BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Sudrartono dkk, (2022) dalam buku kewirausahaan kegiatan usaha skala kecil (UMKM) didefinisikan sebagai kegiatan usaha yang dijalankan oleh individu atau perseorangan, rumah tangga, atau badan usaha skala kecil. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) biasanya diklasifikasikan berdasarkan pendapatan tahunan, jumlah karyawan, dan aset yang dimiliki. Selain itu, UMKM memberikan kontribusi yang signifikan pada PDB setiap tahunnya. Meskipun demikian, perusahaan ini juga memiliki kemampuan untuk menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu komponen yang sangat penting dalam mengembangkan perekonomian negara. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran dan strategi dalam perekonomian Indonesia. Perusahaan kecil dan menengah (UMKM) membantu menciptakan lapangan pekerjaan, menggerakkan perekonomian Indonesia, dan menyebarkan hasil pembangunan ekonomi produk kreatif lokal dikenal dan memberikan peluang bisnis bagi pelaku usaha lokal adalah melalui kegiatan mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Saat ini UMKM menjadi bagian dari kegiatan ekonomi masyarakat yang semakin berkembang, Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa keberadaan usaha kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian warga. Selain itu UMKM memiliki kemampuan untuk membuat tenaga kerja baru, yang merupakan salah satu cara untuk mengurangi tingkat kemiskinan. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM yang padat karya, menggunakan teknologi sederhana, dan mampu menjadi wadah bagi masyarakat untuk bekerja Sofyan dkk, (2023).

Menurut Hidayat dkk. dalam Oktaviani dkk. (2024) mengemukakan bahwa UMKM yang bergerak pada sektor industri kreatif di bidang usaha *coffee shop* terus menunjukkan eksistensinya, ditandai dengan semangkin berkembangnya tren minum kopi di kalangan masyarakat terutama kawula muda yang menjadikan minum kopi di kedai kopi sebagai gaya hidup yang melengkapi kehidupan sehari-hari. Hal ini membuat semakin banyak wirausahawan baru yang mencoba memasuki dunia bisnis kedai kopi dengan berbagai macam konsep dan menu yang menarik di berbagai kota di Indonesia. *Coffee shop* menjadi komoditas utama bagi para UMKM yang ingin memulai bisnisnya. *Coffee shop* yang dikategorikan ke dalam UMKM, biasanya buka untuk 24 jam karena perkembangan dan kebutuhan pelanggan yang sangat kompleks dan tidak ada habisnya. Para pelaku usaha UMKM yang bergerak di bidang *coffee shop* cenderung memiliki prospek bisnis yang bagus dikarenakan telah mendapatkan posisinya sendiri pada masyarakat Indonesia yang memiliki minat daya beli tinggi terhadap konsumsi kopi.

Coffee shop telah menjadi fenomena sosial yang berkembang pesat di Indonesia, berfungsi tidak hanya sebagai tempat menikmati kopi, tetapi juga sebagai ruang berkumpul yang populer, terutama di kalangan generasi muda. Budaya ngopi yang semakin kuat menjadikan *Coffee Shop* pilihan utama untuk bersosialisasi, bekerja, atau sekadar bersantai. *Coffee Shop* telah menjamur di kota-kota besar Indonesia dengan lebih dari 900 usaha terdaftar sebagai UMKM di sektor ini. Bisnis ini sering menawarkan peluang keuntungan harian yang stabil. Jumlah *coffee shop* di Indonesia meningkat pesat, dari hanya 1.083 gerai pada tahun 2016, 1.192 pada tahun 2017, 1.311 gerai pada 2018, 2.937 gerai pada 2019, 2.950 pada tahun 2020, 3.245 pada tahun 2021, 3.570 pada tahun 2022, dan 3.927 pada tahun 2023, 4.320 pada tahun 2024. Angka ini terus bertambah seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi sebagai bagian dari

gaya hidup modern berdasarkan laporan Asosiasi Pengusaha Kopi dan Cokelat Indonesia (APKCI).

Gambar 1
Data Jumlah Coffee Shop di Indonesia



Sumber: Wardhana, 2025.

Melihat masih baiknya data konsumsi kopi di Indonesia, peluang bisnis kedai kopi (*coffee shop*) tampaknya masih cukup terbuka lebar pada tahun ini. Sebab, kopi bukan lagi sekadar minuman, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup. Dalam beberapa tahun ke depan, *coffee shop* atau kedai kopi akan tetap menjadi ruang sosial. Selain itu, juga bisa untuk bersantai, bekerja, atau bertemu teman. Apalagi, saat ini bekerja bisa dari mana saja sehingga bisa untuk kepentingan *work from café'* atau *work from home*. Generasi muda, khususnya generasi Z dan *milenial,* menjadi konsumen utama yang menjadikan kafe atau kedai kopi sebagai tempat untuk bekerja, bersosialisasi, atau sekadar bersantai. Pasar kopi diperkirakan terus tumbuh seiring dengan meningkatnya jumlah pekerja remote dan digital nomad yang membutuhkan ruang kerja fleksibel (Purwanto, 2025).

Makassar sendiri menjadi salah satu kota yang terus dibidik untuk mengembangkan pasar yang kian menggairahkan itu. Ramainya Coffee Shop di kota *Anging Mammiri* ini tak lagi membuat masyarakat khawatir, utamanya para pecinta kopi untuk menentukan pilihannya. Masing-masing Coffee Shop sudah hadir dengan konsep dan ciri khas produk masing-masing (Muas dkk., 2022).

Pada artikel website IDN Times SulSel Lobubun,(2024) tercatat jumlah cafe atau *coffee shop* di Makassar sebanyak 807 unit. Melihat perkembangan *coffee shop* yang ada dikota makassar terdapat peluang bisnis yang signifikan bagi pelaku usaha coffee shop. Salah satunya ialah gori artisan coffee yang menawarkan pengalaman menarik. Gori Artisan Coffee adalah sebuah kedai kopi *(coffee shop)* di Makassar yang dikenal sebagai "*Hidden Gem*" karena suasananya yang nyaman dan asri. Terletak di Jl. Moh. Paleo 1 No.11, Antang, Kec. Manggala, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, Berbeda dari banyak coffee shop di Makassar yang mengusung konsep modern atau Industrial, Gori Artisan Coffee menghadirkan nuansa alam terbuka dengan banyak tanaman hijau dan elemen kayu. Konsep *"Coffee Meets Nature"* yang diusungnya menjadikan kedai ini tempat yang nyaman untuk berkumpul, bekerja, atau sekadar menikmati kopi dengan suasana yang lebih santai. Dengan area *indoor* dan *outdoor* yang luas, pengunjung bisa memilih duduk di dalam ruangan yang nyaman atau menikmati udara segar di taman terbuka. Suasana ini menjadikan Gori Artisan Coffee sebagai tempat yang cocok bagi berbagai kalangan, mulai dari mahasiswa, pekerja, hingga keluarga yang ingin menikmati waktu bersama. Selain berbagai pilihan kopi, Gori Artisan Coffee Shop juga menyajikan aneka minuman lain dan hidangan nasi, serta beberapa camilan. Selain menyajikan kopi berkualitas, Gori Artisan Coffee juga sering mengadakan berbagai acara untuk komunitas dan pelanggan setia mereka. Beberapa kegiatan yang pernah diadakan meliputi: (1) *Workshop* kreatif seperti merangkai bunga dan seni kaligrafi, (2) Nonton bareng (nobar)

pertandingan sepak bola Makassar, (3) *Live Music* dan *Open Mic Night* untuk mendukung musisi lokal. Informasi tentang acara-acara ini dapat ditemukan di akun Instagram resmi mereka.

Dengan suasana yang tenang dan berbagai kegiatan menarik, Gori Artisan Coffee menjadi tempat yang cocok untuk bersantai dan menikmati secangkir kopi di Makassar. Saat ini Gori Artisan Coffee Shop ingin melakukan pengembangan usaha yaitu pembukaan cabang baru dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Melihat perkembangan gaya hidup masyarakat saat ini menimbulkan banyak peluang bisnis seperti *coffee shop*, dengan adanya peluang tersebut maka perlunya melakukan riset dan peninjauan terhadap pembukaan cabang baru bisnis Gori Artisan Coffee Shop dalam konteks ini studi kelayakan bisnis menjadi penting sebagai proses analisis sistematis untuk menilai potensi keberhasilan suatu usaha. Pemilihan Gori Artisan Coffee Shop sebagai objek penelitian dalam studi kelayakan bisnis pembukaan cabang baru di Kota Makassar didasarkan pada sejumlah pertimbangan strategis yang relevan dengan dinamika industri kopi saat ini. Gori Artisan Coffee Shop merupakan salah satu brand kedai kopi lokal yang mengusung konsep *artisan coffee*, yaitu konsep yang menekankan pada kualitas tinggi, teknik penyajian yang presisi, serta pengalaman minum kopi yang autentik. Keunikan konsep ini menjadi daya tarik tersendiri bagi segmen pasar yang lebih sadar kualitas dan menghargai nilai-nilai craftsmanship dalam industri kopi. Di tengah menjamurnya kedai kopi komersial, Gori menonjol dengan diferensiasi produk dan pendekatan personal terhadap konsumennya, yang menjadikannya memiliki identitas merek yang kuat.

Selain itu, Gori Artisan Coffee Shop menunjukkan performa bisnis yang positif dan konsisten sejak awal pendiriannya. Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah pelanggan, pertumbuhan pendapatan, serta eksistensinya yang terus berkembang dalam ekosistem industri kopi lokal. Keberhasilan ini

mengindikasikan bahwa model bisnis yang diterapkan oleh Gori Artisan Coffee Shop cukup stabil dan berpotensi untuk dikembangkan ke wilayah lain melalui strategi ekspansi. Dengan demikian, analisis kelayakan pembukaan cabang baru menjadi langkah penting dan relevan untuk mengukur potensi keberhasilan replikasi bisnis tersebut di pasar yang berbeda.

Tabel 1
Data Penjualan Gori Artisan Coffee

Bulan	Penjualan Bersih	
Januari	Rp	129.868.600
Februari	Rp	192.617.300
Maret	Rp	186.913.100
April	Rp	170.481.500
Mei	Rp	200.538.500
Juni	Rp	178.823.500
Juli	Rp	185.348.300
Agustus	Rp	182.172.000
September	Rp	196.036.100
Oktober	Rp	187.205.100
November	Rp	137.168.000
Desember	Rp	103.053.000
Total Penjualan	**Rp**	**1.920.356.400**

Sumber: diolah oleh peneliti, 2025.

Tabel 2
Perkiraan Pengunjung Gori Artisan Coffee

Pengunjung Cafe Perhari	Pengunjung Cafe Pertahun
200	73000

Sumber: diolah oleh peneliti, 2025.

Adanya peningkatan data penjualan dan data pengunjung menunjukkan permintaan pasar yang kuat terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Hal ini menjadi indikator penting dalam menilai potensi pasar untuk lokasi cabang baru. Analisis pasar yang mendalam adalah langkah penting dalam mempelajari kelayakan bisnis. Data penjualan membantu menemukan tren pasar, preferensi konsumen, dan peluang pertumbuhan di wilayah sasaran. Dalam (Feradhita, 2023) dipertegas bahwa Aspek pasar dan pemasaran menjadi hal penting yang perlu diperhatikan dalam studi kelayakan bisnis. Aspek tersebut nantinya dapat

membantu sebuah bisnis untuk menentukan arah, tujuan, dan sasaran dari pemasaran produk yang akan ditawarkan. Studi Kelayakan bisnis berperan sebagai penopang bertumbuhan usaha dengan mengukur serta memastikan bahwa rencana usaha dapat diketahui tingkat keberhasilannya, sehingga pelaku usaha dapat membuat suatu pilihan/strategi lain dalam perkembangan usahanya apa bila kelayakan bisnis tersebut tidak layak secara perhitungan maupun analisis dalam studi kelayakan bisnis. (Sheehan dkk. 2025) menyatakan bahwa Studi kelayakan bisnis sangat penting pada sebuah usaha, dikarenakan dapat menganalisis aspek-aspek yang mempengaruhi pencapaian usaha berfungsi untuk meminimalisir kesalahan atau risiko yang mungkin terjadi.

Proses ini mencakup evaluasi berbagai aspek, seperti pasar, teknis, manajerial, finansial, lingkungan sosial, dan aspek hukum yang membantu dalam mengidentifikasi risiko dan peluang, serta membuat keputusan yang lebih tepat. Bagi Gori Artisan Coffee Shop, melakukan studi kelayakan bisnis sangat penting untuk mendukung pengembangan usaha. Argumen tersebut terlontarkan pada saat melakukan wawancara pra penelitian sebagai berikut:

> “Rencana ke depannya gori mau buka cabang tapi menyusun konsep yang berbedaki dari konsepnya gori sekarang, terus lokasinya itu ditargetkan untuk buka cabang seperti wilayah yang banyak dikunjungi kalangan muda, dan strategiski. Jadi sebelum buka cabang baru butuhka untuk dilakukan studi kelayakan bisnis dan itu bakal dijadikan acuan untuk pengambilan keputusan pembukaan cabang”.

Dari hasil wawancara di atas bisa dilihat bahwa Gori Artisan Coffee Shop berencana untuk membuka cabang baru dengan konsep yang berbeda dari konsep sebelumnya. Lokasi cabang baru akan dipilih berdasarkan potensi pasar yang tinggi, terutama di wilayah yang sering dikunjungi oleh kalangan muda dan memiliki lokasi strategis. Sebelum ekspansi dilakukan, Gori Artisan Coffee Shop akan melakukan studi kelayakan bisnis untuk memastikan bahwa keputusan pembukaan cabang tersebut tepat dan menguntungkan. Kota Makassar dipilih

sebagai lokasi potensial untuk ekspansi karena memiliki karakteristik pasar yang sangat menjanjikan. Sebagai kota metropolitan terbesar di kawasan Indonesia Timur, Makassar memiliki populasi yang besar, daya beli masyarakat yang terus meningkat, serta budaya nongkrong di cafe yang semakin berkembang, khususnya di kalangan anak muda dan profesional muda. Tren konsumsi kopi di Makassar menunjukkan peningkatan signifikan, namun belum banyak pelaku usaha kopi artisan yang benar-benar menonjol. Hal ini membuka peluang pasar bagi Gori untuk mengisi ceruk pasar yang masih relatif belum tergarap secara optimal.

Segmentasi pasar yang disasar oleh Gori Arisan Coffee Shop yaitu kalangan urban, anak muda, dan pecinta kopi, juga sangat sesuai dengan demografi konsumen potensial di Makassar. Banyaknya komunitas kreatif dan gaya hidup modern di kota ini semakin memperkuat alasan strategis untuk melakukan ekspansi. Selain dari sisi permintaan pasar, kehadiran Gori Artisan Coffee di Makassar juga dinilai dapat memperluas jangkauan brand secara nasional. Langkah ekspansi ini berpeluang tidak hanya meningkatkan omzet perusahaan, tetapi juga memperkuat brand positioning Gori Artisan Coffee sebagai salah satu pelopor kopi artisan di Indonesia yang mampu bersaing secara luas di berbagai wilayah. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek mulai dari konsep bisnis yang unik, performa usaha yang stabil, potensi pasar Makassar yang besar, hingga kesesuaian segmentasi konsumen Gori Artisan Coffee Shop dipandang sebagai objek penelitian yang tepat untuk dianalisis dalam konteks studi kelayakan bisnis pembukaan cabang baru. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai prospek, tantangan, serta strategi yang dapat diterapkan untuk memastikan keberhasilan ekspansi bisnis Gori Artisan Coffee Shop di wilayah baru.

Dalam memulai sebuah usaha atau bisnis perlu adanya perencanaan yang matang agar dapat meminimalisir risiko dan hambatan-hambatan yang mungkin akan timbul setelah usaha berjalan. Ketidakpastian dimasa yang akan datang menjadi satu hal yang perlu diperhitungkan dalam menjalankan usaha atau proyek yang akan dijalankan. Bidang ekonomi, bidang hukum,sosial dan politik, serta budaya dan perubahan lingkungan serta tren pada masyarakat, selalu berubah dan tidak pasti. Untuk mengetahui apakah sebuah usaha atau bisnis layak untuk dijalankan atau dikembangkan perlu dilakukan studi kelayakan bisnis (Oktaviani dkk, 2024).

Menurut Suliyanto dalam Cantika dkk., (2021), studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah ide bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika ide tersebut dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak dibandingkan dampak negatif yang ditimbulkan. Menurut Nitisemito dalam Ariani dkk., (2022) ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan, yaitu Menghindari risiko kerugian. Dalam melaksanakan studi kelayakan, ada beberapa tahapan studi yang dikerjakan. Tahapan-tahapan yang disajikan bersifat umum, di antaranya : penemuan ide proyek, tahapan penelitian, tahap evaluasi proyek bisnis, pengurutan usulan proyek yang layak, rencana pelaksanaan proyek, dan pelaksanaan proyek bisnis.

Bagi Gori Cafe, melakukan studi kelayakan bisnis sangat penting untuk mendukung pengembangan usaha. Memahami dinamika pasar dan preferensi konsumen akan memungkinkan Gori Artisan Coffee Shop merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, serta menentukan produk dan layanan yang sesuai. Keterkaitan ini menjadi vital dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, di mana inovasi dan pelayanan yang baik menjadi kunci keberhasilan. Namun, salah

satu tantangan utama yang dihadapi adalah analisis pembukaan cabang baru. Keputusan untuk memperluas usaha dengan membuka cabang baru memerlukan pertimbangan matang terkait lokasi strategis, target pasar, dan sumber daya yang diperlukan. Tanpa analisis yang tepat, pembukaan cabang baru dapat berisiko mengganggu operasional yang sudah ada dan berpotensi menyebabkan kerugian finansial.

Tujuan dari studi kelayakan bisnis pada Gori Artisan Coffee Shop adalah memberikan panduan yang jelas dalam merencanakan ekspansi usaha. Dengan melakukan analisis yang komprehensif, diharapkan Gori Artisan Coffee Shop dapat mengidentifikasi peluang baru, mengevaluasi risiko, dan merumuskan strategi yang tepat dalam pembukaan cabang baru. Selain itu, studi ini juga bertujuan untuk meningkatkan daya saing Gori Artisan Coffee Shop dan memastikan keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. Analisis pasar menjadi bagian penting dari studi ini, karena pemahaman yang baik tentang karakteristik dan preferensi konsumen dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka. Setelah melakukan studi kelayakan, hasil analisis harus diimplementasikan dalam rencana bisnis Gori Artisan Coffee Shop, termasuk pengembangan strategi pemasaran dan pengelolaan operasional. Implementasi yang baik akan memastikan bahwa Gori Artisan Coffee Shop dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan beradaptasi dengan perubahan di pasar. Dengan melakukan studi kelayakan bisnis, Gori Artisan Coffee Shop dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan dalam pengembangan usaha, sehingga usaha dapat berkembang secara berkelanjutan. Semua langkah ini menunjukkan bahwa studi kelayakan bisnis bukan hanya formalitas, tetapi merupakan alat penting untuk mencapai kesuksesan dalam industri *coffee shop* serta menjadi tolak ukur layak atau tidaknya Gori Artisan Coffee Shop dalam pengembangan pembukaan cabang baru

dengan tepat dan maksimal. Berdasarkan latar belakang dan uraian masalah yang telah dijelaskan, maka penulis mengangkat penelitian ini dengan judul "**Studi Kelayakan Bisnis Dalam Pembukaan Cabang Baru Gori Artisan Coffee Shop Makassar."**

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini menilai kelayakan pembukaan cabang baru Gori Artisan Coffee Hasil analisis ini akan menentukan apakah ekspansi dapat dilakukan ditinjau dari aspek pasar dan pemasarann, aspek teknik dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek keuangan, dan aspek hukum?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah bisnis yang akan didirikan untuk membuka cabang baru pada Gori Artisan Coffee berpotensi berhasil dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik dan teknologi, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek finansial, dan aspek hukum?

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis, seperti yang dijelaskan dan ditekankan dalam manfaat penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini memiliki potensi untuk menambah literatur tentang studi kelayakan bisnis, khususnya dalam industri *coffe shop*. Selain itu, hasilnya dapat menjadi referensi bagi pelajar dan pelajar yang tertarik dengan manajemen bisnis dan strategi pengembangan usaha.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Peneliti

      Peneliti diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan untuk menilai berbagai aspek bisnis, seperti pasar, operasional, finansial, dan hukum, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung dalam menganalisis studi kelayakan bisnis. Selain itu, penelitian ini juga dapat berfungsi sebagai referensi akademik bagi peneliti yang akan datang.

   b. Bagi Perusahaan

      Dengan mempertimbangkan faktor dan peluang risiko saat ini, penelitian ini memberikan dasar yang kuat untuk mengambil keputusan tentang pembukaan cabang baru. Penelitian ini dapat membantu bisnis memahami kebutuhan pasar dan daya saing di lokasi yang ditargetkan, sehingga meningkatkan peluang keberhasilan dan keinginan bisnis. Hasil penelitian ini juga dapat membantu perusahaan menyusun strategi pemasaran, operasional, dan keuangan yang lebih efektif agar bisnis dapat berkembang dengan sukses.