

## Business Feasibility Study Analysis of a Coffee Shop at the Tempat Biasa Coffee, Jalan Gurilla No. 102 Medan

Leonardo Siahaan<sup>1</sup>, Rizka Muliani<sup>2</sup>, Nova Romadiyah Padang<sup>3</sup>, Putri Kemala Dewi Lubis<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Email: [leonardosiahaan@mhs.unimed.ac.id](mailto:leonardosiahaan@mhs.unimed.ac.id)

### ABSTRAK

Dalam perkembangannya bisnis kedai kopi mulai digemari masyarakat. Tempat Biasa Coffee merupakan sebuah bisnis kedai kopi yang menyediakan produk kopi dengan varian rasa yang berbeda-beda. Suatu usaha kedai kopi dapat dikatakan usaha yang layak apabila dinyatakan dari analisis studi kelayakan usaha. Dengan studi kelayakan usaha sebagai ilmu yang menganalisis kelayakan suatu usaha ditinjau dari aspek hukum, aspek pasar pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis/operasional, aspek manajemen dan organisasi, aspek dampak lingkungan. Penelitian ini dilakukan pada usaha kopi Tempat Biasa dengan tujuan untuk mengetahui kelayakan usaha Kopi Tempat Biasa ditinjau dari aspek studi kelayakan usaha. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik yang digunakan antara lain wawancara, observasi dan studi literatur dari artikel-artikel terkait penelitian yang diambil dari jurnal bereputasi nasional dan Sinta. Dari hasil analisis diperoleh hasil dari sudut pandang aspek pasar pemasaran, aspek teknis/operasional, dan aspek dampak lingkungan memenuhi kriteria kelayakan suatu usaha. Sedangkan aspek hukum serta aspek manajemen dan organisasi kurang layak. Sehingga usaha Kedai Kopi Tempat Biasa masih perlu dikembangkan dari segi hukum dan aspek manajemen serta organisasi.

**Keyword: Tempat Biasa Coffee; Studi Kelayakan Bisnis; Aspek Non Finansial**

### ABSTRACT

*In the development of the coffee shop business, it has become popular with the public. Tempat Biasa Coffe is a business coffee shop that provides coffee products with different flavors. A coffee shop business can be said to be a viable business if it is stated from a business feasibility study analysis. With business feasibility studies as a science that analyzes the feasibility of a business in terms of legal aspects, marketing market aspects, financial aspects, technical/operational aspects, management and organizational aspects, environmental impact aspects. This research was conducted on the Tempat Biasa Coffee business with the aim of finding out the business feasibility of the Tempat Biasa Coffee business in terms of business feasibility study aspects. This research uses descriptive qualitative research methods with techniques used including interviews, observations and literature studies from articles related to research taken from journals of national reputation and Sinta. From the results of the analysis, the results obtained from the perspective of marketing market aspects, technical/operational aspects, and environmental impact aspects meet the feasibility criteria for a business. Meanwhile, the legal aspects and management and organizational aspects are less feasible. So the ordinary the Tempat Biasa Coffee Shop business still needs to be developed in terms of legal aspects and management and organizational aspects.*

**Keyword: Tempat Biasa Coffee; Business Feasibility Study; Non-Financial Analysis**

### Corresponding Author:

Leonardo Siahaan,  
Universitas Negeri Medan,  
Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan,  
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221, Indonesia  
Email: [leonardosiahaan@mhs.unimed.ac.id](mailto:leonardosiahaan@mhs.unimed.ac.id)



## 1. INTRODUCTION

Kopi merupakan produk minuman seduh dari pengolahan biji tanaman kopi. Kopi telah menjadi minuman populer yang banyak dicari oleh beberapa kalangan masyarakat di Indonesia. Kopi bermanfaat dalam meningkatkan tenaga, sehingga usaha penjualan produk minuman kopi merupakan salah satu jenis usaha yang mempunyai peluang usaha yang bagus karena disukai oleh kalangan muda maupun dewasa. Saat ini terdapat usaha kafe berupa kedai kopi yang banyak menawarkan kopi tradisional lokal untuk dikonsumsi masyarakat.

Kedai kopi banyak dijadikan sebagai tempat nongkrong anak muda, sehingga di kota Medan usaha kuliner kedai kopi semakin berkembang. Usaha kafe yang menjual kopi produksi lokal seperti kopi Aceh dan kopi Sumatera Utara. Kopi Gayo merupakan jenis kopi Arabika yang paling banyak digemari karena memiliki tingkat cita rasa yang pas bagi masyarakat.

Bisnis kedai kopi dalam upaya meningkatkan penjualan produk sangat bergantung pada selera pelanggan/konsumen. Jadi penting untuk mengetahui minat konsumen terhadap ide-ide baru dengan minuman kopi yang berasa otentik. Pelayanan yang baik dan cita rasa asli minuman kopi menjadikan konsumen setia dan berpotensi untuk kembali membeli lagi. Membuat produk kopi nikmat dengan citarasa baru merupakan permasalahan yang dihadapi oleh pemilik kedai kopi. Ada berbagai macam cara untuk mendapatkan minuman kopi nikmat yang memiliki cita rasa berbeda-beda, mulai dari proses pemanenan buah kopi, proses fermentasi, proses pengeringan dan kemudian proses pemanggangan.

Untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal dari suatu usaha kedai kopi diperlukan suatu analisa yang matang dengan menggunakan studi kelayakan usaha untuk meneliti apakah suatu usaha layak atau tidak. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu usaha diukur berbagai aspek yaitu aspek hukum, aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis, aspek manajemen dan organisasi, aspek ekonomi dan sosial, serta analisis dampak lingkungan (Kasmir, 2014). Segala aspek dalam menjalin hubungan dan bisnis yang sehat harus memenuhi persyaratan semua aspek tersebut. Studi kelayakan usaha sangat diperlukan untuk mengetahui apakah pengembangan suatu usaha layak atau tidak.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Analisis Studi Kelayakan Usaha Kedai Kopi (Studi Kasus Lokasi Tempat Biasa Coffe Kedai Kopi Gurilla Medan)". Dengan menganalisis tingkat kelayakan usaha ditinjau dari aspek non finansial yaitu aspek hukum, aspek pasar pemasaran, aspek teknis/operasional, aspek manajemen dan organisasi, aspek dampak lingkungan.

### A. *Studi Kelayakan Bisnis*

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang menentukan kelayakan suatu usaha dengan cara menyelidikinya secara menyeluruh (Kasmir, 2019). Di sisi lain, Umar (Faladiba dan Musmulyadi, 2020) mengatakan studi kelayakan bisnis adalah untuk mengetahui apakah suatu ide bisnis layak atau tidak. Gagasan yang dapat membawa manfaat bagi pemangku kepentingan dan pengusaha serta meminimalkan kerugian. Hasilnya akan menentukan apakah ide bisnis ini layak atau tidak. Pak Gumerar mendukung hal tersebut dengan menyatakan bahwa studi kelayakan suatu kegiatan usaha menilai sejauh mana manfaat yang akan diperoleh dari pelaksanaan suatu kegiatan usaha atau proyek.

Menurut (Restu, 2020), studi kelayakan adalah suatu kegiatan yang mempertimbangkan apakah suatu ide bisnis dapat dilaksanakan secara menguntungkan. Berdasarkan pendapat di atas dapat kita simpulkan bahwa studi kelayakan adalah suatu kegiatan menggali ide bisnis seseorang melalui penelitian bisnis yang dilakukan secara berkelanjutan. Studi kelayakan ekonomi sebenarnya banyak diminta oleh berbagai pihak, terutama pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dalam pengelolaan perusahaan. Entitas yang dikelola harus mampu menunjukkan bahwa bisnis yang dikelola dianggap layak melalui penilaian studi kelayakan ekonomi yang bertanggung jawab.

Pihak yang berkepentingan dengan hasil studi kelayakan antara lain para pengusaha untuk mengetahui apakah usaha yang dijalankannya akan menguntungkan. Kreditor memeriksa apakah suatu bisnis mampu membayar kembali pinjamannya atau pinjaman yang diberikan. Dalam studi kelayakan tersebut, pemerintah akan memastikan perusahaan pengelola dapat memberikan manfaat ekonomi secara keseluruhan dan tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan.

### B. *Aspek Non Keuangan*

Dalam mengukur dan membuat studi kelayakan usaha, studi dilakukan secara bertahap dengan berbagai aspek yang perlu diselidiki, diukur dan dievaluasi sesuai dengan temuan yang diidentifikasi. Aspek tersebut terdiri dari aspek non finansial dan finansial. Aspek non keuangan meliputi aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasional, aspek manajemen/organisasi, dan aspek dampak lingkungan. Kini, sisi keuangan adalah sisi keuangan perusahaan.

#### 1) Aspek Hukum

Aspek hukum merupakan salah satu aspek dalam studi kelayakan usaha. Ini mungkin gagal karena masalah hukum terkait dengan perolehan izin praktik. Oleh karena itu, penting untuk memeriksa keabsahan dokumen pendirian perusahaan (Kasmir, 2019). Penyiapan dokumen perizinan dan persyaratan hukum yang diperlukan, seperti akta pendirian perusahaan, izin usaha, pajak dan asuransi, serta jenis badan usaha. Menurut

Sulastri (Riesso & Asfo, 2022), aspek hukum meliputi izin lokasi, akta pendirian usaha dari notaris setempat sesuai dengan badan hukum lain, NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), akta pendaftaran usaha, surat persetujuan daerah, pendirian dari pemerintah, sertifikat. mitra dari pemerintah daerah dan SIUP daerah.

#### 2) Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran merupakan aspek yang menganalisis diinginkan atau tidaknya suatu peluang pasar dengan menggunakan strategi pemasaran untuk memanfaatkan peluang pasar tersebut. Variabel yang digunakan dalam analisis antara lain jumlah permintaan, penawaran, harga jual produk, serta faktor pemasaran lainnya untuk menganalisis kebutuhan dan keinginan konsumen, segmentasi pasar, sasaran pasar, umur produk, struktur pasar, pangsa pasar, dan persaingan.

#### 3) Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis atau operasional yaitu survei lokasi perusahaan dan penentuan tata letak bangunan, peralatan mekanik dan tata ruang untuk perluasan lebih lanjut. Selain itu kriteria penting dalam mempertimbangkan aspek teknis antara lain peralatan produksi, bahan baku, jumlah karyawan, teknologi yang digunakan, proses produksi, produksi optimal, pengemasan dan penyimpanan.

#### 4) Aspek Manajemen dan Organisasi

Aspek penilaian pelaku korporasi dan struktur organisasi. Hasil pencapaian tujuan organisasi melalui penggunaan proses manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemantauan dan pengendalian suatu organisasi. Untuk mencapai tujuan tersebut perlu dilakukan analisis tahapan pelaksanaan usaha dan kesiapannya dalam pekerjaan manual, serta penataan personel yang kompeten di perusahaan, serta tenaga kerja kompeten yang dibutuhkan untuk menjalankan perusahaan. Isi pekerjaan, kebijakan perekrutan, dan operasi menentukan produktivitas dan pendidikan. Program dan pengembangan, perencanaan karir, kesehatan dan keselamatan kerja, dan mekanisme redundansi.

#### 5) Aspek Dampak Lingkungan (AMDAL)

Aspek yang mengkaji dampak suatu usaha terhadap lingkungan sekitar, antara lain tanah, air, dan udara, yang dapat berdampak terhadap kehidupan manusia, hewan, dan tumbuhan di sekitar lingkungan tersebut. Aspek lingkungan usaha merupakan analisa kesesuaian usaha dengan lingkungan sekitar ditinjau dari ancaman pendatang baru, persaingan antar ide usaha, ancaman dari pesaing dan daya tawar.

## 2. RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kualitatif dengan teknik penelitian studi kasus. Dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dengan observasi langsung dan wawancara kepada pemilik usaha Tempat Biasa Coffe di di Jl. Gurilla No.102 Medan. Penelitian ini berfokus pada kelayakan non finansial suatu usaha termasuk aspek hukum yang terdiri dari data jenis izin yang dimiliki. Aspek pasar pemasaran dari data mengenai target pasar, kualitas dan spesifikasi produk serta harga dan promosi. Aspek teknis berisi data tentang deskripsi produk penentuan lokasi. Aspek manajemen dan sumber daya manusia, data mengenai struktur organisasi uraian tugas, sistem kompensasi, dan program pengembangan pegawai. Dan aspek dampak lingkungan merupakan data mengenai pengaruh terhadap lingkungan sekitar usaha laundry. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan mempelajari literatur yang relevan dengan penelitian ini serta artikel yang bersumber dari jurnal bereputasi nasional dan Sinta.

## 3. RESULTS AND DISCUSSION

### A. Analisa Aspek Hukum

Tempat Biasa Coffee merupakan salah satu jenis badan usaha perseorangan yang bergerak di bidang minuman yang berfokus pada teh dan kopi sebagai produk unggulan dengan mengedepankan pelayanan sehingga membuat konsumen nyaman saat berkunjung ke kafe. Legalitas dokumen pendirian usaha Kedai Kopi Reguler belum tersedia. Dokumen tersebut antara lain izin lokasi, akta pendirian perusahaan dari NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) notaris setempat, tanda daftar perusahaan, izin lokasi usaha dari pemerintah daerah, surat keterangan rekanan dari pemerintah daerah dan SIUP. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik usaha belum bisa mengurus dokumen izin usahanya karena tidak memiliki hubungan dan terbatasnya akses terhadap izin. Adanya permasalahan hukum dan dokumen-dokumen yang diperlukan dalam mendirikan Kedai Kopi dapat menyebabkan kegagalan suatu usaha.

### B. Analisis Aspek Pemasaran dan Pasar

Pada aspek pasar, pemasaran dianalisis dengan menggunakan bauran pemasaran 4P, antara lain:

#### 1) Produk

Produk yang ditawarkan Kopi Tempat Biasa adalah minuman dengan berbagai rasa dan versi mulai dari soft, creamy, dengan berbagai jenis menu yaitu Essperesso Base, Latte, Kosu, Signature, Manual Brew, Milk, Squash, Tea. Tempat Kopi Tempat Biasa menyediakan produk yang berbeda dari kedai kopi lainnya

dengan barista profesional dan kompeten memberikan cita rasa istimewa pada produk andalan. Kopi Gayo merupakan jenis kopi yang paling banyak digemari dan menjadi produk best seller di tempat biasa sehingga berbeda dengan produk yang disediakan kedai kopi lainnya.

#### 2) Harga

Harga di Kedai Kopi Tempat Biasa masih terjangkau dengan segmentasi pasar pelajar dan masyarakat usia produktif. Dalam pemasarannya, kedai kopi menggunakan strategi penetapan harga berdasarkan pendekatan pesaing, yaitu dengan membandingkan harga dengan produk pesaing yang ada di pasaran agar sesuai dengan harga pesaing dan dapat dijangkau oleh konsumen. Harga produk Espresso Base Rp (10.000-22.000), Latte (18.000-20.000), Kosu (22.000-23.000), Signature (15.000-20.000), Squash 18.000, Manual Brew 13.000-18.000, Susu 18.000-20.000, Teh 15.000-17.000.

#### 3) Tempat dan Promosi

Lokasi usaha Tempat Biasa Coffee sangat tepat, dengan letak kedai yang berada pada kondisi dan geografi yang strategis di tengah kawasan perumahan yang ramai sehingga berpotensi menarik konsumen. Di lokasi Tempat Biasa, Kopi juga mempunyai usaha serupa sebagai pesaing Kedai Kopi. Namun bagi pengunjung Regular Coffee Place tidak ada masalah karena lebih menarik dibandingkan kafe-kafe yang ada di sekitarnya. Permasalahan dari bisnis kopi ini adalah lahan parkir yang kurang luas.

#### 4) Promosi

Dalam melakukan kegiatan promosi, Ordinary Places menggunakan Instagram dan WhatsApp sebagai media sosial. Selain itu juga terdapat promosi dari mulut ke mulut, pamlet atau flyer, event pada hari-hari tertentu dengan memberikan diskon. Place Ordinary Coffee memiliki akun Instagram @tempatbiasa.mdn yang digunakan sebagai sarana promosi pengenalan menu, review menu, konten positif untuk branding menu, dan digunakan sebagai informasi diskon. Sedangkan WhatsApp lebih ke arah komunikasi personal, misalnya untuk pemesanan tempat acara. Tempat Kopi Biasa juga memfasilitasi pengiriman pesanan melalui aplikasi Gojek dan Grab.

#### 5) Segmentasi

Segmentasi adalah pengelompokan konsumen yang membutuhkan suatu produk. Target pasar utama Ordinary Place adalah masyarakat usia produktif, mahasiswa, pelajar yang mempunyai hobi nongkrong bersama teman dan pecinta cita rasa kopi di sekitar tempat usaha yang berdomisili di sekitar Jl. gurila. Berdasarkan hasil penelitian segmentasi, kebutuhan dan preferensi konsumen yang membutuhkan kopi mengalami peningkatan.

#### 6) Sasaran Pasar

Target pasar Tempat Biasa Coffe dilihat dari aspek geografis dan demografi antara lain:

##### a) Geografi

- Mahasiswa yang bersekolah di Medan Timur Timur
- Para karyawan

##### b) Demografis

- Pelajar dan pelajar
- Masyarakat Kecamatan Medan Timur

#### 7) Penentuan Posisi

Posisi Tempat Biasa dalam pangsa pasar cukup kuat karena visi dan misinya "Familiarity, Relaxation, Enjoyment and Friendly". sehingga konsumen tertarik untuk mengunjungi Tempat Biasa Coffee untuk menikmati seduhan kopi yang tersedia.

### C. Aspek Teknis dan Teknologi

#### 1) Lokasi Layanan

Tempat Biasa Coffee terletak di Jl. Rela No.102, Sei Kera Hilir II, Medan Perjuangan, Kota Medan Sumatera Utara, Indonesia.

#### 2) Bahan Baku, Bahan Pengemas dan Bahan Habis Pakai

Bahan baku yang digunakan Tempat Biasa Coffee Cup adalah kopi, bubuk, susu cair, gula pasir, dan lain sebagainya. Bahan baku kemasan dari kedai kopi adalah plastik seperti gelas, sedotan, plastik dan lain sebagainya yang dipesan dari produsen plastik. Bahan habis pakai dari usaha ini antara lain tisu, masker, sapu, dan tempat sampah. Total biaya bahan baku sebesar Rp 500.000 yang sudah ditambah dengan kemasan dan bahan habis pakai.

### 3) Mesin dan Peralatan Produksi

Mesin yang digunakan dalam proses produksi kopi antara lain mesin espresso, penggiling kopi, pembuat kopi tetes otomatis, blender. Sedangkan perlengkapan yang digunakan untuk menunjang kegiatan kedai kopi antara lain lemari es, rak, cangkir, asbak, meja dan kursi.

### D. Analisis Aspek Manajemen dan SDM

Analisis aspek manajemen dan sumber daya manusia pada usaha Kedai kopi Tempat Biasa dilakukan untuk mengetahui struktur kebutuhan pembagian tugas serta kebutuhan sumber daya manusia dan tingkat kapasitas tenaga kerja yang sesuai dengan yang dibutuhkan.

#### 1) Waktu Kerja Efektif

Pada aspek pengelolaan, Kedai Kopi Tempat Biasa telah menggunakan standar operasional produsen (SOP) dalam menjalankan kegiatan produksi kopi. Hal ini dilakukan dengan cara yang tidak tertulis namun sudah menjadi budaya. Jam kerja operasional pekerja adalah pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB dengan istirahat selama 1 jam. Jam kerja operasional ini selalu diawasi oleh pengelola dan pemilik usaha.

#### 2) Struktur Organisasi

Tempat Biasa Coffee mempunyai struktur organisasi yang sederhana, dimana pemilik dan pengelola usahanya. Karena Kedai Kopi Biasa merupakan usaha mikro yang pengelolaan operasionalnya masih sederhana. Selain itu, pemilik mengontrol operasional bisnis agar tetap sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP).

#### 3) Uraian dan Pembagian Tugas

Jumlah karyawan yang mengelola usaha Tempat Biasa Coffee sebanyak 3 orang karyawan dengan pembagian tugas yang jelas dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab di kedai kopi.

No.	Posisi	Tugas dan Tanggung Jawab
1.	Barista	1. Membuat Minuman 2. Bertanggung jawab atas penggunaan peralatan produksi minuman yang tersedia 3. Bertanggung jawab terhadap kebersihan di Coffee Shop
2.	Pelayan	1. Catat pesanan pengunjung 2. Membawa minuman ke meja pemesanan 3. Melayani Pelanggan
3.	Kasir	1. Bertanggung jawab sebagai kasir 2. Melaporkan pemasukan harian kepada pemilik kopi

#### 4) Rekrutmen

Dalam sistem rekrutmen yang digunakan oleh pemilik Tempat Biasa Coffee, mereka tidak membuat persyaratan terlalu banyak, melainkan hanya persyaratan formal biasa saja, seperti kartu identitas, pengalaman dan curriculum vitae (CV).

### E. Analisis Aspek Lingkungan dan Sosial

Tempat Biasa Coffee dalam menjalankan kegiatan usahanya menghasilkan limbah cair dan padat. limbah cair seperti air minuman kopi sisa konsumsi, ampas kopi,. Limbah padat seperti kemasan plastik dapat mempengaruhi lingkungan sekitar. Dalam hal ini Kedai Kopi Reguler telah memisahkan kemasan plastik yang masih bisa digunakan dan diberikan kepada pemulung. Dan buang limbah cair kopi pada tempat sampah yang benar. Sehingga tidak memberikan dampak negatif bagi masyarakat.

## 4. CONCLUSION

Analisis studi kelayakan usaha usaha Kedai Kopi Reguler dikaji dari aspek non finansial meliputi aspek hukum, aspek pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek dampak lingkungan. Pada aspek pemasaran, aspek teknis dan aspek dampak lingkungan, hasil analisis studi kelayakan usaha dinyatakan layak. Kedai Kopi Tempat Biasa Coffee dinyatakan kurang layak untuk dianalisis dari aspek hukum dan aspek manajemen serta sumber daya manusia. Dari aspek hukum, hasil analisa usaha Tempat Kopi Biasa belum memiliki surat/dokumen izin pendirian usaha. Sedangkan pada aspek pengelolaan usaha, Kedai Kopi Reguler belum mempunyai standar operasional tertulis dalam pembuatan SOP sehingga mengakibatkan kurangnya pengetahuan pegawai terhadap tugas yang menjadi tanggung jawab atau pelaksanaannya. Selain itu, masih ada tanggung jawab ganda yang diemban oleh satu orang, seperti tugas seorang pramusaji dan kasir dalam satu orang. Hal ini terjadi karena keterbatasan sumber daya manusia dalam mengelola bisnis kedai kopi. Kurangnya aspek hukum dan aspek manajemen dapat membuat bisnis Tempat Kopi Reguler gagal. Sehingga perlu adanya perbaikan terhadap kekurangan-kekurangan pada aspek-aspek tersebut dalam menjalankan suatu usaha.

**REFERENCES**

- Abi Zannibar, F., Suliawati, S., & Arfah, M. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Setia Coffee. *Blend Sains Jurnal Teknik*, 1(4), 326–332.
- Adhitama, A., Rahmawati, N. F., & Selvi, S. (2023). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM PADA COFFEE SHOP PILONA COFFEE DI KOTA TANGERANG. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(3), 351–359.
- Amaly, N. F., Praptono, B., & Iqbal, M. (2015). Analisis Kelayakan Pembukaan Cabang Coffee Shop Kedai Sabi Di Tamansari, Kota Bandung Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial. *EProceedings of Engineering*, 2(2).
- Arianton, K., Meitriana, M. A., & Haris, I. A. (2019). Studi Kelayakan Usaha Budidaya Rumput Laut Pada Kelompok Bina Karya Di Desa Patas, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(2), 573–582.
- Arum, R. M. (2019). Pengembangan Eiffel Laundry Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran Serta Aspek Teknis. *MARGIN ECO*, 3(2), 30–45.
- Faradiba, B., & Musmulyadi, M. (2020). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian “Alpokatkocok Doubig” Di Makassar. *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 2(2), 52–61.
- Juniana, E., Maula, H. I., Rahmawati, R., & Septia, R. (2023). ANALISIS ASPEK KELAYAKAN USAHA PADA ERGO COFFE DI KABUPATEN JEMBER. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 19(2), 82–91.
- Kasmir, Jakfar. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana
- Khaerunnisa, S., & Nursyamsiah, S. (2023). Pengembangan Layanan Ramah Lingkungan pada Perusahaan Laundry IronMom di Cirebon Jawa Barat. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8249–8258.
- Lubis, A. R., Lubis, M. & Al-Khowarizmi (2020). Optimization of distance formula in K-Nearest Neighbor Faradiba, B., & Musmulyadi, M. (2020). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian “Alpokatkocok Doubig” Di Makassar. *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 2(2), 52–61.
- Pramesti, D. S., Dharma, J., Purnomo, N. L., & Sari, T. I. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis Linen Deck Laundry di Politeknik Internasional Bali. *INSPIRE: Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(1), 50–58.
- Putri, J. N., Chumaidiyah, E., & Prambudia, Y. (2021). Perancangan Bisnis Dan Kelayakan Coffee Shop “kedai Om Boed” Pada Pembukaan Cabang Baru Di Kabupaten Bandung. *EProceedings of Engineering*, 8(5).
- Riesso, A. S., & Asfo, N. S. (2022). Analisis Stategi Pemasaran Jasa Menghadapi Pesaing Terhadap Usaha Suliyanto. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Syachputri, D. K., Melliana, M., & Mesra, T. (2022b). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Jasa Pemasangan Wika Solar Water Heater pada CV Vania Jaya Plumbing. *Jurnal ARTI (Aplikasi Rancangan Teknik Industri)*, 17(1), 68–80.
- Widiastari, N. P. E., Murdani, N. K., & Laksmi, N. P. A. D. (2022). Analisis Kelayakan Usaha Hita Coffee Bali (Coffee Shop) Di Kota Denpasar. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 3(1), 19–27.