

## ANALISIS KELAYAKAN USAHA MINUMAN KOPI SAJI DINGIN DALAM BOTOL “DEADLINER COFFEE”

William Tanuwijaya<sup>1</sup>, Alexius Bambang Sungkowo<sup>2</sup>,  
Francisca Hermawan<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen<sup>1</sup>, Program Studi Manajemen<sup>2</sup>, Program Studi  
Manajemen<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis<sup>1</sup>, Fakultas Ekonomi dan Bisnis<sup>2</sup>, Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis<sup>3</sup>

Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya<sup>1</sup>, Universitas Katolik Indonesia  
Atma Jaya<sup>2</sup>, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya<sup>3</sup>

[wetee27@gmail.com](mailto:wetee27@gmail.com)<sup>1</sup>, [bambang.sungkowo@atmajaya.ac.id](mailto:bambang.sungkowo@atmajaya.ac.id)<sup>2</sup>,

[francisca.h@atmajaya.ac.id](mailto:francisca.h@atmajaya.ac.id)<sup>3</sup>

**Received:** July 30, 2021. **Revised:** August 09, 2021. **Accepted:** September 04, 2021.

**Issue Period:** Vol.5, No.4 (2021) Page 731-740

**Abstrak:** Tujuan penelitian penulis untuk mengetahui peluang bisnis kopi cold brew dalam kemasan botol serta mengetahui kinerja keuangan ditinjau dari analisis kelayakan keuangan penjualan coffee brew merk Deadliner Coffee, serta mendeskripsikan business model canvas kopi brew. Data diperoleh dalam penelitian ini adalah data sekunder: perpustakaan, kuisioner, beberapa jurnal. Hasil penghitungan net present value Deadliner Coffee sebesar Rp.20.330.994 lebih besar dari satu, dengan payback period satu tahun sembilan bulan, sehingga dapat disimpulkan bahwa bisnis coffee brew merk Dealiner Coffee layak untuk dijalankan. Keterbatasan penelitian difokuskan pada segmen pelanggan orang yang bersedia membayar harga tinggi sebuah produk kopi brew dan di wilayah Jakarta, Tangerang.

**Kata kunci:** Business Model Canvas, Net Present Value, Payback Period

**Abstract:** The purpose of this study is to see the financial performance in terms of the financial feasibility analysis of Deadliner Coffee sales and describe the business model canvas of Deadliner Cofee. The data achieved in this journal is a secondary data: library, questionnaires, and other journals. Financial feasibility calculation results, value NPV Deadliner Coffee > 0, amounting to Rp 20.330.994 for which it can be concluded that the business is eligible to run. Payback period that is 1 year 9 month . The intended customer segment by coffee brew is anyone who are willing to pay a high price for a brew coffee product in the region of DKI Jakarta and Tangerang focused customer segments.

**Keywords:** Business Model Canvas, Net Present Value, Payback Period

### I. PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu bahan minuman yang semakin digemari oleh sejumlah kalangan masyarakat di dunia, termasuk di Indonesia. Global Agricultural Information Network, memprediksi, pertumbuhan konsumsi kopi di Indonesia, diperkirakan naik sebesar 13,9% dibanding tahun 2019 ((lpp.co.id. 2019). Memang, secara kasat mata, semakin mudah ditemukan warung-warung kopi (*coffee shop*) di berbagai tempat baik di pusat



DOI: 10.52362/jisamar.v5i4.509

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

pembelanjaan, pusat perkantoran, pemukiman, bahkan di kampus-kampus di banyak kota besar di Indonesia, dalam berbagai skala usaha, dengan berbagai teknik penyajian khas mereka. Secara umum, ada banyak teknik penyeduhan antara lain yakni *cold brew*, perkolator/penyaring kopi, *automatic drip*, *Turkish coffee*, dan *moka pot* (*coffeeland Indonesia*). Masing-masing Teknik penyeduhan, mempengaruhi bentuk produk dan rasa kopi yang dihasilkan. Teknik penyeduhan kopi juga dapat dilihat dari peralatan dan cara penyeduhannya, yakni secara manual (*manual based*) dan *espresso* yang merupakan hasil ekstraksi kopi dari mesin espresso yang menggunakan tekanan tinggi dengan air panas. *Manual based* merupakan teknik penyeduhan kopi tidak menggunakan mesin *espresso*. Sajian kopi berbahan dasar espresso antara lain adalah *Single* dan *Double Espresso*, *Cafe Latte*, *Americano*. Sedangkan dalam teknik *manual based*, peralatan yang digunakan antara lain adalah *French Press*, *V60*, *Cold Brew* (Samsura, 2018).

Deadliner Coffee merupakan salah satu usaha kecil, yang didirikan dan dimiliki oleh mahasiswa yang mengambil peminatan bisnis, yang memang berniat merintis karier melalui bisnis di bidang minuman berbahan dasar kopi yang berfokus pada cara penyeduhan *cold brew* atau seduh dingin. Kopi *cold brew* merupakan sajian kopi yang diproduksi dengan menggunakan teknik penyeduhan manual, kopi direndam pada suhu dingin selama kurang lebih 24 jam ([Coffeland.co.id](http://Coffeland.co.id)). Oleh karena itu, produk minuman kopi *cold brew* akan menghasilkan karakter rasa yang lebih *smooth* dengan tingkat keasaman yang moderat (tidak terlalu tinggi) dibandingkan dengan teknik penyeduhan lainnya. Deadliner Coffee hanya memilih dan menggunakan biji kopi produk asli berbagai perkebunan kopi di Indonesia. Dalam tahap awal operasi usahanya, menggunakan biji kopi Mandailing dan Lintong. Alasannya adalah kopi Mandheling memiliki karakter rasa seperti coklat dengan tingkat keasaman rendah dan kopi Lintong memiliki *aftertaste* seperti kacang sehingga menjadikan produk Deadliner Coffee memiliki cita rasa yang khas, sekaligus membedakan dengan cita rasa produk sejenis dari pesaingnya. Produk kopi *cold brew* juga memiliki beberapa manfaat bagi yang mengonsumsinya, seperti sifat *cold brew* sebagai minuman penambah semangat (*mood booster*), dapat mengurangi risiko diabetes, serta dapat meningkatkan metabolisme tubuh ([kumparan.com](http://kumparan.com), 2019).

## II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Landasan Teori

#### 2.1. Business Model Canvas

Business Model Canvas merupakan alat bantu yang menggambarkan tentang strategi bisnis secara menyeluruh yang tercermin dalam struktur organisasi, proses, dan system (Osterwalder&Pigneur, 2010). Terdapat sembilan elemen di dalam Business Model Canvas, yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan konsumen, aliran pendapatan, sumber utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan juga struktur biaya

#### 2.2. Kelayakan Keuangan

Kasmir (2008:7) laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Sedangkan dalam pengertian sederhana, Susilo (2009:10) menyatakan bahwa laporan keuangan adalah hasil akhir dari proses akuntansi yang memuat informasi-informasi dan memberikan keterangan-keterangan mengenai data ekonomi perusahaan yang terdiri dari daftar-daftar yang menunjukkan posisi keuangan dan hasil kegiatan perusahaan untuk satu periode yang meliputi neraca, laporan laba rugi dan laporan perubahan keuangan. Analisis kelayakan Finansial sebagai dasar untuk menentukan kelayakan suatu usaha untuk bisa dikembangkan atau tidak (Kusuma & Mayasti, 2014). Kelayakan keuangan dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu bisnis untuk dijalankan. Terdapat beberapa macam metode untuk menghitung kelayakan keuangan, seperti *net present value* dan *payback period* (Husnan, 2014).

#### 2.3. Net Present Value

*Net Present Value* (NPV) adalah hasil selisih penerimaan dengan pengeluaran yang sudah dilakukan present value (Nufaili & Utomo, 2014). Panjaitan, Limbong & Suryani (2012) menyatakan NPV adalah nilai uang sekarang yang berasal dari sejumlah uang di masa yang akan datang dan dikonversikan ke sekarang dengan



DOI: 10.52362/jisamar.v5i4.509

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

memakai tingkat bunga terpilih. Landasan teori berisi tentang penjelasan terkait dengan teori yang digunakan untuk mengelaborasi variabel/konstruk penelitian.

### III. METODE PENELITIAN

Data yang kami gunakan sebagai sumber penelitian kami terkait analisis Deadliner Coffee ini, adalah data primer dan data sekunder.

Data primer, kami peroleh dengan melakukan survey dengan responden orang-orang yang dapat menjadi pelanggan potensial dan pelanggan faktual Deadliner Coffe. Survey kami lakukan antara bulan Oktober hingga bulan Desember 2020, dengan menggunakan *google form*. Adapun, data sekunder yang kami gunakan adalah berbagai literatur atau pustaka, baik buku, jurnal nasional maupun internasional, dan artikel dai internet ysnng telah terverifikasi. Data primer, selain digunakan oleh pemilik usaha, khususnya dalam menentukan varian produk, kemasan, harga jual, dan saluran pemasaran, juga kami gunakan untuk melengkapi pembahasan dalam jurnal ini.

Tabel 5 berikut adalah daftar pertanyaan/alternatif pernyataan berikut hasil survei dalam bentuk kuesioner

**Tabel 5: Kuisisioner, Daftar Pertanyaan/Pernyataan dan Hasilnya.**

| Pertanyaan                           | Hasil  |
|--------------------------------------|--|
| Jenis Kelamin                        | Pria (63%)<br>Wanita (37%)   |
| Umur                                 | 20 tahun (43,7%)<br>21 tahun (31,5%)<br>>21 tahun (24.8%)                          |
| Pekerjaan                            | Pelajar/mahasiswa (83,3%)<br>Karyawan Swasta (16,7%)                               |
| Kuantitas Konsumsi Kopi Setiap Hari  | 1 kali sehari (64.8%)<br>2 kali sehari (20.4%)<br>>2 kali sehari (14.8%)           |
| Kopi yang Paling Sering Diminum      | Cafe Latte (59,3%)<br>Cappuccino (38.9%)<br>Americano (25,9%)<br>Cold Brew (16,7%) |
| Pernahkan Mendengar Kopi Cold Brew?  | Pernah (87%)<br>Tidak Pernah (13%)   |
| Seberapa Sering Anda Minum Cold Brew | Jarang (46,3%)<br>Tidak Pernah (24,1%)<br>Lainnya (29,6%)                          |
| Rasa yang Ditambahkan Kedalam Kopi   | Original (42,6%)<br>Caramel (25,9%)<br>Hazelnut (18,5%)<br>Lainnya (13%)           |
| Kemasan Untuk Kopi Take Away         | Botol Kaca (50%)<br>Gelas Plastik (31,5%)<br>Botol Plastik (18,5%)                 |
| Ukuran Kopi Take Away                | 330ml (61,1%)<br>250ml (40,7%)<br>500ml (27,8%)<br>1000ml (13%)                    |
| Harga Wajar Kopi Ukuran <500ml       | Rp20.000 – Rp30.000 (50%)  |



DOI: 10.52362/jisamar.v5i4.509

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
|                                 | Rp30.000 – Rp40.000 (37%)<br>Rp40.000 – Rp50.000 (11,1%)<br>Lainnya (1,9%)                               |
| Harga Wajar Kopi Ukuran >1000ml | Rp80.000 – Rp90.000 (50%)<br>Rp70.000 – Rp80.000 (33,3%)<br>Rp90.000 – Rp100.000 (13%)<br>Lainnya (3,7%) |

Sumber: Data Olahan Penulis

#### IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

##### Hasil Analisis

##### 4.1. Bisnis Model Kanvas

Barringer (2012), memberikan definisi model bisnis sebagai “*a business model is a firm’s plan or diagram for how it competes, uses its resources, structures its relationships, interfaces with customers, and creates value to sustain itself on the basis of the profits it earns*”. Frans M. Royan dalam bukunya *Bisnis Model Kanvas Distributor* (2014), menjelaskan bahwa

ragam model bisnis dapat dibedakan dari dua sudut pandang, yaitu (1) apa yang dijual, dan (2) hak penggunaan asset. Dari sudut pandang “apa yang dijual” ada empat jenis model, yaitu (1) *creator*, (2) *distributor*, (3) *landlord*, dan (4) *broker*. Proses bisnis yang diuraikan dalam kegiatan kopi *cold brew* Deadliner Coffee berkaitan dengan model *bisnis creator*. Frans M. Royan (2010), menyatakan bahwa *creator* adalah pihak yang membeli bahan baku atau komponen dari pemasok dan mengubahnya, mengolahnnya, atau merakitnya menjadi barang yang siap dijual kepada konsumen.

Deskripsi sembilan sektor dari *business model canvas*, antara lain dapat diketahui bahwa sektor peluang potensi dari kegiatan bisnis penjualan kopi merk Deadliner Coffee yaitu membuat kopi *cold brew* berbahan baku premium dengan pilihan varian rasa *black cold brew* dan *late cold brew* , masing-masing ukuran 200 ml @Rp 18.000 sedangkan ukuran 500ml @Rp 55.000. Keahlian barista Deadliner Coffee cukup handal dan ramah dalam menyajikan kopi *cold brew* melalui media sosial instagram, sehingga konsumen akan merasa nyaman untuk bertanya tentang produk *cold brew*.

Gambar berikut menunjukkan deskripsi *Business Model Canvas* Deadliner Coffee.

| <i>Key Partner</i>                         | <i>Key Activities</i>   | <i>Value Proposition</i>   | <i>Customer Relationship</i>   | <i>Customer Segment</i>   |
|--|---|--|--|---|
| -Awi Coffee<br>-Anton Sticker<br>-E-Qupack | -Pembelian bahan baku<br>-Produksi kopi <i>cold brew</i><br>-Pengemasan kopi <i>cold brew</i><br>-Penjualan kopi <i>cold brew</i> | Menyajikan kopi <i>cold brew</i> dengan biji kopi Mandheling dan Lintong berkualitas premium dengan rasa masing-masing biji kopi yang unik | promosi dan berkomunikasi dengan hormat dan ramah melalui media sosial | -Demografis: laki-laki, dan perempuan, usia produktif, maupun lanjut penyuka kopi.<br><br>-Geografis: Kota Jakarta Barat, Selatan, Kota Tangerang Selatan dan Kabupaten Tangerang.<br><br>-Psikografis: orang yang bersedia membayar tinggi |
|  | <b><i>Key Resources</i></b><br>-Tenaga kerja<br>-Biji kopi mandheling dan lintong<br>-Peralatan produksi                          |  | <b><i>Channels</i></b><br>Media sosial (Instagram, Whatsapp)           |   |



DOI: 10.52362/jisamar.v5i4.509

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

|  |  |                                       |  |                   |
|--|--|---------------------------------------|--|-------------------|
|  |  |                                       |  | bagi minuman kopi |
| <b>Cost Structure</b>  |  | <b>Revenue Streams</b>                |  |                   |
| Investasi Aktiva Tetap & Modal Kerja (untuk operasional)<br>Biaya operasional: Fixed cost (gaji, penyusutan, listrik, air), & Variable cost. |  | Hasil penjualan kopi <i>cold brew</i> |  |                   |

Sumber: Data Olahan Penulis, 2021

## Pembahasan

### 4.2. Segmen Konsumen (*Customer Segment*)

Segmen Konsumen dapat digambarkan seperti sekelompok orang atau organisasi yang berbeda yang ingin dijangkau atau dilayani oleh perusahaan (Ostewalder, 20: 2011). Deadliner Coffee membagi segmen pelanggan menurut aspek demografis dari usia produktif maupun usia lanjut, khususnya para penyuka/penikmat kopi. Dalam kelompok ini, tidak menutup kemungkinan kelompok mahasiswa maupun kelompok orang yang telah berada dalam rentang usia 58 tahun sampai dengan 65 tahun. Sedangkan dari aspek geografis, Deadliner Coffee, dalam masa pandemic Covid19 ini, dimana banyak mahasiswa belajar dari rumah secara daring/online; para pekerja lebih banyak yang bekerja dari rumah (work from home), dan pusat-pusat pembelanjaan dan pusat-pusat jajan yang belum bebas untuk membuka outletnya Kembali, maka fokus layanan adalah wilayah Kota Jakarta Barat, Jakarta Selatan, Kota Tangerang Selatan, dan Kabupaten Tangerang. Alasannya, adalah agar dapat melayani konsumen secara penuh dengan waktu antaran yang relative cepat (maksimal 3 jam sejak pesanan diterima). Untuk aspek psikografis, Deadliner Coffee menyediakan dan menjual produk bagi masyarakat penyuka minuman kopi seduh dingin (*cold brew*) dan memiliki kesediaan membayar (*willingness to pay*) cukup tinggi bagi sebuah produk kopi.

### 4.3. Proposisi Nilai (*Value Proposition*)

Menurut Kottler (2012) manfaat produk (*value proposition*) merupakan hasil dari pemosisian produk perusahaan yang berfokus pada pelanggan. Manfaat produk, merupakan hasil dari poses pemosisian produk sesuai harapan pelanggan. Oleh karena itu, ketepatan perusahaan dalam menentukan dan mengkomunikasikan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan produk-produknya dibandingkan dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh para pesaingnya. Dalam hal manfaat produk, Deadliner Coffee yang sekarang dihasilkan adalah minuman kopi seduh dingin (*cold brew*) dalam botol, yang menggunakan bahan dasar campuran 2 jenis biji kopi (*coffee bean*) yang memiliki karakter rasa yang khas yang berbeda dengan rasa biji-biji kopi dari daerah lain di Indonesia. Adapun biji kopi yang digunakan adalah biji kopi Mandheling dan biji kopi Lintong berkualitas premium.

### 4.4. Saluran (*Channels*)

*Channels* merupakan media atau alat memperkenalkan seperti apa dan bagaimana minuman kopi *cold brew* kepada pelanggan potensial, sehingga mereka dapat mengenal, dan kemudian timbul keinginan untuk membeli produk tersebut. Pemilik Deadliner Coffee memilih untuk memanfaatkan beberapa sarana untuk menjual produknya secara *online* melalui media sosial Whatsapp dan Instagram.

### 4.5. Hubungan Konsumen (*Customer Relationship*)

Langkah selanjutnya setelah mengetahui segmen konsumen yang ditargetkan, yaitu membangun hubungan dengan konsumen secara berkelanjutan dengan cara melakukan promosi pada event-event tertentu, seperti Wend End, Akhir Bulan/Masa Gajian, hari besar nasional seperti Hari Kemerdekaan RI, Hari Raya Idulfitri, Hari Raya Paskah dan Hari Raya Natal, yang dilakukan dengan meningkatkan frekuensi pemuatannya di media sosial WhatsApp dan Instagram. Untuk menambah keyakinan pelanggan potensial, Deadliner Coffee juga memuat testimoni dari para konsumen yang menyatakan puas membeli minuman kopi *cold brew* sekaligus



DOI: 10.52362/jisamar.v5i4.509

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

membuka komunikasi khususnya forum tanya jawab seputar produk dan varian produk minuman kopi seduh dingin yang dijualnya, di WhatsApp maupun Instagramnya.

#### 4.6. Sumber-sumber Pendapatan (*Revenue Streams*)

Dari aspek keuangan, sumber pendapatan Deadliner Coffe adalah hasil penjualan minuman kopi dalam botol dengan 2 varian, yakni *Black Cold Brew* dan *Late Cold Brew* dalam ukuran botol isi 220 mililiter. Sumber pendapatan tersebut akan terus meningkat, ketika varian-varian produk baru yang sedang dalam tahap riset dan pengembangan sudah dapat diproduksi dan dijual

#### 4.7. Sumber-sumber Daya Utama (*Key Resources*)

*Key resources* utama pada bisnis ini adalah tenaga kerja dan peralatan produksi termasuk biji kopi Mandheling dan Lintong berkualitas. Tenaga kerja, menjadi salah satu kunci sukses usaha perusahaan, di samping biji kopi andalannya, yakni biji kopi Mandheling dan biji kopi Lintong kelas premium. Sumber daya manusia yang paling menentukan adalah Barista atau Bartender-. Peran barista, secara lengkap, meliputi tugas-tugas:

- a. Melayani pelanggan dan menerima pesanan.
- b. Menyeduh dan menuangkan kopi untuk pelanggan.
- c. Menggiling biji kopi segar untuk diseduh menjadi secangkir kopi.
- d. Menyiapkan berbagai jenis minuman, seperti teh, latte, *cold brew*, dan masih banyak lagi.
- e. Melayani pesanan lewat *drive thru*, jika ada. Ini tergantung pada tempat di mana barista kerja.
- f. Menangani keluar masuknya uang di coffee shop.
- g. Mempersiapkan dan menyajikan makanan untuk pelanggan.
- h. Melakukan tugas kebersihan, seperti membersihkan peralatan untuk membuat kopi, mencuci peralatan makan dan minum, membersihkan area makan, dan membersihkan kamar mandi ([cofeeland.co.id](http://cofeeland.co.id)).

Sehingga menjadi jelas, bahwa seorang barista yang telah berpengalaman, dapat menghasilkan seduhan kopi dengan aroma dan rasa yang cenderung berbeda dengan seduhan kopi yang dihasilkan orang yang tanpa kemampuan seorang barista. Penggunaan bahan baku/dasar biji kopi Mandheling dan Lintong yang berkualitas premium, jelas akan menjadikan produk Deadliner Coffe menjadi berbeda dibanding pelaku bisnis yang sama yang menjadi pesaing mereka.

#### 4.8. Aktivitas Utama (*Key Activities*)

Aktivitas utama Deadliner Coffe adalah memproduksi minuman kopi *cold brew*, yang dikemas dalam botol berukuran 220ml, menggunakan bahan dasar kopi pilihan Mandheling dan Lintong yang berkualitas, untuk menghasilkan minuman kopi *cold brew* yang bercita rasa khas Deadliner Coffee. Proses produksi yang dilakukan perusahaan ini, dilakukan dengan mengacu pada dan menggunakan data hasil survei yang telah dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para responden melalui *google form*.

#### 4.9. Kemitraan Utama (*Key Partner*)

Untuk mendapatkan bahan baku, yakni biji kopi mandheling dan biji kopi Lintong yang memenuhi standard kualitas bahan baku yang diharapkan, Pemilik Deadliner Coffee, telah menjalin hubungan kemitraan dengan sebuah perusahaan supplier biji kopi ternama yang ada di Kawasan Bumi Serpong Damai. Sedangkan untuk memenuhi kebutuhan *sticker* yang dipasang pada botol kemasan minuman produknya, perusahaan menjalin kemitraan dengan Anton Sticker, sebuah usaha percetakan yang telah berpengalaman di Kawasan Bumi Serpong Damai. Deadliner Coffee, juga menjalin kemitraan dengan perusahaan penyedia produk aneka kemasan makanan dan minuman, yakni E-Qupack, untuk memenuhi kebutuhan botol kemasan dan kotak pengemas botol yang digunakannya.

#### 4.10. Struktur Biaya (*Cost Structure*)

Struktur biaya Deadliner Coffee, terdiri dari Kebutuhan Modal untuk investasi aktiva tetap antara lain peralatan dan perlengkapan. Modal Kerja digunakan untuk menjamin kelancaran operasional harian. Kebutuhan



DOI: 10.52362/jisamar.v5i4.509

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

biaya operasional harian antara lain biaya variabel: biji kopi King Mandheling, biji kopi Long Bumy Lintong, susu *full cream* segar, gula merah, dan bahan pelengkap lain, serta biaya tetap yang terdiri dari biaya penyusutan peralatan (mesin grinder, kulkas, timbangan digital, jar kaca) dan perlengkapan (meja kursi dan kelengkapan proses produksi lainnya) dan biaya-biaya lain (listrik, telepon, internet). Di tahun pertama kegiatan operasionalnya, beban gaji dan sewa tempat masih belum diperhitungkan, mengingat pemilik lebih mengutamakan Deadliner Coffee yang merupakan usaha rintisan, dapat berjalan dan bertumbuh dengan lancar terlebih dahulu.

Biaya Gaji dan Sewa Tempat, baru akan dibebankan pada keuangan usaha paling cepat setelah memasuki tahun kedua atau bila situasi Pandemi Covid19 telah dinyatakan berakhir dan aman untuk aktivitas usaha dan kerja secara langsung/tatap muka. Pada tahap ini, diharapkan skala usaha sudah lebih berkembang, sekaligus memungkinkan perusahaan untuk mulai membuka *outlet*. Hal ini menjadi sangat masuk akal, sebab sekarang ini (tahun 2021) Deadliner Coffe, masih menempati salah satu ruangan kosong yang ada di rumah kediaman pemilik, yakni di Kawasan Pemukiman Bumi Serpong Damai, dan keseluruhan penjualan dilakukan secara *online*. Pemilik senang dan merasa belum perlu membebani biaya sewa, karena kegiatan bisnis tersebut sekaligus menjadi aktivitas harian utama yang dicita-citakannya, terlebih setelah pemilik telah lulus dari pendidikan formalnya di Fakultas Ekonomi & Bisnis Unika Atma Jaya. Hal inilah yang menyebabkan, seakan modal awal usaha secara keseluruhan tidaklah besar (hanya sebesar Rp15 juta rupiah).

**Tabel 1: Investasi Awal Deadliner Coffee**

| Item              | Jumlah | Harga (Rp) | Total (Rp)        |
|-------------------|--------|------------|-------------------|
| Kas               |        |            | 7.970.000         |
| Grinder           | 1 unit | 2.200.000  | 2.200.000         |
| Jar Kaca          | 6 pcs  | 30.000     | 180.000           |
| Kulkas            | 1 unit | 2.700.000  | 2.700.000         |
| Timbangan Digital | 1 unit | 200.000    | 200.000           |
| Background Stand  | 1 set  | 350.000    | 350.000           |
| Meja Kursi Kantor | 1 set  | 900.000    | 900.000           |
| Rak Besi          | 2 buah | 250.000    | 500.000           |
| <b>TOTAL</b>      |        |            | <b>15.000.000</b> |

Sumber: Data Olahan Penulis

Dari Tabel 1 di atas, diketahui bahwa modal awal keseluruhan yang dikeluarkan oleh Pemilik Deadliner Coffee adalah sebesar Rp15.000.000,- (lima belas juta rupiah). Modal tersebut antara lain digunakan untuk pengadaan berbagai peralatan yang dibutuhkan untuk proses produksi, seperti Grinder (mesin penghancur biji kopi), Jar Kaca untuk menaruh dan menyimpan minuman kopi seduh dingin sebelum dikemas ke dalam botol; Kulkas atau almari pendingin yang digunakan dalam proses pendinginan kopi sampai siap dikirim kepada pelanggan, Timbangan Digital yang digunakan untuk menakar jumlah kopi yang akan digiling dengan mesin grinder.

Poyeksi Rugi/Laba Usaha Deadliner Coffe, disusun berdasarkan masa uji coba yang dilakukan antara bulan Oktober sampai dengan Desember 2020. Berdasarkan pada penjualan yang dilakukan di masa uji coba tersebut, Pemilik usaha ini berani untuk menyusun proyeksi Rugi/Laba Usaha berdasarkan poyeksi harga jual produk berkisar antara Rp18.000 untuk kemasan botol 220ml sampai dengan Rp62.000,- untuk kemasan botol 500ml. Dengan pendekatan proyeksi penjualan pesimis, total pejualan akan mencapai jumlah sebesar Rp119.040.000,-(seratus Sembilan belas juta empat puluh ribu rupiah). Dari jumlah penjualan tersebut, akan menghasilkan capaian laba bersih sebesar Rp30.921.222,- (tiga puluh juta Sembilan ratus duapuluh satu ribu duaratus duapuluh dua rupiah). Proyeksi Rugi/Laba Tahun 2021, ditunjukkan oleh Tabel 2 berikut ini

**Tabel 2: Laba Rugi Tahun 2021**

|                   |             |
|-------------------|-------------|
| <b>Pendapatan</b> | <b>2021</b> |
|-------------------|-------------|



DOI: 10.52362/jisamar.v5i4.509

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

|                                |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| Penjualan                      | 119.040.000       |
| Harga Pokok Penjualan          | 83.777.194        |
| <b>Laba Kotor</b>              | <b>35.262.806</b> |
| <b>Beban Operasional</b>       |                   |
| Beban Listrik                  | 3.000.000         |
| Beban Penyusutan Peralatan     | 1.146.000         |
| Beban Pajak                    | 155.584           |
| <b>Total Beban Operasional</b> | <b>4.301.584</b>  |
| <b>Laba Bersih</b>             | <b>30.961.222</b> |

Sumber: Data Olahan Penulis

Berdasarkan proyeksi Rugi/Laba tersebut di atas, tersusun Proyeksi Neraca Akhir 2021 dengan perubahan ekuitas menjadi sebesar Rp45.961.222,- (empat puluh lima juta Sembilan ratus enam puluh satu ribu dua ratus dua puluh dua rupiah). Asumsi perhitungan neraca akhir ini, tetap harus dikaitkan dengan keberadaan Deadliner Coffee yang merupakan bisnis rintisan yang dimulai pada masa Pandemi Covid19, yang mengakibatkan bisnis ini harus dilakukan secara *online* sepenuhnya. Oleh karena itu, jumlah ekuitas di akhir tahun yang diawal mulainya usaha berjumlah Rp15.000.000,- dan bertumbuh menjadi Rp45.961.222,- yang artinya bertumbuh sebesar 306%, tetap membutuhkan perjuangan keras dan berkelanjutan dari pemilik sekaligus pengelola bisnis untuk dapat mewujudnyatakannya. Berikut adalah Proyeksi Neraca Akhir Deadliner Coffee Tahun 2021.

**Tabel 3: Neraca Ahir Tahun 2021**

|                                |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| <b>AKTIVA</b>                  | <b>2021</b>       |
| Kas                            | 40.077.222        |
| Peralatan                      | 7.030.000         |
| Akumulasi Penyusutan Peralatan | -1.146.000        |
| <b>TOTAL AKTIVA</b>            | <b>45.961.222</b> |
| <b>LIABILITAS</b>              |                   |
| Hutang                         | 0                 |
| <b>TOTAL LIABILITAS</b>        | <b>0</b>          |
| <b>EKUITAS</b>                 |                   |
| Modal Akhir                    | 45.961.222        |
| <b>TOTAL EKUITAS</b>           | <b>45.961.222</b> |

Sumber: Data Olahan Penulis

**Tabel 4: Net Present Value, IRR dan Payback Period**



DOI: 10.52362/jisamar.v5i4.509

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

| Tahun                 | 2021           | 2022                | 2023           | 2024         | 2025         | 2026          |
|-----------------------|----------------|---------------------|----------------|--------------|--------------|---------------|
| OCF                   |                | Rp30.961.222        | Rp30.961.222   | Rp30.961.222 | Rp30.961.222 | Rp30.961.222  |
| NCS                   | -Rp15.000.000  | Rp0                 | Rp0            | Rp0          | Rp0          | Rp0           |
| ▲ NWC                 | -Rp40.077.222  | Rp0                 | Rp0            | Rp0          | Rp0          | Rp40.077.222  |
| CFFA                  | -Rp55.077.222  | Rp30.961.222        | Rp30.961.222   | Rp30.961.222 | Rp30.961.222 | Rp71.038.444  |
| Cummulative cash Flow | -Rp55.077.222  | -Rp24.116.000       | Rp6.845.222    | Rp37.806.444 | Rp68.767.666 | Rp139.806.110 |
| <b>Payback Period</b> | <b>1 tahun</b> | <b>9 bulan</b>      | <b>11 hari</b> |              |              |               |
| <b>NPV</b>            |                | <b>Rp20.330.994</b> |                |              |              |               |
| <b>IRR</b>            | <b>54,31%</b>  |                     |                |              |              |               |

Sumber: Data Olahan Penulis

Hasil analisis finansial Deadliner Copffe dengan menggunakan asumsi *return* yang diinginkan yakni 30%, nilai NPV yang diperoleh positif. Bahkan maksimum *return* yang dapat diharapkan oleh Deadliner Coffe, relative tinggi, yakni sebesar 54,31%, dengan *payback period* 1 tahun 9 bulan 11 hari.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Deadliner Coffee merupakan bisnis baru yang memproduksi kopi *cold brew* atau seduh dingin yang mempunyai varian rasa *Black* dan *Latte Cold Brew* dengan cita rasa masing-masing yang unik. Varian rasa *black cold brew* dan *late cold brew* yang dijual saat ini, masing-masing ukuran 220 ml @ rp.18.000 dan ukuran 500ml @ rp. 55.000. Penjualan dan pemasaran Deadliner Coffee menggunakan Instagram dan Whatsapp. Uji coba varian rasa baru akan terus dilakukan untuk memperbanyak variasi rasa dan juga sebagai peluang untuk meningkatkan penjualan karena saat ini peminat kopi di Indonesia ada di segmen pelanggan usia produktif dan lanjut usia .

Secara finansial, Deadliner Coffe, yang merupakan sebuah usaha rintisan, yang hanya membutuhkan modal tidak terlalu besar, sehingga cukup untuk memulai usaha hanya dengan menggunakan hasil tabungan sendiri pemilik usahanya, layak untuk terus dijalankan sebagai sebuah alternatif rintisan karier sebagai usahawan. Alasannya, dengan menggunakan asumsi *return* yang diinginkan yakni 30%, nilai NPV yang diperoleh positif. Bahkan maksimum *return* yang dapat diharapkan oleh Deadliner Coffe, relative tinggi, yakni sebesar 54,31%, dengan *payback period* 1 tahun 9 bulan 11 hari. Sebuah asumsi yang sangat mungkin untuk dapat dicapai dengan usaha dan semangat penuh dalam merintis dan mengembangkan usaha baru.

### Saran

Sebagai strategi pengembangan bisnis, sekaligus menghadapi persaingan bisnis dengan sesama pelaku usaha minuman kopi dalam kemasan, Deadliner Coffee dapat melakukan beberapa strategi. Pertama, dengan memberikan pilihan ukuran kemasan dengan kombinasi harga menarik, sehingga lebih mendorong konsumen untuk membelinya. Misal, kemasan botol ukuran 750 ml dengan harga jual Rp 50.000, dan kemasan 500 ml dengan harga jual Rp35.000, sementara kemasan botol isi 1.000 ml yang dijual dengan harga Rp 65.000. Dengan alternatif seperti itu, diharapkan agar konsumen lebih memilih untuk membeli kemasan dengan ukuran 1.000 ml, karena dianggap lebih menguntungkan, dan menghemat alokasi pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan akan minuman kopi mereka.

Kedua yaitu menjual dengan sistem *bundling*. Produk yang kurang laku digabung dengan produk yang laku dengan harga paket. Sehingga semua produk memiliki penjualan relative baik.

Ketiga, menambah varian rasa produk. Sebagai bentuk kreativitas dan inovasi, dapat saja Pemilik usaha ini menciptakan varian rasa yang baru, yang dapat menarik minat pelanggan untuk terus membeli produk-produk Deadliner Coffee.

Kempat, membuat aplikasi penjualan *online* sendiri, dengan aplikasi yang mudah dikembangkan berbasis android, seperti aplikasi Tokko, Tokoko, dan Warung Pintar, atau Olshop. Penggunaan aplikasi toko *online*, diharapkan lebih banyak menarik para pelanggan potensial khususnya yang berasal dari kalangan mahasiswa dan karyawan, maupun penyuka minuman kopi seduh dingin yang telah terbiasa membeli berbagai keperluan hidup termasuk



DOI: 10.52362/jisamar.v5i4.509

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

konsumsi sehari-hari secara online dengan gawai cerdas seperti *handphone*, *ipad*, maupun *tablet* yang dimiliki dan telah biasa dipakainya.

## REFERENASI

- [1] Barringer, Bruce ; Ireland, Duane(2012). *Entrepreneurship, Succesfully Launching a New Venture.4<sup>th</sup> edition*. Pearson. Boston.
- [2] Husnan, S., & Muhammad, S. (2014). *Studi Kelayakan Proyek Bisnis*. Yogyakarta:UPP STIM YKPN.
- [3] Hermawan, Francisca; Petrus Pius Salamin; Meiliana, Analisis SWOT, Bisnis Model Kanvas, dan Kelayakan Keuangan, Studi Kasus Bisnis AMIGURUMI M'S CROCHET, *Jurnal Ekonomi Pembangunan OPTIMUM*, vol 7, No. 2, 2017.
- [4] Kasmir.2008. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- [5] Kotler, Philip 2012. *Marketing Management*. 14<sup>th</sup> Edition. Pearson. England.
- [6] Maith, H. A. (2013). Analisis Laporan Keuangan dalam Mengukur Kinerja Keuangan pada PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- [7] Nufaili, R., & Utomo, C. (2014). Analisa Investasi Hotel Pesonna Makassar. *Jurnal Teknik ITS*, 3(2), D143–D146
- [8] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey:John Wiley & Sons, Inc.
- [9] Panjaitan, J. L. U., Limbong, W. H., & Suryani, A. (2012). Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Tepung Gandum di Gapoktan Gandum, Kabupaten Bandung. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 7(1), 85–93
- [10] Royan, Frans M. *Bisnis Model Kanvas Distributor*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2014.
- [11] Salamin, Petrus Pius; Francisca Hermawan; Kevin Setiawan, Market and Financial Feasibility Analysis: A Case Study On “PONDOK MARANGGI 17” Restaurant, *Russian Journal of Agricultural and SocioEconomic (RJOAS)*, 5(77), May 2018.
- [12] Samsura, D. (2018). *Ngopi Yuk!: Sajian Kopi ala Kafe*. Jakarta: Penebar Swadaya Group.
- [13] <https://coffeeland.co.id>. Tentang Barista/Mengenal Tugas dan Kualifikasi Menjadi Seorang Barista/ Unduh 3 Februari 2021.
- [14] <https://kumparan.com/kumparanfood/manfaat-kopi-cold-brew-yang-tak-banyak-diketahui-1rBW54bKigU/full> /Unduh 12 Januari 2021.
- [15] <https://lpp.co.id>/Konsumsi Kopi Diperkirakan Naik 13,9%/Unduh 12 April 2021.
- [16] <https://lpp.co.id>. 2020, Konsumsi Kopi Diperkirakan Naik 13,9%/Unduh 12 April 2021.
- [17] <https://gatra.com>. 83% Pengguna Internet di Indonesia adalah Pengguna WhatsApp/Unduh 18 November 2020.
- [18] <https://coffeeland.co.id>. Apa aitu manual brewing? Hanya Sebatas Menyeduh Kopi Sajakah? / 14 April 2021.
- [19] <https://majalah.ottencoffee.co.id/Apa> Perbedaan Manual Brew Dengan Espresso/ Unduh 18 Januari 2021.
- [20] <https://majalah.ottencoffee.co.id/apa-perbedaan-manual-brew-dengan-espresso/> Unduh 18 Januari 2021.
- [21] <https://tekno.kompas.com>/WhatsApp Media Sosial Paling Populer Di Seluruh Dunia/ Unduh 20 Januari 2021.
- [22] <https://tekno.kompas.com>. Pengguna aktif Instagram di Indonesia lebih dari 61 juta orang/23 Desember 2019.
- [23] <https://uzone.id>. Indonesia, 3 Besar Pengguna WhatsApp di Dunia/13 Februari 2021.

