

ANALISA STUDI KELAYAKAN BISNIS YORIGO KOHI COFFEESHOP, BANDUNG

Ira Rachmawati Arsyady ¹, Lilis Karnita Soleha ²

Universitas Teknologi Digital

Jalan Cibogo Indah III Bodogol, Bandung

Ira.Najla@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis terhadap perkembangan Yorigo Kohi coffeeshop di Bandung Utara. Lokasi coffeeshop ini terletak di sebuah wilayah perumahan yang belum memiliki banyak coffeeshop, jarang ada penjual kopi, serta memiliki sedikit perkantoran. Penelitian bertujuan untuk menilai apakah kondisi ini memungkinkan Yorigo Kohi untuk berkembang sesuai dengan harapan pemiliknya. Menu yang dijual oleh Yorigo Kohi Coffeeshop cenderung seperti warung kopi dengan harga murah tetapi dengan sentuhan kekinian sehingga coffeeshop ini cukup ramai di kunjungi oleh anak-anak muda yang baru pulang sekolah atau kuliah dan para pekerja yang akan sekedar mengerjakan tugas atau meeting. Penelitian ini menggunakan metoda kualitatif, dimana data-data yang digunakan berasal dari manajemen, menggunakan studi literatur, mengumpulkan informasi melalui beberapa jurnal dan situs di social media. Hasil temuan dari penelitian ini adalah, walaupun baru berjalan beberapa bulan, Yorigo kohi Coffeshop ini cukup menjanjikan untuk bisa dikembangkan. Hasil dari penelitian ini juga, dapat membantu pengembangan teori tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan kewirausahaan khususnya untuk bisnis kopi sehingga dapat mengembangkan para peneliti untuk mengembangkan kerangka kerja dalam memahami bisnis kecil. Secara implikasi praktis dapat meningkatkan usaha coffee shop atau warung kopi dalam mengidentifikasi peluang bisnis, memahami pelanggan, meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, juga dapat membantu pemilik warung kopi dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata kunci: Kopi, manfaat kopi, bisnis kedai kopi

Abstract

The purpose of this study is to analyze the development of Yorigo Kohi coffeeshop in North Bandung. The location of this coffeeshop is situated in a residential area with few other coffeeshops, rare coffee vendors, and limited office buildings. The study aims to assess whether these conditions allow Yorigo Kohi to grow as expected by its owner. The menu sold by Yorigo Kohi Coffeeshop tends to be like a traditional coffee stall with affordable prices but with a modern touch, making it popular among young people who have just finished school or college, and among workers who want to do their tasks or have a meeting. This study uses a qualitative method, where the data is obtained from management, literary studies, and information collected from various journals and social media sites. The findings of this study show that, despite being in operation for only a few months, Yorigo Kohi Coffeeshop shows promising potential for development. The results of this study can also contribute to the development of theories related to Micro, Small, and Medium-sized Enterprises (MSMEs) and entrepreneurship, particularly within the coffee business, thereby aiding researchers in developing a framework for understanding small businesses. In practical terms, it can enhance the efforts of coffee shops or traditional coffee stalls in identifying business opportunities, understanding their customers, improving product and service quality, and assisting owners in devising more effective marketing strategies.

Keywords:

Coffee, benefits of coffee, coffee shop business

I. PENDAHULUAN

Sejarah Panjang masuk nya kopi ke Indonesia dimulai dari sekitar tahun 1696, kemudian adanya tanam paksa kopi di Priangan (*Preangerstelsel*) yang terjadi pada kurun waktu 1720-1830, turut mempengaruhi dibukanya, Restoran pertama di Bandung dengan nama Maison Bogerijen yang artinya Rumah Bogerijen yang pada saat ini di kenal dengan nama Braga Permai pada tahun 1918.(Aurellia Anindyadevi 2023) Restoran ini merupakan tempat bersantap favorit bagi anggota kerajaan dan Gubernur Hindia Belanda saat itu. Didirikan oleh L. Van Bogerijen, dan merupakan satu-satunya restoran di luar Belanda yang mendapatkan izin dari Ratu Belanda untuk menyajikan kue khas kerajaan di saat itu, yaitu Koningin Emma Taart dan Wilhelmina Taart yang merupakan makanan khas kerajaan Belanda, Speculaas Almond, Ananas Geap, atau Booterstaf yang cocok dinikmati bersama secangkir teh atau kopi. Pada tahun 1929 berdiri Het Snoephuis sekarang Sumber Hidangan yang letaknya tidak jauh dari Braga Permai sampai dengan saat ini pun masih mempertahankan menu-menu tradisional Belanda, Warung kopi purnama tahun 1930 , tahun 1936 berdiri Hazes Shop & Café yang didirikan oleh Ny Kamarga Hazes di jalan tamblong, saat ini berubah menjadi Rasa Bakery & Café.

Berdasarkan hasil riset Dr Dewi Turgarini, S.S., MM. Par Ketua Prodi Manajemen Industri Katering FPIPS UPI, di kota Bandung eksistensi kopi dapat ditelusuri dengan keberadaan penjualan biji kopi diantaranya adalah penjualan kopi di Maison Bogerijen (Braga Permai) yang berdiri tahun 1918, Koffie fabriek Javaco (Kopi Javaco) yang merupakan merek kopi tertua di Bandung. Pemiliknya, Lie Khay Hoo telah merintis Kopi Javaco sejak 1928, Het Snoephuis (sumber Hidangan) yang berdiri tahun 1929 di Jalan Braga Koffie Fabriek Aroma ([Kopi Aroma](#)) yang berdiri tahun 1930 oleh Tan Houw Sian ([Website Resmi Milik Kopi Aroma](#)); Yasyi Dini Nurhadi 2020; Hafizh NM, 2020) ditahun yang sama (1930) berdiri Kopi Kapal Selam didirikan oleh imigran asal china terletak di jalan Pasar Barat, Kebon Jeruk, Toko Kopi Malabar Jalan Gardujati no 2, (khairunnisa S. Netal 2020).

Dewasa ini hampir 92% produksi kopi berada di tangan petani kecil maupun koperasi.

Kedai kopi yang menjamur saat ini memiliki cara penyajian yang bermacam-macam sesuai perkembangan zaman. “Ada yang menyajikan kopi secara tradisional dan atau dengan cara modern, seperti kopi yang dibuat dengan mesin espresso,” Tradisi minum kopi yang berkembang di Bandung pada masa itu kemungkinan besar menjadi bagian dari budaya perkotaan yang dinamis dan heterogen yang ada di Bandung, dan seiring dengan berjalannya waktu, budaya minum kopi terus berkembang dan menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat Bandung

Tinjauan Pustaka

Perjalanan Panjang kopi dimulai oleh bangsa Arab pada tahun 700 -1000 SM yang digunakan sebagai minuman berenergi, tahun 1000 SM kemudian oleh suku Galia di Afrika pada tahun 1000 SM, hingga ditemukannya sumber kopi di Mokha – Yaman pada tahun 1658 (Wikipedia; Asiah N et al 2022). Pada tahun 1668 kopi mulai di kenal di Amerika Utara, dan mulai di tanam di Brazil pada tahun 1670, Jenis kopi yang ditanam adalah *Coffea arabica* Lind. Pada tahun 1696 Belanda membuka kebun pertama di Ceylon (sekarang Sri Lanka), kemudian seorang warga negara Belanda bernama Zwaardcroon (nantinya Gubernur Jenderal Belanda), membawa beberapa benih kopi dari Mokha ke Bogor, Indonesia. (Vlekke, Bernard H.M. 2016). Dan ternyata dapat tumbuh dengan baik di daerah pedalaman markas besar kolonial yang berbukit-bukit. Para pedagang VOC mendorong budidaya tanaman tersebut dan, menjadikan tanaman komoditas terpenting di Hindia Belanda. Belanda kemudian membentuk pembatasan wilayah di daerah Jawa Barat, khusus ditanami kopi. Pada awalnya mereka memborong hasil panen masyarakat, kemudian segera berubah menjadi penyeteroran kopi secara paksa dengan harga yang jauh di bawah harga pasar. Tanam paksa kopi di Priangan (*Preangerstelsel*) terjadi pada kurun waktu 1720-1830, (Bremen, Jan 2014), tahun 1706, kopi Jawa diteliti di Amsterdam. Kopi Jawa hasil penelitian oleh Belanda diperkenalkan dan ditanam di Jardin des Plantes , oleh Raja Louis XIV pada tahun 1714. (Anggastri, SNP 2023)

Pada abad ke-10, ilmuwan genius Ibnu Sina membahas efek kopi dalam perspektif medis melalui karyanya, (*al-Qanun fi al-Tibb,*) isinya diantaranya tentang mengklasifikasikan jenis kopi yang buruk dan yang baik (unggul), adapun beberapa manfaat dari meminum kopi, adalah dapat mempertahankan

kesehatan tubuh, membuat kulit tampak lebih cerah secara alami dan lembab, membuat pikiran lebih focus, aromanya juga dapat menjaga stimulus kesehatan tubuh dan pikiran. (Nashrullah Nashih 2019 ; Ityana Maliyatul 2022) Kemudian tahun 1679, ahli kimia Prancis, di Marseilles, memberikan kesaksian bahwa kopi merusak dan membahayakan kesehatan, (Wikipedia).

“Kopi mengandung kafein dan antioksidan yang baik untuk kesehatan. Contohnya seperti menjaga fungsi otak, menghindari depresi, hingga menjaga kesehatan jantung.” (dr.Rizal Fadli 2023; Tamain imam 2020)

Kopi hitam memiliki banyak kandungan nutrisi esensial, seperti vitamin B2, B3, B5 dan RDI. Selain itu, mengandung mineral yang penting untuk tubuh, seperti kalium, magnesium, dan mangan, karena banyak kandungan nutrisinya, manfaat kopi menurut sejumlah penelitian jika mengonsumsi secukupnya, kopi hitam bisa memberikan manfaat berupa: Menjaga fungsi otak, Meningkatkan daya ingat, Menjaga kadar gula darah, Menurunkan risiko diabetes tipe 2 dan tipe 6, Mencegah depresi, Membantu menurunkan berat badan (membakar lemak), Meningkatkan energi dan meningkatkan kecerdasan, Menurunkan resiko kanker jenis hati dan kolorektal, Menjaga kesehatan jantung dan menurunkan resiko stroke, Menurunkan risiko kematian, Mengontrol gejala Parkinson, Mencegah peradangan pada tubuh, Meningkatkan kinerja fisik secara drastis, Melindungi dari Alzheimer dan Demensia, Melansir dari *U.S. Food and Drug*, jumlah kopi yang aman untuk orang dewasa sebanyak 400 miligram per hari. Jumlah ini setara dengan empat hingga lima cangkir kopi.

Sejarah kedai kopi di berbagai belahan dunia memberikan gambaran tentang kopi yang telah menjadi minuman populer dan memberikan dampak yang signifikan dalam budaya dan perkembangan sosial di berbagai negara.

- Dimulai dengan pembukaan Kedai kopi yang pertama kali tercatat bernama Kiva Han yang dibuka tahun 1475, kemudian menyebar di berbagai kota besar Eropa seperti Venesia (1650) , Oxford (1650), London (1668), Paris (1669) dan Hamburg (1679).
- Tuduhan terhadap kedai kopi sebagai tempat pemufakatan makar yang mengakibatkan penutupan oleh Raja Charles II di London pada tahun 1675, mencerminkan bagaimana kopi telah menjadi pusat kegiatan sosial dan politik

- Perkembangan mesin kopi espresso pada tahun 1822 di Perancis menandai langkah penting dalam teknologi pembuatan kopi, yang memungkinkan pembuatan kopi menjadi lebih efisien dan konsisten
- Penemuan kata "cafeteria" pada tahun 1839 sebagai kata hibrida dari Meksiko, Spanyol, dan Inggris menunjukkan adopsi istilah yang mencerminkan keberagaman budaya dan pengaruh dari berbagai negara dalam pengembangan budaya kopi

Sejarah kedai kopi ini juga mencerminkan bagaimana minuman kopi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari dan budaya sosial di seluruh dunia, serta bagaimana inovasi dan perkembangan dalam industri kopi terus membentuk cara kita menikmati dan menghargai minuman yang begitu disukai ini.

Dengan demikian latar belakang dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi fenomena maraknya kedai kopi dari berbagai perspektif termasuk social budaya, ekonomi dan psikologi.

Sedangkan Tujuan dan Manfaat dari penelitian ini adalah:

- Peneliti akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peranan kedai kopi dalam masyarakat, termasuk cerminan dan pengaruh dinamika social dan budaya
- Penelitian ini dapat menambah wawasan pemilik untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan
- Penelitian ini dapat membantu mempengaruhi kontribusi ekonomi dan pengaruhnya terhadap lapangan kerja local, pertumbuhan bisnis kecil dan dampaknya terhadap ekonomi mikro dan makro

Dengan demikian penelitian ini dapat memberi pemahaman yang mendalam tentang fenomena dari berbagai perspektif yang relevan dengan kepentingan peneliti dan masyarakat.

II. METODE PENELITIAN

Metode kualitatif membantu ketersediaan deskripsi yang kaya atas fenomena penelitian. Kualitatif mendorong pemahaman atas substansi dari suatu peristiwa. Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya untuk memenuhi keinginan peneliti untuk mendapatkan gambaran/penjelasan, tetapi juga membantu untuk mendapatkan penjelasan

yang lebih dalam (Sofaer, 1999). Dengan demikian, dalam penelitian kualitatif, peneliti perlu membekali dirinya dengan pengetahuan yang memadai terkait permasalahan yang akan ditelitinya. Creswell (2007, p. 45-47).

Penulis melakukan penelitian di Yorigo Kohi Coffeeshop, jalan Dr Curie no 5, Bandung, dengan cara Etnografi yaitu: mewawancarai, mengamati dan meminta data kepada pemilik coffeeshop Analisa SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang di hadapi management, agar dapat membantu dalam memahami posisi kompetitif, dan identifikasi factor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan kedai kopi

Ruang Lingkup:

Ada lima aspek yang diteliti, yang diharapkan dapat memberi gambaran yang jelas mengenai kelayakan dari bisnis yang dilakukan oleh perusahaan, ke lima aspek tersebut adalah Aspek Manajemen, Aspek Pemasaran, Aspek Manajemen Operasi dan Lingkungan, Aspek SDM dan Yuridis, Aspek Keuangan. (Natalia 2023)

Aspek Manajemen

Pemilik berencana membuat coffeshop dengan konsep kekinian dan bisa diterima oleh semua kalangan, mulai dari kalangan anak muda sampai dengan para pekerja yang hanya datang untuk mengobrol sambil menikmati suasana rumahan dan kesejukan wilayah Bandung Utara. Kualitas produk dan harga yang bersaing, diharapkan mampu menambah jumlah konsumen serta pelanggan tetap bagi Yorigo Kohi Coffeeshop

Aspek Pemasaran

Boone & Kurtz (2002:217). Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, harga, promosi, dan distribusi atas ide, barang, jasa, organisasi, dan peristiwa untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang akan memuaskan bagi tujuan perorangan dan organisasi. Kotler dan Armstrong (2014), pemasaran adalah proses suatu usaha menciptakan nilai dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen

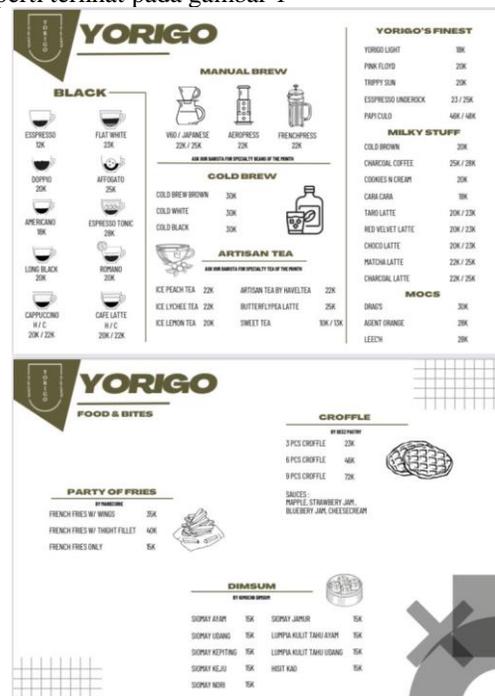
Pemasaran yang direncanakan adalah, pemilik menyediakan tata letak dan tata ruang yang cukup nyaman bagi pengunjung untuk berbagai aktivitas seperti meeting, mengerjakan tugas, atau sekedar berkumpul dengan kolega atau keluarga, memberikan konsultasi dan pengajaran pembuatan kopi gratis

kepada pelanggan sehingga menambah kenyamanan dan edukasi saat berkunjung ke Yorigo Kohi Coffeeshop.

Yorigo Kohi Coffeeshop juga menyediakan layanan online untuk para pelanggannya yang ingin menikmati hidangan selain di gerai dan untuk memperluas jangkauan pemasaran, Yorigo Kohi Coffeeshop menggunakan media social seperti Instagram untuk memperkenalkan menu-menu yang tersedia, atau jika akan ada event

Aspek Produksi:

Masih menggunakan system penyeduhan kopi yang bersifat manual dalam artian belum menggunakan peralatan atau mesin kopi yang canggih, tapi tetap menggunakan alat seperti timbangan dll untuk memastikan kesegaran dan kualitas yang konsisten di setiap cangkir kopi. Yorigo Kohi Coffeeshop memiliki banyak pilihan menu yang menarik, berikut adalah daftar menu seperti terlihat pada gambar 1



Gambar 1. Menu Yorigo Kohi coffeshop

Yorigo Kohi Coffeeshop memiliki jam operasional mulai pukul 12.00 sampai dengan pukul 21.00. Dalam hal pemesanan menggunakan kertas dalam mencatat pesanan para konsumennya, dimana hal tersebut dapat mengakibatkan rawan kesalahan pada saat pelayanan dilakukan.

Aspek Sistem Perencanaan Sumber Daya Manusia dan Yuridis:

Yorigo Kohi Coffeeshop ini pada dasarnya adalah warung kopi yang dibuat lebih kekinian, dan baru berdiri karenanya untuk sumber daya manusianya masih sangat sederhana

Aspek Keuangan

Perencanaan keuangan, menurut *Certified Financial Planner* adalah suatu proses untuk mencapai tujuan hidup seseorang melalui pengelolaan keuangan secara terencana. (OJK) Melalui pengelolaan keuangan, seseorang bisa mengerti bagaimana setiap keputusan keuangan yang dibuat berdampak ke area lain dari keseluruhan situasi keuangan dirinya.

1. Modal

Jenis modal yang dikeluarkan Yorigo Kohi Coffeeshop merupakan modal perorangan. Jenis modal perorangan atau modal internal adalah model yang berasal dari individu. Modal awal yang di keluarkan oleh Yorigo Kohi Coffeeshop adalah sebesar 30-40 juta. Modal ini sudah termasuk seluruh biaya usaha Yorigo Kohi Coffeeshop.

2. Laporan Keuangan

Berikut adalah data dari hasil wawancara mengenai laporan keuangan Yorigo Kohi Coffeeshop. Seperti pada table 1

Tabel 1. Data Laporan keuangan Yorigo Kohi Coffeeshop

| Minggu | Omzet (Rp) | Margin (Rp) | Cost Hpp (Rp) | persen (%) |
|--------|--------------|--------------|---------------|------------|
| 1 | 1,667,700.00 | 1,000,620.00 | 667,080.00 | 66.7 |
| 2 | 1,870,550.00 | 1,122,330.00 | 748,220.00 | 74.8 |
| 3 | 2,403,900.00 | 1,442,340.00 | 961,560.00 | 96.2 |
| 4 | 1,449,000.00 | 793,800.00 | 655,200.00 | 65.5 |
| 5 | 1,449,000.00 | 763,560.00 | 685,440.00 | 68.5 |
| | 8,840,150.00 | 5,122,650.00 | 3,717,500.00 | 371.70 |

Aspek Lingkungan dan Yuridis

Husnan S & Suwarsono, M, (2000) Aspek teknis menyangkut pemilihan lokasi dan luas lahan, skala produksi, tata letak, serta penerapan teknologi dan peralatan Kamaluddin, (2004). Aspek teknis adalah perspektif yang berhubungan dengan cara paling umum dalam membangun bisnis sebenarnya dan aktivitasnya setelah struktur bisnis sebenarnya

dan tugas-tugasnya setelah struktur sebenarnya selesai

III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Decoupling dan SWOT

Decoupling atau biasa disebut keterlepasan antara membutuhkan dan keinginan, di mana konsep ini memiliki arti seseorang yang berbelanja karena kebutuhannya atau Hanya karna ingin. Contohnya seperti anak remaja yang sering nongkrong di kafe bukan karna kebutuhannya melainkan ingin berkumpul dengan teman-temannya berbincang-bincang sambil meminum kopi atau minuman lainnya.

Peran rencana operasi dalam proses bisnis adalah untuk memberikan gambaran jelas tentang informasi dari proses bisnis tersebut. Informasi tersebut berupa kondisi suatu proses bisnis, sumberdaya, tujuan, tanggung jawab tiap orang yang terlibat, dan langkah- langkah yang diambil. Rencana operasi ini penting sebab jika dijalankan tanpa perencanaan, sebuah proses bisnis dapat tidak mengenai sasaran atau bahkan gagal ditengah jalan.

Kekuatan (S) Berikut factor kekuatan yang ada pada Yorigo Kohi Coffeeshop:

- Tipe kepemimpinan yang demokratis
- Modal sendiri
- Owner memilki modal sendiri untuk mendirikan kedai kopi, karena ia tidak mau bergantung dengan orang lain untuk masalah yang satu ini, owner yakin dengan modal sendiri walaupun tidak terlalu besar akan berkembang.
- Harga produk bersaing
- Harga yang ditawarkan kedai Yorigo Kohi Coffeeshop kualitas local tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah dengan racikan rasa yang pas dan penyajian yang unik dengan hiasan khas yang memperindah coffee.

Kelemahan (W): Berikut kelemahan yang ada di Yorigo Kohi Coffeeshop

- Kurang menerima masukan (input) dalam mengambil keputusan,
- struktur organisasi yang masih sangat sederhana
- Masih menggunakan sistem informasi manajemen manual seperti belum adanya pencatatan laporan keuangan secara rinci.
- Pengecekan menu atau pesanan menu masih menggunakan pencatatan manual belum menggunakan barcode.

- Peralatan pengolahan kopi yang dimiliki belum terlalu lengkap.
- Jenis produk yang dihasilkan masih kurang beragam seperti pilihan menu makanan masih kurang banyak di Kedai Yorigo Kohi Coffeeshop sehingga pelanggan kadang membawa makanan dari luar.

Berikut adalah peluang (O) yang ada pada Yorigo Kohi Coffeeshop:

- Pangsa pasar yang luas,
- produk dapat dikonsumsi semua kalangan,
- perkembangan teknologi yang pesat
- Luasnya pangsa pasar olahan di Indonesia
- Cepat berkembangnya trend kopi
- Usaha tani kopi banyak diminati.

Berikut ancaman (T) terhadap Kedai Yorigo Kohi Coffeeshop:

- Produk mudah ditiru dan menawarkan harga lebih terjangkau,
- Pesaing melakukan promosi dalam skala besar,
- Banyak pesaing dengan usaha sejenis
- Tidak stabilnya harga bahan baku dari pemasok
- Pembeli beralih ke tempat lain karena banyaknya usaha di bidang ini

Strategi S.O: Meningkatkan pelayanan dan meningkatkan kualitas produk, menggunakan informasi dari pelanggan tentang permintaan pasar, menciptakan produk baru dengan berbagai rasa dan diminati konsumen

Strategi W.O: Bersedia menerima masukan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan memuaskan pangsa pasar, Menyempurnakan struktur organisasi untuk mampu menyesuaikan pangsa pasar yang lebih luas

Strategi ST: Melakukan inovasi produk dengan berbagai variasi rasa dan menu, Melakukan inovasi kemasan produk yang unik untuk produk yang di take away

Strategi WT: Bersedia menerima masukan supaya produk tidak mudah ditiru dan harga terjangkau, Meningkatkan promosi kredibilitas perusahaan.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan observasi dan wawancara adalah bahwa usaha ini dapat dikatakan layak dalam berbagai aspek studi kelayakan bisnisnya karena peneliti menemukan bahwa para pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka dalam hal menikmati suasana, produk yang disajikan dan layanan yang disediakan. Peneliti menemukan kedai kopi menjadi tempat berkumpul yang penting, produk dan layanannya di hargai oleh pelanggan. Berdasarkan Analisa SWOT, terlihat bahwa manajemen sangat memahami kelemahan dan ancaman dari bisnis ini, dan berusaha untuk mengatasinya sebaik mungkin.

Dengan demikian usaha yang dibangun pada tahun 2023 memiliki potensi yang layak untuk dijalankan dalam jangka Panjang. Meskipun demikian, perlu diingat bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya tergantung pada faktor eksternal saja. Manajemen yang efektif, pelayanan pelanggan yang baik serta pemasaran yang tepat juga merupakan kunci yang perlu diperhatikan. Bisnis Yorigo Kohi Coffeeshop ini dapat menjadi peluang yang menjanjikan serta berkelanjutan jangka panjang jika di jalankan terus berfokus, dan pengembangan usahanya.

REFERENSI

- Anggastri, SNP (2023) Preangerstelsel: Sistem Tanam Paksa Kopi Priangan Tahun 1723-1892, <https://journal.unindra.ac.id/index.php/estori/article/view/1566>
- Asiah N, et all (2022), Profil Kopi Arabika Kintamani Bali, AE Publishing https://www.researchgate.net/publication/358460008_Profil_Kopi_Arabika_Kintamani_Bali
- Aurellia Anindyadevi (29 Juli, 2023), Mengenang Jejak Rasa satu abad di Braga Permai. *Detik.Com* <https://www.detik.com/jabar/kuliner/d-6847808/mengenang-jejak-rasa-satu-abad-di-braga-permai>
- Boone & Kurtz. 2002. Pengantar Bisnis, Jilid I & II. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Breman, Jan (2010) Koloniaal profijt van onvrije arbeid: het Preanger stelsel van gedwongen koffieteelt op Java. 1720-1870. Amsterdam

- University Press
https://books.google.co.id/books/about/Koloniaal_profijt_van_onvrije_arbeid.html?id=LfMuyCs--dcC&redir_esc=y
- Creswell, J.W. (2007). *Qualitative inquiry & research design choosing among five approaches*. Second Edition. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefndmkaj/https://revistapsicologia.org/public/formato/cuali2.pdf
- Hafizh MN (20 Agustus 2020) *Perjalanan Panjang Perkembangan Kopi di kota Bandung*. *Ayo Bandung.com*.
<https://www.ayobandung.com/baheula/pr-79696050/perjalanan-panjang-perkembangan-kopi-di-kota-bandung>
- Infowisata Bandung (8 Jan 2020) *Ada sejak 102 tahun lalu, tempat makan para noni Belanda di Bandung*.
<https://infowisatabandung.com/ada-sejak-102-tahun-lalu-ini-tempat-makan-para-noni-belanda-di-bandung/>
- Ityana Maliyatul (21 Jun 2022)- *Manfaat Minum Kopi dalam Islam Menurut Ibnu Sina*. *Sinergi Jakarta .Com*
<https://www.sinerjajakarta.com/lifestyle/pr-4873715270/manfaat-minum-kopi-dalam-islam-menurut-ibnu-sina>
- Kopi Aroma *Website Resmi Milik Kopi Aroma*
<https://kopiroma.id/#about>
- Khairunnisa Syifa Nuri, Aisyah Yuharrani (1 Oct 2020), *6 Kedai Kopi Legendaris di Bandung, Ada yang Berdiri sejak 1928*. *Kompas.Com*
baca: <https://www.kompas.com/food/read/2020/10/01/191500375/6-kedai-kopi-legendaris-di-bandung-ada-yang-berdiri-sejak-1928>
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1* Terjemahan Bob Sabran Jakarta. Erlangga.
- Luthfi AN (2015). *Jan Breman 2014, Keuntungan Kolonial dari Kerja Paksa: Sistem Priangan dari Tanam Paksa Kopi di Jawa, 1720-1870* *Wacana Journal of the Humanities of Indonesia* vol 16(1):238
<https://www.neliti.com/publications/181279/jan-breman-2014-keuntungan-kolonial-dari-kerja-paksa-sistem-priangan-dari-tanam>
- Nashrullah Nashih (15 oct 2019), *Khasiat Kopi Dalam Kajian Ibnu Sina dan Peta Penyebarannya*. *Khazanah republika.co.id*
<https://khazanah.republika.co.id/berita/pzdk-57320/khasiat-kopi-dalam-kajian-ibnu-sina-dan-peta-penyebarannya>
- Natalia (24 Nov 2023) *Studi Kelayakan Bisnis: Pengertian, Aspek, Tujuan dan Manfaatnya*
<https://accurate.id/marketing-manajemen/studi-kelayakan-bisnis/>
- OJK: *Sikapi uangmu*
<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Category/130>
- Rizal Fadli, Dr (28 Agustus 2023) *11 Manfaat Kopi Hitam untuk Kesehatan Tubuh*. *Halodoc.com*.
<https://www.halodoc.com/artikel/11-manfaat-kopi-hitam-untuk-kesehatan-tubuh>
- Sofaer, S. (1999). *Qualitative methods: what are they and why use them?*. *Health Services Research* 1999 34(5 Pt2): 1101-1118,
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1089055/>
- Tamaim imam (5 Feb 2020) *13 manfaat kopi menurut sains*
<https://www.jejakonline.com/13-manfaat-kopi-menurut-sains/>
- Vlekke, Bernard H.M. (2016). *Nusantara*. Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia). hlm. 180–181. ISBN 978-602-6208-064)
- Yasyi Dini Nurhadi (18 Nov 2020), *Kisah keberadaan kopi di Bandung yang pernah jadi alat mata mata Belanda*. *Good news from Indonesia.Id*
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/11/18/kisah-keberadaan-kopi-di-bandung-yang-pernah-jadi-alat-mata-mata-belanda>