

Studi Kelayakan Usaha Pengembangan Kedai Kopi Chaproek

Siti Nuraeni¹, Ali Rohman², Salma Nadia³, Abigail Fernanda⁴, Adri Wisnu Ramadhan⁵

¹Universitas Nusa Putra, siti.nuraeni_mn22@nusaputra.ac.id

²Universitas Nusa Putra, ali.rohman_mn22@nusaputra.ac.id

³Universitas Nusa Putra, salma.nadia_mn22@nusaputra.ac.id

⁴Universitas Nusa Putra, abigail.fernanda_mn22@nusaputra.ac.id

⁵Universitas Nusa Putra, adri.wisnu_mn22@nusaputra.ac.id

Abstract: *This study evaluated the business feasibility of developing Chaproek Coffee Shop in Sukabumi District, focusing on legal, environmental, market, technical, management and financial aspects. The objective of the study were to determine the expansion potential of this coffee shop and provide insights for usaha kecil menengah (UKM) in the culinary sector. The methods used include direct interview with the owner and financial data analysis. The result showed that Chaproek Coffee Shop meets the legal requirements and has an effective marketing strategy through social media. In terms of the environment, the shop does a good job of managing waste, although it still needs improvement in managing plastic waste. Financial analysis shows that the shop needs to sell a minimum of 373 cups of coffee per month to break event point (BEP) with an ROI of 11,86% and an R/C Ratio of 1,12. These findings confirm that Chaproek Coffee Shop is feasible to expand and open new branches, making a positive contribution to the local economy and the lifestyle of modern society.*

Keyword: *Coffee Shop, Break Event Point, Return On Investment, Revenue Cost Ratio*

Abstrak: *Studi ini mengevaluasi kelayakan usaha pengembangan Kedai Kopi Chaproek di Kabupaten Sukabumi, dengan fokus pada aspek hukum, lingkungan, pasar, teknis, manajemen, dan keuangan. Tujuan penelitian adalah untuk menentukan potensi ekspansi kedai kopi ini dan memberikan wawasan bagi pelaku usaha kecil menengah (UKM) di sektor kuliner. Metode yang digunakan meliputi wawancara langsung dengan pemilik dan analisis data finansial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kedai Kopi Chaproek memenuhi syarat legalitas serta memiliki strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial. Dari segi lingkungan, kedai ini berupaya mengelola limbah dengan baik, meskipun masih perlu perbaikan dalam pengelolaan limbah plastik. Analisis keuangan menunjukkan bahwa kedai harus menjual minimal 373 cangkir kopi per bulan untuk mencapai titik impas (BEP) dengan ROI sebesar 11,86% dan R/C Ratio 1,12. Temuan ini menegaskan bahwa Kedai Kopi Chaproek layak untuk dikembangkan dan membuka cabang baru, memberikan kontribusi positif bagi ekonomi lokal dan gaya hidup masyarakat modern.*

Kata kunci : *Kedai Kopi, Break Event Point, Return On Investment, Revenue Cost Ratio*

E-mail penulis terkait: siti.nuraeni_mn22@nusaputra.ac.id

ISSN: 2686-4789 (Print); ISSN: 2686-0473 (Online)

<https://senmabis.nusaputra.ac.id/>

PENDAHULUAN

Indonesia salah satu penghasil kopi terbesar di dunia menurut Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA, 2024). Pada tahun 2022/2023 berdasarkan laporan tersebut Indonesia menempati peringkat keempat dalam produksi kopi tertinggi setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Posisi ini didasari oleh kondisi geografis yang sangat mendukung untuk budidaya kopi. Kopi yang diproduksi di Indonesia sangat bervariasi jenisnya seperti Arabika, Robusta, dan Liberika (Kumaisyaroh & Bahri, 2023). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), produksi kopi mengalami fluktuasi dari tahun 2020 hingga 2022. Pada tahun 2020, tercatat produksi kopi mencapai 762,38 ribu ton. Kemudian, pada tahun 2021 Indonesia menghasilkan kopi sebanyak 786,19 ribu ton, dengan persentase kenaikan sebesar 3,12%. Namun, pada tahun 2022 jumlah produksi kopi mengalami penurunan menjadi 774,96 ribu ton, yang menunjukkan penurunan sebesar 1,43%. Sebagian besar produksi kopi Indonesia diekspor ke luar negeri, sementara sisanya untuk memenuhi permintaan pasar dalam negeri. Ekspor kopi Indonesia mencakup lima benua seperti, Asia, Afrika, Australia, Amerika, dan Eropa.

Selain menjadi komoditas ekspor penting, kopi juga merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat modern, terutama di kalangan anak muda. Bisnis kedai kopi di Indonesia sedang mengalami pertumbuhan pesat, terutama di kota-kota besar. Banyak pengusaha yang berinovasi dengan menawarkan konsep-konsep unik dan menarik di kedai kopi mereka. Fenomena ini bahkan telah menyebar hingga ke kota-kota kecil (ZA & Wibowo, 2023). Peluang untuk bersaing dalam usaha kedai kopi di

Indonesia semakin besar dengan kondisi ini (Dede Supriadi & Patria Supriyoso, 2022). Kedai kopi Chaproek di Kabupaten Sukabumi, yang menjadi objek penelitian ini. Pemilihan kedai kopi Chaproek didasarkan pada banyak faktor. Salah satunya adalah popularitas kedai kopi sebagai tempat bagi anak muda untuk berkumpul, bekerja, atau hanya bersantai (Igiyasi, 2017). Dengan meningkatnya budaya kedai kopi di Indonesia, kedai kopi Chaproek menjadi contoh relevan untuk menilai kelayakan usaha di sektor ini. Dalam penelitian ini, aspek kelayakan usaha kedai kopi menjadi fokus beberapa aspek penting yang menentukan kelayakan usaha, yaitu aspek hukum, aspek lingkungan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan sumber daya manusia dan aspek keuangan (Purnawati et al., 2022).

Dalam aspek hukum, penelitian akan meneliti bagaimana kedai kopi Chaproek mematuhi peraturan yang berlaku, seperti izin usaha. Kedai kopi yang memiliki legalitas yang lengkap dan memenuhi peraturan dapat mengurangi risiko hukum di masa mendatang. Legalitas usaha juga meningkatkan kepercayaan masyarakat (Fitriani, 2017). Kepatuhan terhadap peraturan bukan hanya syarat dasar untuk menjalankan usaha secara sah, tetapi juga memiliki dampak jangka panjang yang penting bagi kelangsungan dan perkembangan usaha. Solusi untuk meningkatkan kepatuhan hukum dan legalitas usaha kedai kopi Chaproek yaitu pertama dengan melakukan audit internal untuk memastikan bahwa izin dan dokumen legal yang diperlukan sudah lengkap dan diperbarui. Kedua, memberikan pelatihan kepada karyawan tentang pentingnya

kepatuhan hukum dan cara mematuhi peraturan yang berlaku. Ketiga, selalu upayakan untuk mencari informasi terbaru terkait peraturan yang berhubungan dengan industri makanan dan minuman. Aspek lingkungan juga menjadi fokus penting dalam penelitian ini. Penelitian ini akan menyelidiki bagaimana kedai Chaproek bisa berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan. Pada aspek pemasaran penelitian ini akan melihat strategi pemasaran apa yang telah diterapkan oleh kedai kopi Chaproek. Salah satu solusi yang ditawarkan adalah memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang kuat. Media sosial tidak hanya memungkinkan kedai untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, tetapi juga memberikan *platform* untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan (Aliefah & Nandasari, 2022).

Pada aspek teknis dan operasional, penelitian ini akan mengkaji teknologi yang digunakan oleh kedai kopi Chaproek, dan menganalisis proses produksi yang diterapkan. Sedangkan pada aspek manajemen dan sumber daya manusia, penelitian ini akan meninjau struktur organisasi yang diterapkan oleh Kedai Kopi Chaproek, meliputi jumlah karyawan dan bagaimana pembagian tugas dilakukan dalam operasional sehari-hari. Struktur organisasi yang baik sangat penting untuk menjaga kelancaran usaha, memastikan tugas-tugas dikelola dengan efisien, dan setiap anggota tim memiliki pemahaman yang jelas tentang peran mereka. Agar manajemen dan pengelolaan sumber daya manusia di Kedai Kopi Chaproek lebih optimal solusi yang bisa diterapkan yaitu, menyusun struktur organisasi yang jelas, memberikan pelatihan berkala bagi karyawan, menerapkan sistem evaluasi

kinerja secara berkala, dan menerapkan sistem shift yang efisien. Dalam aspek keuangan, penelitian ini akan mencakup perhitungan *Break Event Point* (BEP), *Return On Investment* (ROI), dan *Revenue Cost Ratio* (R/C). Analisis ini bertujuan untuk menilai kelayakan finansial kedai kopi Chaproek dan mengidentifikasi potensi keuntungan serta potensi keberlanjutannya dalam jangka panjang.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan usaha kedai kopi Chaproek dalam rencana ekspansi dengan membuka cabang baru, ditinjau dari beberapa penting yaitu, aspek hukum, aspek lingkungan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan sumber daya manusia, dan aspek finansial. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan kepada para pelaku usaha kecil menengah (UKM) di bidang kuliner, khususnya dalam industri kopi, tentang pentingnya melakukan studi kelayakan sebelum memulai atau mengembangkan usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengumpulkan data melalui teknik wawancara dengan owner kedai kopi Chaproek. Wawancara dilakukan secara langsung di lokasi kedai kopi Chaproek yang beralamat di Jl. Kadudampit. RT.003/RW.002, Kadudampit, Kecamatan Kadudampit, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Wawancara ini untuk mendapatkan informasi yang menyeluruh mengenai berbagai aspek yang mempengaruhi kelayakan usaha, meliputi latar belakang usaha, strategi pemasaran, aspek keuangan dan modal, serta perizinan usaha.

Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis data dengan rumus berikut:

a) *Break Event Point (BEP)*

$$\text{BEP Jumlah Produksi} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Harga jual}}$$

$$\text{BEP Harga Produksi} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Total Produksi}}$$

Apabila BEP produksi < harga jual maka usaha dalam keadaan menguntungkan, apabila BEP produksi = dari harga jual maka usaha dalam keadaan titik impas, dan jika BEP produksi > harga jual usaha dalam keadaan tidak menguntungkan. Apabila BEP harga < jumlah produksi usaha dalam keadaan menguntungkan, apabila BEP harga = jumlah produksi maka usaha dalam keadaan titik impas, dan apabila BEP harga > jumlah produksi maka usaha dalam keadaan tidak menguntungkan (Agustin & Yasin, 2023).

b) *Return On Investment (ROI)*

ROI digunakan untuk menganalisis hasil atau pendapatan bersih yang dihasilkan oleh suatu usaha (Purnamasari et al., 2024).

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

c) *Revenue Cost Ratio (R/C)*

$$\text{R/C Ratio} = \frac{\text{Penerimaan Total}}{\text{Total Biaya}}$$

Suatu usaha dinyatakan untung/layak untuk dikembangkan jika R/C Ratio > 1, dan jika R/C Ratio < 1, usaha tersebut dinyatakan rugi/tidak layak untuk dikembangkan (Rina Amelia, Slamet Triyadi, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ringkasan Usaha Kedai Kopi Chaproek

Kedai kopi Chaproek merupakan usaha yang berfokus pada makanan dan minuman. Berdasarkan wawancara dengan pemilik kedai, Pak Rudi Hermawan, mengawali usaha ini dengan berjualan menggunakan gerobak. Dengan modal awal hanya Rp. 500.000 untuk membeli kursi dan gerobak, serta Rp. 1.000.000 untuk bahan baku. Pada tahun 2020, Pak Rudi Hermawan mendapat kesempatan bekerja sama dengan taman strawberry dan mendirikan kedai kopi dengan konsep yang sederhana. Lokasinya berada Jl. Kadudampit, RT.003/RW.002, Kadudampit, Kec. Kadudampit, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat.

Aspek Hukum

Usaha kedai kopi Chaproek merupakan usaha perorangan yang dikelola sepenuhnya oleh pemiliknya sendiri, yaitu Pak Rudi Hermawan. Pemilik bertanggung jawab atas semua aspek usaha, mulai dari permodalan, operasional, hingga pengambilan keputusan strategis. Sebagai usaha yang beroperasi secara resmi, kedai ini telah memenuhi syarat legalitas dengan memiliki surat izin usaha yang sesuai dengan peraturan pemerintah.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Kedai kopi Chaproek memiliki target pasar yang jelas, yaitu masyarakat sekitar dengan fokus khusus pada anak muda. Untuk menarik target pasar ini, kedai kopi Chaproek menggunakan strategi pemasaran digital yang modern, terutama melalui media sosial seperti Instagram. Selain itu, pemasaran dari mulut ke mulut juga menjadi salah satu strategi utama. Kombinasi pemasaran digital dan mulut ke mulut ini membantu kedai Chaproek

membangun citra yang kuat di kalangan anak muda dan masyarakat sekitar.

Aspek Lingkungan

Usaha kedai Chaproek menghasilkan limbah dapur berupa ampas kopi. Limbah kopi yang dihasilkan oleh kedai tidak dibuang begitu saja, melainkan dimanfaatkan sebagai pupuk tanaman. Namun, kedai kopi Chaproek masih menghadapi masalah lingkungan, terutama terkait dengan pengelolaan limbah plastik, yang masih dibakar. Untuk mengurangi dampak terhadap lingkungan, kedai kopi Chaproek harus mempertimbangkan solusi yang lebih berkelanjutan, seperti menggunakan bahan kemasan yang lebih ramah lingkungan.

Aspek Teknis dan Operasional

Kedai Kopi Chaproek berlokasi di Jl. Kadudampit, Sukabumi, dengan jam operasional bagi pelanggan dimulai dari pukul 09.00 hingga 23.00 WIB setiap hari. Pegawai di kedai ini memulai kegiatan mereka dari jam 08.00 WIB untuk persiapan. Proses produksi dimulai dengan penyortiran biji kopi untuk memastikan kualitas, dilanjutkan dengan penakaran dan penggilingan biji kopi hingga mencapai tingkat kehalusan yang sesuai. Setelah itu, kopi diseduh menggunakan metode yang dipilih oleh pelanggan. Teknologi yang digunakan kedai kopi Chaproek menggabungkan proses manual dan teknologi modern seperti ROK Presso, Vietnam drip, V60, Japanese drip, dan Aeropress.

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Kedai kopi Chaproek merupakan usaha mikro dengan struktur organisasi yang

sederhana, dimana pengelolaannya dari pemilik langsung kepada tenaga kerja. Untuk operasional sehari-hari, kedai ini mempekerjakan dua pegawai yang membantu dalam semua aspek pekerjaan, mulai dari pelayanan, pembuatan kopi, hingga kebersihan. Dalam hal rekrutmen, kedai kopi ini tidak memberikan persyaratan yang khusus. Persyaratan yang diminta hanya berupa riwayat hidup, pendidikan terakhir, KTP, dan pas foto. Setiap pegawai yang diterima kerja akan menjalani pelatihan terlebih dahulu sebelum mulai bekerja.

Aspek Keuangan

Rencana Anggaran Biaya Kedai Kopi Chaproek tahun 2024

Table 1. Rincian Biaya Tetap Usaha Kedai Kopi Chaproek

No	Jenis Biaya Tetap	Beban Rata-Rata/Bulan
1.	Beban Penyusutan	Rp 205.689
2.	Beban Listrik dan air	Rp 400.000
3.	Beban tenaga kerja (2 pegawai)	Rp 5.000.000
4.	Beban transportasi	Rp 50.000
5.	Sewa tempat	Rp 2.000.000
Total Biaya Tetap (BT)		Rp 7.655.689

Sumber : Data Primer (diolah), 2024

Data pada tabel 1 menunjukkan biaya tetap yang harus dikeluarkan oleh pemilik usaha kedai Chaproek dalam waktu satu bulan yaitu sebesar RP. 8.655.689. Di mana biaya tetap ini terdiri dari beban penyusutan, beban listrik dan air, beban tenaga kerja, beban transportasi, dan beban sewa tempat.

Table 2. Rincian Beban Tidak Tetap Usaha Kedai Kopi Chaproek

No	Jenis Beban Tidak Tetap	Beban Rata-Rata/Bulan
----	-------------------------	-----------------------

1.	Beban Pengemasan	
-	Kantong plastik kemasan	Rp 150.000
2.	Bahan Pembersih	Rp 100.000
3.	Pembelian Bahan Baku	
-	Bubuk Non Coffee	Rp 400.000
-	Roti	Rp 50.000
-	Gula	Rp 35.000
-	Biji Kopi	Rp 1.675.000
Jumlah BTT		Rp 2.410.000

Sumber: Data Primer (diolah), 2024

Tabel 2 di atas menunjukkan rincian beban tidak tetap yang harus pemilik kedai kopi Chaproek keluarkan setiap bulan yaitu sebesar Rp. 2.410.000. Beban tidak tetap ini dapat berubah-ubah setiap bulan tergantung pada tingkat produksi atau penjualan. komponen utama beban tidak tetap kedai kopi Chaproek meliputi beban pengemasan, bahan pembersih, dan pembelian bahan baku. Komponen beban terbesar dalam kategori bahan baku yaitu pembelian biji kopi. Hal ini menunjukkan bahwa kopi merupakan bahan utama dalam produksi minuman yang dijual.

Table 3. Beban Total Kedai Kopi Chaproek

No	Jenis Beban	Beban Rata-Rata/Bulan
1.	Beban Tetap	Rp 7.655.689
2.	Beban Tidak Tetap	Rp 2.410.000
Beban Total		Rp 10.065.689

Sumber: Data Primer (diolah), 2024

Tabel 3 memberikan gambaran menyeluruh tentang beban total bulanan yang harus dikeluarkan oleh kedai Kopi Chaproek. Terdapat dua kategori utama beban yang dibedakan, yaitu beban tetap sebesar Rp. 7.655.689 dan beban tidak tetap sebesar Rp. 2.410.000. Total keseluruhan beban yang dikeluarkan oleh kedai setiap bulan mencapai Rp 10.065.689.

Table 4. Asumsi Penjualan Usaha Kedai Kopi Chaproek

Rata-Rata Produksi/Bulan	Harga Rata-Rata	Penjualan/Bulan
417	Rp 27.000	Rp 11.259.000

Sumber: Data Primer (diolah), 2024

Tabel 4 di atas menjelaskan asumsi penjualan untuk usaha kedai kopi Chaproek. Rata-rata produksi kedai Chaproek yaitu 417 cangkir kopi per bulan, dengan harga rata-rata per produk sebesar Rp. 27.000. Berdasarkan angka ini, penjualan bulanan diperkirakan mencapai Rp. 11.259.000.

Table 5. Pendapatan Usaha Kedai Kopi Chaproek

Keterangan	Jumlah
Penjualan Per Bulan	Rp 11.259.000
Beban Total	Rp 10.065.689
Pendapatan	Rp 1.193.311

Sumber: Data Primer (diolah), 2024

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat disimpulkan bahwa kedai kopi Chaproek memperoleh pendapatan bulanan sebesar Rp. 1.193.311. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik kedai memperoleh keuntungan.

Perhitungan kelayakan usaha Break Event Point (BEP) dan Return On Investmen (ROI)

a) Break Event Point (BEP)

$$\begin{aligned} \text{BEP Jumlah Produksi} &= \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Harga jual}} \\ &= \frac{10.065.689}{27.000} \\ &= 372,81 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{BEP Harga Produksi} &= \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Total Produksi}} \\ &= \frac{10.065.689}{417} \\ &= \text{Rp } 24.138\end{aligned}$$

Hasil perhitungan diketahui BEP jumlah produksi menghasilkan 372,81 cangkir kopi. Ini menunjukkan bahwa kedai kopi Chaproek harus menjual setidaknya 373 cangkir kopi untuk mencapai titik impas. Sementara itu, BEP harga produksi menghasilkan Rp 24.138. Artinya, setiap unit produk harus dijual dengan harga minimal Rp 24.138 untuk menutupi semua beban.

b) Return On Investment (ROI)

$$\begin{aligned}\text{ROI} &= \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Investasi}} \times 100\% \\ &= \frac{1.193.311}{10.065.689} \times 100\% \\ &= 11,86\%\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, Kedai Kopi Chaproek memperoleh ROI sebesar 11,86%. Artinya, setiap Rp100 yang diinvestasikan dalam usaha ini, menghasilkan keuntungan sebesar Rp11,86. Angka ini menunjukkan bahwa secara umum, investasi yang dilakukan di Kedai Kopi Chaproek memberikan pengembalian yang cukup baik.

c) Revenue Cost (R/C)

$$\begin{aligned}\text{R/C ratio} &= \frac{\text{Penerimaan Total}}{\text{Beban Total}} \\ &= \frac{11.259.000}{10.065.689}\end{aligned}$$

$$= 1,12$$

Berdasarkan perhitungan R/C Ratio Kedai Kopi Chaproek adalah 1,12, yang menunjukkan bahwa kedai memperoleh kembali Rp 1,12 untuk setiap rupiah yang dikeluarkan oleh kedai. Nilai R/C Ratio yang lebih dari 1 menunjukkan bahwa kedai kopi telah berhasil menghasilkan keuntungan. Hasil perhitungan R/C Ratio yang positif menunjukkan bahwa Kedai Kopi Chaproek memiliki potensi untuk dikembangkan dan membuka cabang baru.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedai kopi Chaproek di Kadudampit, Kabupaten Sukabumi, layak untuk dikembangkan dari segi hukum, pasar, pemasaran, lingkungan, teknis, dan operasional. Menurut hasil perhitungan BEP kedai kopi Chaproek harus menjual setidaknya 317 cangkir kopi dengan harga minimal Rp. 24.138 per cangkir untuk menutupi biaya. Bisnis ini menunjukkan keuntungan dengan ROI 11,86% dan R/C Ratio 1,12. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedai kopi Chaproek dinilai layak untuk dikembangkan dan membuka cabang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, M., & Yasin, M. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Industri Kecil Kerupuk Puli Tahu Di Desa Tlasih Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo. *Student Research Journal*, 1(4), 244–252. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i4>
- Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen. *Lab*, 6(01), 40–56. <https://doi.org/10.33507/labatila.v5i02.475>
- BPS. (2023). *Statistik Kopi Indonesia 2022*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/11/30/abde293e6c0fc5d45aaa9fe8/statistik-kopi-indonesia-2022.html>
- Dede Supriadi, & Patria Supriyoso. (2022). Studi Kelayakan Bisnis Kafe Excelso Kedai Kopi Asal Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(8), 3390–3396. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i8.1078>
- Fitriani, R. (2017). Aspek Hukum Legalitas Perusahaan Atau Badan Usaha Dalam Kegiatan Bisnis. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 12(1), 136–145. <https://ejournalunsam.id/index.php/jhsk/article/view/97>
- Igiasi, T. S. (2017). Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik : Studi Tentang Gaya Hidup. *Jurnal Masyarakat Maritim*, 1(1), 20–27.
- Kumaisyaroh, D., & Bahri, S. (2023). ANALISIS RANTAI MARKOV UNTUK PREDIKSI HASIL PRODUKSI TANAMAN KOPI DI PROVINSI SUMATERA SELATAN Markov chain Analysis for Prediction of Coffee Crop Production in South Sumatera Province. *Jurnal Matematika Statiska Dan Terapannya*, 02(02), 125–134.
- Purnamasari, D. L., Hajjah, S. N., & Fauzi, R. A. (2024). Analisis Kelayakan Usaha Keripik Pisang Chips Dream Store Di Kota Cirebon. *Techno-Socio Ekonomika*, 17(1), 27–37. <https://doi.org/10.32897/techno.2024.17.1.2854>
- Purnawati, E., Karimuna, L., & Sakir, S. (2022). Financial Feasibility Analysis Of Touch Processing Business In Wulanga Village, West Muna Regency (Case Study: Al Fatah Home Industry). *Tekper : Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Pertanian*, 3(1), 25. <https://doi.org/10.33772/tekper.v3i1.26178>
- Rina Amelia, Slamet Triyadi, U. M. (2023). 3 1,2,3. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 656–664.
- USDA. (2024). *Coffee: World Markets and Trade*. United States Department of Agriculture. <https://fas.usda.gov/data/coffee-world-markets-and-trade-06202024>
- ZA, S. Z., & Wibowo, A. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Mojo'O Coffee Di Gang Mawar, Sempaja Samarinda). *PRIMER : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 144–151. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i2.62>

