



JAMBIS Vol 3, (3), 2023, 351 - 359

JURNAL ADMINISTRASI BISNIS

E-ISSN:2775-2615

Available online at:<http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM PADA COFFEE SHOP PILONA COFFEE DI KOTA TANGERANG

*Alfian Adhitama¹, Nur Fitri Rahmawati², Selvi³

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

Abstract.

This research aims to find out about the Culinary Business Feasibility Study at Coffee Shop Pilona Coffee in the 202 periode sighted from financial and non-financial aspects. This research uses a qualitative approach and includes case study research, thus the results of this research are descriptive analysis namely in the form of written or spoken words from the observed behavior especially related to how the culinary business method is carried out at the Coffee Shop in Tangerang City for the 202 period. The results of the research state that the development of the Coffee Shop business owned by Mr. Urip Nursalim is very feasible to carry out and keep running and even developed. Consideration of this feasibility is based on non-financial aspects, namely market aspects and marketing aspects including Product, Price, Place and Promotion, while the financial aspect, namely PP (Payback Period) occurs for 0.5 years or 5 months, NPV > 0, that is Rp. 130,703,893, P value > 1 amounting 3.3 and the IRR value for this investment is 58.5% higher than the interest rate in 2021.

Keywords: Business Feasibility Study

Cronicle of Article: Received (19,06,2023); Revised (23,06,2023); and Published (27,06, 2023).

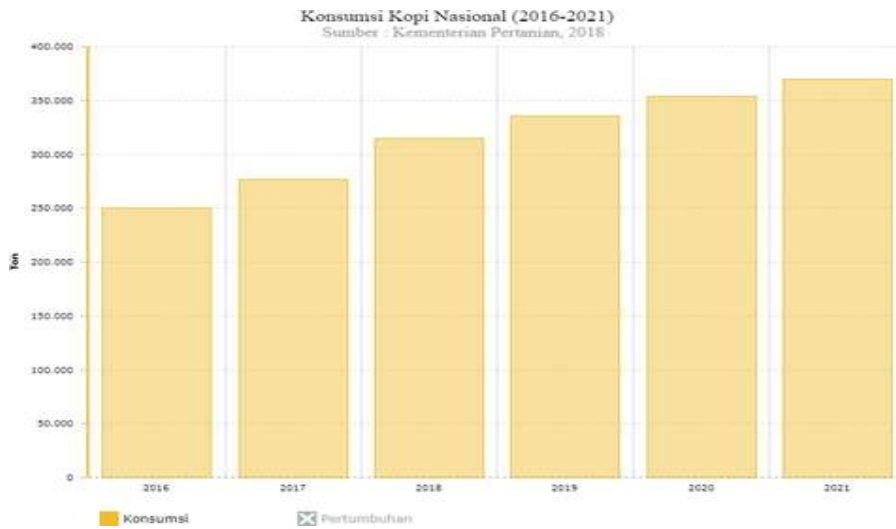
©2023 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author (contoh): Alfian Adhitama adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. Author : alfianadhitama993@gmail.com

How to cite this article : Adhitama, Alfian., Rahmawati, Nur Fitri., Selvi (2023) "Analisis Studi Kelayakan Bisnis UMKM pada Coffee Shop Pilona Coffee di Kota Tangerang 3(3), pp. 351 - 359. Available at: <http://JAMBIS>

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini maka dunia usaha turut mengalami perkembangan yang positif. Hal itu terlihat dari banyaknya unit-unit Usaha Kecil Menengah (UKM) yang semakin bertambah baik usaha dalam skala kecil, menengah maupun skala besar. Mengingat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi maka peran sektor pertanian sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian di Indonesia. Disisi lain persaingan perdagangan saat ini semakin ketat. Hal inilah yang membuat Produsen atau Usaha Kecil Menengah (UKM) terpacu untuk melakukan pembenahan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan persaingan usaha.



Gambar 1.1

Berdasarkan Gambar 1.1, diketahui bahwa konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 370 ribu ton. Minum kopi kini sudah menjadi gaya hidup bagi anak-anak generasi milenial.



Salah satu usaha Coffee Shop yang peneliti ulas dalam penelitian ini bernama “Pilona Coffe”, dalam menjalankan usahanya “Pilona Coffe” telah mengeluarkan cara-cara untuk mengembangkan bisnisnya, namun cara-cara yang telah dikeluarkan Pada “Pilona Coffe” belum dianalisis kelayakan usaha secara keseluruhan. “Pilona Coffe” sudah berjalan sejak 2018 dengan nilai investasi sebesar Rp.373 Juta untuk 20 staff dan Rp. 530 juta untuk Investasi perlatan dan perlengkapan di 3 cabang sekitar Kota Tangerang.

LITERATUR REVIUW

1. Menurut Martawijaya dan Nurjayadi (2010), Tentang Studi Kelayakan Usaha Kuliner Fresh Cut PT Kuliner Siap Saji, komoditas usaha kuliner cukup potensial dikembangkan secara agribisnis, karena memiliki nilai ekonomis dan nilai tambah cukup tinggi dibandingkan dengan komoditas lainnya. Salah satu yang termasuk dalam jenis hortikultura tersebut adalah kuliner. Pemanfaatan kuliner ini tidak hanya sebatas pada industri rumah tangga, tetapi juga lebih mengarah pada industri bisnis seperti rumah makan, restoran siap saji, dan hal-hal yang berkaitan dengan industri pengolahan makanan. Dengan adanya permasalahan tersebut menunjukkan bahwa terdapat potensi yang sangat besar dari kebutuhan produksi kuliner yang akan mempengaruhi keberlangsungan industri makanan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis studi kelayakan non finansial dan finansial dari usaha kuliner fresh cut PT Kuliner Siap Saji, Menganalisis kepekaan dari usaha kuliner fresh cut PT Kuliner Siap Saji berdasarkan analisis switching value, Menganalisis perbedaan prediksi dan realisasi finansial dari usaha kuliner fresh cut PT Kuliner Siap Saji. Data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder bersumber dari studi pustaka, seperti buku, literatur, jurnal, dan internet. Pengolahan data kualitatif dilakukan untuk menganalisis aspek pasar, teknis, dan manajemen. Sedangkan pengolahan data kuantitatif dilakukan pada aspek finansial dengan menghitung, Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Net B/C, Payback Periode (PP), dan analisis sensitivitas dengan bantuan aplikasi komputer Microsoft Excel 2007, serta menggunakan perhitungan statistik dengan software SPSS 15 dengan uji-t (ttest) untuk mengevaluasi keuangan PT Kuliner Siap Saji. Berdasarkan hasil analisis kelayakan non finansial, usaha kuliner fresh cut pada PT Kuliner Siap Saji dinyatakan layak. Dari segi aspek finansial, usaha kuliner fresh cut juga layak untuk dijalankan dengan nilai kriteria kelayakan sebagai berikut : NPV Rp 2.161.854.000, nilai IRR 24 persen, Net B/C 2,23, dan PP selama 6 tahun 2 bulan 2 hari yang berarti usaha ini sudah dapat menutup biaya investasi awalnya sebelum umur usaha berakhir. Hasil analisis switching value menghasilkan nilai kenaikan harga bahan baku sebesar 0,79 persen dan penurunan harga jual sebesar 0,65 persen usaha tidak layak dijalankan. Sedangkan, untuk realisasi finansial dari usaha kuliner fresh cut PT Kuliner Siap Saji dari hasil perhitungan cash flow dan laporan laba rugi data realisasi dan data prediksi dengan menggunakan uji-t (t-test) secara keseluruhan tidak terdapat perbedaan yang cukup signifikan.
2. Penelitian dilakukan oleh (Risnayanti 2010), tentang Analisis Kelayakan Usaha Kuliner Organik. Penelitian dilakukan untuk mengetahui tingkat kelayakan usaha dilihat dari aspek finansial dan non finansial pada usaha kuliner organik. Penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara kepada para pemimpin/pemilik usaha kuliner organik yang berskala mikro. Aspek non finansial dari penelitian ini terdiri dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologis, dan aspek sosial ekonomi dan lingkungan yang dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Aspek finansial menggunakan analisis kuantitatif dan diukur dengan kriteria Return On Investment (ROI) dengan margin of safety. Hasil analisis terhadap aspek-aspek non finansial, yaitu aspek pasar dan pemasaran,teknis dan teknologis, sosial ekonomi dan lingkungan, pengusahaan usaha kuliner dalam skala mikro di Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Sukoharjo ini layak untuk dijalankan. Berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, peluang pasar masih terbuka karena tingginya permintaan.

Berdasarkan aspek teknis dan teknologis, proses produksi kuliner organik ini menggunakan teknik dan peralatan yang sangat sederhana. Berdasarkan aspek sosial ekonomi dan lingkungan, pengusahaan pupuk organik dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat sekitar. Berdasarkan analisis ROI, maka perusahaan kuliner organik skala mikro di Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Sukoharjo ini layak untuk dijalankan karena ROI lebih besar dari tingkat suku bunga bank, yaitu 1,62% per bulan. Hal ini terlihat dari besarnya ROI untuk perusahaan dengan skala produksi sebesar 15,73% untuk perusahaan dengan skala usaha kecil yaitu 14,92%.

3. Penelitian oleh Siregar, Salman dan Wati (2014) "Strategi Pengembangan Usaha Kuliner hidroponik Rumah Tangga" mendapatkan hasil penelitian yaitu: Strategi yang dipilih dalam studi kelayakan dengan pengembangan usaha kuliner hidroponik rumah tangga ini melalui analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yaitu: meningkatkan kualitas kuliner yang lebih baik lagi, membuat iklan yang berhubungan dengan kuliner, di jalan-jalan atau tempat-tempat strategis di kecamatan simpang kiri kota madya subulussalam, mempertahankan kualitas kuliner, dan pengalaman di bidang olahan kuliner hidroponik yang sudah berjalan cukup lama, meningkatkan pengetahuan SDM untuk bisa menguasai pengetahuan teknologi, dengan penerapan strategi agresif artinya usaha kuliner berada dalam situasi yang sangat menguntungkan atau memiliki peluang dan kekuatan, strategi yang harus diterapkan adalah memanfaatkan peluang untuk meraih keuntungan.

KERANGKA PENELITIAN

Dari keseluruhan pemikiran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan studi kelayakan usaha dapat dilakukan dengan melihat dari Analisis Aspek Keuangan (*Financial*) dan Analisis Aspek Non Keuangan (*Non Financial*). Analisis aspek keuangan (*financial*) dapat dilihat atau dihitung dari:

1. *Payback Period (PP)*
2. *Net present value (NPV)*
3. *Profitability Index (PI)*
4. *Internal Rate Of Return (IRR)*

Sedangkan analisis aspek non keuangan (*Non Financial*) dapat dilihat dari:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran
2. Aspek Operasional
3. Aspek Tenis
4. Aspek Manajemen
5. Aspek Hukum

METODE PENELITIAN

Ditinjau dari pendekatannya penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan termasuk penelitian studi kasus maka hasil penelitian ini bersifat analisis deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku yang diamati terutama terkait dengan bagaimana metode usaha kuliner yang dilakukan pada Coffee Shop Kota Tangerang periode 2022. Dengan menggunakan metode tersebut diharapkan peneliti mendapatkan informasi yang lebih handal dan lebih tepat tentang Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Kuliner Pada Coffee Shop Kota Tangerang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Dalam menentukan analisis data peranan intelektual peneliti sangat besar. Seperti dikatakan Micahel Q. Patton (2002 : 433) bahwa studi kualitatif sangat unik, pendekatan analisis pun sangat unik yang sangat tergantung pada setiap tahap penelitian pada keterampilan, pandangan dan kemampuan dari peneliti. Analisis kualitatif pada akhirnya bergantung pada intelektuensi dan gaya analisis, yakni sebagai bricoleur.

Pendekatan dalam skripsi ini adalah pendekatan kualitatif, maka strategi analisis data skripsi termasuk dalam case study. Penelitian menerapkan case study atau bahasa indonesianya adalah studi kasus dalam arti mendalam yang diaksi dari berbagai aspek yang sekaligus sebagai strategi untuk memperoleh data yang bersangkutan. Dan untuk menghimpun data yang dibutuhkan peneliti sudah melakukan wawancara mendalam kepada para narasumber sehingga dapat dihimpun sebanyak mungkin ciri atau sifat yang melekat pada koordinasi selama penelitian berlangsung. Berikut adalah hasil Analisis Studi Kelayakan Bisnis Umkm Pada Coffee Shop PILONA COFFEE Kota Tangerang, dari segi aspek Non Finansial (Aspek Pasar Dan Pemasaran), Dan Aspek Finansial (PP, NPV, PI, IRR).

1. Kelayakan Aspek Pasar

Pengkajian aspek pasar penting untuk dilakukan karena tidak ada bisnis yang berhasil tanpa adanya permintaan atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu bisnis yang dijalankan. Dalam bisnis ini aspek pasarnya tidak begitu sulit karena kebutuhan tentang jenis – jenis kopi masih tinggi para peminatnya.

Selanjutnya terkait dengan kelayakan bisnis usaha bila ditinjau dari segi aspek pasar, apakah usaha tersebut telah memenuhi aspek-aspek kelayakan yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha agar usaha pencuciannya dapat berkembang maju dan memiliki pelanggan yang banyak? Untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan sesi tanya jawab (wawancara langsung dengan pihak owner (pemilik) yang sekaligus peneliti jadikan sebagai informan.

Pada penelitian ini, yaitu dengan mengajukan pertanyaan:

“Bagaimana menurut Bapak mengenai peluang pasar dari usaha yang Bapak jalankan sekarang ini?”

Atas pertanyaan peneliti tersebut, maka informan memberikan jawab sebagai berikut:

“Ada peluang usaha seiring dengan peningkatan jumlah konsumsi kopi dan jumlah konsumen serta perilaku konsumen yang gemar nongkrong untuk main games dan mengerjakan tugas, mencari wi-fi atau sekedar mencari tempat baru untuk sekedar foto dan mencoba suasana baru. Atas dasar itulah saya memulai bisnis Piona Coffee”

Dalam aspek ini, peneliti juga melakukan analisis terhadap lingkungan internal dan eksternal. Hal ini dilakukan dengan melakukan analisa SWOT untuk mengantisipasi adanya daya saing yang hal ini mungkin akan terjadi.

Analisa SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), dan ancaman (Threats) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor

internal dan eksternal yang mendukung dan tidak mendukung dalam mencapai tujuan tersebut.

Usaha Umkm Pada Coffee Shop PILONA COFFEE Kota Tangerang sudah berdiri dari tahun 2018 – sekarang ini menjadi masa keemasan untuk berkembang dan menjadi usaha yang selalu banyak diminati oleh masyarakat. Dalam hal bisnis ini, Bpk. Urip Nursalim selaku pengelola juga sudah menganalisa faktor faktor yang dapat mempengaruhi usaha ini baik dari segi dalam maupun dari luar lingkungan usaha. Berikut ini adalah hasil analisa SWOT terhadap Coffee Shop PILONA COFFEE Kota Tangerang :

Tabel IV.3 Analisa SWOT

STRENGTHS	WEAKNESS
<ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku dalam hal ini mudah didapat dan mudah ditemukan. • Memiliki nilai jual yang tinggi dan bervariasi dan tergantung nilai jual dipasaran. • Sumber daya yang dimiliki di <i>manage</i> secara baik. • Dapat menguasai pasar lokal ataupun domestik 	<ul style="list-style-type: none"> • Selalu dibutuhkan modal yang cukup banyak. • Serta masih menggunakan sistem penjualan masih konvensional. • Terdapat beberapa jenis menu bahan makanan yang dalam hitungan hari tidak bertahan lama.

OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> • Jenis – jenis kopi yang ada, selalu memiliki nilai jual yang tinggi dan banyak diminati oleh masyarakat, baik dari menengah keatas ataupun menengah kebawah, dan tetap menjadi kebutuhan bagi masyarakat. • Kopi merupakan menu minuman yang sangat baik untuk kesehatan manusia. • Kopi selalu memiliki citra nomor satu paling di percaya dan dibutuhkan oleh banyak orang. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perkembangan perdagangan jenis – jenis kopi ini selalu semakin meningkat, hal yang wajar ketika kita banyak menemukan banyak pengusaha Coffe shop di kalangan masyarakat, hal ini yang menjadi pesaing kuat kami. • Adanya suatu jenis kopi import yang kualitasnya memang sudah terjamin.

Setelah dilakukan analisa tersebut, maka peneliti mengetahui faktor kekuatan dan kelemahan, serta faktor – faktor peluang dan ancaman dari lingkungan luar sehingga bisa menarik benang merah untuk menjalankan dan terus mengembangkan usaha Coffe shop ini.

2. Kelayakan Aspek Pemasaran

Menurut Stanton (suliyanto, 2010 : 83) dijelaskan dalam menganalisa aspek pasar dan pemasaran tidak akan lepas dari analisis bauran pemasaran. Dalam bisnis ini, bauran pemasaran yang akan digunakan adalah bauran pemasaran yang meliputi 4P (Product, Price, Place, Promotion):

a. Produk (*Product*)

Pada bisnis usaha Coffee Shop PILONA COFFEE Kota Tangerang ini yang dijalankan oleh Bpk. Urip Nursalim hanya berfokus kepada penjualan jenis – jenis minuman kopi, mulai dari Cappucino, Mochacino, Americano, dan lain sebagainya. Dalam hal ini, produk yang ditawarkan lebih bersifat terlihat atau tangible karena bisnis usaha ini lebih menawarkan barang daripada jasa.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. *Electronic Word of Mouth* terhadap *Impulsive Buying* berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat nilai untuk E-WOM adalah 0,000 dengan signifikansi. Nilai signifikansi E-WOM tersebut lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$, maka H_0 diterima yang artinya E-WOM terdapat pengaruh yang signifikansi terhadap *Impulsif buying*. nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan sebesar 0,872.
Hal ini menunjukkan besarnya variable dependen *impulsif buying* yang dapat dijelaskan oleh variable *Electronic Word of Mouth* dan *Hedonic Shopping* adalah 87,2% dan sisanya 12,8% dijelaskan oleh factor lain.
2. *Hedonic Shopping* terhadap *Impulsive Buying* Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat nilai untuk Hed onic Shopping adalah 0,000 dengan signifikansi. Nilai signifikansi Hedonic Shopping tersebut lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$, maka H_0 diterima yang artinya Hedonic Shopping terdapat pengaruh yang signifikansi terhadap *Impulsif buying* . Koefisien yang dimiliki variable *Hedonic Shopping* berarah positif, hal ini berarti bahwa peningkatan Hedonic Shopping akan berdampak pada *impulsif buying*. Koefisien regresi variable *Hedonic Shopping* sebesar 0,867 berarti bahwa jika terjadi peningkatan variable Hedonic Shopping sebesar satu satuan dengan asumsi variable konstan, maka besarnya *Impulsif buying* (Y) akan naik sebesar 0,867 satuan. Hal ini dapat dibuktikan dengan uji F dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
3. *Electronic Word of Mouth* dan *Hedonic Shopping* terhadap *Impulsive Buying* berdasarkan hasil nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan sebesar 0,872. Hal ini menunjukkan besarnya variable dependen *impulsif buying* yang dapat dijelaskan oleh variable *Electronic Word of Mouth* dan *Hedonic Shopping* adalah 87,2% dan sisanya 12,8% dijelaskan oleh factor lain. hasil uji F menunjukkan F hitung sebesar 28,787 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena nilai signifikan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variable independen kualitas pelayanan dan sanksi pajak berpengaruh secara bersama-sama.

Saran

1. Bagi *e-commerce* Lazada dapat fokus mempertahankan variabel *Electronic Word of Mouth* dan *Hedonic Shopping* untuk dapat meningkatkan *Impulsive Buying*, hal ini karena dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwa *Electronic Word of Mouth* dan *Hedonic Shopping* berpengaruh signifikan terhadap *Impulsive Buying*.
2. Bagi penelitian selanjutnya Dapat menambah variabel lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap *Impulsive Buying*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. 2010. Word of Mouth Marketing. Jakarta: Medpress. Arikunto, S. (2016). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azaria Phamendyta Aldaning, 2018. The Effect of EWOM and Hedonic Motivation Toward Buying Interest and Decision. Analisa Jalur(Path Anlysis).
- Chistina Whidya Utami,2010.Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern, Jakarta: Salemba Empat.
- Davota Ikanubun, 2019. Pengaruh Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Yang Dimediasi Emosi Positif. Regresi linear berganda.
- Eko Putra Pambago, 2020. Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Pada Online Shop. Regresi linear berganda.
- Jalilvand, Mohammad Reza dan Neda Samiei.2012. The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand image and Purchase Intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. Marketing Intelligence & Planning. Vol. 30 Iss: 4.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15thEdition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Saputra, Saka. (2017) "Rancang Bangun Heat Exchanger Tube Fin Satu Pass, Shell Tiga Pass Untuk Pengering Empon- empon". Skripsi Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). Consumer Behaviour (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). Impulse Buying PadaMahasiswa Di Banda Aceh. Psikoislamedia Jurnal Psikologi, Volume 2, No.2.
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syahrul Effendi, 2020. Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word Of Mouth Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap PembelianImpulsif Pada Aplikasi Shopee. Regresi linear berganda.
- Widia Sefiska Rahma, 2019. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap E-Impulse Buying Mahasiswa Universitas Negeri Padang pada Lazada.co.id. Regresi linear berganda.
- Wiwi Burhan Nur, 2020. Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Hedonic Shopping Motives. Partial Least Square (PLS).

Internet

<http://www.lazada.co.id//>