

Analisis Kelayakan Non-Finansial Usaha Kedai Kopi “Minum Kopi” di Kabupaten Pamekasan

Moh Roihan Amin¹, Ach. Wahyudi², Riski Mobarok³, Fadali Rahman⁴, Rachman Hakim⁵
noindonesiazilong@gmail.id, ach.wahyudi15802@gmail.com, riskytupo02@gmail.com,
fadali.rahman@unira.ac.id, rachman@unira.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan non-finansial Usaha Kedai Kopi “Minum Kopi” di Kabupaten Pamekasan yang ditinjau dari aspek pemasaran dan pasar, aspek manajemen dan sumber daya manusia, serta aspek operasional. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek pemasaran dan pasar, Minum Kopi telah menerapkan strategi bauran pemasaran (4P) secara efektif melalui penyediaan produk yang beragam dan berkualitas, penetapan harga yang kompetitif, lokasi usaha yang strategis, serta promosi digital melalui media sosial. Pada aspek manajemen dan sumber daya manusia, usaha memiliki struktur organisasi yang sederhana namun efektif, pembagian tugas yang jelas, sistem rekrutmen yang baik, serta pelatihan dan orientasi bagi karyawan. Sementara itu, aspek operasional menunjukkan kondisi yang layak melalui lokasi yang mudah dijangkau, fasilitas yang memadai, tata letak yang nyaman, penggunaan peralatan modern, pemanfaatan teknologi pemesanan daring, pengelolaan persediaan yang baik, serta pemeliharaan kebersihan yang konsisten. Berdasarkan hasil analisis, seluruh aspek non-finansial yang dikaji memenuhi indikator kelayakan sehingga usaha Minum Kopi dinyatakan layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Meskipun demikian, inovasi produk, penguatan pemasaran digital, serta peningkatan kompetensi sumber daya manusia perlu terus dilakukan guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan industri kedai kopi yang semakin kompetitif.

Kata kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Aspek non-finansial, Pemasaran, MSDM, Operasional.

Abstract

This study aims to analyze the non-financial feasibility of the "Minum Kopi" coffee shop business in Pamekasan Regency, examining marketing and market aspects, management and human resource aspects, and operational aspects. The study employs a qualitative approach using a descriptive method. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, and subsequently analyzed using the Miles, Huberman, and Saldaña model, which encompasses data condensation, data display, and conclusion drawing.

The results indicate that regarding marketing and market aspects, Minum Kopi has effectively implemented the marketing mix (4P) strategy by offering diverse, high-quality products, setting competitive prices, securing a strategic location, and conducting digital promotions via social media. In terms of management and human resources, the business features a simple yet effective

organizational structure, clear task allocation, a sound recruitment system, and employee training and orientation programs. Meanwhile, the operational aspect demonstrates feasibility through an easily accessible location, adequate facilities, a comfortable layout, the use of modern equipment, the utilization of online ordering technology, efficient inventory management, and consistent cleanliness maintenance. Based on the analysis, all examined non-financial aspects meet feasibility indicators; thus, the Minum Kopi business is deemed viable for operation and expansion. Nevertheless, continuous efforts in product innovation, strengthening digital marketing, and enhancing human resource competencies are necessary to boost competitiveness and ensure business sustainability amidst the increasingly competitive coffee shop industry

Keywords: *Business Feasibility Study, Non-financial aspects, Marketing, HRM, Operations.*

Pendahuluan

Industri kedai kopi di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam satu dekade terakhir. Perubahan gaya hidup masyarakat, meningkatnya konsumsi kopi domestik, berkembangnya budaya berkumpul (*coffee culture*), serta kemajuan teknologi digital telah mendorong lahirnya berbagai usaha kedai kopi, baik dalam skala besar maupun usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Pressrelease.id, 2023). Kedai kopi tidak lagi sekadar menjadi tempat menikmati minuman, tetapi telah bertransformasi menjadi ruang sosial, tempat bekerja (*co-working space*), lokasi diskusi, hingga sarana pengembangan komunitas. Kondisi tersebut membuka peluang bisnis yang sangat menjanjikan, khususnya di daerah-daerah yang memiliki potensi pasar yang terus berkembang (Mukarromah et al., 2023). Kabupaten Pamekasan sebagai salah satu wilayah di Pulau Madura mengalami pertumbuhan aktivitas ekonomi yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan jumlah mahasiswa, aparatur sipil negara, pelaku usaha, komunitas kreatif, hingga meningkatnya mobilitas masyarakat telah menciptakan permintaan baru terhadap tempat berkumpul yang nyaman dan representative (Puspasari et al., 2021). Fenomena tersebut turut mendorong meningkatnya jumlah usaha kedai kopi yang menawarkan berbagai konsep, mulai dari kedai tradisional hingga *coffee shop* modern dengan fasilitas internet, ruang pertemuan, serta konsep interior yang menarik. Persaingan yang semakin ketat tersebut menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki keunggulan kompetitif agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya (Zahid, Rahman, Sulaiman, Muslim, Jefri Wahyudi, et al., 2024).

Di tengah pesatnya pertumbuhan industri kedai kopi, tidak semua usaha mampu bertahan dalam jangka panjang. Banyak kedai kopi yang hanya mampu beroperasi dalam waktu singkat sebelum akhirnya mengalami penurunan penjualan bahkan menutup usahanya. Kondisi tersebut umumnya disebabkan oleh lemahnya perencanaan bisnis, kurang tepatnya pemilihan lokasi usaha, minimnya analisis pasar, strategi pemasaran yang kurang efektif, serta lemahnya pengelolaan operasional (Rahman, Fitrianti, et al., 2025; Rahman, Pratikto, et al., 2025). Fakta ini menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah usaha tidak hanya ditentukan oleh besarnya modal yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam melakukan studi kelayakan bisnis secara komprehensif sebelum maupun selama usaha dijalankan. Studi kelayakan bisnis merupakan suatu proses analisis yang bertujuan untuk menilai apakah suatu usaha layak untuk dijalankan, dikembangkan, atau dipertahankan berdasarkan berbagai aspek penilaian (Aulia et al., 2025). Secara umum, studi kelayakan mencakup dua kelompok analisis utama, yaitu aspek finansial dan aspek non-finansial. Aspek finansial menitikberatkan pada kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan melalui indikator-indikator seperti Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Benefit Cost Ratio (B/C Ratio), maupun Payback Period (PP) (Nurlatipah et al., 2023; Rahman, 2017; Rahman & Pratikto, 2022; Rahman & Wafi, 2024). Sementara itu, aspek non-finansial lebih menekankan pada kondisi lingkungan bisnis yang mendukung keberhasilan usaha, seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek hukum, serta aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Dalam praktiknya, banyak pelaku UMKM lebih berfokus pada perhitungan keuntungan finansial tanpa terlebih dahulu mengevaluasi kelayakan non-finansial usaha yang dijalankan (Anas

et al., 2025; Rahman et al., 2023; Falahuddin et al., 2024). Padahal, aspek non-finansial justru menjadi fondasi utama dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis dalam jangka panjang. Sebagai contoh, lokasi usaha yang strategis akan memengaruhi jumlah pengunjung, strategi pemasaran yang tepat akan meningkatkan loyalitas pelanggan, struktur organisasi yang jelas akan meningkatkan efektivitas operasional, sedangkan kepatuhan terhadap aspek legalitas akan memberikan perlindungan hukum bagi keberlangsungan usaha (Abdurohim et al., 2021; Fauji et al., 2023; Sahal et al., 2024). Oleh karena itu, analisis kelayakan non-finansial menjadi bagian yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Salah satu usaha kedai kopi yang berkembang di Kabupaten Pamekasan adalah Kedai Kopi “Minum Kopi”. Usaha ini hadir sebagai salah satu coffee shop lokal yang menawarkan berbagai jenis minuman berbahan dasar kopi maupun non-kopi dengan konsep tempat yang nyaman bagi berbagai kalangan masyarakat. Selain menyasar konsumen pecinta kopi, kedai ini juga menjadi tempat berkumpul mahasiswa, pekerja, komunitas, hingga keluarga. Berbagai aktivitas seperti rapat informal, diskusi akademik, pengerjaan tugas, hingga kegiatan komunitas sering dilaksanakan di lokasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi kedai kopi telah mengalami pergeseran dari sekadar tempat konsumsi menjadi bagian dari aktivitas sosial masyarakat modern (Rahman, Wahyuni, et al., 2025; Wilestari et al., 2023).

Meskipun memiliki potensi pasar yang cukup besar, Kedai Kopi “Minum Kopi” tetap menghadapi berbagai tantangan bisnis. Persaingan antar coffee shop di Kabupaten Pamekasan semakin meningkat seiring munculnya pelaku usaha baru dengan konsep yang lebih inovatif. Selain itu, perubahan preferensi konsumen, perkembangan tren minuman, meningkatnya penggunaan platform digital sebagai media pemasaran, serta perubahan perilaku pelanggan menuntut pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi (Rahman, 2024; Zahid, et al., 2024). Oleh sebab itu, diperlukan suatu analisis yang mampu menggambarkan apakah kondisi usaha saat ini telah memenuhi indikator kelayakan non-finansial sebagai dasar dalam mempertahankan maupun mengembangkan bisnis. Analisis aspek pasar menjadi salah satu komponen penting dalam penelitian ini karena berkaitan dengan besarnya peluang pasar, karakteristik konsumen, tingkat persaingan, segmentasi, target pasar, serta strategi positioning usaha (Mukarromah et al., 2023; Rahman, 2022). Kemampuan Kedai Kopi “Minum Kopi” dalam memahami kebutuhan pelanggan akan menentukan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Penggunaan media sosial, layanan pesan antar, promosi digital, hingga program loyalitas pelanggan menjadi faktor yang dapat meningkatkan daya saing usaha di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin digital (Aisyah et al., 2021).

Selain aspek pasar, aspek teknis dan operasional juga memiliki peranan penting dalam menentukan kelayakan usaha. Pengelolaan tata letak ruangan, kapasitas tempat duduk, kualitas peralatan produksi, kelancaran rantai pasok bahan baku, standar operasional pelayanan, hingga efisiensi proses produksi merupakan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan (Suryo & Fitria, 2024). Kedai kopi yang memiliki sistem operasional yang baik akan mampu memberikan pelayanan yang cepat, menjaga konsistensi kualitas produk, serta meningkatkan pengalaman pelanggan sehingga berdampak pada loyalitas konsumen. Selanjutnya, aspek manajemen dan sumber daya manusia menjadi faktor yang tidak kalah penting dalam keberhasilan usaha. Struktur organisasi yang jelas, pembagian tugas yang efektif, kompetensi karyawan, kemampuan pelayanan pelanggan, hingga kepemimpinan pemilik usaha menjadi penentu keberlangsungan operasional bisnis (Mulyadi et al., 2022; Rahman, Yuliatin, et al., 2025). Pada skala UMKM, pengelolaan sumber daya manusia sering kali masih bersifat sederhana sehingga diperlukan evaluasi untuk mengetahui apakah sistem manajemen yang diterapkan telah mendukung pertumbuhan usaha secara optimal.

Di samping itu, aspek hukum juga perlu dianalisis untuk memastikan bahwa usaha telah memenuhi berbagai persyaratan legal yang berlaku, seperti perizinan usaha, Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal apabila diperlukan, serta kepatuhan terhadap ketentuan perpajakan dan regulasi pemerintah (Aulia et al., 2025). Legalitas usaha tidak hanya memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen, mempermudah akses terhadap pembiayaan, serta membuka peluang kerja sama dengan berbagai pihak. Aspek sosial,

ekonomi, dan lingkungan turut menjadi bagian penting dalam studi kelayakan non-finansial (Maulidiyan, 2024). Kehadiran Kedai Kopi “Minum Kopi” diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, pemberdayaan tenaga kerja lokal, serta kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Di sisi lain, usaha juga dituntut untuk memperhatikan aspek lingkungan melalui pengelolaan limbah, penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan, efisiensi penggunaan energi, serta upaya menjaga kebersihan lingkungan usaha sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (Syafei et al., 2025).

Penelitian mengenai analisis kelayakan non-finansial Kedai Kopi “Minum Kopi” di Kabupaten Pamekasan menjadi penting karena mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kesiapan usaha dalam menghadapi persaingan industri yang semakin kompetitif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi usaha sehingga menjadi dasar dalam penyusunan strategi pengembangan bisnis yang lebih efektif. Selain memberikan manfaat praktis bagi pemilik usaha, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM lain, akademisi, maupun pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengembangan sektor usaha kuliner dan ekonomi kreatif di Kabupaten Pamekasan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa keberhasilan sebuah kedai kopi tidak hanya ditentukan oleh besarnya keuntungan yang diperoleh, tetapi juga oleh kelayakan berbagai aspek non-finansial yang menopang operasional dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, penelitian yang berjudul “Analisis Kelayakan Non-Finansial Usaha Kedai Kopi “Minum Kopi” di Kabupaten Pamekasan” menjadi relevan untuk dilakukan guna memperoleh gambaran objektif mengenai tingkat kelayakan usaha ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek hukum, serta aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan usaha sehingga Kedai Kopi “Minum Kopi” mampu tumbuh secara berkelanjutan dan memiliki daya saing yang kuat di tengah dinamika industri kedai kopi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menganalisis kelayakan non-finansial Usaha Kedai Kopi “Minum Kopi” di Kabupaten Pamekasan. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai kondisi nyata usaha berdasarkan berbagai aspek non-finansial yang memengaruhi keberlangsungan bisnis (Fauji et al., 2021; Rahman et al., 2022). Penelitian dilaksanakan di Kedai Kopi “Minum Kopi” Kabupaten Pamekasan dengan pemilihan lokasi secara purposive, mengingat usaha tersebut merupakan salah satu kedai kopi lokal yang berkembang dan menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Fokus penelitian meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek hukum, serta aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yang terdiri atas pemilik usaha, karyawan, pelanggan, serta pihak-pihak yang memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam operasional usaha. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam (in-depth interview), dan dokumentasi. Data yang digunakan terdiri atas data primer yang diperoleh langsung dari informan serta data sekunder yang berasal dari dokumen usaha, literatur ilmiah, jurnal, buku, dan publikasi resmi yang relevan.

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi tiga tahapan, yaitu kondensasi data (data condensation), penyajian data (data display), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (conclusion drawing/verification) (Arora & Sarker, 2025). Pada tahap kondensasi, data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi diseleksi, disederhanakan, serta dikelompokkan berdasarkan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif dan matriks untuk memudahkan interpretasi terhadap setiap aspek kelayakan non-finansial. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan mengenai tingkat kelayakan usaha berdasarkan keterpenuhan indikator pada masing-masing aspek penelitian. Untuk

menjamin keabsahan data, penelitian menerapkan teknik triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu, sehingga informasi yang diperoleh memiliki tingkat kredibilitas, konsistensi, dan validitas yang tinggi. Dengan metode tersebut, penelitian diharapkan mampu menghasilkan gambaran yang komprehensif mengenai tingkat kelayakan non-finansial Kedai Kopi “Minum Kopi” serta memberikan rekomendasi yang dapat menjadi dasar bagi pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Hasil Dan Pembahasan

Minum kopi

Minum Kopi merupakan usaha kedai kopi yang didirikan sejak tahun 2019 di Pamekasan, dengan pemilik Bapak Abram Adi Prasetya. Konsep desain industrial menjadi identitas visual utama Minum Kopi dalam menciptakan suasana yang berkarakter. Ragam varian menu yang ditawarkan meliputi berbagai kreasi minuman berbahan dasar kopi premium maupun sajian non-kopi yang menyegarkan. Pelengkap hidangan berupa aneka makanan ringan turut menambah pilihan konsumen, ditambah pengembangan menu sajian berat yang tengah dipersiapkan sebagai inovasi kuliner masa depan. Upaya memperluas jangkauan pasar, Minum Kopi memanfaatkan teknologi modern dengan menjalin kerja sama dengan beberapa aplikasi. Saat ini, kedai ini telah dikenal luas, terutama di kalangan pecinta kopi. Tantangan mulai muncul seiring waktu, termasuk teknologi dan digital yang terus berkembang. Pada era saat ini, banyak juga pengusaha yang memulai usaha serupa, dan situasi ini mendorong Minum Kopi untuk lebih giat memanfaatkan peluang untuk bertahan dalam persaingan yang ketat.

Aspek Pemasaran dan Pasar

Pemasaran merupakan ujung tombak dari sebuah aktivitas bisnis. Pemasaran merupakan aspek penting dalam keberlanjutan berjalannya sebuah bisnis. Agri bisnis bisa bertahan dan berkembang, dibutuhkan pemasaran yang hebat dan bisa mengerti kebutuhan konsumen dan pasar (Aditama & Anggoro, 2023). Strategi pemasaran Minum Kopi dirancang dengan menerapkan konsep bauran pemasaran 4P (mix marketing), yang mencakup:

1. Product (Produk)

Minum Kopi menghadirkan berbagai minuman dengan aneka rasa dan jenis, mulai dari minuman dengan cita rasa lembut dan creamy hingga beragam pilihan kopi seperti espresso, latte, cappuccino, serta varian unik khas Minum. Para barista secara konsisten memperhatikan kebersihan, takaran komposisi, sehingga kualitas produk terjaga dengan optimal, serta keunikan kopi best seller Minum, yaitu Pulen Kopi, Kopasus, Terik (mocktail), dan juga Sore (mocktail). Keunikan rasa dan kualitas produk menjadi daya tarik yang membedakan Minum Kopi dengan kedai kopi lainnya.

2. Price (Harga)

Penetapan harga di Minum Kopi bervariasi namun tetap terjangkau, disesuaikan dengan segmen pasar yang ditargetkan, khususnya pelajar dan mahasiswa. Pendekatan harga yang digunakan mengadopsi strategi kompetitif, di mana harga produk dibandingkan dengan para pesaing sejenis di pasar untuk menentukan penawaran yang kompetitif.

3. Place (Tempat)

Minum Kopi berlokasi di area strategis dengan akses yang mudah dijangkau, mampu menarik banyak pelanggan. Promosi yang tepat dan pelayanan yang memuaskan menciptakan pengalaman menyenangkan bagi pengunjung, meskipun kedai ini berada di tengah persaingan ketat dengan bisnis serupa di sekitarnya.

4. Promotion (Promosi)

Platform digital Instagram melalui akun @Minum.kopi menjadi fokus strategi promosi Minum Kopi dalam membangun awareness brand. Penyajian konten pemasaran mencakup visualisasi menu unggulan, testimoni konsumen, hingga informasi produk terkini. Aktivitas media sosial tersebut dikelola secara konsisten sambil menghadirkan berbagai konten inspiratif untuk meningkatkan nilai positif merek di mata konsumen. Mengusung konsep ruang outdoor dan indoor dengan desain minimalis, Minum Kopi juga sering membagikan foto-foto spot menarik di kedainya yang cocok untuk dikunjungi dan diabadikan sebagai konten Instagramable.

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Pembahasan manajemen mencakup banyak aspek yang luas. Secara umum, ia terus berkembang seiring dengan perubahan situasi dan peningkatan fungsi dalam suatu organisasi, mulai dari pengelolaan sumber daya manusia hingga administrasi keuangan perusahaan. Oleh karena itu, dengan SDM yang berkualitas, pelaksanaan studi kelayakan dapat berjalan secara efektif. (Bakti, 2023).

Minum Kopi melaksanakan evaluasi komprehensif terhadap aspek manajemen dan sumber daya manusia. Tujuan utama analisis ini adalah menetapkan struktur organisasi yang efektif, mengidentifikasi kebutuhan pembagian tugas yang tepat, serta menentukan jumlah dan kapasitas tenaga kerja yang optimal. Proses ini membantu perusahaan memastikan keselarasan antara kebutuhan operasional dengan kemampuan dan jumlah karyawan yang dipekerjakan.

1. Struktur Organisasi

Minum Kopi merupakan bisnis milik satu orang, yang dimana manajemen dari kedai kopi tersebut dilakukan langsung oleh pemilik. Usaha skala mikro Minum Kopi beroperasi tanpa kebutuhan manajer dalam sistem pengelolaannya. Pemilik mengawasi aktivitas bisnis secara langsung, memastikan penerapan prosedur operasional standar (SOP) terlaksana dengan tepat.

2. Deskripsi dan Pembagian Tugas

Minum Kopi menetapkan sistem pembagian tugas secara terstruktur untuk seluruh karyawannya. Penetapan deskripsi pekerjaan telah disusun dengan detail, memberikan kejelasan bagi setiap personel dalam menjalankan aktivitas kerja mereka. Dimana barista dan kasir memiliki tugas masing-masing yaitu: Kepala Bar memiliki tugas mengawasi kegiatan di kedai agar berjalan dengan baik, mencatat stok barang, mengatur shift untuk barista, melapor kegiatan yang dilakukan kepada pemilik kedai. Barista memiliki tugas Meracik beragam minuman dan menyiapkan makanan dengan cita rasa yang konsisten, Menggunakan peralatan dapur sesuai panduan untuk menjaga kualitas produk, dan Menjaga kebersihan area kerja demi kenyamanan bersama. Sedangkan kasir memiliki tugas Melayani pembayaran pelanggan dengan ramah dan teliti, Membuat catatan pemasukan kedai untuk diserahkan kepada pemiliknya dan juga Melakukan perhitungan uang masuk sesuai dengan nota penjualan

3. Rekrutmen

Minum Kopi menerapkan mekanisme pemrosesan melalui dua pendekatan. Metode pertama memanfaatkan jalur komunikasi internal berbasis dari mulut ke mulut, menyebarkan informasi lowongan pekerjaan secara informal antarindividu. Metode perekrutan yang kedua yaitu secara eksternal melalui bantuan platform media sosial. Minum Kopi memanfaatkan media sosial yang banyak digunakan seperti Instagram untuk menjangkau calon karyawan yang potensial secara lebih luas dan efektif. Strategi ini memungkinkan kedai kopi tersebut mempercepat proses perekrutan karyawan dengan pendekatan yang lebih modern dan interaktif. Persyaratan rekrutmen bersifat minimalis, mencakup dokumen identitas dan curriculum vitae (CV) sebagai ketentuan administratif dasar.

4. Pelatihan dan Orientasi

Pemilik Minum Kopi menerapkan program orientasi kepada karyawan baru sebagai langkah awal memperkenalkan standar operasional dan peraturan kedai. Program pelatihan diselenggarakan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang tugas-tugas yang akan dikerjakan. Pengembangan kemampuan melalui pelatihan tidak terbatas pada karyawan baru, karyawan senior pun tetap mengikuti program ini. Sistem ini mendukung inovasi berkelanjutan demi kemajuan personal maupun perkembangan bisnis kedai kopi tersebut.

Aspek Operasional

Mencakup elemen-elemen penting dalam pengelolaan bisnis. Evaluasi menyeluruh terhadap aspek ini bertujuan memastikan efisiensi dan efektivitas operasional yang mendukung pencapaian tujuan bisnis. Analisis cermat memungkinkan bisnis atau usaha mengoptimalkan sumber daya, mengatasi tantangan potensial, dan membangun fondasi operasional yang kuat.

1. Lokasi dan Fasilitas Kedai Kopi

Keberadaan Minum Kopi berada di kawasan strategis Jl. Jokotole Kabupaten Pamekasan. Posisi kedai pilihan memberikan kemudahan akses bagi konsumen, terutama pengendara kendaraan bermotor maupun pejalan kaki melalui jalur utama. Posisi ini memberikan keuntungan dalam hal visibilitas, yang dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan potensi penjualan.

Fasilitas yang tersedia di kedai sudah memadai dan dirancang untuk kenyamanan pelanggan. Area duduk yang cukup, meja yang nyaman, serta fasilitas parkir menjadikan Minum Kopi sebagai tempat yang layak untuk bersantai. Namun, tidak adanya WiFi mungkin menjadi kekurangan bagi segmen pelanggan yang mengutamakan konektivitas internet. Meskipun demikian, hal ini sesuai dengan konsep awal yang ditetapkan oleh pemilik, yang lebih menekankan pada pengalaman bersosialisasi tanpa gangguan digital.

2. Jam Operasional

Minum Kopi beroperasi setiap hari dari Senin hingga Minggu, menawarkan layanan yang konsisten kepada pelanggan. Jam operasional yang stabil ini memungkinkan pelanggan untuk mengandalkan kedai kopi ini kapan saja mereka ingin menikmati minuman. Ketersediaan layanan setiap hari juga memberikan keunggulan kompetitif, karena banyak kedai lain yang mungkin memiliki hari tutup tertentu. Pada saat momen spesial, seperti Tahun Baru dan hari Lebaran Idul Fitri, Minum Kopi mengambil langkah proaktif dengan memperpanjang jam operasional hingga jam 11 malam dan bahkan sampai jam 2 pagi pada dua hari khusus tersebut. Kebijakan ini tidak hanya menunjukkan fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga berpotensi meningkatkan pendapatan selama periode permintaan tinggi.

3. Tata Letak dan Desain Interior

Tata letak Minum Kopi dirancang dengan mempertimbangkan alur kunjungan pelanggan. Saat memasuki kedai, pengunjung akan menemukan meja pesan dan kasir di sebelah kanan, sementara area parkir terletak di sebelah kiri. Penataan ini memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan dan mendapatkan tempat duduk dengan cepat. Keberadaan area tempat duduk yang nyaman di dalam kedai juga meningkatkan kenyamanan pelanggan saat menikmati minuman. Desain interior yang mengusung tema industrial telah terbukti menarik bagi banyak orang dan cocok dengan tren desain modern. Dengan pencahayaan yang baik dan furnitur yang stylish, kedai ini menciptakan suasana yang hangat dan mengundang. Kombinasi antara estetika yang menarik dan kenyamanan ini berkontribusi pada pengalaman positif bagi

pengunjung, yang sangat penting dalam mempertahankan pelanggan dan menarik pengunjung baru.

4. Proses Produksi dan Penyajian

Proses produksi di Minum Kopi didukung oleh penggunaan mesin dan peralatan kopi modern yang memadai. Pemilik kedai secara rutin memastikan bahwa semua peralatan yang digunakan dalam proses pembuatan kopi adalah yang terbaru, sehingga kualitas minuman yang disajikan kepada pelanggan selalu terjaga. Hal ini menjadi nilai tambah bagi kedai, karena pelanggan dapat menikmati kopi yang tidak hanya enak, tetapi juga disajikan dengan baik. Penyajian yang cepat dan efisien juga menjadi prioritas dalam operasional Minum Kopi. Dengan sistem yang terorganisir dan peralatan yang memadai, waktu tunggu pelanggan dapat diminimalkan. Hal ini sangat penting dalam industri makanan dan minuman, di mana kepuasan pelanggan sering kali dipengaruhi oleh kecepatan pelayanan. Oleh karena itu, pengelolaan produksi dan penyajian yang optimal merupakan salah satu elemen utama yang berkontribusi pada kesuksesan kedai kopi ini.

5. Manajemen Persediaan

Manajemen persediaan di Minum Kopi sangat penting untuk memastikan kelancaran operasional. Pengelolaan stok bahan baku, seperti biji kopi murni, susu, dan bahan lainnya, dilakukan dengan cermat. Meskipun belum ada informasi spesifik tentang sistem pemantauan persediaan secara real-time, penting bagi pemilik untuk mengimplementasikan sistem tersebut guna menghindari kekurangan stok yang dapat mengganggu layanan. Pengelolaan yang baik terhadap persediaan juga akan mendukung efisiensi biaya dan mencegah pemborosan. Dengan menjaga stok bahan baku yang cukup, kedai dapat memenuhi permintaan pelanggan tanpa harus menghadapi risiko kehabisan bahan baku, terutama pada jam sibuk atau saat ada promosi.

6. Teknologi dan Sistem Operasional

Minum Kopi telah mengadopsi teknologi modern dalam sistem pemesanannya. Dengan memanfaatkan platform pemesanan online seperti GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood, kedai ini dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas. Kemudahan akses untuk memesan dari rumah ini meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan dan berpotensi menarik pelanggan baru yang lebih memilih layanan delivery. Sistem pemesanan online yang terintegrasi tidak hanya memudahkan pelanggan, tetapi juga memberikan efisiensi operasional bagi kedai. Dengan menggunakan teknologi ini, pemilik dapat memantau pesanan dan melakukan pengelolaan yang lebih baik terhadap waktu dan sumber daya. Ini menjadi salah satu langkah penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik serta memperkuat kemampuan bersaing di pasar yang kian kompetitif.

7. Pemeliharaan dan Kebersihan

Pemeliharaan dan kebersihan peralatan di Minum Kopi menjadi prioritas utama dalam operasional sehari-hari. Pemilik kedai memiliki jadwal pemeliharaan rutin untuk memastikan semua peralatan yang digunakan dalam proses pembuatan kopi selalu dalam kondisi optimal. Dengan menjaga kebersihan dan keandalan peralatan, kualitas produk yang disajikan kepada pelanggan dapat terjaga. Kebersihan kedai merupakan aspek yang sangat diperhatikan, karena suasana yang bersih dan tertata rapi akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Perawatan rutin serta menjaga kebersihan tidak hanya mendukung kepuasan pelanggan, tetapi juga membantu membangun citra positif kedai kopi. Faktor ini memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan serta reputasi bisnis. Dari beberapa penjabaran diatas kelayakan bisnis pada usaha minum kopi bisa dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1 Kelayakan bisnis pada usaha Minum Kopi

No	Aspek	Indikator	Temuan	Keterangan
1	Pemasaran	Produk	Tersedia berbagai minuman dengan aneka rasa dan jenis hingga beragam pilihan kopi sesuai dengan kebutuhan Konsumen	Layak
		Harga	harga di Minum Kopi bervariasi namun tetap terjangkau	Layak
		Tempat	Lokasi strategis dan mudah dijangkau	Layak
		Promosi	menggunakan media sosial dengan membangun awareness brand	Layak
2	Manajemen sumber daya Manusia	Struktur Organisasi	struktur organisasi jelas yang dilakukan oleh pemilik atau owner langsung	Layak
		Deskripsi dan Pembagian Tugas	sistem pembagian tugas secara terstruktur terdiri dari kepala Bar, Barista dan Kaisu	Layak
		Rekrutmen	rekrutmen dilakukan dengan beberapa pendekatan yaitu jalur komunikasi internal dan juga melalui media sosial	Layak
		Pelatihan dan Orientasi	penerapan orientasi bagi karyawan baru guna memperkenalkan standar dan operasional kedai	Layak
3	Operasional	Lokasi dan Fasilitas Kedai Kopi	lokasi yang strategis dan fasilitas sudah memadai dan dirancang untuk kenyamanan pelanggan	Layak
		Jam Operasional	jam operasional stabil	layak
		Tata Letak dan Desain Interior	tata letak dirancang sesuai alur kunjungan konsumen. Sedangkan desain interior berdasarkan tema yang dipilih dan sesuai	Layak
		Produksi dan Penyajian	Minum Kopi didukung oleh penggunaan mesin dan peralatan kopi modern yang memadai	Layak
		Manajemen Persediaan	manajemen jelas seperti pengelolaan bahan baku	Layak
		Teknologi dan Sistem Operasional	menggunakan teknologi modern dalam sistem pemesanannya	Layak
		Pemeliharaan dan Kebersihan	Pemilik memiliki jadwal pemeliharaan rutin untuk memastikan semua peralatan yang digunakan dalam proses pembuatan kopi selalu dalam kondisi optimal	Layak

Kelayakan usaha merupakan aspek krusial yang perlu diperhatikan dalam menjalankan bisnis. Analisis kelayakan usaha memungkinkan pelaku bisnis mengevaluasi posisi usahanya dari berbagai aspek, termasuk pemasaran, manajemen sumber daya manusia dan operasional. Penilaian ini membantu pemilik usaha menentukan apakah bisnisnya layak dijalankan atau tidak, sehingga dapat menghindari potensi kerugian di masa depan. Minum Kopi telah menjalani evaluasi berdasarkan beberapa kriteria kelayakan usaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar kriteria telah terpenuhi, mengindikasikan bahwa Minum Kopi merupakan usaha yang layak untuk dijalankan.

Proses analisis kelayakan usaha tidak hanya bermanfaat untuk tahap awal bisnis, tetapi juga penting dilakukan secara berkala. Evaluasi rutin memungkinkan Minum Kopi untuk terus beradaptasi dengan perubahan pasar, tren konsumen, dan dinamika industri kopi. Proses ini juga berperan dalam mengungkap bagian-bagian yang memerlukan peningkatan atau pengembangan lebih lanjut. Kesungguhan Minum Kopi dalam mematuhi standar kelayakan bisnis mencerminkan dedikasi mereka dalam membangun usaha yang berkelanjutan serta memiliki daya saing di pasar yang kompetitif.

Hasil evaluasi dan analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap kelayakan usaha Minum Kopi mengindikasikan peluang signifikan dalam pengembangan bisnis di masa mendatang. Kesuksesan implementasi bauran pemasaran terlihat melalui berbagai parameter bisnis yang

diterapkan. Penyajian produk berkualitas premium menjadi landasan utama pengembangan usaha, diimbangi penetapan struktur harga yang bersaing di kelasnya. Pemilihan lokasi bisnis mempertimbangkan aspek strategi jangka panjang, kemudian diperkuat aktivitas promosi digital secara konsisten melalui platform media sosial. Melihat dari segi manajemen dan sumber daya manusia, Minum Kopi memiliki struktur organisasi yang sederhana namun efektif, dengan pembagian tugas yang jelas dan sistem rekrutmen serta pelatihan yang mendukung pengembangan karyawan. aspek operasional Minum Kopi menunjukkan potensi yang baik untuk mencapai keberhasilan, dengan lokasi strategis, fasilitas yang memadai, dan pengelolaan operasional yang terencana, Minum Kopi memiliki dasar yang kuat untuk menarik pelanggan dan mempertahankan bisnis dalam jangka panjang. Meskipun menghadapi persaingan yang ketat dalam industri café, komitmen terhadap kualitas produk dan layanan, serta pengelolaan yang baik pada berbagai aspek bisnis menunjukkan bahwa Minum Kopi memiliki potensi untuk terus berkembang dan bertahan dalam industri kopi yang kompetitif.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Usaha Kedai Kopi "Minum Kopi" di Kabupaten Pamekasan dinyatakan layak untuk dijalankan dan dikembangkan berdasarkan aspek kelayakan non-finansial, yang meliputi aspek pemasaran dan pasar, aspek manajemen dan sumber daya manusia, serta aspek operasional. Dari aspek pemasaran dan pasar, Minum Kopi telah mampu menerapkan strategi bauran pemasaran (4P) secara efektif melalui penyediaan produk yang berkualitas dan beragam, penetapan harga yang kompetitif sesuai daya beli konsumen, pemilihan lokasi yang strategis, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi untuk membangun kesadaran merek. Strategi tersebut berhasil meningkatkan daya tarik usaha di tengah meningkatnya budaya konsumsi kopi dan persaingan industri kedai kopi di Kabupaten Pamekasan.

Dari aspek manajemen dan sumber daya manusia, Minum Kopi memiliki sistem pengelolaan yang sederhana namun efektif. Pemilik berperan langsung dalam mengawasi seluruh kegiatan operasional sehingga proses pengambilan keputusan dapat dilakukan secara cepat dan efisien. Pembagian tugas antar karyawan telah disusun secara jelas sesuai dengan fungsi masing-masing, didukung oleh sistem rekrutmen yang memanfaatkan jaringan internal maupun media sosial serta program orientasi dan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi karyawan. Sementara itu, dari aspek operasional, usaha ini menunjukkan kondisi yang baik melalui lokasi yang strategis, fasilitas yang memadai, tata letak kedai yang nyaman, penggunaan peralatan modern, penerapan sistem pemesanan berbasis digital, pengelolaan persediaan bahan baku yang terencana, serta pemeliharaan kebersihan dan peralatan secara rutin. Keseluruhan kondisi tersebut menjadi faktor pendukung terciptanya pelayanan yang berkualitas dan kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh indikator pada aspek non-finansial telah memenuhi kriteria kelayakan sehingga Kedai Kopi "Minum Kopi" memiliki prospek yang baik untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya di masa mendatang. Meskipun demikian, peningkatan daya saing tetap perlu dilakukan melalui inovasi produk, penguatan strategi pemasaran digital, pengembangan kompetensi sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi operasional yang lebih terintegrasi. Dengan melakukan evaluasi secara berkala dan terus beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan konsumen serta dinamika industri kopi, Minum Kopi diharapkan mampu mempertahankan keberlanjutan usaha, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat posisinya sebagai salah satu kedai kopi lokal yang kompetitif di Kabupaten Pamekasan.

Daftar Pustaka

- Abdurohim, Erita, O., Srianti, P., Rinda, F., Ansar, Devy, S., Nurlaela, Joko, R., Laxmi, Eliza, N., Rahman, F., Dienillah, I., Santoso, R., Suwandi, & Samsinar. (2021). *SISTEM PEREKONOMIAN INDONESIA Masalah dan Kebijakan* (pp. 1–161). Pondok Berkarya Indonesia.
- Aditama, R. A., & Anggoro, Y. (2023). *STUDI KELAYAKAN BISNIS :Teori, Praktek, dan Evaluasi* . AE Publishing.
- Aditi, B., Raymond, Hermanto, Hapsari, A. A., Suharto, Mattunruang, A. A., Nova, S. M., Parju, Yusnita, Fasandra, F., Susanti, E., Crefioza, O., & Hidayat, D. (2024). *Studi Kelayakan Bisnis*. CV. Gita Lentera.
- Adnyana, I. M. (2020). *STUDI KELAYAKAN BISNIS* (Melati, Ed.). Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
<http://repository.unas.ac.id/3772/1/BUKU%20SKB%202020%20OK.pdf>
- Aisyah, E. N., Fauji, D. A. S., Ismayantika, Puspasari, D., Rahadheng, E. R., Nurjanah, D., Mahmud, Saptaria, L., Rahhma, F., Subhan, E. S., Arisman, & Utami, B. (2021). Transformasi bisnis digital. In *Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI* (p. 213).
- Anas, A. Y., Saputra, G. F., Umam, K., & ... (2025). Mengaplikasikan Filter Etika Islam Untuk Mempermudah Keputusan Pembelian Dan Meningkatkan Kesejahteraan. *JURISY: Jurnal Ilmiah*
<https://ejurnal.inhafi.ac.id/index.php/jurisy/article/view/710%0Ahttps://ejurnal.inhafi.ac.id/index.php/jurisy/article/download/710/328>
- Arora, R., & Sarker, T. (2025). Financing of Sustainable Development Goals (SDGs): Challenges and Opportunities. In *Financing of Sustainable Development Goals (SDGs): Challenges and Opportunities*. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-80478-6>
- Aulia, I. F., Rahman, F., Faris, M., Nur, R., & Rifqiyadi, A. (2025). *EFFECT ANALYSIS HALAL CERTIFICATE , PRICE AND BRAND IMAGE ARE PREFERENCES BUYER IN*. 9(2).
- Aprillia, D. R., & Mustofa, R. H. (2022). The Influence of Lifestyle and Product Attractiveness on Purchasing Decisions at Coffee Shop in Blora Regency.
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220602.003>
- Bakti, S. (2023). *STUDI KELAYAKAN BISNIS* . PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Sitinjak, A., Putri, A. E., Nasution, J. N., & Lubis, P. K. D. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Kafe Cassandra di Kota Medan. *Jurnal Akuntansi Dan Teknologi Finansial Indonesia*, 2(2), 152–162. <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/cryptov2i2.7236>
- Suryo, M. A. R., & Fitria, S. (2024). Penerapan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) dalam Pengembangan Strategi Bisnis Minuman: Studi Kasus Kedai Minum Arah Coklat. *Jurnal Dinamika Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(1).
- Fadali Rahman, Imam Mukhlis, F. Danardana Murwani, & Achmad Ali Said. (2023). Analysis of Micro Small Enterprises (MSEs) Customer Satisfaction in a Global Context Studies on Shoraya Batik Indonesia. In *International Journal of Scientific Multidisciplinary Research* (Vol. 1, Issue 3, pp. 167–180). download.garuda.kemdikbud.go.id.

- Falahuddin, M. A., Kamil, A., & Rahman, F. (2024). Implementation of Rahn and Murabahah Agreements at KSPPS BMT NU East Java Mayang Jember Branch. *Malacca: Journal of Management and Business Development*, 1(1), 23–30. <https://doi.org/10.69965/malacca.v1i1.50>
- Fauji, D. A. S., Puspasari, I. D., Aisyah, E. N., Rahadjeng, E. R., Saptaria, L., Rahman, F., Nurjannah, D., Mahmud, Subhan, E. S., Arisman, & Utami, B. (2021). Analisis Data Penelitian Manajemen: Studi Fokus Analisis Kualitatif. In *Fakultas Ekonomi Universitas Nusantra PGRI Kediri*.
- Fauji, D. A. S., Utami, B., Nurjannah, D., Rahadjeng, E. R., Aisyah, E. N., Subhan, E. S., Rahman, F., Puspasari, I. D., Saptaria, L., Mahmud, M., Mukhlis, I., & Soetjipto, B. E. (2023). Optimalisasi Wisata Belanja pada Kampung UKM. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 150–159. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v3i2.204>
- Mukarromah, L., Rahman, F., Kamilah, A., Rusmiati, W., Agama, I., Pamekasan, I. A., & Strategi, K. (2023). Strategi Pemasaran Produk PG Krebet Baru Bululawang Malang. *Ico Edusha*, 4(1), 95–103. <https://prosiding.stainim.ac.id>
- Mulyadi, T., Rahman, F., & Niode, I. Y. (2022). The Role of Student Cooperatives in Improving Entrepreneurship Spirit (Study on Cooperative Students of Gorontalo University). In *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* (Vol. 5, Issue 3, pp. 26839–26845). <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6729>
- Nurlatipah, W. S., Rahman, F., & Toha, M. (2023). Analysis of Financial Ratios on The Performance of Muamalat Indonesia Bank. *Majapahit Journal of Islamic Finance and Management*, 2(1), 54–77. <https://doi.org/10.31538/mjifm.v2i1.13>
- Puspasari, I. D., Fauji, D. A. S., Arisman, Kh, E., Rahadjeng, E. R., Nurjannah, D., Subhan, E. S., Mahmud, Utami, B., Aisyah, E. N., Saptaria, L., & Rahman, F. (2021). Manajemen umkm dan kewirausahaan: Tinjauan Teori dan Review Riset. In *Fakultas Ekonomi Universitas Nusantra PGRI Kediri* (pp. 1–196).
- Rahman, F. (2017). Penggunaan Rasio Keuangan untuk Menilai Kinerja APBD Pemerintah Kabupaten Pamekasan Ta 2013 S/D 2015. *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.21107/dinar>
- Rahman, F. (2024). *Model multidimensional kinerja bisnis dengan integrasi spiritualitas dan literasi keuangan dimediasi komitmen pengembalian pinjaman dan dimoderasi inovasi bisnis* repository.um.ac.id. <https://repository.um.ac.id/349775/>
- Rahman, F., Azizah, N., & Kamiliya, N. (2022). Analisis Rasio Penjaminan Kredit Usaha Rakyat Pada PT. Jamkrindo Pamekasan Di Masa Pandemi. In *JURISY: Jurnal Ilmiah Syariah* (Vol. 2, Issue 2, pp. 1–11). <https://doi.org/10.37348/jurisy.v2i2.189>
- Rahman, F., Fitrianti, R. N., Faradies, A., Sholehah, A., & Mahfidz, A. (2025). Analisis Strategi Inovatif Untuk Menarik Minat Generasi Z. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(11), 1129–1145. <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie/article/view/1272>
- Rahman, F., & Pratikto, H. (2022). Sibisa Al Khairat Pamekasan Cooperative Financial Ratios During the Pandemic. In *International Journal of Multicultural and Multireligious*

Understanding (IJMMU) (Vol. 9, Issue 6, pp. 445–454).
<http://ijmmu.comhttp://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v9i6.3781>

- Rahman, F., Pratikto, H., Murwani, F. D., & Handayat, P. (2025). Multidimensional Model of Business Performance with Financial Literacy Integration Mediated by Loan Repayment Commitment and Moderated by MSE Business Innovation on the Island of Madura. In *Journal of Xidian University* (Vol. 19, Issue 1, pp. 530–545).
https://www.researchgate.net/profile/Fadali-Rahman/publication/388633470_Multidimensional_Model_of_Business_Performance_with_Financial_Literacy_Integration_Mediated_by_Loan_Repayment_Commitment_and_Moderated_by_MSE_Business_Innovation_on_the_Island_of_Mad
- Rahman, F., & Wafi, A. (2024). Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Profitabilitas (Roa) Sibisa Al-Khairat Pamekasan. In *Currency: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* (Vol. 1, Issue 2, pp. 113–124). <https://doi.org/10.32806/5y2s8989>
- Rahman, F., Wahyuni, U., Afriliana, D., Anastasya, N., & Laili, N. (2025). Efek FOMO dalam Kampanye Flash Sale E-Commerce terhadap Perilaku Impulsif Konsumen: Studi Kuantitatif pada Generasi Muda Indonesia. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(12), 500–517.
<https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie>
- Rahman, F., Yuliatin, Y., Ananda W, N., Nabilah, A., & Thabita, C. (2025). Integrated Marketing Communication Hotel Syariah: Etika Komunikasi Bisnis Promosi Digital Dalam Meningkatkan Volume Staycation Hotel Syariah. *Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 600–610. <https://doi.org/10.32806/currency.v4i1.1061>
- Rahman, & Fadali. (2022). *Manajemen Pemasaran Syariahkonsep Dasar, E-Marketing, Dan Strategi*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Rochmat Aldy, Purnomo Riawan, L. O. S. (2017). Studi Kelayakan Bisnis (Issue April). Penerbit Unmuh Ponorogo Press.
- Samsurijal Hasan, Elpisah, Joko Sabthohadi, Zarkasi, F. (2022). Studi Kelayakan Bisnis (Issue September). Penerbit Widina.
- Siti Rahmmadani, M. (2019). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Umkm Usaha Tahu Dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 76–83.
- Sahal, L., Utomo, B., Rahman, F., Munandar, A., & Angreyani, A. D. (2024). *Kewirausahaan*.
- Syafei, Y., Wahdiniwaty, R., Nur, hafni rizanuddin, & Rubedo, H. (2025). PEMBERDAYAAN KOMUNITAS USAHA MIKRO MAJALENGKA KULON MELALUI INOVASI PENGETAHUAN DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL UNTUK MENDUKUNG PEKERJAAN LAYAK, KEBERLANJUTAN USAHA, DAN INKLUSIVITAS KOMUNITAS. 2(2), 76–93.
- Wilestari, M., Mujiani, S., Sugiharto, B. H., Sutrisno, S., & Risdwiyanto, A. (2023). Digitalisasi dan Transformasi Bisnis: Perspektif Praktisi Muda UMKM tentang Perubahan Ekonomi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(2), 259–268. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i2.61216>
- Zahid, M., Rahman, F., Sulaiman, M., Muslim, M., Jefri Wahyudi, M., Sholehuddin, M., & Hasan, N. (2024). Strategi Pemasaran Inovatif Pt Amerta Indah Otsuka Dalam Membangun Brand Kesehatan. *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 539–549. <https://doi.org/10.32806/ppsv3i1.310>

- Widiastari, N. P. E., Murdani, N. K., & Laksmi, N. P. A. D. (2022). Analisis Kelayakan Usaha Hita Coffee Bali (Coffee Shop) Di Kota Denpasar. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 3(1), 19–27.
- ZA, S. Z., & Wibowo, A. (2023). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS KEDAI KOPI (STUDI KASUS PADA KEDAI KOPI MINUM KOPI DI GANG MAWAR, SEMPAJA SAMARINDA). *PRIMER: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 144–151. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i2.62>
- Zambrano Farias, F., Valls Martínez, M. del C., & Martín-Cervantes, P. A. (2021). Explanatory Factors of Business Failure: Literature Review and Global Trends. *Sustainability*, 13(18), 10154. <https://doi.org/10.3390/su131810154>.