

**ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA KEDAI KOPI ISHPOT
PURWOKERTO, KABUPATEN BANYUMAS, JAWA TENGAH**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

ARINA NUR IFADLOH

NIM.1817201175

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arina Nur Ifadloh

NIM : 1817201175

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Kedai Kopi Ishpot
Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 13 September 2022

Saya yang menyatakan



Arina Nur Ifadloh

NIM. 1817201175



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA KEDAI KOPI ISHPOT
PURWOKERTO, KABUPATEN BANYUMAS, JAWA TENGAH**

Yang disusun oleh Saudara **Arina Nur Ifadloh** NIM **1817201175** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **28 September 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.


Ketua Sidang/Penguji


Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Sekretaris Sidang/Penguji


Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
NIP. 19881003 201903 1 015

Pembimbing/Penguji


Dr. Atabik, M.Ag.
NIP. 19651205 199303 1 004

Purwokerto, 05 Oktober 2022



Mengetahui/Mengesahkan
Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Arina Nur Ifadloh NIM. 1817201175 yang berjudul:

**Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto,
Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah**

Saya berasumsi bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 13 September 2022

Pembimbing



Dr. Atabik, M.Ag

NIP. 19651205 199303 1 004

MOTTO

Bersyukur dan jangan pernah patah semangat, *spread positivity, work on my self and do things that make day better. It's gonna be okay, go heal and learn and love self.*

"Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Dan apabila engkau telah selesai (dari segala urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)." (QS. Al- Insyirah: 5 & 7)



ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA KEDAI KOPI ISHPOT PURWOKERTO, KABUPATEN BANYUMAS, JAWA TENGAH

Arina Nur Ifadloh

NIM. 1817201175

E-mail: ninaarina31@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas
Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Analisis kelayakan bisnis yaitu analisa untuk membahas kelayakan pada suatu bisnis. Bisnis adalah seluruh rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri dengan menyediakan barang/jasa untuk memperbaiki standar kualitas hidupnya. Seperti pada bisnis Kedai Ishpot Kopi merupakan bisnis dengan produk utama berupa minuman aneka kopi. Pokok permasalahannya yaitu bagaimana kelayakan bisnis Kedai Ishpot Kopi ini dengan dianalisis melalui studi kelayakan bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis usaha Kedai Ishpot Kopi dinilai dari aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen organisasi, aspek keuangan, aspek teknis teknologi dan aspek lingkungan hidup. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitian kualitatif. Penelitian dilakukan dengan berada langsung pada obyeknya dalam mengumpulkan data dan berbagai informasi yang dilakukan secara terperinci dan mendalam. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran yang jelas dalam target dan strategi pemasaran, pada aspek hukum memiliki perizinan, kemudian pada aspek keuangan dalam sumber pendanaan berasal dari modal sendiri dan investasi untuk operasional usaha, dari aspek manajemen organisasi adanya struktur organisasi yang mengontrol manajemennya dalam menjalankan tugas, aspek teknis teknologinya menggunakan alat dan mesin sesuai dengan prosedur, kemudian dari aspek lingkungan hidup pada limbah kopi yang dihasilkan oleh kegiatan usaha tidak menimbulkan kerusakan lingkungan.

Kata Kunci : Kedai Ishpot Kopi, Studi Kelayakan Bisnis, Analisis Kelayakan.

BUSINESS FEASIBILITY STUDY ANALYSIS AT ISHPOT COFFE SHOP PURWOKERTO, BANYUMAS REGENCY, CENTRAL JAVA

Arina Nur Ifadloh

NIM. 1817201175

E-mail : ninaarina31@gmail.com

*Study Program of Islamic Economis, Faculty of Islamic Economics and Business,
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

Business feasibility analysis is an analysis to discuss the feasibility of a business. Business is a whole series of activities carried out by people working in the field of commerce and industry by providing goods/services to improve their standard of living quality. As in the Ishpot Coffee Shop business, it is a business with the main product in the form of various coffee drinks. The main problem is how the business feasibility of this Ishpot Coffee Shop is analyzed through a business feasibility study.

This study aims to determine the feasibility of the Ishpot Kopi Kedai business assessed from legal aspects, market and marketing aspects, organizational management aspects, financial aspects, technical aspects of technology and environmental aspects. This study uses field research (field research) with the type of qualitative research. Research is carried out by being directly on the object in collecting data and various information which is carried out in detail and depth. Data collection techniques used are observation, interviews and documentation.

The results of this study indicate that, in terms of market and marketing aspects that are clear in marketing targets and strategies, from the legal aspect to have a license, then from the financial aspect the source of funding comes from own capital and investment for business operations, from the organizational management aspect there is an organizational structure. which controls its management in carrying out their duties, the technical aspects of technology use tools and machines in accordance with procedures, then from the environmental aspect the coffee waste produced by business activities does not cause environmental damage.

Keywords : *Ishpot Coffee Shop, Business Feasibility Study, Feasibility Analysis.*

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	Ĥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	Š	es (dengan titik dibawah)
ض	d'ad	d'	de (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Ditulis	'iddah

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap kedalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" seperti bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	Zakat al-fitr
------------	---------	---------------

4. Vokal Pendek

--- َ ----	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ----	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ----	Dammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	ā
	جاهلية	Ditulis	jāhiliyyah
2.	Fathah + ya'	Ditulis	ā
	تنس	Ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	karīm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	furūḍ

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Aul
	قول	Ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتما	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyah

القرآن	Ditulis	Al-Qur'ān
القياس	Ditulis	Al-qiyas

- b. Bila dikuti huruf syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l* (el)-nya.

السماء	Ditulis	as-Sama'
--------	---------	----------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوي الفروض	Ditulis	Zawī al-furūd
اهل السنة	Ditulis	Ahl as-sunnah



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala kesempatan, kesehatan, berkah dan rahmat-Nya serta rezeki untuk melanjutkan program studi S1 ini hingga akhir. Shalawat serta salam selalu dipanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan judul “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah”. Dengan skripsi ini izinkan penulis persembahkan untuk :

1. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orangtua saya yaitu Bapak Achmad Hartono dan Ibu Taryati yang telah memberikan curahan perhatian, kasih sayang, dorongan semangat, nasehat dan dukungan dalam doa maupun segala pengorbanannya baik secara materil maupun moral sehingga menjadikan saya memiliki semangat serta ambisi yang besar untuk terus berusaha memiliki kehidupan yang lebih baik melalui pendidikan.
2. Terimakasih untuk kakak saya, Fikri Saeful Maula yang senantiasa memberikan semangat, support, dukungan dan doa kepada saya, serta berbagi cerita yang selalu bersama. Terimakasih semoga Allah membalas kebaikanmu dan sukses selalu.
3. Untuk Almh. Nenek saya (nenek Nakiwen). Skripsi ini saya persembahkan untuk beliau yang senantiasa menanti cucu menjadi Sarjana muda. Terimakasih mbah, sudah menjadi motivasi perjuangan hidup untuk menjadi orang yang sukses, terimakasih atas doa-doa yang telah dipanjatkan dimasa hidupnya.
4. Terimakasih kepada seluruh keluarga besar yang sangat saya sayangi atas motivasi semangat, support dan doa yang diberikan kepada saya.
5. Tak lupa juga diri saya sendiri, yang telah berjuang dan bekerja keras untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih karena selalu berpikir positif dalam

berbagai keadaan dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri hingga akhirnya diri saya mampu membuktikan bahwa saya bisa menyelesaikannya.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan dan terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membawa perubahan besar bagi peradaban dunia dengan memberi teladan yang berakhlak mulia. Penulisan karya ilmiah ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan Strata Satu (S.1.) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang berjudul "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Kedai Ishpot Kopi Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah." Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan dukungan oleh berbagai pihak baik pengajar, bimbingan dan arahan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis menyampaikan penghargaan dan terimakasih tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor UIN Prof.K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan UIN Prof.K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M. Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Dr. Atabik, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Iin Solikhin, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. H. Slamet Akhmadi, M.S.I., selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Dr. Atabik, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terimakasih setulus-tulusnya saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa sehat dan mendapat perlindungan dari Allah SWT atas kebaikan Bapak.
13. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Untuk diriku terimakasih sudah sampai tahap ini, kamu hebat tiada tertandingi. Terimakasih karena sudah selalu kuat untuk berjuang melewati masa-masa penyusunan skripsi ini sampai akhir. *So proud of me and love me so much.*

16. Terimakasih kepada kedua orangtua Penulis yaitu Bapak Achmad Hartono dan Ibu Taryati yang senantiasa memberikan dorongan baik materi maupun doa yang tiada henti, dan atas kasih sayangnya selamanya.
17. Kepada kakak saya Fikri yang senantiasa memberikan dukungan dan doa kepada saya.
18. Terimakasih saya ucapkan kepada pemilik bisnis Kedai Ishpot Kopi beserta karyawan yang sudah memberikan ruang dan izin bagi saya serta informasi dan data-data terkait penelitian.
19. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah E angkatan 2018 yang telah memberi warna dan saling memberi semangat selama proses perkuliahan ini, terimakasih atas kebersamaan dan cerita yang tidak akan pernah dilupakan.
20. Terimakasih teruntuk sahabat '*sobat ambyar*' saya Sinta Kusumadewi, Fike Fetriyana, Nadhia Marsa Alfiana, Siti Fatimah, yang sudah menjadi teman, sahabat, dan saudara selama ini. *See you on top guys.*
21. Terimakasih teruntuk teman saya Robi Mar'atul Hikmah terimakasih selalu kebersamainya dari semester awal sampai di semester akhir yang penuh suka dan duka.
22. Sahabat-sahabatku dimanapun berada yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan semangat satu sama lain.
23. Dan untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, baik yang secara langsung maupun tidak langsung dalam memberikan dorongan dan semangat untuk proses skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan untaian do'a yang bisa penulis berikan. Semoga segala partisipasi yang telah diberikan kepada Penulis mendapatkan balasan dan imbalan dari Allah SWT. Dalam penyusunan skripsi ini, Penulis berupaya semaksimal mungkin agar skripsi ini menjadi sempurna. Namun sebagai manusia biasa, Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh

karena itu, penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang, semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi penulis dan pembaca.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

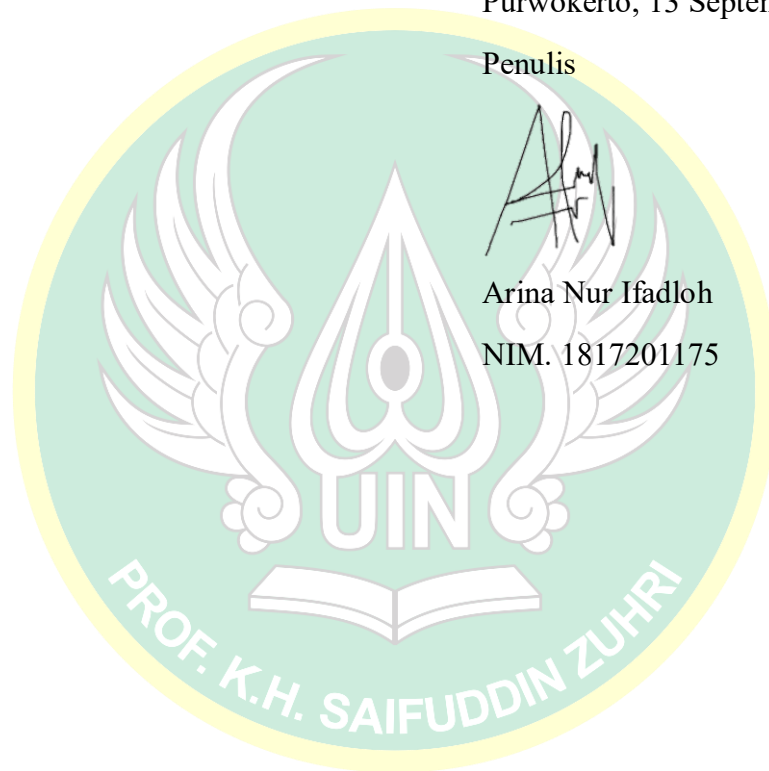
Purwokerto, 13 September 2022

Penulis



Arina Nur Ifadloh

NIM. 1817201175



DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	8
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	11
BAB II : LANDASAN TEORI	12
A. Studi Kelayakan Bisnis	12
1. Definisi	12
2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis.....	13
3. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis	15
4. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis	18
B. Kedai Kopi	30
C. Landasan Teologis	32
D. Kajian Pustaka	37
BAB III : METODE PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian	46
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	47
C. Jenis Dan Sumber Data	47
1. Data Primer	48

2. Data Sekunder	48
D. Subyek Dan Obyek Penelitian	48
E. Metode Pengumpulan Data	49
1. Observasi	49
2. Wawancara	49
3. Dokumentasi	50
F. Teknik Analisis Data	50
1. Reduksi Data	51
2. Penyajian Data	51
3. Penyimpulan Dan Verifikasi Data	52
BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Usaha	53
1. Kedai Ishpot Kopi	53
2. Visi Misi Kedai Ishpot Kopi	56
3. Akun Sosial Media	57
4. Jam Operasional Kedai Ishpot Kopi	57
5. Sajian Di Kedai Ishpot Kopi	58
B. Analisis Kelayakan	60
1. Aspek Hukum	60
2. Aspek Pasar Dan Pemasaran	63
3. Apek Keuangan	77
4. Aspek Teknis Dan Teknologi.....	80
5. Aspek Manajemen Dan Organisasi	85
6. Aspek Lingkungan Hidup.....	90
BAB V : PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Konsumsi Kopi di Indonesia (2010-2021).....	31
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 4.1 Jam Operasional Kedai Ishpot Kopi.....	58
Tabel 4.2 NPWP Kedai Ishpot Kopi.....	60
Tabel 4.3 SIUP Kedai Ishpot Kopi.....	61
Tabel 4.4 Harga Kopi Kedai Ishpot Kopi.....	71
Tabel 4.5 Harga Minuman Kedai Ishpot Kopi.....	72
Tabel 4.6 Harga Makanan Kedai Ishpot Kopi.....	72
Tabel 4.7 Harga <i>ricebowl</i> Kedai Ishpot Kopi.....	73
Tabel 4.8 Harga menu pelengkap di Kedai Ishpot Kopi.....	74
Tabel 4.9 Total Modal Usaha Pada Kedai Ishpot Kopi.....	77
Tabel 4.10 Biaya Investasi.....	78
Tabel 4.11 Biaya Operasional.....	79
Tabel 4.12 Struktur Organisasi Kedai Ishpot Kopi.....	86
Tabel 4.13 Deskripsi Pekerjaan di Kedai Ishpot Kopi.....	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Produksi Kopi Di Indonesia (2107-2021)	3
Gambar 4.1 Kedai Ishpot Kopi.....	55
Gambar 4.2 Lokasi Kedai Ishpot Kopi.....	57
Gambar 4.3 Daftar Menu Lama di Kedai Ishpot Kopi.....	59
Gambar 4.4 Daftar Menu Baru Kedai Ishpot Kopi.....	59
Gambar 4.5 <i>Legality</i> Kedai Ishpot Kopi.....	63
Gambar 4.6 Logo Ishpot Kopi.....	67
Gambar 4.7 Nama dan Kemasan Produk Kopi Kedai Ishpot Kopi.....	69
Gambar 4.8 Makanan di Kedai Ishpot Kopi.....	69
Gambar 4.9 Bubuk kopi di Kedai Ishpot Kopi.....	70
Gambar 4.10 <i>Tournament</i> di Kedai Ishpot Kopi.....	75
Gambar 4.11 Alat dan Teknologi pada Kedai Ishpot Kopi.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman wawancara
- Lampiran 1.1 Pedoman wawancara pemilik Kedai Ishpot Kopi
- Lampiran 1.2 Pedoman wawancara admin marketing Kedai Ishpot Kopi
- Lampiran 1.3 Pedoman wawancara karyawan Kedai Ishpot Kopi
- Lampiran 1.4 Transkrip hasil wawancara pemilik Kedai Ishpot Kopi
- Lampiran 1.5 Transkrip hasil wawancara admin marketing Kedai Ishpot
- Lampiran 1.6 Transkrip hasil wawancara karyawan Kedai Ishpot Kopi
- Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 3 Surat-Menyurat
- Lampiran 3.1 Surat Keterangan Berhak Mengajukan Judul
- Lampiran 3.2 Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3.3 Pernyataan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3.4 Surat izin penelitian dengan Kedai Ishpot Kopi
- Lampiran 3.5 Surat Keterangan Kedai Ishpot Kopi
- Lampiran 3.6 Surat Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3.7 Surat Rekomendasi Seminar Proposal
- Lampiran 3.8 Surat Keterangan Telah Lulus Semua Mata Kuliah
- Lampiran 3.9 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 3.10 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 3.11 Surat Rekomendasi Munaqosah
- Lampiran 4 Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 5 Blangko Penilaian Ujian Komprehensif
- Lampiran 6 Kartu Bimbingan

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara umum, proses pembangunan ekonomi di suatu Negara meningkatkan peluang bagi aktivitas ekonomi, termasuk pada industri dari berbagai skala usaha, mulai dari usaha kecil, menengah, maupun usaha besar. (Abidatul Afiyah, 2015) Bisnis diartikan sebagai seluruh kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang yang berkecimpung di dalam bidang perniagaan baik sebagai produsen, konsumen, maupun pedagang dalam suatu industri perusahaan dalam rangka untuk memperbaiki standar serta kualitas hidupnya. (Sugiyanto, 2020). Dalam suatu usaha, berbagai hambatan dan resiko pasti akan ditemui, sehingga perlu dilakukannya studi kelayakan bisnis untuk meminimalisir semua itu dalam kelangsungan hidup pada masa yang akan datang. Studi kelayakan bisnis adalah penelitian terhadap bisnis yang dijalankan untuk menganalisis layak atau tidak layaknya bisnis tersebut dibangun dan pada saat dioperasikan dalam rangka untuk mencapai keuntungan yang maksimal pada jangka waktu yang tidak ditentukan. (Husein, 2003) Tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis yaitu untuk memperkirakan seberapa besar potensi suatu usaha dapat berjalan dan menghasilkan keuntungan, baik dalam situasi mendukung maupun tidak dan dalam jangka panjang ataupun jangka pendek (Sunarji, 2018)

Dalam Islam, ada hal yang perlu diperhatikan bagi pelaku bisnis Islam. Bahwa hakikatnya bisnis dalam Islam sesungguhnya tidak hanya bersifat material semata tetapi juga yang bersifat immaterial, bahkan lebih mengutamakan dan meliputi pada hal yang bersifat immaterial dan kualitas. Dalam konteks inilah, Al-Quran menawarkan suatu keuntungan dengan melakukan bisnis yang tidak mengenal kerugian, hal tersebut dalam Al-Qur'an

diistilahkan dengan "*tijaratan lan tabura*" yang artinya kesuksesan bisnis dunia dan akhirat dapat diperoleh jika sungguh-sungguh meneladani ajaran Rasulullah SAW dalam berbisnis. Karena apabila pelaku bisnis mengalami kerugian, namun pada hakikatnya pelaku bisnis tersebut tetap mendapat pahala atas kerja kerasnya yang halal. (Muhamad, 2013)

Bisnis pada industri kopi sebagai peran penting dalam memberikan kontribusi bagi pembangunan perekonomian suatu negara. Industri kopi di Indonesia akhir-akhir ini mengalami peningkatan dan cenderung memiliki potensi yang baik serta berkembang secara beragam. Industri kopi dapat diusahakan sebagai usaha menengah maupun kecil yang disesuaikan dengan kemampuan dalam memulai bisnis. (Sudarto, 2017)

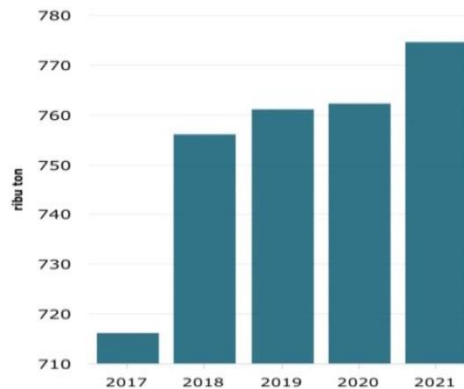
Berdasarkan data dari International Coffe Organization, industri kopi dari sisi fundamental pasar yaitu proyeksi total produksi kopi tahun 2021/22 adalah 8,6% di atas rata-rata 10 tahun kopi terakhir. Konsumsi kopi global pada tahun kopi 2021/2022 diperkirakan sebesar 167,26 juta kantong meningkat 1,9% dari 164,13 juta kantong yang tercatat di tahun kopi 2020/2021. (International, About Statistics of the International Coffee Organization, 2022)

Produksi kopi Indonesia cenderung meningkat dalam lima tahun terakhir. Berdasarkan laporan Statistik Indonesia, selama lima tahun terakhir, jumlah produksi kopi di Indonesia yang tertinggi yaitu pada 2021. Sementara itu, produksi kopi terendah yakni pada 2017 sebanyak 716,10 ribu ton. Jumlah produksi kopi Indonesia mencapai 774,60 ribu ton pada 2021. Jumlah itu meningkat sekitar 1,62% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 762,20 ribu ton. Provinsi Sumatera Selatan merupakan produsen kopi terbesar di Indonesia sepanjang 2021, jumlah produksi kopi di provinsi ini mencapai 201,40 ribu ton. Lampung dengan jumlah produksi kopi sebanyak 118 ribu ton. Selanjutnya, Sumatera Utara dan Aceh masing-masing memproduksi kopi sebanyak 76,80

ribu ton dan 74,20 ribu ton

Gambar 1.1

Jumlah Produksi Kopi di Indonesia (2017-2021)



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 25 Februari 2022

Hal tersebut berarti bahwa, Industri kopi memiliki potensi besar untuk terus berkembang di Indonesia, dan tingginya minat masyarakat untuk mengembangkan usaha kopi menjadi salah satu buktinya. Indonesia memiliki peluang dalam pengembangan industri kopi karena selain memiliki potensi pasar yang besar juga didukung dengan potensi bahan baku. Oleh karena itu, diperlukanya upaya strategis seperti pada hilirisasi dalam rangka untuk peningkatankapasitas produksi dan meningkatkan nilai tambah. (Perekonomian, 2021)

Seiring dengan laju perkembangan zaman, minat masyarakat konsumsi kopi terlihat semakin meningkat, sehingga usaha kedai kopi sebagai ladang bisnis yang memberikan peluang baik. Kedai kopi sebagai usaha yang perlu untuk dikembangkan di Indonesia. Coffe Shop atau Kedai Kopi merupakan tempat atau rumah minum yang menyajikan macam-macam minuman dengan menu utama kopi dalam berbagai jenis dan menu pelengkap lainnya. (Ahmad Yunus, 2018)

Pertumbuhan kedai kopi semakin pesat dan populer dengan berbagai nama terkenal bermunculan di kota-kota Indonesia. Kota Purwokerto, menjadi

salah satu kota yang memiliki ragam kedai kopi. Pada saat ini, mengunjungi kedai kopi bukan hanya sebagai tempat untuk melakukan aktivitas konsumsi semata, namun telah menjadi salah satu gaya hidup bagi sebagian masyarakat Purwokerto bahkan masyarakat kota pada umumnya. Gaya hidup yang dimaksud tersebut yakni aktivitas yang menjadi salah satu kebutuhan bagi sebagian masyarakat sebagai pengisi waktu luang, tempat melepas lelah, berkumpul, dan berdiskusi dari berbagai kalangan masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi pada usaha Kedai Kopi yang berada di Kota Purwokerto bernama "Ishpot Kopi", kedai kopi merupakan bentuk usaha dari CV Ishpot yang berpusat di Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas. Kedai Ishpot Kopi didirikan pada 26 Desember 2020 dan hingga saat ini berdasarkan data dari situs website www.fokusbanyumas.id yang merupakan portal media milik CV Ishpot telah dikunjungi oleh jutaan pengunjung. Hal tersebut menjadikan namanya cukup tidak asing dikalangan masyarakat dan pemerintah dalam usia usahanya yang masih terbilang muda yakni 3 tahun. CV Ishpot didirikan oleh Bapak Isman Rahadi yang kemudian memutuskan untuk membuat kedai kopi sebagai salah satu bentuk usahanya yang diberi nama Kedai Ishpot Kopi dan kepemilikan pada Kedai Ishpot Kopi diserahkan kepada anak kandungnya yaitu Mutiara Salsabila Rahadi dengan jabatan sebagai *owner*(pemilik) Kedai Ishpot Kopi. Lokasinya beralamat di Jl.Hos Notosuwiryo No.4, Teluk, Purwokerto Selatan, persisnya ada di sebelah selatan perempatan lampu merah Karang Bawang.

Berdasarkan wawancara dengan *owner* atau pemilik Ishpot Kopi yaitu Mutiara Salsabila Rahadi berusia 22 tahun. Menurutnya, Kedai Ishpot Kopi merupakan salah satu bentuk usaha dari CV Ishpot namun asal mula didirikannya sebagai ruang khusus berkumpul, berdiskusi dan *meeting room* untuk rekan kerja, klien dan tamu kantor. Kedai Ishpot Kopi sampai saat ini

berjalan hingga memasuki tahun ke-3. Seiring dengan perkembangan dari usahanya, Kedai Ishpot Kopi melakukan hal baru yakni berkolaborasi dengan pemerintah atas produk kopi yang bernama '*Mantap Jiwo*'. Kopi '*Mantap Jiwo*' ialah produk kopi sebagai obat bagi para pecinta kopi asli Jawa. Kopi '*Mantap Jiwo*' merupakan hasil dari kerjasama antara kelompok tani bersama pemerintah dan kemudian Ishpot Kopi dipercaya sebagai ruang untuk memperkenalkan dan memasarkan kopi '*Mantap Jiwo*' tersebut, Kedai Ishpot Kopi memasarkan kopi '*Mantap Jiwo*' dengan *manual brawing* khas Ishpot. Kedai Ishpot Kopi mencoba menarik hati para penikmat kopi dengan konsep desain yang khusus untuk para *gamers* agar tetap bisa bermain game sembari menikmati kopi, kedai ini juga sering mengadakan *tournament* untuk para *gamers*. Selain jenis kopi lokal, juga menyajikan beragam jenis produk kopi dan menu lainnya seperti aneka makanan siap saji. (Wawancara, 2 Desember 2021)

Berdasarkan keterangan yang ada pada website Ishpot Kopi www.fokusbanyumas.id, yaitu kopi yang diberi nama (Mantap Jiwo) *Mantap Jiwo Rimba Ngapak Mountaun Cau Semedo*, karena seperti pada namanya yang memang mantap jiwa. Adanya kopi Mantap Jiwo tersebut telah mendapat apresiasi dari Pemerintah yaitu Bapak Amrin Ma'ruf yang merupakan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Banyumas pada hari Selasa 04 Januari 2020 saat berkunjung ke Kedai Ishpot Kopi. Beliau mengapresiasi apa yang telah dilakukan oleh Kedai Ishpot Kopi dalam memasarkan dan memperkenalkan kopi mantap jiwa sebagai sajian di Kedai Ishpot Kopi. Beliau juga sangat berterimakasih karena Kedai Ishpot Kopi bersedia dengan penuh semangat dalam memasarkan produk tersebut. "*Terimakasih Bossman Ishpot yang bersedia dengan penuh semangat ikut memasarkan produk lokal, Mantap Jiwo. Uji coba dimulai dari*

sini, dari Kedai Ishpot Kopi". (Fokusbanyumas, p. diakses pada desember 2021)

Hal tersebut merupakan salah satu alternatif untuk mengangkat produk lokal agar lebih dikenal luas dan dikonsumsi oleh kalangan masyarakat.

Dilihat dari studi kelayakan bisnis pada berbagai aspek terkait keputusan kelayakan suatu bisnis. Setiap aspek tidak berdiri sendiri tetapi saling berkaitan sehingga agar dapat dikatakan layak maka harus sesuai dengan standar yang ditentukan pada seluruh aspek yang dinilai. (Rochmat Aldy Purnomo, 2017)

Berdasarkan hasil survey ditinjau dari aspek studi kelayakan bisnis, pada aspek teknis teknologi, yaitu letak lokasi Kedai Ishpot Kopi tergabung satu tempat dengan kantor CV Ishpot. Dalam teknologi, dulunya secara manual tanpa bantuan mesin, namun saat ini telah menggunakan alat dan mesin canggih. Pada aspek lingkungan hidup, Kedai Ishpot Kopi membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat umum. Pada aspek hukum, Kedai Ishpot Kopi memiliki perizinan usaha. Selanjutnya pada aspek keuangan, selama kegiatan usaha pada pencatatan laporan keuangannya belum terstruktur karena tidak ada data keuangan sistematis sehingga pendapatan dan pengeluarannya tidak terkontrol. Aspek manajemen dan organisasi, dalam struktur organisasinya sesuai dengan pembagian tugas masing-masing. Kemudian pada aspek pasar dan pemasaran dilakukan dengan menggunakan strategi bauran pemasaran antara lain produk, harga, tempat dan promosi. Produk Kedai Ishpot Kopi beraneka jenis kopi dengan sajian pelengkap lainnya, kemudian harga dibandrol kisaran mulai dari Rp 10.000 sampai 30.000. Dalam promosinya mengandalkan media sosial dan perantara orang-orang terdekat maupun kerabat untuk ikut mempromosikan kedai kopi ini.

Hasil observasi yang dilakukan, dapat dilihat masalah mengenai Kedai Ishpot Kopi, kedai ini masih tergolong bisnis yang perlu dilakukan analisis

kelayakan untuk melihat seberapa baik dan berkembangnya usaha sebagai bahan pertimbangan kedepannya. Studi kelayakan pada penelitian ini ditinjau dari penilaian berdasarkan aspek studi kelayakan bisnis. Aspek pasar dan pemasaran dalam studi kelayakan dimaksudkan untuk mengetahui apakah produk yang ditawarkan memiliki peluang untuk berhasil di pasaran. Aspek hukum akan dibahas mengenai keabsahan dan kelengkapan dokumen perusahaan. Aspek teknis dan teknologi akan diteliti mengenai lokasi usaha dan mengenai penggunaan teknologi. Selanjutnya aspek keuangan untuk mengetahui biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan, merupakan aspek yang penting dalam menjalankan suatu bisnis untuk menilai keuangan secara keseluruhan dengan tujuan apakah kegiatan usaha tersebut akan menguntungkan secara ekonomis dan menilai keuntungan yang akan didapatkan. Pada aspek manajemen dan organisasi, hal yang dinilai dalam aspek ini adalah para pelaksana pengelola usaha dan struktur organisasi, kemudian pada aspek lingkungan hidup akan diteliti mengenai kesesuaian lingkungan serta dampak bisnis yang dijalankan terhadap lingkungan.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis merasa perlu untuk mengadakan penelitian di Kedai Ishpot Kopi yang berada di Purwokerto. Penulis dalam hal ini tertarik untuk lebih jauh membahas mengenai kelayakan bisnis kedai ini. Maka tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul yang membahas tentang Analisis Studi Kelayakan Bisnis Kedai Kopi Ishpot yang berlokasi di Jl. Hos Notosuwiryo No.4, Teluk, Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah.

Alasan memilih dan mengangkat topik ini karena bidang usaha kedai kopi yang memang saat ini sedang marak di Indonesia, selain itu juga agar dapat mendukung usaha kedai kopi untuk semakin berkembang sesuai dengan standar kelayakan bisnis karena untuk mengukur keberhasilan suatu usaha

dapat dilakukan penilaian melalui studi kelayakan bisnis.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah batasan konsep atau istilah yang digunakan dalam judul skripsi. Pada bagian ini, peneliti akan menjelaskan secara singkat mengenai konsep dan teori-teori yang akan peneliti gunakan dalam penelitian.

Pembahasan penelitian ini yaitu pada studi kelayakan bisnis Kedai Ishpot Kopi yang menyangkut penelitian ditinjau dari penilaian aspek studi kelayakan bisnis, dimana semua itu digunakan sebagai penelitian kelayakan usaha dan hasilnya digunakan untuk mengambil keputusan dalam menentukan kelayakan bisnis tersebut.

1. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan analisis yang dilakukan untuk mempelajari secara mendalam dalam rangka menentukan layak atau tidak suatu usaha dijalankan. Menurut Umar H. (2015) Studi kelayakan bisnis adalah penelitian tentang rencana bisnis yang tidak hanya menentukan layak atau tidak layaknya bisnis dibangun, namun juga pada saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk jangka waktu yang tidak ditentukan. (Sunarji, Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif, 2018)

Tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis adalah untuk memperkirakan seberapa besar potensi usaha dapat berjalan dan menghasilkan keuntungan dalam situasi mendukung maupun situasi yang tidak mendukung dan dalam jangka panjang ataupun jangka pendek. (Husen, Studi Kelayakan Bisnis, 2018) Secara umum, prioritas aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut :

a. Aspek Hukum

Dalam aspek ini, akan dibahas mengenai keabsahan dan kelengkapan

dokumen perusahaan, mulai dari badan hukum usaha sampai perizinan yang dimiliki karena apabila dikemudian hari timbul masalah, maka dokumen tersebut merupakan dasar hukum yang sah.

b. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek ini perlu dianalisis untuk menilai apakah perusahaan memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak jika ditinjau dari strategi bauran pemasarannya. Dengan kata lain, seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan.

c. Aspek Keuangan

Pada aspek ini dilakukan untuk mengetahui biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Dan untuk menilai seberapa besar penerimaan pendapatan yang akan diperoleh jika proyek tersebut jadi dijalankan kemudian darimana saja sumber pembiayaan bisnis tersebut.

d. Aspek Teknis dan Teknologi

Pada aspek ini, akan diteliti mengenai lokasi usaha. Dan juga penentuan pada layout gedung, mesin, peralatan serta layout ruangan sampai kepada usaha perluasan selanjutnya. Kemudian mengenai penggunaan teknologi.

e. Aspek Manajemen dan Organisasi

Hal-hal yang dinilai dalam aspek ini adalah para pelaksana pengelola usaha dan struktur organisasi yang ada. Struktur organisasi yang dipilih harus sesuai dengan bentuk dan tujuan usahanya, dengan itu maka proyek yang dijalankan akan berhasil apabila dijalankan oleh orang-orang yang profesional yaitu dengan merencanakan, melaksanakan sampai mengendalikannya apabila terjadi penyimpangan.

f. Aspek Lingkungan Hidup

Aspek ini perlu dianalisis untuk mengetahui tiap proyek usaha yang

dijalankan akan dampaknya terhadap lingkungan di sekitarnya yang pada akhirnya akan berdampak terhadap kehidupan manusia, binatang, dan tumbuh-tumbuhan yang ada di sekitarnya. (I Made Adnyana, 2020)

2. Kedai Ishpot Kopi

Kedai Ishpot Kopi merupakan sebuah kedai kopi yang bernaung di CV Ishpot sebagai bentuk usaha dari CV Ishpot. Kedai Ishpot Kopi didirikan pada 26 Desember 2020 oleh pendirinya yaitu Isman Rahadi dan *owner* (pemilik) yaitu Mutiara Salsabila Rahadi. Lokasi Kedai Ishpot Kopi berada di Jl.Hos Notosuwiryo No.4, Teluk, Purwokerto Selatan persisnya ada di sebelah selatan perempatan lampu merah Karang Bawang. Hingga saat ini usia usahanya sudah memasuki tahun ke-3. Kedai Ishpot Kopi merupakan tempat atau rumah minum yang menyajikan macam-macam minuman dengan menu utama kopi dalam berbagai jenis serta menu pelengkap lainnya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kelayakan usaha Kedai Ishpot Kopi jika dikaji berdasarkan aspek pada studi kelayakan bisnis?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan usaha Kedai Ishpot Kopi yang dikaji berdasarkan aspek studi kelayakan bisnis, yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan organisasi, serta aspek lingkungan hidup.

2. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Secara Akademik

Manfaat teoretis dari penelitian ini adalah untuk menambah ilmu pengetahuan mahasiswa UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto dalam memahami analisis usaha kedai kopi ditinjau dari studi kelayakan bisnis.

b. Manfaat Secara Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini yaitu, dapat bermanfaat bagi masyarakat umum tentang usaha yang relevan sesuai bagi pelaku bisnis serta memberi motivasi mengenai bisnis yang layak dan baik dijalankan.

E. Sistematika Penulisan

Agar memberikan gambaran sekilas mengenai isi skripsi ini, maka terlebih dahulu akan diberikan gambaran sebagai berikut, skripsi ini terbagi menjadi beberapa bab antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori, kajian pustaka, serta landasan teologis

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan hasil dan pembahasan yang berisi tentang pembahasan dan analisis dalam penelitian yang dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan hasil kesimpulan penelitian beserta saran yang bermanfaat kepada pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Studi Kelayakan Bisnis

1. Definsi

Bisnis berasal dari kata “*busy*” yang memiliki arti “sibuk”, sedangkan “*business*” memiliki arti “kesibukan”. Bisnis didefinisikan sebagai seluruh kegiatan yang dijalankan oleh individu atau organisasi secara teratur dengan cara menyediakan dan memasarkan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen dalam rangka untuk mencari keuntungan.

Studi kelayakan bisnis merupakan langkah yang dijadikan patokan dan arahan dalam menentukan pembangunan sebuah usaha, kegiatannya mempelajari dan meneliti secara mendalam pada usaha atau bisnis yang akan dibangun dalam rangka menentukan layak atau tidaknya bisnis tersebut dijalankan. Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian mengenai suatu usaha atau bisnis untuk menentukan layak atau tidak layaknya bisnis tersebut dibangun, serta pada saat dioperasionalkan secara rutin dalam jangka waktu yang tidak ditentukan. (Adnyana, 2020)

Menurut Ahmad Subagyo (2015), studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menilai kelayakan pada pengembangan sebuah usaha. Menurut Ibrahim J (2013), studi kelayakan bisnis sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan, apakah akan menerima atau menolak proyek usaha yang direncanakan. (Sunarji, Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif, 2018)

Berdasarkan dari berbagai pengertian mengenai studi kelayakan bisnis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa suatu bisnis atau usaha harus didukung adanya studi kelayakan yang merupakan kegiatan untuk meneliti

secara mendalam terkait data dan informasi yang ada dengan menggunakan ukuran yang telah ditentukan, sehingga akan diperoleh hasil yang maksimal sebagai gambaran bahwa proyek atau usaha tersebut nantinya dapat memberi keuntungan. Hasil studi kelayakan suatu bisnis berguna untuk mengidentifikasi masalah yang mungkin timbul di masa mendatang, sehingga akan meminimalkan kemungkinan melesetnya hasil yang ingin dicapai, pada akhirnya hasil dari kajian kelayakan bisnis sebagai acuan atau pedoman pengambilan keputusan bahwa suatu usaha layak dijalankan atau sebaliknya. (Tri, 2015)

Aspek dalam studi kelayakan bisnis akan diteliti dan dinilai sesuai dengan standar yang ditentukan, dimana semua itu digunakan untuk penelitian studi kelayakan dan hasilnya untuk pengambilan keputusan terhadap suatu bisnis mengenai kelayakan bisnisnya. Hasil studi kelayakan bisnis berupa dokumentasi lengkap dalam bentuk tertulis mengenai suatu bisnis yang memiliki nilai-nilai positif pada aspek-aspek yang diteliti, sehingga akan dinyatakan sebagai proyek bisnis yang layak. (Kasmir, Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi, 2017)

2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Tujuan dilakukan studi kelayakan bisnis ialah untuk memperkirakan seberapa besar potensi suatu usaha dapat berjalan dan menghasilkan keuntungan baik dalam situasi mendukung maupun situasi yang tidak mendukung dalam jangka panjang ataupun jangka pendek. Tujuan utama melakukan studi kelayakan adalah untuk mengukur apakah sebuah usaha berpeluang memiliki kelanjutan atau akan berhenti pada titik waktu tertentu. (Husen, Studi Kelayakan Bisnis, 2018)

Tujuan suatu usaha perlu dilakukannya studi kelayakan bisnis, ada 5 yaitu :

a. Menghindari risiko kerugian

Analisa yang dilakukan melalui studi kelayakan bisnis bertujuan untuk memperkirakan bagaimana kemungkinan untung rugi sebuah bisnis di masa yang akan datang. Dalam hal ini berfungsi untuk meminimalkan risiko yang tidak diinginkan terjadi, baik itu risiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan dan juga untuk mengatasi risiko kerugian pada masa yang akan datang. Dalam meminimalisir risiko kerugian karena segala hal tentang masa depan tidak dapat diprediksi, namun adanya analisis yang dilakukan dapat memperkecil dan menekan risiko kerugian, juga solusi mengatasinya.

b. Memudahkan perencanaan

Analisa yang baik akan membantu pelaku usaha dalam merencanakan segala hal yang bersangkutan dengan kegiatan perusahaan. Dengan adanya studi kelayakan bisnis akan mempermudah dalam melakukan perencanaan terkait hal-hal apa saja yang perlu direncanakan dan bagaimana cara menjalankan pelaksanaan usaha mulai dari usaha dijalankan sampai pada waktu tertentu.

c. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Analisa studi kelayakan bisnis akan membantu pelaku usaha dalam memilih kebijakan yang dirasa menguntungkan ataupun merugikan.

Dengan adanya berbagai rencana yang telah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang sudah direncanakan maka akan memudahkan pelaksanaan bisnis, kemudian kegiatan usaha dapat dilakukan secara sistematis sehingga dapat tepat sasaran sesuai dengan rencana yang telah disusun.

d. Memudahkan pengawasan

Dalam hal ini akan memudahkan perusahaan untuk melakukan

pengawasan terhadap jalannya usaha, sehingga pelaksanaan pekerjaan tidak terhambat oleh hal-hal yang tidak perlu.

e. Memudahkan pengendalian

Pengendalian dan pengawasan dalam operasional sebuah bisnis perlu dilakukan secara berkesinambungan untuk mengendalikan pelaksanaan pekerjaan agar tidak terjadi penyimpangan, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai. (Adnyana, 2020)

3. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Manfaat diperlukannya studi kelayakan bisnis bagi pihak-pihak yang berkepentingan atas hasil studi kelayakan, antara lain :

a. Pihak Pertama (Bagi Analisis)

Memberikan pemahaman tentang cara berfikir yang sistematis dalam menghadapi masalah dan mencari solusi jalan keluarnya.

- 1) Menerapkan disiplin ilmu yang telah dipelajari sebagai alat bantu dalam pengambilan suatu keputusan.
- 2) Mengerjakan studi kelayakan dengan mempelajari secara komprehensif terhadap objek bisnis sehingga penyusunannya akan memperoleh ilmu pengetahuan dan pengalaman.

b. Pihak Kedua

- 1) Calon Investor

Jika hasil studi kelayakan yang telah dibuat ternyata layak untuk direalisasikan maka dapat dijadikan acuan bagi investor dalam membuat keputusan investasi yang objektif serta dapat lebih terkonsentrasi dalam memperhitungkan risiko yang mungkin dihadapi dan sebagai jaminan keselamatan modal yang akan ditanamkannya.

- 2) Mitra Penyedia Modal

Hasil studi kelayakan bisnis dapat membantu calon investor dalam meyakinkan mitranya karena biasanya calon investor membutuhkan mitra penyedia modal baik perseorangan maupun perusahaan.

3) Perbankan

Dalam proses persetujuan pendanaan pinjaman dari bank diperlukan rekomendasi yang menyatakan bahwa proyek bisnis tersebut telah layak, maka dibutuhkan adanya studi kelayakan.

4) Pemerintah

Hasil studi kelayakan bisnis bertujuan untuk pengembangan sumber daya manusia serta dapat memberi manfaat perekonomian dalam pajak pertambahan nilai retribusi.

5) Manajemen Perusahaan

Studi kelayakan bisnis berfungsi sebagai arahan pengembangan bisnis dan bahan penunjang kelancaran kinerja tugas-tugasnya.

6) Masyarakat

Bagi masyarakat luas dengan adanya suatu proyek biasanya akan berdampak terhadap lingkungannya, seperti pada tersedianya lapangan pekerjaan, terbukanya wilayah tersebut dari ketertutupan serta munculnya fasilitas umum dan sarana prasarana bagi masyarakat, maka hasil dari studi kelayakan bisnis berguna sebagai suatu peluang untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat baik yang terlihat langsung maupun secara tidak langsung. (Suryana, 2007)

Studi kelayakan bisnis menyangkut tiga aspek manfaat, yaitu :

a. Manfaat Finansial

Manfaat finansial yaitu manfaat dari proyek atau bisnis secara ekonomis

atau apakah bisnis yang dijalankan dapat dipandang lebih menguntungkan dibandingkan dengan risiko dari bisnis tersebut.

b. Manfaat Ekonomi

Manfaat ekonomi yaitu manfaat ekonomis dari suatu proyek di mana sebuah bisnis tersebut dilaksanakan, antara lain :

1) Menambah jumlah barang atau jasa

Misalnya pendirian pada suatu bisnis akan memproduksi barang atau jasa, dengan adanya ketersediaan jumlah barang dan jasa yang lebih banyak, mengakibatkan masyarakat mempunyai banyak pilihan.

2) Meningkatkan mutu produk

Adanya peningkatan barang dari bisnis sejenis dapat memicu persaingan diantara para pelaku bisnis. Oleh karena itu, pelaku bisnis berupaya untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produknya.

3) Meningkatkan devisa

Barang yang berorientasi pada ekspor akan menambah devisa Negara.

c. Manfaat Sosial

Manfaat sosial yaitu sebuah bisnis dapat memberi dampak sosial yang positif, diantaranya adanya peluang tenaga kerja baik bagi masyarakat yang terlibat langsung dengan bisnis atau masyarakat yang berada disekitar lokasi bisnis. Peluang pekerjaan akan menambah pendapatan bagi masyarakat yang bekerja di bisnis tersebut. (Purwana, 2016)

4. Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Dalam menentukan suatu kelayakan bisnis diperlukan analisis pada berbagai aspek yang terlibat dan saling berkaitan satu sama lain. Secara umum, prioritas aspek yang perlu dilakukan dalam studi kelayakan bisnis, antara lain sebagai berikut :

a. Aspek Hukum

Sebelum suatu bisnis dilaksanakan maka penting dilakukannya analisis secara mendalam terhadap aspek hukum untuk memperoleh perizinan dari pemerintah dan tidak terbentur masalah hukum. Aspek hukum merupakan persyaratan yang harus dipenuhi atau prosedur yang berkaitan dengan perizinan, hal tersebut penting dilakukan agar bisnis yang dijalankan terhindar dari kegagalan akibat terbentur masalah hukum atau perizinan.

Aspek hukum ialah aspek yang mengkaji ketentuan hukum berupa legalitas suatu usaha yang harus dipenuhi sebelum bisnis dijalankan. Ketentuan hukum pada jenis usaha berbeda-beda, tergantung kompleksitas bisnis tersebut.

Bagi usaha yang akan dijalankan perlu dipersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan aspek hukum pada badan hukum perusahaan yang dipilih seperti apakah Perseorangan, Perseroan Terbatas (PT), Firma (Fa), Perseroan Komanditer (CV), koperasi, atau yayasan. Pada Perseroan Komanditer atau disingkat dengan CV, merupakan persekutuan yang didirikan atas dasar kepercayaan. Perusahaan berbadan hukum CV dijalankan oleh seorang sekutu aktif, dimana sekutu aktif bertanggung jawab atas kelancaran usaha. CV dibentuk agar sebuah bentuk usaha dapat menjalankan aktivitas bisnisnya dengan resmi dan legal sesuai hukum. Tanggung jawab ini juga sampai kepada penggunaan harta pribadi apabila harta perusahaan tidak cukup untuk menutupi kewajibannya. Kebanyakan perusahaan yang akan melakukan suatu investasi, biasanya merupakan perusahaan yang berbadan hukum usaha besar, baik dari segi modal maupun jangkauan usahanya. Oleh karena itu, biasanya perusahaan melakukan studi kelayakan bisnis sebelum

melakukan usahanya adalah perusahaan yang berbadan hukum Perseroan Terbatas, Perseroan Komanditer (CV), Firma (Fa). (Jakfar, Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi, 2017)

Aspek hukum mengkaji mengenai legalitas usaha yang akan dibangun dan dioperasikan, ini berarti bahwa setiap proyek bisnis yang akan dibangun di wilayah tertentu harus memenuhi ketentuan hukum dan tata peraturan yang berlaku di wilayah tersebut. Dalam penilaian studi kelayakan bisnis, dokumen yang perlu diteliti keabsahan dan keasliannya antara lain meliputi badan hukum usaha, perizinan yang dimiliki serta dokumen pendukung lainnya. Berdasarkan aspek hukum, suatu bisnis dapat dinyatakan layak jika bisnis tersebut sesuai dengan ketentuan hukum dan memiliki perizinan yang diperlukan untuk menjalankan usaha. (Suliyanto, Studi Kelayakan Bisnis Edisi 1, 2010)

Pada aspek hukum akan diketahui bahwa suatu bisnis yang dijalankan telah mematuhi berbagai ketentuan yang berlaku dan yang diterapkan oleh pemerintah. Jika aspek hukum tidak dilaksanakan dengan baik, maka akan dipastikan bahwa masalah yang akan timbul berupa gugatan dari berbagai pihak yang merasa dirugikan oleh faktor keberadaan usaha tersebut. (Subagiyo, 2008)

Secara spesifik, ada empat tujuan analisis aspek hukum :

- 1) Menganalisis kemampuan bisnis dalam memenuhi persyaratan perizinan usaha.
- 2) Menganalisis legalitas bisnis yang akan dijalankan.
- 3) Menganalisis jaminan-jaminan yang bisa disediakan jika bisnis memerlukan biaya pinjaman.
- 4) Menganalisis ketepatan badan hukum dengan bisnis yang akan dijalankan. (Indah, 2019)

Dalam aspek ini, akan dianalisis mengenai keabsahan dan kelengkapan dokumen perusahaan, mulai dari badan hukum usaha sampai perizinan yang dimiliki karena dokumen tersebut merupakan dasar hukum yang sah agar terhindar dari masalah hukum.

b. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran menjadi hal penting yang perlu diperhatikan dalam studi kelayakan bisnis, hal ini disebabkan karena aspek pasar dan pemasaran menentukan hidup matinya suatu bisnis. Aspek tersebut dapat membantu sebuah bisnis dalam menentukan arah, tujuan dan sasaran dari pemasaran produk yang ditawarkan.

Pasar dan pemasaran tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya, karena pasar dan pemasaran memiliki tingkat keterkaitan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap ada kegiatan pemasaran ialah untuk mencari atau menciptakan pasar. Pasar dapat diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara penjual dan pembeli sehingga saling bertemu antara permintaan dan penawaran. Pemasaran diartikan sebagai suatu aktivitas untuk menciptakan dan menjual produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kegiatan pemasaran dimulai dengan adanya kebutuhan dan keinginan pasar, kemudian muncul upaya penciptaan produk yang didasarkan pada kebutuhan konsumen, maka terjadilah transaksi dan pertukaran dengan saling menguntungkan semua pihak. Suatu bisnis agar tetap dapat *survive* (bertahan) maka harus mampu mengenali pasar dengan tepat agar memudahkan perusahaan dalam menjalankan usahanya karena salah satu tantangan sebuah bisnis yakni bagaimana mengembangkan

dan mempertahankan bisnis yang sehat dalam pasar dan lingkungan yang terus berubah. (Didit Herlianto, 2009)

Aspek pasar dan pemasaran merupakan aspek yang menganalisis kondisi pasar, serta konsep pemasaran yang digunakan sehingga dapat dilihat ada atau tidaknya potensi pasar untuk sebuah produk yang ditawarkan oleh bisnis. (Dadang Husen, 2018)

Aspek pasar pemasaran dirancang untuk merencanakan ketentuan produk, harga yang ditawarkan, promosi, dan tempat pendistribusian barang. Begitupun dalam penelitian ini yang difokuskan pada strategi bauran pemasaran (*marketing mix strategy*) yaitu meliputi produk, harga, promosi dan distribusi.

Penilaian aspek pasar dan pemasaran dikatakan layak, jika produk yang ditawarkan dapat diterima pasar dan memiliki strategi pemasaran yang jelas pada sebuah bisnis.

Penulis akan menganalisis aspek pasar dan pemasaran dengan menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix strategy*) pada Kedai Ishpot Kopi Purwokerto. Strategi bauran pemasaran adalah strategi pemasaran yang merupakan perpaduan variabel-variabel yang dapat dikontrol dan dimobilisasi untuk mencapai pasar sasaran (*segmen*) tertentu. Dengan kata lain, bauran pemasaran merupakan kumpulan variabel pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada pasar yang ditargetkan.

Strategi bauran pemasaran pertama kali diperkenalkan oleh seorang professor dan penulis pemasaran yang bernama *E. Jerome McCarthy*, dalam salah satu bukunya yang berjudul "*Basic Marketing: A Managerial Approach*" disebutkan bahwa strategi bauran pemasaran ada empat, yaitu :

1) **Product (Produk/Jasa)**

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar mendapat perhatian untuk dibeli dan dikonsumsi.

Produk dapat berupa barang (benda berwujud) dan jasa (tidak berwujud).

Strategi produk meliputi logo, kemasan, nama produk atau *merek* dan jenis-jenis produknya, dan adanya label :

a) Penentuan logo

Logo merupakan ciri khas suatu produk.

b) Menciptakan *merek* (nama)

Merek merupakan tanda yang dikenakan pada produk untuk mempermudah konsumen dalam mengenal produk yang ditawarkan tersebut. Merek diartikan sebagai nama.

c) Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan suatu wadah atau pembungkus produk. Penciptaan kemasan harus memenuhi berbagai persyaratan antara lain yakni bentuk, warna, dan kualitas kemasan.

d) Menciptakan label

Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut.

2) **Price (Harga)**

Harga sebagai salah satu penyebab laku atau tidaknya produk yang ditawarkan, maka penentuan harga menjadi sangat penting untuk dipertimbangkan. Apabila salah dalam menentukan harga, maka berakibat fatal pada produk yang ditawarkan dan

mengakibatkan tidak lakunya produk tersebut.

Secara umum, tujuan penentuan harga yakni sebagai berikut:

a) Untuk bertahan hidup

Dalam hal ini, tujuan penentuan harga dengan maksud agar produk yang ditawarkan dapat laku di pasaran.

b) Untuk memaksimalkan laba

Penetapan harga bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba pun dapat ditingkatkan.

c) Mutu produk

Tujuannya ialah untuk memberi kesan bahwa produk yang ditawarkan mempunyai kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing.

3) *Promotion* (Promosi Penjualan)

Meliputi promosi penjualan, periklanan dan media promosi yang berhubungan dengan masyarakat.

Dalam kegiatan promosi, perusahaan berupaya untuk mempromosikan secara langsung maupun tidak langsung pada seluruh produk atau jasa yang dimiliki.

Tujuan promosi adalah sarana untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik dan mempertahankan konsumen.

4) *Place* (Tempat)

Tempat diartikan sebagai lokasi dalam distribusi. Strategi distribusi merupakan lokasi kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk mempermudah proses penyaluran produk atau jasa kepada konsumen.

Penentuan lokasi menjadi hal yang sangat penting, hal tersebut agar

dapat mendistribusikan barang dan jasa serta konsumen dapat mudah dalam menjangkau lokasi bisnis.

Dapat disimpulkan bahwa, kebijakan pada produk meliputi kualitas produk, pembungkusan dan pemberian merek, sedangkan kebijakan harga meliputi penentuan harga, potongan atau bonus harga pada produk. Kemudian kebijakan saluran distribusi merupakan usaha yang dilakukan perusahaan pada penyediaan produk untuk mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk dan menjangkau lokasi tempat adanya produk tersebut. Kebijakan promosi dilakukan untuk memberikan informasi mengenai produk kepada konsumen agar membeli produk tersebut. (Syafrizal H. , 2007)

Secara khusus tujuan adanya pasar dan pemasaran, yaitu :

- 1) Untuk meningkatkan penjualan dan laba.
- 2) Untuk dapat menguasai pasar.
- 3) Untuk menentukan kemampuan produk di pasaran.
- 4) Untuk mengurangi pesaing.

Adapun secara umum tujuan pasar dan pemasaran adalah :

- 1) Untuk memudahkan konsumsi dan memaksimumkan konsumsi.
- 2) Untuk memaksimumkan kepuasan konsumen.
- 3) Memaksimumkan mutu hidup (kualitas, kuantitas dan ketersediaan barang, harga produk, mutu lingkungan fisik dan mutu lingkungan kultur).
- 4) Meningkatkan penjualan produk atau jasa, serta memaksimumkan pilihan ragam produk.
- 5) Menghadapi pesaing dan menguasai pasar.
- 6) Memenuhi kebutuhan suatu produk atau jasa, serta untuk memenuhi

keinginan konsumen akan suatu produk atau jasa. (Moediyanto, 2008)

c. Aspek Keuangan

Aspek keuangan digunakan untuk menjawab tentang bagaimana dari kesiapan menggunakan permodalan dana untuk menjalankan suatu bisnis yang menguntungkan. Aspek keuangan merupakan suatu analisis untuk menentukan suatu bisnis menguntungkan atau tidak, serta untuk menghindari kemungkinan kerugian. (Husen, 2018)

Aspek keuangan adalah aspek yang dilakukan untuk mengetahui biaya apa saja yang dikeluarkan dan seberapa besar biaya yang dikeluarkan tersebut serta darimana saja sumber modal pembiayaan bisnis tersebut dan untuk menilai seberapa besar penerimaan pendapatan yang akan diperoleh.

Penilaian dalam kelayakan aspek keuangan meliputi hal-hal berikut, antara lain :

1) Sumber dana yang diperoleh

Untuk mendanai suatu bisnis, maka diperlukan dana yang relatif cukup. Perolehan dana berupa dari berbagai sumber dana yang ada yakni dari modal sendiri atau modal pinjaman atau dari keduanya.

2) Kebutuhan biaya investasi

Investasi adalah penanaman modal atau pemilikan sumber-sumber yang bermanfaat dalam suatu kegiatan usaha yang memiliki jangka waktu relatif panjang pada berbagai bidang usaha. Komponen yang terkandung dalam kebutuhan investasi disesuaikan dengan jenis usaha yang dijalankan.

3) Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah masukan yang didapat atas jasa yang

diberikan oleh perusahaan yang meliputi penjualan produk atau jasa kepada pelanggan yang diperoleh dalam suatu aktivitas operasi suatu perusahaan. (Suliyanto, Studi Kelayakan Bisnis, 2010)

d. Aspek Teknis dan Teknologi

Analisis aspek teknis dan teknologi berpengaruh terhadap kelancaran proses produksi. Analisis aspek teknis dan teknologi menjadi sebuah keharusan untuk menghindari kegagalan bisnis pada masa yang akan datang agar tidak ada masalah teknis.

Aspek teknis dan teknologi adalah aspek untuk menganalisis kesiapan teknis dan ketersediaan teknologi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis. Tujuan aspek teknik dan teknologi dalam studi kelayakan bisnis adalah untuk memastikan secara teknis lokasi usaha dan pemilihan teknologi, kemudian apakah bisnis dapat dilaksanakan secara layak atau tidak layak pada saat pembangunan proyek maupun pada saat operasional rutin.

Aspek teknis dan teknologi dapat dikatakan layak apabila memenuhi kriteria, sebagai berikut:

1) Lokasi usaha

Lokasi usaha merupakan tempat dimana sebuah bisnis tersebut dijalankan.

Lokasi usaha mampu menunjang pelaksanaan bisnis, hal ini dicirikan dengan ketersediaan bahan baku yang dibutuhkan, ketersediaan listrik, adanya tenaga kerja, serta fasilitas yang menjamin kelancaran usaha.

2) Layout (*tata letak*) usaha

Penggunaan ruang yang optimal dapat meningkatkan keselamatan kerja dan memberi kemudahan dalam proses kegiatan kerja serta

dapat menciptakan suasana nyaman dan aman.

3) Pemilihan alat dan jenis teknologi yang digunakan.

Pemilihan peralatan dan teknologi merupakan hal yang penting, karena jika salah dalam pemilihan peralatan dan teknologi yang digunakan akan menimbulkan kerugian.

Tujuan aspek teknis dan teknologi studi kelayakan bisnis yaitu untuk meyakini apakah secara teknis dan pilihan teknologi pada rencana bisnis dapat dilaksanakan secara layak atau tidak layak, baik pada saat pembangunan bisnis atau pada saat operasional secara rutin.

Dalam menyusun studi kelayakan bisnis, aspek teknis dan teknologi perlu diperhatikan secara tepat dan sesuai karena apabila salah dalam menentukan aspek ini maka akan mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian. (Moerdiyanto, 2008)

Pada aspek teknis dan teknologi, penulis akan menganalisis untuk mengetahui lokasi usaha, penentuan layout gedung dan ruangan, serta teknologi yang dipakai.

e. Aspek Manajemen dan Organisasi

Manajemen secara umum diartikan sebagai pengaturan, yang artinya manajemen adalah sebuah seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang dan tata aturan. Yang dimaksud adalah, bagaimana perusahaan bisa mengelola suatu usaha agar tertata sesuai tujuan dan dapat berjalan sesuai target. Manajemen merupakan faktor yang paling penting dalam menjalankan sebuah bisnis, karena tanpa adanya kegiatan manajemen, maka bisnis tersebut tidak dapat terkelola dengan baik dan benar. Proses implementasi manajemen akan bekerja secara rutin sampai berakhirnya bisnis, baik karena disesuaikan dengan jadwal lamanya

proyek bisnis maupun dikarenakan sebab lain misalnya bangkrut. Aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang sangat vital dalam suatu bisnis, karena sebuah usaha yang akan dijalankan atau yang sedang dirintis mungkin saja akan mengalami kegagalan jika manajemen dan organisasinya tidak berjalan dengan baik. (Jumingan, 2011)

Aspek manajemen dan organisasi merupakan pencapaian sasaran organisasi yang dilakukan dengan cara efisien dan efektif melalui perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian.

Aspek manajemen dan organisasi adalah aspek untuk mengukur kesiapan dan kemampuan manajemen dalam menjalankan bisnis dan struktur organisasi yang sesuai dengan usaha yang akan dilakukan. Struktur organisasi harus sesuai dengan bentuk dan tujuan usahanya.

Aspek manajemen dan organisasi dapat dikatakan layak apabila manajemen dan organisasi dilakukan dengan baik, hal ini dicirikan dengan adanya struktur organisasi serta pembagian tugas yang jelas dari masing-masing jabatan. (Lilis, 2016)

Hal-hal yang akan penulis analisis dalam aspek ini yaitu dengan melakukan penilaian terhadap kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola kegiatan bisnis yang dijalankan, serta para pelaksana pengelola usaha yaitu adanya struktur organisasi.

f. Aspek Lingkungan Hidup

Lingkungan hidup ialah seluruh ruang dengan semua daya, benda, keadaan dan makhluk hidup, yang di dalamnya termasuk manusia dan perilakunya yang dapat berpengaruh terhadap kelangsungan kehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya (UU. No. 23/1997). Menurut definisi SNI ISO 14001 BSN 2015, aspek lingkungan hidup adalah unsur kegiatan atau produk atau

jasa dari suatu organisasi yang berinteraksi atau dapat berinteraksi dengan lingkungan.

Menurut Irham Fahmi dkk., aspek lingkungan hidup adalah aspek yang berkaitan dengan berbagai hal yang berhubungan dengan lingkungan dan dampak yang ditimbulkan oleh keberadaan suatu perusahaan atau bisnis, seperti adanya pencemaran dan kerusakan lingkungan yang ditimbulkan. Karena apabila lingkungan bisnis digunakan dengan baik dan benar, maka akan berdampak yang baik bagi seluruh lapisan bisnis dan masyarakat. Analisis aspek lingkungan hidup dilakukan untuk mengetahui dampak positif atau negatif yang ditimbulkan baik langsung maupun tidak langsung.

Suatu bisnis dapat dikatakan layak dari aspek lingkungan hidup, jika kondisi lingkungan sesuai dengan kebutuhan bisnis dan bisnis tersebut tidak menghasilkan limbah yang berdampak negatif terhadap lingkungan. (Made, 2020)

Secara umum, lingkungan usaha dapat dikategorikan menjadi 2 bagian, yaitu :

1) Lingkungan Umum

Lingkungan umum adalah suatu lingkungan dalam lingkungan eksternal organisasi berupa faktor yang memiliki ruang lingkup luas di masyarakat sekitar.

2) Lingkungan Industri

Lingkungan industri adalah tingkatan dari lingkungan eksternal organisasi yang menghasilkan komponen normal dan manfaat secara langsung terhadap operasionalisasi perusahaan. (Lilis, Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha, 2016)

Pada aspek ini, penulis perlu menganalisis untuk mengetahui

kesesuaian lingkungan bisnis yang dijalankan serta limbah yang dihasilkan terhadap dampaknya pada lingkungan di sekitarnya.

B. Kedai Kopi

Kedai kopi berfungsi yang sama dengan sebuah tempat seperti bar dan restoran, kedai kopi turut dikenal sebagai kafe. Kedai atau warung merupakan suatu tempat untuk menjual macam-macam produk seperti berbagai minuman, makanan atau jasa. Dalam perkopian dunia, secangkir kopi diistilahkan sebagai *a cup of java*. Perkembangan industri kopi dunia berimbas pada industri kopi di Indonesia. Industri kopi Indonesia mengalami peningkatan pada industri hilir sebagaimana terlihat pada maraknya *caffè* dan kedai kopi saat ini. (Sudarto, Peluang Usaha IKM Kopi, 2017)

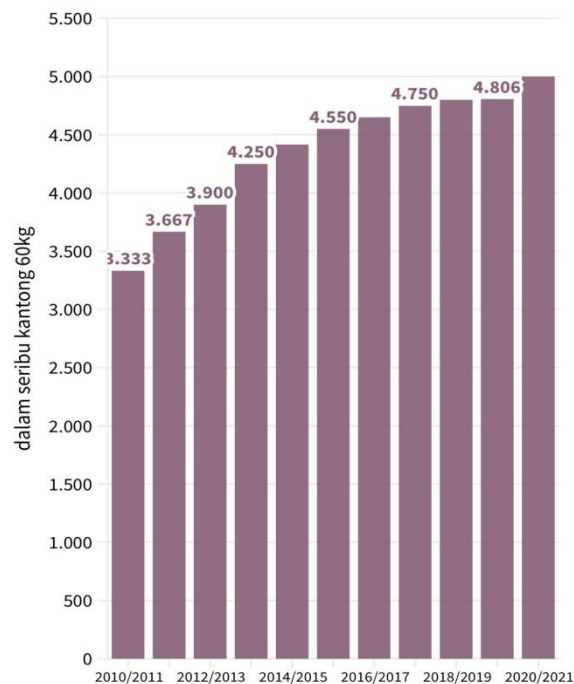
Kedai kopi adalah sebuah tempat yang menjual dan menyediakan macam-macam minuman dengan menu utama kopi dan sajian pelengkap lainnya. Menu kopi yang ditawarkan berbahan baku kopi dari daerah di Indonesia yang berupa kopi dengan sajian adanya campuran susu, coklat, moka atau campuran lain sesuai selera, serta adanya sajian *kopi single origin blend* (kopi dari berbagai kawasan) dan *kopi single origin* (kopi dari satu kawasan).

Menurut Trish Skeie, sejarah kopi berkaitan dengan sejarah perkembangan kedai kopi, karena sejarah kopi dapat menggambarkan perkembangan kedai kopi. Perkembangan sejarah kopi di Indonesia saat ini memasuki gelombang ketiga dan mencapai gelombang keempat di beberapa tempat, dimana kopi telah diapresiasi. Melalui adanya kedai kopi, secara tidak langsung para pelaku usaha kedai kopi telah ikut mempromosikan kopi Nusantara yang kaya cita rasa dan aroma. Melalui kopi juga dapat dijadikan sebagai suatu edukasi kepada masyarakat Indonesia agar mengenal, menikmati, dan peduli pada perjalanan kopi Nusantara. Rantai perjalanan kopi melibatkan

berbagai pihak yaitu petani kopi, pembeli biji kopi (*green buyer*), penyangrai (*roaster*), *barista*, dan penikmat minuman kopi. Hubungan rantai nilai kopi antara lain mengenai kualitas, metode penyeduhan dan penyajian kopi. (Ahmad, 2018)

Menurut data *International Coffee Organization (ICO)*, konsumsi kopi di Indonesia terbesar kelima di dunia dan mencapai rekor terbesarnya pada periode 2020/2021.

Tabel 2.1
Konsumsi Kopi di Indonesia (2010-2021)



Sumber : *International Coffe Organization (ICO)*

Konsumsi kopi di dalam negeri cukup besar. Menurut data *International Coffee Organization (ICO)*, konsumsi kopi di Indonesia pada periode 2020/2021 mencapai 5 juta kantong berukuran 60 kilogram. Jumlah itu meningkat 4,04% dibanding dengan periode sebelumnya yang sebesar 4,81 juta kantong berukuran 60 kg. Konsumsi kopi di Indonesia pada

2020/2021 pun menjadi yang tertinggi dalam dekade terakhir. Lebih lanjut, konsumsi kopi di Indonesia menjadi salah satu yang terbesar di dunia. Indonesia berada di urutan kelima atau di bawah Jepang yang konsumsi kopinya mencapai 7,39 juta kantong berukuran 60 kg. Sedangkan, pada 2021 produksi kopi Indonesia mencapai 774,6 ribu ton. Nilai tersebut naik 2,75% dari tahun sebelumnya sebesar 753,9 ribu ton.

Minat masyarakat untuk minum kopi semakin bertambah, dan konsumsi kopi semakin meningkat seiring dengan populernya gaya hidup *'ngopi'* di kedai kopi sehingga bisnis kedai kopi menjadi sebuah bisnis yang prospektif dan potensinya perlu dikembangkan di Indonesia. Perkembangan semacam itu membuat semakin maraknya potensi bisnis kedai kopi, namun potensi pasar masih tetap menantang. Proses-proses bisnis dalam menggambarkan pengembangan bisnis kopi berdasarkan fungsi pemasaran, produk dan keuangan secara lebih rinci menjadi model bisnis sebagai alat untuk memeriksa rencana bisnis yang akan dilakukan apakah sudah mempertimbangkan berbagai aspek terpenting secara lengkap atau belum.

C. Landasan Teologis

Landasan merupakan dasar atau pedoman dan tumpuan. Dalam hal ini landasan merupakan dasar atau pedoman teori yang digunakan. Teologis adalah ilmu yang berlandaskan pada firman Allah SWT pada Al-Qur'an. Jadi, yang dimaksud landasan teologis adalah dasar-dasar ilmu yang berlandaskan pada firman Allah SWT. (Samosir, 2018)

Islam menganjurkan setiap umat untuk bekerja. Begitu pentingnya perilaku yang menjunjung tinggi etos kerja agar manusia selalu bekerja. Rasulullah SAW bersabda dalam hadits riwayat ath-thabrani dan baihaqi yang artinya bahwa bekerja mencari rejeki yang halal merupakan suatu kewajiban,

setelah kewajiban ibadah. Islam sangat menjunjung tinggi nilai setiap usaha atau wirausaha maupun bekerja kepada orang lain agar manusia dapat hidup sejahtera dengan penuh keberkahan. Orientasi keberkahan dicapai dengan dua syarat, yaitu niat ikhlas dan cara melakukannya yang sesuai berdasarkan prinsip Islam.

Dalam perspektif Islam, bisnis yang diperbolehkan adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah, maka kegiatan bisnis yang dilakukan harus halal dan memiliki manfaat. Dari bisnis bisa mengantarkan kepada keberkahan apabila tidak menyalahi aturan Allah SWT, untuk menguji kegiatan bisnis dengan melihat segi kelayakan bisnis tersebut dilaksanakan, apakah di masa depan mampu memberikan peluang atau hanya membawa kerugian.

Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia dengan jalan yang benar untuk memperoleh penghasilan atau pendapatan atau rezeki untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. (Alma, 2009) Hal tersebut selaras dengan QS. An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا

تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”(QS. An-Nisa ayat 29).

Kelayakan bisnis dari sisi ilmu ekonomi modern merupakan hal yang penting, namun sebagai seorang muslim dalam menilai kelayakan suatu bisnis juga harus melihat dari sudut pandang Islam mengenai apakah bisnis yang

dijalankan itu halal atau tidak, karena pada hakikatnya kegiatan bisnis untuk mencari keuntungan namun tidak menghilangkan prinsip-prinsip dalam Islam. Dan pegangan seorang muslim dalam berbisnis hanya berpedoman pada Al-Quran dan Hadits mengenai bisnis yang ditekuni. (Sunyoto, 2014)

Kajian mengenai studi kelayakan bisnis merupakan upaya dalam memahami apakah bisnis yang dilakukan akan memberi manfaat positif yang lebih besar daripada dampak negatifnya. Hal ini sesuai dengan Hadits yang diriwayatkan oleh Jabir bin Abdullah r.a.

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baiknya manusia yaitu yang paling bermanfaat bagi orang lain.” (Hadits ath-Thabrani, Al-Mu’jam al-Ausath, juz VII, hal. 58, dari Jabir bin Abdullah r.a. Dishahihkan oleh Muhammad Nashiruddin al-Albani dalam kitab: As-Silsilah Ash-Shahihah)

Aspek hukum bisnis dalam Islam merupakan seperangkat aturan hukum yang berkaitan dengan kegiatan bisnis berdasarkan syariah Islam serta mencakup peraturan yang dibuat oleh pemerintah dan lembaga resmi lainnya dalam ruang lingkup bisnis Islami. Dalam konteks hukum Islam adalah aturan-aturan yang terkait dengan hukum yang berhubungan antara manusia dengan manusia lainnya dalam fiqh Islam muamalah (Abdurrahman, 2019)

Aspek hukum dalam Islam berupa aturan-aturan yang didasarkan pada syariah Islam, hal tersebut sesuai dengan QS. Al-Hasyr ayat 7 :

وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah sangat keras hukuman-Nya.” (QS. Al-Hasyr ayat 7).

Aspek pasar dan pemasaran dalam Islam yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dalam jual beli selalu menjelaskan dengan baik dan benar

kepada pembeli mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang dijualnya. Dalam melakukan penjualan setiap produk, pelaku bisnis perlu berusaha dan berupaya dengan tepat mengedepankan atas ridha Allah sehingga akan dimudahkan dalam setiap upayanya.

Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Ahzab ayat 70-71 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا . يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ
وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar. niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.”(Q.S Al-Ahzab ayat 70-71).

Analisis aspek keuangan dalam Islam yaitu kegiatan manajerial keuangan untuk mencapai tujuan usahanya dengan menjalankan dan memperhatikan kesesuaian dan keselarasan antara perhitungan keuangan dengan prinsip-prinsip syariah. (Agustin, 2017)

Hal tersebut selaras dengan firman Allah dalam Q.S At-Taubah ayat 34 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لِيَآكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ
عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ

الَّذِينَ

"Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya banyak dari orang-orang alim dan rahib-rahib mereka benar-benar memakan harta orang dengan jalan yang batil, dan (mereka) menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menginfakkannya di jalan Allah, maka berikanlah kabar gembira kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) azab yang pedih.”(Q.S At-Taubah ayat 34).

Aspek manajemen dan organisasi dalam Islam merupakan sebuah sistem yang berjalan berdasarkan koridor nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah Islam dengan berpedoman pada al-Qur'an dan sunnah. (Nova, 2016)

Hal ini sesuai dengan hadits yang diriwayatkan oleh Ath-Thabrani :

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ

Dari Aisyah r.a., sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda “Sesungguhnya Allah SWT mencintai seseorang yang apabila bekerja;mengerjakannya secara professional” (H.R Ath-Thabrani nomo;891, Baihaqi, nomor:334).

Aspek teknis dan teknologi dalam syariah Islam serta manfaat penggunaanteknologi untuk kemaslahatan manusia dijelaskan dalam QS. Al-A'la ayat 8, bahwa Allah memberikan kemudahan agar manusia mendapatkan kemudahan. Teknologi sebagai salah satu bentuk kemudahan yang diberikan oleh Allah dan sebaiknya teknologi digunakan serta dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

Berikut Q.S Al-A'la ayat 8 mengenai bentuk kemudahan :

وَنُيَسِّرُكَ لِلْيُسْرَىٰ

“Dan Kami akan memudahkan bagimu ke jalan kemudahan (mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat),” (Q.S Al-A'la ayat 8).

Pada aspek lingkungan hidup, bisnis yang dijalankan hendaknya tidak memberi dampak negatif bagi lingkungan alam sekitarnya.

Hal tersebut selaras dengan Q.S Al-A'raf ayat 56 :

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

“Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan)

dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan.” (Q.S Al-A’raf ayat 56).

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka yaitu memuat uraian tentang penelitian relevan yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu dan ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan dan berfungsi sebagai dasar studi dalam penelitian. (Hardani, 2020) Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi dan informasi dalam sebuah penelitian. Hal ini dilakukan untuk menggali informasi secara lebih mendalam mengenai topik yang terkait dengan penelitian yang sedang dikaji. Penelitian ini didasari oleh realita di salah satu kedai kopi yang berada di Teluk, Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

Dalam penelitian ini perlu mendukung penelusuran literatur untuk mendukung kajian teori dari literatur yang relevan dan riset yang akan dilakukan. Peneliti menelusuri penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel-variabel yang ada dalam penelitian mengenai studi kelayakan bisnis pada beberapa aspek penilaian, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Ratna Puspita Sari, “Studi Kelayakan Bisnis Home Industri Emping Melinjo Di 30A Adirejo Kecamatan Pekalongan, Lampung Timur.”.

Penelitian ini bertujuan untuk menilai kelayakan studi kelayakan bisnis pada home industri emping melinjo. Hasil dari penelitian ini yaitu home industri emping melinjo telah dilaksanakan berdasarkan faktor yang menyebabkan kelemahan dari home industry yaitu terhambat oleh bahan baku, dan kualitas produksi. Dilihat dari semua aspek kelayakan pada home industri emping melinjo 30A Adirejo yaitu aspek hukum belum melakukan izin usaha di lokasi usaha menyatakan belum memenuhi studi

kelayakan bisnis, aspek pasar dan industri emping melinjo 30A Adirejo yaitu aspek hukum belum melakukan izin usaha di lokasi usaha menyatakan belum memenuhi studi kelayakan bisnis aspek pasar dan pemasaran di bagian segmentasi pasar, aspek sumber daya manusia dengan perbedaan pada sistem kerja dan upah buruh, dan aspek teknik dan teknologi (produksi) perbedaan pada penentuan kualitas dan bahan baku.

2. Minawari Arofah, Studi Kelayakan Bisnis Dalam Meminimalisir Resiko Usaha Pada Koperasi Tani Syariah Bina Usaha Pendem Kecamatan Janapria Kabupaten Lombok Tengah.

Penelitian ini secara rinci menjelaskan mengenai hasil dari aspek studi kelayakan bisnis Koptan Syariah Bina Usaha layak untuk dijalankan. Sedangkan dari aspek pasar dan pemasaran masih terbilang sederhana, diperlukan peningkatan dalam bentuk promosinya untuk kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Adapun penerapan studi kelayakan dalam meminimalisir resiko pada Koperasi Tani Syariah Bina usaha masih belum maksimal dalam mengambil solusi untuk setiap resiko yang ada.

3. Intan Permata Sari, Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pembuatan Tahu Di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.

Secara rinci hasil dari penelitian ini menunjukkan tingkat kelayakan bisnis usaha mikro kecil dan menengah ditinjau dari perspektif ekonomi Islam pada pabrik tahu sudah sesuai dengan aspek pemasaran serta aspek produksi ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam, dan pabrik tersebut sudah menerapkan studi kelayakan bisnis meski belum secara penuh.

4. Putra Afrianto, Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Islam Pada Perusahaan Penghasil Produk Minuman Di Makassar (Studi Aspek

Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada PT Coca Cola Amatil Indonesia).

Dalam penelitian ini adanya pokok masalah yaitu PT CCAI bagaimana dalam mampu memenuhi kelayakan bisnis dari segi aspek pemasaran dan manajemen operasional baik itu menurut konsep ekonomi pada umumnya dan menurut konsep ekonomi Islam. Dan hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa CCAI telah memenuhi semua kriteria kelayakan bisnis aspek pemasaran dan manajemen operasional jika ditinjau berdasarkan konsep ekonomi umum, apabila ditinjau dari sudut pandang Islam aspek pemasaran CCAI masih terdapat cacat informasi bisnis akan tetapi bisnis CCAI bisa dikatakan layak secara Islam jika ditinjau dari manajemen operasionalnya.

5. Fiky Hestirocha, Analisis Kelayakan Bisnis dalam Tinjauan Islam pada Usaha Ikan Asap (Studi Aspek Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial di Desa Penatarsewu Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha ikan asap pada aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial ditinjau dari sudut pandang Islam di Desa Penatarsewu Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya usaha ikan asap di Desa Penatarsewu berdampak pada aspek ekonomi yaitu peningkatan perekonomian dan penurunan angka pengangguran bagi warga desa Penatarsewu. Dalam hal ini ditinjau dari sudut pandang Islam dapat dikatakan belum memenuhi kriteria kelayakan secara teori maupun tinjauan Islam dan perlu adanya perbaikan.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul, Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	<p>Penulis : Ratna Puspita Sari, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.</p> <p>Judul : Studi Kelayakan Bisnis Home Industri Emping Melinjo Di 30A Adirejo Kecamatan Pekalongan, Lampung Timur.</p> <p>Tahun : 2019</p>	<p>Penelitian ini secara rinci menjelaskan hasil dari penelitian ini bahwa home industry emping melinjo telah dilaksanakan berdasarkan faktor yang menyebabkan kelemahan dari home industry yaitu terhambat oleh bahan baku, dan kualitas produksi. Dilihat dari semua aspek kelayakan pada home industri emping melinjo 30A Adirejo yaitu aspek hukum belum melakukan izin usaha di lokasi usaha menyatakan belum memenuhi studi kelayakan bisnis, aspek pasar dan pemasaran di bagian segmentasi pasar, aspek sumber daya manusia dengan perbedaan pada</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan yang akan penulis teliti yaitu pada variabel dan objek penelitian. Aspek studi kelayakan bisnis yang diteliti penelitian ini fokus pembahasannya pada aspek produksi.</p>

No	Penulis, Judul, Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan
		sistem kerja dan upah buruh, dan aspek teknik dan teknologi (produksi) perbedaan pada penentuan kualitas dan bahan baku.	
2.	<p>Penulis : Minawari Arofah, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Mataram.</p> <p>Judul : Studi Kelayakan Bisnis Dalam Meminimalisir Resiko Usaha Pada Koperasi Tani Syariah Bina Usaha Pendem Kecamatan Janapria Kabupaten Lombok Tengah.</p> <p>Tahun : 2019</p>	<p>Penelitian ini secara rinci menjelaskan mengenai hasil dari aspek studi kelayakan bisnis Koptan Syariah Bina Usaha layak untuk dijalankan. Sedangkan dari aspek pasar dan pemasaran masih terbilang sederhana, diperlukan peningkatan dalam bentuk promosinya untuk kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Adapun penerapan studi kelayakan dalam meminimalisir resiko pada Koperasi Tani Syariah Bina usaha masih belum maksimal dalam mengambil solusi untuk</p>	<p>Penelitian ini memfokuskan pada kelayakan usaha untuk meminimalisir resiko akibat penurunan sedangkan yang akan penulis teliti yaitu mengenai kelayakan bisnisnya ditinjau dari aspek studi kelayakan bisnis. Objek penelitian ini yaitu usaha Koperasi sedangkan objek penelitian yang akan penulis teliti</p>

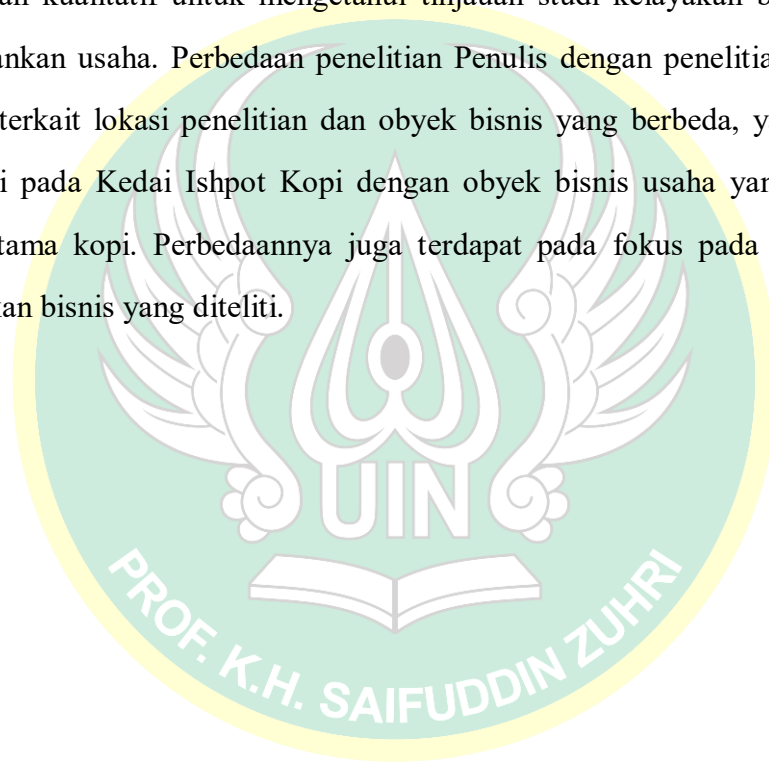
No	Penulis, Judul, Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan
		setiap resiko yang ada.	ini ialah usaha Kedai Kopi.
3.	<p>Penulis : Intan Permata Sari, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu.</p> <p>Judul : Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pembuatan Tahu Di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.</p> <p>Tahun : 2019</p>	<p>Secara rinci hasil dari penelitian ini menunjukkan tingkat kelayakan bisnis usaha mikro kecil dan menengah ditinjau dari perspektif ekonomi Islam pada pabrik tahu sudah sesuai dengan aspek pemasaran serta aspek produksi ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam, dan pabrik tersebut sudah menerapkan studi kelayakan bisnis meski belum secara penuh.</p>	<p>Penelitian ini hanya memfokuskan pada aspek produksi dan aspek pemasaran dalam kajiannya. Penelitian ini meneliti tentang kelayakan bisnis pada proses pembuatan produksinya, sedangkan penelitian yang penulis akan teliti tentang kelayakan bisnis kedai kopi.</p>
4.	<p>Penulis : Putra Afrianto, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi</p>	<p>Dalam penelitian ini adanya pokok masalah yaitu PT CCAI bagaimana dalam mampu memenuhi</p>	<p>Pada objek penelitian ini dilakukan pada perusahaan</p>

No	Penulis, Judul, Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan
	<p>Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.</p> <p>Judul : Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Tinjauan Islam Pada Perusahaan Penghasil Produk Minuman Di Makassar (Studi Aspek Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada PT Coca Cola Amatil Indonesia).</p> <p>Tahun : 2016</p>	<p>kelayakan bisnis dari segi aspek pemasaran dan manajemen operasional baik itu menurut konsep ekonomi pada umumnya dan menurut konsep ekonomi Islam. Dan hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa CCAI telah memenuhi semua kriteria kelayakan bisnis aspek pemasaran dan manajemen operasional jika ditinjau berdasarkan konsep ekonomi umum, apabila ditinjau dari sudut pandang Islam aspek pemasaran CCAI masih terdapat cacat informasi bisnis akan tetapi bisnis CCAI bisa dikatakan layak secara Islam jika ditinjau dari manajemen operasionalnya.</p>	<p>penghasil produk minuman coca cola sedangkan penelitian yang akan penulis teliti yaitu usaha kedai minuman kopi.</p>

No	Penulis, Judul, Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan
5.	<p>Penulis : Fiky Hestirocha, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.</p> <p>Judul : Analisis Kelayakan Bisnis dalam Tinjauan Islam pada Usaha Ikan Asap (Studi Aspek Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial di Desa Penatarsewu Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo).</p> <p>Tahun : 2020</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha ikan asap pada aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial ditinjau dari sudut pandang Islam di Desa Penatarsewu Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya usaha ikan asap di Desa Penatarsewu berdampak pada aspek ekonomi yaitu peningkatan perekonomian dan penurunan angka pengangguran bagi warga desa Penatarsewu. Dalam hal ini ditinjau dari sudut pandang Islam dapat dikatakan belum memenuhi kriteria kelayakan secara teori maupun tinjauan Islam dan</p>	<p>Penelitian ini dilakukan terhadap beberapa sampel untuk melakukan penilaian terhadap satu sektor usaha tersebut, sementara penelitian yang akan dilakukan penulis adalah satu objek penelitian. Sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada aspek lingkungan yang diteliti yang perlu dianalisis dampaknya terhadap lingkungan.</p>

No	Penulis, Judul, Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan
		perlu adanya perbaikan.	

Berdasarkan tabel penjelasan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan di atas, masing-masing pembahasan sangat berkaitan. Persamaan penelitian ini terfokus pada studi kelayakan bisnis. Persamaan dengan penelitian terdahulu juga pada jenis penelitian, Penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif untuk mengetahui tinjauan studi kelayakan bisnis dalam menjalankan usaha. Perbedaan penelitian Penulis dengan penelitian terdahulu adalah terkait lokasi penelitian dan obyek bisnis yang berbeda, yaitu Penulis meneliti pada Kedai Ishpot Kopi dengan obyek bisnis usaha yang berbahan baku utama kopi. Perbedaannya juga terdapat pada fokus pada aspek studi kelayakan bisnis yang diteliti.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*Field Reseach*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang secara intensif bertujuan untuk mempelajari tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi suatu sosial, individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat. Penelitian lapangan dimana lokasi penelitiannya berada di masyarakat, lembaga atau kelompok tertentu atau objek tertentu sebagai latar dimana peneliti melakukan penelitian. (Sarwono, 2006)

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan pemahaman baru yang lebih kompleks, lebih mendetail, dan komprehensif dari suatu hal yang diteliti. Penelitian kualitatif adalah penelitian sistematis terhadap suatu objek dengan maksud untuk mengkaji atau meneliti suatu objek pada latar alamiah tanpa ada pengujian hipotesis dengan menggunakan metode-metode alamiah, kemudian hasil yang diharapkan bukanlah sebuah generalisasi berdasarkan ukuran-ukuran kuantitas, namun yakni sebuah makna (segi kualitas) dari fenomena yang diamati tersebut. (Andi, 2020) Penelitian kualitatif deskriptif yakni peneliti harus mendeskripsikan suatu obyek, fenomena dalam tulisan yang bersifat naratif, dalam penulisan data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar daripada angka. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. (Gunawan, 2014)

Berdasarkan pengertian diatas, dimana penelitian ini dilakukan dengan mengamati secara langsung dan menganalisis data yang diperoleh

dilapangan secara langsung baik itu data yang diperoleh berupa data lisan maupun data tertulis dari informan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini fokus mengkaji tentang aspek kelayakan bisnis untuk mengetahui kelayakan pada bisnis Kedai Ishpot Kopi, kemudian hasil penelitian dapat digunakan sebagai pertimbangan kebijakan yang akan diambil oleh Kedai Ishpot Kopi.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di daerah Teluk, Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. Penentuan lokasi penelitian ini dikarenakan lokasi yang strategis terjangkau dari segi transportasi, dan merupakan kedai kopi dengan nuansa *klasik* dengan adanya ruangan indoor dan outdoor, mempunyai ruang khusus untuk tempat *tournament* para *gamers* serta menawarkan menu yang menarik dengan adanya macam aneka jenis kopi dan juga menu pelengkap lainnya. Hal tersebut dapat berdampak dengan jenis pengunjung dan target pasar, juga dapat meningkatkan konsumsi olahan kopi, hal tersebut sesuai dengan aspek pasar pemasaran pada studi kelayakan bisnis.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2022 – Agustus 2022 dan waktu penelitian akan ditambah jika masih dibutuhkan penelitian untuk mencari data yang masih diperlukan atau data yang masih kurang.

C. Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif adalah data non-numerik atau data yang bukan berupa angka, data ini berisi analisa kondisi pada organisasi sehingga membantu peneliti dalam menentukan permasalahan atau juga bisa disebut sebagai data yang mendekati dan mencirikan sesuatu. Sedangkan data kuantitatif adalah data atau informasi yang di dapatkan dalam bentuk angka, data ini biasanya berupa data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung

berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bentuk angka atau bilangan. (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D, 2016)

Sumber data penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, yaitu :

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber data utama objek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi.

Data primer dalam penelitian ini, meliputi data yang yang diperoleh melalui observasi di Kedai Ishpot Kopi dan wawancara langsung dengan informan. Data primer ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data tentang studi kelayakan bisnis pada Kedai Ishpot Kopi.

2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada dalam bentuk yang sudah tersedia, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. (Digidowiseso, Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis, 2017)

Dalam penelitian ini, data sekunder berupa data yang diambil dari buku, laporan, jurnal, literatur yang berasal dari media artikel online, serta dokumen. Peneliti menggunakan data sekunder untuk mendapatkan kondisi yang ada pada Kedai Ishpot Kopi, struktur organisasi, agenda jam operasional, serta data dan dokumen yang sudah ada di Kedai Ishpot Kopi.

D. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati sebagai sasaran. Subyek penelitian merupakan suatu yang dijadikan sebagai sumber data atau sumber informasi oleh peneliti untuk riset yang dilakukan. Sedangkan obyek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa

orang, organisasi atau barang yang akan diteliti, dengan kata lain merupakan pokok persoalan yang akan diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. (Strauss, 2007)

Subyek penelitian ini adalah Pemilik Kedai Ishpot Kopi, Admin Marketing Kedai Ishpot Kopi, Karyawan Kedai Ishpot Kopi. Sedangkan obyek penelitian ini adalah lokasi, kondisi lingkungan, perizinan hukum, pasar pemasaran, manajemen, keuangan, serta teknologi yang ada di Kedai Ishpot Kopi Purwokerto.

E. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi didefinisikan sebagai suatu kegiatan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dengan menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian, aktivitas, objek, kondisi atau suasana tertentu. Teknik observasi ini juga merupakan teknik yang efektif karena peneliti melihat langsung kegiatan yang berlangsung dilapangan menggunakan bantuan panca indra mata peneliti.

Teknik observasi dilakukan dalam penelitian ini karena penelitian akan lebih akurat jika di peroleh secara langsung ke objek penelitian. Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi pengamatan secara langsung pada Kedai Ishpot Kopi yang berada di Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas untuk mengetahui dan melakukan pencatatan terhadap hal-hal yang dibutuhkan untuk membangun dan menjalankan bisnis sebuah kedai kopi serta untuk mendapatkan data-data atau informasi mengenai letak lokasi, layout tempat, suasana serta dampak lingkungannya.

2. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh penjelasan dan mengumpulkan informasi tentang sebuah isu atau tema yang diangkat

dalam penelitian.

Teknik ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui seperangkat pertanyaan kepada informan yang memiliki keterkaitan tentang penelitian ini dan memiliki wawasan terkait materi penelitian yang ditentukan untuk menghasilkan informasi data yang valid dan akurat mengenai sejarah Kedai Ishpot Kopi, manajemen dan bagaimana kegiatan pemasarannya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang berisi keterangan dan fakta-fakta serta pemikiran tentang fenomena yang aktual sesuai dengan masalah penelitian. (Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 2021)

Teknik ini dilakukan untuk mencari data yang dibutuhkan, berupa gambar atau foto dan dokumen-dokumen yang diambil pada kegiatan penelitian berlangsung, dan menghasilkan data-data yang diperlukan berkaitan dengan penelitian mengenai daftar menu, tempat kedai kopi, pengunjung, foto kegiatan proses penyajian serta alat teknologi. Teknik ini juga dapat digunakan sebagai bukti fisik dalam penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis dalam suatu penelitian, pada tahap inilah penulis dapat mengurutkan hasil-hasil penelitian, menyusun data dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dengan maksud untuk memahami maknanya. (Sandu Siyoto, 2015).

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif, dengan lebih banyak bersifat uraian dan hasil wawancara serta studi dokumentasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif dan diuraikan dalam bentuk deskriptif. Analisis data berlangsung secara bersama dengan proses

pengumpulan data menggunakan alur tahapan sebagai berikut :

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan data yang diperoleh dalam bentuk laporan atau data yang terperinci yang disusun dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan difokuskan pada hal-hal yang penting sehingga hasil dapat diambil. Dengan demikian data yang telah direduksi berdasarkan konsep dan kategori tertentu dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data dan mencari data tambahan jika diperlukan.

Reduksi data dalam prosesnya melalui penelitian lapangan dengan perolehan sumber data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi dan hal-hal penting terkait bagaimana kelayakan pendirian usaha kedai kopi ditinjau dari beberapa aspek penilaian studi kelayakan pada Kedai Ishpot Kopi.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menampilkan data atau *display data*. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dalam uraian singkat, bagan, hubungan, kategori, dan sejenisnya, maka akan memudahkan dalam memahami apa yang terjadi, dan memudahkan peneliti untuk melihat hubungan satu data dengan data lainnya serta merencanakan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

Langkah dalam analisis data ini, penulis akan mendeskripsikan gambaran umum pendirian usaha kedai kopi yang dilakukan di Kedai Ishpot Kopi di Kota Purwokerto Kabupaten Banyumas melalui aspek-aspek pada studi kelayakan bisnis yaitu aspek hukum, pasar dan pemasaran, keuangan, manajemen, lingkungan hidup, serta aspek teknis teknologi.

3. Kesimpulan dan Verifikasi

Kegiatan penyimpulan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Penarikan kesimpulan dan verifikasi data dapat menjawab rumusan masalah temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya tidak jelas sehingga setelah diteliti menjadi lebih jelas argumentative. (Sujarweni, Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 2021)

Peneliti akan menarik kesimpulan yang berhubungan langsung dengan penelitian untuk bisa disajikan kedalam hasil akhir penelitian kaitannya dengan bagaimana kelayakan pendirian usaha Kedai Ishpot Kopi yang dianalisis dengan berbagai aspek studi kelayakan bisnis.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Usaha

1. Kedai Ishpot Kopi

Kedai Ishpot Kopi merupakan sebuah kedai kopi yang bernaung di CV Ishpot. Kedai Ishpot Kopi berdiri pada tahun 2020 dan secara sah berbadan hukum Perseroan Komanditer (CV) yaitu CV Ishpot. CV Ishpot ini mempunyai berbagai bentuk usaha dibawahnya antara lain yaitu bergerak di bidang *Event Organizer, Broadcasting, Talent Management, Digital Marketing* dan Kedai Ishpot Kopi yang bergerak di bidang *Caffe*. Kedai Ishpot Kopi didirikan pada 26 Desember 2020 oleh Bapak Isman Rahadi dan *owner* (pemilik) dari Kedai Ishpot Kopi ialah Mutiara Salsabila Rahadi yang merupakan anak kandung dari Bapak Isman Rahadi. Lokasi Kedai Ishpot Kopi berada di Jl.Hos Notosuwiryo No.4, Teluk, Purwokerto Selatan, persisnya ada di sebelah selatan perempatan lampu merah Karang Bawang. Hingga saat ini usia usahanya sudah memasuki berjalan tahun ke-3.

Kedai Ishpot Kopi merupakan tempat yang menyajikan berbagai macam minuman kopi dalam berbagai jenis dan kopi lokal Banyumas yang bernama '*Mantap Jiwo*' serta sajian menu pelengkap lainnya. Ketertarikan dan kecintaan pada kopi menjadi salah satu alasan pemilik Ishpot Kopi dalam mendirikan kedai kopi. Pemilik Ishpot Kopi mempunyai motivasi dalam membangun usaha kedai kopi karena kesukaannya terhadap kopi sehingga tertarik untuk lebih mendalam mengenai seluk beluk kopi. Serta selain itu, keinginan untuk mempromosikan dan memasarkan kopi lokal juga menjadi alasan pendirian Kedai Ishpot Kopi.

Kualitas bahan baku kopi yang disajikan yaitu kopi dengan rasa dan

aroma yang khas. Proses penyajian kopi dimulai dari proses penggilingan biji kopi (*grinding*), kemudian dilanjutkan dengan proses penyeduhan (*brewing*) dengan menggunakan peralatan seduh maupun mesin. Pada metode pengolahan kopi mencakup proses dari membeli bahan baku dalam bentuk *green bean*, diolah melalui tahapan *roasting* (penyaringan) sampai menjadi bubuk kopi dengan menggunakan peralatan dan mesin serta tenaga yang kompeten mampu menguasai setiap tahap pengolahan kopi untuk disajikan kepada pelanggan. Pelaku usaha Kedai Ishpot Kopi mengontrol secara langsung mutu kualitas biji kopi lokal yang bermitra kepada petani langsung, kegiatannya dimulai dengan memperoleh biji kopi dari petani dengan kualitas matang optimal, kemudian dilakukan penyangraian (*roasting*) menggunakan mesin, tahap penyangraian merupakan salah satu tahap yang paling penting untuk mempertahankan kualitas biji kopi, proses tersebut merupakan tahapan dalam pembentukan aroma dan rasa khas dari dalam biji kopi. Kedai Ishpot Kopi secara intensif mengontrol setiap prosesnya dan mempertahankan kualitas kopi dengan baik serta cita rasa dan aroma yang terkandung dalam kopi.

Pada saat ini persaingan semakin ketat maraknya bisnis kedai kopi. Dan berdasarkan pernyataan dari pemilik Kedai Ishpot Kopi yakni *“Kami akan tetap bermain di harga kompetitif dengan menawarkan produk pada harga lebih terjangkau dan mempertahankan kualitas rasa di samping tetap mengembangkan gerai offline dan ekspansi penjualan melalui aplikasi digital pada sosial media”* (Owner Kedai Ishpot Kopi, Jum’at, 24 mei 2022) Hal tersebut dapat diketahui bahwa, banyaknya pesaing justru akan semakin baik bagi ekosistem bisnis kopi semakin meningkat. Dan preferensi konsumen di bisnis kopi juga ditentukan oleh rasa sehingga kualitas menjadi peranan penting dalam penjualan produk. Kedai Ishpot

Kopi terus berusaha dalam mengembangkan inovasi pengolahan kopi agar menjadi minuman yang memiliki rasa dan aroma kopi dengan sajian yang kreatif. Dengan menyediakan fasilitas pada *kreatifitas* konsep desain tempat kedai kopi agar lebih memperkenalkan kopi dan mengubah cara pandang masyarakat pada kopi.

Konsep tempat Kedai Ishpot Kopi identik dengan tempat *indoor* dan *outdoor* yang *klasik* dan ruangan santai yang nyaman, fasilitas lengkap seperti *AC, TV, Wi-Fi, smooking area* dan *no smooking area* bahkan dengan desain interior yang unik dan adanya kombinasi fungsi yang sebelumnya tidak terkaitkan, misalnya adanya ruang baca dan pajangan pigura foto berupa beberapa sejarah jaman dahulu. Hal tersebut dibuat dengan kenyamanan dan didesain dengan konsep menarik yang membuat pengunjung tak hanya menikmati kopi tetapi juga melebur dalam suasana yang melingkupinya. Pengunjung kedai kopi biasanya berasal dari berbagai kalangan masyarakat yang datang dengan tujuan untuk bertemu berkumpul, berdiskusi, ngobrol santai dan berdialog.

Gambar 4.1

Kedai Ishpot Kopi





Sumber : Dokumentasi pribadi

Nama Perusahaan/Bisnis : Kedai Ishpot Kopi

Badan Hukum Usaha : CV Ishpot Indonesia

Alamat : Jl. Hos Notosuwiryo No.4, Teluk, Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah

Telepon : 0895322459599

2. Visi Misi Kedai Ishpot Kopi

Adapun visi misi Kedai Ishpot Kopi adalah sebagai berikut :

Visi :

Integrity social humanity point of target

Misi :

Menjadi sarana untuk dapat memaksimalkan potensi kreatifitas dengan lebih terarah dan produktif bagi pekerja. Mengutamakan kepuasan dan kenyamanan konsumen dalam hal apapun.

3. Akun Sosial Media

Kedai Ishpot Kopi memiliki akun sosial media yaitu instagram, whatsapp, website, dan gmail.

Daftar nama akun sosial media Kedai Ishpot Kopi :

- a. **Instagram** : @Ishpotkopi
- b. **Whatsapp** : 0895322459599
- c. **Gmail** : Ishpotindonesia@gmail.com
- d. **Website** : www.ishpotindonesia.com

4. Lokasi Dan Jam Operasional Kedai Ishpot Kopi

Berikut ini google maps petunjuk lokasi agar bisa dilihat akses ke lokasi dan berapa jarak yang ditempuh dengan estimasi sampai berapa menit menuju Kedai Ishpot Kopi yang berlokasi di Jl. Hos. Notosuwiryo No.4, Kruwet, Teluk, Kec. Purwokerto Sel., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53145.



Sumber : Dokumentasi pribadi

Berikut ini tabel jam operasional Kedai Ishpot Kopi :

Tabel 4.1

Jam Operasional Kedai Ishpot Kopi

Hari	Jam Buka
Senin	10:00-22:00
Selasa	10:00-22:00
Rabu	10:00-22:00
Kamis	10:00-22:00
Jum'at	10:00-22:00
Sabtu	10:00-22:00
Minggu	10:00-22:00

5. Sajian Di Kedai Ishpot Kopi

Kedai Ishpot Kopi menjual berbagai macam jenis kopi dan berbagai makanan lainnya sebagai menu pelengkap sembari menikmati kopi. Pada menu di Kedai Ishpot Kopi mengalami perubahan yaitu dengan memperbarui menu yang ada karena adanya selera pelanggan yang selalu berubah serta agar tidak bosan dengan menu yang itu-itu saja. Walaupun menu diperbarui, namun Kedai Ishpot Kopi tetap mempertahankan ciri khas serta kualitasnya dan tetap bertahan pada konsep Kedai Ishpot Kopi yang diusung, serta menu baru yang ditawarkan lebih menarik dan bermacam-macam. Kedai Ishpot Kopi juga menyediakan menu bervariasi yang non-kopi.

Berikut ini menu yang ditawarkan oleh Kedai Ishpot Kopi :

Gambar 4.3

Daftar Menu Lama Kedai Ishpot Kopi

KOPI		PANAS/ADEM		SPESIAL BANGET	
TOOBROK ROBUSTA.....	12.000,-			WEDANG UWUH.....	8.000,-
TOOBROK SUSU.....	13.000,-			UWUH LATTE.....	8.000,-
VIETNAM DRIP.....	15.000,-			KOPI JAHE.....	8.000,-
VSD.....	15.000,-			TEH JAHE.....	8.000,-
ESPRESSO.....	15.000,-			JAHE SUSU.....	8.000,-
AMERICANO.....	15.000,-			KUNIR ASEM.....	8.000,-
CAPPUCINO.....	17.000,-			ASEM JAWA.....	8.000,-
KOPI SUSU GULA AREN.....	18.000,-			BERAS KENCUR.....	8.000,-
COFFEE LATTE.....	18.000,-				
LIYANE				MILKSHAKE	
TARO.....	13.000,-			MILKSHAKE GREEN TEA MATCHA.....	20.000,-
RED VELVET.....	13.000,-			MILKSHAKE STRAWBERRY.....	18.000,-
COKLAT.....	13.000,-			MILKSHAKE COKLAT.....	18.000,-
STRAWBERRY.....	13.000,-			MILKSHAKE RED VELVET.....	18.000,-
MATCHA.....	15.000,-			MILKSHAKE TARO.....	18.000,-
OCEAN BLUE.....	15.000,-			(GRATIS TOPPING OREO / JELLY)	
TARO LATTE.....	15.000,-			MOJITO.....	15.000,-
RED VELVET LATTE.....	15.000,-			ES LEMON TEA.....	10.000,-
COKLAT LATTE.....	15.000,-			TEH FARUK.....	8.000,-
STRAWBERRY LATTE.....	15.000,-			ES JERUK.....	7.000,-
MATCHA LATTE.....	17.000,-			KOPI RENTENG.....	5.500,-
				ES TEH.....	5.000,-

Buku seking 10.000 Esuk - 10.000 Wengi
 Jl. Suka Mekar No. 2 Klaten Baru Tulus, Perumahan Setelan @ IshpotKopi

Sumber : Dokumentasi pribadi

Gambar 4.4

Daftar Menu Baru Kedai Ishpot Kopi

ISHPOT KOPI				ISHPOT KOPI	
COFFEE					
	ROBUSTA	ARABICA	BLEND		
Tubruk	10K	13K	13K		
V60	13K	15K	15K		
Vietnam Drip	13K	15K	15K		
Mokapot	15K	17K	17K		
Espresso					
- Single Shot	13K	15K	15K		
- Double Shot	15K	17K	17K		
Americano	13K	15K	15K		
Long Black	13K	15K	15K		
Cappuccino	15K	17K	17K		
French Press	10K	13K	13K		
Wine			20K		
Smoothies n punch					
Taro Blend House			10K		
Red Velvet Blend House			10K		
Avocado Blend House			10K		
Bubble Gum Blend House			10K		
Green Tea Blend House			10K		
Chocolate Blend House			10K		
Ocean Blue 3 Flyer punch with Selasih			10K		
Mojito mini n soda punch			10K		
Lemon Tea Hot n Cold			10K		
Appetizer					
ISHPOT 3 in 1 Kentang, Sosis, Nugget				15K	
Kentang Goreng Original				10K	
Roli Bakar Coklat, Keju, Strawberry				10K	
Sandwich ISHPOT Blend House				15K	
Roli Bakar Tahu digoreng tepung				10K	
Pisang Bakar/Goreng Coklat, Keju, Strawberry				9K	
Maincourse					
Ricebowl					
- ISHPOT 3 in 1 Teriyaki, Black Pepper, Sambel Matah				20K	
- Beef Teriyaki, Black Pepper, Sambel Matah				20K	
- Wings Teriyaki, Black Pepper, Sambel Matah				20K	
- Karage Teriyaki, Black Pepper, Sambel Matah				20K	
- Eggs Spicy Teriyaki, Black Pepper, Sambel Matah				20K	
- Tahu Teriyaki, Black Pepper, Sambel Matah				18K	
Mie Kuah Cakram, Telor				10K	
Mie Goreng Cakram, Telor				10K	
Nasi Goreng Thailand pedas n extra telor				20K	
Ayam Penyet Sambel Matah				15K	
Tahu + Tahu Penyet Sambel Matah				10K	
Dessert					
ISHPOT Ice Cream Vanilla, Strawberry, Coklat				12K	
Fruits Puding Original				12K	
Fruits Salad Original				12K	

Sumber : Dokumentasi media Ishpot Kopi

Untuk menikmati sajian produk yang dijual Kedai Ishpot Kopi ini, pelanggan tidak hanya datang langsung ke kedai untuk makan ditempat atau *dine in*, namun bisa memesan secara lebih *fleksibel* melalui pemesanan online atau *delivery order* dengan menggunakan aplikasi online seperti *Go-Food*, *Grab-Food*. Caranya mudah yaitu dengan langkah awal membuka aplikasi *food delivery* pada *Go-Food* atau *Grab-Food*,

kemudian ketik Kedai Ishpot Kopi pada menu pencarian, lalu pilih makanan atau minuman yang diinginkan, setelah itu klik pesan.

B. Analisis Kelayakan Bisnis

1. Aspek Hukum

Aspek hukum dalam bab ini untuk mengetahui kemampuan pelaku bisnis dalam memenuhi ketentuan hukum yang berlaku dan perizinan yang dimiliki dalam pendirian usaha Kedai Ishpot Kopi. Perizinan usaha merupakan pembahasan utama dalam penilaian aspek hukum. Izin usaha merupakan pengakuan hukum atas usaha yang didirikan agar Kedai Ishpot Kopi tidak diberi predikat sebagai usaha ilegal atau usaha yang tidak mempunyai izin dari pemerintah.

Dalam mendirikan Kedai Ishpot Kopi, berikut ini ketentuan hukum atau standar aturan hukum yang telah dipenuhi, yaitu :

a. Akta Pendirian

Kedai Ishpot Kopi telah memiliki akta pendirian usaha berbentuk akta notaris yang berisi keputusan pendirian Kedai Ishpot Kopi tentang anggaran dasar badan hukum usaha. Akte pendirian perusahaan dari notaris setempat berbentuk badan hukum Perseroan Komanditer (CV).

b. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Berdasarkan surat keputusan menteri perdagangan dan perindustrian, No. 408/MPP/KEP/10/1997, yaitu setiap bentuk usaha wajib mempunyai perizinan di bidang perdagangan yaitu Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang dikeluarkan oleh kepala kantor Departemen Perindustrian dan Perdagangan dan menurut UU, No.3 tahun 1983 yang mewajibkan setiap pemilik usaha harus terdaftar badan hukum usahanya di Departemen Perindustrian dan Perdagangan.

Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) adalah surat izin yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha perdagangan. Setiap perusahaan persekutuan maupun perusahaan perseorangan, yang melakukan kegiatan usaha perdagangan wajib memperoleh SIUP yang diterbitkan berdasarkan domisili perusahaan dan berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia. (Suliyanto, Studi Kelayakan Bisnis, 2010). Maka berikut ini adalah tabel yang memuat informasi terkait syarat kebutuhan izin beserta kemampuan Kedai Ishpot Kopi pada Surat Izin Usaha Perdagangan :

Tabel 4.3
SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)

No	Syarat Ketentuan	Ada	Tidak Ada	Keterangan
1.	FC Akta pendirian badan usaha	Ada		
2.	FC KTP pendiri	Ada		
3.	FC NPWP	Ada		
4.	Surat keterangan domisili usaha	Ada		
5.	Pas foto pendiri	Ada		

c. Nomor Induk Berusaha

NIB berlaku juga sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP). Nomor

Induk Berusaha adalah tanda bukti badan hukum usaha yang telah melakukan kewajibannya dalam melakukan pendaftaran. Pendaftaran dilakukan oleh pemilik atau pengurus perusahaan yang bersangkutan, atau dapat diwakilkan kepada orang lain dengan surat kuasa.

Tanda daftar perusahaan wajib dimiliki oleh badan hukum usaha seperti, persekutuan komanditer/CV, Firma, PT, koperasi atau Perorangan. Kedai Ishpot Kopi sebagai perusahaan yang terdaftar berbentuk badan hukum usaha CV.

Berikut ini merupakan gambar mengenai *legality* dari Kedai Ishpot Kopi :



Sumber : Compro Ishpot

Dari pemaparan diatas terkait analisis penerapan studi kelayakan bisnis, dapat dipahami bahwa usaha Kedai Ishpot Kopi memiliki ketentuan hukum yang berlaku sebagai usaha yang berbadan hukum usaha Perseroan Komanditer (CV) bernama CV Ishpot, telah memiliki surat izin yang diperlukan untuk menjalankan usaha.

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran pada Kedai Ishpot Kopi ini dapat dianalisis

dengan beberapa indikator bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu :

a. Product (Produk)

Berikut ini keseluruhan rangkaian produk yang ada pada Kedai Ishpot Kopi.

Produk Kedai Ishpot Kopi beraneka ragam menu kopi dan juga menu sajian pelengkap lainnya, antara lain :

1) *Coffe (Robusta, Arabica, Blend) :*

Mantap Jiwo

Tubruk

Vietnam Drip

V60

Mokapot

Espresso Single Shot

Espresso Double Shot

Americano

Long Black

Capuccino

French Press

Wine

2) *Smoothies and Punch*

Taro Blend House

Red Velvet Blend House

Avocado Blend House

Bubble Gum Blend House

Green Tea Blend House

Chocolate Blend House

Ocean Blue 3 Flyer Punch With Selasih



Mojito Mint and Soda Punch

Lemon Tea (Hot and Cold)

3) *Appetizer*

Ishpot 3 in 1 (Kentang, Sosis, Nugget)

Kentang Goreng (Original)

Roti Bakar (Coklat, Keju Strawberry)

Sandwich Ishpot (Blend House)

Roti Bakar (Tahu digoreng tepung)

Pisang Bakar/Goreng (Coklat, Keju, Strawberry)

4) *Ricebowl*

Ishpot 3 in 1 (Teriyaki Black Pepper, Sambal Matah)

Beef (Teriyaki Black Pepper, Sambal Matah)

Wings (Teriyaki, Black Pepper, Sambal Matah)

Karage (Teriyaki, Black Pepper, Sambal Matah)

Eggs Spicy (Teriyaki, Black Pepper, Sambal Matah)

Tofu (Teriyaki, Black Pepper, Sambal Matah)

Mie Kuah (Caisim, Telor)

Mie Goreng (Caisim, Telor)

Nasi Goreng Thailand (Pedas and Extra Pedas)

Ayam Penyet Sambal Matah

Tahu and Tahu Penyet Sambal Matah

5) *Dessert*

Ishpot Ice Cream (Vanilla, Strawberry, Coklat)

Ishpot Pudding Original

Fruits Salad Original

Perbedaan pada jenis produk kopi :

1) *Kopi Arabika*

Kopi *arabika* merupakan tipe kopi tradisional dengan cita rasa yang *variatif* antara lain rasa *fruity*, rempah-rempah, dan lain-lain. Biji kopi ini berukuran cukup kecil dan berwarna hijau hingga merah kegelapan. Biji kopi *arabika* nilai ekonomisnya lebih tinggi daripada kopi *robusta*.

2) Kopi *Robusta*

Kopi *robusta* dapat dikatakan sebagai kopi kelas 2, karena rasanya yang lebih pahit sedikit asam dan mengandung kafein dengan kadar yang jauh lebih banyak.

3) Kopi *Espresso*

Merupakan kopi yang dibuat dengan mengekstrak biji kopi menggunakan uap panas pada tekanan tinggi dan biasanya ditambah dengan taburan gula. *Espresso* merupakan minuman kopi yang paling kuat kadar kopinya karena merupakan ekstrak biji kopi murni tanpa campuran.

4) Kopi *Latte*

Merupakan jenis kopi yang sejenis dengan *espresso* dengan ditambahkan susu dan rasio antara susu dengan kopi yaitu 3 : 1.

5) Kopi *Capuccino*

Kopi dengan penambahan krim gula, susu, dan serpihan coklat. Rasa kopi *cappuccino* walaupun sudah dicampur susu, namun aroma rasa kopinya tetap kuat, kopi ini terdiri atas *espresso* dan tambahan susu cair.

6) Kopi *Tubruk*

Kopi hitam yang dibuat dengan memasak biji kopi kopi bersama dengan gula yang dibuat menggunakan air panas dengan suhu 90-95 derajat celsius.

7) Kopi V60

Kopi dengan memiliki rasa asam, manis, dan pahit menggunakan *manual brew*. Nama V60 karena menggunakan desain alat yang memiliki *vector 60* yang artinya membentuk sudut 60 derajat.

V60 merupakan cara penyeduhan kopi secara manual, menuangkan air ke bubuk kopi yang sudah digiling dengan metode *pour over*.

8) Kopi *Mokapot*

Kopi dengan menggunakan air mendidih yang dicampur dengan kopi bubuk kemudian diseduh menggunakan tekanan air.

Jenis mokapot merupakan sejenis alat pembuat kopi diatas kompor gas atau kompor listrik.

9) Kopi *Vietnam Drip*

Kopi *vietnam drip* berasal dari tetesan air kopi. Kopi ini memiliki rasa yang lebih pahit diseduh dengan susu kental manis, dan hasil seduhan kopi ini sangat kental dan merata.

10) Kopi *French Press*

French press merupakan biji kopi yang digiling secara kasar dengan rasio kopi dan air 1:12 menggunakan 350 gram air.

11) Kopi *Long Black*

Kopi Long black identik dengan sisa krema yang ada di permukaan kopi. Langkahnya dengan menuangkan air panas terlebih dahulu sebelum *espresso*, kemudian krema yang berada di atas kopi tetap utuh diatas permukaan cangkir. Kopi jenis ini terdiri dari *espresso* dan kopi hitam.

Strategi produk yang dilakukan oleh Kedai Ishpot Kopi adalah :

- a) Adanya logo iSHPOT untuk setiap produk dicantumkan.

Berikut ini logo ishpot kopi :

Gambar 4.6

Logo Ishpot Kopi



Sumber : Dokumentasi Media Ishpot Kopi

- b) Strategi produk berupa pemberian merek, yaitu dengan pemberian merek iSHPOT pada menu minuman. Kemudian dengan pemberian nama yang menarik pada menu yaitu pada varian rasanya, seperti Robusta, Arabica, Blend.
- c) Dengan menciptakan kemasan pada cup minuman Ishpot Kopi yaitu tulisan pada pinggang cup. Tulisan tersebut selain untuk menarik pelanggan, juga membuat ciri khas atau merek minuman di Kedai Ishpot Kopi dengan adanya tulisan akun sosial media Ishpot Kopi sebagai promosi dan memberi tahu konsumen mengenai informasi lengkap yang ada pada akun sosial media tersebut. Strategi produk dalam menciptakan kemasan yang baik karena pengemasan tidak sekadar memberi wadah(pelindung produk) dari produk namun juga sangat mendukung terjaganya kualitas produk, kemudian berguna dalam rangka persaingan pasar yang dapat meningkatkan penjualan, dimana konsumen akan cenderung tertarik dengan

produk yang dikemas rapi dan menarik.

Berikut ini kemasan dan pemberian nama pada produk Kedai Ishpot

Kopi :

Gambar 4.7

Nama dan Kemasan Produk Kedai Ishpot Kopi



Sumber : Dokumentasi Media Ishpot Kopi

Gambar 4.8

Makanan di Kedai Ishpot Kopi





Sumber: Dokumentasi Media Ishpot Kopi

Gambar 4.9

Bubuk Kopi di Kedai Ishpot Kopi



Sumber: Dokumentasi Pribadi

d) Diberi label pada kemasan

Pada kemasan produk diberi label dengan tulisan mengenai nama produk, nama dan alamat Kedai Ishpot Kopi serta akun sosial media

Kedai Ishpot Kopi. Strategi produk dalam pemberian label , dengan harapan produk dapat dikenal oleh konsumen luas, sehingga mudah dicari ketika dibutuhkan. Selain itu, label juga berfungsi sebagai jaminan merk dagang, logo perusahaan, nama dan alamat perusahaan.

b. Price (Harga)

Harga merupakan peran yang sangat penting agar terjadi transaksi antara penjual dengan konsumen. Penentuan tingkat harga sangat menentukan keberhasilan sebuah bisnis, karena harga turut mempengaruhi laku tidaknya suatu produk.

Berikut ini daftar harga jual dari Kedai Ishopt Kopi :

1) *Coffe*

Tabel 4.4
Harga Kopi Kedai Ishpot Kopi

<i>Coffe</i>	<i>Robusta</i>	<i>Arabica</i>	<i>Blend</i>
Tubruk	10.000	13.000	13.000
V60	13.000	15.000	15.000
Vietnam Drip	13.000	15.000	15.000
Mokapot	15.000	17.000	17.000
Espresso Single Shot	13.000	15.000	15.000
Espresso Double Shot	15.000	17.000	17.000
Americano	13.000	15.000	15.000
Long Black	13.000	15.000	15.000
Capuccino	15.000	17.000	17.000
French Press	10.000	13.000	13.000

Wine	20.000	20.000	20.000
------	--------	--------	--------

2) *Smoothies and Punch***Tabel 4.5****Harga Minuman Kedai Ishpot Kopi**

Nama	Harga
Taro Blend House	10.000
Red Velvet Blend House	10.000
Avocado Blend House	10.000
Bubble Gum Blend House	10.000
Green Tea Blend House	10.000
Chocolate Blend House	10.000
Ocean Blue 3 Flyer Punch With Selasih	10.000
Mojito Mint and Soda Punch	10.000
Lemon Tea Hot and Cold	10.000

3) *Appetizer***Tabel 4.6****Harga Makanan Kedai Ishpot Kopi**

Nama	Harga
Ishpot 3 In 1 (kentang, sosis, nugget)	15.000
Kentang Goreng Original	10.000
Roti Bakar (coklat, keju, strawberry)	10.000

Sandwich Ishpot (blend house)	15.000
Roti Bakar (tahu digoreng tepung)	10.000
Pisang Bakar/Goreng (coklat, keju, strawberry)	9.000

4) *Ricebowl***Tabel 4.7****Harga *Ricebowl* Kedai Ishpot Kopi**

Nama	Harga
Ishpot 3 in 1 (teriyaki, black pepper, sambal matah)	20.000
Beef (teriyaki, black pepper, sambal matah)	20.000
Wings (teriyaki, black pepper, sambal matah)	20.000
Karage (teriyaki, black pepper, sambal matah)	20.000
Eggs Spicy (teriyaki, black pepper, sambal matah)	20.000
Tofu (teriyaki, black pepper, sambal matah)	18.000
Mie Kuah (caisim, telur)	10.000
Mie Goreng (caisim, telur)	10.000
Nasi Goreng Thailand (pedas and extra pedas)	20.000
Ayam Penyet Sambal Matah	15.000

Tahu + Tahu Penyet Sambal Matah	10.000
---------------------------------	--------

5) *Dessert*

Tabel 4.8

Harga Menu Pelengkap di Kedai Ishpot Kopi

Nama	Harga
Ishpot Ice Cream (vanilla, strawberry, coklat)	12.000
Ishpot Pudding Original	12.000
Fruits Salad Original	12.000

Strategi harga pada Kedai Ishpot Kopi sudah tepat, karena penetapan harga pada kedai ini juga telah dianalisis tujuannya, yaitu dengan harga yang terjangkau untuk berbagai kalangan, dan tetap menjual produk tanpa mengurangi kualitas minuman dan makanan pada Kedai Ishpot Kopi.

Berdasarkan harga yang ditetapkan oleh Kedai Ishpot Kopi, harga jual pada produk dari Kedai Ishpot Kopi terbilang terjangkau disesuaikan dengan jenis kopi. Dan untuk kualitas produknya tetap diutamakan karena Kedai Ishpot Kopi mementingkan kualitas, karena jika kualitas produk bagus maka konsumen tidak lari ke kompetitor lain. Kemudian juga mementingkan selera konsumen terhadap jenis produk kopi dengan mempertahankan aroma dan rasa pada kopi sehingga akan dapat menambah daya tarik bagi konsumen.

Penetapan harga tersebut merupakan salah satu strategi penjualan dari Kedai Ishpot Kopi untuk bisa diterima pasar sekaligus

memperkenalkan produk dengan memasarkan produknya.

c. *Promotion (Promosi)*

Strategi pada promosi di Kedai Ishpot Kopi dilakukan dengan cara *offline* dan *online*. Kedai Ishpot Kopi ini mempromosikan produknya dengan menjalankan konsep bisnis *offline* dan juga menggunakan media *online* yaitu sosial media *instagram* dengan beberapa postingan di akun media sosial kedai kopi ini yang bernama *@Ishpotkopi* dan melalui promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yaitu dengan perantara dari orang-orang terdekat maupun kerabat lain untuk ikut serta dalam mempromosikan produk yang ada di Kedai Ishpot Kopi. Kemudian adanya informasi yang disediakan pada website <https://www.ishpotindonesia.com> tentang Kedai Ishpot Kopi dan produknya.

Selain itu, strategi promosi dengan adanya tawaran terbaru seiring dengan diadakannya *event* atau *tournament* tertentu bagi para *gamers mobile legend* yang sekaligus untuk pengenalan produk, dan munculnya promo atau diskon menarik serta adanya *voucher* pembelian dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Berikut ini *tournament* yang diadakan oleh Kedai Ishpot Kopi :

Gambar 4.10

Tournament di Kedai Ishpot Kopi



Sumber : Media Sosial Ishpot Kopi

Strategi promosi yang dilakukan oleh Kedai Ishpot Kopi ini sudah tepat dan efektif agar target konsumen dapat mengetahui produk yang dijual serta untuk *branding* atau membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan. Dan dengan adanya pemanfaatan media sosial Kedai Ishpot Kopi otomatis tersedianya informasi produk yang lengkap dan juga dapat berpromosi tanpa ada batasan tempat dan waktu. Hal tersebut bertujuan pula untuk lebih mendekatkan dan memasarkan produk yang dijual di Kedai Ishpot Kopi agar bisa dikenal lebih luas oleh konsumen.

d. Place (Lokasi)

Strategi pemilihan lokasi Kedai Ishpot Kopi berada di Teluk, Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas. Penentuan lokasi tersebut sudah tepat karena letaknya berada dipinggir jalan, serta berdekatan dengan pusat kota di wilayah Purwokerto Selatan yang ramai masyarakat dari berbagai arah, dekat perumahan atau permukiman masyarakat, dekat instansi pendidikan, sehingga akses lokasi penjualannya dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen dimana hal tersebut merupakan sasaran pasar Kedai Ishpot Kopi.

Selain itu saluran distribusi juga melalui online, pesan antar ke alamat konsumen dan melalui Grab Food.

Dalam pemasarannya, Kedai Ishpot Kopi memasarkan dan menjual produknya dengan maksud untuk meningkatkan penjualan. Sementara itu dalam target pasar sudah memiliki acuan yang jelas, yaitu menargetkan pasar untuk kalangan apa saja dari yang muda sampai tua. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kedai Ishpot Kopi telah memiliki konsentrasi yang jelas dengan sasaran pasar menggunakan

strategi pemasaran yang dikembangkan.

Dari pemaparan diatas dapat diketahui bahwa Kedai Ishpot Kopi yang sudah berjalan telah memenuhi kelayakan bisnis pada aspek pasar pemasaran dan layak untuk dijalankan dalam mengembangkan usahanya dengan strategi pemasaran yang jelas dalam menangkap peluang pasar yang ada.

3.Aspek Keuangan

Analisis aspek keuangan dilakukan untuk memproyeksikan kebutuhan investasi serta biaya operasional yang dibutuhkan Kedai Ishpot Kopi dalam mendirikan dan menjalankan usahanya. Pada biaya investasi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh Kedai Ishpot Kopi sebagai suatu investasi yang diharapkan mendatangkan keuntungan bagi Kedai Ishpot Kopi di masa yang akan datang.

Berdasarkan keterangan dari pihak Kedai Ishpot Kopi, kemudian penulis melakukan pencatatan terkait sumber modal dan kebutuhan investasi yang ada di Kedai Ishpot Kopi dalam mendirikan dan mengoperasikan usahanya.

a. Sumber dana/Modal

Ketika akan memulai suatu bisnis, pemilik usaha harus menyediakan modal cukup, pada Kedai Ishpot Kopi ini dalam pendanaan keuangannya menggunakan modal sendiri yaitu dari pendiri Kedai Ishpot Kopi dan sebagian disimpan untuk motif cadangan bila ada kekurangan modal untuk penambahan sumber modal. Modal memiliki peranan penting dalam setiap kegiatan usaha. Modal digunakan untuk investasi sebagai membangun suatu bisnis. Membangun usaha ini, Kedai Ishpot Kopi menggunakan modal sendiri

dari pendiri untuk memulai usaha, dengan hal ini agar tidak terpengaruh dengan bunga pinjaman bank.

Tabel 4.9

Total modal usaha pada Kedai Ishpot Kopi

Jenis	Jumlah
Peralatan	13.550.000
Perlengkapan	17.655.000
Lainnya	16.000.000
Total	48.560.000

b. **Kebutuhan investasi**

Modal yang sudah ditanamkan digunakan sebagai pengadaan peralatan produk dan pembelian bahan baku. Kebutuhan terbesar di biaya investasi adalah pada kebutuhan untuk pembelian peralatan produk dan alat-alat teknologinya karena fasilitas dominan dalam investasi usaha kopi yaitu mesin dan peralatan. Total kebutuhan biaya investasi Kedai Ishpot Kopi adalah senilai Rp. 29.655.000

Tabel 4.10

Biaya Investasi

No	Uraian	Satuan	Nilai (Rp)
1.	Mesin Espresso	1 Unit	4.700.000
2.	Mesin Penggilingan Kopi (Grinder)	1 Unit	2.900.000
3.	Mesin Sealer	1 Unit	300.000
4.	Timbangan Digital	1 Unit	330.000

5.	Kontainer Plastik	1 Unit	150.000
6.	Gas LPG	1 Unit	155.000
7.	V-60 (Penyeduh Kopi)	3 Unit	660.000
8.	Aeropress	1 Unit	380.000
9.	Coffe Marker Set;French Press, Vietnam Drip	2 Unit	400.000
10.	Toples	6 Unit	260.000
11.	Cangkir Gelas/Kaca	2 Lusin	90.000
12.	Peralatan Saji; Sendok,Garpu,Nampan	1 Set	1.800.000
13.	Kompor Gas	1 Unit	600.000
14.	Peralatan Tempat Cuci	1 Set	80.000
15.	Freezer	1 Unit	2.500.000
16.	Fasilitas Pendukung; TV	1 Unit	3.000.000
17.	Fasilitas Pendukung; WiFi	1 Set	350.000
18.	Meja Dan 4 Buah Kursi	8 Set	5.000.000
19.	Meja Seduh (bar)	1 Set	6.000.000
	Total Biaya Investasi		29.655.000

Tabel 4.11

Biaya Operasional

No	Keterangan	Unit	Nilai (Rp)
1.	Biji Kopi	Kg	5.000.000
2.	Tenaga Kerja	7 Orang	9.000.000

3.	Utilitas (Listrik, Gas, Air)	Hari	600.000
4.	Kemasan	Pack	450.000
	Total		15.050.000

Kedai Ishpot Kopi belum melakukan pencatatan keuangan secara akuntansi, dikarenakan selama kegiatan usaha berjalan belum adanya laporan keuangan sistematis yang dibuat untuk mengetahui, sejauh mana efektifitas laba dan rugi yang diterima.

Berdasarkan pemaparan diatas, diketahui sumber pendanaan dalam pembangunan bisnis berasal dari modal sendiri yaitu dari pendiri Kedai Ishpot Kopi dan dalam memenuhi kewajiban finansialnya salah satunya pada segi biaya investasi kelengkapan mesin untuk operasional kegiatan usaha.

Dalam penelitian ini penulis menghadapi beberapa keterbatasan, adapun keterbatasan tersebut adalah informasi finansial diperoleh sebatas catatan sederhana dari penelitian sehingga belum sesuai dengan format laporan keuangan perusahaan yang standar.

4. Aspek Teknis dan Teknologi

Kajian aspek teknis dan teknologi mencakup analisis kesiapan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketepatan lokasi, *layout*, serta kesiagaan ketersediaan mesin-mesin teknologi yang digunakan untuk menjalankan bisnis.

a. Penentuan ketetapan lokasi

Dalam memilih lokasi usaha Kedai Ishpot Kopi ini, pendiri Kedai Ishpot Kopi yaitu Bapak Isman Rahadi memilih lokasi yang

strategis dan terjangkau yaitu berada di Jl.Hos Notosuwiryo No.4, Teluk, Purwokerto Selatan persisnya ada di sebelah selatan perempatan lampu merah Karang Bawang, pada lokasi kedai ini berada satu tempat dengan kantor CV Ishpot yang dekat dengan pusat kota Purwokerto Selatan.

Beberapa alasan yang menentukan lokasi bisnis ini dipilih, yaitu :

- 1) Lokasi ini dekat dengan pasar potensialnya, yaitu penempatannya di suatu daerah yang berada di dekat pusat kota dengan banyaknya berbagai kalangan masyarakat, dimana hal tersebut merupakan sasaran pasar Kedai Ishpot Kopi ini.
- 2) Lokasi ini dipilih juga karena faktor biaya, dikarenakan bisa menghemat biaya sewa kontrak karena kedai ini bertempat satu tempat dengan kantor CV Ishpot.
- 3) Lokasi ini terletak di dekat pusat keramaian yang berada di perempatan jalan yang menghubungkan dengan berbagai kota yang berada disekitarnya.
- 4) Lokasi ini dapat dengan mudah dijangkau dengan transportasi serta ketersediaan listrik yang memadai.

b. Penentuan layout kedai kopi

Layout tata letak Kedai Ishpot Kopi telah teratur identik dengan tempat outdoor dan indoor yang *klasik modern* dan ruangan nyaman, fasilitas lengkap seperti *lounge, bar* (meja seduh), *AC,TV, Wi-Fi*, dengan desain interior unik dan kombinasi fungsi yang sebelumnya tidak terkaitkan, misalnya adanya ruang baca dengan menyediakan buku-buku bacaan dan pajangan pigura berupa beberapa foto sejarah jaman dahulu.

Ruangan Kedai Ishpot Kopi dibuat adanya tempat indoor dan outdoor,

agar pengunjung dapat memilih lokasi yang akan mereka tempati, misalnya seorang pengunjung bersama teman-temannya merokok (*smooking*) maka jadi mereka bisa memilih di outdoor agar asapnya juga tidak mengganggu pengunjung yang tidak merokok(*no smooking*).

c. Penentuan alat teknologi yang digunakan

Pada pemilihan peralatan mesin dan teknologi menggunakan alat penyajian dan mesin yang canggih dan tertata, dalam proses pengolahan dan penyajiannya sesuai dengan prosedur dan berdasarkan SOP.

Cara pengolahan kopi dengan menggunakan alat dan mesin yang ada, dapat diketahui seperti berikut :

1) Pengolahan kopi sangrai dan bubuk di Kedai Kopi Ishpot

Pada proses sangrai diawali dengan penguapan air, selanjutnya sampai adanya perubahan warna biji kopi yang semula kehijauan menjadi kecoklatan dengan kisaran suhu pada sangraian yaitu antara 195-205 celcius. Kemudian untuk pencampuran dari berbagai jenis atas dasar jenisnya dilakukan dengan alat pencampur putar tipe hexagonal. Kemudian biji kopi digiling pada alat *grinding* dan dihaluskan sampai menjadi butiran kopi bubuk. Pada saat proses penggilingan kopi harus disesuaikan tingkat kehalusannya dengan menggunakan metode penyeduhan yang dipakai.

Berikut ini tingkat tekstur penggilingan kopi dari yang kasar hingga halus, antara lain yaitu :

a) Coarse

Gilingan biji kopi yang kasar yaitu bentuk ukurannya serupa sama dengan garam dapur. Dalam tingkat kehalusannya biasanya digunakan untuk jenis kopi *Vietnam Drip*, *Americano* dan *V60*.

b) Medium

Berukuran seperti pasir pantai yang kecil. Ukuran medium biasanya digunakan untuk metode kopi tetes.

c) Fine

Berukuran seperti gula halus atau pasir halus. Tingkat ukuran ini dipakai untuk jenis kopi espresso. Ukuran bubuk ini juga digunakan pada jenis penyajian kopi tubruuk.

2) Alat pengolahan kopi Kedai Kopi Ishpot

a) Mesin *Grinding* Kopi

Mesin *grinding* dengan kapasitas 250gram per menit. Dengan energi listrik 200 watt/220V-240V / 50Hz-60Hz. Berat mesin 4kg, ukuran mesin 4cm x 48cm x 18cm dengan kecepatan 2200Rpm. Digunakan untuk menghaluskan biji kopi.

b) *Mini coffe roaster*

Alat roasting kopi yang memiliki kapasitas 1kg-1,2 kg/batch, dengan menggunakan sumber panas dan listrik sekitar 135 watt/220V. Berat 32kg dengan ukuran 52 x 42 x 70cm. Untuk waktu pemanasan sekitar 10 menit dan waktu roasting 13-20 menit/batch.

c) Mesin *Packing*

Digunakan untuk *packing* gelas cup. Mesin ini dapat digunakan dengan berbagai material plastik.

3) Alat penyeduhan kopi di Kedai Kopi Ishpot

Ada beberapa metode penyeduhan kopi, yaitu :

a) Metode Tubruk

Metode tubruk dilakukan dengan langsung menubrukkan kopi dan air panas. Cara membuat kopi tubruk dengan merebus kopi atau bisa juga dengan melalui metode dari biji kopi yang sudah digiling, kemudian langsung diseduh dengan air panas.

b) Metode *Manual Brewing* (Seduh manual)

Biasanya untuk jenis kopi V60 dan *Americano*, *Vietnam drip*. Menggunakan alat seduh dalam teknik tekanan dan *imersi* yaitu *Aeropress* dan *Mokapot*. Kemudian juga bisa dengan cara penyeduhan dengan mengalirkan air panas ke kopi melalui saringan.

4) Alat penyajian kopi di Kedai Kopi Ishpot

a) Alat seduh manual

Berupa *vietnam drip*, *aero press*, *mokapot*, *french press*.

b) *Kettle*

Untuk menuang air saat menyeduh.

c) *Thermometer*

Untuk mengukur suhu pada air.

d) *Tamper*

e) Untuk memadatkan biji kopi yang telah dihaluskan.

5) *Kitchen* (dapur)

Digunakan sebagai tempat untuk membuat makanan dan minuman pendamping kopi.

Berikut ini alat dan teknologi pada Kedai Ishpot Kopi :

Gambar 4.11

Alat dan teknologi pada Kedai Ishpot Kopi



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dari pemaparan diatas dapat diketahui bahwa Kedai Ishpot Kopi telah memenuhi kriteria kelayakan bisnis pada aspek teknis dan teknologi karena telah *tercover* dalam memanfaatkan alat dan teknologi serta mesin yang tertata sesuai prosedur dan berdasarkan SOP. Kemudian, penentuan lokasi dan layout ruangan pada Kedai Ishpot Kopi mudah diakses dan adanya area parkir yang memadai.

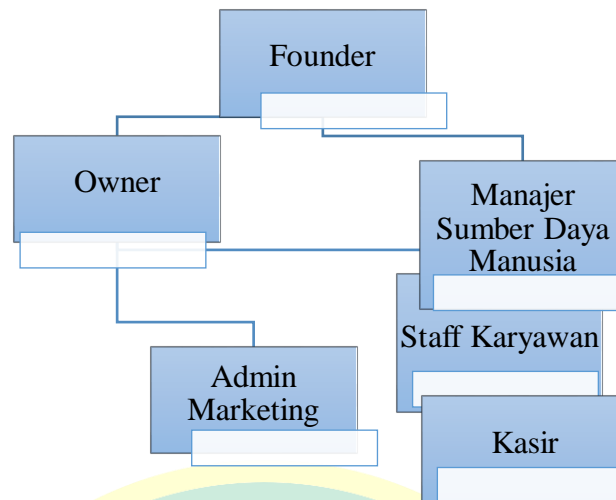
5. Aspek Manajemen dan Organisasi

Pada pembahasan analisis aspek manajemen dan organisasi adalah terkait dengan bagaimana manajemen organisasi dalam menjalankan proses usahanya. Pola manajemen didalamnya termasuk adanya struktur organisasi pekerjaan yang dilakukan, hal tersebut untuk menentukan peluang keberhasilan dari sebuah bisnis karena sistem pengelolaan dalam konsep manajemen termasuk dalam pengorganisasian pada penyusunan sistem kerja. Penyusunan sistem kerja ditujukan agar dapat menciptakan efisiensi dan efektivitas usaha. Hal tersebut, seperti pada bentuk deskripsi kerja Kedai Ishpot Kopi yang penulis analisis.

Identifikasi pada pembahasan aspek manajemen dan organisasi yang sangat diperlukan terkait dengan pihak-pihak dalam sistem manajemen di Kedai Ishpot Kopi serta pengorganisasiannya. Bentuk nyata dari sebuah *implementasi* (penerapan) sistem pengelolaan pada aspek manajemen dan organisasi yaitu dengan melakukan pembentukan struktur organisasi beserta deskripsi masing-masing tugasnya.

Berikut ini bagan struktur organisasi Kedai Ishpot Kopi :

Tabel 4.12
Struktur Organisasi Kedai Ishpot Kopi



Berdasarkan pada struktur organisasi yang diuraikan pada gambar diatas, dapat dilihat bagaimana sistem pengelolaan pada Kedai Ishpot Kopi tersebut di implementasikan. Kedai Ishpot Kopi saat ini memiliki 9 orang anggota pada struktur organisasi yang terdiri dari 1 orang *founder*, 1 orang *owner*, 1 orang admin marketing, 1 orang manajer sumber daya manusia, 2 orang *barista*, 2 orang *chef kitchen*, 1 orang kasir.

Penerapan manajemen melakukan kontrol terhadap kinerja yang dilakukan dengan mengadakan *briefing* dan evaluasi setiap minggunya secara rutin dalam menjalankan tugas masing-masing. Kemudian, agar mempermudah pemahaman terkait fungsi dari masing-masing jabatan pada struktur organisasi maka akan dijelaskan bagaimana tugas dan wewenang. Berikut ini uraian secara detail terkait masing-masing *job desk* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13

Deskripsi Pekerjaan di Kedai Ishpot Kopi

No	Jabatan	Tugas Dan Wewenang
1.	<i>Founder</i>	<ul style="list-style-type: none"> Bertanggung jawab dalam menetapkan visi dan misi

		<p>perusahaan dan memproyeksikan visi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membentuk dewan direksi. • Merekrut karyawan dan <i>executive team</i>.
2.	<i>Owner</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat peraturan bisnis. • Mengembangkan strategi bisnis. • Berfungsi dalam kegiatan perizinan dan meninjau kegiatan keberlangsungan perusahaannya. • Bertanggung jawab atas risiko yang terjadi di perusahaannya.
3.	Manajer Sumber Daya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> • Bertanggung jawab terhadap pengetahuan tentang mengolah kopi. • Pengendalian kegiatan yang berkaitan dengan analisis pekerjaan dan pengembangan. • Bertanggung jawab terhadap pembinaan karyawan. • Bertanggung jawab pada fungsional perusahaan atau organisasi
4.	Admin Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan riset pasar dan

		<p>menentukan segmen pasar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mempromosikan penjualan produk. • Bertanggung jawab terhadap mencakup penjualan dan pengiriman produk kepada pelanggan atau bisnis lain.
5.	<i>Barista</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Merawat, mengoperasikan dan memahami alat-alat kopi. • Menyiapkan dan menyajikan kopi. • Menerima dan melayani pesanan pelanggan. • Menjelaskan dan menyarankan menu untuk konsumen.
6.	<i>Chef Kitchen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menyiapkan workstation dapur dengan semua bahan yang dibutuhkan dan peralatan memasak. • Bertanggung jawab pada pengolahan dan kebersihan makanan minuman. • Memasak makanan sesuai pesanan.
7.	Kasir	<ul style="list-style-type: none"> • Melayani proses transaksi pembayaran konsumen.

		<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan. • Memeriksa daftar harga produk. • Melakukan pencatatan transaksi.
--	--	--

Kedai Ishpot Kopi menerapkan sistem shift kerja. Shift kerja merupakan sistem kerja dengan suatu penetapan atau pergeseran dalam jam kerja dari jam pada umumnya yang terjadi satu kali 24 jam. Selama satu hari kerja bekerja dengan sistem shift memiliki kewajiban untuk bekerja pada waktu yang telah ditentukan, yaitu shift pagi, shift malam, atau shift bergilir.

Kedai Ishpot Kopi menerapkan shift kerja dengan tujuan untuk mengoptimalkan hasil kerja. Dengan adanya penetapan 3 shift dalam 24 jam yang masing-masing terdiri dari 7 jam kerja setiap shiftnya dalam 1 minggu, jumlah jam kerja secara akumulatif masing-masing 40 jam per minggu. Pada penerepan sistem shift kerja menunjukkan bahwa, semakin meningkatnya shift kerja, maka dapat meningkatkan pula efektivitas kerja dan tetap memperhatikan kesehatan bagi para pegawainya dengan shift kerja yang sesuai, dan jika dibutuhkan maka pegawai akan mendapatkan tugas untuk lembur kerja biasanya tambahan waktu 2 jam kerja.

Dapat dilihat pada aspek manajemen dan organisai Kedai Ishpot Kopi mampu memenuhi tenaga kerja yang dibutuhkan untuk menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan deskripsi dan pembagian tugas sehingga proses kegiatan kerja dapat berjalan dengan jelas.

6. Aspek Lingkungan Hidup

Kedai Ishpot Kopi membuka lapangan kerja kepada masyarakat di lingkungan sekitar yang otomatis dapat mengurangi jumlah angka pengangguran. Keberadaan kedai kopi ini dapat berdampak positif bagi masyarakat di lingkungan sekitar karena telah menyediakan lapangan pekerjaan dengan adanya penyerapan tenaga kerja sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, diketahui dari aspek lingkungan, Kedai Ishpot Kopi tidak menimbulkan dampak secara negatif. Hasil dari kegiatan dan pengolahan produksi pada kedai kopi ini yaitu sampah dapur, namun pembuangan dari sampah dapur ini akan dikelola dengan baik sesuai dengan jadwal pembuangan sampah.

Selain itu, limbah kopi berupa ampas kopi dapat dijadikan sebagai pupuk dan kompos. Limbah kopi dinilai dapat dijadikan kompos karena bisa diuraikan secara organik, manfaat ampas kopi sebagai pupuk adalah menambahkan bahan organik ke tanah, meningkatkan drainase, retensi air, aerasi di tanah dan tidak menyebabkan kerusakan lingkungan hidup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis studi kelayakan bisnis pendirian usaha Kedai Ishpot Kopi Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, maka adapun kesimpulan yang diperoleh adalah :

Dari aspek hukum, Kedai Ishpot Kopi memiliki surat perizinan yang dibutuhkan dalam mendirikan usaha pada legalitas pendirian usaha. Pada aspek pasar dan pemasaran, memiliki potensi pasar yang baik, untuk strategi pemasarannya telah direncanakan dengan baik. Dalam aspek keuangan, sumber pendanaan pembangunan usaha Kedai Ishpot Kopi dari modal sendiri dan dalam memenuhi kewajibannya untuk biaya investasi kelengkapan mesin dan investasi operasional kegiatan usaha. Aspek teknis dan teknologi, lokasi usaha berada didekat pusat kota sehingga mudah diakses dan pemilihan teknologi yang digunakan telah sesuai prosedur. Pada aspek manajemen dan organisasi, Kedai Ishpot Kopi mampu memenuhi tenaga kerja yang dibutuhkan untuk menjalankan kegiatan usaha sesuai dengan deskripsi dan pembagian tugas. Pada aspek lingkungan hidup, dari segi lingkungan tidak berdampak signifikan yang mengganggu masyarakat sekitar dan tidak menghasilkan limbah yang merusak lingkungan.

Kelayakan pendirian usaha Kedai Ishpot Kopi tidak menentang perintah Allah agar menjaga alam lingkungan dan mengajarkan manusia bekerja serta taat kepada *ulil amri* atau pemerintah pembuat kebijakan dan sesuai dengan aturan islam, baik dalam menentukan harga, dan dari perspektif ekonomi islam Kedai Ishpot Kopi sudah tanggap dalam sebuah perubahan dalam melakukan strategi dan berorientasi kepada kualitas harga yang berimbang.

Berdasarkan hasil analisis pada aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran,

aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen organisasi, aspek lingkungan hidup, dan aspek keuangan. Maka Kedai Ishpot Kopi dinyatakan layak untuk dijalankan, meskipun hasil analisis masing-masing usaha tidak menyatakan semua layak, tetapi lebih banyak aspek-aspek lain yang menyatakan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan. Dalam penelitian ini, penulis menghadapi beberapa keterbatasan, adapun keterbatasan tersebut adalah informasi *finansial (keuangan)* yang diperoleh sebatas catatan sederhana dari penelitian sehingga belum sesuai dengan format laporan keuangan perusahaan yang standar.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai analisis studi kelayakan bisnis pada Kedai Ishpot Kopi, maka penulis ingin memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat untuk kedepannya yang berkaitan dengan hal-hal pada analisis aspek kelayakan bisnis. Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan Kedai Ishpot Kopi perlu memperhatikan pengaturan keuangan, karena penting bagi kemajuan perusahaan.
2. Untuk memasuki pasar yang lebih luas, Kedai Ishpot Kopi alangkah baiknya selalu melakukan inovasi terhadap produknya, dan mempertahankan produk yang sudah ada sehingga pelanggan tidak berpindah ke yang lain.
3. Agar posisi Kedai Ishpot Kopi selalu mendapatkan tempat di hati pelanggan, maka sebaiknya Kedai Ishpot Kopi tetap mempertahankan dengan pelayanan yang memuaskan.
4. Kedai Ishpot Kopi terdapat kemampuan yang digunakan untuk mengembangkan serta memperluas usaha menjadi lebih maju dengan

meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman menggunakan kekuatan serta peluang yang ada.

5. Kedai Ishpot Kopi sebaiknya memberikan petunjuk arah lokasi didekat jalan raya, tujuannya untuk memudahkan konsumen yang ingin datang ke Kedai Ishpot Kopi.
6. Perlu lanjutan penelitian ini dari segi teori yang mampu memberikan teori baru dan lanjutan dari metode penelitian yang lain (Kuantitatif).



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M. (2019). *Pengertian, Sumber Hukum Dan Karakteristik Hukum Bisnis Islam*. Jakarta: EKSA4404.
- Abidatul Afiyah, M. S. (2015, Juni). Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industri (Studi Kasus pada Home Industri Coklat "Cozy" Kademangan Blitar). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(1), 2.
- Adam, H. (2021, Oktober 29). *Market Share*. Retrieved from Market Share: <https://www.investopedia.com/terms/m/marketshare.asp>
- Adnyana, I. M. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), 10-12.
- Agustin, H. (2017). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia. Analisis Keuangan Kelayakan Bisnis Syariah Hamdi's Model*, 4(3), 6.
- Ahmad Yunus, S. (2018). *Panduan Pendirian Usaha Kedai Kopi*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif, 1-4.
- Ahmad, S. Y. (2018). *Panduan Pendirian Usaha Kedai Kopi*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif, 8.
- Alma, B. d. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 35.
- Andi, P. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 24.
- Dadang Husen, B. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung, Jawa Barat: CV PUSTAKA SETIA, 20.
- Dadang Husen, B. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung, Jawa Barat: CV PUSTAKA SETIA, 36.
- Didit Herlianto, T. P. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 8-10.
- Digdowiseso, K. (2017). *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, 157.
- Digdowiseso, K. (2017). *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Emzir. (2012). *Metodologi Penelitian Kaulitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fandi, T. (2001). *Strategi Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fokusbanyumas, T. R. (2021, Januari 6). *Mau Mantap Jiwo? Kunjungi Ishpot Kopi Sekarang*. Retrieved Desember 4, 2021, from Mau Mantap Jiwo? Kunjungi Ishpot Kopi Sekarang: <https://fokusbanyumas.id/mau-mantap-jiwo-kunjungi-ishpot-kopi-sekarang/>
- Gunawan. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Teori*. Jakarta: Bumi Angkasa, 90.
- Hardani, d. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 99.

- Husaini Usman, P. S. (1994). *Metodologi Penelitian (Cetakan 1)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Husaini Usman, P. S. (2004). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Husein, U. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi 3 (Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 8.
- Husen, S. D. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 29.
- Husen, S. D. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 88.
- I Made Adnyana, M. W. (2020). *STUDI KELAYAKAN BISNIS*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), 13-15.
- Indah, R. (2019). Analisis Aspek Hukum Studi Kelayakan Bisnis. *Analisis Aspek Hukum Studi Kelayakan Bisnis*, 3.
- International, C. O. (2021, September). *World Coffe Consumption*. Retrieved from <https://www.ico.org>
- International, C. O. (2022, januari 6). *About Statistics of the International Coffee Organization*. Retrieved januari 19, 2022, from About Statistics of the International Coffee Organization: https://www.ico.org/about_statistics.asp?section=Statistics
- Jakfar, K. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Jakfar, K. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Jakfar, K. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Jumingan. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis, Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*. Jakarta: Bumi Aksara, 22.
- Kamus BI, B. d. (2021). *Pangsa Pasar*. Retrieved from Pangsa Pasar: http://www.mediabpr.com/kamus-bisnis-bank/pangsa_pasar.aspx
- Kasmir, J. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir, J. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta, Depok, Cimanggis: Kencana, 8.
- Kasmir, J. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Lilis, S. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha*. Jakarta: LGM-LaGood's Publishing, 91.
- Lilis, S. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha*. Jakarta: LGM-LaGood's Publishing, 41.
- Made, A. I. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: LPU-UNAS, 203.
- Midtrans. (2021, Agustus 10). *Apa Itu Pangsa Pasar Dan Manfaatnya Bagi Bisnis*. Retrieved from Apa Itu Pangsa Pasar Dan Manfaatnya Bagi Bisnis: <https://midtrans.com/id/blog/apa-itu-pangsa-pasar>
- Moediayanto. (2008). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Departemen

- Pendidikan Nasional Universitas Negeri Yogyakarta, 88-89.
- Moerdiyanto. (2008). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Departemen Pendidikan Nasional Universitas Negeri Yogyakarta, 24-25.
- Muhamad. (2013, April 1). Kesatuan Bisnis dan Etika dalam al-Qur'an. *Upaya Membangun Kerangka Bisnis Syariah*, 9-10.
- Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nova, M. Y. (2016). Ekonomi Syariah. *Manajemen Bisnis Dalam Islam 1, 2*.
- Perekonomian, K. K. (2021, oktober 1). *Pemerintah Apresiasi Kolaborasi Mendorong Pertumbuhan Industri Kopi Indonesia*. Retrieved juni 16, 2022, from Data Indonesia: www.ekon.go.id
- Purwana, H. N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Depok: Rajawali Press, 12.
- Rochmat Aldy Purnomo Riawan, L. O. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press, 15.
- Rochmat Aldy Purnomo, R. L. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press.
- Rosdy, R. (2013). *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Samosir. (2018, April). Landasan Teologis dan Filosofis Mengajar. *Landasan Teologis dan Filosofis Mengajar*, 2.
- Sandu Siyoto, A. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 120.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 18.
- Strauss, A. d. (2007). *Dasar-dasar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 22.
- Subagiyo, A. (2008). *Studi Kelayakan Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Elex Media, 44.
- Sudarto. (2017). *Peluang Usaha IKM Kopi*. Jakarta: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2.
- Sudarto. (2017). *Peluang Usaha IKM KOPI*. Jakarta: Kementerian Perindustrian RI, 3.
- Sugiyanto, L. N. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis (Teknik Mengetahui Bisnis Dapat Dijalankan atau Tidak)* (1nd ed.). (G. N. Sanjaya, Ed.) Banten, Serang, Ciruas: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM), 3.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Jakarta: Alfabeta, 9-10.
- Sujarweni, W. (2021). *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 31-32.

- Sujarweni, W. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 34.
- Sujarweni, W. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Andi, 183.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 1*. Yogyakarta: CV Andi Offet, 40-41.
- Sunarji, H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis (Pendekatan Integratif)*. Sumatera Utara: FEBI UIN-SU PRESS, 3.
- Sunarji, H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif*. Sumatera Utara: FEBI UIN-SU Press, 4.
- Sunarji, H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif*. (M. Dr. Muhammad Yafiz, Ed.) Sumatera Utara: FEBI UIN-SU Press, 7.
- Sunyoto, D. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Buku Seru, 2.
- Suratman. (2001). *Studi Kelayakan Proyek :Teknik dan Prosedur Penyusunan Laporan*. Yogyakarta: J&J Learning.
- Suryana. (2007). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat, 152-153.
- Syafrizal, H. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis, Buku 1*. Medan: USU PRESS, 57-58.
- Syafrizal, H. S. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis*. Medan: USU Press.
- Tri, A. S. (2015). *Kewirausahaan (Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UKM di Indonesia)*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 99-100.
- Wiratna, S. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Pustaka Baru Press.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Pedoman Wawancara

Lampiran 1.1

Pedoman wawancara Pemilik Kedai Ishpot Kopi

Identitas Informan : Pemilik Kedai Ishpot Kopi

Pertanyaan Peneliti :

1. Apakah nama usaha yang digunakan pada usaha kedai kopi ini?
2. Bagaimana sejarah berdirinya Kedai Ishpot Kopi ini?
3. Dimana alamat lokasi usaha Kedai Ishpot Kopi ini?
4. Bagaimana alasan pemilihan lokasi Kedai Ishpot Kopi ini berada disini?
5. Kapan usaha ini dimulai?
6. Apa visi dan misi dari usaha Kedai Ishpot Kopi ini?
7. Siapa pendiri Kedai Ishpot Kopi ini?
8. Apakah usaha ini sudah mendapatkan surat izin usaha atau sejenisnya?
9. Surat izin apa saja yang dimiliki oleh perusahaan?
10. Bagaimana struktur organisasi pada Kedai Ishpot Kopi ini?
11. Bagaimana deskripsi tugas pada masing-masing manajemen organisasi yang terkelola pada Kedai Ishpot Kopi ini?
12. Bagaimana sistem kerja pada Kedai Ishpot Kopi?
13. Berapa jumlah total seluruh karyawan?
14. Berapa modal yang digunakan untuk mendirikan perusahaan?
15. Darimanakah asal sumber dana tersebut?
16. Berapa biaya operasional yang dikeluarkan pada Kedai Ishpot Kopi ini?
17. Bagaimana rincian biaya investasi pada Kedai Ishpot Kopi ini?
18. Berapa omset pendapatan pada Kedai Ishpot Kopi ini?

Lampiran 1.2

Pedoman Wawancara Admin Marketing Kedai Ishpot Kopi

Identitas Informan : Admin Marketing Kedai Ishpot Kopi

Pertanyaan Peneliti :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang ada pada Kedai Ishpot Kopi ini?
2. Apa produk utama dan produk pelengkap pada Kedai Ishpot Kopi ini?
3. Mengapa ada perubahan menu lama dengan menu baru?
4. Bagaimana kualitas produk yang ditawarkan?
5. Bagaimana tahapan dalam proses penyajian kopi ?
6. Berapa harga yang ditawarkan dari produk Kedai Ishpot Kopi?
7. Bagaimanakah strategi penetapan harga yang diterapkan untuk produk yang ditawarkan?
8. Siapa sajakah yang menjadi target pasar yang dituju?
9. Bagaimana proses promosi pada Kedai Ishpot Kopi?
10. Dalam melakukan promosi, Kedai Ishpot Kopi ini menggunakan media apa saja?
11. Bagaimana dalam menghadapi pesaing?
12. Bagaimanakah saluran distribusi/pemasaran untuk memasarkan produk?

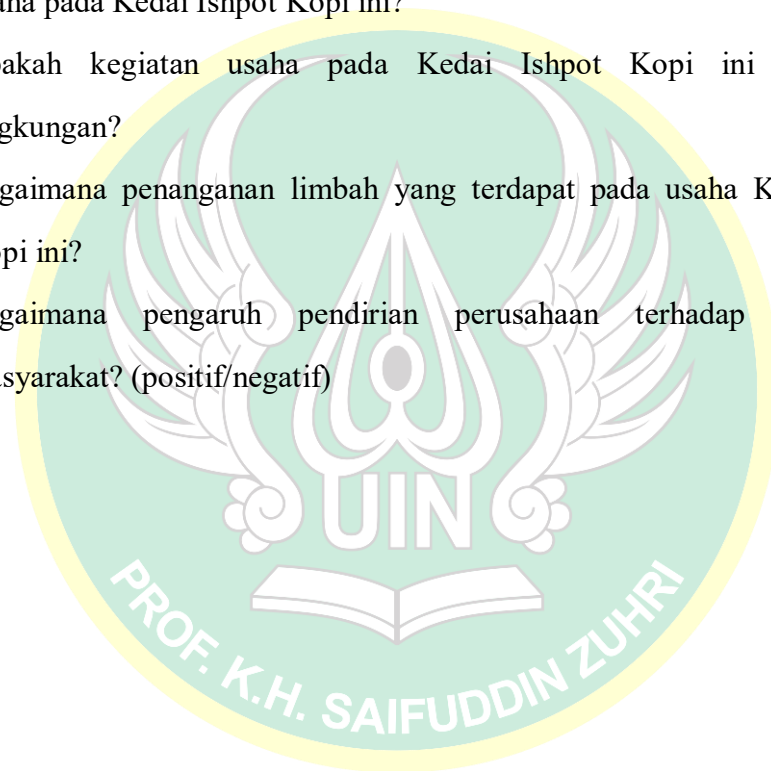
Lampiran 1.3

Pedoman Wawancara Karyawan Kedai Ishpot Kopi

Identitas Informan : Karyawan Kedai Ishpot Kopi

Pertanyaan Peneliti :

1. Dalam teknologinya, apakah masih dilakukan secara manual atau mekanis?
2. Apa saja alat dan pemanfaatan teknologi yang digunakan dalam aktivitas usaha pada Kedai Ishpot Kopi ini?
3. Apakah kegiatan usaha pada Kedai Ishpot Kopi ini mencemari lingkungan?
4. Bagaimana penanganan limbah yang terdapat pada usaha Kedai Ishpot Kopi ini?
5. Bagaimana pengaruh pendirian perusahaan terhadap lingkungan masyarakat? (positif/negatif)



Lampiran 1.4

Transkrip Hasil Wawancara Pemilik Kedai Ishpot Kopi

Keterangan : P : Peneliti

I : Informan

Identitas Informan :

Nama : Mutiara Salsabila Rahadi

Jabatan : Pemilik Kedai Ishpot Kopi

Waktu : 11 April 2022

P : “Apa nama usaha yang digunakan pada usaha kedai kopi ini kak?”

I : “Kalau nama dari kedai kopi ini itu Ishpot Kopi”

P : “Bagaimana sejarah berdirinya Kedai Ishpot Kopi ini?”

I : “Usaha Kedai Ishpot Kopi ini berdiri pada 26 Desember 2020 dengan pendiri pertamanya adalah Bapak kandung saya Isman Rahadi yang kemudian dilanjutkan oleh saya sendiri sebagai owner dari Kedai Ishpot Kopi ini. Kedai kopi ini sebagai salah satu bentuk usaha dari CV Ishpot. CV Ishpot itu punya beberapa bentuk usaha antara lain Event Organizer, Broadcasting, Talent Management, Digital Marketing dan Kedai Ishpot Kopi. Alasan mendirikan kedai kopi karena kesukaan terhadap kopi sehingga tertarik adanya keinginan untuk mempromosikan dan memasarkan kopi termasuk kopi lokal Mantap Jiwo juga. Konsep kedai kopi ini klasik modern.”

P : “Dimana alamat lengkap lokasi usaha Kedai Ishpot Kopi ini?”

I : “Jl.Hos Notosuwiryo No.4, Teluk, Purwokerto Selatan”

P : “Bagaimana alasan pemilihan lokasi Kedai Ishpot Kopi ini berada disini?”

I : “Lokasi tempat Ishpot Kopi ini kan tergabung satu tempat dengan kantor

CV Ishpot, dan karena letaknya yang strategis dekat dengan pusat kota”

P : “Kapan usaha ini dimulai?”

I : “26 Desember 2020”

P : “Apa visi dan misi dari usaha Kedai Ishpot Kopi ini?”

I : “Visi : Integrity social humanity point of target

Misi : Menjadi sarana untuk dapat memaksimalkan potensi kreatifitas dengan lebih terarah dan produktif bagi pekerja. Mengutamakan kepuasan dan kenyamanan konsumen dalam hal apapun.”

P : “Siapa pendiri Kedai Ishpot Kopi ini?”

I : “Bapak kandung saya yang bernama Isman Rahadi, kemudian beliau menyerahkan kepemilikan Kedai Ishpot Kopi ini kepada saya sebagai owner nya”

P : “Apakah usaha ini sudah mendapatkan surat izin usaha atau sejenisnya?”

I : “Sudah mempunyai surat izin usaha dari Kemenkumham dan izin usaha dari daerah setempat.

P : “Surat izin apa saja yang dimiliki oleh Kedai Ishpot Kopi?”

I : “Akta Pendirian, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Izin Usaha yang sesuai dengan SK Kemenkumham, Nomor Usaha.

P : “Bagaimana struktur organisasi yang pada Kedai Ishpot Kopi ini?”

I : “Ada pendiri, owner, admin marketing, manajer sumber daya manusia, staff karyawan, barista, kasir, chef kitchen”

P : “Bagaimana deskripsi tugas pada masing-masing manajemen organisasi yang terkelola pada Kedai Ishpot Kopi ini?”

I : “Tugas dari masing-masing yaitu :

<i>Founder</i>	<ul style="list-style-type: none"> Bertanggung jawab dalam menetapkan visi dan misi perusahaan dan
----------------	---

	<p>memproyeksikan visi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membentuk dewan direksi. • Merekrut karyawan dan <i>executive team</i>.
<i>Owner</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat peraturan bisnis. • Mengembangkan strategi bisnis. • Berfungsi dalam kegiatan perizinan dan meninjau kegiatan keberlangsungan perusahaannya. • Bertanggung jawab atas risiko yang terjadi di perusahaannya.
Manajer Sumber Daya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> • Bertanggung jawab terhadap pengetahuan tentang mengolah kopi. • Pengendalian kegiatan yang berkaitan dengan analisis pekerjaan dan pengembangan. • Bertanggung jawab terhadap pembinaan karyawan. • Bertanggung jawab pada fungsional perusahaan atau organisasi
Admin Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan riset pasar dan menentukan segmen pasar. • Mempromosikan pembelian atau penjualan produk, • Bertanggung jawab terhadap mencakup periklanan, penjualan, dan pengiriman produk kepada konsumen

	atau bisnis lain.
<i>Barista</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Merawat, mengoperasikan dan memahami alat-alat kopi. • Menyiapkan dan menyajikan kopi. • Menerima dan melayani pesanan pelanggan. • Menjelaskan dan menyarankan menu untuk konsumen.
<i>Chef Kitchen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menyiapkan workstation dapur dengan semua bahan yang dibutuhkan dan peralatan memasak. • Bertanggung jawab pada pengolahan dan kebersihan makanan minuman. • Memasak makanan sesuai pesanan.
Kasir	<ul style="list-style-type: none"> • Melayani proses transaksi pembayaran konsumen. • Memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan. • Memeriksa daftar harga produk. • Melakukan pencatatan transaksi.

P : “Bagaimana sistem kerja pada Kedai Ishpot Kopi?”

I : “Pakai sistem shift. 3 shift yang terdiri dari 7 jam kerja setiap shiftnya dalam 1 minggu.”

P : “Berapa gaji yang diperoleh karyawan?”

I : “Gajinya fluktuatif tergantung kinerja masing-masing”

P : “Apakah ada bonus dan insentif yang diberikan kepada karyawan?”

I : “Ya tentu ada”

P : “Berapa jumlah total seluruh karyawan?”

I : “Kalau total dari struktur organisasi sih ada 9 kak”

P : “Berapa total dana yang digunakan untuk mendirikan usaha ini?”

I : “Kurang lebih 48.000.000”

P : “Darimanakah asal sumber dana tersebut?”

I : “Modalnya dari pendiri Ishpot Kopi ini”

P : “Berapa biaya operasional yang dikeluarkan pada Kedai Ishpot Kopi ini?”

I : “Berikut rinciannya

Biji Kopi	Kg	5.000.000
Tenaga Kerja	7 Orang	9.000.000
Utilitas (Listrik, Gas, Air)	Hari	600.000

P : “Bagaimana rincian biaya investasi pada Kedai Ishpot Kopi ini?”

I : “Berikut rinciannya

Mesin Espresso	1 Unit	4.700.000
Mesin Penggilingan Kopi (Grinder)	1 Unit	2.900.000
Mesin Sealer	1 Unit	300.000
Timbangan Digital	1 Unit	330.000
Kontainer Plastik	1 Unit	150.000
Gas LPG	1 Unit	155.000
V-60 (Penyeduh Kopi)	3 Unit	660.000
Aeropress	1 Unit	380.000
Coffe Marker Set;French Press, Vietnam Drip	2 Unit	400.000

Toples	6 Unit	260.000
Cangkir Gelas/Kaca	2 Lusin	90.000
Peralatan Saji;Sendok,Garpu,Nampan	1 Set	1.800.000
Kompas Gas	1 Unit	600.000
Peralatan Tempat Cuci	1 Set	80.000
Freezer	1 Unit	2.500.000
Fasilitas Pendukung; TV	1 Unit	3.000.000
Fasilitas Pendukung; WiFi	1 Set	350.000
Meja Dan 4 Buah Kursi	8 Set	5.000.000
Meja Seduh (bar)	1 Set	6.000.000

P : “Jika berkenan, berapa omset pendapatan pada Kedai Ishpot Kopi ini kak?”

I : “Kalau kedai kopi ini selama kegiatan usaha berjalan belum ada laporan keuangan yang dibuat untuk mengetahui pendapatan laba rugi. Paling hanya ada pencatatan transaksi yang ada pada komputer kasir.”

Lampiran 1.5

Transkrip Hasil Wawancara Admin Marketing Kedai Ishpot Kopi

Keterangan P : Peneliti

I : Informan

Identitas Informan

Nama : Saeful Nur Cahyo

Jabatan : Manajer Marketing Kedai Ishpot Kopi

P : “Bagaimana strategi pemasaran yang ada pada Kedai Ishpot Kopi ini?”

I : “Kedai kopi ini memasarkan dan menjual produk untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan. Target pasarnya untuk kalangan apa saja dari muda sampai tua. Dengan terus menginovasi produk dan melakukan promosi secara langsung dari mulut ke mulut dan adanya iklan, kemudian adanya media sosial”

P : “Apa produk utama dan produk pelengkap pada Kedai Ishpot Kopi ini?”

I : “Produk utama ya macam minuman kopi, produk pelengkap ada makanan dan camilan. Lengkapnya bisa dilihat di daftar menu”

P : “Mengapa ada perubahan menu lama dengan menu baru?”

I : “Karena selera konsumen berubah-ubah agar tidak bosan dan ingin memperbanyak produk dengan nama yang dibuat lebih menarik”

P : “Bagaimana kualitas produk yang ditawarkan?”

I : “Untuk kualitas itu utama dengan bahan baku yang didapat langsung dari petani dan pemasok yang terjamin asli”

P : “Bagaimana tahapan dalam proses penyajian kopi ?”

I : “Prosesnya itu mulai dari proses penggilingan kemudian dilanjutkan dengan proses penyeduhan dan pengolahan menggunakan alat seduh dan

mesin. Pengolahan kopi dari bentuk biji kopi diolah melalui (penyaringan) sampai menjadi bubuk kopi kemudian disajikan dengan takaran sesuai SOP.”

P : “Berapa harga yang ditawarkan dari produk Kedai Ishpot Kopi?”

I : “Harganya mulai dari 10.000 sampai 30.000”

P : “Bagaimanakah strategi penetapan harga yang diterapkan untuk produk yang ditawarkan?”

I : “Untuk harga ditetapkan dengan harga yang terjangkau namun tetap menjual produk kopi dengan mengutamakan kualitas tanpa mengurangi kualitas minuman dan makanan pada Kedai Ishpot Kopi ini”

P : “Siapa sajakah yang menjadi target pasar yang dituju?”

I : “Target pasar dari berbagai kalangan masyarakat khususnya dekat pusat kota ini”

P : “Bagaimana proses promosi pada Kedai Ishpot Kopi?”

I : “Dari media sosial dan melalui perantara orang-orang terdekat untuk membantu mempromosikan”

P : “Dalam melakukan promosi, Kedai Ishpot Kopi ini menggunakan media apa saja?”

I : “Instagram, website, dan aplikasi grabfood serta gofood.”

P : “Bagaimana dalam menghadapi pesaing kedai kopi?”

I : “Kami akan tetap bermain di harga terjangkau dan mempertahankan kualitas rasa di samping tetap mengembangkan gerai offline dan penjualan melalui aplikasi digital pada sosial media”

P : “Bagaimanakah saluran distribusi untuk memasarkan produk?”

I : “Melalui online, pesan antar ke alamat konsumen dan melalui Grab Food”

Lampiran 1.6

Transkrip Hasil Wawancara Karyawan Kedai Ishpot Kopi

Keterangan P : Peneliti

I : Informan

Identitas Informan

Nama : Rahmadiani Arisanti

Jabatan : Karyawan Kedai Ishpot Kopi

Waktu : 16 Agustus 2022

P : “Dalam teknologinya, apakah masih dilakukan secara manual atau mekanis?”

I : “Dulunya memang manual, namun sekarang juga sudah menggunakan alat teknologi yang memadai”

P : “Apa saja alat dan pemanfaatan teknologi yang digunakan dalam aktivitas usaha pada Kedai Ishpot Kopi ini?”

I : “Mesin Espresso, Mesin Penggilingan Kopi, Mesin Sealer, Timbangan Digital, Kontainer Plastik, V-60 (Penyeduh Kopi), Aeropress, Coffe Marker Set; French Press, Vietnam Drip”

P : “Apakah kegiatan usaha pada Kedai Ishpot Kopi ini mencemari lingkungan?”

I : “Insyaallah tidak. Karena untuk sampah dibuang pada tempat pembuangan sampah”

P : “Bagaimana penanganan limbah yang terdapat pada usaha Kedai Ishpot Kopi ini?”

I : “Limbah kopi diolah sebagai pupuk dan kompos”

P : “Bagaimana pengaruh pendirian perusahaan terhadap lingkungan masyarakat? (positif/negative)”

I : “Sejauh ini positif. Karena pendirian kedai membuka kesempatan lapangan kerja untuk masyarakat umum”



Lampiran 2

Dokumentasi Penelitian

Lampiran 1.7

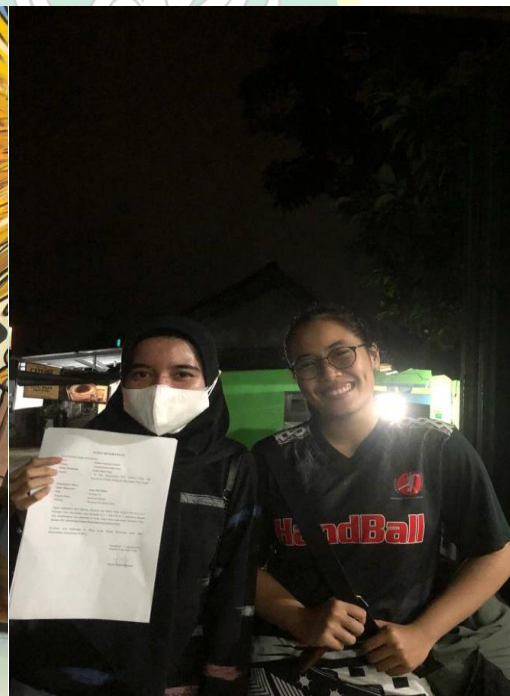
Dokumentasi Penelitian



Dokumentasi dengan belajar uji coba penyajian kopi

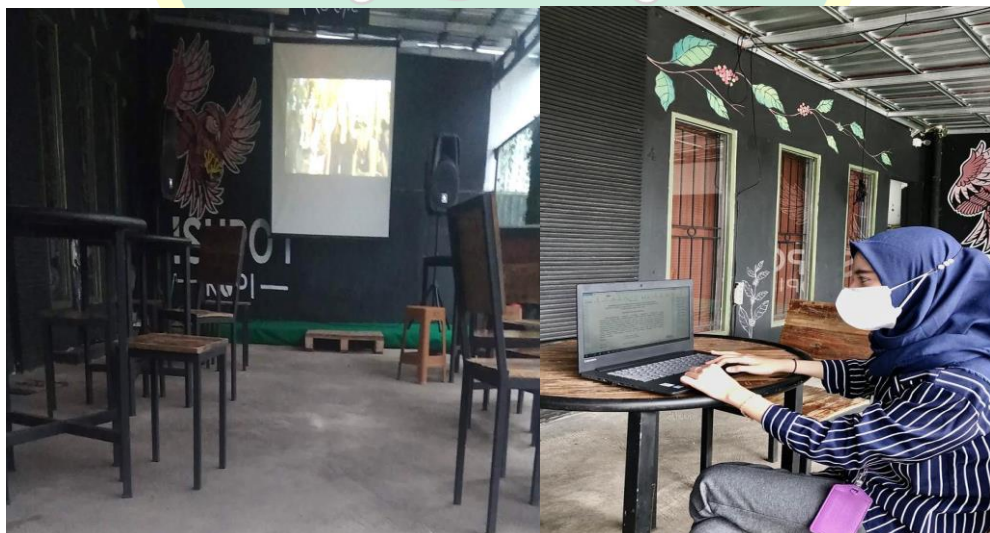


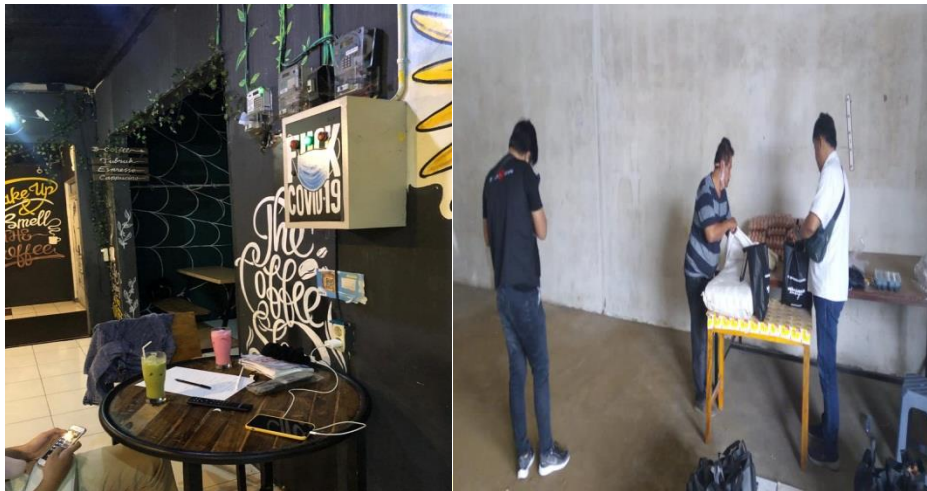
Dokumentasi proses penyajian kopi





Dokumentasi dengan Pemilik (owner) Ishpot Kopi yang berusia 22 tahun yaitu Mutiara Salsabila Rahadi (anak kandung dari pendiri Ishpot Kopi)





Dokumentasi Kedai Ishpot Kopi



Lampiran 3

Surat-Menyurat

Lampiran 3.1

Surat Keterangan Berhak Mengajukan Judul



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 2879/Un./FEBI.J.ES/PP.009/XI/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
 NIP : 19851112 200912 2 007
 Jabatan : Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Arina Nur Ifadloh
 NIM : 1817201175
 Semester/ SKS : VII/ 124 SKS
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut sudah berhak mengajukan judul proposal skripsi. Sebagai Bukti berikut ini disertakan transkrip nilai sementara.

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mengajukan judul proposal skripsi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di Purwokerto
 Tanggal 19 November 2021
 Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
 NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 3.2

Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 3193/Un.19/FEBIJ.ES/PP.009/12/2021 Purwokerto, 24 Desember 2021
 Lampiran : 1 lembar
 Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada:
 Yth. Dr. Atabik, M.Ag.
 Dosen Tetap FEBI UIN SAIZU
 Di
 Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tanggal 14 desember 2021 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 14 desember 2021 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Arina Nur Ifadloh
 NIM : 1817201175
 Semester : 7 (Tujuh)
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Menaikkan Pangsa Pasar Pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah
 Judul Skripsi Setelah Direvisi : Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.



Kec. Jurusan Ekonomi Syariah

Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
 NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 3.3

Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri No. 3193/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/12/2021 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Arina Nur Ifadloh NIM 1817201175

Judul Skripsi : Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Menaikkan Pangsa Pasar Pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

Judul Skripsi Setelah Direvisi : Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

Saya menyatakan bersedia / ~~tidak bersedia~~ *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.




Purwokerto, 24 Desember 2021

Dr. Atabik, M.Ag.
 NIP. 19651205 199303 1 004

*Catatan: *Coret yang tidak perlu*

Lampiran 3.4

Surat izin penelitian dengan Kedai Ishpot Kopi

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM <small>Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53128 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id</small>
<hr/>	
Kepada Yth. Pemilik Kedai Kopi Ishpot Di- Purwokerto	
<i>Assalamu'alaikum Wr. Wb.</i>	
<p>Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana S-1 Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto . Maka saya mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada :</p>	
1. Nama	: Arina Nur Ifadloh
2. NIM	: 1817201175
3. Semester / Program Studi	: 9 (Sembilan) / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik	: 2021/2022
5. Alamat	: Pasir Kulon, RT03/RW02, Karanglewas, Banyumas, Jawa Tengah
6. Judul Skripsi	: Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah
<p>Adapun observasi penelitian tersebut dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:</p>	
1. Tempat/Lokasi	: Kedai Ishpot Kopi Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah Jl. Hos. Notosuwiryo No.4, Kruwet, Teluk, Kec. Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah
2. Waktu Penelitian	: Desember 2021-Agustus 2022
3. Metode Penelitian	: Observasi, Wawancara dan Pengumpulan Data
<p>Atas izin dan perkenan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih.</p>	
<i>Wassalamu'alaikum Wr. Wb.</i>	
Mahasiswa yang bersangkutan	Pemilik Kedai Ishpot Kopi
 Arina Nur Ifadloh NIM. 1817201175	 Mutiara Salsabila Rahadi

Lampiran 3.5

Surat Keterangan Kedai Ishpot Kopi

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mutiara Salsabila Rahadi
Jabatan : Pemilik Kedai Ishpot Kopi
Nama Perusahaan : Kedai Ishpot Kopi
Alamat : Jl. Hos. Notosuwiryo No.4 Kruwet, Teluk, Kec.
Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

Menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Arina Nur Ifadloh
NIM : 1817201175
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Adalah mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang beralamat di Jl. A.Yani No.40 A, mahasiswa tersebut telah melaksanakan riset penelitian di Kedai Ishpot Kopi pada bulan Desember 2021- Agustus 2022 sehubungan dengan kepentingan penyusunan skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat sesuai dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 12 Agustus 2022
Pemilik Kedai Ishpot Kopi


Mutiara Salsabila Rahadi

Lampiran 3.6

Surat Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

Nomor: 3195/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/12/2021

Purwokerto, 24 Desember 2021

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
 Yth. Bapak/ Ibu Dr. Atabik, M.Ag.
 Di
 Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan surat penunjukan pembimbing skripsi yang telah kami sampaikan dan surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi yang telah Bapak/Ibu tandatangani atas nama:

Nama : Arina Nur Ifadloh
 NIM : 1817201175
 Semester : VII
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto,
 Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

Maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut. Mohon kejasama Bapak/Ibu untuk melaksanakan bimbingan skripsi sebaik-baiknya sebagaimana aturan yang berlaku

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dibuat di Purwokerto
 Tanggal 24 Desember 2021
 Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
 NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 3.7

Surat Rekomendasi Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

REKOMENDASI SEMINAR PROPOSAL

Dengan ini kami Dosen Pembimbing Skripsi Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Arina Nur Ifadloh
 NIM : 1817201175
 Semester : VII
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Tahun Akademik : 2021/2022
 Judul Proposal Skripsi : Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

Menerangkan bahwa proposal skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diseminarkan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar seminar proposal skripsi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
 NIP. 19851112 200912 2 007

Dibuat di Purwokerto
 Tanggal 28 Januari 2022
 Dosen Pembimbing



Dr. Atabik, M.Ag.

Lampiran 3.8

Surat Keterangan Telah Lulus Semua Mata Kuliah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 2482/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/7/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP : 19851112 200912 2 007
Jabatan : Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Arina Nur Ifadloh
NIM : 1817201175
Semester/ SKS : VIII/ 142 SKS
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut diatas telah lulus semua mata kuliah (kecuali skripsi).

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian komprehensif dan digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 20 Juli 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 3.9

Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 587/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/02/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Arina Nur Ifadloh
NIM : 1817201175
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : Dr. Atabik, M.Ag
Judul : Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

Pada tanggal 14/02/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 17 Februari 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 3.10

Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 2755/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa

mahasiswa atas nama:

Nama : Arina Nur Ifadloh

NIM : 1817201175

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 12/08/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,

dengan nilai : 81 / A-

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar
ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 19 Agustus 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 3.11

Surat Rekomendasi Munaqosah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

REKOMENDASI MUNAQOSAH

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
 NIP : 19851112 200912 2 007
 Jabatan : Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Arina Nur Ifadloh
 NIM : 1817201175
 Semester/ SKS : IX/ 142 SKS
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian munaqosah dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
 NIP. 19851112 200912 2 007

Dibuat di Purwokerto
 Tanggal 14 September 2022
 Dosen Pembimbing



Dr. Atabik, M.Ag.

Lampiran 4

Lampiran 4

Berita Acara Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Arina Nur Ifadloh
 NIM : 1817201175
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Tanggal Seminar : Senin, 14 Februari 2022
 Pembimbing : Dr. Atabik, M.Ag
 Judul : Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

Catatan:

NO	ASPEK	URAIAN
1	Substansi Materi	Alasan pemilihan pilihan kopi diperjelas
2	Metode Penelitian	Perbaikan penulisan sumber data
3	Teknik Penulisan	Perbaikan penulisan pada Bahasa asing dan penulisan daftar pustaka
4	Lain-lain	Perlu dilengkapi kajian teori
5	Saran	-

Purwokerto, 14 Februari 2022

Penguji



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I

Lampiran 5

Lampiran 5

Blangko Penilaian Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Arina Nur Ifadloh
 NIM : 1817201175
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Tanggal Ujian : Jumat, 12 Agustus 2022
 Keterangan : LULUS

NO	ASPEK PENILAIAN	RENTANG SKOR	NILAI
1	Materi Utama		
	a. Ke-Universitas-an	0 - 20	16,2
	b. Ke-Fakultas-an	0 - 30	24,3
	c. Ke-Prodi-an	0 - 50	40,5
TOTAL NILAI		0 - 100	81 / A-

Penguji I,



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag

Purwokerto, 12/08/2022

Penguji II,



Siti Ma'sumah, M.Si.

Lampiran 6

Lampiran 6

Kartu Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.umsaizu.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Arina Nur Ifadloh
NIM : 1817201175
Prodi/semester : Ekonomi Syariah/ 7
Dosen Pembimbing : Dr. Atabik, M.Ag.
Judul Skripsi : Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Kedai Kopi Ishpot Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Desember	24 Desember 2021	1. Lengkapi nomor halaman 2. Penjelasan mengenai GAP 3. Rumusan Masalah, Fokus pada kelayakan bisnis		
2	Januari	10 Januari 2022	1. Nomor Halaman 2. Latar Belakang Masalah Dipersingkat 3. Definisi Operasional Per Istilah		
3	Januari	19 Januari 2022	1. Penulisan Daftar Pustaka		
4	Juli	29 Juli 2022	1. Penulisan halaman 2. Perbaiki kata sambung jangan ditaruh diawal kalimat 3. Sub bab diperbaiki penulisannya		



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.umsaizu.ac.id

			4. Penambahan teori		
5	Agustus	30 Agustus 2022	1. Penulisan Transliterasi Bahasa diperbaiki 2. Penulisan kata pengantar 3. Bisnis selaras dengan apa? Jelaskan dalam al qur'an.		
6	September	13 September 2022	1. ACC Skripsi		

*) diisi pokok-pokok bimbingan;

***) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 01 Februari 2022
Pembimbing,

Dr. Atabik, M.Ag.
NIP.196512051993031004

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Arina Nur Ifadloh
2. NIM : 1817201175
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas, 19 Mei 2000
4. Alamat Rumah : Desa Pasir Kulon, RT 03 RW 02, Kecamatan Karanglewas, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah
5. Nama Orang Tua
 Nama Ayah : Achmad Hartono
 Nama Ibu : Taryati

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. TK/PAUD : TK Diponegoro 53 Pasir Kulon (2005-2006)
- b. SD/MI : MI Ma'arif NU 01 Pasir Kulon (2006-2012)
- c. SMP/MTs : SMP Negeri 4 Purwokerto (2012-2015)
- d. SMA/MA : MA Negeri 1 Banyumas (2015-2018)
- e. S1 : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2018-sekarang)

2. Pendidikan Non Formal

- a. Pondok Pesantren Al-Ikhsan Beji

3. Pengalaman Organisasi

- a. Biro Keperempuanan Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) (2019-2020)
- b. IPNU IPPNU Pasir Kulon (2018-sekarang)
- c. Kamandaka Pasir Kulon
- d. PEKA (Pelajar Karanglewas)

Purwokerto, 13 September 2022



Arina Nur Ifadloh