

ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA KEDAI KOPI STUDI PADA *NYCTOPHILY COFFEE*

Qeis Rikza Aulia, Idris

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

The Business Plan for Nyctophily Coffee was developed to evaluate the feasibility of the business. This plan helps the owner determine whether the business is viable. The analysis encompasses various aspects including financial, market and marketing, management, human resources, operational, environmental, social and cultural, and legal considerations. The financial analysis specifically focuses on financial sensitivity, incorporating metrics such as Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period, and Benefit-Cost (B/C) ratio. The data collection methods used are observation and literature study. The explanation of the results obtained in this research uses a descriptive approach to elaborate on each finding that emerges during the research process. Nyctophily Coffee is feasible to run and can withstand future conditions.

Keywords : *Business Plan, Nyctophily Coffee*

PENDAHULUAN

Kopi adalah salah satu produk penting di pasar komoditas, yang berperan dalam perekonomian lebih dari 70 negara berkembang, Kopi sebagai komoditas juga berpartisipasi dalam pendapatan negara serta menciptakan jutaan pekerjaan di seluruh dunia (Gois et al., 2022)

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia. Menurut data dari International Coffee Organization (2020), Indonesia menempati posisi 4 penghasil kopi terbesar dengan hasil 11,95 juta karung. Sementara itu, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa Indonesia menghasilkan 789 ribu ton biji kopi pada tahun 2023 dengan Sumatera Selatan sebagai daerah penyumbang terbesar.

Kebiasaan mengonsumsi kopi telah menjadi elemen yang tak terpisahkan dari rutinitas harian masyarakat Indonesia.. Dari generasi yang lebih tua hingga generasi milenial, semua lapisan masyarakat menikmati berbagai jenis olahan kopi. Berdasarkan informasi dari International Coffee Organization (ICO), terdapat peningkatan konsumsi kopi di Indonesia sebesar 44% dalam rentang waktu sepuluh tahun (2009 – 2019), dan pada tahun 2019 hingga 2020, konsumsi kopi per kapita mencapai 1,5 kg.

Selain itu, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa konsumsi kopi domestik Indonesia pada periode 2021/2022 mencapai 6,327 juta kantong dengan ukuran 60 kilogram, yang merupakan peningkatan dari periode sebelumnya yang hanya mencapai 5,993 juta kantong berukuran 60 kg.

Tabel 1. 1 Konsumsi Kopi Indonesia 2019 – 2023

Tahun	Berat (per kantong 60kg)
2019	5,125 juta
2020	5,993 juta
2021	6,166 juta
2022	6,327 juta
2023	6,210 juta

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Meningkatnya konsumsi kopi juga tidak terlepas dari gaya masyarakat Indonesia yang gemar berkumpul dan bercengkerama. Konsumsi kopi yang semakin besar memicu pertumbuhan kedai kopi di Indonesia. Berdasarkan International Coffee Organization (2017), remaja di Indonesia sering menghabiskan waktu di kedai kopi pilihan mereka, baik yang bergaya modern maupun yang tradisional. Kedai kopi yang bersifat tradisional umumnya dikenal dengan sebutan warung kopi, atau disingkat warkop. (Nurikhsan et al., 2017)

Nyctophily Coffee Brewery didirikan pada tahun 2017 dengan konsep “kopi siap minum” dengan kemasan botol. Kemudian berkembang menjadi kedai kopi yang mulai beroperasi pada tanggal 23 Januari 2019 berlokasi di Jl. Tembalang Selatan IV no 2 Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang. Nyctophily Coffee Brewery mengusung konsep workspace atau tempat kerja dengan segmentasi pasar yaitu mahasiswa dan pekerja kantor di daerah Semarang atas terutama Kecamatan Banyumanik dan Tembalang.

Analisis SWOT merupakan suatu metode yang sistematis untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang berpengaruh dalam merumuskan strategi perusahaan. Metode ini berfokus pada memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities), sekaligus berupaya untuk meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). (Astuti & Ratnawati, 2020) Analisis SWOT yang dinamis dan korelatif memberikan peluang kepada perusahaan untuk menemukan peran kompetitifnya dalam lingkungan internal dan eksternal yang dinamis yang tidak mudah dipengaruhi oleh kompetitor (Vlados, 2019).

Berikut analisis usaha Nyctophily Coffee Brewery dengan menggunakan Matriks IFAS dan EFAS :

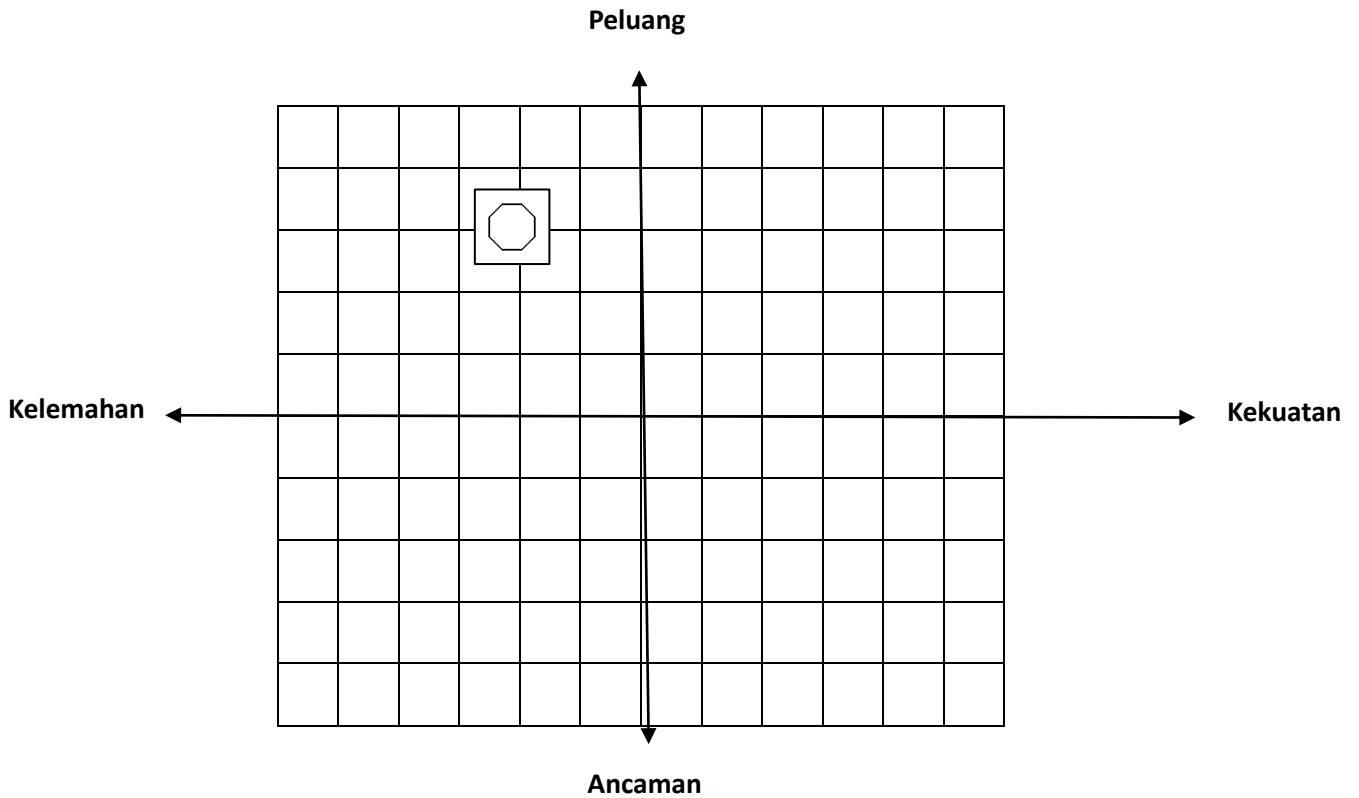
Tabel 1. 2 Matriks IFAS

Faktor	Bobot	Rating	Score
Strength			
1. Lokasi yang nyaman untuk bekerja/ belajar	0,3	4	1,2
2. Menggunakan biji kopi dengan kualitas Grade A	0,3	4	1,2
3. Memiliki berbagai macam makanan ringan	0,2	3	0,6
Total	0,8	11	3
Weakness			
1. Kurangnya lahan parkir	0,2	3	0,6
2. Kapasitas kursi yang tidak banyak	0,3	4	1,2
3. Tidak memiliki sajian makanan berat	0,1	2	0,2
4. Tampilan platform ojek online kurang menarik	0,3	4	1,2
5. Hanya memiliki 1 kamar kecil atau toilet	0,1	2	0,2
Total	1	15	3,4

Tabel 1. 3 Matriks EFAS

Faktor	Bobot	Rating	Score
Opportunities			
1. Kebiasaan kuliner dan minum kopi masyarakat	0,4	4	1,6
2. Jumlah mahasiswa dan pelajar yang semakin banyak	0,5	4	2
3. Penyelenggaraan Event dan Bazaar	0,1	2	0,2
Total	1	10	3,8
Threats			
1. Kompetitor lokal semakin banyak	0,6	3	1,8
2. Tren customer mengonsumsi kopi di rumah	0,4	3	1,2
Total	1	6	3

Diperoleh hasil $X = -0,4$ dan $Y = 0,8$ dengan Diagram SWOT sebagai berikut



Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, ditemukan bahwa usaha Nyctophily Coffee Brewery berada di kuadran 2 yang berarti masih banyak kelemahan meskipun juga ditemukan banyak potensi. Bagi suatu organisasi, pemahaman terhadap kelemahan yang dimiliki sama pentingnya dengan pemahaman terhadap kekuatan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa tidak ada strategi yang dapat dikembangkan berdasarkan kelemahan. Kelemahan yang dapat menyebabkan inefisiensi dan ketidakefektifan dalam organisasi harus diidentifikasi dan diperbaiki. (Gürel, 2017). Strategi yang dapat dilakukan adalah Turn around atau Stabilisasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Bisnis

Menurut (Kasmir, 2015), Bisnis merupakan sebuah usaha yang dijalankan dengan tujuan utama untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan ini dapat digunakan untuk reinvestasi, pengembangan usaha, pembagian dividen kepada pemilik, atau tujuan lainnya.

Kegiatan bisnis dapat berlangsung dalam berbagai ukuran, mulai dari usaha mikro yang dikelola oleh perorangan hingga korporasi multinasional yang beroperasi di banyak negara. Terdapat pula beragam jenis bisnis, termasuk perdagangan, produksi, layanan, serta bisnis berbasis digital.

Teori Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan sebuah konsep dan mindset yang menghasilkan usaha baru dan peluang ekonomi melalui pendekatan yang disiplin dan kreatif (Diandra & Azmy, 2020) Kewirausahaan adalah bagian dari bisnis. Organisasi bisnis yang sehat didukung oleh kemampuan wirausaha yang mampu untuk beradaptasi dan berubah. Menurut (Ballesteros-Ruiz et al., 2019), ada 4 jenis kewirausahaan :

1. Kewirausahaan Tradisional dalam Usaha Kecil dan Menengah
Usaha-usaha ini melayani pasar lokal dengan menawarkan produk dan jasa dalam skala kecil, dan di mana pemilik, keluarganya atau sekelompok mitra memegang kendali dan pengambil keputusan.
2. Perusahaan Berbasis Teknologi yang Dapat Diskalakan (Startup)
Kewirausahaan ini mencari jangkauan global, pasar global dengan komponen berbasis teknologi.

3. Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan yang mencari solusi berkelanjutan secara komersial dan berusaha untuk memecahkan masalah sosial. Dengan berbagai kepemilikan dan pembiayaan yang beragam berupa nirlaba, mencari laba, donor/filantropi, dan bertanggung jawab secara sosial.

4. Intrapreneurship

Perusahaan-perusahaan besar yang sudah mapan menggabungkan strategi untuk mengembangkan proyek, produk, layanan, atau peluang bisnis baru yang dikembangkan dalam perusahaan oleh karyawan proaktif yang memiliki sikap yang sama terhadap terhadap peluang, risiko, dan ketidakpastian sebagai wirausahawan.

Rencana Bisnis

Perencanaan bisnis terdiri dari berbagai kegiatan yang dapat dilakukan oleh pengusaha secara keseluruhan atau hanya sebagai bagian dari proses perencanaan bisnis (Welter et al., 2021). Pengusaha yang menyusun rencana bisnis dapat menggunakannya untuk berbagai hal seperti bekerja sama dengan investor, menemukan pelanggan baru, atau hanya sekedar mempelajari bagaimana mengoperasikan usaha mereka dengan lebih efisien dan efektif.

Tujuan dari rencana bisnis adalah untuk mendefinisikan perusahaan dan menjelaskan secara rinci bagaimana perusahaan akan berfungsi dalam lingkungan pasar yang ada. Ini adalah praktik umum untuk menggunakan strategi perusahaan untuk tujuan internal dan eksternal. Perusahaan baru atau usaha kecil harus memiliki rencana bisnis jika mereka ingin mendapatkan dana dari sumber luar (Baa, 2022). Berikut Aspek aspek dalam bisnis menurut (Kasmir, 2015) :

1. Aspek Pasar dan Pemasaran: Menganalisis pasar, segmentasi, dan strategi pemasaran. Pasar meliputi permintaan dan penawaran, harga, segmentasi pasar, konsumen, dan persaingan. Di sisi lain, pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk mempromosikan dan menjual produk atau jasa kepada konsumen.

2. Aspek Teknik Operasi: Mengevaluasi proses operasional yang akan dijalankan. Teknik Produksi mencakup berbagai elemen yang terlibat dalam proses pembuatan barang atau penyediaan jasa secara efisien dan efektif. Ini meliputi perencanaan dan pengendalian produksi, yang bertujuan untuk memastikan serta mengawasi proses produksi agar berjalan sesuai jadwal dan dalam batas anggaran yang ditetapkan. Selain itu, pemilihan teknologi dan peralatan yang tepat sangat penting untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk.

3. Aspek Manajemen SDM: Memperhatikan struktur organisasi, manajemen, dan sumber daya manusia. Aspek utama manajemen SDM meliputi perencanaan tenaga kerja, yang melibatkan penentuan kebutuhan jumlah dan jenis karyawan untuk mendukung operasi bisnis. Rekrutmen dan seleksi bertujuan untuk menarik dan melakukan seleksi kandidat yang paling sesuai untuk posisi yang ada. Pengembangan karyawan melalui pelatihan dan pendidikan berkelanjutan sangat penting untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi mereka. Manajemen kinerja dilakukan melalui penilaian kinerja rutin, yang membantu mengidentifikasi pencapaian dan area yang memerlukan perbaikan.

4. Aspek Ekonomi dan Sosial: Mengidentifikasi dampak ekonomi dan sosial dari usaha atau investasi. Aspek ekonomi mencakup elemen-elemen yang mempengaruhi produksi, distribusi, dan konsumsi barang serta jasa, termasuk pertumbuhan ekonomi. Serta dalam aspek sosial melibatkan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas hidup dan hubungan dalam masyarakat, seperti demografi, kesehatan, pendidikan, dan nilai-nilai budaya.

5. Aspek Keuangan: Menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan, termasuk aliran kas (cash flow), laporan keuangan, dan analisis finansial. Meliputi perencanaan keuangan, yang bertujuan untuk menetapkan tujuan keuangan jangka pendek dan panjang serta strategi untuk mencapainya. Penganggaran adalah proses penting yang mengalokasikan sumber daya ke berbagai bagian organisasi untuk memastikan operasi yang efisien. Analisis keuangan menggunakan laporan keuangan seperti neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas untuk mengevaluasi kinerja dan kesehatan finansial.

6. Aspek Hukum: Memeriksa peraturan dan ketentuan hukum yang berlaku terkait dengan usaha atau investasi yang akan dilakukan. mencakup semua peraturan, undang-undang, dan ketentuan yang mengatur perilaku individu, organisasi, dan masyarakat. Ini meliputi kepatuhan terhadap undang-

undang yang berlaku, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional, untuk memastikan operasional bisnis berjalan sesuai dengan hukum

7. Aspek Lingkungan: Menilai dampak lingkungan yang mungkin timbul. Aspek lingkungan dalam usaha kecil melibatkan upaya untuk mengurangi dampak negatif terhadap ekosistem sambil menjalankan operasi bisnis sehari-hari. Usaha kecil dapat mengelola sumber daya alam secara berkelanjutan dengan menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan dan mengurangi penggunaan energi melalui praktik hemat energi. Pengendalian polusi dan pengelolaan limbah menjadi penting, di mana usaha kecil dapat menerapkan sistem daur ulang dan pengelolaan limbah yang efisien untuk mengurangi jejak lingkungan mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan penelitian observasional. Metode observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan menilai secara teliti serta langsung di lokasi penelitian, bertujuan untuk memahami kondisi yang ada, yang selanjutnya digunakan untuk mengonfirmasi validitas dari desain penelitian yang sedang dilaksanakan.

Observasi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu secara langsung dan tidak langsung. Observasi langsung terjadi ketika pengamat menyaksikan peristiwa secara langsung pada saat peristiwa tersebut berlangsung. Sebaliknya, observasi tidak langsung melibatkan pengamatan dari jarak jauh, yang bergantung pada informasi dari orang lain atau rekaman peristiwa yang telah terjadi sebelumnya, seperti dokumentasi atau video. Berdasarkan tingkat keterlibatan pengamat, observasi langsung dapat dibedakan menjadi observasi partisipan dan non-partisipan. (Ciesielska et al., 2017)

Penyusunan rencana bisnis strategis memerlukan penerapan berbagai metode atau analisis data teknis untuk mengidentifikasi langkah-langkah, peluang, tujuan, dan strategi yang akan dirumuskan guna mencapai tujuan penelitian ini. Metode analisis yang berhubungan dengan perencanaan kegiatan fungsional meliputi berbagai aspek, antara lain pasar, pemasaran, operasi, sumber daya manusia, keuangan, manajemen, dan juga aspek legalitas.

Data yang dikumpulkan melalui metode survei, analisis, dan wawancara, selanjutnya dianalisis untuk memperoleh data primer yang lebih mendalam dan akurat. Data sekunder yang diperoleh dari kajian pustaka akan berfungsi sebagai dukungan bagi data primer dalam proses perancangan dan penyusunan rencana bisnis Nyctophily Coffee Brewery. Metode analisis SWOT diterapkan untuk mengidentifikasi berbagai faktor dan menjelaskan kondisi yang dihadapi oleh perusahaan, dengan fokus pada perencanaan strategis yang bertujuan untuk memaksimalkan faktor internal, yaitu kekuatan dan peluang, serta meminimalkan faktor eksternal, terutama kelemahan dan ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nyctophily Coffee Brewery merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang berfokus pada kopi. Nyctophily Coffee mengusung konsep workspace coffee shop yang menyediakan area bekerja serta minuman kopi. Olahan minuman kopi disertai informasi mengenai kopi tersebut agar konsumen mengetahui dan lebih mengapresiasi kopi yang diminumnya. Hal tersebut diharapkan akan membantu keberlangsungan industri kopi Indonesia.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Nyctophily Coffee Brewery memiliki peluang pasar dan segmentasi yang cukup lebar. Berlokasi di Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang yang memiliki beberapa perguruan tinggi. Target pasar yang dituju adalah Mahasiswa dan Pekerja yang berusia 18 – 30 tahun. Banyumanik, sebagai salah satu kecamatan di Semarang, memiliki potensi besar untuk mendirikan usaha kopi. Dengan jumlah penduduk yang terus bertambah dan banyaknya mahasiswa serta pekerja di kawasan ini, permintaan akan tempat nongkrong yang nyaman semakin tinggi.

Selain itu, Banyumanik juga dikenal sebagai area yang berkembang dengan infrastruktur yang semakin baik, membuatnya lebih mudah diakses. Potensi pasar dari kalangan anak muda, pekerja kantoran, hingga keluarga memberikan peluang besar untuk bisnis kopi yang kreatif dan inovatif. Keberadaan kampus dan perkantoran di sekitar Banyumanik juga mendukung adanya kebutuhan akan kedai kopi yang bisa menjadi tempat bersosialisasi atau bekerja.

Nyctophily Coffee Brewery melakukan pemasaran melalui social media Instagram dan TikTok dengan cara membuat konten rutin yang menarik dan sesuai tren, namun tetap sesuai identitas dan branding. Iklan juga dilakukan secara rutin sesuai kebutuhan untuk membantu meningkatkan penjualan. Penjualan menggunakan dua saluran distribusi utama dalam menjual produknya. Pertama, melalui direct selling, di mana pelanggan dapat langsung membeli kopi di kedai, memberikan pengalaman interaksi personal dan memastikan kualitas layanan yang optimal. Kedua, melalui platform ojek online, dengan cara memanfaatkan layanan seperti GrabFood dan GoFood untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dengan kemudahan pemesanan dan pengiriman.

Aspek Teknik Produksi

Lokasi usaha Nyctophily Coffee Brewery berada di Jl. Tembalang Selatan IV No. 2 Kelurahan Pedalangan, Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang, di mana lokasi tersebut sangat strategis karena berdekatan dengan beberapa perguruan tinggi dengan potensi pasar yang besar.

Kegiatan operasional mencakup berbagai fungsi yang dilakukan oleh perusahaan, termasuk produksi, penjualan, dan pemasaran produk atau barang. Aktivitas ini merupakan bagian integral dari usaha bisnis untuk menjual produk, meraih keuntungan, serta menjaga keberlangsungan operasional perusahaan. Aktivitas operasi ini melibatkan berbagai aspek yang memastikan perusahaan berjalan dengan lancar dan menghasilkan arus kas yang diperlukan.

Peralatan dalam sebuah kedai kopi memiliki peran vital dalam mendukung operasional dan kualitas produk. Mesin espresso adalah jantung dari coffee shop, digunakan untuk mengekstraksi kopi dengan sempurna. Penggiling kopi memastikan konsistensi dan kehalusan biji kopi yang dihasilkan, sementara steamer susu membantu dalam pembuatan minuman kopi berbasis susu. Secara keseluruhan, peralatan ini adalah investasi penting yang memungkinkan barista untuk menyajikan minuman dan makanan dengan kualitas tinggi kepada pelanggan.

Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia memegang peranan penting dalam keberhasilan sebuah kedai kopi. setiap individu dalam tim membentuk inti dari pengalaman pelanggan. Barista tidak hanya mempersiapkan minuman yang lezat, tetapi juga bertindak sebagai duta merek yang melayani pelanggan dengan hangat.

Saat ini, Nyctophily Coffee memiliki 5 orang barista paruh waktu. Barista baru terutama yang belum memiliki pengalaman akan menjalani pelatihan dan probation selama kurang lebih 1 minggu.

Pelatihan barista baru merupakan langkah penting untuk memastikan setiap anggota tim memiliki keterampilan dan pengetahuan yang tepat dalam menyajikan kopi berkualitas. Dalam pelatihan ini, para barista akan belajar tentang dasar-dasar pembuatan espresso, teknik menyeduh manual, serta seni latte. Selain itu, pelatihan juga mencakup pemahaman mendalam tentang karakteristik biji kopi, cara penggunaan mesin kopi, hingga pelayanan yang ramah kepada pelanggan.

Aspek Keuangan

Dalam penelitian ini, usaha Nyctophily Coffee direncanakan berlangsung selama lima tahun, sehingga analisis pendapatan dan pengeluaran hanya mencakup periode tersebut. Sumber pembiayaan untuk bisnis ini sepenuhnya berasal dari modal sendiri, yaitu 100%.

Tabel 4. 1 Kebutuhan Biaya Operasional

No	Jenis Biaya	Nilai (Rp)
1	Bahan Baku	144.000.000
2	Biaya Tenaga Kerja	45.000.000
3	Biaya Utilitas (Listrik & Wifi)	26.196.000
4	Biaya Pemasaran	6.000.000
5	Biaya Pengiriman	6.000.000
	Jumlah Biaya	227.196.000,00
	Biaya Operasional per bulan	18.933.000

Sumber : Data Olahan Penulis (2024)

Diasumsikan Nyctophily Coffee dapat menjual 16.000 cup minuman dalam kurun waktu 1 tahun. Harga produk minuman berkisar antara 20.000 – 25.000 dengan rata-rata 23.000 per cup sehingga diestimasikan Nyctophily Coffee dapat memperoleh pendapatan sebesar 368.000.000 per tahun dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Proyeksi Pendapatan

No	Pendapatan	Satuan	Nilai / tahun
1	Harga Jual per produk	Rupiah	23.000
2	Jumlah Produksi per tahun	Pcs	16.000
	Total Omzet	Rupiah	368.000.000

Sumber : Data Olahan Penulis (2024)

Harga Pokok Penjualan (HPP) merujuk pada jumlah total pengeluaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam proses produksi dan penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu. HPP mencakup seluruh biaya langsung yang berhubungan dengan kegiatan produksi, seperti biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik. Berikut rincian dari Harga Pokok Penjualan Nyctophily Coffee :

Tabel 4. 3 Harga Pokok Penjualan

No	Uraian	Satuan	Nilai
1	Biaya Operasional	Rupiah	227.196.000
2	Biaya Lain Lain	Rupiah	5.000.000
	HPP Per Tahun	Rupiah	232.196.000
	Jumlah Produk Per Tahun	Pcs	16.000
	HPP Per Produk	Rupiah	14.512

Sumber : Data Olahan Penulis (2024)

Proyeksi laba rugi adalah perkiraan atau prediksi mengenai pendapatan, biaya, dan laba (atau rugi) yang diharapkan dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode waktu tertentu di masa depan. Proyeksi ini biasanya disusun berdasarkan data historis, tren pasar, rencana strategis, dan asumsi-asumsi lainnya.

Proyeksi laba rugi juga terdapat presentase profit margin yang dapat digunakan untuk mengetahui dan menentukan efisiensi usaha dalam mengelola biaya dan menghasilkan laba. Berikut rincian dari proyeksi laba rugi Nyctophily Coffee :

Tabel 4. 4 Proyeksi Laba Rugi

No	Uraian	Satuan	Nominal
1	Pendapatan	Rupiah	368.000.000
2	Pengeluaran		
	a. Biaya Operasional	Rupiah	227.196.000
	b. Penyusutan	Rupiah	10.880.000
	Jumlah	Rupiah	238.076.000
3	Laba Sebelum Pajak (EBT)	Rupiah	129.924.000
	PPH Final	Rupiah	12.992.400
4	Laba Bersih (EAT)	Rupiah	116.931.600
	Profit Margin %	Persen	35,31

Sumber : Data Olahan Penulis (2024)

Break-Even Point (BEP) merupakan kondisi di mana total pendapatan yang diperoleh perusahaan sebanding dengan total biaya yang dikeluarkan, sehingga perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. Dengan demikian, BEP dapat diartikan sebagai jumlah minimum unit produk yang perlu dijual atau jumlah minimum pendapatan yang harus diraih untuk menutupi seluruh biaya tetap dan variabel.

Tabel 4. 5 Break-Even Point

No	Uraian	Satuan	Nominal
1	Biaya Tetap		
	Biaya Tenaga Kerja	Rupiah	45.000.000
	Biaya Wifi	Rupiah	7.656.000
	Total Biaya Tetap	Rupiah	52.656.000
2	Biaya Variabel		
	Biaya Bahan Baku	Rupiah	144.000.000
	Biaya Listrik	Rupiah	18.000.000
	Biaya Pemasaran	Rupiah	6.000.000
	Biaya Pengiriman	Rupiah	6.000.000
	Total Biaya Variabel	Rupiah	174.000.000
	Total Biaya Variabel per Unit	Rupiah	10.875
	BEP dalam Produk	Unit	4842
BEP dalam Rupiah	Rupiah	111.364.414	

Sumber : Data Olahan Penulis (2024)

Arus kas merupakan aliran uang masuk dan keluar dari sebuah bisnis atau proyek selama periode tertentu. Ini mencerminkan kemampuan usaha untuk menghasilkan kas dari operasionalnya dan bagaimana kas tersebut digunakan. Arus kas yang sehat penting untuk memastikan usaha tersebut dapat memenuhi kewajiban jangka pendek, mendukung pertumbuhan di masa depan, serta dapat menunjukkan apakah usaha tersebut dapat dijalankan atau tidak.

Berdasarkan hasil penghitungan proyeksi arus kas dan analisis sensitivitas, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 6 Tabel Rekapitulasi Analisis Keuangan

	Normal	Asumsi 1	Asumsi 2	Asumsi 3
NPV	670.360.000	133.060.000	321.066.000	227.063.000
IRR	46%	11%	25%	18%
PP	1,5	2,2	1,9	2,1
BCR	1,39	1,27	1,28	1,28

Usaha ini menunjukkan variasi hasil keuangan berdasarkan berbagai asumsi yang diterapkan. Skenario normal adalah yang paling menguntungkan, sedangkan Asumsi 1 menunjukkan hasil yang paling konservatif namun tetap positif. Asumsi 2 dan Asumsi 3 memberikan hasil yang moderat namun tetap layak. Secara keseluruhan, proyek ini tampak menguntungkan dengan NPV positif, IRR yang kompetitif, dan BCR di atas 1 dalam semua asumsi. Dapat disimpulkan bahwa usaha Nyctophily Coffee dapat dijalankan.

Aspek Hukum

Legalisasi usaha bagi UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) memiliki beberapa tujuan penting yang sangat bermanfaat bagi perkembangan dan keberlanjutan usaha. Nyctophily Coffee Brewery melakukan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui laman situs OSS dan pendaftaran NPWPD hotel dan restoran melalui website pemerintah kota Semarang.

Aspek Lingkungan

Kedai kopi dapat menjadi pusat berkumpulnya komunitas, mendorong interaksi antarindividu, serta menciptakan ruang bagi diskusi dan kolaborasi kreatif. Kehadirannya juga berpotensi meningkatkan ekonomi lokal dengan menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Dari sisi lingkungan, kedai kopi yang berkomitmen pada praktik berkelanjutan dapat membantu mengurangi jejak karbon, misalnya dengan menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan, meminimalisir penggunaan plastik, dan mendukung petani kopi lokal melalui pembelian biji kopi yang bersertifikasi fair trade atau organik. Dengan demikian, kedai kopi tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga sebagai bagian dari upaya mendukung keberlanjutan sosial dan lingkungan.

Dampak ekonomi dari dibangunnya kedai kopi Nyctophily Coffee adalah sebagai berikut :

1. Sumber penghasilan tambahan bagi mahasiswa atau penduduk setempat dengan menyediakan peluang kerja baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti barista, staf kebersihan, atau pemasok bahan baku.
2. Mendorong pertumbuhan bisnis lain di sekitarnya, seperti toko roti, tukang kopi lokal, atau komunitas dengan cara berkolaborasi.
3. Menjadi tempat berkumpul dan berinteraksi bagi mahasiswa dan masyarakat setempat, serta bisa menjadi wadah untuk menggelar acara atau pertemuan komunitas.
4. Meningkatkan kesadaran tentang kopi, menjadi tempat di mana orang dapat belajar lebih banyak tentang kopi, termasuk asal usulnya, proses pengolahan, dan budaya seputar minuman tersebut. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mendukung industri kopi berkelanjutan

KESIMPULAN

Potensi usaha kopi di Semarang sangatlah besar, didukung oleh tren konsumsi kopi yang terus meningkat serta gaya hidup masyarakat urban yang semakin gemar untuk beraktivitas di kedai. Semarang, sebagai kota besar dan pusat perdagangan di Jawa Tengah, menawarkan pasar yang luas dan beragam. Banyaknya perguruan tinggi dan kantor-kantor besar turut mendorong pertumbuhan bisnis kopi, karena mahasiswa dan pekerja kantoran sering mencari tempat untuk bersantai atau bekerja sambil menikmati secangkir kopi.

Usaha Nyctophily Coffee memiliki potensi berkembang setelah melihat dan menganalisis beberapa aspek seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik produksi, aspek sumber daya manusia, aspek keuangan serta aspek ekonomi dan lingkungan.

Implikasi strategis yang harus dilakukan adalah stabilisasi dengan memperkuat aspek internal manajerial. Hal ini dapat dilakukan melalui kajian yang komprehensif terhadap berbagai elemen yang terdapat dalam organisasi., memastikan setiap aspek berfungsi secara optimal dan mendukung tujuan keseluruhan. Dengan demikian, perusahaan memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi dalam operasionalnya serta memperkuat daya saing di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70. journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/viewFile/34175/14289
- Baa, R. (2022). a Study on the Contribution That a Business Plan Makes To the Expansion of a Small Company. *International Journal of Professional Business Review*, 7(5), 1–15. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i5.e585>
- Ballesteros-Ruiz, M., Cardenas-del Castillo, F. F., & Corrales-Estrada, M. (2019). The entrepreneur and the types of entrepreneurship. *Innovation and Entrepreneurship: A New Mindset for Emerging Markets*, 65–81. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-701-120191007>
- Ciesielska, M., Boström, K. W., & Öhlander, M. (2017). Observation methods. *Qualitative*



Methodologies in Organization Studies, 2, 33–52. https://doi.org/10.1007/978-3-319-65442-3_2

Diandra, D., & Azmy, A. (2020). Understanding Definition of Entrepreneurship. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 7(August), 235–241. www.ijmae.com

Gois, T. C., Thomé, K. M., & Balogh, J. M. (2022). Behind a cup of coffee: international market structure and competitiveness. *Competitiveness Review*, 2020. <https://doi.org/10.1108/CR-10-2021-0141>

Gürel, E. (2017). SWOT ANALYSIS: A THEORETICAL REVIEW. *Journal of International Social Research*, 10, 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>

Kasmir, S. E. M. M. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=oQRBDwAAQBAJ>

Nurikhsan, F., Indirianie, W. S., & Safitri, D. (2017). *Fenomena coffee shop di kalangan konsumen remaja*. 137–144.

Vlados, C. (2019). On a correlative and evolutionary SWOT analysis. *Journal of Strategy and Management*, 12(3), 347–363. <https://doi.org/10.1108/JSMA-02-2019-0026>

Welter, C., Scrimshire, A., Tolonen, D., & Obrimah, E. (2021). The road to entrepreneurial success: business plans, lean startup, or both? *New England Journal of Entrepreneurship*, 24(1), 21–42. <https://doi.org/10.1108/NEJE-08-2020-0031>