

Studi Kelayakan Bisnis “Kopi Keliling”

Muhammad Gibran Siregar¹, Annisa Pratiwi Sundari², Nadila Elsa³, Perwito⁴

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bandung

Email: gibransiregar259@gmail.com ; annisapratiwisundari@gmail.com ;
Nadilaelsa09@gmail.com ; perwito@umbandung.ac.id

Abstrak

Penelitian ini sebagai studi kelayakan untuk menilai apakah bisnis kopi keliling dapat menjadi usaha yang menguntungkan dan berkelanjutan. Studi ini akan mencakup berbagai aspek, seperti potensi pasar, rencana operasional, analisis keuangan, dan kepatuhan terhadap regulasi. Dengan pendekatan yang terstruktur, diharapkan hasil studi ini dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang prospek bisnis kopi keliling. Berdasarkan hasil studi kelayakan, bisnis kopi keliling menggunakan sepeda motor memiliki prospek yang menjanjikan, terutama di kawasan perkotaan dengan mobilitas tinggi. Aspek pasar menunjukkan bahwa minuman kopi tetap menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern, dan kepraktisan layanan kopi keliling memberikan nilai tambah yang diminati konsumen. Model bisnis ini mampu menjangkau berbagai lokasi strategis, seperti perkantoran, kampus, dan ruang publik, sehingga meningkatkan peluang penjualan. Dari sisi teknis, penggunaan sepeda motor sebagai alat transportasi utama memberikan fleksibilitas tinggi dengan biaya operasional yang rendah. Selain itu, investasi awal yang relatif terjangkau membuat bisnis ini dapat diakses oleh pelaku usaha mikro atau pemula. Namun, tantangan seperti ketergantungan pada cuaca, perawatan kendaraan, dan manajemen stok memerlukan perhatian khusus untuk menjaga kelancaran operasional. Aspek keuangan menunjukkan bahwa dengan perencanaan yang baik, bisnis kopi keliling menggunakan sepeda motor dapat mencapai titik impas (*Break-Even Point*) dalam waktu 5,2 bulan. Hal ini menjadikannya salah satu peluang usaha yang cepat menghasilkan keuntungan dengan risiko yang dapat dikelola. Secara hukum, bisnis ini memerlukan izin usaha dan kepatuhan terhadap regulasi setempat. Hal ini menjadi salah satu syarat penting untuk memastikan kelancaran operasional dan membangun kepercayaan konsumen.

Katakunci: *Studi Kelayakan; UMKM; Kopi Keliling*

Abstract

This research is a feasibility study to assess whether a mobile coffee business can be a profitable and sustainable venture. The study will cover various aspects, such as market potential, operational plan, financial analysis, and regulatory compliance. With a structured approach, it is expected that the results of this study can provide a comprehensive picture of the prospects of the mobile coffee business. Based on the results of the feasibility study, the mobile coffee business using motorbikes has promising prospects, especially in urban areas with high mobility. The market aspect shows that coffee drinks remain part of the lifestyle of modern society, and the practicality of mobile coffee services provides added value that consumers demand. This business model is able to reach various strategic locations, such as offices, campuses, and public spaces, thus increasing sales opportunities. From a technical perspective, the use of motorbikes as the main means of transport provides high flexibility with low operational costs. In addition, the relatively affordable initial investment makes the business accessible to micro-entrepreneurs or start-ups. However, challenges such as weather dependency, vehicle maintenance, and stock management require special attention to maintain smooth operations. The financial aspect shows that with proper planning, a motorbike mobile coffee business can reach its break-even point within 5.2 months. This makes it one of the fast-profit business opportunities with manageable risks. Legally, this business requires a business licence and compliance with local regulations. This is an important requirement to ensure smooth operations and build consumer confidence.

Keywords: *Feasibility Study; MSME; Mobile Coffee*

Pendahuluan

Kopi merupakan tanaman tropis yang banyak sekali ditanam di Indonesia. Sejak lama kopi selalu memiliki nilai jual yang tinggi dan laku dipasaran karena dapat menghasilkan minuman yang nikmat. Selain itu, kopi juga bermanfaat untuk menyegarkan badan, pikiran dan menghilangkan rasa mengantuk (Harum, 2022).

Kopi telah menjadi bagian dari hidup masyarakat modern, baik di Indonesia maupun dunia. Kebiasaan dalam mengkonsumsi kopi pun kini tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi simbol budaya dan sosial. Berdasarkan data *International Coffee Organization* (ICO), di Indonesia pada rentang waktu 2009-2019 konsumsi kopi mengalami peningkatan sebesar 44% dan pada tahun 2019-2020 konsumsi kopi per kapitanya mencapai 1,5 kg (Rikza Aulia, 2024.)

Terdapat juga data Asosiasi Ekspor dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) tahun 2013 yang diperkirakan bahwa tingkat konsumsi kopi domestik setidaknya akan mencapai 3,5 juta hingga 4 juta karung, atau setara dengan 240.000 hingga 270.000 ton. Berdasarkan kondisi pasar juga industri kopi yang terus berkembang dan memiliki potensi pertumbuhan tahunan sebesar 9,58%, sebagaimana

dinyatakan dalam ICO Coffee Statistics dan AEKI 2006 yang dikutip oleh Ditjen Perkebunan pada tahun 2007 di Indonesia (Dwi Putri Magu et al., 2022)

Tren konsumsi kopi ini makin terlihat dari maraknya kedai kopi, baik yang berskala besar maupun skala kecil di berbagai kota di Indonesia. Namun, tidak semua orang memiliki waktu untuk mengunjungi kedai kopi karena kesibukan dan mobilitas yang tinggi.

Model bisnis kopi keliling menjadi solusi inovatif untuk menjawab kebutuhan tersebut. Menggabungkan fleksibilitas dengan permintaan yang terus meningkat, kopi keliling mampu menjangkau pelanggan di berbagai lokasi, seperti area perkantoran, kampus, taman kota, atau tempat keramaian lainnya. Konsep ini menawarkan kenyamanan bagi pelanggan yang menginginkan minuman berkualitas tanpa perlu meluangkan waktu untuk pergi ke kedai.

Selain fleksibilitas, kopi keliling adalah solusi inovatif untuk menjangkau konsumen di berbagai lokasi tanpa memerlukan ruang usaha permanen. Biasanya menggunakan sepeda listrik, konsep ini lebih ramah lingkungan tetapi memiliki keterbatasan pada daya tempuh dan fleksibilitas operasional. Penggunaan sepeda motor diusulkan untuk meningkatkan efisiensi operasional, jangkauan, dan kapasitas angkut.

Melihat peluang ini, diperlukan sebuah studi kelayakan untuk menilai apakah bisnis kopi keliling dapat menjadi usaha yang menguntungkan dan berkelanjutan. Studi ini akan mencakup berbagai aspek, seperti potensi pasar, rencana operasional, analisis keuangan, dan kepatuhan terhadap regulasi. Dengan pendekatan yang terstruktur, diharapkan hasil studi ini dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang prospek bisnis kopi keliling.

Kajian Teoritis

Kajian Teoritis

Bisnis kopi keliling ini mengadopsi konsep yang relevan dengan mengintegrasikan berbagai landasan teoritis sebagai dasar operasionalnya. Beberapa teori tersebut mencakup teori kewirausahaan, teori operasional, teori pemasaran, dan teori finansial.

Teori Kewirausahaan

Kewirausahaan menurut Hisrich dapat didefinisikan sebagai kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kitar dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berfikir kreatif dan bertidak inovatif untuk menciptakan peluang (Manurung, 2013).

Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, yang berakar pada ide-ide kreatif serta tindakan yang inovatif. Kewirausahaan bukan hanya sekadar tentang menjalankan sebuah bisnis, tetapi lebih kepada proses penciptaan nilai dengan memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini melibatkan pemikiran *out-of-the-box* untuk menemukan solusi baru, serta keberanian untuk mengambil langkah-langkah yang tidak biasa dalam mengatasi tantangan dan meraih tujuan (Loa et al., 2024).

Teori Operasional

Teori operasional berfokus pada cara-cara untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam setiap aspek operasional suatu usaha. Efisiensi operasional sangat penting dalam layanan berbasis mobilitas, karena layanan tersebut harus dapat memberikan nilai tambah yang optimal dengan sumber daya yang terbatas. Efisiensi operasional mencakup segala hal mulai dari proses produksi, distribusi, hingga interaksi dengan pelanggan. Dalam konteks layanan yang mengandalkan mobilitas, seperti bisnis kopi keliling, sistem produksi yang efisien berarti dapat memenuhi permintaan pelanggan dengan waktu yang singkat dan biaya yang terkontrol.

Sistem produksi yang efisien tidak hanya meningkatkan kecepatan layanan, tetapi juga memastikan kualitas dan ketepatan waktu, dua elemen yang sangat penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Dalam usaha berbasis mobilitas, seperti bisnis kopi keliling, pengelolaan sistem operasional yang baik bisa menentukan keberhasilan jangka panjang. Penerapan prinsip efisiensi operasional dalam konteks ini mengharuskan adanya pengelolaan yang cermat atas waktu, tenaga kerja, dan alat yang digunakan untuk mendukung kelancaran operasional.

Teori Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2016), bauran pemasaran atau *marketing mix* terdiri dari 4P atau empat elemen penting, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi) (Mamonto et al., 2021). Keempat elemen ini harus bekerja secara sinergis untuk mencapai tujuan pemasaran yang efektif, yaitu untuk menarik pelanggan, memberikan kepuasan, dan akhirnya meningkatkan omset penjualan. Bauran pemasaran ini menekankan pentingnya integrasi antara produk, harga, distribusi, dan promosi untuk menciptakan nilai yang maksimal bagi konsumen dan memastikan keberhasilan penjualan.

Teori Finansial

Dalam dunia bisnis, salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan adalah perencanaan laba, yang berfungsi untuk mengestimasi seberapa besar keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Perencanaan laba ini membantu perusahaan dalam mengambil keputusan strategis mengenai kegiatan operasional dan investasi di masa depan. Salah satu

teknik yang dapat digunakan dalam perencanaan laba adalah *Break-Even Analysis* (analisis titik impas), yang memfokuskan pada hubungan antara biaya, volume penjualan, dan laba yang dihasilkan. Menurut Harum (2022) teknik ini sangat berguna untuk merencanakan laba dalam jangka pendek, memberikan gambaran yang jelas mengenai berapa banyak produk yang harus dijual untuk menutupi semua biaya tetap dan variabel.

Break-even point adalah titik di mana total pendapatan dari penjualan suatu produk atau layanan sama dengan total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi dan mendistribusikan produk tersebut, tanpa menghasilkan laba atau kerugian (Dwi Putri Magu et al., 2022). Dalam analisis ini, perusahaan dapat mengetahui seberapa banyak unit yang harus dijual agar dapat menutupi biaya yang telah dikeluarkan. Teknik ini sangat penting karena membantu perusahaan untuk merencanakan dan mengoptimalkan produksi dan penjualannya agar lebih efisien dan menguntungkan. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang break-even analysis sangat diperlukan dalam perencanaan keuangan untuk mencapai tujuan laba yang diinginkan.

Hasil Pembahasan

Aspek Hukum

Dalam operasional bisnis keliling yang menggunakan motor, terdapat beberapa aspek penting yang memerlukan perhatian khusus pelaku usaha yaitu:

1. Registrasi kendaraan dan dokumen kepemilikan harus lengkap serta valid untuk menghindari masalah hukum di kemudian hari.
2. Asuransi kendaraan diperlukan untuk melindungi bisnis dari risiko finansial akibat kecelakaan atau kerusakan.
3. Izin operasional seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau izin lain yang relevan harus dimiliki untuk memastikan kelangsungan usaha.

Di sisi lain, pelaku usaha juga harus memahami peraturan lalu lintas, termasuk pembatasan zona operasional, waktu operasional, dan aturan keselamatan jalan raya. Untuk bisnis yang menggunakan motor listrik, regulasi

tambahan mungkin berlaku, seperti sertifikasi baterai atau standar keamanan kendaraan.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Pada bisnis kopi keliling ini diterapkan *mixing marketing* karena sangat relevan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan setiap elemen dari bauran pemasaran ini harus diperhatikan dengan seksama.

1. *Product* (Produk)

Keberhasilan bisnis kopi keliling bergantung pada kualitas, keunikan, dan inovasi produknya. Kopi dengan cita rasa unggul, varian rasa, atau teknik penyajian unik dapat menarik pelanggan, sementara kualitas bahan baku, kebersihan, dan kesegaran produk memastikan kepuasan konsumen.

2. *Price* (Harga)

Penetapan harga dalam bisnis kopi keliling harus mempertimbangkan biaya operasional, harga bahan baku, dan daya beli pasar, termasuk biaya motor untuk distribusi seperti bahan bakar, perawatan, dan asuransi. Harga kopi perlu disesuaikan agar tetap menguntungkan dan kompetitif dengan kedai kopi lain. Strategi harga fleksibel, seperti diskon atau program loyalitas, dapat meningkatkan volume penjualan dan memastikan bisnis tetap bersaing serta memberikan nilai tambah bagi pelanggan. OPSi pembayaran non-tunai melalui *e-wallet* pun dapat mempermudah transaksi dan menarik segmen muda yang lebih cenderung menggunakan teknologi.

3. *Place* (Tempat)

Keunggulan bisnis kopi keliling terletak pada kemampuannya untuk menjangkau lokasi strategis menggunakan motor, seperti kawasan

perkantoran, sekolah, atau pusat perbelanjaan. Mobilitas motor memberi fleksibilitas lebih dibanding kedai kopi tetap, memungkinkan penyesuaian lokasi berdasarkan permintaan pasar. Pemilihan lokasi yang tepat sangat penting untuk menarik pelanggan dan meningkatkan volume penjualan, sementara kemudahan akses juga menciptakan kenyamanan bagi pelanggan. Untuk memaksimalkan potensi local, analisis data berbasis GPS digunakan untuk menentukan area dengan Tingkat lalu lintas tinggi atau konsentrasi pelanggan potensial.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi penting untuk memperkenalkan produk dan membangun brand awareness. Dalam bisnis kopi keliling, strategi promosi efektif meliputi pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk menjangkau audiens lebih luas. Selain itu, promosi berbasis lokasi dengan platform pemesanan online atau aplikasi dapat memudahkan pelanggan menemukan lokasi motor kopi keliling. Program loyalitas dan penawaran khusus juga efektif untuk menarik pelanggan tetap dan meningkatkan frekuensi pembelian. Kolaborasi dengan influencer dapat membantu meningkatkan visibilitas merek, sementara partisipasi dalam acara seperti festival atau bazar dapat memperluas jangkauan pemasaran.

Strategi pemasaran berbasis lokasi dalam bisnis kopi keliling memanfaatkan mobilitas motor untuk menjangkau komunitas beragam, menghadiri acara strategis, dan beradaptasi cepat terhadap perubahan preferensi pelanggan. Pendekatan ini memungkinkan optimalisasi peluang pasar dan responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan di berbagai lokasi. Dengan kombinasi inovasi produk, strategi harga yang kompetitif, pemilihan lokasi yang strategis dan promosi yang efektif dapat mempertahankan daya saingnya.

Aspek Keuangan

Penggunaan motor dalam bisnis kopi keliling meningkatkan efisiensi operasional dengan memperluas jangkauan dan mempercepat waktu layanan, sehingga memungkinkan penambahan volume penjualan. Secara finansial, motor

membantu mengurangi biaya operasional seperti bahan bakar, perjalanan, dan pemeliharaan, yang mendukung penghematan untuk menutupi biaya tetap dan variabel. Peningkatan efisiensi ini mempercepat pencapaian *break-even point* serta mendorong profitabilitas dalam jangka pendek dan panjang. Potensi lainnya dapat menghasilkan arus kas yang stabil dengan strategi pengelolaan keuangan yang baik dan dapat menggunakan teknologi akuntansi berbasis aplikasi. Pengelolaan anggaran yang terencana menjadi kunci dalam memastikan keberlanjutan bisnis. Dengan pendekatan keuangan yang efektif, bisnis dapat berkembang dan dapat menghadapi tantangan kompetisi dengan lebih baik.

Tabel 1 Modal Bisnis Kopi Keliling

Sewa Tempat					
Item	Lokasi	Sewa Bulanan	Qty	Sewa Tahunan	Keterangan
Sewa Tempat		Rp -	12	Rp -	
Modal Awal					
Item	Produk	Harga Satuan	Qty	Total Biaya	Keterangan
Gerobak	Paket gerobak sepeda motor	Rp 10.000.000	1	Rp 10.000.000	
Tablet	Samsung galaxy tab A9 wifi 4/64GB	Rp 1.799.000	1	Rp 1.799.000	
Dana tak terduga		Rp 5.000.000	1	Rp 5.000.000	
Bahan-bahan					
Item	Produk	Harga Satuan	Qty	Total Biaya	Keterangan
Cup	Cup plastic 12 oz	Rp 670	500	Rp 335.000	
Espresso	Espresso 1L	Rp	2	Rp	

Muhammad Gibran Siregar, Annisa Pratiwi Sundari, Nadila Elsa, Perwito
 Studi Kelayakan Bisnis “Kopi Keliling”

	(25 cup)	88.730		177.460	
Syrup	Drip butterscotch	Rp 111.000	1	Rp 111.000	
Syrup	Drip palm sugar	Rp 111.000	1	Rp 111.000	
Bahan lain-lain	-	Rp 1.000.000	1	Rp 1.000.000	
Total Fixed Cost				Rp 18.533.460	

Biaya Operasional Bulanan				
Kategori	Harga Satuan	Qty	Total Biaya	Keterangan
Sewa preman (jatah)	Rp 500.000	1	Rp 500.000	
Gaji pegawai	Rp 2.000.000	1	Rp 2.000.000	
Bensin	Rp 300.000	1	Rp 300.000	
Air	Rp 150.000	1	Rp 150.000	
Biaya marketing	Rp 1.000.000	1	Rp 1.000.000	
Biaya maintenance	Rp 300.000	1	Rp 300.000	
Sisteam POS (kasir)	Rp -	1	Rp -	
Total Operasional			Rp 4.250.000	
Total Investment (Fixed Cost + Tempat)			Rp 18.533.460	

Estimasi Pendapatan & BEP			
Revenue			
Qty	Harga		Keterangan
50	Rp 10.000	Rp 500.000	/hari
		Rp 15.000.000	/bulan
COGS (Bahan baku)		Rp 7.200.000	/bulan
Biaya operasional			
	Total Operasional	Rp 4.250.000	-
Profit & Payback Period			

	Nett profit	Rp 3.550.000	/bulan
	Payback period	5,2	Bulan

Sumber: Dokumentasi Pribadi,2024

Aspek Teknis/Operasi

Penggunaan sepeda motor dalam bisnis kopi keliling meningkatkan efisiensi operasional dengan memperluas jangkauan dan kapasitas angkut, memungkinkan pengusaha menjangkau lebih banyak pelanggan dan membawa lebih banyak persediaan dalam satu perjalanan. Efisiensi ini mengurangi frekuensi perjalanan dan waktu tempuh, sehingga meningkatkan kapasitas produksi dan distribusi, yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan profitabilitas bisnis. Pengelolaan teknis dengan perawatan rutin kendaraan menjadi elemen penting dalam menjaga kelancaran operasional. Dan pemanfaatan teknologi GPS serta aplikasi berbasis Lokasi juga dapat membantu memantau rute, mengoptimalkan waktu perjalanan, serta meningkatkan responsivitas terhadap permintaan pelanggan.

Aspek Manajemen/Organisasi

Manajemen yang terorganisir dan pelatihan yang memadai merupakan dua pilar penting untuk menjalankan bisnis keliling dengan sukses. Dengan struktur organisasi yang jelas, pembagian tugas yang efisien, serta pengembangan keterampilan bagi operator motor, bisnis dapat beroperasi dengan lancar sekaligus memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan. Struktur organisasi yang baik mencakup pembagian peran seperti pengelola operasional, staf pemasaran, dan pengendara motor (*sales*). Pelatihan yang berfokus pada layanan

pelanggan, penanganan produk, dan penggunaan teknologi juga berkontribusi dalam menciptakan citra profesional. Aspek ini tidak hanya mendukung keberlanjutan usaha tetapi juga membantu menciptakan citra profesional yang kompetitif di pasar.

Aspek Ekonomi Sosial

Dampak yang dihasilkan bisnis ini secara aspek ekonomi sosial bersifat positif, baik secara sosial maupun ekonomi. Dengan menciptakan lapangan kerja, mendukung perekonomian lokal, dan memberikan layanan yang bernilai bagi masyarakat, bisnis ini tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga memberikan kontribusi sosial yang berarti. Model usaha seperti ini dapat menjadi contoh nyata bagaimana bisnis kecil dapat memberdayakan masyarakat dan memperkuat ekonomi lokal.

Aspek Dampak Lingkungan

Dampak lingkungan dari bisnis keliling dapat diminimalisir dengan penerapan teknologi ramah lingkungan, seperti motor listrik, dan pengelolaan limbah yang efektif. Dengan memprioritaskan keberlanjutan, bisnis tidak hanya membantu melestarikan lingkungan tetapi juga membangun citra yang lebih baik di mata masyarakat dan pelanggan.

Simpulan

Berdasarkan hasil studi kelayakan, bisnis kopi keliling menggunakan sepeda motor memiliki prospek yang menjanjikan, terutama di kawasan perkotaan dengan mobilitas tinggi. Aspek pasar menunjukkan bahwa minuman kopi tetap menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern, dan kepraktisan layanan kopi keliling memberikan nilai tambah yang diminati konsumen. Model bisnis ini mampu menjangkau berbagai lokasi strategis, seperti perkantoran, kampus, dan ruang publik, sehingga meningkatkan peluang penjualan.

Dari sisi teknis, penggunaan sepeda motor sebagai alat transportasi utama memberikan fleksibilitas tinggi dengan biaya operasional yang rendah. Selain itu, investasi awal yang relatif terjangkau membuat bisnis ini dapat diakses oleh

pelaku usaha mikro atau pemula. Namun, tantangan seperti ketergantungan pada cuaca, perawatan kendaraan, dan manajemen stok memerlukan perhatian khusus untuk menjaga kelancaran operasional.

Aspek keuangan menunjukkan bahwa dengan perencanaan yang baik, bisnis kopi keliling menggunakan sepeda motor dapat mencapai titik impas (*Break-Even Point*) dalam waktu 5,2 bulan. Hal ini menjadikannya salah satu peluang usaha yang cepat menghasilkan keuntungan dengan risiko yang dapat dikelola.

Secara hukum, bisnis ini memerlukan izin usaha dan kepatuhan terhadap regulasi setempat. Hal ini menjadi salah satu syarat penting untuk memastikan kelancaran operasional dan membangun kepercayaan konsumen.

Saran

Untuk memastikan keberhasilan bisnis kopi keliling, pelaku usaha disarankan untuk memilih lokasi strategis yang ramai aktivitas masyarakat, seperti perkantoran dan kampus. Diversifikasi menu, seperti varian kopi dan minuman non-kopi, dapat menarik lebih banyak pelanggan.

Pelayanan yang ramah, penggunaan media sosial untuk promosi, dan pencatatan keuangan yang rapi akan membantu membangun loyalitas pelanggan dan memantau kelancaran bisnis. Selain itu, menjaga kebersihan dan kualitas produk, mematuhi regulasi lokal, serta menyiapkan solusi menghadapi cuaca buruk, seperti tenda portabel, akan meningkatkan daya saing usaha. Dan pelatihan rutin untuk barista dalam penyajian kopi dan pelayanan pelanggan akan memberikan nilai tambah dan memperkuat citra bisnis di mata konsumen.

Daftar Pustaka

- Dwi Putri Magu, A., Alexander, S. W., Natalia Gerungai, dan Y., Akuntansi, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). *Penerapan Break Even Point dan Margin of Safety Untuk Perencanaan Laba di Perusahaan Umum BULOG Kantor Wilayah Sulut & Gorontalo Application of Break Even Point and Margin of Safety for Profit Planning in BULOG Public Company Sulut & Gorontalo Regional Office* (Vol. 6, Issue 1).
- Harum, S. (2022). *Analisis Produksi Kopi Di Indonesia Tahun 2015-2020 Menggunakan Metode Cobb-Dougllass*. 4(2), p.
- Loa, D., Paseh, K., Rizki, K. B., Rohman, N., & Supriyoso, P. (2024). Analisis SWOT Komoditi Kopi Pada Koprasi Produsen Lodra Mandiri Di. *Jurnal Online Manajemen ELPEI (JOMEL)*, 4(1). <http://jurnal.stim-lpi.ac.id/index.php/elpei>
- Mamonto, F., Tumbuan, W., Rogi, M., Windy Mamonto, F., JFA Tumbuan, W., Rogi, M. H., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2021). *Analysis Of Marketing Mixed Factors (4p) On Purchase Decisions At Podomoro Poigar Eating House In New Normal Era*. 9(2), 110–121.
- Rikza Aulia, Q. (n.d.). *Diponegoro Journal Of Management Analisis Pengembangan Usaha Kedai Kopi Studi Pada Nyctophily Coffee*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>