

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS KEDAI KOPI (STUDI KASUS PADA KEDAI KOPI MOJO'O COFFEE DI GANG MAWAR, SEMPAJA SAMARINDA)

Saida Zainurossalamia ZA¹, Agung Wibowo^{2*}

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman
agungwibowobontang222@gmail.com*

e-ISSN: 2985-7996

Article History:

Received: 28-02-2023

Accepted: 01-04-2023

Abstrak : Agung Wibowo, 2023. Dalam beberapa tahun terakhir, usaha bisnis yang bergerak pada bidang kedai kopi terus berkembang, diantaranya adalah kedai kopi Mojo'o Coffee yang berlokasi di gang mawar, sempaja, samarinda. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis kelayakan usaha pada kedai kopi Mojo'o Coffee, untuk mengetahui apakah usaha yang sedang dijalankan dapat memberikan keuntungan finansial yang diharapkan dengan pendekatan kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian deskriptif dari data yang di kumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Data primer dan sekunder digunakan sebagai sumber data penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis kualitatif untuk penilaian aspek hukum, lingkungan dan keuangan.

Kata Kunci : Kelayakan Usaha Bisnis, Bisnis Kedai Kopi



PENDAHULUAN

Saat ini bisnis kopi di Indonesia khususnya di kota-kota besar sedang berkembang pesat, banyak bermunculan para pengusaha yang membuka usaha kedai kopi dengan banyak ide atau gagasan. Bahkan di kota-kota kecil terdapat kedai kopi yang lumayan banyak. Dengan pesatnya perkembangan sektor *coffee shop* di berbagai daerah di Indonesia, ketika banyak bermunculan kafe-kafe baru akan menimbulkan tingkat persaingan yang tinggi. Kedai kopi yang tidak kuat akan mudah terlampaui oleh pesaing-pesaingnya. Dari sudut pandang konsumen saat ini, mereka memiliki lebih banyak alternatif dalam memilih kedai kopi mana yang akan mereka kunjungi. Ketika konsumen merasa kopinya tidak memuaskan, mereka dengan mudah meninggalkan kedai kopi tersebut.

Di kota Samarinda, gaya hidup meminum kopi sudah menjadi kebiasaan, baik kalangan anak muda maupun kalangan orang tua sudah lama mulai berkembang. Karena gaya hidup tersebut, banyak bermunculan kafe maupun kedai kopi baru dengan konsep yang beragam dan berinovasi untuk menarik pelanggan. Hingga saat ini terdapat lebih dari 100 kedai kopi di kota Samarinda, namun banyak yang gagal bertahan karena kalah dalam persaingan. Dalam memulai usaha, diperlukan perencanaan yang matang untuk meminimalisir resiko dan hambatan yang muncul setelah memulai usaha. Menurut Rochmat Aldy, 2017:2, ketidakpastian tentang masa depan adalah hal yang perlu dipertimbangkan ketika menjalankan suatu bisnis. Aspek ekonomi, hukum, sosial, politik serta budaya lingkungan dan perubahan tren dalam masyarakat selalu berubah dan tidak pasti. Untuk mengetahui suatu usaha layak atau tidak, maka perlu dilakukan studi kelayakan bisnis. Menurut Kasmir dan Jakfar, 2003: 7, Studi kelayakan bisnis adalah studi mendalam tentang pengelolaan suatu bisnis.

Dari hasil penelitian di awal, kedai kopi yang paling menarik dan sering dikunjungi di kota Samarinda yaitu Kedai Kopi Mojo'o Coffee, yang merupakan usaha yang dimiliki oleh dua anak muda, Dwi Wahyudi dan I made Suryadana yang berdiri pada Desember 2019, namun pada perencanaan awalnya, mereka tidak melakukan kajian mendalam tentang kelayakan usaha tersebut. Oleh karena itu, dalam bisnis kedai kopi Mojo'o Coffee akan ditinjau dari aspek hukum, pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia dan aspek keuangan.

Dari latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah : Mengetahui kelayakan bisnis kedai kopi Mojo'o Coffee dari aspek hukum, Mengetahui kelayakan bisnis kedai kopi Mojo'o Coffee dari aspek pemasaran, Mengetahui kelayakan bisnis kedai kopi Mojo'o Coffee dari aspek manajemen dan sumber daya manusia dan Mengetahui kelayakan bisnis kedai kopi Mojo'o Coffee dari aspek keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di kedai kopi Mojo'o di gang Mawar, Sempaja, Samarinda. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penulisan melalui pengukuran pelayanan, data langsung dari informasi sebagai sumber informasi yang dibutuhkan. Sumber informasi utama penulisan ini adalah pemilik kedai kopi Mojo'o. Data sekunder berasal dari bacaan. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber tertulis seperti media elektronik atau internet sebagai pelengkap data primer.

Tulisan ini bersumber dari situasi khusus berdasarkan pengalaman aktual, tuturan atau tingkah laku subjek atau situasi tulisan di bidang tulisan hingga menjadi konsep teori. Metode pengambilan data dalam penulisan menggunakan cara observasi dan wawancara. (Noeng Mihajir, dalam Sugiono, 2009: 39) Analisis data merupakan upaya mencari dan menyusun catatan observasi, wawancara dan dokumentasi secara sistematis

untuk meningkatkan pemahaman penulisan tentang situasi yang diteliti dan menawarkan sebagai pemahaman bagi orang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kedai kopi Mojo'o merupakan kedai yang menawarkan berbagai macam minuman kopi dan non kopi. Menurut hasil wawancara dengan salah satu pemilik kedai kopi Mojo'o Coffee yaitu Dwi Wahyudi, kedai ini berdiri pada tahun 2019, karena modal awal yang terbatas kedai kopi Mojo'o Coffee ini hanya buka di dalam gang dengan menggunakan kontainer. Pada tahun 2020, kedai kopi Mojo'o Coffee mengalami masalah yang merupakan pendapatan yang berkurang secara signifikan hingga September 2020 akibat pandemi Covid-19. Setelah mengambil tambahan modal dan pinjaman, kedai kopi Mojo'o Coffee menambah cabangnya yang terletak di tempat strategis, yaitu di Gor Segiri Samarinda dan di Market Riverside Mahakam Samarinda yang terletak di jalan Slamet Riyadi, Samarinda.

1. Aspek Hukum

Bentuk badan usah Mojo'o Coffee adalah perusahaan yang dimiliki oleh Dwi Wahyudi dan I Made Suryadana. Jenis perusahaan ini adalah perusahaan yang dikendalikan dan dikelola sendiri oleh pemilik perusahaan. Di satu sisi, mereka menerima semua keuntungan perusahaan, di sisi lain, mereka menanggung semua risiko yang timbul dari aktivitas perusahaan, persyaratan hukum agar kedai kopi Mojo'o Coffee dapat beroperasi adalah Izin Usaha Kecil dan Menengah (IUMK), Surat Izin Tempat Usaha (SITU), Surat Izin Usaha Komersial (SIUP) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Penulis menganalisis aspek pasar dan menganalisis potensi pasar serta strategi yang digunakan untuk memasarkan kopi Mojo'o di Samarinda. Strategi pemasaran yang harus diperhatikan adalah segmentasi, penargetan, *positioning* dan pangsa pasar. Dengan pemikiran tersebut, hanya satu strategi baruan pemasaran yang dapat dilakukan yaitu produk, harga, tempat, distribusi dan promosi kopi Mojo'o di Samarinda.

a. Potensi Pasar

Di latar belakang yang telah dibahas, menikmati kopi di kafe ini telah menjadi kebiasaan dan cara hidup baru bagi masyarakat, khususnya para remaja pelajar dan pekerja kantoran, bahkan para orang tua. Dari data yang dipublikasikan badan pusat statistik kota samarinda pada tahun 2019, terdapat total 83.872 siswa SMP hingga SMA, belum lagi mahasiswa yang dari luar kota samarinda yang sedang berkuliah di samarinda. Dengan informasi yang di dapat, usaha kedai kopi memiliki potensi yang sangat besar untuk pemeliharaan dan pengembangan kedai kopi Mojo'o.

b. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar dalam bisnis kopi Mojo'o dibagi menjadi 3 segmen, yaitu segmen demografis, geografis dan perilaku. Segmentasi didasarkan pada demografi yang mencakup kelompok usia 15 tahun sampai dengan 20 tahun, tingkat pendidikan termasuk siswa sekolah menengah hingga mahasiswa dan pekerja termasuk pekerja kantoran dan PNS. Segmentasi geografis diambil dari lokasi Mojo'o Coffee yang merupakan cabang pertama yang terletak dekat diantara sekolah, kampus besar dan perkantoran. Selain itu, lokasi kedua dan ketiga ini sangat mudah dijangkau karena berada di pusat kota. Segmentasi berbasis perilaku diamati pada pengunjung yang lebih menyukai tempat dengan konsep yang nyaman, selain itu ada pengunjung yang menyukai kopi, dan ada juga yang bahkan tidak menyukai

kopi. Oleh karena itu, di kedai kopi Mojo'o juga menyediakan minuman yang tidak menggunakan kopi dengan berbagai varian rasa.

c. Target Pasar

Setelah menetapkan segmentasi pasar, target pasar kedai Mojo'o merupakan mahasiswa, pelajar dan pekerja yang ingin datang untuk bersantai, berkumpul, dan juga memiliki tempat untuk mengerjakan pekerjaan kantor yang nyaman dengan menu yang beragam. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kedai Mojo'o memiliki fokus yang jelas dengan target pasar yang terus berkembang.

d. Penentuan Posisi

Kedai kopi mojo'o yang memiliki tempat yang nyaman, dengan menu yang menyesuaikan dengan kebutuhan pengunjung, dengan harga yang relatif murah dibandingkan kedai kopi lain di samarinda dan dengan kualitas produknya. Hal ini sejalan dengan *review* pelanggan kedai Mojo'o di *instagram* yang mengklaim bahwa kedai Mojo'o adalah kedai kopi yang nyaman dan menarik dengan harga yang relatif murah.

e. Pangsa Pasar

Untuk mengukur pangsa pasar pada kedai Mojo'o, menggunakan jenis pangsa pasar volume yang dihitung berdasarkan data penjualan yang mengacu pada jumlah unit atau produk. Total penjualan kopi Mojo'o adalah 4.205 dalam satu bulan, di hitung dari total penjualan kopi Mojo'o.

f. Strategi Bauran Pemasaran Product,

Produk utama kedai Mojo'o merupakan minuman kopi yang telah dikembangkan menjadi berbagai macam minuman seperti kopi susu modern yang digemari oleh kalangan anak muda. Selain itu juga tersedia minuman non kopi dengan rasa yang beragam untuk memenuhi selera konsumen yang tidak bisa minum kopi. Beragam produk minuman juga ditawarkan oleh pesaing, namun keunggulan dari produk kopi Mojo'o ini adalah rasanya yang berkualitas tinggi dengan harga yang relatif murah.

g. Price/ Harga

Harga yang dipatok kedai Mojo'o sangat wajar, mulai dari harga 10.000 sampai harga 20.000, harga ini sangat terjangkau dan lebih murah dari pesaing dengan kualitas produk yang tinggi.

h. Place/ Tempat

Mojo'o Coffee memilih lokasi yang sangat strategis dan dekat dengan konsumen dengan target segmen pasar. Mojo'o Coffee berlokasi di Jalan P.M. Noor Gang Mawar, di Gor Segiri Samarinda dan juga di food court market riverside mahakam samarinda di Jalan Slamet Riadi Samarinda. Meski banyak kompetitor di kawasan ini, Mojo'o Coffee percaya diri karena konsep *delivery* yang sangat modern, dengan nuansa industrial tropis yang sangat digemari anak muda saat ini, dan juga dengan harga yang sangat terjangkau. harga dengan rasa kualitas tinggi. Ini jelas merupakan keunggulan utama Mojo'o Coffee yang tidak dimiliki para pesaingnya.

i. Promotion/ Promosi

Fokus utama promosi kedai kopi Mojo'o Coffee adalah pada media sosial *instagram*, karena target pasarnya adalah kalangan anak muda yang saat ini sangat aktif menggunakan platform media sosial *Instagram*.

3. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Analisis aspek manajemen dan sumber daya manusia usaha kopi Mojo'o dilakukan untuk menentukan struktur kebutuhan pembagian tugas serta kebutuhan sumber daya manusia dan tingkat kapasitas tenaga kerja yang sesuai dengan yang diperlukan.

a. Struktur Organisasi

Mojo'o cafe adalah bisnis milik dua orang dengan struktur organisasi yang sederhana, dimana manajemen langsung dari kedua pemilik. Kopi mojo'o masih merupakan usaha mikro yang tidak membutuhkan manajer untuk mengelola operasionalnya. Selain itu, pemilik mengontrol operasi bisnis agar tetap sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP).

b. Deskripsi dan Pembagian Tugas

Uraian dan pembagian tugas pekerjaan di kedai kopi Mojo'o sangat jelas sehingga memudahkan setiap karyawan memahami dengan jelas dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab di kedai.

Tabel 1. Tugas dan Tanggungjawab Karyawan

No	Jabatan	Tugas dan tanggung Jawab
1.	Kepala Bar	1.mengawasi kegiatan di kedai agar berjalan dengan baik 2.mencatat stok barang 3.mengatur <i>shift</i> untuk barista 4.melapor kegiatan yang dilakukan kepada pemilik kedai
2.	Barista	1.membuat minuman 2.bertanggung jawab dalam menggunakan alat produksi minuman yang tersedia 3.bertanggung jawab atas kebersihan di kedai
3.	Kasir	1.bertanggung jawab sebagai kasir 2.melaporkan pendapatan setiap hari kepada pemilik kedai.

Sumber: data yang diolah

c. Rekrutmen

Pada sistem rekrutmen yang dilakukan pemilik kedai mojo'o tidak membuat terlalu banyak persyaratan, tetapi hanya persyaratan formal biasa, seperti kartu identitas, pengalaman, serta riwayat hidup (CV). Selain itu kedai mojo'o mengutamakan pekerja yang sudah memiliki pengalaman dengan alasan agar pekerjaan yang diberikan dapat dilaksanakan dengan baik.

d. Pelatihan dan Orientasi

Orientasi penting dilakukan buat karyawan baru agar mereka memahami situasi sebenarnya dari kedai seperti konteks restoran, operasi standar dan peraturan yang ada di kedai mojo'o. Pelatihan merupakan cara pemilik memberitahu terkait dengan kegiatan yang akan dilakukan oleh karyawan. Pelatihan ini tidak hanya untuk pekerja baru, tetapi juga untuk pekerja yang sudah senior supaya mereka bisa terus berkembang dan berinovasi untuk kemajuan pribadi dan tempat mereka bekerja.

4. Aspek Keuangan

Analisis keuangan bertujuan untuk menentukan biaya investasi dan operasi kedai mojo'o yang diperlukan untuk membangun dan menjalankan usahanya.

a. Biaya Investasi awal

Biaya modal awal yang disediakan pemilik kedai kopi Mojo'o sebagai investasi agar dapat mendatangkan keuntungan di masa depan. Dari informasi dari pemilik kedai mojo'o, biaya investasi yang harus dikeluarkan kopi mojo'o untuk membangun dan menjalankan usaha sebesar Rp.30.500.000. Biaya tersebut digunakan untuk membeli peralatan produksi, biaya produksi, biaya pembangunan, biaya operasional/investasi dan biaya pekerjaan.

b. Biaya Operasional dan Modal Kerja

Biaya operasional merupakan biaya yang harus dilakukan Mojo'o Coffee untuk menjalankan usahanya. Biaya operasional terdiri dari biaya tenaga kerja dan biaya produksi. Dari hasil analisis, kebutuhan biaya operasional utama adalah biaya produksi yang sesuai dengan menu kafe Mojo'o Coffee yang cukup tinggi. Total biaya operasional yang dibutuhkan adalah Rp 8.100.000/bulan.

c. Pendapatan dan Nilai Penjualan

Perhitungan pendapatan dan laba bersih yang diharapkan dapat dihitung jika mengetahui nilai pendapatan bulanan yang diperoleh dari total produk yang terjual per bulan kemudian dikali dengan harga jual masing-masing produk. Analisis nilai jual yang dilakukan adalah pendapatan tahun pertama produksi. Pada tahun pertama, nilai penjualan Kopi Mojo'o mencapai Rp. 300.180.000 dengan pendapatan bulanan Rp. 15.015.000. Dengan perkiraan pertumbuhan penjualan tahunan Kopi Mojo'o dihitung dengan pertumbuhan tahunan yang diharapkan sebesar 4%, pada tahun ke-2 produksi, nilai penjualan Kopi Mojo'o diharapkan adalah Rp. 312.187.200 dan pada tahun ke-3 Kopi Mojo'o Kopi Pendapatan Toko akan meningkat menjadi Rp. 324.194.400.

d. Pendapatan Laba dan Proyeksi Pendapatan Laba

Laba yang diperoleh dihitung dari tahun ke-1 dan ke-2 operasi, sedangkan perkiraan laba dihitung dari perkiraan penjualan tahun ke-3, ke-4 dan ke-5. Untung yang diperhitungkan adalah untung bersih sebelum pajak dan untung bersih setelah pajak setiap per tahun. Untung bersih sebelum pajak dihitung sebagai total nilai penjualan dikurangi total biaya operasional dan biaya penyusutan setiap tahunnya. Sedangkan untung bersih setelah pajak dihitung dari untung bersih sebelum pajak yang sebelumnya lalu disesuaikan ke bawah dengan nilai kena pajak biaya tarif 10%. Dari hasil analisis untuk menghitung laba setelah pajak (EAT).

e. Kelayakan Investasi *Payback Period* (PP)

Metode *payback period* diperuntukkan menghitung besarnya waktu yang diperlukan untuk mengembalikan modal awal yang dikeluarkan untuk mendirikan usaha kopi Mojo'o Coffee. *Payback period* menggunakan rumus $PP = n + (a-b)/(c-b) \times 1$ tahun. Rumus ini digunakan karena arus kas setiap tahunnya berbeda. Setelah dihitung dengan metode *payback period*, maka *payback period* memulai usaha kopi Mojo'o Coffee adalah 1 tahun 8 bulan. Artinya, pengembalian dana yang diinvestasikan lebih cepat daripada masa manfaat aset yang diinvestasikan, sehingga berinvestasi di bisnis Kopi Mojo'o dapat dikatakan layak.

f. *Net Present Value* (NVP)

Nilai bersih adalah metode yang membandingkan nilai aktual dari arus kas yang masuk, yang didapat selama umur ekonomi dengan nilai aktual dari pengeluaran investasi dan kemudian menghitung selisihnya. Perhitungan dan evaluasi kelayakan investasi menurut metode NPV. Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai NPV lebih besar dari 0. Asumsikan nilai diskonto 10% maka nilai positifnya adalah Rp. 115.505.164 sedangkan dengan asumsi nilai diskonto 13% maka diperoleh nilai NPV untuk membentuk usaha kopi kafe, sebesar Rp.96.055.322. Setiap perkiraan diskon yang dibuat, yaitu 10%-13%, keduanya menghasilkan NPV positif, yang berarti bisnis bisa dilanjutkan .

g. *Profitability Indeks* (PI)

Profitability Index (PI) kurang lebih sama dengan NPV, jika NPV dalam nilai rupiah maka nilai bersih dari arus kas masuk melebihi nilai bersih dari investasi awal, sedangkan PI mengukur nilai bersih dari setiap rupiah yang diinvestasikan. PI menghitung rasio kekayaan bersih arus kas masa depan dengan nilai investasi saat

ini. Indeks Profitabilitas menunjukkan angka 1, maka penanaman modal dianggap layak jika lebih besar dari angka 1. Perhitungan dan evaluasi kelayakan investasi menurut PI. Berdasarkan hasil untuk bisnis kedai Mojo'o Coffee diperoleh nilai PI sebesar 1,78 yang artinya investasi mendirikan usaha Kopi Mojo'o dapat dikatakan layak.

h. *Internal Rate Of Return (IRR)*

Internal Rate Of Return adalah metode untuk menemukan tingkat pengembalian investasi yang dihitung dengan mencari tingkat diskonto yang sama dengan nilai sekarang dari arus kas bersih masa depan yang diharapkan dengan nilai sekarang dari biaya investasi, atau sama dengan tingkat diskonto yang menghasilkan NPV dengan nilai 0. Jika IRR di atas tingkat diskonto yang diharapkan sebesar 10%, investasi tersebut layak. Dari hasil perhitungan nilai IRR pada saat memulai usaha Kopi Mojo'o sebesar 36,6%, hal ini berarti uang yang ditanamkan pada usaha Kopi Mojo'o dapat menghasilkan tingkat pendapatan yang tinggi, keuntungan lebih tinggi dari yang diharapkan, sehingga bisnis dapat berjalan.

i. *Average Rate Of Return (ARR)*

Metode terakhir untuk menghitung kelayakan investasi adalah tingkat pengembalian rata-rata, yang melibatkan penghitungan tingkat pengembalian rata-rata yang akan diperoleh dari suatu investasi, dengan membandingkan pengembalian berikut, pajak rata-rata (EAT) atau laba bersih setelah pajak atas investasi rata-rata. dalam masa manfaat lampau dikalikan 10 Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai ARR adalah 160% yang berarti investasi layak dilakukan karena nilai ARR lebih besar dari 100%.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan mengenai analisis kelayakan usaha pada usaha kedai Mojo'o Coffee yang ditinjau dari 4 aspek kelayakan, yaitu:

1. Ditinjau dari aspek hukum, usaha kedai kopi Mojo'o Coffee sebagai perusahaan perseorangan telah memiliki berbagai izin yang diperlukan untuk menjalankan usahanya dan telah memenuhi kriteria untuk dikatakan layak.
2. Ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, usaha kedai kopi Mojo'o Coffee dikatakan layak karena memiliki potensi pasar yang cukup besar yang dapat dimanfaatkan dengan strategi bauran pemasaran yang sangat matang demi menjawab kebutuhan dan selera dari konsumen yang menjadi target pasar.
3. Ditinjau dari aspek manajemen dan sumber daya manusia, usaha kedai kopi Mojo'o Coffee dikatakan layak karena mampu memenuhi tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usahanya dengan deskripsi dan pembagian tugas yang jelas serta program pengembangan tenaga kerja dengan memberikan program pelatihan menggunakan metode *work, learn, and review*.
4. Ditinjau dari aspek keuangan, yang dianalisis menggunakan metode *Net Present Value (NPV)*, *Payback Period (PP)*, *Profitability Indeks (PI)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, serta *Average Rate of Return (ARR)*. Semua nilai yang dihasilkan menunjukkan bahwa usaha kedai kopi Mojo'o Coffee layak untuk dijalankan.

B. Saran

Dari kesimpulan yang di tarik dalam studi kasus kelayakan usaha pada kedai kopi Mojo'o Coffee, beberapa saran yaitu:

1. Kedai Mojo'o Coffee seharusnya lebih memperhatikan jam operasional yang sesuai dengan izin yang berlaku, agar tidak menimbulkan keramaian yang dapat mengganggu sekitar.

2. Karena data yang diperoleh hanya berasal dari aplikasi kasir sederhana dan wawancara tatap muka. Mojo'o Cofee Cafe sebaiknya menyusun laporan keuangan dengan laporan arus kas, laporan laba rugi. Agar pemilik kedai dapat dengan mudah mengetahui posisi keuangan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Harahap, S. 2018. STUDI KELAYAKAN BISNIS Pendekatan Integratif. Medan Estate: FEBI UIN-SU Press.
<https://samarindakota.bps.go.id/publikasi.html>
- Humas UNM. 2018. Uji Kredibilitas Penelitian Kualitatif. diunduh pada tanggal 10 mei 2021, dari <https://penalaran-unm.org/uji-kredibilitas-penelitian-kualitatif/>.
- Mustika Treisna Yuliandri. 2015. EVOLUSI KEDAI KOPI - Majalah Otten Coffee. diunduh pada 13 mei 2021 dari <https://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>
- Rochmat Aldy, Purnomo Riawan, La Ode Sugianto. 2017. Studi kelayakan bisnis. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. 2019. UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan), 4(2), 1-189.
<http://jurnal.untidar.ac.id/index.php/REP>
- Srifajar. 2017. Biaya Operasional. Diunduh pada tanggal 20 Mei 2021 dari <http://srifajar95.blogspot.com/2017/04/biaya-operasional.html>
- Sugiyono. 2009. Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif. Metodologi Penelitian Kualitatif, 53(9), 1689-1699.
- Sundari, S. Et al. 2022. 'Analisis SWOT Dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba (Studi Kasus Pada Coklat Klasik Palangka Raya)', Edunomics Journal, 3(1), pp.110. available at: <https://ejournal.upr.ac.id/index.php/edu/article/view/3871/2914>
- Tahapan Penelitian. 2015. Tahapan Penelitian Dan Penjelasannya (Pembahasan Lengkap). Diunduh pada tanggal 23 Mei 2021 dari <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2015/10/tahap-tahap-penelitian-dan-penjelasannya-lengkap.html>