

ABSTRAK

Coffee Shop merupakan adalah suatu bidang usaha yang menyediakan tempat serta produk yang berupa minuman berbasis olahan kopi. Akhir-akhir ini banyak sekali usaha-usaha *Coffee Shop* yang mulai banyak berdiri di Indonesia, hal ini terjadi karena pada saat ini penikmat kopi di Indonesia sudah mulai banyak sehingga peluang ini dimanfaatkan oleh beberapa investor sebagai peluang usaha. Seiring berjalannya waktu semakin banyak sekali *Coffee Shop* yang mulai buka di Indonesia khususnya di Sidoarjo, sehingga kami memutuskan untuk mencari inovasi baru yang berkaitan dengan *Coffee Shop* itu sendiri dan akhirnya ditemukan yaitu *Coffee Shop* dengan konsep *Open Bar*. Dikarenakan inovasi tersebut dirasa memakan modal yang lumayan banyak, maka dalam merealisasikan inovasi tersebut diperlukan studi kelayakan untuk meminimalisir resiko kerugian dari investasi yang telah di realisasikan.

Coffee Shop dengan konsep *Open Bar* sendiri merupakan inovasi yang diadaptasi dari beberapa rumah makan yang menyediakan fitur *all you can eat*. Dari hal tersebut muncullah konsep *Open Bar* dimana konsep ini memberikan keleluasaan kepada para pelanggan untuk bisa membuat kopinya sendiri, akan tetapi bukan berarti para pelanggan diharuskan membuat kopi sendiri karena masih ada tenaga barista yang bisa membantu pelanggan apabila pelanggan tidak ingin membuat kopi sendiri. Pada *Coffee Shop* dengan konsep *Open Bar* ini terdapat 3 varian menu yang telah mencakup seluruh metode penyajian kopi yang ada saat ini, seperti *Manual brew*, *Basic Espresso*, hingga *Ice Coffee*.

Dengan nilai *MARR* yang mencapai 10,99% dan *IRR* sebesar 37,57% maka *Coffee Shop* dengan konsep *Open Bar* ini mampu memperoleh tingkat pengembalian modal selama 2,45 tahun dari horizon perencanaan selama 5 tahun dan didapat nilai *NPV* sebesar Rp82.816.583,19.

Pada usaha ini ada beberapa faktor yang berpengaruh dalam keberlangsungan usaha ini, namun ada dua yang dirasa signifikan yaitu harga jual serta jumlah produk yang terjual. Dari beberapa produk yang ada *Ice Coffee* merupakan produk yang diproyeksikan memberikan kontribusi lebih jika dibanding dengan produk-produk lainnya. Hal ini terjadi karena banyak sekali pelanggan yang menyukai *Ice Coffee*.

Kata kunci: *Coffee Shop*, Studi Kelayakan, *Open Bar*, Sidoarjo

ABSTRACT

Coffee Shop is a business that provides a place and products in the form of coffee-based beverages. Lately a lot of Coffee Shop businesses have begun to stand up in Indonesia, this is happening because at this time coffee connoisseurs in Indonesia have begun to many so this opportunity is exploited by some investors as a business opportunity. Over time more and more Coffee Shops began to open in Indonesia, especially in Sidoarjo, so we decided to look for new innovations related to the Coffee Shop itself and finally found the Coffee Shop with the Open Bar concept. Because the innovation is felt to be consuming quite a lot of capital, in realizing the innovation a feasible study is needed to minimize the risk of loss from realized investments.

Coffee Shop with the Open Bar concept itself is an innovation adapted from several restaurants that provide all you can eat features. From this came the Open Bar concept, which gave customers the freedom to make their own coffee, but that did not mean that customers were required to make their own coffee because there were still baristas who could help customers if customers did not want to make their own coffee. At the Coffee Shop with the Open Bar concept there are 3 menu variants that have covered all the methods of serving coffee that are currently available, such as Manual brew, Basic Espresso, to Ice Coffee.

With a MARR value of 10.99% and an IRR of 37.57%, the Coffee Shop with the Open Bar concept is able to obtain a return on capital for 2.45 years from the planning horizon for 5 years and an NPV value of Rp82,816,583.19 .

In this business, there are several factors that influence the sustainability of this business, but there are two that are considered significant, namely the selling price and the number of products sold. Of the several existing products, Ice Coffee is a product that is projected to contribute more when compared to other products. This happens because a lot of customers like Ice Coffee.

Keyword: Coffee Shop, Feasibility Study, Open Bar, Sidoarjo