



Perancangan Bisnis dan Kelayakan Ekspansi Area Penjualan Dessert pada One Eighty Coffee and Music di Kota Bandung

Nadya Calista Siahaan¹, Nanang Suryana², Sinta Aryani³

^{1,2,3} Fakultas Rekayasa Industri Universitas Telkom, Indonesia

Email : nadyacalistasiahaan@telkomuniversity.ac.id¹, frinagtelyu@gmail.com²,
sintatelu@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak

Industri kreatif merupakan suatu kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang memiliki keterkaitan dalam suatu proses tindakan dari sebuah ide menjadi potensi nilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Pada zaman yang semakin modern ini, industri kuliner di Indonesia akan semakin menjadi industri kreatif yang akan berperan penting dalam perkembangan ekonomi kreatif negara. Sebagai salah satu usaha yang bergerak di bidang industri kuliner, One Eighty Coffee and Music menawarkan jenis makanan yaitu dessert. Jenis makanan tersebut merupakan makanan yang memiliki jumlah peminat yang cukup banyak dengan area yang kurang luas sehingga One Eighty Coffee and Music ingin melakukan ekspansi area untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen. Oleh karena itu diperlukan perancangan kelayakan bisnis pada ekspansi area penjualan dessert One Eighty Coffee and Music berdasarkan aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. Berdasarkan hasil perancangan kelayakan usaha yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai MARR sebesar 10,82%, nilai NPV yang diperoleh sebesar Rp2.546.645.678, nilai IRR sebesar 36,20% dan nilai PBP sebesar 2,94 tahun. Dari hasil perhitungan tersebut dapat dikatakan usaha ini layak untuk dijalankan. Perancangan ini juga memperhitungkan batas sensitivitas terhadap peningkatan biaya bahan baku sebesar 28,81%, sensitivitas penurunan harga penjualan produk sebesar 13,83% dan sensitivitas penurunan demand sebesar 13,83%.

Kata Kunci: Analisis Kelayakan, NPV, IRR, PBP

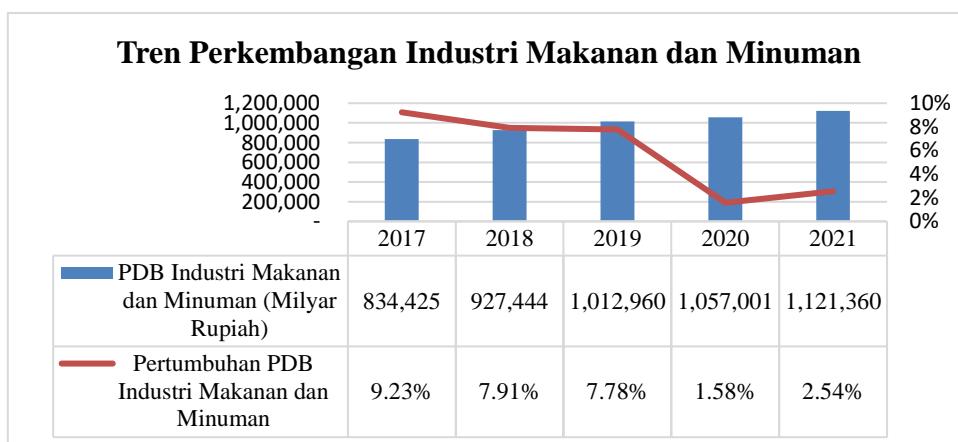
Abstract

Creative industries are an industry group consisting of various types of industries that are related in a process of action from an idea to a potential high economic value that can create prosperity and jobs. In this increasingly modern era, the culinary industry in Indonesia will increasingly become a creative industry that will play an important role in the development of the country's creative economy. As one of the businesses engaged in the culinary industry, One Eighty Coffee and Music offers a type of food, namely dessert. This type of food is a food that has a fairly large number of enthusiasts with a less large area so that One Eighty Coffee and Music wants to expand the area to provide comfort to consumers. Therefore, it is necessary to design business feasibility in the expansion of the one Eighty Coffee and Music dessert sales area based on market aspects, technical aspects, and financial aspects. Based on the results of the business feasibility design that has been carried out, the MARR value of 10.82%, the NPV value obtained was Rp2.546.645.678, the IRR value was 36.20% and the PBP value was 2.94 years. From the results of these calculations, it can be said that this business is feasible to run. This design also calculates the sensitivity limit to the increase in raw material costs by 28.81%, the sensitivity of the decrease in product sales prices by 13.83% and the sensitivity of decreasing demand by 13.83%.

Keywords: Feasibility Analysis, NPV, IRR, PBP.

PENDAHULUAN

Industri kreatif merupakan suatu kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang memiliki keterkaitan dalam suatu proses tindakan dari sebuah ide menjadi potensi nilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Indonesia merupakan negara yang memiliki beraneka ragam jenis kuliner dengan ciri khasnya masing – masing. Pada zaman yang semakin modern ini, industri kuliner di Indonesia akan semakin menjadi industri kreatif yang akan berperan penting dalam perkembangan ekonomi kreatif negara. Kegiatan industri kreatif terdiri dari enam belas subsektor diantaranya yaitu pengembangan permainan dan aplikasi, seni kriya, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, *fashion*, kuliner, *film* animasi, fotografi desain komunikasi visual, televisi dan radio, arsitektur, periklanan, seni pertunjukkan, dan penerbitan. Berdasarkan hasil data Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat tiga jenis subsektor industri kreatif antara lain kuliner (41,0%), *fashion* (17,0%) dan seni kriya (14,9%) yang menjadi penyumbang terbesar pada struktur PDB di Indonesia. Dari hasil tersebut, bidang industri kreatif yang paling banyak diminati yaitu kuliner. Industri kuliner tidak akan dapat ditinggalkan sampai kapanpun karena makanan merupakan suatu kebutuhan dasar manusia (Nuhayati, 2017).



Gambar 1 Grafik Tren Perkembangan Industri Kreatif

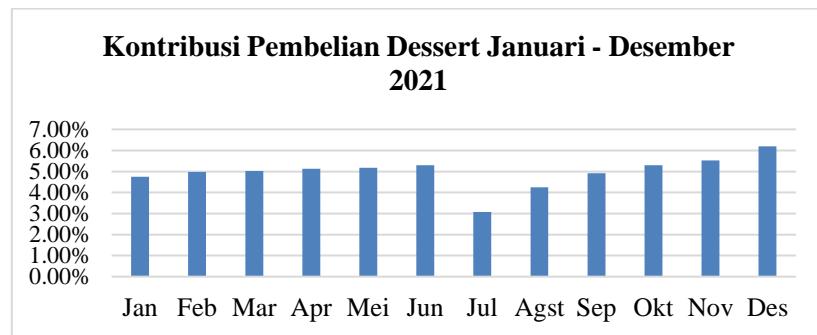
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan Gambar 1, dapat dilihat bahwa industri kreatif di Indonesia salah satu penyumbang PDB (Produk Domestik Bruto) terbesar terutama pada bidang industri makanan dan minuman dengan subsektor bidang kuliner. Pada gambar tersebut, dapat dilihat untuk PDB Industri makanan dan minuman terjadi peningkatan untuk tiap tahunnya, sedangkan untuk pertumbuhan PDB industri makanan dan minuman terjadi penurunan pada tahun 2020 yang diakibatkan oleh pandemi COVID – 19 yang memberikan dampak besar pada ekonomi Indonesia di segala bidang termasuk ekonomi kreatif Indonesia dengan sub sektor kuliner.

Sebagai salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner, *One Eighty Coffee and Music* ingin memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui produk, fasilitas dan layanan yang ditawarkan untuk menikmati makanan dan minuman tersebut. *One Eighty Coffee and Music* mulai dibuka pada tanggal 15 Juli 2016 oleh Alvin Theardy selaku pemilik utama. Keunikan dari *One Eighty Coffee and Music* menjadi andalan dalam aspek nilai jual perusahaan selain berkelas, halal dan berkualitas yaitu *atmosphere restaurant* yang *half open air* berkonsep unik dan menawan serta berkelas yang dipadukan

dengan struktur bangunan yang nyaman dan aman serta *memorable* bagi setiap konsumen yang datang. Selain itu, nilai jual dari *restaurant* ini yaitu adanya area *pool* atau kolam khusus untuk para konsumen yang ingin merasakan sensasi makan dan minum diatas air seperti *restaurant* yang berada di pinggir pantai.

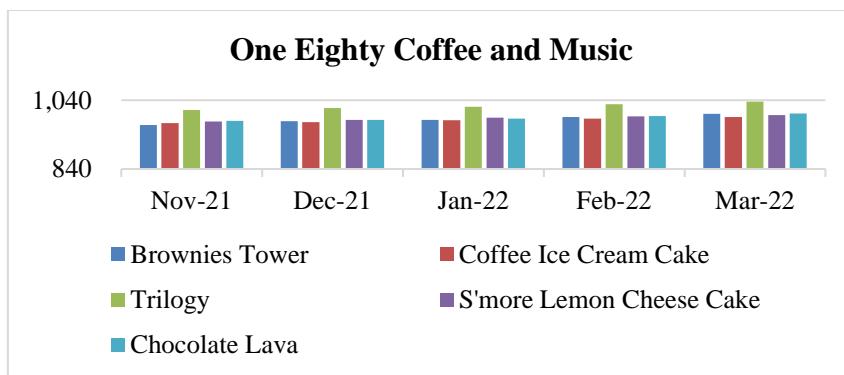
One Eighty Coffee and Music berlokasi di jalan Ganesa No.3, Bandung. Bidang usaha ini memiliki peluang yang sangat menjanjikan karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer manusia yang harus dipenuhi. Oleh karena itu, *One Eighty Coffee and Music* ingin terus mengembangkan usahanya dan juga didukung dengan lokasi yang tepat sasaran yang berada di sekitaran kampus terkemuka, rumah sakit dan perkantoran. Salah satu menu yang ditawarkan oleh *One Eighty Coffee and Music* yaitu makanan *dessert*. Tabel dibawah ini menunjukkan data *history* untuk kontribusi pembelian *dessert* dari bulan Januari – Desember 2021.



Gambar 2 Grafik Kontribusi Pembelian *Dessert One Eighty Coffee and Music*

Sumber: *One Eighty Coffee and Music*

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa kontribusi pembelian *dessert* perbulan dapat dikatakan stabil di angka 4,0% hingga 6,0% sehingga data tersebut akan menjadi salah satu faktor pengembangan area untuk kategori *dessert*. *One Eighty Coffee and Music* ini akan memperbesar usahanya untuk kategori makanan *dessert* karena meningkatnya permintaan konsumen yang melebihi kapasitas. Selain itu, data diatas menunjukkan penurunan yang signifikan pada bulan Juli karena saat itu diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

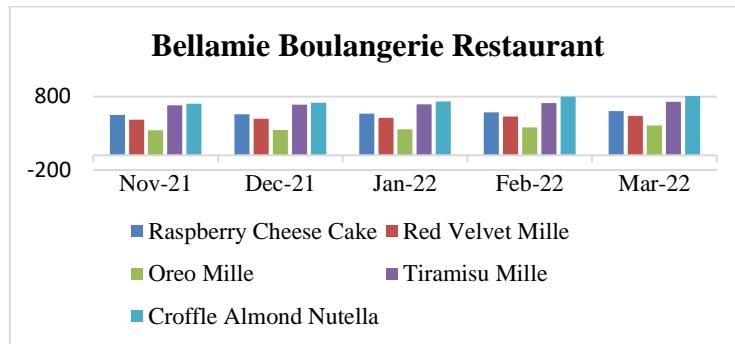


Gambar 3 Data Penjualan *Dessert November 2021 – Maret 2022*

Sumber: *One Eighty Coffee and Music*

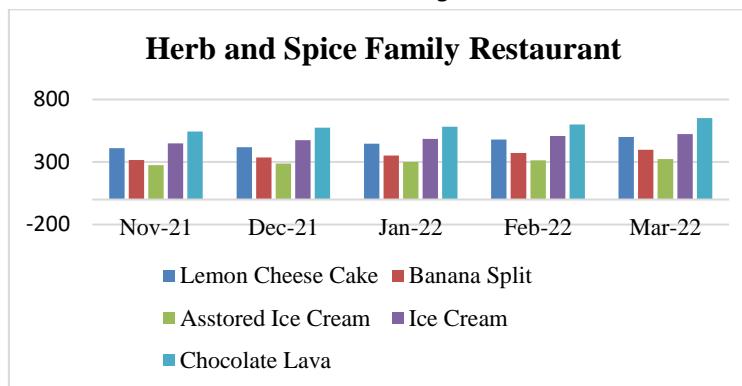
Pada Gambar 3 merupakan data penjualan *dessert* pada bulan November 2021 hingga Maret 2022 dapat dilihat bahwa terjadinya peningkatan untuk tiap bulannya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kelayakan usaha untuk pengembangan area kategori *dessert* *One Eighty Coffee and Music*

dilihat dari beberapa aspek antara lain aspek pasar, aspek teknis dan operasional serta aspek finansial.



Gambar 4 Data Penjualan Dessert Bellamie Boulangerie

Sumber: Bellamie Boulangerie Restaurant



Gambar 5 Data Penjualan Dessert Herb and Spice Family Restaurant

Sumber: Sumber: Herb and Spice Family Restaurant

Berdasarkan Gambar 4 dan 5 menggambarkan data penjualan menu *dessert* mulai bulan November 2021 – Maret 2022 dari *restaurant* kompetitor yaitu *Bellamie Boulangerie restaurant* dan *Herb and Spice Family restaurant*. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa untuk penjualan tiap bulannya mengalami peningkatan. Oleh karena itu, makanan *dessert* ini memang memiliki peminat yang cukup banyak sehingga *One Eighty Coffee and Music* mampu bersaing dengan para kompetitor dan ingin memperluas area untuk menu *dessert* agar dapat memberikan kenyamanan bagi para konsumen yang datang.

Identifikasi masalah merupakan proses dan hasil penyajian masalah yang ada dan dianggap sebagai salah satu proses penelitian pertama dan terpenting yang harus dilakukan setiap peneliti dengan menggunakan metode penelitian yang tepat (Rina, 2021). Identifikasi masalah dapat dilakukan dengan beberapa cara berupa studi literatur, perbandingan dengan kondisi yang ideal atau pengamatan langsung. *Fishbone Diagram* atau *Cause and Effect Diagram* merupakan alat yang digunakan untuk mengidentifikasi dan membuktikan hubungan antara sebab dan akibat untuk menemukan akar penyebab suatu masalah. *Cause and Effect Diagram* ini juga dikenal sebagai Ishikawa Diagram karena orang yang pertama kali memperkenalkan diagram ini yaitu Kaoru Ishikawa pada tahun 1968.

Perancangan bisnis dan kelayakan ekspansi area penjualan *dessert* pada *One Eighty Coffee and Music* di kota Bandung dengan mempertimbangkan aspek pasar, aspek finansial, aspek teknis dan operasional yang akan menjadi alternatif solusi yang terpilih pada tugas akhir ini. Alternatif solusi tersebut dipilih berdasarkan diskusi dengan pihak *One Eighty Coffee and Music* dan mempertimbangkan kemudahan dalam merancang rencana implementasi untuk usulan kelayakan

bisnis yang akan dilakukan oleh penulis.

Perancangan yang akan dirancang dapat memberikan dampak yang baik pada bisnis *One Eighty Coffee and Music* dengan disertai data pendukung dan urgensi perusahaan sehingga dapat memberikan keuntungan pada bisnis *One Eighty Coffee and Music* di masa yang mendatang. Dengan adanya penelitian ini, dapat memperbaiki aspek pasar, aspek finansial, aspek teknis dan operasional dari *One Eighty Coffee and Music* sehingga dapat mengembangkan dan menguntungkan usaha tersebut dengan optimal.

Manfaat dari tugas akhir ini adalah mendapatkan informasi mengenai analisis studi kelayakan usaha *Restaurant*, memberikan saran untuk pengembangan selanjutnya apabila terjadi hal yang sama di masa yang akan datang agar dapat dipersiapkan dengan baik, serta mendapatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai analisis kelayakan usaha. Studi kelayakan bisnis dapat menguraikan prospek bisnis dan memiliki kemungkinan untuk memperoleh *return* dari sebuah bisnis dan menjadi dasar dalam mengambil keputusan investasi. Selain itu, studi kelayakan ini juga menjadi tolak ukur yang dapat digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan suatu rencana bisnis. Pada studi kelayakan bisnis ini berisikan penjelasan mengenai pengertian studi kelayakan bisnis, tujuan studi kelayakan bisnis dan manfaat studi kelayakan bisnis.

Studi kelayakan bisnis (*feasibility study*) merupakan suatu kegiatan analisis sistematis yang bertujuan untuk menganalisis bisnis atau proyek layak atau tidak untuk dijalankan. Bagi investor, studi kelayakan bisnis dapat menguraikan prospek bisnis dan kemungkinan memperoleh (*return*) tingkat dari bisnis dan dengan demikian menjadi dasar untuk mengambil keputusan investasi. Saat ini, studi kelayakan menjadi tolak ukur yang sangat berguna yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi keberhasilan suatu rencana bisnis, terutama sebelum investor dan lembaga keuangan memberikan bantuan dana atau modal.

Studi kelayakan bertujuan untuk mencegah usaha atau bisnis yang sedang berjalan menjadi tidak sia – sia yang tentu dapat menimbulkan banyak kerugian dari berbagai aspek. Oleh karena itu, studi kelayakan sangat diperlukan untuk dapat meminimalisir risiko yang tidak diinginkan dan menganalisis secara rinci mengenai kriteria usaha agar dapat diketahui usaha tersebut layak atau tidak untuk dijalankan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017), terdapat lima tujuan diperlukannya studi kelayakan sebelum menjalankan usaha, diantaranya yaitu untuk mengatasi risiko kerugian yang akan terjadi di masa mendatang karena adanya kondisi ketidakpastian. Kondisi ketidakpastian ada yang bisa diramalkan atau dengan sendirinya terjadi tanpa dilakukan peramalan. Selain itu, dapat memudahkan pelaku bisnis akan mendapatkan semua informasi terkait bisnis yang akan dikembangkan, termasuk kelebihan dan kekurangan bisnis. Dari hasil analisis tersebut, para pelaku bisnis dapat lebih mudah merencanakan masa yang mendatang. Tidak hanya itu, staf bisnis juga dapat merencanakan kegiatan yang dapat memberikan manfaat bagi perusahaan. Memudahkan para pelaksana bisnis tentunya telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan yang mana dapat dilakukan secara sistematis sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Perencanaan tersebut merupakan acuan untuk melaksanakan setiap tahapan yang telah direncamakan. Serta akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan usaha tersebut agar tidak melenceng dari rencana yang telah disusun. Selain pengawasan internal, perusahaan juga mendapat pengawasan eksternal. Hasil analisis studi kelayakan memudahkan pihak berwenang untuk melakukan pemantauan berdasarkan laporan analisis. Dan terakhir dapat memudahkan proses pengimplementasian, penyimpangan juga dapat diidentifikasi dengan sangat mudah sehingga dapat mengontrol penyimpangan. Tujuan dari kontrol adalah untuk melacak kinerja pekerjaan yang menyimpang kembali ke jalur yang sebenarnya.

Hal ini memudahkan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Studi kelayakan bisnis yang efektif dapat melakukan lebih dari sekadar membantu para eksekutif memilih proyek mana yang mendapat lampu hijau. Manajer yang terlibat dalam studi kelayakan sebenarnya dapat menggunakan banyak data yang sama untuk membentuk proses perencanaan proyek. Perusahaan yang melakukan studi kelayakan bertanggung jawab dengan hasil yang tepat sehingga pihak-pihak yang berkepentingan memiliki keyakinan penuh atas hasil studi kelayakan yang dilakukan dan kepercayaan.

Manfaat studi kelayakan bisnis, terutama sesuai kebutuhan pemangku kepentingan dimana pemilik perusahaan sangat tertarik dengan hasil studi kelayakan yang dilakukan karena tidak ingin dana investasinya mengalami kerugian. Oleh karena itu, hasil studi kelayakan yang dilakukan oleh pemilik telah dipertimbangkan dengan cermat. Setelah itu Investor akan mempelajari laporan yang telah disiapkan mengenai studi kelayakan sebelum berinvestasi di perusahaan tempat mereka beroperasi. Hal ini karena investor memiliki kepentingan langsung dalam menjamin keuntungan yang dicapai dan modal yang ditanamkan. Mereka yang menginvestasikan uang dalam sebuah proyek pasti akan menyadari prospek bisnis. Prospek yang dimaksud adalah pengembalian investasi dan risiko. Juga pihak kreditur yang terlebih dahulu harus mempertimbangkan studi kelayakan untuk memastikan bahwa terdapat sesuatu hal yang dapat dipercaya dan tersedianya aset yang dimiliki. Kreditur / bank memperhatikan aspek keamanan dana pinjaman. Mereka mengharapkan pembayaran bunga dan pokok dilakukan tepat waktu. Pihak manajemen perusahaan sebagai penanggung jawab pengelolaan perusahaan juga memerlukan studi kelayakan bisnis untuk menentukan pendanaan yang akan diperlukan, alokasi pembiayaan sendiri dan rencana pembiayaan investor dan kreditur. Usaha yang akan didirikan harus mengikuti pedoman yang ditetapkan oleh pemerintah agar dapat didukung oleh pemerintah. Pemerintah lebih mementingkan kepentingan proyek bagi perekonomian nasional. Penilaian studi kelayakan pemerintah biasanya berfokus pada masalah legalitas dan perizinan. Pemerintah berkepentingan dalam memberikan izin prinsip ataupun izin operasional proyek. Serta persiapan untuk studi kelayakan bertujuan untuk menganalisis manfaat yang dicapai dan biaya ekonomi proyek, karena proyek terikat untuk mencapai tujuan nasional sebaik mungkin.

METODE

Tahap ini merupakan tahap pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data – data yang dapat mendukung penelitian Tugas Akhir ini. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti wawancara, observasi dan menyebarkan kuesioner agar dapat memperoleh data untuk dianalisis pada aspek pasar dan proses bisnis usulan. Wawancara biasanya dilakukan dengan cara berinteraksi langsung dengan pihak perusahaan dan memperoleh data secara langsung guna mendapatkan informasi yang diperlukan. Metode wawancara ini membutuhkan lebih banyak usaha karena peneliti perlu meneliti pengusaha secara langsung.

Observasi merupakan metode yang dilakukan dengan mengamati secara langsung suatu objek yang sedang berjalan. Metode observasi ini memberikan informasi yang lengkap, membutuhkan waktu yang relatif lama sehingga hasil yang diperoleh lebih optimal.

Pengumpulan data pasar dilakukan dengan mencari data *demand* dari konsumen dengan cara menyebarkan kuesioner untuk menentukan pasar potensial. Setelah mendapatkan pasar potensial, selanjutnya mengolah data tersebut menjadi pasar tersedia dan data tersebut diolah lagi hingga menjadi pasar sasaran. Tahap pengumpulan data terdiri atas dua yaitu data sekunder yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data historis penjualan yang diperoleh dari pihak perusahaan secara langsung dan data primer yang akan diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden

menggunakan cara *convenience sampling* yang dilakukan dengan cara memilih siapa saja yang ditemui untuk menjadi sampel. Berikut merupakan tahap dalam menyebarkan kuesioner, yaitu sebagai berikut:

Penentuan Populasi

Populasi yang akan digunakan pada penelitian tugas akhir ini yaitu penduduk yang berada di kota Bandung. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2021, total penduduk kota Bandung dengan jenis kelamin perempuan dan laki – laki yaitu 2.510.103 jiwa (Sumber: [Badan Pusat Statistik Kota Bandung \(bps.go.id\)](https://bps.go.id)).

Metode Sampling

Menurut (Sugiono, 2018:118), sampel merupakan sebagian populasi dari suatu karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi besar, tidak memungkinkan peneliti untuk mempelajari seluruh populasi, maka kebutuhan sampel yang diambil dari populasi tersebut harus digunakan. Metode sampling yang akan digunakan pada tugas akhir ini yaitu convenience sampling yang penyebaran kuesioner bersifat bebas dan umum karena kecepatan, efektivitas biaya dan kemudahan ketersediaan sampel.

Ukuran Sampling

Menurut (Sugiyono, 2017), rumus Slovin merupakan rumus yang dipakai untuk memperoleh besaran sampel yang mampu menggambarkan keseluruhan populasi yang tersedia. Rumus Slovin mengasumsi populasinya berdistribusi normal. Penggunaan rumus ini biasanya digunakan ketikan melakukan survei yang bertujuan untuk mengetahui estimasi dari proporsi populasi dan diwakili dengan nilai persentase sehingga margin of error (*e*) harus dalam bentuk persentase.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Objek Penelitian



Gambar 6 Logo One Eighty Coffee and Music

One Eighty Coffee and Music merupakan sebuah *restaurant* yang bergerak di bidang kuliner yang mulai berdiri pada tanggal 15 juli 2016 oleh Alvin Theardy selaku pemilik utama. Adapun nama *brand restaurant* *One Eighty Coffee and Music* itu diambil langsung oleh pemiliknya sendiri dari keberadaan *bar counter* di area lantai satu *restaurant* yang berdiameter 180 derajat dan terbagi dua oleh *beverages bar* dan *salad / sandwich bar*. *One Eighty Coffee and Music* merupakan anak cabang ketiga dari Prima Rasa Group yang sebelumnya sudah terdapat dua cabang terlebih dahulu diantaranya *Herb and Spice Family Restaurant* dan *Bellamie Restaurant*.



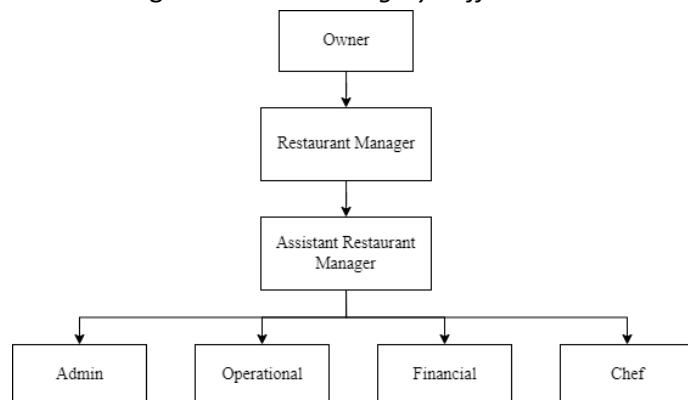
Gambar 7 Interior *One Eighty Coffee and Music*

Keunikan dari restaurant One Eighty Coffee and Music menjadi andalan dalam aspek nilai jual perusahaan selain berkelas, halal dan berkualitasnya makanan dan minuman, yaitu atmosphere restaurant yang half open air berkonsep unik nan menawan serta berkelas dipadukan dengan struktur bangunan yang nyaman dan aman serta memorable bagi setiap konsumen yang datang. Keunikan lain yang menjadi aspek jual dari restoran ini adalah adanya area pool atau kolam khusus untuk para konsumen yang ingin mencoba sensasi makan diatas air seperti halnya restaurant – restaurant yang berada di pinggir pantai.

Berikut merupakan visi dan misi dari *One Eighty Coffee and Music*:

1. Menuju proses pertumbuhan dan perkembangan ke arah yang menguntungkan sebagai sebuah *brand* baru dan dapat bersaing dengan *brand-brand* kuliner yang sudah ada serta terus mengembangkan sistem operasional *One Eighty Coffee and Music* ke arah yang lebih baik lagi satu level nyaris setaraf dengan pelayanan *restaurant* dan hotel bintang.
2. Berinovasi dan berkreasi dalam hal kualitas dalam hal apapun dari segi produk ataupun pelayanan.
3. Menjadi brand local bandung terkemuka dan disegani serta tersebar tidak hanya di sekitar bandung raya tetapi jawa barat dan luar jawa barat secara umum.

Berikut ini merupakan struktur organisasi dari *One Eighty Coffee and Music*:



Gambar 8 Struktur Organisasi *One Eighty Coffee and Music*

Berikut ini merupakan penjelasan *job description* mengenai struktur organisasi dari *One Eighty Coffee and Music*:

Tabel 1 *Job Description*

<i>Position</i>	<i>Job Description</i>
<i>Owner</i>	Menetapkan arah bisnis yang mendukung strategi, rencana operasi dan anggaran, serta strategi <i>restaurant</i> .

	Memberikan kepemimpinan dan arahan keseluruhan untuk pemasaran dan pengembangan bisnis, layanan pelanggan, pinjaman, keuangan dan akuntansi dan operasi pengendalian internal. Memfasilitasi pengembangan manajemen dan membuat penyesuaian yang diperlukan untuk mempertahankan operasi yang efektif dan efisien.
<i>Restaurant Manager</i>	Memastikan seluruh program pekerjaan terlaksana dengan baik. Mampu memimpin dengan baik seluruh karyawan. Memastikan restoran selalu mencapai target bulanan.
<i>Assistant Restaurant Manager</i>	Bertanggungjawab atas pengaturan, koordinasi, pengawasan penjualan. Mengawasi, mengarahkan kelancaran pelayanan kasir. Membuat jadwal dan mengawasi kedisiplinan personil bawahan langsung. Membuat dan menganalisis KPI akhir tahun serta laporan bulanan.
<i>Administration</i>	Mendisiplinkan agar selalu meng-update <i>reservation</i> baik itu harian, mingguan atau bahkan di setiap bulannya. Untuk selalu mempersiapkan peralatan yang berhubungan dengan tamu seperti <i>form</i> reservasi, <i>waiting list</i> dan lainnya. Membuat catatan / data tamu.

Berikut merupakan jenis dari produk makanan dessert yang One Eighty Coffee and Music tawarkan kepada konsumen.

Tabel 2 Gambar Menu Dessert

Gambar dan Nama Menu		
 <i>Coffee Ice Cream Cake</i>	 <i>Trilogy</i>	 <i>S'more Lemon Cheesecake</i>

Tabel 3 Gambar Menu Dessert (Lanjutan)

Gambar dan Nama Menu	
	

Spesifikasi rancangan dan standar perancangan akan digunakan dalam proses perancangan sebagai acuan, batasan dan standar. Spesifikasi dapat berasal dari kebutuhan perusahaan atau acuan standar yang berasal dari lembaga standarisasi yang relevan dengan proses perancangan dan permasalahan. Tabel 4 merupakan spesifikasi rancangan yang akan dibutuhkan dalam melakukan

ekspansi area pada One Eighty Coffee and Music.

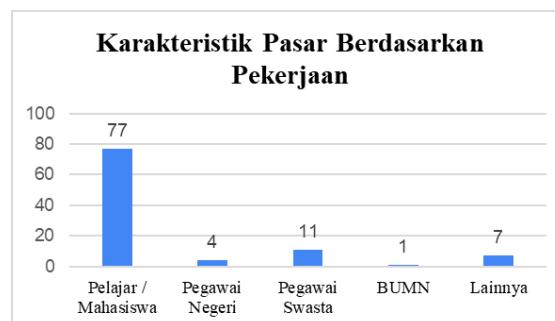
Tabel 4 Spesifikasi Rancangan dan Standar Rancangan

No	Spesifikasi	Parameter
1	Lokasi Usaha	Lokasi berada di pusat kota sesuai dengan informasi yang diperoleh dari wawancara dan obsesrasi.
2	Tenaga Kerja	Waktu kerja 11 jam dalam 1 hari kerja waktu istirahat 1 jam dalam 1 hari dan 84 jam untuk 7 hari kerja dalam seminggu sesuai dengan informasi yang diperoleh dari wawancara dan observasi.
3	Fasilitas Usaha	Fasilitas industri yang wajib dilengkapi dengan fasilitas sumber daya air, sanitasi, ruang ibadah, transportasi, fasilitas energi dan kelistrikan (Perda Jawa Barat No.13 Tahun 2013).
4	Umur Ekonomis	Kelompok 1 umur ekonomis selama 4 tahun
5	Tempat Parkir	Kelompok 2 umur ekonomis selama 8 tahun (Peraturan Menteri Keuangan No.96/PMK.03/2009)
6	Kelayakan Usaha	Pemilik tempat parkir merupakan orang atau badan yang memiliki area parkiran (Peraturan Menteri Keuangan No.122/PMK.03/2012 Pasal 1 Ayat 2).
		Layak atau tidak layak dapat dilihat berdasarkan perhitungan $NPV > 0$, $PBP <$ umur ekonomis dan $IRR > MARR$.

Proses perancangan dilakukan untuk merancang sebuah usulan yang telah ditetapkan sehingga dapat menyelesaikan suatu masalah yang telah dibahas pada tugas akhir ini. Pada proses perancangan ini terdapat aspek – aspek kelayakan seperti aspek pasar, aspek teknis dan operasional, aspek finansial dan kelayakan usaha untuk mendukung dalam pembuatan rancangan usulan.

Aspek pasar untuk Tugas Akhir ini diperoleh dari hasil pengumpulan dan pengolahan data kuesioner yang telah disebarluaskan kepada 100 responden. Hasil yang telah diperoleh bertujuan untuk mengetahui pasar potensial, pasar tersedia, pasar sasaran dan strategi pemasaran yang akan dilakukan dalam merancang usulan Tugas Akhir ini.

Berikut merupakan karakteristik pasar pada One Eighty Coffee and Music berdasarkan pekerjaan yaitu:



Gambar 9 Karakteristik Pasar Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan Gambar 9, dapat diketahui untuk karakteristik pasar berdasarkan pekerjaan yang diperoleh dari pengumpulan hasil kuesioner melalui google form terdapat 77 responden merupakan pelajar / mahasiswa dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden, 4 responden merupakan pegawai negeri dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden, 11 responden merupakan pegawai

swasta dari jumlah keseluruhan responden sebanyak 100 responden, 1 responden merupakan BUMN dari jumlah keseluruhan responden sebanyak 100 responden dan 7 responden merupakan pekerjaan lainnya dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden.

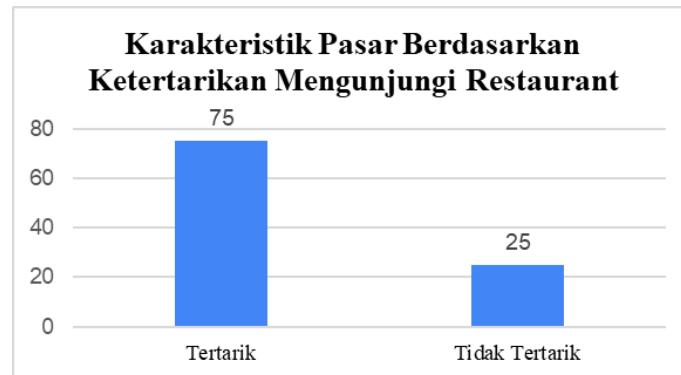
Berikut merupakan karakteristik pasar pada One Eighty Coffee and Music berdasarkan pendapatan yaitu:



Gambar 10 Karakteristik Pasar Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan Gambar 10, dapat diketahui untuk karakteristik pasar berdasarkan pendapatan yang diperoleh dari pengumpulan hasil kuesioner melalui google form terdapat 79 responden dari jumlah keseluruhan responden sebanyak 100 responden memiliki pendapatan <3.000.000, 15 responden dari jumlah keseluruhan responden sebanyak 100 responden memiliki rentang pendapatan 3.000.000 – 6.000.000, 4 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden memiliki rentang pendapatan 6.000.000 – 9.000.000 dan 2 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden memiliki rentang pendapatan 9.000.000 – 12.000.000.

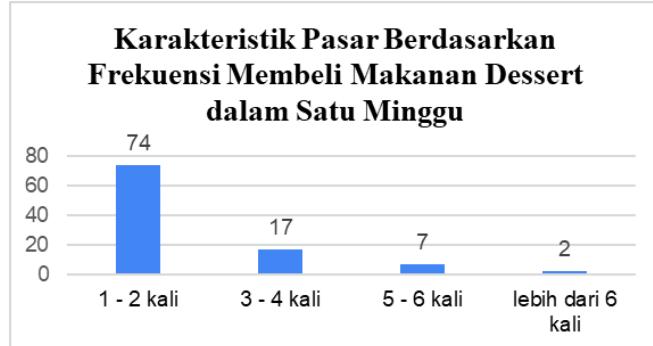
Berikut merupakan karakteristik pasar pada One Eighty Coffee and Music berdasarkan ketertarikan responden mengunjungi restaurant yaitu:



Gambar 11 Karakteristik Pasar Berdasarkan Ketertarikan Mengunjungi Restaurant

Berdasarkan Gambar 11, dapat diketahui untuk karakteristik pasar berdasarkan ketertarikan mengunjungi restaurant yang diperoleh dari pengumpulan hasil kuesioner melalui google form terdapat 94 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden tertarik untuk mengunjungi restaurant dan 6 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden tidak tertarik untuk mengunjungi restaurant.

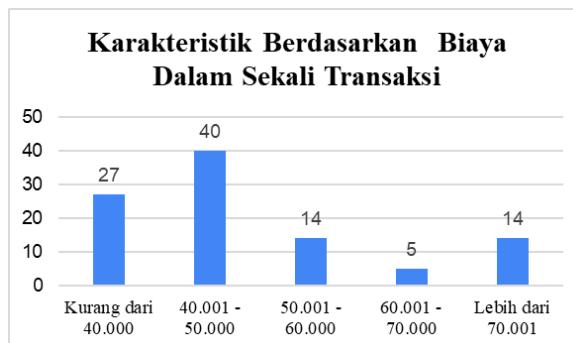
Berikut merupakan karakteristik pasar pada One Eighty Coffee and Music berdasarkan frekuensi membeli makanan dessert dalam satu minggu yaitu:



Gambar 12 Karakteristik Pasar Berdasarkan Frekuensi Pembelian Dessert

Berdasarkan Gambar 12, dapat diketahui untuk karakteristik pasar berdasarkan frekuensi membeli makanan dessert yang diperoleh dari pengumpulan hasil kuesioner melalui google form terdapat 74 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden membeli makanan dessert dalam satu minggu di restaurant sebanyak 1–2 kali, 17 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden membeli makanan dessert dalam satu minggu di restaurant sebanyak 3–4 kali, 7 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden membeli makanan dessert dalam satu minggu di restaurant sebanyak 5–6 kali dan 2 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden membeli makanan dessert dalam satu minggu di restaurant sebanyak > 6 kali. Dari hasil gambar tersebut, pasar terbanyak yaitu 74 responden yang membeli makanan dessert dalam satu minggu sebanyak 1 – 2 kali.

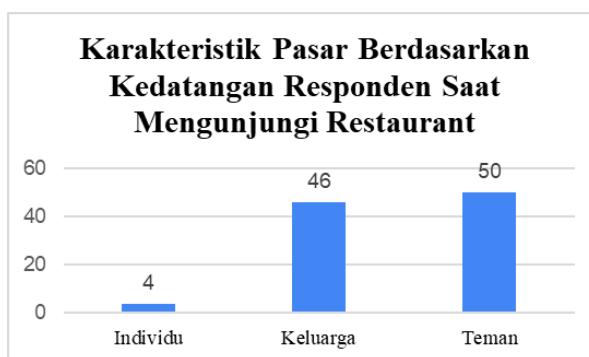
Berikut merupakan karakteristik pasar pada One Eighty Coffee and Music berdasarkan biaya yang dikeluarkan responden dalam sekali transaksi yaitu:



Gambar 13 Karakteristik Pasar Berdasarkan Biaya Sekali Transaksi

Berdasarkan Gambar 13 dapat diketahui untuk karakteristik pasar berdasarkan biaya yang dikeluarkan dalam sekali transaksi untuk membeli menu makanan dessert yang diperoleh dari pengumpulan hasil kuesioner melalui google form terdapat 27 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden mengeluarkan biaya dalam sekali transaksi sebesar <40.000, 40 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden mengeluarkan biaya dalam sekali transaksi sebesar 40.001–50.000, 14 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden mengeluarkan biaya dalam sekali transaksi sebesar 50.001 – 60.000, 5 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden mengeluarkan biaya dalam sekali transaksi sebesar 60.001 – 70.000 dan 14 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden mengeluarkan biaya dalam sekali transaksi sebesar >70.001. Dari hasil gambar tersebut, pasar terbanyak yaitu 40 responden yang mengeluarkan biaya dalam sekali transaksi sebanyak 40.001 – 50.000.

Berikut merupakan karakteristik pasar pada One Eighty Coffee and Music berdasarkan kedatangan responden saat mengunjungi restaurant yaitu:



Gambar 14 Karakteristik Pasar Berdasarkan Kedatangan Responden

Berdasarkan Gambar 14, dapat diketahui untuk karakteristik pasar berdasarkan kedatangan responden saat mengunjungi restaurant yang diperoleh dari pengumpulan hasil kuesioner melalui google form terdapat 4 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden mengunjungi restaurant secara individu, 46 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden mengunjungi restaurant bersama keluarga dan 50 responden dari jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden mengunjungi restaurant bersama teman. Dari hasil gambar tersebut, pasar terbanyak yaitu 50 responden yang mengunjungi restaurant bersama teman.

Penentuan pasar potensial, pasar tersedia dan pasar tersedia diperoleh dari hasil pengumpulan kuesioner yang telah disebarluaskan kepada 100 responden.

Pasar Potensial (Potensial Market)

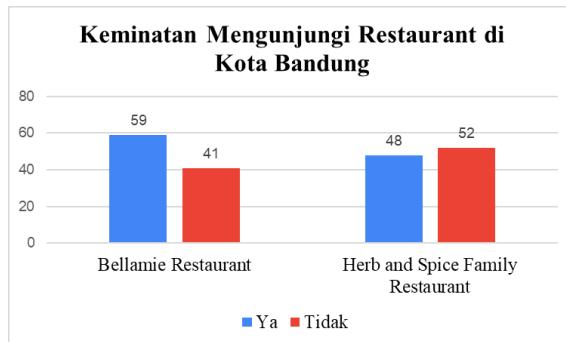
Pasar potensial yaitu jenis pasar yang cenderung banyak diminati produknya di pasar. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya populasi atau individu yang memiliki keinginan kuat terhadap penawaran pasar tertentu karena konsumen memiliki peluang untuk membeli produk di pasar. Perhitungan pasar potensial yaitu jumlah responden yang berminat terhadap produk yang ditawarkan terhadap konsumen.

Pasar Tersedia (Available Market)

Pasar tersedia memiliki karakteristik yang hampir sama dengan pasar potensial, yang membedakannya yaitu individu tidak hanya berminat pada suatu produk, tetapi juga memiliki kecenderungan untuk membayar produk tersebut.

Pasar Sasaran (Target Market)

Pasar sasaran yaitu bagian dari pasar tersedia yang akan menjadi prioritas utama perusahaan dalam menjual produk. Dalam menentukan pasar sasaran, terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan sehingga dapat mempengaruhi penentuan segmentasi pasar yang dituju oleh perusahaan. Salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan pasar sasaran yaitu kompetitor atau posisi pesaing. Suatu perusahaan harus mampu dalam memilih pasar yang potensinya dapat menghasilkan keuntungan dan memiliki jumlah pesaing sedikit bagi perusahaan. Berikut merupakan gambar grafik keminatan dari responden dalam mengunjungi para kompetitor dari One Eighty Coffee and Music.



Gambar 15 Minat Kedatangan Konsumen Terhadap *Restaurant* Kompetitor

Berdasarkan Gambar 15, dapat dilihat jumlah responden yang memiliki minat palin tinggi dalam mengunjungi kompetitor Bellamie Restaurant yaitu 59 responden dan disusul oleh Herb and Spice Family Restaurant sebanyak 48 responden.

1. Segmenting

Dengan melakukan segmenting, strategi pemasaran lebih terarah dan lebih efektif sehingga mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Berikut merupakan beberapa pembagian tingkat segmenting dari One Eighty Coffee and Music.

2. Targeting

Target utama dari One Eighty Coffee and Music ini yaitu para kaum muda dan keluarga dengan rentang usia 15 – 54 tahun yang berada di Kota Bandung yang gemar melakukan kegiatan hangout di restaurant dan menyukai makanan dessert.

3. Positioning

One Eighty Coffee and Music merupakan salah satu restaurant sebuah restaurant yang bergerak di bidang kuliner. Restaurant ini menawarkan berbagai makanan dan minuman salah satunya yaitu dessert dan selalu berinovasi dalam mengembangkan dan tetap menjaga kualitas produknya. One Eighty Coffee and Music memposisikan restaurant sebagai product specialization karena restaurant ini hanya fokus merancang dan mengembangkan produk berdasarkan keinginan pasar yang ada.

4. Product

Produk merupakan suatu hal yang perusahaan jual kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan dan memiliki value. One Eighty Coffee and Music memiliki beberapa produk dessert yang akan ditawarkan kepada konsumen yaitu brownies tower, coffee ice cream cake, trilogy, s'more lemon cheesecake dan chocolate lava.

5. Price

Price merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. One Eighty Coffee and Music menjual beberapa produk makanan dessert dengan harga yang terjangkau dan mampu bersaing dengan kompetitor.

Pada penelitian ini, resto One Eighty Coffee and Music di Kota Bandung menerapkan proses bisnisnya menggunakan activity diagram. Menurut Sukamto dan Shalahuddin (2018;161), activity diagram atau diagram aktivitas merupakan diagram yang menggambarkan aliran kerja dari sebuah proses bisnis dan alur proses kerja. Berikut merupakan proses bisnis yang terdapat pada restaurant One Eighty Coffee and Music di Kota Bandung yang didapatkan dari hasil wawancara dengan pemilik restaurant.

Proses operasi dapat dibuat menggunakan peta proses operasi atau Operation Process Chart (OPC) yang bertujuan untuk mengetahui waktu yang dibutuhkan dalam memproduksi produk yang

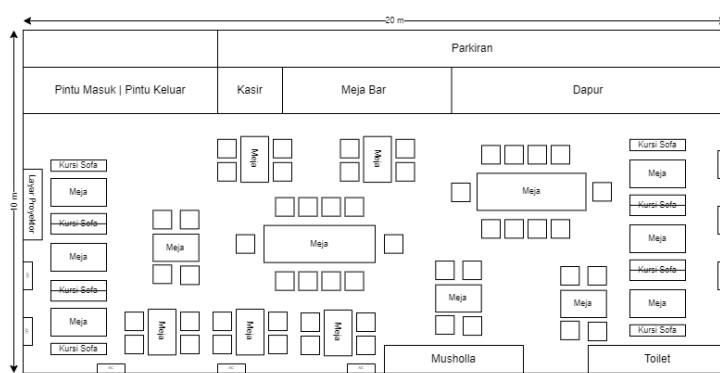
ditawarkan kepada konsumen. Proses operasi restaurant One Eighty Coffee and Music dimulai dari pembukaan restaurant, produk yang ditawarkan seperti coffee ice cream cake, trilogy ice cream, brownies tower, s'more lemon cheesecake dan chocolate lava, dan penutupan restaurant One Eighty Coffee and Music.

Lokasi usaha merupakan tempat suatu usaha didirikan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan barang, jasa atau tempat konsumen datang dan berbelanja. Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan konsumen dan dalam memilih lokasi usaha yang strategis dan tepat akan menentukan keberhasilan di masa depan (Suwarman, 2004). Restaurant One Eighty Coffee and Music berlokasi di Jalan Ganesa No.3, Bandung, Jawa Barat. Berikut merupakan gambar lokasi usaha One Eighty Coffee and Music.



Gambar 16 Lokasi Usaha One Eighty Coffee and Music

Setelah menemukan lokasi usaha One Eighty Coffee and Music, selanjutnya menentukan layout usaha yang dirancang berdasarkan luas bangunan sebesar 20m x 10m. layout dari One Eighty Coffee and Music dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 17 Layout Usaha One Eighty Coffee and Music

Pada bab ini, terdapat data yang akan digunakan yaitu berupa data aspek pasar dan aspek teknis. Data aspek pasar berupa proyeksi demand. Data aspek teknis berupa kebutuhan operasional yang dibutuhkan oleh One Eighty Coffee and Music. Data tersebut akan diolah menjadi data kebutuhan investasi, proyeksi pendapatan, aliran kas dan balance sheet untuk mengetahui tingkat kelayakan dari usaha One Eighty Coffee and Music dengan cara menentukan nilai NPV (Net Present Value), IRR (Internal Rate of Return) dan PBP (Payback Period).

Nilai umur ekonomis (economic life) pada peralatan, mesin dan fasilitas berwujud sesuai dengan Undang–Undang Nomor 17 Pasal 11 Tahun 2000 mengenai Pajak dan Penghasilan. Peralatan, mesin dan fasilitas memiliki umur ekonomis 4 tahun termasuk harta berwujud kelompok I dengan jenis harta

mebel dan peralatan dari kayu atau rotan. Sedangkan peralatan, mesin dan fasilitas memiliki umur ekonomis 8 tahun termasuk harta berwujud kelompok II dengan jenis harta yang terbuat dari logam.

Terdapat beberapa investasi pada peralatan, mesin dan fasilitas yang memiliki umur ekonomis selama 4 tahun, sehingga perlu melakukan pembelian kembali pada tahun keempat agar dapat dipergunakan kembali pada tahun kelima. Berikut merupakan investasi pada peralatan, mesin dan fasilitas yang perlu dibeli kembali pada tahun keempat.

Biaya operasional dan produksi yaitu biaya yang diperlukan dalam proses operasional dan proses produksi yang terdiri dari biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung (direct cost) merupakan biaya yang dibebankan secara langsung terhadap suatu produk yang terdiri dari biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya tidak langsung (indirect cost) merupakan biaya yang dikeluarkan yang tidak berkaitan langsung dengan proses produksi yang terdiri dari biaya listrik, biaya barang habis pakai, biaya depresiasi dan biaya internet.

Tenaga kerja dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasional pada One Eighty Coffee and Music. Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan oleh restaurant tersebut telah diperhitungan pada subbab sebelumnya. Setiap tenaga kerja memperoleh gaji per bulannya berbeda – beda sesuai dengan divisi. Gaji yang diterima tiap bulan akan mengalami peningkatan sebesar 6,50% sesuai dengan persentase rata – rata kenaikan gaji di Indonesia pada tahun 2022.

Dana yang diperlukan untuk membiayai suatu rencana investasi sangat bergantung pada jenis proyek dan skala proyek. Kebutuhan dana pada One Eighty Coffee and Music terdiri dari total biaya investasi awal dan modal kerja. Berikut merupakan kebutuhan dana yang diperlukan oleh One Eighty Coffee and Music.

Pendapatan yang diperoleh dari restauranta One Eighty Coffee and Music merupakan hasil dari penjualan berbagai jenis dessert yang ditawarkan. hasil tersebut didapatkan dari perkalian antara demand per produk per tahun dengan biaya produk per tahun yang akan mengalami peningkatan sebesar 2,64% (Sumber: BI.go.id, Maret 2022). Berikut merupakan tabel estimasi pendapatan dari One Eighty Coffee and Music mulai dari tahun 2023–2027.

Laporan laba rugi merupakan laporan yang harus dibuat oleh One Eighty Coffee and Music untuk melihat kondisi finansial yang terjadi saat itu. Laporan laba rugi ini biasanya berisikan perhitungan dari total pendapatan, biaya langsung, biaya overhead dan biaya operasional sehingga dari hasil perhitungan tersebut diperoleh laba kotor yaitu laba sebelum beban bunga dan pajak dan laba bersih yaitu pendapatan bersih yang diperoleh dari hasil pengurangan beban bunga dengan pajak. Hasil perhitungan laporan laba rugi dari One Eighty Coffee and Music dapat dilihat pada Lampiran H.

Laporan neraca merupakan laporan yang terdiri dari aktiva berupa aset dan pasiva berupa ekuitas pemilik dan liabilities. Laporan neraca dibuat untuk mengetahui keseimbangan perusahaan yang berkaitan dengan pendapatan dan biaya laba rugi. Hasil perhitungan laporan neraca untuk restaurant One Eighty Coffee and Music dapat dilihat pada Lampiran J.

Setelah melakukan perhitungan mengenai laporan laba rugi, aliran kas (cash flow) dan neraca selanjutnya melakukan perhitungan terkait analisis kelayakan yang bertujuan untuk mengetahui apakah ekspansi area yang dilakukan oleh One Eighty Coffee and Music layak atau tidak dengan menghitung nilai NPV (Net Present Value), IRR (Internal Rate of Return) dan PBP (Payback Period).

Seluruh hasil tahapan perancangan terintergrasi yang telah dilalui dalam pembukaan ekspansi area penjualan dessert pada One Eighty Coffee and Music di Kota Bandung maka didapatkan hasil rancangan. Hasil rancangan berisikan estimasi demand, STP, marketing mix, proses bisnis, kebutuhan tenaga kerja, peralatan operasional, lokasi usaha, tata letak usaha dan kelayakan usaha.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden maka diperoleh persentase pasar potensial untuk One Eighty Coffee and Music. Perhitungan pasar potensial yaitu jumlah responden yang berminat terhadap produk yang ditawarkan terhadap konsumen. One Eighty Coffee and Music menawarkan lima produk dessert sehingga masing – masing produk memiliki proporsi yang berbeda–beda. Persentase pasar potensial dari One Eighty Coffee and Music untuk brownies tower yaitu sebesar 60%, coffee ice cream cake yaitu sebesar 65%, trilogy yaitu sebesar 78%, s'more lemon cheesecake yaitu sebesar 68% dan chocolate lava yaitu sebesar 72%.

Pasar tersedia memiliki karakteristik yang hampir sama dengan pasar potensial, yang membedakannya yaitu individu tidak hanya berminat pada suatu produk, tetapi juga memiliki kecenderungan untuk membayar produk tersebut. Pasar tersedia diperoleh dari hasil pengumpulan kuesioner yang telah disebarluaskan kepada 100 responden untuk mengetahui keminatan responden untuk membeli menu makanan dessert di One Eighty Coffee and Music. Persentase pasar potensial dari One Eighty Coffee and Music untuk brownies tower yaitu sebesar 52%, coffee ice cream cake yaitu sebesar 57%, trilogy yaitu sebesar 70%, s'more lemon cheesecake yaitu sebesar 60% dan chocolate lava yaitu sebesar 64%.

DAFTAR PUSTAKA

- Djunaid, I., S. (2018). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Jasa Penginapan Berbasis Syariah di Hotel Sofyan Inn Srigunting Bogor. *Jurnal Fame* Vol 1 No.1 – No.91. Th.2018 ISSN: 2622-1292.
- Fauzi, P. M., Endang. C., Nanang. S. (2019). Analisis Kelayakan Serta Perancangan Aplikasi Website pada Startup Digital Creative Fotografi Berdasarkan Aspek Pasar, Aspek Teknis dan Aspek Finansial. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya* Vol 5 No 2, Desember 2019, 60 – 66 p-ISSN 2407-781X, e-ISSN 2655-2655.
- Firdaus, I., Hesty, N. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 1 April 2018.
- Ichsan, N.R., Lukman N., Sarman S., (2019). Studi Kelayakan Bisnis (Business Feasibility Study). CV. Manhaji Medan.
- Kaloh, T., Ventje. I., Sonny. P. (2018). Analisis Laporan Arus Kas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern* 13(4), 2018, 741 – 751.
- Markano, D. (2021). Analisis Kelayakan Usaha Sate Gurih Jigans Ditinjau Dari Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Teknis dan Aspek Finansial. *e- Proceeding of Engineering*: Vol.8, No.2 April 2021 Page 2099.
- Mulyawan, F., Sari, P. R. K., & Ananda, N. A. (2018). Mengukur Kemampuan Ekspansi Depot Air Minum Isi Ulang Mitro Ditinjau dari Kinerja Keuangan dan Strategi Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 3(2). <https://doi.org/10.37673/jebi.v3i2.70>.
- Musfar, F., T. (2020). Buku Ajar: Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Terbitan pertama Oktober 2020.
- November, Y., Ida F., Achmad. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* Vol.1, No.1, Juni 2016: 31-40 ISSN 2527 – 7502.
- Nurmaliuna, R., Tintin, S., Arif, R. (2020). Analisis Kelayakan Bisnis. PT. Penerbit IPB Press.
- Perindustrian, Kementerian. (2020). Analisis Perkembangan Industri Indonesia. Edisi I – 2020.
- Sari, M., W. (2018). Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Regional Pada UMKM Christine Hakim di Padang. *Jurnal EKOBISTEK* Fakultas Ekonomi, Vol 7 No.1, April 2018, Hal 122-127 ISSN: 2301-5268.

- Sudiartini, N. W. A., Astari, A. A. E., Kardini, N. L., & Dhani, Y. R. (2020). The feasibility study of coffee house business opportunity in COVID-19 pandemic: a case study at kulo coffee shop pemogan. International Research Journal of Management, IT and Social Sciences, 7(5), 38-45. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n5.966>.
- Sunardi, N., Dessy. E., Lina. I.R. (2021). Analisis Struktur Modal yang Optimal untuk Meningkatkan Nilai Perusahaan. Jurnal Sekuritas, Vol.5, No.1, September 2021.
- Wibowo, G. R., Praptono, B., Rendra, M. (2021). Analisis Kelayakan Usaha Pembukaan Green House Kaktus DItinjau dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, dan Aspek Finansial. e-Proceeding of Engineering: Vol.8, No.2 April 2021, 2091.
- Wulandari, P., A., dkk. (2019). Analisis Kelayakan Pengembangan usaha RDA Hijan dengan Penjualan Secara Online dan Offline. Jurnal Mitra Manajemen Vol.3, No.8, Agustus (2019) 859-872.