

Analisis Kelayakan Usaha Hita Coffee Bali (*Coffee Shop*) Di Kota Denpasar

Ni Putu Elysa Widiastari¹, Ni Ketut Murdani², Ni Putu Andini Desiyanti Laksmi³

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahendradatta

Email: elysawdstr03@gmail.com; ketutmurdani9114@gmail.com; g3kandini@gmail.com

Citation: Widiastari, N.P.E., Murdani, N.K., & Laksmi, N.P.A.D. (2022). Analisis Kelayakan Usaha Hita Coffee Bali (*Coffee Shop*) Di Kota Denpasar. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 3(1), 19–27.

<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/170>

Received: 12 September 2022

Accepted: 15 Oktober 2022

Published: 29 November 2022

Publisher's Note: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2022 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS), Magetan, Indonesia. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Abstract

Running a business of course many things that must be considered, anything that can affect the company really needs to be taken into account. Through a business feasibility study, the business owner can get information about the current position of his business. This information can be used as a reference for the owner to run his business in the future. The purpose of this business feasibility study is to analyze the feasibility of Hita Coffee's business from various aspects, and use SWOT analysis, as well as determine the effectiveness of the competitive strategy applied. In this business feasibility study using qualitative data analysis techniques, data were obtained through interviews, observations, and documentation, which were conducted at Hita Coffee. The data obtained from the object of research are then directly collected and processed by the author. The stages are carried out by analyzing the feasibility study through aspects including market and marketing aspects, legal aspects, technical aspects, and financial aspects. And to find out the business opportunities for Hita Coffee, the SWOT analysis technique consists of the strengths, weaknesses, opportunities, and threats that exist in this business, and then the data is processed into an internal matrix, an external matrix, an IE matrix, and a SWOT matrix. The results obtained from the IE matrix show that Hita Coffee's business position is in position V with growth which is designed to achieve growth in sales, assets or profits, and a combination of the three. In the SWOT method, an alternative strategy is obtained that should be applied by the company in order to develop existing business opportunities. Based on the financial aspect, the results of the NPV (Net Present Value) of 262,546,296, the IRR (Internal Rate of Return) value of 54%, and the payback period value of 4.82 so the return on investment is 1 year 5 months which will be completed in second. Thus the results obtained that this business is feasible to run.

Keywords: *Business Feasibility Study, SWOT, Hita Coffee*

Abstrak.

Menjalankan sebuah usaha tentu banyak hal yang harus diperhatikan, hal apapun yang dapat berpengaruh terhadap perusahaan sangat perlu diperhitungkan. Melalui studi kelayakan bisnis sang pemilik usaha dapat informasi mengenai posisi usahanya saat ini. Informasi tersebut dapat dijadikan sebagai acuan sang pemilik untuk menjalankan usahanya kedepan. Tujuan dari adanya studi kelayakan bisnis ini yakni untuk menganalisis kelayakan usaha Hita Coffee dari berbagai aspek, dan menggunakan analisis SWOT, serta mengetahui efektifitas strategi bersaing yang diterapkan. Dalam studi kelayakan bisnis ini menggunakan teknik analisis data kualitatif, data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang dilakukan di Hita Coffee. Data yang diperoleh dari objek penelitian kemudian langsung dikumpulkan dan diolah penulis. Tahapan yang dilakukan dengan menganalisis studi kelayakan melalui aspek-aspek diantaranya aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, dan aspek keuangan. Serta untuk mengetahui peluang bisnis terhadap Hita Coffee dilakukan dengan Teknik analisis SWOT yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada dalam usaha ini kemudian data diolah kedalam matrik internal, matrik eksternal, matrik IE dan matrik SWOT. Hasil yang diperoleh dari matrik IE menunjukkan bahwa posisi usaha Hita Coffee berada pada posisi V dengan pertumbuhan (growth) dimana didesain untuk mencapai pertumbuhan dalam penjualan, asset atau profit dan kombinasi ketiganya. Dalam matrik SWOT diperoleh strategi alternatif yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan guna mengembangkan peluang usaha yang ada. Berdasarkan aspek keuangan didapatkan hasil NPV (Net Present Value) sebesar 262.546.296, nilai IRR (Internal Rate Of Return) sebesar 54% dan nilai payback periode sebesar 4,82 jadi pengembalian modal investasi adalah selama 1 tahun 5 bulan yang akan selesai pada tahun kedua. Dengan demikian diperoleh hasil bahwa usaha ini layak dijalankan.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, SWOT, Hita Coffee

PENDAHULUAN

Gaya hidup masyarakat Indonesia yang membutuhkan kopi disegala situasi baik dalam mencari inspirasi, sedang membutuhkan suasana damai, dan dalam berbagai situasi lainnya menjadikan kopi salah satu yang harus ada setidaknya 1 bungkus bubuk kopi dirumah. Sehari tanpa kafein rasanya ada 3 yang kurang pada harinya. Hari yang dilewati akan terasa kurang lengkap tanpa kafein.

Kopi yang biasanya dianggap sebagai penahan bahkan penghilang rasa kantuk ini biasa dipakai sebagai “teman” untuk bergadang. Dilansir dari klikdokter.com kafein akan melewati jaringan epitel hingga memasuki aliran darah melalui lapisan mulut, tenggorokan, kerongkongan, dan perut. Ketika kafein berhasil masuk ke dalam tubuh, otak akan bereaksi dan memberikan sinyal pada organ tubuh untuk mengikat senyawa bernama adenosin. Hal inilah yang membuat pikiran terasa lebih segar, sehingga terhindar dari kantuk. Efek kafein pada tubuh kemudian mulai terasa. Senyawa ini membutuhkan waktu yang terbilang cukup cepat. Hanya dibutuhkan sekitar 45 menit bagi kafein untuk masuk ke dalam membran sel tubuh.

Salah satu wilayah yang terkenal dengan hasil kopinya di Indonesia adalah, pulau Bali. Dengan berkembangnya eksistensi kopi hasil Bali, maka mulai lah juga berkembang Coffee shop yang menyajikan berbagai macam olahan kopi dengan berbagai macam campuran dan cara penyajiannya.

Tabel 1. Data Konsumsi Kopi 10 Kabupaten/Kota Tertinggi

No	Wilayah Kabupaten/Kota	Konsumsi Kopi	Peringkat
1	Sumatra	2.473 ons/kapita/bulan	8,10
2	Jawa	-	-
3	Bali dan Nusa Tenggara	4.271 ons/kapita/bulan	2,5,7
4	Sulawesi	3.261 ons/kapita/bulan	4,6,9
5	Maluku dan Papua	10.149 ons/kapita/bulan	1,3
6	Kalimantan	-	-

Sumber : Konsumsi kopi menurut wilayah 2018, lokadata oleh beritaagar.id

Dari data diatas, menunjukan bahwa Bali termasuk dalam salah satu wilayah dengan konsumsi kopi tertinggi di Indonesia. Bali masuk dalam peringkat 10 besar yang artinya konsumsi kopi di Pulau Bali lebih banyak dibandingkan dengan pulau-pulau lainnya di Indonesia. Dengan demikian, industri pengolahan kopi menarik perhatian para pengusaha yang mencari peluang bisnis yang menjanjikan kedepannya. Bisnis olahan kopi dapat berkembang dengan membangun brand dan cita rasa kopi dengan inovasi sendiri dan ada pula yang membangun usaha olahan kopi dengan membeli franchise produk kopi olahan sebagai usaha yang akan dikembangkan. Kota Denpasar merupakan pusat kota di Pulau Dewata Bali. Kota Denpasar merupakan kota modern yang dalam hal ini sangat memungkinkan untuk menjadi tempat bertemunya berbagai macam budaya masyarakat. Denpasar ditetapkan menjadi ibukota provinsi Bali pada tahun 1960. Pada tahun 1992, Denpasar ditetapkan menjadi kotamadya yang memiliki wilayah seluas 127,78 km² dengan pertumbuhan penduduk sebesar 4,09% pertahun. Pada tahun 2011, Denpasar ditetapkan menjadi kota wisata dengan didukung oleh perkembangan wisata pada daerah lain seperti Badung, Gianyar, dan Tabanan. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi Denpasar didukung oleh kunjungan wisatawan yang cukup pesat. Hal ini ditandai dengan munculnya beberapa tempat wisata termasuk juga berbagai fasilitas pariwisata seperti restaurant, hotel, pusat oleh-oleh bali, dan lain sebagainya. Hal ini menjadikan kota Denpasar cukup potensial dijadikan sebagai lokasi dibangunnya suatu usaha. Salah satu usaha yang cukup potensial untuk dibangun di kota Denpasar adalah *Coffee Shop*.

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan pengetahuan masyarakat tentang adanya pengelolaan *Coffee Shop*, maka menyebabkan bertambahnya pula pesaing yang membuka usaha yang serupa. Denpasar sebagai pusat kota memiliki perekonomian yang semakin berkembang. Hal itu dapat dilihat dengan perkembangan pusat bisnis dan perkantoran di pusat kota Denpasar. Hal itu membuat peluang bisnis *Hita Coffee* terbuka lebar seiring dengan taraf hidup masyarakat di Kota Denpasar. Berkembangnya gaya hidup dan kebiasaan orang untuk ngobrol-ngobrol dan berkumpul sambil minum kopi mendorong terciptanya usaha ini.

Dengan target pasar yaitu masyarakat menengah keatas, serta para mahasiswa yang membutuhkan tempat untuk sekedar berkumpul dan mengerjakan tugas, baik yang merupakan tugas pribadi maupun tugas kelompok, *Coffee Shop* merupakan alternatif yang dapat dipilih. *Coffee Shop* ini merupakan salah satu tempat yang menjadi primadona di kalangan pelajar dan mahasiswa, tempat yang nyaman, fasilitas yang memadai, dan menu yang ramah di kantong dan perut, menjadikan tempat ini sangat dicari oleh para pelajar dan mahasiswa untuk dijadikan tempat nongkrong dan mengerjakan tugas serta memenuhi tingkat gengsi masyarakat yang kian meningkat dari waktu ke waktu. *Coffee Shop* di Bali berkembang cukup pesat, banyak para pengusaha yang mulai membuka usaha *Coffee Shop* ini karena melihat hasil yang cukup menjanjikan.

Banyaknya pekerja dan anak muda di Denpasar tentunya membutuhkan ruang untuk bisa berkumpul dan berinteraksi, dan jawabannya adalah dengan didirikannya usaha *Hita Coffee* ini. *Hita Coffee* sendiri merupakan salah satu *Coffee Shop* yang terletak di Jl. Sutomo, Denpasar Bali. *Coffee Shop* ini sendiri tidak hanya menyajikan kopi sebagai menu sajiannya. *Hita Coffee* juga menyediakan berbagai macam minuman *non-Coffee* bagi customer yang tidak bisa menikmati kopi dan yang pastinya masih sangat cocok untuk di nikmati di dalam *Coffee Shop* itu sendiri.

Ditengah maraknya usaha *Coffee Shop* ini, posisi *Hita Coffee* ini dapat dikatakan memiliki eksistensi yang cukup diantara pesaingnya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pelanggan yang berdatangan ke *Hita Coffee*. Selain itu, *Hita Coffee* juga memiliki posisi bersaing yang sangat kompetitif.

Selain minuman kopi dan non kopi, *Hita Coffee* juga menyediakan berbagai makanan. Mulai dari makanan ringan atau yang biasa disebut dengan 7 camilan, berbagai macam roti, hingga makanan berat yang mengenyangkan. Harga yang di bandrol pada *Coffee Shop* ini juga terjangkau. Dengan hanya Rp. 16.000,- saja sudah bisa menikmati kopi yang ada dengan suasana *Coffee Shop* yang menyejukan dan menenangkan hati.

Hita Coffee juga sangat cocok untuk dijadikan tempat berkumpul, nongkrong asik bersama teman-teman, acara reunian, atau untuk tempat santai sembari mengerjakan tugas maupun pekerjaan kantor. Studi kelayakan bisnis merupakan salah satu upaya agar pemilik mengetahui posisi usaha kedepan baik dari segi aspek finansial maupun non finansial sehingga *Hita Coffee* Bali mendapatkan informasi usaha terkait layak untuk dikembangkan atau harus diberhentikan karena dapat menyebabkan kerugian bagi sang pemilik. Berdasarkan pemikiran (ini) diatas, serta untuk pengembangan *Hita Coffee* Bali kedepannya, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul, **"Analisis Kelayakan Usaha Hita Coffee Bali (Coffee Shop) Di Kota Denpasar"**.

METODE PENELITIAN

Dalam studi kelayakan bisnis ini menggunakan teknik analisis data kualitatif, data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang dilakukan di *Hita Coffee*. Data yang diperoleh dari objek penelitian kemudian langsung dikumpulkan dan diolah penulis. Tahapan yang dilakukan dengan menganalisis studi kelayakan melalui aspek-aspek diantaranya

aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, dan aspek keuangan. Serta untuk mengetahui peluang bisnis terhadap Hita Coffee dilakukan dengan Teknik analisis SWOT yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada dalam usaha ini kemudian data diolah kedalam matrik internal, matrik eksternal, matrik IE dan matrik SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hita Coffee

Hita Coffee merupakan salah satu jenis usaha dibidang kuliner yang ada di Denpasar dimana menyediakan berbagai macam varian olahan kopi dan non-kopi serta makanan ringan, makanan berat, dan juga pastry sebagai menu pelengkap. Dalam mengembangkan pasar Hita Coffee memanfaatkan teknologi pengolahan kopi modern dan menjalin partnership dengan berbagai aplikasi. Kini Hita Coffee telah dikenal oleh banyak masyarakat terutama masyarakat yang gemar minum kopi. Namun seiring berjalannya waktu tentu usaha ini memiliki beberapa masalah, diantaranya semakin berkembangnya teknologi dan informasi kini banyak pengusaha yang juga mendirikan usaha dengan jenis yang sama (serupa). Dengan dituasi demikian, mendorong Hita Coffee lebih gencar dalam mengambil peluang agar mampu bertahan ditengah persaingan yang sangat kompetitif.

Analisis Kelayakan Usaha

Suatu usaha dalam menjalankan bisnisnya tentu perlu memperhatikan analisis kelayakan usaha, dengan adanya analisis kelayakan usaha dapat kita ketahui posisi usaha terutama pada aspek pasar pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, dan aspek finansial. Sehingga kita mengetahui usaha yang kita jalankan layak atau tidak untuk dijalankan sehingga nantinya tidak menimbulkan kerugian bagi pemilik usaha. Berdasarkan pembahasan dari aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, Hita Coffee telah ditinjau melalui beberapa kriteria dan hasilnya Sebagian besar telah memenuhi kriteria usaha yang layak untuk dijalankan.

Penilaian Kelayakan Investasi.

Penilaian terhadap kelayakan pada usaha Hita Coffee dianalisis dengan metode NPV (Net Present Value), IRR (*Internal Rate of Return*), dan PP (*Payback Periode*). Hasil perhitungan terhadap kelayakan pada usaha Hita Coffee dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Hasil Analisis Kelayakan

Metode Analisis	Hasil Analisis	Kriteria Kelayakan	Keterangan
NPV	262.546.296	NPV>0 Dan Bernilai Positif	Layak
IRR	45%	IRR>Tingkat Suku Bunga	Layak
PP	1,5 Tahun	PP<Umur Investasi	Layak

Sumber: Data diolah, (2022).

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan Analisa yang digunakan sebuah perusahaan untuk mengetahui posisi perusahaan sehingga dapat diketahui secara jelas bagaimana peluang perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dan berkembang dengan baik dikemudian hari. Analisis SWOT digunakan untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) serta meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Berdasarkan analisis SWOT pada Hita Coffee dapat diketahui kekuatan yang dimiliki yaitu, diminati semua kalangan, branding sendiri yang sudah dikenal, berbagai macam variasi menu, lokasi strategis, fasilitas yang sangat lengkap, spot iconic untuk konsumen berswafoto. Adapun peluang yang dimiliki oleh Hita Coffee yakni, kebutuhan minum kopi tinggi, tingkat gengsi yang

tinggi memilih tempat nongkrong, kebutuhan tempat mengerjakan tugas, minim kedai kopi memiliki variasi menu yang unik.

Selain memiliki kekuatan, Hita *Coffee* juga memiliki kelemahan yaitu, bahan baku tidak dijual bebas dipasaran, terbatasnya ruang gerak perusahaan, modal besar. harga produk *relative pricy*, membutuhkan karyawan yang lihai meracik kopi (Barista). Adapun ancaman yang ada yaitu, banyaknya usaha sejenis, kenaikan harga bahan baku yang kemungkinan mengalami peningkatan.

Pada hasil matrik IE menunjukkan bahwa posisi Hita *Coffee* berada pada sel V (Gambar 4.4) yaitu pada posisi pertumbuhan (*growth*). Posisi ini didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan, asset atau profit, atau kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan cara menekan harga jual, mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas produk, atau meningkatkan akses pasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilakukan adalah dengan cara meminimalkan biaya (*minimize cost*) sehingga dapat meningkatkan profit. Cara ini merupakan strategi yang terpenting apabila kondisi perusahaan tersebut dalam pertumbuhan yang cepat terdapat kecenderungan pesaing untuk melakukan perang harga dalam usaha untuk meningkatkan pangsa pasar. Dengan demikian, perusahaan yang belum mencapai *critical mass* (mendapatkan *profit* dari *large scale production*) akan mengalami kekalahan, kecuali jika perusahaan ini memfokuskan pada pasar tertentu yang menguntungkan. Dari hasil matriks SWOT diatas, didapatkan alternatif strategi peluang yang dapat dijalankan Hita *Coffee*, diantaranya:

a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi ini merupakan strategi yang dihasilkan dengan menggunakan kekuatan yang ada untuk meraih peluang. Strategi SO yang di tempuh Hita *Coffee* yaitu:

- 1) **Meningkatkan kualitas produk.** Dalam mengembangkan usahanya, Hita *Coffee* memiliki standar produksi yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Maka dengan adanya hal tersebut, perlu adanya pengawasan dan pengendalian produksi yang baik, sehingga produk yang diterima konsumen adalah produk yang sesuai dengan standarisasi perusahaan.
- 2) **Meningkatkan pelayanan pada konsumen.** Kualitas pelayanan sangat berpengaruh dalam perkembangan sebuah usaha. Setiap pelanggan yang datang pastinya akan merasa senang jika mendapatkan pelayanan yang baik. Dengan kualitas yang baik akan tercipta pelanggan yang loyal, yang biasanya akan merekomendasikan usaha ini kepada teman, ataupun kerabatnya sehingga akan menambah pelanggan-pelanggan baru nantinya. Dengan demikian Hita *Coffee* selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.
- 3) **Mengembangkan jaringan pemasaran.** Jaringan pemasaran merupakan hal yang penting dalam berjalannya suatu bisnis. Melalui jaringan pemasaran ini, para pebisnis dan konsumen bertemu. Maka dari itu, penting bagi Hita *Coffee* untuk terus mengembangkan jaringan pemasaran. Karena dengan berkembangnya jaringan pemasaran ini, maka akan berkembang pula jumlah pelanggan bahkan kelas dari pelanggan itu sendiri. Sehingga dapat meningkatkan penjualan.

b. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi ini merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman adapun strategi ST yang ditempuh oleh Hita *Coffee* yaitu:

- 1) **Menambah inovasi menu baru.** Adanya inovasi menu baru merupakan salah satu upaya suatu perusahaan untuk tetap eksis dan agar tetap bisa bersaing ditengah gencaran persaingan yang sangat kompetitif. Inovasi dan variasi menu-menu yang unik tentu saja akan

membuat kesan yang baik dan melekat pada ingatan konsumen. Dengan adanya variasi menu-menu unik, konsumen akan terdorong untuk mencoba menu-menu unik lainnya. Hal ini lah yang sangat di gencarkan oleh Hita *Coffee*.

- 2) **Menekan pembelanjaan bahan baku.** Pembelanjaan bahan baku merupakan kegiatan bulanan yang biasa dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dapur perusahaan itu sendiri. Namun sering kali kita dihadapkan dengan kenaikan harga bahan baku yang tidak menentu. Hal ini dapat disiasati dengan menekan anggaran belanja yang sekiranya tidak terlalu mendesak untuk dibeli.
- 3) **Strategi WO (*Weakness-Opportunity*).** Strategi ini digunakan untuk memperkecil kelemahan dengan peluang yang ada. Strategi yang ditempuh oleh Hita *Coffee* adalah sebagai berikut: mengimbangi harga yang mahal dengan kualitas produk serta fasilitas lengkap. Dengan memiliki harga yang relative mahal bisa diimbangi dengan kualitas produk yang baik dan fasilitas yang lengkap. Harga merupakan salah satu faktor penting yang dapat menarik konsumen untuk melakukan transaksi. Hita *Coffee* memiliki standarisasi harga yang sesuai dengan kualitas produk yang disajikan, bahan baku yang digunakan juga merupakan bahan yang terbaik sehingga sangat seimbang dengan harga yang ditetapkan. Selain itu Hita *Coffee* juga memiliki fasilitas yang sangat lengkap untuk kenyamanan konsumennya yaitu, ruangan *indoor* dan *outdoor*, tempat yang asik dan instagramable untuk nongkrong, akses internet (wifi) yang cepat, AC, dan masih banyak lagi fasilitas yang ditawarkan.
- 4) **Strategi WT (*Weakness-Threats*).** Strategi ini merupakan strategi yang digunakan untuk memperkecil untuk menghindari ancaman. Adapun strategi yang ditempuh Hita *Coffee* yakni:
 - a) **Menjaga kualitas produk.** Kualitas produk yang terjaga sangatlah penting bagi suatu perusahaan untuk tetap menjaga kepercayaan dan loyalitas konsumen. Dengan kualitas produk yang terjaga maka akan terjaga dan terpelihara pula semua konsumen yang ada sehingga akan memungkinkan bagi konsumen lama melakukan rekomendasi kepada konsumen lainnya ataupun melakukan pembelian yang berulang.
 - b) **Menyediakan SDM yang handal.** Dalam implementasi suatu usaha, Hita *Coffee* mengintegrasikan berbagai komponen teknologi yang saling bersinergi, sehingga dapat memecahkan masalah yang ada, meningkatkan efektifitas penggunaan sistem produksi serta memelihara keseimbangan operasional. Dengan memiliki SDM yang handal akan membantu mengelola usaha ini jauh lebih maksimal dan terkendali demi tercapainya tujuan yang diharapkan sebuah usaha kedepannya.

SIMPULAN DAN SARAN

Usaha Hita *Coffee* layak untuk dijalankan karena dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis, dan aspek keuangan diperoleh hasil bahwa Hita *Coffee* merupakan usaha yang layak untuk dijalankan. Adapun perolehan dari aspek keuangan yaitu NPV (*Net Present Value*) yaitu sebesar 262.546.296 sehingga nilai NPV lebih besar daripada nol. Nilai IRR (*Internal Rate of Return*) adalah sebesar 54% dimana lebih besar daripada tingkat bunga pinjaman bank dan nilai PP (*Payback Periode*) sebesar 4,82. Sehingga pengembalian modal pada investasi adalah selama 1 tahun 5 bulan yang akan selesai pada tahun kedua. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa usaha ini masih LAYAK untuk dijalankan.

Pada analisis SWOT diperoleh matriks internal yaitu 2,67 dan matriks eksternal yaitu 2,01. Hal ini menunjukkan bahwa posisi usaha Hita *Coffee* berada pada posisi sel V dengan

pertumbuhan (*growth*) dimana didesain untuk mencapai pertumbuhan dalam penjualan, asset atau profit atau kombinasi ketiganya. Hal yang dapat dicapai Hita Coffee yakni, menjaga dan meningkatkan kualitas produk maupun pelayanan pada konsumen, memperluas dan meningkatkan jaringan pasar, serta tetap melaksanakan standarisasi yang telah ditetapkan. Selain itu untuk meminimalkan biaya yang keluar dapat dilakukan dengan cara mengefisienkan biaya produksi sehingga perusahaan mampu meningkatkan profit dalam kondisi pertumbuhan yang cepat. Pada hasil analisa matriks SWOT didapatkan hasil bahwa posisi usaha ini berada pada SO dimana untuk memaksimalkan pertumbuhan usaha, antara lain: (1) Meningkatkan kualitas produk; (2) Meningkatkan pelayanan kepada konsumen; (3) Memperhatikan kebersihan dan kenyamanan konsumen; dan (4) Mengembangkan jaringan pemasaran dan intensitas publikasi promosi media.

Dengan memiliki beberapa strategi alternatif, maka Hita Coffee dapat fokus, dan tidak hanya mampu bertahan ditengah persaingan yang sangat kompetitif melainkan mampu bertumbuh dan berkembang menjadi usaha yang lebih besar lagi kedepannya

Berkaitan dengan studi kelayakan usaha, dilihat dari berbagai aspek yang dapat dilakukan adalah: Dengan berbagai aspek yang telah diteliti, Hita Coffee sebagian besar memenuhi kriteria sebagai usaha yang layak untuk dikembangkan namun semakin berkembangnya zaman akan timbul dan mendorong usaha ini kedepannya untuk lebih siap dalam menghadapinya. Dengan demikian, Hita Coffee diharapkan memiliki inovasi-inovasi yang lebih kreatif, mampu bekerjasama dengan pihak lain untuk mengembangkan jaringan pasar yang ada sehingga usaha ini mampu untuk tumbuh dan berkembang ditengah situasi persaingan yang sangat kompetitif.

Berdasarkan analisis SWOT yang dapat dilakukan yaitu dengan analisis SWOT tentu Hita Coffee kini mengetahui posisi usahanya saat ini, dimana selain memiliki seluruh kekuatan sebagai peluang usaha, usaha ini memiliki kelemahan serta ancaman yang akan berdampak buruk pada usaha itu sendiri. Dengan demikian Hita Coffee diharapkan dapat menghadapi kelemahan dan ancaman tersebut dengan melihat peluang yang ada melalui berbagai strategi. Cara yang dapat dilakukan dengan peningkatan mutu produk yang inovatif dan kreatif serta peningkatan sistem pelayanan, transaksi yang mudah, terutama pada sistem pemasaran yang lebih aktif sehingga mampu menarik lebih banyak minat konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaly, N. F. (2015). Analisis Kelayakan Pembukaan Cabang Coffee Shop Kedai Sabi Di Taman Sari Kota Bandung Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, dan Aspek Finansial.
- Ankafia, A. (2013). Analisis Kelayakan Usaha Industri Rumah Tangga Bawang Goreng Di Kabupaten Kuningan Jawa Barat, 28-35.
- Andries, F. R. (2007). Perumusan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT, 36-49.
- Antara, I. M. dan Bakar, A dan Pusoitaningsih, R (2015). Analisis Kelayakan Usaha Kopi Luwak Di Bali. Jurnal Online Institut Teknologi Nasional , 122-129.
- Barusman, A. R. P. dan Khunsu, K (2013). Analisis Studi Kelayakan Pada Waralaba Excelso Di Bandar Lampung, Jurnal Manajemen Dan Bisnis Vol.4 No.1 , 48-55.
- Fahmi, Irham. (2013). Analisis Laporan Keuangan. Bandung: Alfabeta.
- Fred, D. dan Forest, D. (2016). Strategic Planning (IFE, EFE, CPM. SWOT. SPACE, BCG, IE, Grand Strategy dan QSPM). Manajemen Industri 5.0.
- Galavan, R. (2014). Doing Business Strategy. Ireland: NuBooks.
- Jani, M. R. (2018). Analisa Kelayakan Pengembangan Usaha Café Kawista Berdasarkan Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial Di Kota Pekanbaru, Jurnal Teknik Industri , 1-17

- Kasmir dan Jakfar. (2012). Studi Kelayakan Bisnis. Cetakan ke Delapan. Jakarta: Kencana.
- Khalamudin, Sutresna, Juhara, Sodikin (2019). Studi Kelayakan Bisnis Bengkel Bubut Cipta Teknik Mandiri (Studi Kasus di Perumnas Tangerang Banten. Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Teknik UNISTEK, 2019. Vol 6, No.1, 3-5.
- Maryana, I. K. dan Ustriyana, I. N. G. dan Parining, N. (2015). Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Lumbung Mas Kelurahan Beng Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar. E-Jurnal Agrobisnis dan Agrowisata ISSN :2301-6532 Vol. 4 No. 3 , 178-183
- 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, 14 Juni 2013, 84-86.
- Putra, R. T. (2018). Analisis Kelayakan Pembangunan Unit Bisnis Kopi Pada Brewisely Coffemate Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Aspek Finansial. E-Proceeding of Management : Vol. 5. No. 1 Maret 2018, 135-138.
- Putri, N. A. dan Saidah, Z. dan Supyandi, D. dan Trimo, I. (2019). Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalengan, Kabupaten Bandung) Jurnal of Food System and Agribusiness Vol. 3, 90-96
- Rahayu, A. D. (2015). Analisis Kelayakan Usaha Gula Semut Anggota Koperasi Serba Usaha (KSU) Jatirogo, 50-64.
- Rangkuti, F. (2013). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama, 1977. 200,23.
- Romdhon, M. M. dan Andini, A. dan Ayu, A. M. (2018). Sensitivitas Kelayakan Finansial Pengolahan Kopi Bubuk. AGRISEP Vol.17 , No.1 , 32-35.
- Scai, A. (2018). Specialty Coffee Association of Indonesia
- Wulandari, P. T. (2012). Analisis Kelayakan Finansial Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Nata De Coco Di Sumedang, Jawa Barat. Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan No. 2 Vol.1 2 Mei 2012, 113-120