

Analisis Kelayakan Bisnis dari Aspek Pemasaran dan Finansial pada Coffee Shop Puntang Wangi di Kabupaten Bandung

Laras Sirly Safitri^{1*}, Ikhwan Mahesa², Ferdi Fathurohman³

^{1,2,3}Jurusan Pertanian, Politeknik Negeri Subang

*Email: larasafitri@polsub.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan bisnis coffee shop di wilayah Kabupaten Bandung beberapa tahun terakhir meningkat. Eksistensi bisnis tersebut perlu ditunjang dengan adanya penilaian kelayakan usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kelayakan bisnis Coffee Shop Puntang Wangi dari aspek pemasaran dan finansial. Penentuan sampel dilakukan secara purposive. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi pada bulan April - Juli 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Coffee Shop Puntang Wangi layak untuk dijalankan ditinjau dari aspek pemasaran dan finansial. Coffee Shop Puntang Wangi telah menerapkan strategi bauran pemasaran 7P dengan baik. Di samping itu, berdasarkan kriteria kelayakan investasi bisnis Coffee Shop Puntang Wangi memiliki nilai NPV sebesar Rp 17.164.089, IRR sebesar 14,90%, net B/C sebesar 1,10, dan PP selama 2,25 tahun.

Kata kunci: Bauran pemasaran, Kedai kopi, Kelayakan investasi

Abstract

The growth of the coffee shop business in Bandung Regency has increased in recent years. The existence of this business needs to be supported by a business feasibility assessment. The aim of this research is to analyze the feasibility of the Puntang Wangi Coffee Shop business from marketing and financial aspects. The sample determination was carried out purposively. Data collection was carried out through interviews and observations in April - July 2023. The results of the study indicate that the Puntang Wangi Coffee Shop is feasible to run in terms of marketing and financial aspects. The Puntang Wangi Coffee Shop has implemented the 7P marketing mix strategy well. In addition, based on the investment feasibility criteria, the Puntang Wangi Coffee Shop business has an NPV value of IDR 17,164,089, an IRR of 14.90%, a net B/C of 1.10, and a PP of 2.25 years.

Keywords: Coffee shop, Investment feasibility, Marketing mix

PENDAHULUAN

Kontribusi sektor pertanian terhadap total PDB Indonesia pada tahun 2022 sebesar 9,38%, dimana subsektor perkebunan merupakan urutan pertama dengan kontribusi sebesar 3,76% (Pertanian, 2023). Salah satu komoditas pada subsektor perkebunan yang memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia adalah kopi. Pada tahun 2022, produksi kopi di Indonesia menurun sebesar 1,43% dibandingkan dengan tahun sebelumnya (BPS, 2023a). Hal ini sejalan dengan estimasi konsumsi kopi dalam negeri dari tahun 2023 – 2027 yang diperkirakan akan mengalami penurunan rata-rata sebesar 1,23% per tahun (Widaningsih, 2023).

Menurut data BPS (2023), Jawa Barat menempati urutan ke-8 dalam angka produktivitas kopi nasional dengan produksi kopi tertinggi di Kabupaten Bandung, Kabupaten Garut, dan Kabupaten Bogor. Selain itu, Jawa Barat memiliki letak geografis yang terdiri atas jajaran gunung. Kondisi dataran tinggi ini yang mendukung komoditas perkebunan kopi dengan kualitas yang baik dapat tumbuh subur disana.

Meskipun konsumsi kopi diperkirakan menurun, namun tren minum kopi semakin meningkat pada seluruh lapisan masyarakat yang menyebabkan banyaknya pelaku usaha baru tertarik membuka usaha kedai kopi (Amaly *et al.*, 2015). Hal ini ditunjukkan pula oleh pertumbuhan jumlah cafe yang biasanya menjajakan kopi pada menunya. Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat total jumlah cafe pada tahun 2021 adalah 1.539, naik sebesar 7,54% dari tahun sebelumnya, dimana Kabupaten Bandung mengalami pertumbuhan jumlah cafe pula sebesar 2,24% (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, 2021).

Salah satu cafe yang menjajakan kopi/ coffee shop di Kabupaten Bandung adalah Puntang Wangi yang merupakan salah satu unit usaha dari Koperasi Produsen Bukit Amanah Puntang. Coffee shop ini sudah berdiri sejak tahun 2019, namun dari awal pendiriannya belum pernah melakukan analisis kelayakan bisnis. Sementara itu, diketahui banyak usaha coffee shop tidak dapat bertahan karena kurangnya perencanaan dan evaluasi dari aspek pemasaran dan keuangan (Hidayat *et al.*, 2022). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis *Coffee Shop* Puntang Wangi dari aspek pemasaran dan finansial.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di *Coffee Shop* Puntang Wangi yang berlokasi di Desa Campakamulya, Kecamatan Cimaung, Kabupaten Baandung pada bulan April sampai Juli

2023. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa sumber bahan baku berasal dari perkebunan kopi milik LMDH Bukit Amanah Puntang, memiliki skala dan umur usaha yang jelas sehingga memungkinkan tersedianya informasi terkait aspek pemasaran dan finansial, serta bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Pengumpulan data menghasilkan data primer dan sekunder. Adapun data primer meliputi strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Coffee Shop* Puntang Wangi dan data-data berkenaan aspek finansial dari tahun 2020 sampai dengan 2022. Selanjutnya, data sekunder terdiri atas jurnal, buku, dokumen, dan sumber relevan lainnya yang dapat menunjang penelitian ini.

Pengolahan data kelayakan bisnis *Coffee Shop* Puntang Wangi dari aspek pemasaran dianalisis secara deskriptif kualitatif berdasarkan bauran pemasaran 7P (Isa & Zuhriyah, 2021). Sementara itu, dari aspek finansial, layak atau tidaknya bisnis *Coffee Shop* Puntang Wangi dianalisis berdasarkan kriteria investasi yang meliputi *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Net Benefit-Cost Ratio* (*Net B/C*), dan *Payback Periode* (PP) (Alaini *et al.*, 2022).

NPV sebuah bisnis dikatakan layak dan menguntungkan jika nilainya lebih dari 0. Semakin tinggi nilai NPV suatu bisnis, semakin layak untuk beroperasi dan semakin besar risiko yang dihadapinya (Triyanti & Hikmah, 2015). Adapun cara menghitung NPV adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

B_t = Pendapatan tahun ke-t (Rp)

C_t = Biaya tahun ke-t (Rp)

n = Umur ekonomis proyek (Tahun)

i = Tingkat suku bunga (Persen)

t = (0,1,2,...n) tahun

Selain nilai NPV, suatu bisnis dikatakan layak jika nilai IRR lebih besar dari Tingkat bunga yang berlaku dan sebaliknya. IRR biasa digunakan untuk menentukan Tingkat bunga yang setara dengan nilai sekarang dari arus kas masa depan. Rumus perhitungan IRR adalah sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} (i_2 - i_1) \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

NPV_1 = NPV bernilai positif (Rp)

NPV_2 = NPV bernilai negatif (Rp)

i_1 = Tingkat bunga NPV positif (Persen)

i_2 = Tingkat bunga NPV negatif (Persen)

Kriteria investasi berikutnya adalah *Net B/C* yang merupakan perbandingan NPV dari keuntungan bersih dengan jumlah total biaya bersih. Jika *Net B/C* kurang dari satu, maka bisnis tidak layak untuk dijalankan, sedangkan jika *Net B/C* lebih dari satu maka bisnis layak untuk dijalankan. Apabila *Net B/C* sama dengan satu, maka bisnis tidak ada untung atau rugi (marjinal) (Triyanti & Hikmah, 2015). *Net B/C* dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$Net\ B/C\ Ratio = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t} \geq 0}{\sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t} \leq 0} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

B_t = Pendapatan tahun ke-t (Rp)

C_t = Biaya tahun ke-t (Rp)

n = Umur proyek (Tahun)

i = Tingkat suku bunga (Persen)

t = (0,1,2,...n) tahun

Perhitungan PP bertujuan untuk menentukan lama periode waktu yang dibutuhkan sebuah bisnis dalam mengembalikan dana investasi (Hidayat *et al.*, 2022). Semakin pendek periode pengembalian, maka semakin baik investasi pada bisnis tersebut (Pasaribu *et al.*, 2016). Menurut Gunawati & Sudarwati (2017), syarat layaknya suatu bisnis ditinjau dari nilai PP, ketika jangka waktu pelunasan harus lebih rendah dari umur investasi dan sebaliknya. PP dapat dihitung berdasarkan rumus berikut:

$$PP = \frac{K_0}{Ab} \times 1\ \text{tahun} \dots\dots\dots(4)$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pemasaran

Aspek terpenting dalam studi kelayakan bisnis adalah mengetahui aspek pemasaran dengan tujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang akan dilakukan

(Srikalimah & Malikhah, 2019). *Coffee Shop* Puntang Wangi menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat atau distribusi (*place*), promosi (*promotion*), proses (*process*), partisipan (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

Produk (Product)

Produk utama yang diusahakan pada *Coffee Shop* Puntang Wangi adalah olahan kopi kemasan dan siap minum dengan menggunakan bahan baku kopi jenis kopi Arabika dan Robusta yang ditanam langsung oleh para petani di LMDH Bukit Amanah. Produk ini pernah menjuarai cupping test kopi wilayah Jawa Barat yang diadakan oleh Perum Perhutani pada tahun 2019. Terdapat tambahan bahan lainnya seperti gula pasir, gula aren, dan susu sebagai varian rasa pada menu. Olahan kopi kemasan dikemas dalam dua jenis kemasan, yaitu plastik *standing pouch* dan kaleng yang dilapisi *aluminium foil*.

Harga (Price)

Penentuan harga produk di *Coffee Shop* Puntang Wangi ditentukan oleh pihak manajemen. Harga kopi kemasan didasarkan pada jenis olahan yang dihasilkan, sedangkan untuk kopi siap minum berdasarkan varian rasa, teknik penyeduhan dan penambahan bahan lainnya. Tabel 1 menunjukkan daftar harga kopi di *Coffee Shop* Puntang Wangi.

Tempat atau Distribusi (Place)

Coffee Shop Puntang Wangi terletak di lokasi yang cukup strategis, yaitu di dalam Kawasan Wisata Gunung Puntang. Meskipun di lokasi tersebut terdapat beberapa pesaing, namun *Coffee Shop* Puntang Wangi memiliki keunggulan pada cita rasa kopi Gunung Puntang yang khas dan konsep nuansa alam tropis yang digemari oleh pengunjung. Selain itu, produk kopi dari *Coffee Shop* Puntang Wangi dipasarkan pula di warung-warung sekitar area wisata Gunung Puntang dan didistribusikan pula ke salah satu perusahaan kopi, yaitu PT. Java Preanger Lestari Mandiri Kabupaten Bandung.

Tabel 1. Harga Kopi Kemasan dan Siap Minum di *Coffee Shop* Puntang Wangi

Jenis Kopi	Harga (Rp)
Kopi Kemasan per 100 g	
Olahan <i>Wash</i>	40.000
Olahan <i>Natural</i>	45.000
Olahan <i>Honey</i>	45.000
Olahan <i>Wine</i>	55.000
Kopi Seduh per <i>cup</i>	
V60	18.000
Tubruk	9.000
Vietnam Drip	12.000

Jenis Kopi	Harga (Rp)
Kopi Susu + Gula Aren	25.000

Promosi (*Promotion*)

Promosi *Coffee Shop* Puntang Wangi dilakukan secara konvensional dan *online* melalui media sosial. Produk-produk *Coffee Shop* Puntang Wangi sering dipamerkan pada kegiatan bazar yang diselenggarakan oleh Perum Perhutani dan Dinas Pertanian Kabupaten Bandung. Di samping itu, *Coffee Shop* Puntang Wangi telah menjadi langganan produk minuman kopi bagi PT. Pertamina EP Subang Field melalui UMKM binaannya. Promosi *online* dilakukan melalui media sosial Instagram dengan nama @puntangwangi. Namun promosi secara *online* ini belum dilakukan secara optimal, terlihat dari sedikitnya aktivitas promosi yang dilakukan melalui Instagram tersebut. Menurut Krisna *et al.* (2021) bahwa pemasaran secara online dapat dijadikan sebagai solusi dalam meningkatkan keuntungan.

Proses (*Process*)

Bauran pemasaran dari segi proses dilakukan oleh *Coffee Shop* Puntang Wangi salah satunya dengan membuat konsep *open bar*. Konsep ini memungkinkan konsumen untuk memesan, membayar, dan melihat langsung proses pembuatan produk yang dipesan oleh barista. Menurut Apriyani & Sunarti (2017), keandalan dari sebuah *coffee shop* yang ditunjukkan oleh profesionalitas karyawan dalam memberikan layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Di samping itu, dalam pemesanan *online*, *Coffee Shop* Puntang Wangi mengedepankan pelayanan yang cepat. Konsumen dapat melakukan pemesanan *online* melalui kontak yang tersedia pada Instagram. Selanjutnya, konsumen dianjurkan untuk menanyakan stok atau ketersediaan produk terlebih dahulu, karena tidak selalu produk yang ingin dipesan sudah tersedia. Apabila produk yang ingin dipesan tersedia, konsumen dapat langsung melakukan pembayaran melalui transfer bank sesuai jumlah tagihan yang diberikan. Setelah itu produk akan segera dikirim melalui jasa pengiriman.

Partisipan (*People*)

Orang-orang yang berperan dalam menjalankan bisnis *Coffee Shop* Puntang Wangi terdiri dari *owner*, sekretaris, bendahara, barista dan pelayan. *Owner* memiliki tugas memimpin dan mengatur karyawan serta memastikan seluruh karyawan memahami dan menjalankan tugasnya dengan benar. Sekretaris bertugas mencatat notulensi yang diperlukan oleh perusahaan dan mengelola panggilan pesanan. Sementara itu, bendahara bertugas untuk mengatur, mengevaluasi dan melaporkan keuangan perusahaan. *Coffee*

Shop Puntang Wangi memiliki 2 orang barista yang bertugas untuk meracik dan membuat kopi sesuai pesanan konsumen, serta melaporkan pendapatan dari hasil penjualan setiap harinya kepada bendahara. Pelayan memiliki tugas melayani konsumen, mengambil pesanan, dan menyajikannya kepada konsumen.

Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Coffee Shop Puntang Wangi memiliki konsep bangunan yang sederhana dengan menambahkan anyaman bambu pada bagian dindingnya. *Coffee shop* ini memiliki nuansa pemandangan alam tropis yang membuat sejuk dan nyaman juga menjadi daya tarik bagi konsumen. Konsumen dapat menikmati minuman kopi dengan memilih sendiri tempat duduk yang berada di dalam dan di luar ruangan, serta dapat melihat langsung peralatan dan perlengkapan yang digunakan selama proses pengolahan kopi mulai dari *roasting* biji kopi hingga kopi siap disajikan. Desain kemasan produk yang ditampilkan pada bagian depan terdapat beberapa elemen visual, diantaranya logo bertuliskan “Coffee Puntang Wangi”, jenis olahan kopi, ilustrasi cangkir kopi, dan berat bersih produk. Bagian belakang kemasan juga menampilkan beberapa elemen visual, diantaranya logo bertuliskan “Coffee Puntang Wangi”, komposisi produk, tanggal *roasting*, logo instansi sebagai mitra usaha, domisili produk, logo 100% cinta Indonesia, dan simbol daur ulang plastik.

Aspek Finansial

Kelayakan bisnis *Coffee Shop* Puntang Wangi dari aspek finansial dapat dianalisis dengan terlebih dahulu memperhitungkan biaya investasi, biaya tetap, biaya variabel, dan penerimaan perusahaan.

Biaya Investasi

Investasi merupakan penanaman modal awal pada suatu usaha atau proyek yang akan dijalankan dengan tujuan mendapatkan keuntungan (Masruroh, 2014). Investasi pada usaha *coffee shop* Puntang Wangi berasal dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), PT. Pertamina EP Subang Field serta swadaya anggota Koperasi Produsen Bukit Amanah Puntang. Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner Coffee Shop* Puntang Wangi dan observasi yang dilakukan, biaya investasi yang dikeluarkan adalah sebesar Rp 180.130.000. Biaya tersebut digunakan untuk pembangunan, pembelian alat-alat produksi, dan pembelian *furniture*.

Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang ada diluar dari biaya produksi, yang harus dibayarkan dalam waktu tertentu, dimana besarnya tidak bergantung pada jumlah produk yang dihasilkan (Apituley *et al.*, 2019). Adapun biaya tetap yang dikeluarkan oleh *Coffee Shop* Puntang Wangi meliputi biaya penyusutan, pajak, gaji karyawan, serta listrik dan air sebagaimana tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2. Biaya Tetap *Coffee Shop* Puntang Wangi

No	Biaya	2020 (Rp)	2021 (Rp)	2022 (Rp)
1.	Penyusutan	18.298.588	18.298.588	18.298.588
2.	Pajak <i>Cafe</i> dan <i>Restaurant</i> 10 %	3.727.400	4.080.100	4.444.000
3.	Gaji Karyawan	18.114.000	18.114.000	18.114.000
4.	Listrik dan Air	1.000.000	1.225.000	1.300.000
	Total (Rp)	41.139.988	41.717.688	42.156.588

Biaya penyusutan diperhitungkan terhadap asset tetap secara umum dengan tujuan mengetahui besarnya biaya penyusutan setiap tahunnya (Wairooy, 2017). Biaya ini dianalisis dengan persamaan garis lurus (*straight line depreciation*), sehingga nilai penyusutan setiap tahunnya sama. Berdasarkan Tabel 1, hasil dapat dilihat bahwa *Coffee Shop* Puntang Wangi mengalami kenaikan biaya tetap yang harus dibayarkan setiap tahunnya. Pada tahun 2020 sampai 2021 terjadi kenaikan biaya tetap sebesar Rp 557.700 atau sekitar 2,5% dan tahun 2021 sampai 2022 mengalami kenaikan sebesar Rp 438.900 atau sekitar 1,9%.

Biaya Variabel

Biaya variabel adalah beban biaya yang harus dibayarkan suatu usaha dalam waktu tertentu dan besarnya terikat pada biaya produksi (Apituley *et al.*, 2019). Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, biaya variabel yang dikeluarkan oleh *Coffee Shop* Puntang Wangi merupakan biaya pembelian bahan baku produksi. Adapun total biaya variabel pada tahun 2020 sebesar Rp 18.160.000, kemudian naik sebesar 18,2% di tahun 2021 menjadi Rp 21.462.000, dan naik kembali sebesar 16,6% di tahun 2022 menjadi Rp 25.026.000. Kenaikan biaya variabel ini seiring dengan bertambahnya volume penjualan produk di *Coffee Shop* Puntang Wangi.

Penerimaan/ Penjualan

Analisis penerimaan berupa jumlah uang yang diperoleh dari hasil penjualan produk *Coffee Shop* Puntang Wangi, baik kopi seduh maupun kopi kemasan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat diketahui bahwa penerimaan *Coffee Shop* Puntang

Wangi pada tahun 2020 sebesar Rp 126.505.000. Pada tahun 2021, penerimaan mengalami peningkatan sebesar 2,9% menjadi Rp 130.200.000. Penerimaan mengalami peningkatan kembali di tahun 2022 sebesar Rp 3,3% menjadi Rp 134.500.000.

Perolehan Laba

Perolehan laba yang dianalisis adalah perolehan laba bersih sebelum pajak dan laba bersih setelah pajak per tahun. Laba bersih sebelum pajak dihitung dari nilai penerimaan yang dikurangi dengan total biaya tetap dan biaya variabel per tahun. Sementara itu, laba bersih setelah pajak dihitung dari laba bersih sebelum pajak dikurangi dengan nilai pajak sebesar 10%. Tabel 3 menyajikan perhitungan perolehan laba dari *Coffee Shop* Puntang Wangi.

Tabel 3. Perolehan Laba *Coffee Shop* Puntang Wangi

Uraian	2020 (Rp)	2021 (Rp)	2022 (Rp)
Total Penerimaan	126.505.000	130.200.000	134.500.000
Biaya Tetap	41.139.988	41.717.688	42.156.588
Biaya Variabel	18.160.000	21.462.000	25.026.000
Pendapatan Sebelum Pajak	67.205.012	67.020.312	67.317.412
Pajak	6.720.501	6.702.031	6.731.441
Laba Bersih	60.484.511	60.318.281	60.585.971

Berdasarkan Tabel 3, perolehan laba bersih *Coffee Shop* Puntang Wangi mengalami penurunan pada tahun 2021, sementara penerimaan yang dihitung berdasarkan volume penjualan mengalami peningkatan. Menurut Purwanto (2021), volume penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan. Penurunan laba bersih *Coffee Shop* Puntang Wangi pada tahun 2021 diduga karena terjadi kenaikan-kenaikan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Analisis Kelayakan Investasi

Kelayakan investasi bertujuan untuk menilai bisnis *Coffee Shop* Puntang Wangi menguntungkan dan layak atau tidak untuk dikembangkan menggunakan tingkat suku bunga 9,14%. Tingkat suku bunga tersebut mengacu pada suku bunga kredit rupiah bulan Maret menurut kelompok Bank 2023 (BPS, 2023b). Hasil analisis kelayakan investasi dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis Kelayakan Investasi Bisnis *Coffee Shop* Puntang Wangi

Kriteria Kelayakan	Nilai	Analisis
NPV (Rp)	17.164.089	Layak
IRR (%)	14,90	Layak
Net B/C	1,10	Layak

Kriteria Kelayakan	Nilai	Analisis
PP (tahun)	2,25	Layak

Analisis NPV dilakukan dengan tujuan untuk melihat Tingkat keuntungan selama umur perusahaan berjalan. Mengacu pada Tabel 4 diketahui bahwa nilai NPV pada bisnis *Coffee Shop* Puntang Wangi sebesar Rp 17.164.089. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis tersebut layak untuk dilanjutkan karena nilai NPV bernilai positif atau lebih besar dari nol ($NPV > 0$). Selanjutnya, analisis IRR dilakukan untuk mengetahui besarnya tingkat pengembalian yang digunakan untuk modal dalam menjalankan usaha. Merujuk pada Tabel 4, nilai IRR bisnis *Coffee Shop* Puntang Wangi sebesar 14,90%. Nilai IRR tersebut lebih besar dari tingkat suku bunga, sehingga dapat disimpulkan bahwa bisnis *Coffee Shop* Puntang Wangi layak dijalankan.

Kriteria kelayakan investasi selanjutnya adalah *net B/C* yang membandingkan antara *benefit* dan *cost*. Nilai yang dihasilkan menunjukkan besarnya keuntungan setiap tambahan biaya yang diterima dengan suatu besaran. Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa *net B/C* dari bisnis *Coffee Shop* Puntang Wangi sebesar 1,10. *Net B/C* yang nilainya lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa bisnis *Coffee Shop* Puntang Wangi layak untuk dilanjutkan. Terakhir, dalam analisis kelayakan investasi dapat dilakukan perhitungan PP untuk menentukan berapa lama jangka waktu modal yang diinvestasikan tertutupi. Berdasarkan Tabel 4, nilai PP pada bisnis *Coffee Shop* Puntang Wangi adalah 2,25 tahun atau 2 tahun 3 bulan. Waktu pengembalian modal yang lebih cepat dari umur proyek selama 3 tahun mendakan bahwa bisnis ini layak untuk dilanjutkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Coffee Shop Puntang Wangi layak untuk dijalankan dari aspek pemasaran dan finansial. Ditinjau dari aspek pemasaran, bisnis ini telah menerapkan strategi bauran pemasaran (marketing mix) 7P yang matang demi menjawab kebutuhan dan selera konsumen. Berdasarkan aspek finansial, seluruh kriteria kelayakan investasi menunjukkan bisnis ini layak dengan nilai NPV yang positif, nilai IRR yang lebih besar dari suku bunga berlaku, $net B/C > 1$, dan PP yang lebih kecil dari umur proyek.

DAFTAR PUSTAKA

- Alaini, S., Lestari, D. A. ., & Situmorang, S. (2022). Kelayakan Finansial dan Pemasaran Usahatani Kakao di Kecamatan Kedondong Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 6(4).
- Amaly, N. F., Praptono, B., & Iqbal, M. (2015). Analisis Kelayakan Pembukaan Cabang

Coffee Shop Kedai Sabi Di Tamansari , Kota Bandung Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, dan Aspek Finansial. *E-Proceeding of Engineering*, 2(2).

- Apituley, R. I., Sagay, B. A. B., & Timban, J. F. J. (2019). Profil Usaha Rumah Kopi Monocafe di Kelurahan Wenang Selatan Kota Manado. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, 15(2), 281.
- Apriyani, D. A., & Sunarti. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 51(2), 1–7.
- BPS. (2023a). *Statistik Kopi Indonesia 2022*.
- BPS. (2023b). Suku Bunga Kredit Rupiah Menurut Kelompok Bank 2023. In *bps.go.id*. <https://www.bps.go.id/indicator/13/383/1/suku-bunga-kredit-rupiah-menurut-kelompok-bank.html>
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. (2021). *Jumlah Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Gunawati, U., & Sudarwati, W. (2017). Analisis Studi Kelayakan Usaha Bisnis Cassava Chips Di Perumahan Mardani Raya. *Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 4(1).
- Hidayat, A., Uda, T., Putri, W. U., & Alexandro, R. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Meine Welt Coffee Di Palangka Raya). *Edunomics Journal*, 3(2).
- Isa, Z. N., & Zuhriyah, A. (2021). Analisis Kelayakan Finansial Usaha Keripik Singkong di Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. *AGRISCIENCE*, 1(3). <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i3.11136>
- Krisna, M., Arifin, M., & Puspitojati, E. (2021). Strategi Pemasaran Online Produk Olahan Pangan. *Jurnal Triton*, 12(2), 15-26.
- Masruroh, A. (2014). Konsep Dasar Investasi Reksadana. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 1(1).
- Pasaribu, M. C., Prasmatiwati, F. E., & Murniati, K. (2016). Analisis Kelayakan Finansial Usahatani Kakao di Kecamatan Bulok Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Sciences*, 4(4).
- Pertanian, K. (2023). Statistik Makro Sektor Pertanian 2023. In *Statistik Makro Sektor Pertanian 2023*.
- Purwanto, E. (2021). Pengaruh Volume Penjualan, Biaya Produksi, Dan Pajak Penghasilan Terhadap Laba Bersih Di Bursa Efek Indonesia. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 10(2). <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i2.422>
- Srikalimah, S., & Malikhah, R. (2019). Analysis of Feasibility Studies of Processing and Packaging of Honey: Case Study in the CV Cakra Surya Nusantara. *Prosiding Seminar*. <https://doi.org/10.32503/prosidingseminar.v0i0.3>

- Triyanti, R., & Hikmah, H. (2015). Analisis Kelayakan Usaha Budidaya Udang dan Bandeng: Studi Kasus di Kecamatan Pasekan Kabupaten Indramayu. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 1(1). <https://doi.org/10.15578/marina.v1i1.1007>
- Wairooy, A. (2017). Pengaruh Biaya Penyusutan Aset Tetap terhadap Laba pada PT. Bank Sulselbar. *Jurnal Office*, 3(1), 1.
- Widaningsih, R. (2023). *Buku Outlook Komoditas Perkebunan Kopi* (A. A. Susanti & R. K. Putra (eds.)). Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal - Kementerian Pertanian.