

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA UMKM KEDAI KOPI 'ENIGMA KOPI' SETU DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN, ASPEK MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA, DAN ASPEK OPERASIONAL

Diah Ayu Syahrani Putri¹⁾, Najwa Salsabilla²⁾, Nur Hanifah³⁾, R.R. Wening Ken Widodasih⁴⁾

^{1),2),3),4)}**Universitas Pelita Bangsa**

Email : diah.112110451@mhs.pelitabangsa.ac.id¹⁾,

najwasalsabilla.112110393@mhs.pelitabangsa.ac.id²⁾,

nurhanifh112110386@mhs.pelitabangsa.ac.id³⁾, wening.ken@pelitabangsa.ac.id⁴⁾

Abstract: *This research examines a business feasibility study on coffee shops in the context of the rapid growth of the coffee industry in Indonesia, which is characterized by an increase in the number of coffee shops by 2023 reaching 10,000 stores with revenues estimated to reach IDR 80 trillion. The analysis in this study uses a qualitative approach with a focus on Enigma Kopi, a coffee shop established in 2019 in Bekasi. The research methodology includes interviews, observations, and documentation to analyze marketing aspects, as well as management and human resources. The results showed that Enigma Kopi has implemented an effective 4P marketing strategy, and has an organizational structure, then an HR management system that is in accordance with the scale of its business and planned operational management, strategic location and adequate facilities can be a good potential to achieve success. This research provides valuable insights into best practices in running a coffee shop business amidst increasingly fierce competition in the Indonesian coffee shop industry.*

Keywords: *Business Feasibility Study, Coffee Shop, Marketing Aspects, HR Aspects, Operational Aspects.*

Keywords: *Business Feasibility Study, Coffee Shop, Marketing Aspects, HR Aspects, Operational Aspects.*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji studi kelayakan bisnis pada kedai kopi dalam konteks pertumbuhan pesat industri kopi di Indonesia, yang ditandai dengan peningkatan jumlah kedai kopi pada tahun 2023 yang mencapai 10.000 toko dengan pendapatan yang diperkirakan mencapai Rp 80 triliun. Analisis pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada Enigma Kopi, sebuah kedai kopi yang didirikan pada tahun 2019 di Bekasi. Metodologi penelitian meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk menganalisis aspek pemasaran, serta manajemen dan sumber daya manusia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Enigma Kopi telah menerapkan strategi pemasaran 4P yang efektif, dan memiliki struktur organisasi, lalu sistem manajemen sumber daya manusia yang sesuai dengan skala usahanya serta pengelolaan operasional yang terencana, Lokasi yang strategis dan fasilitas yang memadai dapat menjadi potensi yang baik untuk

mencapai keberhasilan. Penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang praktik terbaik dalam menjalankan bisnis kedai kopi di tengah persaingan yang semakin ketat di industri kedai kopi Indonesia.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Kedai Kopi, Aspek Pemasaran, Aspek SDM, Aspek Operasional

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Kedai Kopi, Aspek Pemasaran, Aspek SDM, Aspek Operasional.

PENDAHULUAN

Industri kopi di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, dengan kedai kopi menjadi tren bisnis yang semakin diminati. Proyeksi pertumbuhan bisnis kedai kopi Indonesia menunjukkan tren signifikan berdasarkan data Asosiasi Pengusaha Kopi dan Cokelat Indonesia (APKCI). Potensi perkembangan industri kopi tahun 2023 diperkirakan mencapai angka 10.000 gerai dengan perkiraan perolehan pendapatan mencapai Rp 80 triliun. (Pressrelease.id, 2023). Pertumbuhan ini mencerminkan perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen, terutama di kalangan milenial dan Gen Z, yang semakin menggemari kopi sebagai bagian dari rutinitas sehari-hari. Fenomena ini didukung oleh penelitian Aprillia & Mustofa (2022) yang menunjukkan bahwa faktor sosial dan gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di kedai kopi. Hal ini juga didukung oleh penelitian dari ZA & Wibowo (2023) bahwa perubahan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi kopi, dimana coffee shop mengalami pergeseran fungsi dan berkembang melampaui tempat penyedia minuman kopi, kini bertransformasi menjadi ruang interaksi sosial sekaligus area kerja yang nyaman bagi berbagai kalangan.

Industri minuman di Indonesia menunjukkan prospek cerah dengan proyeksi pertumbuhan tahunan (CAGR) sebesar 14,96% dari 2023 hingga 2027, berpotensi mencapai pendapatan Rp 24,79 triliun pada 2027. Kelompok usia 15-29 tahun, yang berjumlah 379.032 jiwa menurut BPS tahun 2022, menjadi konsumen utama minuman kekinian, dengan 29% responden survei Jakpat menunjukkan preferensi terhadap minuman coklat (Suryo & Fitria, 2024). Seiring dengan tren positif ini, dinamika ekonomi yang dijelaskan oleh Gubernur Bank Indonesia, Perry Warjiyo, menunjukkan peningkatan pertumbuhan ekonomi domestik didorong oleh stimulus fiskal dan mobilitas masyarakat. Kondisi ini menciptakan lingkungan bisnis yang kompetitif, menuntut usaha kecil untuk berinovasi dan mengembangkan produk unik. Diferensiasi produk menjadi strategi kunci dalam membangun keunggulan kompetitif,

dengan fokus pada penciptaan karakteristik istimewa yang mampu menarik konsumen di tengah dinamika kompetisi industri minuman yang kian kompleks (Maulidiyan, 2024).

Mengelola bisnis café perlu adanya berbagai aspek yang diperhatikan untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan usaha. Aspek pemasaran menjadi semakin kompleks dengan tingginya tingkat persaingan, menuntut strategi yang tepat dalam hal segmentasi pasar, positioning produk, dan pengembangan brand identity yang kuat. Pengelolaan sumber daya manusia juga memegang peranan kritis mengingat industri cafe sangat bergantung pada kualitas layanan dan interaksi dengan konsumen. Sistem rekrutmen, pelatihan, pengembangan kompetensi, serta manajemen kinerja yang efektif diperlukan untuk memastikan standar layanan yang konsisten. Aspek operasional mencakup berbagai elemen penting seperti pemilihan lokasi strategis, desain interior yang menarik, manajemen inventory, sistem quality control, hingga implementasi teknologi modern seperti sistem POS dan metode pembayaran digital (Sulistiawati & Nursyamsi, 2020).

Tingginya tingkat persaingan dalam industri kafe telah menjadi salah satu penyebab utama kegagalan bisnis, terutama bagi para pelaku usaha baru. Industri ini tidak hanya menuntut kreativitas dalam menawarkan produk, tetapi juga kemampuan dalam beradaptasi dengan perubahan selera konsumen yang cepat. Sebuah studi menemukan bahwa kafe yang tidak berhasil sering kali gagal karena kurangnya rencana bisnis yang matang serta analisis kelayakan yang komprehensif, faktor ini membuat bisnis mereka sulit bertahan di pasar yang kompetitif (Zambrano Farias et al., 2021). Penelitian Hardilawati *et al.* (2019) juga menunjukkan keberhasilan bisnis cafe sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam menganalisis pasar, mengelola keuangan, dan mengembangkan strategi bisnis yang tepat (Hardilawati et al., 2019). Hal ini menunjukkan pentingnya melakukan studi kelayakan bisnis yang komprehensif sebelum memulai usaha cafe untuk meminimalkan risiko kegagalan dan memaksimalkan potensi keberhasilan.

Studi kelayakan usaha kafe dilaksanakan secara menyeluruh melalui evaluasi berbagai aspek yang mencakup dimensi hukum, pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, teknis operasional, hingga proyeksi keuangan dalam jangka panjang (Hardilawati et al., 2019). Pelaksanaan studi kelayakan bisnis menggunakan pendekatan sistematis yang bertujuan untuk mengidentifikasi potensi pasar yang tersedia, menyusun formulasi strategi pemasaran terintegrasi, merancang struktur organisasi yang efektif, melakukan penghancuran sistem manajemen personalia, serta melakukan pemetaan kebutuhan teknis operasional secara detail.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran menyeluruh terkait kelayakan pembangunan kafe dalam berbagai dimensi bisnis sekaligus menghasilkan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan dalam praktik nyata demi menjamin keberlangsungan usaha dalam dinamika persaingan industri yang semakin meningkat dari waktu ke waktu (Sitinjak et al., 2023; Widiastari et al., 2022; ZA & Wibowo, 2023).

METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif menjadi landasan metodologi dalam pengolahan data penelitian Enigma Kopi. Proses pengumpulan informasi dilakukan melalui berbagai teknik penyelidikan lapangan meliputi wawancara mendalam dilakukan terhadap narasumber kunci untuk mendapatkan informasi substantif, observasi juga dilaksanakan secara langsung dengan melihat bagaimana aktivitas bisnis, serta dokumentasi komprehensif operasional kedai. Peneliti melakukan analisis secara mandiri terhadap seluruh data primer yang dihimpun dari lokasi penelitian. Pengumpulan data ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kondisi riil bisnis, dengan melibatkan perspektif pihak-pihak yang terlibat langsung dalam operasional sehari-hari Enigma Kopi.

Analisis data dilakukan pada beberapa aspek penting dalam studi kelayakan, yaitu pemasaran, manajemen sumber daya manusia, dan operasional. Evaluasi aspek pemasaran fokus pada strategi promosi dan daya tarik pasar. Sementara itu, analisis manajemen sumber daya manusia menitikberatkan pada efektivitas pengelolaan karyawan dan peningkatan produktivitas perusahaan. Terakhir, aspek operasional mencakup analisis proses produksi, alur kerja, efisiensi operasional, dan penggunaan teknologi di Enigma Kopi. Kombinasi dari semua aspek ini memberikan penilaian yang menyeluruh terhadap potensi keberhasilan bisnis dalam jangka Panjang (Adnyana, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Enigma Kopi

Enigma Kopi merupakan usaha kedai kopi yang didirikan sejak tahun 2019 di Bekasi, dengan pemilik Bapak Abram Adi Prasetya. Konsep desain industrial menjadi identitas visual utama Enigma Kopi dalam menciptakan suasana yang berkarakter. Ragam varian menu yang ditawarkan meliputi berbagai kreasi minuman berbahan dasar kopi premium maupun sajian non-kopi yang menyegarkan. Pelengkap hidangan berupa aneka makanan ringan turut menambah pilihan konsumen, ditambah pengembangan menu sajian berat yang tengah

dipersiapkan sebagai inovasi kuliner masa depan. Upaya memperluas jangkauan pasar, Enigma Kopi memanfaatkan teknologi modern dengan menjalin kerja sama dengan beberapa aplikasi. Saat ini, kedai ini telah dikenal luas, terutama di kalangan pecinta kopi. Tantangan mulai muncul seiring waktu, termasuk teknologi dan digital yang terus berkembang. Pada era saat ini, banyak juga pengusaha yang memulai usaha serupa, dan situasi ini mendorong Enigma Kopi untuk lebih giat memanfaatkan peluang untuk bertahan dalam persaingan yang ketat.

Analisis Aspek

1. Aspek Pemasaran

Pemasaran merupakan ujung tombak dari sebuah aktivitas bisnis. Pemasaran merupakan aspek penting dalam keberlanjutan berjalannya sebuah bisnis. Agri bisnis bisa bertahan dan berkembang, dibutuhkan pemasaran yang hebat dan bisa mengerti kebutuhan konsumen dan pasar (Aditama & Anggoro, 2023). Strategi pemasaran Enigma Kopi dirancang dengan menerapkan konsep bauran pemasaran 4P (mix marketing), yang mencakup:

a. Product (Produk)

Enigma Kopi menghadirkan berbagai minuman dengan aneka rasa dan jenis, mulai dari minuman dengan cita rasa lembut dan creamy hingga beragam pilihan kopi seperti espresso, latte, cappuccino, serta varian unik khas Enigma. Para barista secara konsisten memperhatikan kebersihan, takaran komposisi, sehingga kualitas produk terjaga dengan optimal, serta keunikan kopi *best seller* enigma, yaitu Pulen Kopi, Kopasus, Terik (mocktail), dan juga Sore (mocktail). Keunikan rasa dan kualitas produk menjadi daya tarik yang membedakan Enigma Kopi dengan kedai kopi lainnya.

b. Price (Harga)

Penetapan harga di Enigma Kopi bervariasi namun tetap terjangkau, disesuaikan dengan segmen pasar yang ditargetkan, khususnya pelajar dan mahasiswa. Pendekatan harga yang digunakan mengadopsi strategi kompetitif, di mana harga produk dibandingkan dengan para pesaing sejenis di pasar untuk menentukan penawaran yang kompetitif.

c. Place (Tempat)

Enigma Kopi berlokasi di area strategis dengan akses yang mudah dijangkau, mampu menarik banyak pelanggan. Promosi yang tepat dan pelayanan yang memuaskan

menciptakan pengalaman menyenangkan bagi pengunjung, meskipun kedai ini berada di tengah persaingan ketat dengan bisnis serupa di sekitarnya.

d. Promotion (Promosi)

Platform digital Instagram melalui akun @enigma.kopi menjadi fokus strategi promosi Enigma Kopi dalam membangun awareness brand. Penyajian konten pemasaran mencakup visualisasi menu unggulan, testimoni konsumen, hingga informasi produk terkini. Aktivitas media sosial tersebut dikelola secara konsisten sambil menghadirkan berbagai konten inspiratif untuk meningkatkan nilai positif merek di mata konsumen. Mengusung konsep ruang outdoor dan indoor dengan desain minimalis, Enigma Kopi juga sering membagikan foto-foto spot menarik di kedainya yang cocok untuk dikunjungi dan diabadikan sebagai konten *Instagramable*.

2. Aspek Manajemen dan Manajemen Sumber Daya Manusia

Pembahasan manajemen mencakup banyak aspek yang luas. Secara umum, ia terus berkembang seiring dengan perubahan situasi dan peningkatan fungsi dalam suatu organisasi, mulai dari pengelolaan sumber daya manusia hingga administrasi keuangan perusahaan. Oleh karena itu, dengan SDM yang berkualitas, pelaksanaan studi kelayakan dapat berjalan secara efektif. (Bakti, 2023).

Enigma Kopi melaksanakan evaluasi komprehensif terhadap aspek manajemen dan sumber daya manusia. Tujuan utama analisis ini adalah menetapkan struktur organisasi yang efektif, mengidentifikasi kebutuhan pembagian tugas yang tepat, serta menentukan jumlah dan kapasitas tenaga kerja yang optimal. Proses ini membantu perusahaan memastikan keselarasan antara kebutuhan operasional dengan kemampuan dan jumlah karyawan yang dipekerjakan.

a. Struktur Organisasi

Enigma Kopi merupakan bisnis milik satu orang, yang dimana manajemen dari kedai kopi tersebut dilakukan langsung oleh pemilik. Usaha skala mikro Enigma Kopi beroperasi tanpa kebutuhan manajer dalam sistem pengelolaannya. Pemilik mengawasi aktivitas bisnis secara langsung, memastikan penerapan prosedur operasional standar (SOP) terlaksana dengan tepat.

b. Deskripsi dan Pembagian Tugas

Enigma Kopi menetapkan sistem pembagian tugas secara terstruktur untuk seluruh karyawannya. Penetapan deskripsi pekerjaan telah disusun dengan detail,

memberikan kejelasan bagi setiap personel dalam menjalankan aktivitas kerja mereka.

Tabel 1. Posisi dan Deskripsi Tugas Karyawan

No	Posisi	Tugas dan Tanggung Jawab
1.	Barista	1. Meracik beragam minuman dan menyiapkan makanan dengan cita rasa yang konsisten 2. Menggunakan peralatan dapur sesuai panduan untuk menjaga kualitas produk 3. Menjaga kebersihan area kerja demi kenyamanan bersama
2.	Kasir	1. Melayani pembayaran pelanggan dengan ramah dan teliti 2. Membuat catatan pemasukan kedai untuk diserahkan kepada pemiliknya 3. Melakukan perhitungan uang masuk sesuai dengan nota penjualan

c. Rekrutmen

Enigma Kopi menerapkan mekanisme pemrosesan melalui dua pendekatan. Metode pertama memanfaatkan jalur komunikasi internal berbasis dari mulut ke mulut, menyebarkan informasi lowongan pekerjaan secara informal antarindividu. Metode perekrutan yang kedua yaitu secara eksternal melalui bantuan platform media sosial. Enigma Kopi memanfaatkan media sosial yang banyak digunakan seperti Instagram untuk menjangkau calon karyawan yang potensial secara lebih luas dan efektif. Strategi ini memungkinkan kedai kopi tersebut mempercepat proses perekrutan karyawan dengan pendekatan yang lebih modern dan interaktif. Persyaratan rekrutmen bersifat minimalis, mencakup dokumen identitas dan *curriculum vitae* (CV) sebagai ketentuan administratif dasar.

d. Pelatihan dan Orientasi

Pemilik Enigma Kopi menerapkan program orientasi kepada karyawan baru sebagai langkah awal memperkenalkan standar operasional dan peraturan kedai. Program pelatihan diselenggarakan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang tugas-

tugas yang akan dikerjakan. Pengembangan kemampuan melalui pelatihan tidak terbatas pada karyawan baru, karyawan senior pun tetap mengikuti program ini. Sistem ini mendukung inovasi berkelanjutan demi kemajuan personal maupun perkembangan bisnis kedai kopi tersebut.

3 Aspek Operasional

Sudaryono (2011) dalam Aditi et al. (2024) menjelaskan bahwa aspek operasional mencakup elemen-elemen penting dalam pengelolaan bisnis. Evaluasi menyeluruh terhadap aspek ini bertujuan memastikan efisiensi dan efektivitas operasional yang mendukung pencapaian tujuan bisnis. Analisis cermat memungkinkan bisnis atau usaha mengoptimalkan sumber daya, mengatasi tantangan potensial, dan membangun fondasi operasional yang kuat.

a. Lokasi dan Fasilitas Kedai Kopi

Keberadaan Enigma Kopi berada di kawasan strategis Jl. Raya Setu No.49, Lubangbuaya, Kecamatan Setu, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17320. Posisi kedai pilihan memberikan kemudahan akses bagi konsumen, terutama pengendara kendaraan bermotor maupun pejalan kaki melalui jalur utama. Posisi ini memberikan keuntungan dalam hal visibilitas, yang dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan potensi penjualan.

Fasilitas yang tersedia di kedai sudah memadai dan dirancang untuk kenyamanan pelanggan. Area duduk yang cukup, meja yang nyaman, serta fasilitas parkir menjadikan Enigma Kopi sebagai tempat yang layak untuk bersantai. Namun, tidak adanya WiFi mungkin menjadi kekurangan bagi segmen pelanggan yang mengutamakan konektivitas internet. Meskipun demikian, hal ini sesuai dengan konsep awal yang ditetapkan oleh pemilik, yang lebih menekankan pada pengalaman bersosialisasi tanpa gangguan digital.

b. Jam Operasional

Enigma Kopi beroperasi setiap hari dari Senin hingga Minggu, menawarkan layanan yang konsisten kepada pelanggan. Jam operasional yang stabil ini memungkinkan pelanggan untuk mengandalkan kedai kopi ini kapan saja mereka ingin menikmati minuman. Ketersediaan layanan setiap hari juga memberikan keunggulan kompetitif, karena banyak kedai lain yang mungkin memiliki hari tutup tertentu.

Pada saat momen spesial, seperti Tahun Baru dan hari Lebaran Idul Fitri, Enigma Kopi mengambil langkah proaktif dengan memperpanjang jam operasional hingga

jam 11 malam dan bahkan sampai jam 2 pagi pada dua hari khusus tersebut. Kebijakan ini tidak hanya menunjukkan fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga berpotensi meningkatkan pendapatan selama periode permintaan tinggi.

c. Tata Letak dan Desain Interior

Tata letak Enigma Kopi dirancang dengan mempertimbangkan alur kunjungan pelanggan. Saat memasuki kedai, pengunjung akan menemukan meja pesan dan kasir di sebelah kanan, sementara area parkir terletak di sebelah kiri. Penataan ini memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan dan mendapatkan tempat duduk dengan cepat. Keberadaan area tempat duduk yang nyaman di dalam kedai juga meningkatkan kenyamanan pelanggan saat menikmati minuman.

Desain interior yang mengusung tema industrial telah terbukti menarik bagi banyak orang dan cocok dengan tren desain modern. Dengan pencahayaan yang baik dan furnitur yang stylish, kedai ini menciptakan suasana yang hangat dan mengundang. Kombinasi antara estetika yang menarik dan kenyamanan ini berkontribusi pada pengalaman positif bagi pengunjung, yang sangat penting dalam mempertahankan pelanggan dan menarik pengunjung baru.

d. Proses Produksi dan Penyajian

Proses produksi di Enigma Kopi didukung oleh penggunaan mesin dan peralatan kopi modern yang memadai. Pemilik kedai secara rutin memastikan bahwa semua peralatan yang digunakan dalam proses pembuatan kopi adalah yang terbaru, sehingga kualitas minuman yang disajikan kepada pelanggan selalu terjaga. Hal ini menjadi nilai tambah bagi kedai, karena pelanggan dapat menikmati kopi yang tidak hanya enak, tetapi juga disajikan dengan baik.

Penyajian yang cepat dan efisien juga menjadi prioritas dalam operasional Enigma Kopi. Dengan sistem yang terorganisir dan peralatan yang memadai, waktu tunggu pelanggan dapat diminimalkan. Hal ini sangat penting dalam industri makanan dan minuman, di mana kepuasan pelanggan sering kali dipengaruhi oleh kecepatan pelayanan. Oleh karena itu, pengelolaan produksi dan penyajian yang optimal merupakan salah satu elemen utama yang berkontribusi pada kesuksesan kedai kopi ini.

e. Manajemen Persediaan

Manajemen persediaan di Enigma Kopi sangat penting untuk memastikan kelancaran operasional. Pengelolaan stok bahan baku, seperti biji kopi murni, susu, dan bahan lainnya, dilakukan dengan cermat. Meskipun belum ada informasi spesifik tentang sistem pemantauan persediaan secara real-time, penting bagi pemilik untuk mengimplementasikan sistem tersebut guna menghindari kekurangan stok yang dapat mengganggu layanan.

Pengelolaan yang baik terhadap persediaan juga akan mendukung efisiensi biaya dan mencegah pemborosan. Dengan menjaga stok bahan baku yang cukup, kedai dapat memenuhi permintaan pelanggan tanpa harus menghadapi risiko kehabisan bahan baku, terutama pada jam sibuk atau saat ada promosi.

f. Teknologi dan Sistem Operasional

Enigma Kopi telah mengadopsi teknologi modern dalam sistem pemesanannya. Dengan memanfaatkan platform pemesanan online seperti GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood, kedai ini dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas. Kemudahan akses untuk memesan dari rumah ini meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan dan berpotensi menarik pelanggan baru yang lebih memilih layanan delivery.

Sistem pemesanan online yang terintegrasi tidak hanya memudahkan pelanggan, tetapi juga memberikan efisiensi operasional bagi kedai. Dengan menggunakan teknologi ini, pemilik dapat memantau pesanan dan melakukan pengelolaan yang lebih baik terhadap waktu dan sumber daya. Ini menjadi salah satu langkah penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Serta memperkuat kemampuan bersaing di pasar yang kian kompetitif.

g. Pemeliharaan dan Kebersihan

Pemeliharaan dan kebersihan peralatan di Enigma Kopi menjadi prioritas utama dalam operasional sehari-hari. Pemilik kedai memiliki jadwal pemeliharaan rutin untuk memastikan semua peralatan yang digunakan dalam proses pembuatan kopi selalu dalam kondisi optimal. Dengan menjaga kebersihan dan keandalan peralatan, kualitas produk yang disajikan kepada pelanggan dapat terjaga.

Kebersihan kedai merupakan aspek yang sangat diperhatikan, karena suasana yang bersih dan tertata rapi akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Perawatan rutin serta menjaga kebersihan tidak hanya mendukung kepuasan

pelanggan, tetapi juga membantu membangun citra positif kedai kopi. Faktor ini memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan serta reputasi bisnis.

Analisis Kelayakan Usaha Enigma Kopi

Kelayakan usaha merupakan aspek krusial yang perlu diperhatikan dalam menjalankan bisnis. Analisis kelayakan usaha memungkinkan pelaku bisnis mengevaluasi posisi usahanya dari berbagai aspek, termasuk pemasaran, manajemen sumber daya manusia dan operasional. Penilaian ini membantu pemilik usaha menentukan apakah bisnisnya layak dijalankan atau tidak, sehingga dapat menghindari potensi kerugian di masa depan. Enigma Kopi telah menjalani evaluasi berdasarkan beberapa kriteria kelayakan usaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar kriteria telah terpenuhi, mengindikasikan bahwa Enigma Kopi merupakan usaha yang layak untuk dijalankan.

Proses analisis kelayakan usaha tidak hanya bermanfaat untuk tahap awal bisnis, tetapi juga penting dilakukan secara berkala. Evaluasi rutin memungkinkan Enigma Kopi untuk terus beradaptasi dengan perubahan pasar, tren konsumen, dan dinamika industri kopi. Proses ini juga berperan dalam mengungkap bagian-bagian yang memerlukan peningkatan atau pengembangan lebih lanjut. Kesungguhan Enigma Kopi dalam mematuhi standar kelayakan bisnis mencerminkan dedikasi mereka dalam membangun usaha yang berkelanjutan serta memiliki daya saing di pasar yang kompetitif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil evaluasi dan analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap kelayakan usaha Enigma Kopi mengindikasikan peluang signifikan dalam pengembangan bisnis di masa mendatang. Kesuksesan implementasi bauran pemasaran terlihat melalui berbagai parameter bisnis yang diterapkan. Penyajian produk berkualitas premium menjadi landasan utama pengembangan usaha, diimbangi penetapan struktur harga yang bersaing di kelasnya. Pemilihan lokasi bisnis mempertimbangkan aspek strategi jangka panjang, kemudian diperkuat aktivitas promosi digital secara konsisten melalui platform media sosial. Melihat dari segi manajemen dan sumber daya manusia, Enigma Kopi memiliki struktur organisasi yang sederhana namun efektif, dengan pembagian tugas yang jelas dan sistem rekrutmen serta pelatihan yang mendukung pengembangan karyawan. aspek operasional Enigma Kopi menunjukkan potensi yang baik untuk mencapai keberhasilan, dengan lokasi strategis, fasilitas yang memadai, dan pengelolaan operasional yang

terencana, Enigma Kopi memiliki dasar yang kuat untuk menarik pelanggan dan mempertahankan bisnis dalam jangka panjang. Meskipun menghadapi persaingan yang ketat dalam industri café, komitmen terhadap kualitas produk dan layanan, serta pengelolaan yang baik pada berbagai aspek bisnis menunjukkan bahwa Enigma Kopi memiliki potensi untuk terus berkembang dan bertahan dalam industri kopi yang kompetitif

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A., & Anggoro, Y. (2023). *STUDI KELAYAKAN BISNIS :Teori, Praktek, dan Evaluasi* . AE Publishing.
- Aditi, B., Raymond, Hermanto, Hapsari, A. A., Suharto, Mattunruang, A. A., Nova, S. M., Parju, Yusnita, Fasandra, F., Susanti, E., Crefioza, O., & Hidayat, D. (2024). *Studi Kelayakan Bisnis*. CV. Gita Lentera.
- Adnyana, I. M. (2020). *STUDI KELAYAKAN BISNIS* (Melati, Ed.). Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
<http://repository.unas.ac.id/3772/1/BUKU%20SKB%202020%20OK.pdf>
- Aprillia, D. R., & Mustofa, R. H. (2022). *The Influence of Lifestyle and Product Attractiveness on Purchasing Decisions at Coffee Shop in Blora Regency*.
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220602.003>
- Bakti, S. (2023). *STUDI KELAYAKAN BISNIS* . PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Hardilawati, W. L., Sandri, S. H., & Binangkit, I. D. (2019). The Role of Innovation and E-Commerce in Small Business. *Proceedings of the International Conference of CELSciTech 2019 - Social Sciences and Humanities Track (ICCELST-SS 2019)*.
<https://doi.org/10.2991/iccelst-ss-19.2019.18>
- Maulidiyan, A.-Z. K. (2024). MENCIPTAKAN PELUANG USAHA MINUMAN SWEET JUICE MELALUI KEWIRAUSAHAAN (WMK). *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 4(11).
Pressrelease.id. (2023, December). *Trend Industri Kopi Masa Depan: Keberlanjutan Bisnis Hingga Keberlanjutan Lingkungan*. Pressrelease.Id.
- Sitinjak, A., Putri, A. E., Nasution, J. N., & Lubis, P. K. D. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Kafe Cassandra di Kota Medan. *Jurnal Akuntansi Dan Teknologi Finansial Indonesia*, 2(2), 152–162. <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/crypto.v2i2.7236>
- Sudaryono. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis*. Penerbit Salemba Empat.
- Sulistiawati, E., & Nursyamsi, I. (2020). Pengaruh Layout dan Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe. *Hasanuddin Journal of Business Strategy*,

2(2), 26–35.

- Suryo, M. A. R., & Fitria, S. (2024). Penerapan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) dalam Pengembangan Strategi Bisnis Minuman: Studi Kasus Kedai Minum Arah Coklat. *Jurnal Dinamika Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(1).
- 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.
- ZA, S. Z., & Wibowo, A. (2023). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS KEDAI KOPI (STUDI KASUS PADA KEDAI KOPI MOJO'O COFFEE DI GANG MAWAR, SEMPAJA SAMARINDA). *PRIMER: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 144–151. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i2.62>
- Zambrano Farias, F., Valls Martínez, M. del C., & Martín-Cervantes, P. A. (2021). Explanatory Factors of Business Failure: Literature Review and Global Trends. *Sustainability*, 13(18), 10154. <https://doi.org/10.3390/su131810154>.