


ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PT INDOMARCO PRISMATAMA POINT COFFEE MENGHADAPI PERSAINGAN INDUSTRI KOPI PERKOTAAN INDONESIA

Dini Vientiany¹, Nadia², Istiqomah³, Nabila Chairunnisa Br. Karo⁴

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara^{1,2,3,4}

Email : dini100000167@uinsu.ac.id¹, sayanadia2020@gmail.com², istiqomahhh21@gmail.com³, nabilakhairunnisakaro@gmail.com⁴

<p>Menerima: 28/12/2025</p> <p>Diterima: 29/12/2025</p> <p>Menerbitkan: 30/12/2025</p> <p> This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License.</p>	<p>Abstrak</p> <p><i>The coffee industry in Indonesia has experienced rapid growth in line with changes in lifestyle, particularly among students and young professionals. Coffee shops are no longer merely places to consume beverages but have evolved into spaces for social interaction, studying, and working. This study aims to analyze the feasibility of the Point Coffee business using a business feasibility study approach covering market and marketing aspects, legal aspects, technical and operational aspects, management, financial aspects, sharia and halal compliance, socio-economic aspects, and environmental considerations. The research method employed is descriptive qualitative, with data collected through observation, a mini-survey of potential consumers, and literature review. The results indicate that Point Coffee has strong market potential, primarily targeting students and young professionals, supported by a strategic location, affordable pricing, and a fast-service concept. From a financial perspective, the business is projected to reach its break-even point within 1–2 years with efficient operational management. Furthermore, Point Coffee is considered feasible in terms of legal compliance, management structure, and adherence to sharia and halal principles. The business also generates positive social and economic impacts by creating employment opportunities, utilizing local coffee beans, and implementing environmentally friendly practices. Based on these findings, Point Coffee is deemed feasible to be operated and developed sustainably.</i></p> <p>Keywords: Business feasibility study, coffee shop, Point Coffee, students, MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises).</p>
---	---

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kopi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat, baik dari sisi konsumsi maupun jumlah pelaku usaha. Peningkatan minat masyarakat terhadap minuman berbasis kopi, khususnya di kalangan generasi muda dan pekerja urban, mendorong munculnya berbagai inovasi dalam bisnis coffee shop. Kopi yang sebelumnya hanya dikonsumsi sebagai minuman penyemangat kini telah bertransformasi menjadi bagian dari gaya hidup modern masyarakat perkotaan. Coffee shop tidak lagi sekadar tempat membeli minuman, tetapi juga berfungsi sebagai ruang kerja informal, tempat bersosialisasi, serta sarana rekreasi yang mendukung aktivitas sehari-hari masyarakat urban. Perubahan pola konsumsi ini menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha di sektor industri kopi. (Gumilang, 2021; Badan Pusat Statistik, 2023)

Fenomena pertumbuhan coffee shop semakin diperkuat oleh perkembangan budaya digital dan media sosial. Konsumen kini tidak hanya mempertimbangkan kualitas rasa kopi, tetapi juga memperhatikan suasana, desain interior, kenyamanan tempat, serta identitas merek yang ditawarkan. Aspek visual dan pengalaman pelanggan menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Selain itu, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kualitas kopi turut mendorong popularitas kopi lokal Indonesia yang telah dikenal di pasar internasional, seperti Arabika Gayo, Toraja, dan Kintamani. Kondisi ini menuntut pelaku usaha coffee shop untuk mampu mengelola operasional secara efektif agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin selektif. (Gumilang, 2021; Heizer & Render, 2017)

Point Coffee hadir sebagai salah satu merek yang berupaya menangkap peluang tersebut melalui konsep coffee shop yang modern, cepat, dan terjangkau. Berbeda dengan kafe konvensional yang menekankan kenyamanan ruang dan harga premium, Point Coffee mengedepankan efisiensi pelayanan, kualitas bahan baku, serta lokasi strategis yang dekat dengan pusat aktivitas masyarakat. Konsep ini menjadikan Point Coffee relevan bagi konsumen dengan mobilitas tinggi yang menginginkan minuman berkualitas tanpa harus menghabiskan banyak waktu. Strategi operasional yang efisien menjadi kunci utama dalam menjaga kualitas produk sekaligus menekan biaya operasional. (Hidayat & Yuliana, 2020; Daryanto, 2013)

Namun, pesatnya pertumbuhan industri kopi juga berdampak pada meningkatnya tingkat persaingan usaha. Banyaknya coffee shop baru, baik berskala lokal maupun nasional, menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki perencanaan yang matang sebelum memulai atau mengembangkan bisnis. Tanpa perencanaan yang baik, risiko kegagalan usaha akan semakin besar. Oleh karena itu, diperlukan studi kelayakan bisnis yang komprehensif untuk menilai potensi pasar, kesiapan operasional, kemampuan manajerial, serta kelayakan finansial Point Coffee. Studi kelayakan berperan penting sebagai dasar pengambilan keputusan strategis dalam menghadapi persaingan industri yang semakin kompleks. (Hidayat & Yuliana, 2020)

Berdasarkan latar belakang tersebut, penyusunan studi kelayakan bisnis Point Coffee menjadi langkah strategis untuk memastikan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Studi ini tidak hanya menilai layak atau tidaknya usaha dijalankan, tetapi juga memberikan gambaran mengenai strategi operasional, kebutuhan modal, serta proyeksi keuntungan yang realistis. Dengan analisis yang sistematis, hasil studi kelayakan diharapkan dapat menjadi pedoman bagi pemilik usaha dan investor dalam mengembangkan Point Coffee secara berkelanjutan, sekaligus memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal dan industri kopi nasional. (Hidayat & Yuliana, 2020; Heizer & Render, 2017)

TINJAUAN TEORITIS

1. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu analisis yang digunakan untuk menilai kelayakan suatu rencana usaha sebelum dijalankan, dengan tujuan meminimalkan risiko kegagalan dan kerugian di masa depan. Kasmir dan Jakfar menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis mencakup penilaian terhadap berbagai aspek usaha yang saling berkaitan, seperti aspek pasar, teknis, manajemen, dan keuangan. Suatu usaha dinyatakan layak apabila seluruh aspek tersebut menunjukkan hasil yang positif dan saling mendukung keberlanjutan usaha.

Dalam konteks industri coffee shop, studi kelayakan bisnis memiliki peran penting mengingat karakteristik industri ini yang dinamis dan memiliki tingkat persaingan yang tinggi. Perubahan tren konsumsi, preferensi konsumen, serta kemudahan masuknya pelaku usaha baru menuntut perencanaan bisnis yang matang agar usaha dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

2. Aspek Pasar dan Perilaku Konsumen Coffee Shop

Aspek pasar dalam studi kelayakan bisnis berkaitan dengan analisis permintaan, karakteristik konsumen, serta tingkat persaingan usaha. Kotler menyebutkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang secara langsung memengaruhi keputusan pembelian. Dalam industri coffee shop, faktor seperti kualitas rasa, harga, kecepatan layanan, lokasi, dan kenyamanan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa coffee shop tidak lagi dipersepsikan hanya sebagai tempat membeli minuman, tetapi juga sebagai ruang sosial dan gaya hidup, khususnya bagi mahasiswa dan pekerja muda. Hal ini

mengindikasikan bahwa kelayakan pasar coffee shop sangat dipengaruhi oleh kesesuaian konsep usaha dengan kebutuhan dan preferensi konsumen sasaran. Dengan demikian, potensi pasar yang baik akan mendukung keberhasilan usaha seperti Point Coffee yang mengusung konsep cepat, praktis, dan terjangkau.

3. Aspek Teknis dan Operasional Usaha

Aspek teknis dan operasional berkaitan dengan kesiapan usaha dalam menjalankan proses produksi dan pelayanan secara efisien. Menurut Umar, analisis aspek teknis bertujuan untuk memastikan bahwa usaha dapat beroperasi secara optimal dengan penggunaan sumber daya yang efisien. Aspek ini meliputi pemilihan lokasi, kapasitas produksi, teknologi dan peralatan, serta alur operasional.

Pada bisnis coffee shop dengan konsep grab and go seperti Point Coffee, efisiensi operasional menjadi faktor kunci keberhasilan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kecepatan penyajian dan konsistensi kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perencanaan operasional yang baik akan mendukung kelayakan usaha secara keseluruhan.

4. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Aspek manajemen dan sumber daya manusia menilai kemampuan pengelola usaha dalam mengatur dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan operasional. Menurut Handoko, manajemen mencakup fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan usaha secara efektif dan efisien. Sumber daya manusia yang kompeten dan terlatih akan meningkatkan kualitas pelayanan dan citra usaha.

Dalam industri coffee shop, peran barista dan staf pelayanan sangat menentukan pengalaman konsumen. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan dan keberlanjutan usaha. Hal ini menjadi dasar bahwa manajemen dan SDM yang baik mendukung kelayakan bisnis Point Coffee.

5. Aspek Keuangan dalam Studi Kelayakan

Aspek keuangan merupakan aspek krusial dalam menentukan kelayakan suatu usaha. Analisis keuangan meliputi perhitungan kebutuhan modal, biaya operasional, proyeksi pendapatan, serta estimasi laba dan pengembalian modal. Menurut Sutrisno, usaha dinyatakan layak secara finansial apabila mampu menghasilkan keuntungan yang stabil dan menutup seluruh biaya operasional.

Beberapa penelitian studi kelayakan coffee shop menunjukkan bahwa usaha dengan proyeksi arus kas positif dan waktu pengembalian modal yang relatif singkat memiliki peluang keberlanjutan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, analisis keuangan menjadi dasar penting dalam menilai apakah Point Coffee layak untuk dijalankan dan dikembangkan.

6. Keterkaitan Antar Aspek dalam Kelayakan Usaha

Seluruh aspek dalam studi kelayakan bisnis saling berkaitan dan tidak dapat dianalisis secara terpisah. Kelayakan pasar akan memengaruhi kinerja operasional, sementara efektivitas manajemen dan efisiensi teknis akan berdampak langsung pada kinerja keuangan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa usaha yang layak adalah usaha yang mampu menjaga keseimbangan antar aspek tersebut.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, dapat dipahami bahwa kelayakan bisnis Point Coffee sangat dipengaruhi oleh kesesuaian konsep usaha dengan kebutuhan pasar, efisiensi operasional, kualitas manajemen, serta kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis Point Coffee bersifat deskriptif kualitatif dengan dukungan data kuantitatif sederhana. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis kondisi kelayakan usaha secara menyeluruh, bukan untuk menguji hipotesis statistik tertentu. Data dikumpulkan dan dianalisis untuk memberikan gambaran realistis mengenai potensi dan tantangan usaha Point Coffee.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik. Pertama, studi literatur, yaitu dengan mengkaji buku, jurnal, dan regulasi yang relevan dengan studi kelayakan bisnis, manajemen, pemasaran, serta aspek syariah dan halal. Sumber-sumber ini digunakan sebagai dasar teoritis dalam menganalisis setiap aspek usaha, seperti aspek pasar, hukum, operasional, dan keuangan.

Kedua, dilakukan survei mini kepada responden yang mayoritas merupakan mahasiswa dan pekerja muda. Survei ini bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai preferensi konsumen terhadap coffee shop, termasuk faktor yang memengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas rasa, harga, kenyamanan tempat, fasilitas, dan pelayanan. Hasil survei digunakan sebagai bahan analisis dalam aspek pasar dan pemasaran, khususnya untuk menentukan target pasar, positioning, dan strategi pemasaran yang sesuai.

Ketiga, digunakan analisis deskriptif terhadap data operasional dan finansial yang bersifat estimatif. Analisis ini mencakup perhitungan kapasitas produksi, jam operasional, kebutuhan peralatan, serta proyeksi pendapatan dan biaya operasional. Data tersebut kemudian diinterpretasikan untuk menilai kelayakan finansial usaha, termasuk potensi keuntungan dan perkiraan waktu pengembalian modal.

Secara keseluruhan, metodologi penelitian ini dirancang untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kelayakan Point Coffee sebagai sebuah usaha. Dengan menggabungkan data teoritis, hasil survei lapangan sederhana, serta analisis operasional dan keuangan, penelitian ini diharapkan mampu menjadi dasar yang kuat dalam pengambilan keputusan bisnis secara rasional dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Aspek Pasar & Pemasaran

A. Target Pasar

Target pasar utama Point Coffee adalah konsumen pada kelompok usia produktif, yaitu mahasiswa dan pekerja muda yang berada pada rentang usia 18–35 tahun. Kelompok ini dipilih karena memiliki pola konsumsi kopi yang tinggi dan menjadikan coffee shop sebagai bagian penting dari gaya hidup mereka. Mahasiswa cenderung membutuhkan tempat yang nyaman untuk belajar, berdiskusi, dan menghabiskan waktu di sela perkuliahan, sehingga keberadaan coffee shop dekat kampus menjadi salah satu kebutuhan mereka. Sementara itu, pekerja muda Segmentasi pasar dilakukan berdasarkan gaya hidup (*psychographic segmentation*), terutama pada kelompok pecinta kopi yang menjadikan minuman kopi sebagai bagian dari rutinitas harian mereka. Mereka umumnya menyukai eksperimen rasa, kenyamanan tempat, serta pengalaman visual yang menarik. Segmen ini tidak hanya mencari kopi untuk dikonsumsi, tetapi juga mencari tempat untuk bekerja, bersantai, dan berkumpul. membutuhkan minuman kopi sebagai penambah energi dan sebagai tempat alternatif untuk meeting ringan atau bekerja secara fleksibel. Kedua segmen ini memiliki karakteristik yang sama, yaitu responsif terhadap tren, mudah dipengaruhi oleh promosi digital, serta mencari produk berkualitas dengan harga yang tetap terjangkau. Oleh sebab itu, Point

Coffee dirancang khusus untuk menyesuaikan preferensi dan kebutuhan target pasar tersebut melalui pemilihan lokasi strategis, suasana modern, serta variasi menu yang menarik.

B. Analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*)

Analisis STP menjadi pendekatan utama dalam menentukan strategi pemasaran Point Coffee agar lebih tepat sasaran.

- a. *Segmentasi* pasar dilakukan berdasarkan gaya hidup (*psychographic segmentation*), terutama pada kelompok pecinta kopi yang menjadikan minuman kopi sebagai bagian dari rutinitas harian mereka. Mereka umumnya menyukai eksperimen rasa, kenyamanan tempat, serta pengalaman visual yang menarik. Segmen ini tidak hanya mencari kopi untuk dikonsumsi, tetapi juga mencari tempat untuk bekerja, bersantai, dan berkumpul.
- b. *Targeting* Point Coffee difokuskan pada konsumen kelas menengah urban yang memiliki daya beli stabil dan mengutamakan efisiensi dalam memilih tempat untuk menikmati kopi. Kelompok ini terbiasa mengunjungi coffee shop dalam keseharian mereka dan mempertimbangkan faktor seperti harga yang terjangkau, kualitas rasa yang konsisten, serta kecepatan pelayanan. Selain itu, mereka merupakan konsumen yang aktif menggunakan media sosial, sehingga sangat potensial untuk mendukung promosi digital melalui konten atau ulasan.
- c. *Positioning* Point Coffee diarahkan sebagai coffee shop modern yang menawarkan suasana nyaman, estetis, dan bersih, namun tetap memiliki harga yang ramah di kantong. Dengan demikian, Point Coffee menempatkan dirinya sebagai pilihan ideal bagi mahasiswa dan pekerja muda yang membutuhkan tempat untuk menikmati kopi berkualitas tanpa harus membayar harga premium. Positioning ini memberikan identitas yang kuat bahwa Point Coffee bukan hanya menyediakan minuman, tetapi juga menghadirkan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan.

C. Strategi 4P (Marketing Mix)

Strategi pemasaran Point Coffee disusun dengan pendekatan 4P untuk memastikan seluruh elemen pemasaran saling mendukung.

- a. *Product* (Produk). Point Coffee menawarkan berbagai pilihan menu minuman, terutama berbahan dasar kopi Arabika lokal berkualitas tinggi. Menu meliputi espresso, cappuccino, latte, kopi susu kekinian, hingga varian seasonal yang mengikuti tren pasar. Selain minuman, tersedia juga snack dan pastry seperti croissant, muffin, dan roti manis sebagai pendamping minuman. Produk-produk ini dirancang untuk memenuhi



preferensi konsumen yang menginginkan kualitas rasa yang baik dengan tampilan yang menarik.

- b. *Price* (Harga). Penetapan harga dirancang untuk tetap terjangkau bagi mahasiswa dan pekerja muda. Harga berkisar antara Rp 15.000 hingga Rp



30.000 per cup untuk minuman kopi, sedangkan snack dan pastry ditawarkan dengan harga yang kompetitif. Strategi 7 harga ini bertujuan menyeimbangkan antara kualitas bahan baku, daya beli target pasar, serta kebutuhan untuk menjaga stabilitas pendapatan usaha.

- c. *Place* (Tempat). Lokasi Point Coffee direncanakan berada dekat dengan area kampus, pusat kegiatan mahasiswa, dan kawasan perkantoran. Lokasi ini dipilih karena memiliki potensi arus pengunjung yang tinggi sepanjang hari. Dekatnya coffee shop dengan pusat aktivitas utama membuat konsumen dapat mengaksesnya dengan mudah, baik untuk dinein, take away, maupun pemesanan online melalui aplikasi.



- d. *Promotion* (Promosi). Promosi dilakukan melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp yang relevan dengan kebiasaan target pasar. Konten promosi dikemas secara kreatif melalui foto produk, video singkat, dan testimoni pelanggan. Selain itu, Point Coffee juga menawarkan promo menarik seperti “Buy 1 Get 1”, diskon menu tertentu pada jam-jam tertentu, serta loyalty program untuk meningkatkan retensi pelanggan. Strategi promosi ini bertujuan memperluas jangkauan konsumen sekaligus memperkuat brand awareness.



D. Survey Mini

Untuk mendapatkan gambaran awal mengenai preferensi konsumen terhadap Point Coffee, dilakukan survei sederhana kepada responden yang mayoritas adalah mahasiswa dan pekerja muda. Hasil survei menunjukkan bahwa faktor yang paling sering disebut responden sebagai pertimbangan utama dalam memilih coffee shop adalah rasa dan kualitas kopi, disusul oleh harga yang terjangkau, kenyamanan tempat, serta pelayanan yang cepat. Banyak responden juga menekankan bahwa konsistensi rasa, barista yang ramah, dan penggunaan bahan baku yang bagus menjadi aspek penting agar mereka tetap loyal. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas rasa tetap menjadi inti utama yang mempengaruhi keputusan pembelian. Selain kualitas, sebagian besar responden dalam survey juga menganggap fasilitas seperti Wi-Fi, colokan listrik, dan tempat duduk yang nyaman sebagai kebutuhan penting, terutama karena banyak dari mereka menggunakan coffee shop sebagai tempat belajar atau bekerja. Beberapa responden bahkan memberikan masukan langsung, seperti memperbanyak tempat duduk, membuat ukuran cup lebih besar, atau meningkatkan kenyamanan ruang. Hal ini menguatkan bahwa coffee shop bukan hanya tempat membeli minuman, tetapi juga ruang produktivitas bagi anak muda.

Dalam hal harga, para responden umumnya memilih kisaran harga Rp 15.000–Rp 30.000 sebagai batas harga yang masih terjangkau. Masukan yang muncul dari beberapa responden berkaitan dengan harapan adanya promo menarik, seperti potongan harga atau paket bundling kopi dengan snack. Promo yang rutin dinilai dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk datang lebih sering. Hal ini sejalan dengan preferensi gaya hidup mahasiswa yang mencari produk berkualitas dengan harga tetap ramah di kantong.

Frekuensi pembelian kopi juga cukup bervariasi, di mana sebagian responden dalam survei menyebutkan membeli kopi 1–2 kali per minggu, sementara sebagian lainnya hanya membeli saat butuh suasana berbeda atau sekadar ingin menikmati minuman tertentu. Dari berbagai masukan tambahan, dapat disimpulkan bahwa konsumen sangat berharap Point Coffee mampu menghadirkan kombinasi antara kualitas rasa yang konsisten, harga bersahabat, suasana nyaman, serta pelayanan yang ramah dan profesional. Jika berbagai harapan ini bisa dipenuhi, maka Point Coffee memiliki peluang besar menjadi pilihan favorit di kalangan mahasiswa dan pekerja muda di sekitar kampus.

2. Aspek Hukum

A. Badan Usaha

Dalam mendirikan Point Coffee, penentuan bentuk badan usaha menjadi aspek penting yang perlu dipertimbangkan sejak awal agar kegiatan operasional dapat berjalan dengan legal, terstruktur, dan profesional. Berdasarkan karakteristik bisnis serta potensi perkembangan di masa depan, Point Coffee direncanakan untuk didirikan dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT). Pemilihan bentuk badan usaha PT didasarkan pada sejumlah pertimbangan, seperti adanya pemisahan yang jelas antara harta pribadi pemilik dan harta perusahaan, kemudahan dalam mengelola permodalan, serta fleksibilitas dalam menjalin kerja sama bisnis dan peluang untuk ekspansi di masa depan.

Selain memberikan perlindungan hukum yang lebih kuat, bentuk PT juga dianggap lebih kredibel di mata konsumen maupun mitra usaha, seperti pemasok bahan baku, investor, dan lembaga keuangan. Dengan memiliki badan usaha yang resmi, Point Coffee dapat lebih mudah melakukan pengajuan pembiayaan, mengurus sertifikasi usaha, serta menjalin kerja sama jangka panjang dengan berbagai pihak. Secara keseluruhan, pembentukan badan usaha yang tepat akan menjadi fondasi penting untuk memastikan keberlangsungan operasional Point Coffee dalam jangka panjang.

B. Legalitas

Agar Point Coffee dapat beroperasi secara sah dan memenuhi ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia, sejumlah dokumen legalitas usaha wajib dipenuhi. Legalitas ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap peraturan, tetapi juga sebagai upaya membangun kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan kualitas produk yang disediakan.

Legalitas utama yang harus dimiliki adalah Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP = 001.337.994.6-092.000). NPWP sebagai bukti bahwa perusahaan terdaftar sebagai wajib pajak dan dapat melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai ketentuan.

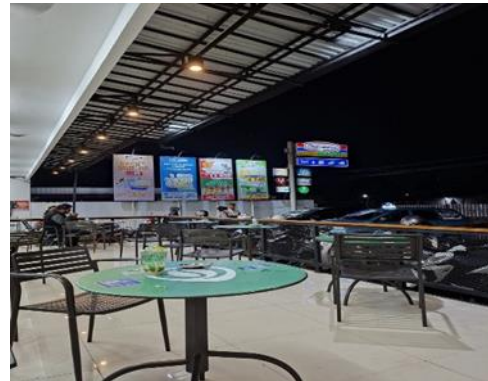
Selain itu, karena Point Coffee bergerak di bidang penyajian makanan dan minuman, usaha ini wajib memiliki Sertifikat Halal (No. ID00410005947680723), terutama untuk produk kopi, susu, flavoring, dan pastry yang digunakan. Sertifikasi halal tidak hanya memenuhi ketentuan perundangan terbaru, tetapi juga menjadi nilai tambah dalam memberikan rasa aman kepada konsumen, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim.

3. Aspek Teknis & Operasional

A. Lokasi

Lokasi Point Coffee direncanakan berada di area strategis dekat kampus dan pusat aktivitas mahasiswa. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingginya mobilitas mahasiswa serta aksesibilitas yang mudah dijangkau pejalan kaki maupun kendaraan. Lokasi yang dekat dengan lingkungan akademik diharapkan dapat menarik pengunjung secara konsisten sepanjang hari, terutama pada jam kuliah dan waktu istirahat.

B. Layout Point Coffe



Layout Point Coffe dirancang dengan konsep modern dan efisien, memaksimalkan ruang agar tetap nyaman namun tidak mengurangi kelancaran alur kerja barista. Area dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu counter bar untuk pembuatan kopi, area seating yang sederhana namun estetik, serta area tunggu untuk pelanggan take-away. Pengaturan ruang ini dioptimalkan agar suasana tetap nyaman bagi mahasiswa yang ingin belajar maupun pelanggan yang hanya singgah sebentar.

C. Kapasitas

Kapasitas coffee shop direncanakan mampu menampung sekitar 15–25 pelanggan secara bersamaan. Kapasitas ini dianggap ideal untuk *coffee shop* dengan konsep modern dan area terbatas dekat kampus. Selain seating indoor, disediakan juga beberapa kursi tambahan untuk pelanggan yang menunggu pesanan atau tidak membutuhkan tempat duduk lama.

D. Jam Operasional

Jam operasional Point Coffe ditetapkan buka selama 24 jam setiap hari. Penetapan waktu operasional penuh ini disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa dan pekerja muda yang beraktivitas pada berbagai waktu, baik pagi, siang, sore, hingga larut malam. Dengan jam operasional 24 jam, Point Coffee diharapkan dapat meningkatkan peluang penjualan serta memenuhi kebutuhan konsumen kapan pun mereka membutuhkan tempat untuk bekerja, bersantai, atau menikmati kopi.

E. Alat Utama



Dalam operasional Point Coffee, mesin utama yang digunakan untuk proses pembuatan kopi adalah Mesin Espresso Simonelli Appia II, freezer, kettle, grinder

kopi, alat frothing, serta perlengkapan pendukung seperti blender, dan display minuman. Mesin ekspreso yang digunakan ini dikenal stabil, cepat, dan cocok untuk coffee shop dengan tingkat pesanan tinggi. Dalam satu hari, Point Coffee rata-rata menghabiskan sekitar 370 cup minuman, baik kopi maupun non-kopi. Proses pembuatan satu cup membutuhkan waktu kurang lebih 2 menit, dan biasanya dikerjakan oleh 1 orang barista yang sudah terlatih. Dengan durasi tersebut, barista dapat menjaga kecepatan pelayanan tanpa mengurangi kualitas rasa dan konsistensi penyajian.

4. Aspek Manajemen

A. Struktur Organisasi

Struktur organisasi pada Point Coffee dirancang untuk memastikan seluruh proses operasional dapat berjalan secara efektif, efisien, dan terkoordinasi dengan baik. Pembagian tugas dilakukan secara proporsional sesuai kompetensi masing-masing posisi sehingga alur kerja menjadi lebih tertata, risiko kesalahan dapat diminimalkan, serta kualitas pelayanan kepada pelanggan dapat dijaga secara konsisten. Dalam usaha berbasis layanan seperti Point Coffee, struktur organisasi yang jelas sangat penting karena menentukan kecepatan layanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan.

Adapun struktur organisasi pada Point Coffee terdiri dari beberapa posisi berikut:

a. Manajer

Manajer memiliki peran strategis dalam pengelolaan usaha. Tanggung jawabnya meliputi:

- a) Mengambil keputusan penting terkait operasional dan pengembangan bisnis.
- b) Mengawasi seluruh aktivitas harian baik di dapur, area layanan, maupun bagian administrasi.
- c) Mengatur pengadaan bahan baku, melakukan negosiasi dengan pemasok, serta memastikan kualitas bahan selalu terjaga.
- d) Mengawasi kinerja karyawan, memberikan pengarahan, serta melakukan evaluasi berkala.
- e) Menyusun strategi pemasaran dan menentukan target penjualan setiap periode.
- f) Mengelola keuangan, termasuk membuat kebijakan biaya operasional dan menentukan harga jual produk.

b. Barista

Barista merupakan ujung tombak produk utama Point Coffee. Mereka memiliki tugas dan peran penting, antara lain:

- a) Menyiapkan, mengolah, dan menyajikan seluruh menu minuman sesuai standar resep dan kualitas.
- b) Mengoperasikan mesin espresso, grinder, dan alat pendukung lainnya.
- c) Menjaga kebersihan dan kerapian area bar selama operasional berlangsung.
- d) Memastikan konsistensi rasa dan tampilan minuman pada setiap pesanan.
- e) Berinteraksi dengan pelanggan ketika diperlukan, terutama saat menjelaskan menu atau rekomendasi minuman.
- f) Melakukan pengecekan persediaan bahan baku harian dan melaporkannya kepada manajer.

B. Sistem Manajemen

Untuk memastikan usaha berjalan secara profesional dan terukur, Point Coffee menerapkan sistem manajemen yang terorganisasi. Sistem ini mencakup pencatatan transaksi, pelaporan keuangan, dan standar prosedur pelayanan.

a. POS – (*Point Of Sales*)

Point Coffee menggunakan software barista berbasis POS untuk mendukung efisiensi operasional. Fungsi utama sistem POS antara lain:

- a) Mencatat seluruh transaksi secara otomatis dan real-time.
- b) Mengelola stok bahan baku sehingga manajer dapat memantau kebutuhan restock.
- c) Menyediakan laporan harian seperti total penjualan, jumlah transaksi, dan produk terlaris.
- d) Mengurangi risiko kesalahan pencatatan manual dan mempercepat proses pelayanan.
- e) Terintegrasi dengan metode pembayaran non-tunai, sehingga memudahkan pelanggan.

Dengan sistem POS, operasional menjadi lebih transparan dan proses evaluasi penjualan dapat dilakukan dengan cepat dan akurat.

b. Laporan Keuangan Bulanan

Setiap akhir bulan, manajer menyusun laporan keuangan untuk melihat perkembangan usaha secara menyeluruh. Laporan tersebut meliputi:

- a) Laporan Laba Rugi: menunjukkan pendapatan, biaya operasional, dan keuntungan bersih.
- b) Arus Kas: mencatat keluar masuknya uang sehingga manajer dapat mengetahui kondisi likuiditas.
- c) Rekap Pembelian Bahan Baku: memantau pengeluaran rutin, membandingkan efisiensi penggunaan bahan, serta menentukan jadwal pembelian berikutnya.
- d) Analisis *Omzet dan Profit*: menentukan apakah target penjualan tercapai dan apa saja faktor pendukung maupun penghambatnya.

Dengan laporan keuangan yang rapi, manajer dapat membuat keputusan bisnis yang lebih tepat seperti menentukan harga baru, melakukan promosi, atau menekan biaya operasional.

c. SOP (*Standard Operating Procedure*) Pelayanan

Untuk menjaga konsistensi layanan, Point Coffee menerapkan SOP yang mencakup seluruh aktivitas operasional, seperti:

- a) SOP Penyajian Minuman: mulai dari takaran bahan, suhu penyajian, hingga teknik plating yang sesuai standar.
- b) SOP Kebersihan Area: jadwal pembersihan rutin, sanitasi alat, dan prosedur kebersihan kafe.
- c) SOP Penanganan Komplain Pelanggan: bagaimana menerima keluhan secara ramah, memberikan solusi cepat, dan mencatat keluhan sebagai bahan evaluasi.
- d) SOP Keamanan dan Keselamatan Kerja: prosedur menangani peralatan panas, penggunaan mesin, serta penanganan kondisi darurat seperti tumpahan atau korsleting.

Penerapan SOP memastikan bahwa setiap karyawan bekerja sesuai standar yang telah ditetapkan, sehingga kualitas pelayanan selalu terjaga dan pelanggan merasa puas.

5. Aspek Keuangan

A. Investasi Awal

Investasi awal untuk mendirikan Point Coffee mencakup biaya renovasi tempat, pembelian peralatan utama, pengadaan *furniture*, persediaan bahan baku awal, serta kebutuhan administrasi dan legalitas usaha. Estimasi modal awal biasanya mencakup mesin espresso, grinder, kulkas, perlengkapan barista, meja kursi, serta peralatan *kitchen* lainnya. Selain itu, diperlukan modal untuk stok bahan baku seperti biji kopi, susu, sirup, dan pastry. Total investasi awal diperkirakan berkisar pada jumlah yang memungkinkan usaha dapat beroperasi dengan standar kualitas yang baik dan siap menerima pelanggan sejak hari pertama.

B. Proyeksi Laba Rugi

Proyeksi laba rugi Point Coffee disusun berdasarkan estimasi penjualan harian, harga jual rata-rata, serta biaya operasional yang harus dikeluarkan setiap bulan. Pendapatan diperoleh dari penjualan minuman kopi, snack, dan pastry. Di sisi biaya, elemen terbesar berasal dari bahan baku, gaji karyawan, listrik, air, sewa tempat, serta biaya promosi. Dengan asumsi tingkat kunjungan yang stabil, usaha diproyeksikan dapat mencapai titik impas (*break-even point*) dalam beberapa bulan pertama operasional. Jika penjualan berkembang sesuai target, Point Coffee berpotensi menghasilkan laba bersih bulanan yang cukup signifikan setelah biaya operasional terstruktur dengan baik.

C. Analisis Awal

Analisis investasi dilakukan untuk menilai kelayakan finansial usaha dalam jangka panjang. Melalui penghitungan sederhana seperti estimasi payback period, usaha dinilai layak apabila modal awal dapat kembali dalam waktu yang relatif singkat. Selain itu, analisis juga mencakup penilaian terhadap risiko finansial seperti fluktuasi harga bahan baku atau perubahan perilaku konsumen. Dengan strategi operasional dan pemasaran yang efektif, investasi pada Point Coffee dinilai memiliki potensi pengembalian yang menjanjikan, terutama karena tingginya permintaan minuman kopi di kalangan mahasiswa dan pekerja muda.

6. Aspek Syariah dan Halal

A. Semua Produk Bersertifikat Halal & MUI



Point Coffee memastikan bahwa seluruh bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan minuman dan makanan telah memenuhi syarat halal serta *thayyib* (baik dan higienis). Pemenuhan standar ini dilakukan melalui beberapa langkah strategis:

a. Pemilihan Bahan Baku Bersertifikat Halal

Setiap pemasok bahan seperti kopi, susu, sirup, gula, bubuk cokelat, topping, dan bahan pendukung lainnya wajib menunjukkan **Sertifikat Halal MUI (ID00410005947680723)** yang masih berlaku. Hal ini menjadi syarat utama sebelum pemasok bekerja sama dengan Point Coffee.

b. Audit dan Pengecekan Berkala

Point Coffee melakukan pengecekan internal secara berkala untuk memastikan bahwa produk yang diterima sesuai dengan dokumen halal, tidak ada bahan yang kedaluwarsa atau rusak, penyimpanan dilakukan sesuai standar agar tidak terkontaminasi bahan non-halal, serta semua bahan yang digunakan dalam produksi memiliki traceability yang jelas.

c. Penggunaan Peralatan Khusus Halal

Seluruh peralatan seperti mesin espresso, grinder, gelas ukur, sendok takar, dan alat pemanas dipastikan tidak pernah digunakan untuk produk non-halal, dibersihkan sesuai standar sanitasi halal, serta disimpan terpisah dari bahan yang belum terverifikasi.

d. Kepatuhan pada Regulasi JPH

Point Coffee berkomitmen mengikuti regulasi pemerintah terkait **Jaminan Produk Halal (UU No. 33 Tahun 2014)**, sehingga proses administrasi hingga audit halal dilakukan secara bertahap dan terjadwal.

Dengan langkah-langkah tersebut, Point Coffee dapat menjamin bahwa setiap produk yang diterima konsumen telah melalui prosedur halal yang terstandarisasi.

B. Transaksi Menggunakan Akad Jual Beli Sederhana

Dalam bisnis yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, akad merupakan hal fundamental. Point Coffee menggunakan akad jual beli (al-bai') dalam semua transaksi dengan pelanggan.

a. Konsep Akad dalam Praktik

Akad jual beli terjadi ketika penjual menawarkan produk dengan harga yang jelas dan transparan, pembeli memahami informasi produk dan menyetujuinya, terjadi proses pembayaran sebagai bentuk persetujuan. Dengan konteks kafe, akad ini berlangsung secara otomatis ketika pelanggan memesan minuman dan membayar melalui kasir atau QRIS.

b. Prinsip Syariah dalam Akad Point Coffee

Prinsip-prinsip yang dijaga meliputi:

- a) Tidak terdapat unsur riba, karena seluruh transaksi dilakukan secara tunai melalui uang elektronik, QRIS, atau pembayaran langsung.
- b) Tidak ada gharar atau ketidakjelasan karena harga, menu, dan komposisi produk dijelaskan secara transparan.
- c) Tidak ada penipuan (tadlis); produk dibuat sesuai pesanan dan standar yang telah ditentukan.
- d) Tidak ada unsur maisir (perjudian), karena seluruh transaksi murni kegiatan jual-beli tanpa unsur spekulasi.

c. Etika Pelayanan Sesuai Syariah

Selain akad jual beli, pelaksanaan transaksi juga memperhatikan etika syariah seperti tidak menaikkan harga secara tidak wajar, memberikan pelayanan yang jujur dan sopan, menghindari praktik eksploitasi misalnya menjual produk dengan klaim yang meyesatkan, menjaga kebersihan dan kerapian sebagai bagian dari thaharah.

Dengan penerapan akad yang benar, seluruh transaksi di Point Coffee menjadi sah dan sesuai dengan prinsip muamalah dalam Islam.

C. Tidak Menjual Produk Haram

Sebagai usaha yang berkomitmen mengikuti nilai syariah, Point Coffee memastikan bahwa seluruh produk yang disajikan terbebas dari unsur haram.

- a. Larangan Penggunaan Bahan Haram
Point Coffe dengan tegas tidak menggunakan alcohol dan turunannya, gelatin, emulsifier, atau flavour yang berasal dari babi, dan bahan-bahan turunan hewani yang tidak bersertifikat halal, serta mengandung zat najis atau telah terkontaminasi oleh bahan haram. Semua bahan diperiksa dan diseleksi sebelum diproduksi, sehingga tidak ada risiko kontaminasi silang.
- b. Tidak Menjual Minuman Beralkohol.
Point Coffee tidak menjual produk seperti wine, beer, liquor atau sprite-based drinks, kopi campuran alcohol (*coffee liquer*). Menu kafe hanya berisi minuman kopi, non-kopi, dan makanan ringan yang halal.
- c. Standar Kebersihan “*Halalan Thayyiban*”
Selain halal, Point Coffee berkomitmen memenuhi standar *thayyib*, yaitu baik secara kualitas dan higienitas. Ruangan dan peralatan disanitasi sesuai SOP, bahan disimpan dalam wadah tertutup agar tidak terkontaminasi, karyawan menjaga kebersihan diri (*personal hygiene*) sebelum bekerja.

7. Aspek Ekonomi dan Sosial

A. Point Coffee Membuka Lapangan Pekerjaan Bagi Masyarakat

Usaha ini membutuhkan tenaga kerja sehingga mampu menyerap tenaga kerja lokal, terutama anak muda yang ingin bekerja di sektor jasa makanan dan minuman. Selain itu, para pekerja yang direkrut juga mendapatkan pelatihan keterampilan, seperti teknik meracik kopi, pelayanan pelanggan, hingga pengelolaan transaksi digital. Dengan adanya kesempatan kerja tersebut, tingkat pengangguran di daerah setempat dapat berkurang, pendapatan masyarakat meningkat, serta aktivitas ekonomi menjadi lebih hidup

B. Penggunaan Bahan Baku Kopi Lokal Memberikan Dampak Positif Bagi Petani Indonesia

Point Coffee memprioritaskan penggunaan biji kopi dari berbagai daerah seperti Gayo, Toraja, atau Temanggung, sehingga mampu mendukung keberlanjutan ekonomi petani. Pembelian rutin dalam jumlah besar menjadi jaminan pasar yang stabil bagi petani kopi, sekaligus meningkatkan nilai jual produk mereka. Selain itu, pemanfaatan kopi lokal membantu memperkuat rantai pasok domestik dan mengurangi ketergantungan pada bahan impor, sehingga lebih efisien sekaligus mendorong pertumbuhan sektor pertanian kopi dalam negeri.

C. Point Coffe Memberikan Ruang Nyaman Yang Sering Dimanfaatkan Sebagai Tempat Berkumpul Oleh Mahasiswa Dan Komunitas

Dengan suasana yang kondusif, fasilitas Wi-Fi, serta area yang nyaman, kafe ini menjadi pilihan bagi mahasiswa untuk belajar bersama, mengerjakan tugas, atau berdiskusi. Fungsi ini menjadikan Point Coffee sebagai “third place”, yaitu tempat selain rumah dan kampus yang membantu meningkatkan interaksi sosial serta kreativitas. Kehadiran ruang seperti ini mendukung aktivitas positif dan produktif masyarakat, khususnya generasi muda.

8. Aspek Lingkungan (Amdal Mini)

Dalam menjalankan operasional Point Coffee, aspek lingkungan menjadi perhatian penting agar aktivitas usaha tidak menimbulkan dampak negatif bagi sekitar. Salah satu upaya yang dilakukan adalah pengelolaan limbah kopi, di mana ampas kopi yang dihasilkan setiap hari tidak langsung dibuang begitu saja, tetapi dimanfaatkan kembali sebagai pupuk organik. Pemanfaatan ini tidak hanya membantu mengurangi limbah, namun juga memberi nilai tambah serta mendukung konsep ekonomi sirkular.

Selain itu, Point Coffee berkomitmen menggunakan gelas kertas ramah lingkungan sebagai langkah konkret untuk mengurangi konsumsi plastik sekali pakai. Penggunaan material yang lebih mudah terurai ini diharapkan dapat menekan jumlah sampah plastik yang berpotensi mencemari lingkungan.

Di sisi lain, Point Coffee secara konsisten mematuhi aturan kebersihan serta sistem pengelolaan sampah kota yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah. Setiap jenis sampah dipisahkan sesuai kategorinya, dikumpulkan pada tempat yang telah disediakan, dan dibuang pada waktu yang tepat sesuai jadwal operasional petugas kebersihan. Upaya-upaya ini menunjukkan bahwa Point Coffee tidak hanya fokus pada keuntungan bisnis, tetapi juga berkomitmen menciptakan lingkungan usaha yang bersih, aman, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil studi kelayakan yang telah dilakukan, Point Coffee dinyatakan layak untuk dijalankan berdasarkan aspek pasar, hukum, operasional, manajemen, serta keuangan. Tingginya minat mahasiswa dan pekerja muda terhadap konsumsi kopi menjadi peluang besar bagi usaha ini untuk berkembang. Lokasi strategis di area kampus serta konsep pelayanan cepat dengan harga terjangkau menjadikan Point Coffee memiliki daya tarik kuat di tengah persaingan coffee shop. Dari sisi finansial, analisis menunjukkan bahwa usaha ini berpotensi mencapai titik balik modal dalam waktu 1-2 tahun, selama operasional tetap efisien dan penjualan stabil. Selain itu, keberadaan Point Coffee memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat, seperti membuka lapangan pekerjaan serta mendukung petani kopi lokal melalui penggunaan bahan baku domestik.

Untuk meningkatkan daya saing dan memastikan keberlangsungan usaha jangka panjang, Point Coffee disarankan untuk mengoptimalkan promosi digital, terutama melalui media sosial yang dekat dengan target pasar. Kerja sama dengan aplikasi *food delivery* juga penting untuk memperluas jangkauan penjualan dan mempermudah akses pelanggan. Selain itu, perlu dilakukan inovasi menu secara berkala, khususnya varian kopi susu kekinian dan minuman seasonal yang sesuai tren konsumen. Dengan strategi pemasaran yang tepat, peningkatan kualitas layanan, serta pengelolaan operasional yang konsisten, Point Coffee memiliki peluang besar untuk tumbuh sebagai *brand coffee shop modern* yang berkelanjutan dan kompetitif.

REFERENSI

- Antonio, M. S. (2012). Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik. Gema Insani.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2014). UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik konsumsi kopi Indonesia 2023.
- Daryanto. (2013). Sistem Manajemen Operasional.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2020). Informasi NPWP Badan Usaha.
- Gumilang, W. (2021). Perkembangan industri kopi di Indonesia dan pergeseran gaya hidup konsumen. *Jurnal Industri Kreatif*, 9(2), 55-67.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management* (12th ed.). Pearson.
- Hidayat, M., & Yuliana, R. (2020). Analisis kelayakan bisnis pada usaha coffee shop. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 7(1), 22-33.
- Kasmir. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Kencana.

- Kementerian Hukum dan HAM RI. (2020). Pedoman Pendirian Perseroan Terbatas (PT).
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2021). Pedoman Penyusunan AMDAL, UKL, dan UPL.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Majelis Ulama Indonesia. (2023). Daftar Produk Bersertifikat Halal.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Pearson.
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT dan studi kelayakan bisnis*. Gramedia.
- Septiani, R., & Prasetyo, T. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi minat konsumen terhadap kopi susu kekinian. *Jurnal Perilaku Konsumen Indonesia*, 4(2), 88–99.
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2019). *Operations Management* (9th ed.). Pearson.
- Soekanto, S. (2019). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Rajawali Pers.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Publisher.
- Wibowo, S. (2021). Dampak UMKM terhadap perekonomian lokal. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 6(2), 122–134.
- Yuliana, A. (2020). Pemanfaatan limbah kopi sebagai pupuk organik. *Jurnal Lingkungan Berkelanjutan*, 8(1), 44–55.