278	7.742.565	0,71178	102.195.780	107.706.785	5.511.005	-11.912.585
4	14.065.853	149.972.444	164.038.297	169.935.287	5.896.990	0,63552	104.249.303	107.996.947	3.747.644	-8.164.941
5	15.248.068	168.643.891	183.891.959	190.840.264	6.948.305	0,56743	104.345.236	108.287.891	3.942.655	-4.222.286
6	22.212.276	191.627.176	213.839.452	214.316.914	477.463	0,50663	108.337.721	108.579.618	241.897	-3.980.389
7	17.394.448	215.563.784	232.958.232	240.681.598	7.723.366	0,45235	105.378.473	108.872.132	3.493.659	-486.731
8	21.451.621	242.577.189	264.028.809	270.289.593	6.260.784	0,40388	106.636.808	109.165.433	2.528.626	2.041.895
9	20.667.872	273.070.937	293.738.809	303.539.884	9.801.075	0,36061	105.925.159	109.459.525	3.534.366	5.576.261
10	48.379.059	307.502.232	355.881.291	340.880.535	-15.000.756	0,32197	114.584.251	109.754.409	-4.829.842	746.419
Total	225.888.101	1.985.291.597	2.211.179.698	2.225.567.136	14.387.438	6,6502	1.172.656.663	1.173.403.081	746.419	-60.565.938

Kriteria Investasi	Nilai
<i>Net Present Value</i> (NPV)	746.419
<i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	12,88%
<i>Net Benefit Cost Ratio</i> (Net B/C)	1,03
<i>Payback Period</i> (PP)	7 tahun 0 bulan 14 hari



Lampiran 10. Analisis Sensitivitas Penurunan Jumlah Pelanggan sebesar 3,24% pada Usaha *Coffee Shop* Dakopat di Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, Tahun 2022 – 2032

Penurunan Jumlah Pelanggan 3,24%										
Tahun	Komponen Biaya (Rp/Tahun)			Penerimaan (Rp/Tahun)		DF (12%)	FVC (Rp)	FVB (Rp)	FVNB (Rp)	Kumulatif Cashflow (Rp)
	Biaya Investasi	Biaya Operasional	Total Biaya	Penerimaan Kotor	Pendapatan Bersih					
0	38.383.000	78.464.005	116.847.005	92.875.476	-23.971.529	1,00000	116.847.005	92.875.476	-23.971.529	
1	8.588.737	105.713.896	114.302.633	125.160.918	10.858.284	0,89286	102.055.923	111.750.819	9.694.897	-14.276.632
2	9.337.928	118.737.570	128.075.498	140.557.873	12.482.375	0,79719	102.101.003	112.051.876	9.950.873	-4.325.759
3	10.159.240	133.418.472	143.577.713	157.848.920	14.271.208	0,71178	102.195.780	112.353.744	10.157.964	5.832.205
4	14.065.853	149.972.444	164.038.297	177.267.065	13.228.768	0,63552	104.249.303	112.656.425	8.407.121	14.239.326
5	15.248.068	168.643.891	183.891.959	199.073.977	15.182.019	0,56743	104.345.236	112.959.921	8.614.685	22.854.011
6	22.212.276	191.627.176	213.839.452	223.563.517	9.724.065	0,50663	108.337.721	113.264.235	4.926.514	27.780.525
7	17.394.448	215.563.784	232.958.232	251.065.692	18.107.461	0,45235	105.378.473	113.569.369	8.190.896	35.971.421
8	21.451.621	242.577.189	264.028.809	281.951.111	17.922.302	0,40388	106.636.808	113.875.325	7.238.517	43.209.938
9	20.667.872	273.070.937	293.738.809	316.635.970	22.897.160	0,36061	105.925.159	114.182.105	8.256.946	51.466.884
10	48.379.059	307.502.232	355.881.291	355.587.666	-293.626	0,32197	114.584.251	114.489.712	-94.540	51.372.344
Total	225.888.101	1.985.291.597	2.211.179.698	2.321.588.186	110.408.487	6,6502	1.172.656.663	1.224.029.006	51.372.344	234.124.263

Kriteria Investasi	Nilai
Net Present Value (NPV)	51.372.344
Internal Rate of Return (IRR)	51,78%
Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)	3,14
Payback Period (PP)	2 tahun 4 bulan 27 hari



Lampiran 11. Dokumentasi



Beberapa Peralatan yang Digunakan



Booth Container



Foto Bersama Pemilik Usaha