


PENGARUH STUDI KELAYAKAN BISNIS TERHADAP STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA FORE COFFEE

Nazhan Zahira¹, Dini Vientiany²,
Dwi Febrina³, Putri Afiqah Binti Ahmad⁴, Fridea Ramadhani⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: nazhanzahira20@gmail.com¹, dinil100000167@uinsu.ac.id², dwifebrina2020@gmail.com³,
putriafiqah2403@gmail.com⁴, fridea1510@gmail.com⁵

<p>Diterima: 28/12/2025</p> <p>Diterima: 28/12/2025</p> <p>Menerbitkan: 31/12/ 2025</p> <p> This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License.</p>	<p>Abstrak - This research goals to analyze the impact of business feasibility studies on the business development strategy of Fore Coffee. A business feasibility study is an important managerial instrument used to evaluate the viability of a business prior to its development or expansion. A comprehensive feasibility assessment is predicted to assist management in formulating appropriate and sustainable business development strategies. The study employs a quantitative approach using a survey method. The independent variable the business feasibility study, which is measured through nine aspects: legal, market and marketing, technical and operational, management and human resources, financial, social, economic, environmental, sharia aspects. The dependent variable is the business development strategy. Surveys were conducted through the use of questionnaires featuring a Likert scale directed at participants pertinent to the study topic. The gathered data underwent linear regression analysis to assess the influence of the independent variable on the dependent variable. The outcomes indicate that business feasibility studies have a positive significant effect on the business development strategy of Fore Coffee. This finding suggests that the better the implementation and fulfillment of business feasibility aspects, the more effective the business development strategies formulated and applied by management. This analysis is believed to add value to the management academic community and practically serve as a consideration for business practitioners in developing sustainable business strategies.</p> <p>Keywords: business feasibility study, business development strategy, management, Fore Coffee.</p>
--	--

PENDAHULUAN

Studi kelayakan bisnis termasuk tahapan utama perencanaan dan pengambilan keputusan manajerial suatu usaha. Studi kelayakan bisnis didefinisikan sebagai suatu kegiatan evaluasi dilaksanakan sistematis dalam mengukur apakah suatu usaha atau proyek layak dioperasikan dilihat dari berbagai aspek yang relevan, baik aspek finansial maupun nonfinansial (Kasmir & Jakfar, 2012). Melalui studi kelayakan bisnis, manajemen dapat mengidentifikasi peluang, tantangan, serta risiko yang mungkin muncul sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih rasional dan berbasis data. Dalam praktiknya, studi kelayakan bisnis bukan sekadar berfokus ke perhitungan keuntungan semata, namun mencakup berbagai aspek penting seperti aspek hukum, pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen dan sumber daya manusia, keuangan, sosial, ekonomi, lingkungan, serta aspek etika atau syariah. Penilaian yang komprehensif terhadap aspek- aspek tersebut diperlukan untuk memastikan keberlanjutan usaha dengan jangka panjang (Umar, 2015). Karenanya, studi kelayakan bisnis sering digunakan menjadi dasar perumusan strategi pengembangan usaha agar perusahaan mampu tumbuh secara berkelanjutan dan kompetitif.

Strategi pengembangan usaha merupakan bagian dari manajemen strategis yang berfokus pada upaya perusahaan dalam meningkatkan kinerja dan memperluas skala usaha melalui berbagai alternatif strategi, seperti penetrasi pasar, pengembangan produk, diversifikasi, maupun ekspansi usaha (David & David, 2017). Keberhasilan strategi pengembangan usaha sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi dan analisis yang digunakan dalam proses perencanaan. Tanpa adanya studi kelayakan bisnis yang memadai, strategi yang dirumuskan berpotensi tidak sesuai dengan kondisi internal maupun eksternal perusahaan, sehingga meningkatkan risiko kegagalan usaha. Industri kopi modern di Indonesia menghadapi pertumbuhan pesat sejalan pada perubahan gaya hidup masyarakat dan meningkatnya konsumsi kopi, khususnya di kalangan generasi muda. Kondisi ini menyebabkan tingkat persaingan antar pelaku usaha kopi semakin tinggi, baik dari merek lokal maupun internasional. Fore Coffee sebagai salah satu perusahaan ritel kopi modern dituntut terdapat strategi pengembangan usaha tepat supaya mampu mempertahankan daya saing dan memperluas pangsa pasarnya. Dalam konteks tersebut, penerapan studi kelayakan bisnis menjadi sangat penting sebagai dasar pertimbangan manajemen dalam menentukan arah pengembangan usaha.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa studi kelayakan bisnis terdapat fungsi signifikan mendukung pengembangan usaha dan pengambilan keputusan manajerial. Penelitian oleh Kurniawan dan Setiawan (2021) menyatakan bahwa hasil studi kelayakan bisnis mampu dipergunakan menjadi rujukan menetapkan strategi pengembangan usaha yang lebih efektif dan terarah. Namun demikian, penelitian yang secara kuantitatif mengkaji pengaruh studi kelayakan bisnis terhadap strategi pengembangan usaha, khususnya dengan menggunakan pendekatan multi-aspek kelayakan, masih relatif terbatas. Merujuk jabaran di atas, penelitian tujuannya menganalisis pengaruh studi kelayakan bisnis terhadap strategi pengembangan usaha Fore Coffee. Penelitian harapannya mampu memberi peran akademik dalam pengembangan ilmu manajemen, terutama terkait peran studi kelayakan bisnis dalam perumusan strategi, memberi manfaat praktis untuk pelaku usaha menyusun strategi pengembangan usaha berbasis analisis dan berorientasi pada keberlanjutan.

TINJAUAN TEORITIS

1. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu proses analisis yang dilakukan secara sistematis untuk menilai kelayakan suatu usaha atau proyek sebelum dijalankan atau dikembangkan lebih lanjut. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), studi kelayakan bisnis bertujuan untuk menentukan apakah suatu usaha layak dilaksanakan dilihat dari berbagai aspek yang memengaruhi keberlangsungan usaha tersebut. Studi kelayakan berfungsi sebagai alat bantu manajemen dalam mengurangi risiko kegagalan usaha dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan.

Umar (2015) menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis tidak hanya berfokus pada aspek keuangan, tetapi juga mencakup aspek nonkeuangan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, studi kelayakan bisnis bersifat multidimensional dan harus dilakukan secara komprehensif agar hasil analisis dapat digunakan

sebagai dasar perumusan strategi pengembangan usaha.

Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis

1) Aspek Pasar & Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran menilai potensi pasar, tingkat permintaan, segmentasi, serta strategi pemasaran yang digunakan. Analisis pasar diperlukan untuk mengetahui peluang dan tingkat persaingan usaha (Kotler & Keller, 2016). Aspek ini menjadi dasar dalam menentukan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.

2) Aspek Hukum

Aspek hukum berkaitan dengan legalitas usaha, seperti perizinan, badan hukum, dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), aspek hukum bertujuan untuk memastikan bahwa usaha dijalankan sesuai dengan ketentuan hukum sehingga terhindar dari risiko hukum di masa depan.

3) Aspek Teknis & Operasional

Aspek teknis dan operasional berkaitan dengan lokasi usaha, teknologi yang digunakan, proses produksi, serta kapasitas operasional. Menurut Umar (2015), analisis aspek teknis bertujuan untuk memastikan bahwa usaha dapat dijalankan secara efisien dan efektif dari sisi operasional.

4) Aspek Manajemen

Aspek ini menilai struktur organisasi, sistem manajemen, serta kualitas sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Manajemen yang baik akan mendukung kelancaran operasional dan pencapaian tujuan usaha (Handoko, 2014).

5) Aspek Ekonomi & Sosial

Aspek ekonomi berkaitan dengan kontribusi usaha terhadap perekonomian, seperti peningkatan pendapatan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi lokal. Analisis aspek ekonomi penting untuk menilai manfaat usaha secara makro (Kasmir & Jakfar, 2012). Aspek sosial menilai dampak usaha terhadap masyarakat sekitar, termasuk penyerapan tenaga kerja dan

hubungan sosial dengan lingkungan sekitar. Usaha yang memberikan dampak sosial positif cenderung lebih mudah diterima oleh masyarakat (Umar, 2015).

6) Aspek Keuangan

Aspek keuangan menilai kelayakan usaha dari sisi finansial melalui analisis biaya dan manfaat, arus kas, serta indikator kelayakan investasi seperti NPV, IRR, dan Payback Period. Menurut Husnan dan Suwarsono (2014), aspek keuangan merupakan aspek krusial dalam menentukan kelayakan suatu usaha

7) Aspek Manajemen

Aspek ini menilai struktur organisasi, sistem manajemen, serta kualitas sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Manajemen yang baik akan mendukung kelancaran operasional dan pencapaian tujuan usaha (Handoko, 2014).

8) Aspek Halal & Syariah

Aspek halal dan syariah dalam studi kelayakan bisnis menilai kesesuaian kegiatan usaha dengan prinsip-prinsip syariah Islam, khususnya terkait kehalalan bahan baku, proses produksi, serta sistem transaksi yang digunakan. Penerapan prinsip halal dan syariah bertujuan untuk memastikan bahwa usaha dijalankan secara etis, adil, dan sesuai dengan ketentuan agama (Antonio, 2011). Dalam industri makanan dan minuman, aspek halal memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing usaha. Sertifikasi halal menjadi indikator bahwa produk yang dihasilkan telah memenuhi standar kehalalan dan keamanan yang ditetapkan, sehingga dapat mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Ambali & Bakar, 2014). Oleh karena itu, aspek halal dan syariah perlu dipertimbangkan dalam studi kelayakan bisnis sebagai dasar perumusan strategi pengembangan usaha.

2. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha merupakan bagian dari manajemen strategis yang berfokus pada upaya perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan memperluas kegiatan usaha. Menurut David dan David (2017), strategi pengembangan usaha adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Strategi pengembangan usaha dapat dilakukan melalui berbagai alternatif, seperti penetrasi pasar, pengembangan produk, pengembangan pasar, dan diversifikasi usaha (Ansoff, 1988). Pemilihan strategi yang tepat harus didasarkan pada kondisi internal dan eksternal perusahaan agar strategi yang diterapkan dapat berjalan efektif.

3. Hubungan Studi Kelayakan Bisnis dengan Strategi Pengembangan Usaha

Studi kelayakan bisnis memiliki peran penting dalam mendukung perumusan strategi pengembangan usaha. Hasil studi kelayakan memberikan informasi yang dibutuhkan manajemen dalam menentukan strategi yang sesuai dengan kemampuan perusahaan dan kondisi pasar. Penelitian Kurniawan dan Setiawan (2021) menunjukkan bahwa studi kelayakan bisnis berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pengembangan usaha. Semakin baik penerapan studi kelayakan bisnis, maka semakin tepat strategi pengembangan usaha yang dapat dirumuskan oleh manajemen. Dengan demikian, studi kelayakan bisnis dapat dijadikan sebagai dasar yang kuat dalam pengambilan keputusan strategis untuk pengembangan usaha yang berkelanjutan.

4. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Studi kelayakan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi

pengembangan usaha Fore Coffee.

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara objektif dan terukur melalui data numerik. Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara studi kelayakan bisnis terhadap strategi pengembangan usaha Fore Coffee.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Fore Coffee sebagai objek penelitian. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan November hingga Desember 2025, mulai dari tahap penyusunan instrumen penelitian, pengumpulan data, hingga analisis data.

3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Fore Coffee yang pernah melakukan pembelian dan memiliki pengalaman dalam mengonsumsi produk Fore Coffee. Populasi ini dipilih karena konsumen dinilai mampu memberikan penilaian terkait studi kelayakan bisnis yang tercermin dari kualitas produk, harga, lokasi, dan pelayanan, serta hubungannya dengan strategi pengembangan usaha Fore Coffee.

Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk Fore Coffee.
2. Konsumen yang berusia minimal 17 tahun.
3. Konsumen yang bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 15 responden konsumen Fore Coffee, yang dianggap mampu memberikan informasi yang relevan terkait pengaruh studi kelayakan bisnis terhadap strategi pengembangan usaha Fore Coffee.

4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a) Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner.
- b) Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, laporan perusahaan, serta sumber lain yang relevan dengan topik penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui:

1. Kuesioner, yaitu daftar pertanyaan tertulis yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian dan disebarkan kepada responden.
2. Studi pustaka, yaitu pengumpulan data melalui literatur yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis dan strategi pengembangan usaha.

6. Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu:

1. Variabel independen (X): Studi Kelayakan Bisnis
2. Variabel dependen (Y): Strategi Pengembangan Usaha

7. Definisi Operasional Variabel

Studi kelayakan bisnis (X) dalam penelitian ini diukur melalui sembilan aspek, yaitu:

1. Aspek pasar dan pemasaran
2. Aspek hukum
3. Aspek teknis dan operasional
4. Aspek manajemen dan sumber daya manusia
5. Aspek keuangan
6. Aspek ekonomi
7. Aspek sosial
8. Aspek lingkungan
9. Aspek halal dan syariah

Strategi pengembangan usaha (Y) diukur melalui indikator pertumbuhan usaha, pengembangan produk, perluasan pasar, dan peningkatan daya saing.

8. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert dengan lima tingkat penilaian, yaitu:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

9. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden konsumen serta untuk mengetahui gambaran umum persepsi konsumen terhadap studi kelayakan bisnis dan strategi pengembangan usaha Fore Coffee.

Selanjutnya, analisis kuantitatif digunakan untuk menguji pengaruh studi kelayakan bisnis terhadap strategi pengembangan usaha Fore Coffee. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana, dengan studi kelayakan bisnis sebagai variabel independen (X) dan strategi pengembangan usaha sebagai variabel dependen (Y). Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t, dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Seluruh proses pengolahan data dilakukan dengan

bantuan perangkat lunak statistik.

HASIL & PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Responden Penelitian

Penelitian ini melibatkan sebanyak 15 responden yang merupakan konsumen Fore Coffee dan memenuhi kriteria purposive sampling yang telah ditetapkan. Karakteristik responden menjadi penting untuk dianalisis karena dapat memberikan gambaran awal mengenai latar belakang konsumen yang memberikan penilaian terhadap studi kelayakan bisnis dan strategi pengembangan usaha Fore Coffee. Menurut Sugiyono (2018), analisis karakteristik responden bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh berasal dari subjek yang relevan dengan tujuan penelitian. Mayoritas responden berada pada usia produktif (≥ 17 tahun), yang secara umum memiliki tingkat konsumsi tinggi terhadap produk minuman kopi modern. Kelompok usia ini dinilai memiliki kemampuan rasional dalam mengevaluasi aspek harga, kualitas produk, serta strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan. Dengan demikian, data yang diperoleh dari responden dianggap mampu merepresentasikan persepsi konsumen terhadap kelayakan bisnis Fore Coffee.

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Suatu item pernyataan dikatakan valid apabila memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total variabel (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil pengujian, seluruh item pernyataan dalam kuesioner menunjukkan nilai korelasi yang memenuhi kriteria validitas, sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel studi kelayakan bisnis dan strategi pengembangan usaha berada di atas batas minimum 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dan reliabel untuk digunakan dalam pengumpulan data (Hair et al., 2014).

3. Analisis Deskriptif Persepsi Responden

3.1 Persepsi terhadap Studi Kelayakan Bisnis

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian positif terhadap studi kelayakan bisnis Fore Coffee. Aspek pasar dan pemasaran, khususnya indikator harga, memperoleh skor rata-rata tertinggi dibandingkan aspek lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa harga menjadi pertimbangan utama konsumen dalam menilai kelayakan usaha Fore Coffee. Menurut Kotler dan Keller (2016), harga merupakan satu-satunya elemen dalam marketing mix yang secara langsung menghasilkan pendapatan dan sangat sensitif terhadap perubahan persepsi konsumen. Oleh karena itu, persepsi positif terhadap harga mencerminkan bahwa strategi penetapan harga Fore Coffee dinilai sesuai dengan kualitas produk dan daya beli konsumen. Selain aspek pasar, responden juga menunjukkan persepsi yang cukup baik terhadap aspek manajemen dan sumber daya manusia serta aspek teknis dan operasional. Hal ini terlihat dari konsistensi pelayanan, kualitas produk, dan sistem operasional yang relatif stabil. Sementara itu, aspek halal dan

syariah turut memberikan kontribusi positif dalam membentuk citra usaha, mengingat preferensi konsumen Indonesia terhadap produk yang memiliki jaminan kehalalan (Ambali & Bakar, 2014).

3.2 Persepsi terhadap Strategi Pengembangan Usaha

Variabel strategi pengembangan usaha diukur melalui indikator pertumbuhan usaha, pengembangan produk, perluasan pasar, dan peningkatan daya saing. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden menilai Fore Coffee memiliki potensi pengembangan usaha yang baik, terutama dalam hal perluasan pasar dan peningkatan daya saing. Hal ini tercermin dari

keberadaan Fore Coffee di berbagai lokasi strategis serta inovasi produk yang dilakukan secara berkala. Menurut David (2011), strategi pengembangan usaha merupakan upaya sistematis perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi kompetitifnya di pasar. Persepsi positif konsumen terhadap strategi ini menunjukkan bahwa Fore Coffee dinilai mampu menyesuaikan diri dengan dinamika pasar dan kebutuhan konsumen.

4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh studi kelayakan bisnis terhadap strategi pengembangan usaha Fore Coffee. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel studi kelayakan bisnis memiliki koefisien regresi bernilai positif. Hal ini berarti bahwa peningkatan persepsi konsumen terhadap studi kelayakan bisnis akan diikuti oleh peningkatan persepsi terhadap strategi pengembangan usaha. Secara statistik, nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis berpengaruh signifikan terhadap strategi pengembangan usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa kelayakan suatu usaha, khususnya yang tercermin melalui aspek pasar dan harga, menjadi dasar penting dalam perumusan strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan.

5. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, sehingga hipotesis alternatif diterima. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *studi kelayakan bisnis berpengaruh terhadap strategi pengembangan usaha Fore Coffee* dapat diterima secara empiris.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Kurniawan dan Setiawan (2021) yang menyatakan bahwa hasil studi kelayakan bisnis dapat menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan strategis, khususnya dalam menentukan arah pengembangan usaha dan alokasi sumber daya perusahaan.

6. Pembahasan

6.1 Peran Aspek Pasar (Harga) dalam Studi Kelayakan Bisnis

Dalam konteks penelitian ini, aspek pasar yang diwakili oleh indikator harga menjadi fokus utama analisis kuantitatif. Harga memiliki peran strategis dalam menentukan persepsi konsumen terhadap nilai produk serta keberlanjutan usaha. Menurut Monroe (2003), persepsi harga yang adil dan sesuai dengan manfaat produk akan meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat loyalitas.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap harga Fore Coffee berkontribusi terhadap strategi pengembangan usaha, seperti keputusan ekspansi, inovasi produk, dan peningkatan daya saing. Hal ini menegaskan bahwa aspek pasar, khususnya harga, merupakan elemen kunci dalam studi kelayakan bisnis yang berdampak langsung pada strategi perusahaan.

6.2 Studi Kelayakan Bisnis sebagai Landasan Strategi Pengembangan

Meskipun pengujian kuantitatif difokuskan pada aspek pasar, pembahasan terhadap sembilan aspek studi kelayakan bisnis tetap relevan sebagai kerangka evaluasi menyeluruh. Umar (2015) menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis berfungsi sebagai alat analisis untuk menilai kelayakan suatu usaha dari berbagai dimensi, baik internal maupun eksternal.

Aspek hukum memberikan kepastian operasional usaha, aspek teknis dan operasional menjamin kelancaran proses produksi dan distribusi, sementara aspek keuangan memastikan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan. Aspek sosial, ekonomi, lingkungan, serta halal dan syariah memperkuat legitimasi usaha di mata masyarakat dan konsumen. Dengan demikian, strategi pengembangan usaha yang efektif tidak dapat dilepaskan dari hasil evaluasi menyeluruh terhadap seluruh aspek studi kelayakan bisnis.

7. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan implikasi akademis dan praktis. Secara akademis, penelitian ini memperkuat teori bahwa aspek pasar, khususnya harga, merupakan faktor penting dalam studi kelayakan bisnis yang memengaruhi strategi pengembangan usaha. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen Fore Coffee dalam menyusun strategi harga yang kompetitif dan berkelanjutan, sekaligus tetap memperhatikan aspek lain dalam studi kelayakan bisnis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis memiliki peranan penting dalam mendukung strategi pengembangan usaha Fore Coffee. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa studi kelayakan bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap strategi pengembangan usaha. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji hipotesis (uji t) yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, sehingga hipotesis alternatif dalam penelitian ini dapat diterima. Secara empiris, pengujian kuantitatif dalam penelitian ini difokuskan pada aspek pasar, khususnya strategi harga sebagai bagian dari bauran pemasaran (marketing mix). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap harga Fore Coffee berada pada kategori baik, yang mencerminkan kesesuaian antara harga, kualitas produk, dan manfaat yang diterima konsumen. Strategi harga yang tepat terbukti berkontribusi dalam mendukung strategi pengembangan usaha, terutama dalam meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan industri kopi yang semakin kompetitif.

Selain aspek pasar, analisis deskriptif terhadap delapan aspek studi kelayakan bisnis lainnya menunjukkan bahwa Fore Coffee secara umum telah memenuhi kriteria kelayakan usaha. Aspek hukum menunjukkan bahwa perusahaan telah memiliki legalitas dan perizinan

yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Aspek teknis dan operasional serta aspek manajemen dan sumber daya manusia menunjukkan bahwa Fore Coffee memiliki sistem operasional dan pengelolaan sumber daya yang relatif baik dan terstruktur. Dari sisi keuangan, usaha ini dinilai memiliki potensi keberlanjutan yang didukung oleh strategi pemasaran dan operasional yang efektif. Lebih lanjut, aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan menunjukkan bahwa aktivitas usaha Fore Coffee memberikan kontribusi positif, baik bagi masyarakat sekitar maupun perekonomian secara umum, serta telah memperhatikan dampak lingkungan dalam kegiatan operasionalnya. Selain itu, penerapan aspek halal dan syariah turut menjadi nilai tambah bagi perusahaan, Mengingat pentingnya jaminan kehalalan produk dalam membangun kepercayaan konsumen, khususnya di Indonesia. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis yang diterapkan secara komprehensif, dengan aspek pasar khususnya strategi harga sebagai faktor dominan, mampu menjadi dasar yang kuat dalam perumusan strategi pengembangan usaha Fore Coffee. Penelitian ini menegaskan bahwa pengambilan keputusan strategis yang didasarkan pada hasil studi kelayakan bisnis tidak hanya mendukung pertumbuhan usaha, tetapi juga mendorong keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's awareness on halal foods and products: Potential issues for policy-makers. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 121, 3–25.
- Ansoff, H. I. (1988). *Corporate Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Antonio, M. S. (2011). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach*. Pearson Education.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education.
- Handoko, T. H. (2014). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Husnan, S., & Suwarsono. (2014). *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kasmir, & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P., &
- Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, A., & Setiawan, R. (2021). Pengaruh studi kelayakan bisnis terhadap pengambilan keputusan pengembangan usaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 115–126.
- Monroe, K. B. (2003). *Pricing: Making Profitable Decisions*. McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis: Manajemen, Metode, dan Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama