

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA KOPI EKISIS

Putri Cantika¹, Paisal², Afrizawati³

Politeknik Negeri Sriwijaya

e-mail: putricantikapolsri@gmail.com¹, paisalconk@gmail.com², polsriafrizawati@gmail.com³

Abstrak – Penelitian ini bertujuan menganalisis kelayakan bisnis pada Usaha Kopi Eksis dengan menggunakan pendekatan *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Analisis dilakukan berdasarkan empat aspek utama, yaitu aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer melalui wawancara dengan pemilik usaha dan penyebaran kuesioner kepada 30 pelanggan, serta data sekunder berupa dokumentasi dan catatan penjualan dari berbagai sumber. Data dianalisis menggunakan Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS) untuk menentukan posisi strategi usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Kopi Eksis berada pada Kuadran I (strategi agresif), yang mengindikasikan kekuatan internal dan peluang eksternal yang tinggi. Strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi peningkatan kapasitas produksi, optimalisasi pemasaran digital, penambahan tenaga kerja, serta perencanaan keuangan melalui proyeksi arus kas dan perhitungan *Internal Rate of Return* (IRR) serta *Net Present Value* (NPV). Berdasarkan hasil tersebut, Usaha Kopi Eksis dinyatakan layak untuk dikembangkan lebih lanjut.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Analisis SWOT, IFAS & EFAS, Kopi Eksis.

Abstract – *This study aims to analyze the business feasibility of Kopi Eksis using the Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) approach to identify internal and external factors affecting its sustainability. The analysis is based on four main aspects: production, marketing, human resources, and finance. This research employs a descriptive qualitative method, with primary data collected through interviews with the business owner and questionnaires distributed to 30 customers, as well as secondary data in the form of documentation and sales records from various sources. The data were analyzed using the Internal Factor Analysis Summary (IFAS) and External Factor Analysis Summary (EFAS) matrices to determine the business's strategic position. The results indicate that Kopi Eksis is positioned in Quadrant I (aggressive strategy), signifying strong internal strengths and high external opportunities. Recommended development strategies include increasing production capacity, optimizing digital marketing, adding human resources, and improving financial planning through cash flow projections and calculations of the Internal Rate of Return (IRR) and Net Present Value (NPV). Based on these findings, Kopi Eksis is considered feasible for further development.*

Keywords: Business Feasibility Study, SWOT Analysis, IFAS, EFAS, Kopi Eksis.

PENDAHULUAN

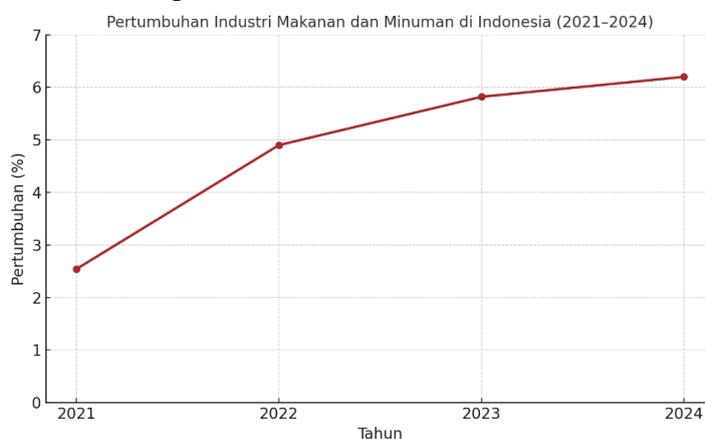
Kewirausahaan (*entrepreneurship*) kini menjadi salah satu faktor kunci yang mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Secara umum, kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses dinamis dalam menciptakan nilai tambah terhadap barang maupun jasa, sekaligus meningkatkan kesejahteraan (Saragih, 2017). Seorang wirausahawan merupakan individu yang mampu mengidentifikasi dan menilai peluang usaha, memanfaatkan serta mengelola sumber daya yang ada, dan mengambil langkah strategis untuk meraih keberhasilan.

Di era modern ini, kewirausahaan tidak lagi dipandang sebagai aktivitas berisiko tinggi tanpa perencanaan, melainkan sebagai kegiatan yang membutuhkan analisis sistematis dan perencanaan matang. Salah satu aspek penting dalam membangun usaha yang berkelanjutan adalah melakukan studi kelayakan bisnis yang komprehensif sebelum mengimplementasikan ide bisnis tersebut.

Studi kelayakan merupakan proses analisis mendalam terhadap suatu ide bisnis untuk menilai berbagai faktor yang memengaruhi kelayakannya, sehingga dapat diputuskan apakah usaha tersebut layak dijalankan. Studi kelayakan bisnis tidak hanya menilai kemungkinan bisnis dapat dibangun, tetapi juga mengevaluasi potensi perkembangannya serta kemampuannya menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang (Arifudin, et al. 2020). Penilaian ini mencakup beberapa aspek penting seperti produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan aspek keuangan.

Aspek produksi berkaitan dengan perhitungan harga pokok produksi yang mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (Bususan et al. 2024). Dalam konteks usaha Kopi Eksis, analisis produksi meliputi produksi minuman kopi dan non-kopi per hari, kualitas produk, serta penerapan standar operasional. Pada aspek pemasaran, yang dimaknai sebagai proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa atau ide (Rofa et al. 2021). Tujuannya adalah membangun serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan pemangku kepentingan. Analisis pemasaran di Kopi Eksis mencakup strategi harga dan promosi melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta penjualan *e-commerce* seperti *gofood*, *grabfood* dan *shopeefood*. Sementara itu, aspek sumber daya manusia (SDM) mengacu pada individu yang bekerja dalam suatu organisasi (Amelia et al. 2022). SDM berperan sebagai penggerak, pemikir dan perencana dalam mencapai tujuan organisasi. Pada Kopi Eksis, analisis SDM difokuskan pada kinerja, produktivitas dan potensi pengembangan karyawan. Terakhir, Aspek keuangan digunakan untuk menilai kondisi finansial perusahaan secara menyeluruh (Aliefah and Nandasari 2022). Aspek ini memiliki peran yang sama pentingnya dengan aspek lain dalam menentukan keberlanjutan usaha. Aspek keuangan pada usaha Kopi Eksis akan menganalisis proyeksi arus kas pada pendapatan penjualan dan pengeluaran.

Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat untuk mengembangkan usaha di berbagai sektor, termasuk Industri makanan dan minuman di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang baik selama periode 2021-2024.



Gambar 1. Data Makanan dan Minuman di Indonesia tahun 2021-2024

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2025

Berikut adalah grafik pertumbuhan Industri makanan dan minuman di Indonesia dari data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 sampai 2024. Pada tahun 2021, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 2,54% di tengah pandemi Covid-19 yang menunjukkan resiliensi sektor ini. Pertumbuhan terus meningkat pada tahun 2022 sebesar 4,90% seiring dengan meningkatnya konsumsi domestik. Pada tahun 2023, pertumbuhan ini sebesar 5,82% didorong oleh tren gaya hidup sehat, makanan siap saji dan peningkatan pemanfaatan platform digital oleh pelaku usaha. Sementara itu, pada tahun 2024, pertumbuhan industri ini diperkirakan mencapai 6,20% dengan pemulihan ekonomi nasional dan semakin kuatnya digitalisasi UMKM serta meningkatnya investasi pada subsektor

minuman dan kopi. Grafik ini menunjukkan tren positif dan peningkatan setiap tahunnya, yang mencerminkan peluang besar di sektor ini, termasuk untuk usaha *Coffeeshop* dimana telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern sebagai minuman yang tidak hanya dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan kafein, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup dan budaya sosial. Fenomena ini ditandai dengan meningkatnya konsumsi kopi, terutama di kalangan generasi muda, bisnis *Coffeeshop* semakin berkembang pesat di berbagai daerah. *Coffeeshop* tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati kopi, tetapi juga sebagai ruang berkumpul, bekerja dan bersosialisasi juga menghadirkan konsep dengan tema yang unik dan inovatif dan pengalaman baru bagi konsumen sehingga menjadikan bisnis ini memiliki potensi pasar yang luas dan beragam.

Salah satu usaha kopi yang menarik dikaji adalah Kopi Eksis yang merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang *Coffeeshop* dengan konsep yang kekinian, dimana setiap harinya selalu ramai dikunjungi konsumen karena menawarkan berbagai varian minuman berbasis kopi dan non-kopi yang harganya terjangkau menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki Kopi Eksis ditengah persaingan industri kopi yang semakin ketat.

Berikut data penjualan (cup) yang terjual dalam tiga (3) tahun terakhir di Kopi Eksis.

Tabel 1. Jumlah Cangkir Kopi (cup) yang terjual Tahun 2022-2024

No	Tahun	Penjualan (cup)	Rata-rata per bulan
1	2022	7.965	664
2	2023	9.034	753
3	2024	12.085	1.007

Sumber: Pemilik Kopi Eksis, 2025

Seiring dengan peningkatan jumlah penjualan yang signifikan dari tahun ke tahun, usaha Kopi Eksis menghadapi tantangan dalam aspek sumber daya manusia. Berdasarkan data pada tabel 1 diatas, penjualan meningkat pada tahun 2022-2023 penjualan berkisar 600-700 cup per bulan dan di tahun 2024 penjualan meningkat menjadi 900-1000+ cup perbulannya. Peningkatan penjualan berdampak langsung pada kapasitas kerja karyawan yang tersedia dalam operasional harian, baik dalam proses pembuatan minuman, pelayanan pelanggan, hingga pengelolaan logistik bahan baku. Jika tidak diimbangi dengan penambahan jumlah tenaga kerja, maka dikhawatirkan akan terjadi penurunan kualitas layanan, keterlambatan pelayanan serta meningkatnya beban kerja yang dapat berujung pada kelelahan karyawan dan penurunan produktivitas. Oleh karena itu, salah satu langkah strategis yang harus dipertimbangkan adalah penambahan jumlah karyawan untuk menjaga kualitas pelayanan dan kelancaran operasional bisnis.

Namun, dalam menjalankan suatu bisnis, diperlukan analisis yang komprehensif untuk memastikan bahwa usaha tersebut layak dan memiliki prospek yang baik untuk berkembang. Oleh karena itu, diperlukan studi kelayakan bisnis sebagai alat untuk menilai apakah Kopi Eksis memiliki peluang sukses dalam jangka panjang.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih luas bagi pemilik usaha maupun calon investor terkait prospek pengembangan bisnis Kopi Eksis. Selain itu, hasil studi kelayakan ini dapat dijadikan acuan dalam menetapkan keputusan strategis, sehingga kegiatan usaha dapat dijadikan acuan dalam menetapkan keputusan strategis, sehingga kegiatan usaha dapat berlangsung secara efektif dan berkesinambungan. Melalui analisis yang komprehensif, Kopi Eksis dapat merumuskan langkah-langkah strategis yang tepat untuk meningkatkan daya saing serta menjamin kelangsungan bisnis dalam jangka panjang. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini di beri judul “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kopi Eksis”.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian akhir ini, metode yang diterapkan adalah analisis matriks SWOT. Pengumpulan data mencakup data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui wawancara dengan pemilik usaha serta penyebaran kuesioner kepada pelanggan, kemudian diolah oleh peneliti. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumentasi, catatan penjualan, jurnal, serta informasi dari situs web, yang berfungsi sebagai pelengkap data primer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT Faktor Internal dan Eksternal

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dalam bisnis. Dalam konteks usaha Kopi Eksis, analisis SWOT dilakukan untuk memahami posisi bisnis secara internal dan eksternal, sehingga dapat dirumuskan strategi pengembangan yang tepat. Adapun tabel Analisis SWOT sebagai berikut:

Tabel 1. Matriks Faktor Strategi Internal IFAS

Faktor Internal (IFAS)	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strengths)			
Minuman memiliki rasa yang enak & konsisten	0,1114	3,67	0,4086
Harga minuman cukup terjangkau	0,1135	3,73	0,4236
Tempatnya nyaman	0,1145	3,77	0,4312
Pelayanan ramah, baik dan komunikatif	0,1074	3,53	0,3795
Promosi di instagram menarik dan informatif	0,1125	3,70	0,4161
Kelemahan (Weaknesses)			
Jumlah karyawan terbatas	0,1114	3,67	0,4086
Promosi belum konsisten & tidak ada program loyalitas	0,1044	3,43	0,3583
Jam operasional terbatas	0,1125	3,70	0,4161
Tidak ada seragam khusus	0,1125	3,70	0,4161
Total	1,00		3,6583

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan Matriks IFAS, diperoleh total skor sebesar 3,6583. Nilai ini menunjukkan bahwa kekuatan internal usaha Kopi Eksis memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan kelemahannya yang menandakan bahwa secara internal, usaha ini tergolong kuat dan mampu mengelola kelemahannya secara efektif.

Tabel 2. Matriks Faktor Strategi Eksternal EFAS

Faktor Eksternal (EFAS)	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)			
Pertumbuhan industri F&B dan tren coffeeshop	0,1284	3,77	0,4837
Potensi promosi digital dan e-commerce	0,1318	3,87	0,5097
Lokasi strategis	0,1193	3,50	0,4176
Berkolaborasi dengan influencer atau food blogger	0,1216	3,57	0,4337

Menghadirkan inovasi produk yang sesuai tren pasar	0,1250	3,67	0,4583
Ancaman (Threats)			
Harga bahan baku tidak stabil	0,1295	3,80	0,4923
Banyak pesaing/kompetitor	0,1295	3,80	0,4923
Perubahan selera konsumen	0,1148	3,37	0,3864
Total	1,00		3,6739

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel EFAS diperoleh total skor sebesar 3,6739. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Kopi Eksis memiliki peluang yang cukup besar di lingkungan eksternal dan mampu menghadapi beberapa ancaman yang perlu diantisipasi.

Analisis Matriks IFAS & EFAS SWOT

Matriks SWOT adalah alat analisis strategis yang menggabungkan faktor internal (*Strengths & Weaknesses*) dan faktor eksternal (*Opportunities & Threats*) untuk menghasilkan strategi pengembangan usaha yang tepat. Matriks ini terdiri dari 4 jenis strategi utama yaitu:

Tabel 3. Matriks IFAS & EFAS SWOT

EFAS	IFAS	Strength (S) Kekuatan 1. Produk variatif & harga terjangkau 2. Tempat nyaman, estetik dan instagramable 3. Lokasi strategis mudah ditemukan di tengah kota (di pinggir jalan) 4. Menggunakan bahan baku dan mesin yang berkualitas sesuai standar operasional	Weaknesses (W) Kelemahan 1. Jumlah karyawan yang terbatas 2. Promosi masih kurang maksimal
	Opportunities (O) Peluang 1. Pertumbuhan industri F&B dan tren Coffeeshop 2. Potensi Digitalisasi marketing dan platform e-commerce	Strategi S-O 1. Mengoptimalkan tempat yang estetik dan nyaman untuk menarik pelanggan baru melalui media sosial 2. Mengembangkan varian menu baru berbasis tren minuman kekinian untuk menarik lebih banyak pelanggan 3. Mengadakan event atau promosi rutin agar menarik komunitas dan pelanggan baru	Strategi W-O 1. Memperkuat promosi digital secara konsisten untuk menutup keterbatasan jumlah karyawan 2. Memperluas jangkauan layanan delivery online 3. Mencari mitra/investor untuk mengajukan kerja sama untuk membuka cabang baru 4. Menerapkan program loyalitas pelanggan
	Threats (T) Ancaman 1. Persaingan coffee shop semakin ketat 2. Harga bahan baku yang tidak stabil 3. Perubahan selera konsumen	Strategi S-T 1. Menjaga kualitas bahan baku dan pelayanan agar tetap unggul meskipun persaingan meningkat 2. Memperkuat branding melalui konten kreatif di media sosial 3. Menyusun strategi harga untuk menghadapi fluktuasi bahan baku	Strategi W-T 1. Melakukan efisiensi biaya dan perencanaan keuangan yang lebih matang agar tetap stabil meski harga bahan baku naik 2. Meningkatkan pelatihan karyawan agar dengan jumlah terbatas tetapi bisa memberikan layanan optimal ditengah persaingan yang ketat 3. Membuat inovasi menu dan

		suasana tempat secara berkala
--	--	-------------------------------

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Berdasarkan hasil Matriks SWOT diatas, dapat diperoleh 4 alternatif strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi peluang, memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman, mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman dengan meminimalkan kelemahan. Berikut dibawah ini merupakan uraian strategi alternatif yang dapat dilakukan untuk kelayakan dan pengembangan pada usaha Kopi Eksis sebagai berikut:

1. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

Merupakan pendekatan yang bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan internal untuk memaksimalkan peluang eksternal. Adapun strategi yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Mengoptimalkan tempat yang estetik dan nyaman untuk menarik pelanggan baru melalui media sosial.
Kopi Eksis telah memiliki dalam konsep interior dan rooftop yang estetik. Ini sangat cocok dipromosikan melalui Instagram & Tiktok agar menjangkau lebih banyak anak muda.
- b. Mengembangkan varian menu baru berbasis tren minuman kekinian untuk menarik lebih banyak pelanggan.
Tren minuman kekinian (matcha, redvelvet, boba, tiramisu, latte, dll) bisa diadaptasi oleh Kopi Eksis untuk terus menarik sleera pasar.
- c. Mengadakan event atau promosi rutin agar menarik komunitas dan pelanggan baru.
Misalnya mengadakan “Ngopi Bareng Komunitas”, live musik akustik atau kelas barista untuk meningkatkan kunjungan dan loyalitas dan Memaksimalkan penjualan dengan promosi di media sosial atau platform digital *e-commerce* (Gofood, Grabfood dan Shopeefood).

2. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)

Merupakan pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk memperbaiki atau menanggulangi kelemahan internal dengan cara memanfaatkan peluang yang tersedia di lingkungan eksternal. Adapun strategi yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Memperkuat promosi digital secara konsisten untuk menutup keterbatasan jumlah karyawan.
Kopi Eksis memaksimalkan media sosial dan platform digital seperti Instagram, Tiktok, WhatsApp Business, hingga Google Maps untuk memberikan informasi tanpa harus bertatap muka. dan juga membuat jadwal konten, kerja sama dengan *food blogger* atau *influencer*, serta promo online bisa dijalankan meski karyawan terbatas.
- b. Memperluas jangkauan layanan delivery online.
Kopi Eksis mengoptimalkan penjualan lewat platform seperti Gofood, Grabfood dan Shopeefood agar pelanggan tetap bisa membeli tanpa harus datang ke kedai dan transaksi tetap berjalan walaupun pelayanan di tempat terbatas karena kekurangan staf.
- c. Mencari mitra/investor untuk mengajukan kerja sama untuk membuka cabang baru.
Membuka sistem mitra/*franchise* bisa menjadi solusi ekspansi tanpa menambah beban operasional pusat.
- d. Menerapkan program loyalitas pelanggan.
Seperti member card atau poin reward untuk meningkatkan retensi pelanggan sekaligus mendorong pembelian berulang di Kopi Eksis.

3. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

Bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi atau menghindari dampak dari ancaman eksternal. Dalam konteks Kopi Eksis, strategi ini sangat penting untuk menghadapi persaingan bisnis yang sangat ketat dan munculnya kompetitor baru. Adapun strategi yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

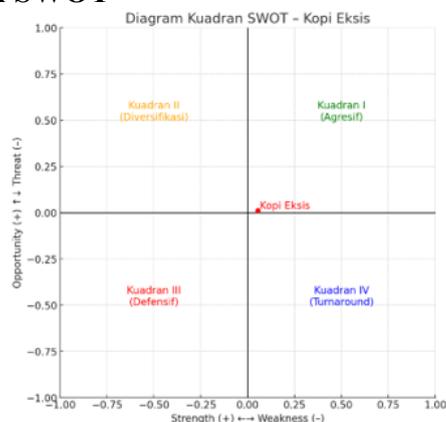
- a. Menjaga kualitas bahan baku dan pelayanan agar tetap unggul meskipun persaingan meningkat.
Konsistensi rasa dan pelayanan cepat membuat pelanggan tidak mudah pindah ke *coffee shop* lain meskipun banyak pilihan.
- b. Memperkuat branding melalui konten kreatif di media sosial.
Dengan kekuatan visual tempat dan varian menu yang menarik, branding harus dikuatkan agar tetap “eksis” di tengah persaingan.
- c. Menyusun strategi harga untuk menghadapi fluktuasi bahan baku.
Menawarkan promo hemat agar tetap menarik meskipun harga bahan naik.

4. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)

Merupakan bentuk strategi dengan menekan kelemahan internal dan menghindari dampak negatif dari ancaman eksternal seperti. Adapun strategi yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan efisiensi biaya dan perencanaan keuangan yang lebih matang agar tetap stabil meski harga bahan baku naik.
Mengatur ulang anggaran seperti memilih supplier yang lebih kompetitif, memesan bahan baku dalam jumlah besar atau mengganti bahan penunjang dengan yang lebih ekonomis, menyederhanakan stok agar usaha tetap menguntungkan dan tidak tertekan oleh fluktuasi harga bahan baku.
- b. Meningkatkan pelatihan karyawan agar dengan jumlah terbatas tetapi bisa memberikan layanan optimal ditengah persaingan yang ketat
Saat kompetitor semakin banyak maka pelayanan Kopi Eksis harus makin optimal dan cepat, sehingga pelanggan tetap puas meskipun karyawan terbatas. Maka, karyawan perlu dilatih agar multitalenta misalnya barista bisa sekaligus kasir, atau pelayan bisa membantu membuat minuman ringan
- c. Membuat inovasi menu dan suasana tempat secara berkala
Agar konsumen tidak bosan dan tetap merasa tertarik datang kembali dengan cara menambah varian minuman musiman seperti kopi pandan, coconut latte, dll dan menambahkan tema dekorasi yang estetik di area rooftop. Hal ini untuk mencegah pelanggan berpindah ke kompetitor.

Analisis Diagram Kuadran SWOT



Gambar 1. Diagram Kuadran SWOT

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Pada penentuan Kuadran SWOT dimana Sumbu X= $3,6583 - 2,5 = 1,1583$ (positif) dan

Sumbu Y = $3,6739 - 2,5 = 1,1739$ (positif). Dengan total skor IFAS dan EFAS yang sama-sama berada di atas rata-rata, dijadikan nilai standar pembandingan karena skala 1-4 memiliki batas tengah yaitu 2,5, maka posisi usaha Kopi Eksis berada di Kuadran I (Strategi Agresif) pada Matriks SWOT. Maka, Strategi pengembangan Kopi Eksis yang dapat diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Mengoptimalkan promosi digital melalui Instagram, Tiktok, dan platform *e-commerce* secara konsisten.
2. Menambah inovasi produk yang mengikuti tren pasar seperti menu musiman atau varian lokal.
3. Meningkatkan kapasitas pelayanan dengan menambah jumlah karyawan dan pelatihan SOP pelayanan.
4. Menjaga kualitas dan konsistensi rasa, dengan pengawasan bahan baku serta penggunaan peralatan produksi yang modern.
5. Menyusun program loyalitas pelanggan, seperti stempel kopi, voucher cashback atau promo bundling.

Analisis SWOT

Analisis SWOT Produksi

Kekuatan (*Strength*)

1. Standar Operasional Produksi (SOP) telah diterapkan dengan baik sehingga menjamin konsistensi rasa dan efisiensi produksi. Adapun bahan baku yang digunakan sudah berkualitas tinggi serta proses produksi memiliki kontrol kualitas yang baik.

Kelemahan (*Weaknesses*)

1. Harga bahan baku seperti biji kopi yang sering mengalami fluktuasi, disebabkan oleh cuaca, sehingga dapat mempengaruhi stabilitas biaya produksi dan harga jual produk.

Peluang (*Opportunities*)

1. Tren peningkatan konsumsi kopi gaya hidup “ngopi” yang terus tumbuh meningkat. Dimana peluang pasar dari kelas bawah sampai menengah semakin luas di kalangan muda.

Ancaman (*Threats*)

1. Ketatnya persaingan menuntut inovasi kualitas produk secara konsisten. Banyaknya kompetitor menawarkan minuman sejenis, sehingga Kopi Eksis harus tetap unggul.

Strategi pengembangan produksi yang dapat dilakukan Kopi Eksis meliputi:

1. Mengembangkan varian menu dengan tetap mempertahankan standar kualitas untuk menarik segmentasi pasar dan meningkatkan kapasitas produksi secara efisien dengan penggunaan SOP dan kontrol kualitas yang konsisten, agar mampu memenuhi permintaan pasar yang semakin luas.
2. Menjaga keunggulan rasa dan kualitas produk secara konsisten dan mengembangkan inovasi dalam penyajian atau kemasan produk yang unik dan menarik untuk membedakan diri dari kompetitor.
3. Menjalin kemitraan dengan petani lokal atau supplier tetap untuk memperoleh bahan baku dengan harga stabil agar produksi tidak terganggu saat tren konsumsi meningkat dan melakukan efisiensi biaya produksi lainnya untuk mengimbangi lonjakan biaya bahan baku dan tetap kompetitif dalam harga produk.

Analisis SWOT Pemasaran

Kekuatan (*Strength*)

1. Aktif melakukan promosi dan video kreator di media sosial seperti Instagram dengan konten visual dan video kreatif untuk promosi produk, membangun brand image, dan menjangkau pasar yang lebih luas terutama kalangan muda dan pengguna aktif media sosial.
2. Lokasi usaha cukup strategis, dekat tengah-tengah kota dan tidak jauh dari permukiman penduduk sehingga mudah dijangkau oleh berbagai kalangan. Meskipun tidak terletak di

pinggir jalan raya utama, Kopi Eksis ini tetap mudah ditemukan karena berada di pinggir jalan tempatnya dirancang dengan suasana yang nyaman dan estetik.

Kelemahan (*Weaknesses*)

1. Kegiatan promosi yang dilakukan Kopi Eksis saat ini lebih dominan menggunakan media sosial Instagram, sementara pemanfaatan platform untuk pemasaran tiktok masih kurang optimal.
2. Branding belum cukup terkenal. Dimana kesadaran merek terhadap Kopi Eksis yang tergolong masih rendah jika dibandingkan dengan kompetitor yang sudah lebih lama beroperasi dan memiliki cabang.

Peluang (*Opportunities*)

1. Berkolaborasi atau kerja sama dengan Event komunitas, Pop-up booth dan *food blogger* atau *influencer*. Kopi Eksis memiliki peluang besar untuk menambah *exposure* dan memperluas jangkauan pasar.
2. Memanfaatkan digitalisasi marketing, media sosial sebagai sarana promosi gratis atau berbiaya rendah dan juga platform digital *e-commerce* kuliner seperti Gofood, Grabfood dan Shopeefood untuk memperluas jangkauan pasar.

Ancaman (*Threats*)

1. Persaingan antar coffee shop di Palembang semakin tinggi dan Banyaknya kompetitor di sekitar lokasi. Industri *coffee shop* saat ini dipenuhi oleh banyak pemain baru dengan konsep unik dan harga yang kompetitif. Persaingan yang tinggi ini menjadi ancaman bagi Kopi Eksis untuk mempertahankan pelanggan.
2. Perubahan tren selera konsumen yang sangat cepat. Hal ini Kopi Eksis harus memperbarui menu agar tidak ketinggalan.

Strategi pengembangan pemasaran yang dapat dilakukan Kopi Eksis yaitu:

1. Optimalisasi digital marketing, dengan cara kolaborasi influencer, promosi video, membuat konten viral, event lokal, platform pemesanan makanan online dan testimoni pelanggan loyal untuk meningkatkan kepercayaan publik.
2. Menawarkan paket bundling atau promo eksklusif khusus pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah ketatnya persaingan dan menekankan keunggulan harga yang terjangkau dan kenyamanan tempat untuk menjangkau pasar digital dan non-digital.
3. Meningkatkan kualitas layanan dan inovasi baru yang adaptif terhadap tren pasar dan memperkuat loyalitas pelanggan misalnya poin reward untuk pembelian, giveaway, atau kartu member.

Analisis SWOT Sumber Daya Manusia (SDM)

Kekuatan (*Strength*)

1. Pelayanan ramah, hangat, profesional, dan komunikatif kepada pelanggan. Dimana mereka tidak hanya menjual produk saja tetapi pelayanan dan interaksi ke pelanggan, sehingga pelanggan merasa dihargai dan nyaman berada di tempat tersebut.

Kelemahan (*Weaknesses*)

1. Belum ada struktur organisasi yang jelas. Dimana tanggung jawab antar karyawan masih tumpang tindih karena jumlah karyawan yang terbatas. Sehingga dikhawatirkan saat pengunjung ramai mereka menunggu pesannya menjadi lama.

Peluang (*Opportunities*)

1. Berkolaborasi dengan komunitas. Kopi Eksis memiliki peluang besar untuk melakukan kolaborasi dengan berbagai komunitas lokal, seperti komunitas kreatif, konten kreator atau pengusaha muda. Kolaborasi ini tidak hanya menciptakan nilai tambah dalam bentuk acara atau kegiatan (*event-based marketing*), tetapi juga membuka peluang peningkatan *soft skill* bagi karyawan melalui aktivitas seperti *workshop*, *open mic night* atau bazar

UMKM. Para karyawan juga dapat belajar beradaptasi, berkomunikasi dengan publik, dan mengelola acara.

Ancaman (*Threats*)

1. Kelelahan kerja karena karyawan yang sedikit tetapi penjualan meningkat. Hal ini bisa berdampak langsung pada kapasitas kerja karyawan yang dikhawatirkan akan terjadi penurunan produktivitas dan pelayanan kepada pelanggan.

Strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dapat dilakukan Kopi Eksis yaitu:

1. Diperlukan tenaga tambahan jumlah karyawan secara bertahap untuk mengatasi kelemahan, penambahan karyawan ini akan membantu menciptakan organisasi yang lebih jelas, membagi tugas secara efektif, dan menjaga kualitas pelayanan tetap optimal

Analisis SWOT Keuangan

Kekuatan (*Strength*)

1. Harga produk terjangkau. Salah satu kekuatan dan keunggulan utama Kopi Eksis ini adalah menawarkan berbagai varian minuman berbasis kopi dan non kopi yang harganya sangat terjangkau dan ramah dikantong bagi berbagai kalangan, mulai dari pelajar hingga pekerja.

Kelemahan (*Weaknesses*)

1. Pencatatan masih manual dan sederhana. Hal ini dikhawatirkan rentan kesalahan atau tidak terdokumentasi baik dan belum adanya Laporan keuangan yang lengkap, dimana hanya mencatat pemasukan dan pengeluaran belum ada neraca atau laba rugi.

Peluang (*Opportunities*)

1. Peluang kerja sama dengan event, wedding, dll. Dimana potensi peningkatan pendapatan atau omset Kopi Eksis bertambah dari luar penjualan harian.

Ancaman (*Threats*)

1. Harga bahan baku yang mempengaruhi harga jual. Dimana pengeluaran sulit diprediksi dan harga bahan baku utama seperti biji kopi, dan lain-lain mengalami kenaikan akibat faktor eksternal seperti perubahan iklim, inflasi dan gangguan pasokan. Hal ini berdampak pada peningkatan biaya produksi dan memaksa penyesuaian harga jual yang bisa menurunkan daya beli konsumen.
2. Pesaing menawarkan harga diskon besar. Hal ini akan menyebabkan menurunkan volume penjualan di Kopi Eksis.

Strategi pengembangan keuangan yang dapat dilakukan Kopi Eksis yaitu:

1. Menjaga harga tetap terjangkau dengan cara efisiensi biaya dan menjalin kerja sama dengan supplier tetap serta membuat anggaran cadangan untuk menghadapi naik turunnya harga bahan baku.
2. Memanfaatkan peluang kerjasama dengan event (wedding, seminar, dll) untuk menambah penghasilan dari luar penjualan harian.
3. Melakukan evaluasi keuangan secara berkala dan mengubah pencatatan keuangan dari manual ke digital agar lebih rapi, akurat dan mudah dianalisis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan analisis studi kelayakan bisnis pada usaha Kopi Eksis yang dikaji aspek produksi, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia aspek keuangan menggunakan analisis SWOT, Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Aspek Produksi

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada aspek produksi, dapat disimpulkan bahwa Kopi Eksis Layak, karena memiliki kekuatan utama pada penerapan Standar Operasional Produksi (SOP) yang baik, penggunaan bahan baku berkualitas, serta adanya kontrol kualitas yang menjamin konsistensi rasa dan efisiensi proses produksi. Adapun strategi

pengembangan produksi dilakukan adalah menjaga kualitas dalam penyajian atau kemasan, serta menjalin kerja sama dengan pemasok supplier atau petani lokal untuk menjaga kestabilan pasokan bahan baku dan efisiensi biaya produksi.

2. Aspek Pemasaran

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada aspek pemasaran, dapat disimpulkan bahwa Kopi Eksis Layak, karena memiliki kekuatan dalam hal promosi aktif melalui media sosial Instagram dan lokasi usaha yang strategis, yang mampu menarik perhatian pasar khususnya kalangan muda. Adapun strategi pengembangan pemasaran yang dapat diterapkan yaitu Optimalisasi digital marketing dengan menggandeng influencer, konten kreatif, dan menambah penggunaan media seperti Tiktok. Penawaran promosi dan paket bundling untuk meningkatkan loyalitas pelanggan serta Peningkatan kualitas layanan serta inovasi menu dan program loyaliti agar tetap relevan dan kompetitif di tengah tren dan persaingan yang terus berkembang.

3. Aspek Sumber Daya Manusia

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada aspek Sumber Daya Manusia (SDM), dapat disimpulkan bahwa Kopi Eksis Layak, karena memiliki keunggulan utama dalam hal pelayanan yang ramah, profesional, dan komunikatif kepada pelanggan, yang menciptakan pengalaman positif dan kenyamanan bagi pengunjung. Adapun strategi pengembangan SDM yang perlu segera diterapkan Kopi Eksis adalah untuk ke depannya, diperlukan penambahan tenaga kerja secara bertahap guna mengatasi kelemahan yang ada. Upaya ini dapat dilakukan tanpa mengurangi laba atau profit usaha, misalnya dengan menambah variasi menu atau menyesuaikan harga jual secara wajar.

4. Aspek Keuangan

Berdasarkan hasil perhitungan NPV Positif dan IRR diatas 15% maka usaha Kopi Eksis ini menguntungkan dan layak dikembangkan dari sisi aspek keuangan. Dari hasil analisis SWOT pada aspek keuangan, dapat disimpulkan bahwa Kopi Eksis memiliki kekuatan utama pada harga produk yang terjangkau, sehingga mampu menjangkau berbagai segmen konsumen, mulai dari pelajar hingga pekerja. Adapun strategi pengembangan keuangan yang dapat dilakukan antara lain adalah menjaga kestabilan harga melalui efisiensi biaya dan kerja sama dengan supplier tetap, memanfaatkan peluang kerja sama acara untuk menambah penghasilan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran berikut untuk pengembangan usaha Kopi Eksis:

1. Untuk Kopi Eksis

- a. Untuk kedepannya, Pemilik usaha disarankan menambah jumlah tenaga kerja secara bertahap guna mengimbangi peningkatan penjualan serta menjaga kualitas pelayanan agar tetap optimal. Upaya ini dapat dilakukan tanpa mengurangi laba usaha, misalnya dengan menambah variasi menu atau menyesuaikan harga jual secara wajar.
- b. Promosi sebaiknya berkolaborasi dengan komunitas/influencer. serta optimalisasi platform digital sebagai upaya memperbesar pangsa pasar dan disarankan membuat program loyalitas pelanggan, seperti promo bundling, voucher atau diskon khusus untuk member yang dapat meningkatkan retensi pelanggan.
- c. Diperlukan Monitoring dan Evaluasi berkala terhadap aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan agar usaha tetap berjalan efisien dan dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar dan perilaku konsumen.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya dianalisis menggunakan metode analisis SWOT secara kualitatif. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan metode seperti Business Model Canvas (BMC) guna melihat secara komprehensif tentang

nilai proposisi, segmen pelanggan, alur distribusi, struktur biaya, dan sumber pendapatan dari bisnis yang dianalisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliefah, Aniesatun Nurul, and Eka Arilia Nandasari. 2022. "Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran Dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen." *Lab* 6(01): 40–56. doi:10.33507/labatila.v5i02.475.
- Amelia, Anika, Khoirul Ardani Manurung, and Daffa Baihaqi Purnomo. 2022. Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam* 21(2): 28–38. doi:10.47467/mk.v21i2.935.
- Arifudin, Opan, Yayan Sofyan, and Rahman Tanjung. 2020. Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis* 4(2): 41–52. doi:10.31294/jeco.v4i2.8199.
- Audina, Mia, Rita Yunus, Calvin A Parinding, and M. Anwar Nasruddin. 2024. The Role of Micro, Small, and Medium Enterprises in Improving Community Welfare. *Golden Ratio of Data in Summary* 4(1): 81–89. doi:10.52970/grdis.v4i1.516.
- Bate'e, Anisa Triyana, Dita Lia Septiani, Gilang Pradana, Sheila Ramadhani Krisanti, and RR. Wening Ken Widodasih. 2024. Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 9(1): 21–35.
- Bususan, Pecel, D I Cikarang, Utara Ditinjau, Dari Aspek, Pasar Pemasaran, Aspek Produksi, and D A N Aspek. 2024. Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada UMKM Sambel "Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan." 5(4): 1-8.
- Candra Susanto, Primadi, Dewi Ulfah Arini, Lily Yuntina, Josua Panatap Soehaditama, and Nuraeni Nuraeni. 2024. Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin* 3(1): 1–12. doi:10.38035/jim.v3i1.504.
- Dunan, Hendri, and Berka Angestu. 2020. Penjualan Pada Love Shop Boutique di Bandar Lampung Analysis of Business Strategies in an Effort To. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 11(1): 50–52.
- Ernawati, Ernawati, Indratmo Soekarno, Joko Siswanto, and Yadi Suryadi. 2021. Aspek Sumber Daya Manusia Yang Kompeten Sebagai Pendukung Utama Urban Farming. *Jurnal Keteknikan Pertanian Tropis dan Biosistem* 9(1): 1–7. doi:10.21776/ub.jkptb.2021.009.01.01.
- Fadli, Muhammad Rijal. 2021. Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Jurnal Humanika* 21(1): 33–54. doi:10.21831/hum.v21i1.38075.
- Febriyanti. 2021. Analisis Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Kepiting Soka Di Borneo Tarakan). *Jurnal Ekonomi Pembangunan* (1): 17-64.
- Garside, Annisa Kesy, Teguh Baroto, and Ode Rapija Gunarimba Waibo. 2020. Penguatan Aspek Produksi Dan Pemasaran Pada Usaha Keripik Singkong Mix Sayur. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)* 4(1): 43-61. doi:10.30595/jppm.v0i0.4614.
- Irmawati. 2015. Analisis Kelayakan Finansial dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Rumahan Gula Semut. *Jurnal Ekonomi Manajemen* (1): 76–94.
- Ischak, Wenny Ino, Bun Yamin Badjuka, and Zulfiayu. 2019. Teknik Pengumpulan Data. *Modul Riset Bisnis*. 12: 99–119.
- Mahanum. 2021. Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY: Journal of Education* 1(2): 1–12. doi:10.52121/alacrity.v1i2.20.
- Manap, Abdul, Indra Sani, Sudirman Acai, Noviany Henny, Taher Rambe, Muhammad, Raflina Rina, Adnan Yudi, et al. 2021. Marketing Mix. *Jurnal Manajemen Pemasaran*

- Jasa Konsep Dasar Dan Strategi. 6(11), 951-952
- Mashuri, Mashuri, and Dwi Nurjannah. 2020. Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1(1): 97–112. doi:10.46367/jps.v1i1.205.
- Muhammad Aditya Wilman, Muhammad Amir Mahfuzh, Muhammad Ervan Firdaus, Muhammad Fithyan, Maolana, and Muhammad Rifqi Muzakki. 2020. Analisis Aspek Pemasaran Segmentation, Targeting, Brand Positioning dan Bauran Pemasaran Pada Cocos Indonesia. *pasamangiAkselarasi: Jurnal Ilmiah Nasional* 2(1): 28–43. doi:10.54783/jin.v2i1.105.
- Pasamangi, Hasrina Iis. 2020. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Manajemen* (1): 95-98.
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, Tryana. 2020. Aspek Indikator Parameter Kelayakan. *Journal GEEJ* 7(2): 11–29.
- Pratama, Bima Cinintya, Fatmah Bagis, Maharani Retnaningrum, and Maulida Nurul Innayah. 2019. Peningkatan Kompetensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Analisa Studi Kelayakan Bisnis. *Jurnal Inovasi dan Penerapan Ipteks* 7(2): 107–111. doi:10.18196/bdr.7262.
- Putri, Librina Tria, and M M SE. 2024. Pengantar Bisnis Kontemporer. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2(5): 58-61.
- Rofa, Iir Tsamrotur, Ade Rizki Meilani, Nur Mija an Hasibu, Ahmad Kurnia Nasution, and Suhairi Suhairi. 2021. Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *Journal of Vision and Ideas* 1(2): 22–35. doi:10.47467/visa.v1i2.945.
- Rudy, Rudy, and Abdul Muis Prasetya. 2018. Swot Analysis and Tows Matrix E-Government on Tana Tidung City of Kalimantan Utara.” *Jurnal Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)* 3(1): 46–51. doi:10.21831/elinvo.v3i1.19518.
- Saragih, Rintah. 2017. Membangun Usaha Kreatif , Inovatif. *Jurnal Kewirausahaan* 3 (1): 27-29.
- Sri Lestari. 2021. Pengaruh Aspek Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ekonomi* 5: 25-27.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastris, Lilis. 2016. Studi Kelayakan Bisnis untuk Wirausaha. *Jurnal Manajemen* 3(1): 31-33.
- Syardiansah, Syardiansah. 2018. Eksplorasi Kemanfaatan Field Study Bagi Peningkatan Kompetensi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 9(1): 11–20. doi:10.33059/jseb.v9i1.457.
- V. Wiratna Sujarweni. 2014. Metodologi Penelitian Pengertian Dokumentasi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis* 10: 8–9.