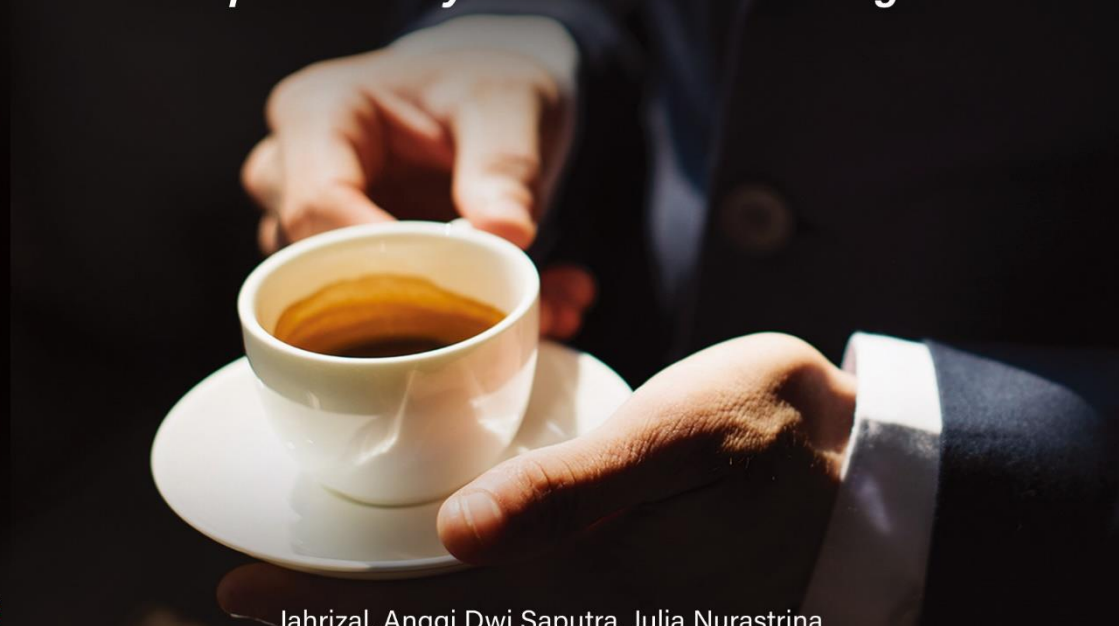
Editor: Azrul Muslihin

KBM INDONESIA

CUAN DARI SECANGKIR KOPI

Perspektif Kelayakan Bisnis di Era Digital



Jahrizal, Anggi Dwi Saputra, Julia Nurastrina
Khusnul Insana, Muhammad Hafiz, Wulandari, dan Yayan Cahyani.

Cuan dari

Secangkir Kopi

Perspektif Kelayakan Bisnis di Era Digital

Penulis

Jahrizal, Anggi Dwi Saputra, Julia Nurastrina, Khusnul Insana, Muhammad Hafiz, Wulandari, dan Yayan Cahyani

KBM INDONESIA

PENERBIT KBM INDONESIA
adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air Indonesia, serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku.

CUAN DARI SECANGKIR KOPI
Perspektif Kelayakan Bisnis di Era Digital

Copyright @ 2026 By Jahrizal, dkk

All right reserved

Penulis

Jahrizal, Anggi Dwi Saputra, Julia Nurastrina, Khusnul Insana, Muhammad Hafiz, Wulandari, dan Yayan Cahyani

Desain Sampul

Aswan Kreatif

Tata Letak

Husnud Diniyah

Editor

Azrul Muslihin

Background isi buku di ambil dari https://www.freepik.com/

Official

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia

Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021

081357517526 (Tlpn/WA)

Website

https://penerbitkbm.com

www.penerbitbukumurah.com

Email

naskah@penerbitkbm.com

Distributor

https://penerbitkbm.com/toko-buku/

Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

Instagram

@penerbit. kbmindonesia

@penerbitbukujogja

E-ISBN: 978-634-278-439-6

Cetakan ke-1, Juni 2026

14,8 x 21 cm, vi + 129 halaman

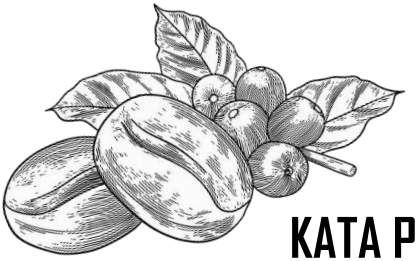
Isi buku diluar tanggungjawab penerbit
Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

i. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100. 000. 000 (seratus juta rupiah).
ii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500. 000. 000,00 (lima ratus juta rupiah).
iii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1. 000. 000. 000,00 (satu miliar rupiah).
iv. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4. 000. 000. 000,00 (empat miliar rupiah).



KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku berjudul "**Cuan dari Secangkir Kopi: Perspektif Kelayakan Bisnis di Era Digital**".

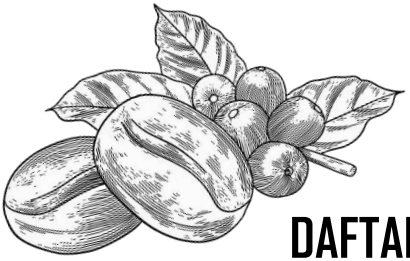
Buku ini lahir dari keinginan untuk memberikan kontribusi nyata dalam literatur manajemen bisnis, khususnya pada industri minuman kopi yang tengah berkembang pesat. Di era digital yang penuh dengan disrupsi, pemahaman mengenai studi kelayakan bisnis menjadi syarat mutlak agar sebuah usaha tidak hanya muncul sebagai tren sesaat, tetapi mampu bertahan dan berkembang secara kompetitif.

Melalui buku ini, penulis berupaya menyajikan panduan yang komprehensif mulai dari analisis pasar, kebutuhan operasional, hingga perhitungan finansial yang akurat. Pendekatan yang digunakan diharapkan dapat membantu pembaca dalam menyusun perencanaan bisnis yang lebih matang, terukur, dan berbasis data.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki ruang untuk penyempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga buku ini bermanfaat bagi para pembaca, akademisi, dan praktisi bisnis di Indonesia

Pekanbaru, Mei 2026

Tim Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **i**
DAFTAR ISI ..... **iii**

BAB 01.

MEMAHAMI BISNIS *COFFEE-TO-GO* SEBAGAI PELUANG INVESTASI MODERN **1**

1.1 Transformasi Industri Kopi dalam Gaya Hidup Modern 3
1.2 *Coffee-to-go* dan Perubahan Perilaku Konsumen 4
1.3 Persaingan Bisnis Kopi Kekinian di Era Digital 5
1.4 Risiko dan Tantangan dalam Memulai Bisnis *Coffee-to-go* 6
1.5 Pentingnya Studi Kelayakan dalam Pengambilan Keputusan Bisnis 7
1.6 Tujuan dan Arah Pembahasan Buku 7

BAB 02.

MEMBANGUN LANDASAN KELAYAKAN BISNIS DAN KEPUTUSAN INVESTASI **9**

2.1 Teori Pengambilan Keputusan *(Decision-Making Theory)* 9

2.2 Studi Kelayakan Bisnis dalam Perspektif Manajerial 12
2.3 Karakteristik dan Tren Industri *Coffee-to-go* 15
2.4 Struktur Biaya dalam Bisnis 17
2.5 Pendapatan dan Profitabilitas 20
2.6 Metode Analisis Kelayakan Investasi 24
2.7 Kerangka Analisis Kelayakan Bisnis 28

BAB 03.

MEMBACA REALITAS BISNIS *COFFEE-TO-GO* DAN MODEL OPERASIONAL 31

3.1 Gambaran Umum Bisnis *Coffee-to-go* 33
3.2 Segmentasi Pasar dan Target Konsumen 33
3.3 Tren Konsumsi Kopi dan Peluang Pasar 34
3.4 Model Operasional Bisnis *Coffee-to-go* 35
3.5 Strategi Penjualan dan Digital Marketing 36
3.6 Analisis Keunggulan dan Risiko Bisnis 37
3.7 Strategi Diferensiasi Produk dan Harga 39

BAB 04.

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DAN PEMBANGUNAN BRAND 41

4.1 Membangun Identitas Merek *(Brand Identity)* yang Kuat 41
4.2 Pemanfaatan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Penjualan 43
4.3 Strategi *User Generated Content* (UGC) dan Influencer Marketing 45
4.4 Program Loyalitas Digital dan Retensi Pelanggan ... 47

BAB 05.

INTEGRASI TEKNOLOGI DAN EKOSISTEM DIGITAL DALAM OPERASIONAL 51

5.1 Implementasi *Point of Sale* (POS) Berbasis *Cloud* ... 51

5.2 Manajemen Kemitraan dengan Platform Layanan Pesan Antar Daring 53

5.3 Sistem Pembayaran Non-Tunai dan Keamanan Transaksi 55

5.4 Digitalisasi Inventaris untuk Efisiensi Bahan Baku 57

BAB 06.

ANALISIS STRUKTUR BIAYA DAN PROYEKSI KEUANGAN 61

6.1 Model Operasional dan Strategi Penjualan 63

6.2 Identifikasi Investasi Awal Usaha 65

6.3 Analisis Struktur Biaya 67

6.4 Pendapatan dan Profitabilitas 74

6.5 Metode Analisis Kelayakan Investasi 79

BAB 07.

EVALUASI KELAYAKAN INVESTASI DAN IMPLIKASI MANAJERIAL 87

7.1 Analisis *Net Present Value* (NPV) 89

7.2 Analisis *Internal Rate of Return* (IRR) 90

7.3 Analisis *Payback Period* (PP) 91

7.4 Evaluasi Kelayakan Berdasarkan Hasil Analisis 92

7.5 Implikasi Manajerial terhadap Keputusan Investasi 94

BAB 08.

MANAJEMEN RISIKO DAN KETAHANAN BISNIS DI ERA DISRUPSI 97

8.1 Pemetaan Risiko Operasional dan Finansial Tingkat Lanjut 97

8.2 Menghadapi "Perang Harga" dan Kompetitor di Platform Digital 99

8.3 Manajemen Krisis Reputasi: Menangani Ulasan Daring Konsumen 102

8.4 Mitigasi Perubahan Tren: Kapan Harus Berinovasi Menu Baru? 104

BAB 09.

MENYUSUN ARAH BISNIS DAN MEMBACA PELUANG MASA DEPAN 107

9.1 Memahami Hasil Studi Kelayakan sebagai Dasar Pengambilan Keputusan 109

9.2 Bisnis *Coffee-to-go* dalam Dinamika Persaingan Modern 110

9.3 Tantangan dan Risiko Keberlanjutan Usaha 111

9.4 Membangun Strategi Adaptif dalam Pengembangan Bisnis 112

9.5 Prospek Pengembangan Bisnis di Masa Depan 113

9.6 Refleksi Akhir tentang Studi Kelayakan Bisnis 114

DAFTAR PUSTAKA 115

PROFIL PENULIS 117

Bab

01.

MEMAHAMI BISNIS *COFFEE-TO-GO* SEBAGAI PELUANG INVESTASI MODERN

Perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang semakin dinamis dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan signifikan adalah bisnis kopi kekinian dengan konsep *Coffee-to-go*. Perubahan gaya hidup masyarakat modern yang semakin cepat dan praktis mendorong meningkatnya kebutuhan terhadap produk minuman yang mudah diakses namun tetap memiliki kualitas dan nilai pengalaman konsumsi. Kondisi tersebut menjadikan bisnis *Coffee-to-go* tidak hanya berkembang sebagai tren

konsumsi, tetapi juga sebagai peluang investasi yang menjanjikan dalam dunia usaha modern.

Fenomena meningkatnya konsumsi kopi saat ini tidak lagi hanya berkaitan dengan kebutuhan fungsional sebagai minuman, melainkan telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, khususnya generasi muda dan kelompok produktif. Aktivitas mengonsumsi kopi kini identik dengan produktivitas, interaksi sosial, hingga simbol lifestyle modern. Dalam konteks tersebut, konsep *Coffee-to-go* hadir sebagai model bisnis yang mampu menjawab kebutuhan konsumen yang mengutamakan efisiensi waktu, mobilitas tinggi, serta kemudahan akses produk.

Di sisi lain, pertumbuhan bisnis *Coffee-to-go* juga diikuti dengan meningkatnya tingkat persaingan usaha. Banyaknya merek kopi lokal maupun nasional yang bermunculan membuat pelaku usaha dituntut untuk memiliki strategi bisnis yang tepat dalam aspek operasional, pemasaran, maupun pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, keputusan untuk memulai suatu usaha tidak dapat dilakukan hanya berdasarkan tren pasar semata, tetapi perlu didukung oleh analisis bisnis yang matang dan terukur melalui studi kelayakan bisnis.

Melalui studi kelayakan bisnis, pelaku usaha dapat mengevaluasi berbagai aspek usaha, mulai dari peluang pasar, struktur biaya, proyeksi pendapatan, hingga kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan. Dalam konteks bisnis *Coffee-to-go*, analisis kelayakan menjadi penting karena usaha ini memiliki karakteristik biaya operasional yang dinamis, tingkat persaingan yang tinggi, serta ketergantungan

terhadap perubahan perilaku konsumen. Oleh karena itu, pembahasan dalam bab ini difokuskan pada pemahaman mengenai perkembangan industri *Coffee-to-go*, perubahan perilaku konsumen, tantangan bisnis, serta pentingnya studi kelayakan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi.

1.1 Transformasi Industri Kopi dalam Gaya Hidup Modern

Perkembangan industri kopi di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat modern. Kopi yang pada awalnya hanya dipandang sebagai minuman biasa kini telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup, terutama di kalangan generasi muda dan masyarakat urban. Aktivitas mengonsumsi kopi tidak lagi sekadar untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, tetapi juga menjadi bagian dari identitas sosial, produktivitas, dan kebiasaan dalam menjalani aktivitas sehari-hari.

Perubahan tersebut mendorong munculnya berbagai konsep bisnis kopi yang lebih modern dan fleksibel. Salah satu konsep yang berkembang pesat adalah *Coffee-to-go*, yaitu model bisnis yang menawarkan kemudahan bagi konsumen untuk membeli dan menikmati kopi secara praktis tanpa harus menghabiskan waktu lama di tempat usaha. Konsep ini menjadi sangat relevan dengan kondisi masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi dan cenderung mengutamakan efisiensi waktu dalam aktivitas sehari-hari.

Selain perubahan gaya hidup, perkembangan teknologi digital juga turut memengaruhi pertumbuhan industri kopi. Pemanfaatan media sosial, layanan pesan antar, serta digital marketing memungkinkan bisnis kopi menjangkau konsumen secara lebih luas dan cepat. Dengan demikian, industri kopi modern tidak hanya berkembang sebagai bisnis kuliner, tetapi juga sebagai bagian dari transformasi gaya hidup dan ekonomi digital masyarakat modern.

1.2 *Coffee-to-go* dan Perubahan Perilaku Konsumen

Perubahan perilaku konsumen menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan bisnis *Coffee-to-go*. Konsumen modern cenderung memilih produk yang praktis, cepat, dan mudah diakses tanpa mengurangi kualitas produk yang dikonsumsi. Kondisi ini dipengaruhi oleh meningkatnya aktivitas masyarakat, perubahan pola kerja, serta gaya hidup yang semakin dinamis.

Konsep *Coffee-to-go* hadir sebagai solusi terhadap kebutuhan tersebut. Konsumen tidak lagi harus menghabiskan waktu lama untuk menikmati kopi di café, tetapi dapat membeli kopi dengan sistem pelayanan yang lebih cepat dan fleksibel. Model bisnis ini sangat sesuai dengan karakteristik masyarakat perkotaan yang memiliki mobilitas tinggi serta membutuhkan efisiensi dalam aktivitas sehari-hari.

Selain faktor praktis, keputusan konsumen dalam membeli produk *Coffee-to-go* juga dipengaruhi oleh aspek gaya hidup dan pengalaman konsumsi. Produk kopi kekinian sering kali diposisikan bukan hanya sebagai minuman, tetapi

juga sebagai bagian dari tren sosial dan identitas konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha *Coffee-to-go* tidak hanya bersaing dalam kualitas produk, tetapi juga dalam membangun *branding*, desain produk, serta pengalaman konsumsi yang menarik bagi konsumen.

1.3 Persaingan Bisnis Kopi Kekinian di Era Digital

Pertumbuhan bisnis *Coffee-to-go* yang semakin pesat menyebabkan tingkat persaingan usaha menjadi semakin tinggi. Banyaknya pelaku usaha yang masuk ke industri kopi menciptakan kondisi pasar yang kompetitif, baik dalam aspek harga, kualitas produk, maupun strategi pemasaran. Persaingan tersebut menuntut pelaku usaha untuk memiliki keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan berkembang di tengah perubahan pasar.

Dalam era digital, persaingan bisnis tidak lagi hanya terjadi secara konvensional, tetapi juga melalui media digital dan platform online. Media sosial menjadi salah satu sarana utama dalam membangun branding dan menjangkau konsumen. Strategi pemasaran digital seperti promosi melalui Instagram, TikTok, dan platform layanan pesan antar menjadi bagian penting dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pasar bisnis *Coffee-to-go*.

Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin sensitif terhadap harga juga mendorong pelaku usaha untuk menerapkan strategi penetapan harga yang tepat. Salah satu strategi yang sering digunakan dalam bisnis *Coffee-to-go* adalah *penetration pricing*, yaitu strategi penetapan harga

rendah untuk menarik konsumen dan membangun loyalitas pasar. Namun demikian, strategi tersebut perlu didukung dengan pengelolaan biaya yang baik agar usaha tetap mampu menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan.

1.4 Risiko dan Tantangan dalam Memulai Bisnis *Coffee-to-go*

Meskipun memiliki peluang pasar yang besar, bisnis *Coffee-to-go* juga memiliki berbagai tantangan dan risiko yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha. Salah satu tantangan utama adalah tingginya tingkat persaingan bisnis yang menyebabkan usaha harus mampu mempertahankan kualitas produk dan pelayanan secara konsisten.

Selain persaingan, bisnis *Coffee-to-go* juga menghadapi risiko operasional dan finansial. Kenaikan harga bahan baku, perubahan tren konsumen, serta ketidakstabilan kondisi ekonomi dapat memengaruhi profitabilitas usaha. Di sisi lain, pengelolaan operasional yang kurang efektif dapat menyebabkan meningkatnya biaya usaha dan menurunnya kualitas pelayanan kepada konsumen.

Risiko lainnya berkaitan dengan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Banyak bisnis kopi yang berkembang dengan cepat pada tahap awal, tetapi mengalami penurunan karena tidak memiliki strategi pengelolaan bisnis yang matang. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memahami bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh tren pasar, tetapi juga oleh kemampuan manajemen dalam merencanakan dan mengelola usaha secara efektif.

1.5 Pentingnya Studi Kelayakan dalam Pengambilan Keputusan Bisnis

Dalam dunia bisnis modern, setiap keputusan investasi perlu didasarkan pada analisis yang rasional dan terukur. Studi kelayakan bisnis menjadi salah satu instrumen penting dalam membantu pelaku usaha mengevaluasi apakah suatu usaha layak dijalankan atau tidak. Melalui studi kelayakan, berbagai aspek bisnis dapat dianalisis secara sistematis sehingga keputusan bisnis dapat dilakukan dengan risiko yang lebih terukur.

Studi kelayakan bisnis tidak hanya berfokus pada kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan, tetapi juga pada kemampuan usaha dalam bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Analisis dilakukan terhadap berbagai aspek, seperti peluang pasar, kondisi operasional, kebutuhan investasi, struktur biaya, serta proyeksi keuangan usaha.

Dalam konteks bisnis *Coffee-to-go*, studi kelayakan menjadi penting karena usaha ini memiliki karakteristik biaya operasional yang cukup dinamis dan dipengaruhi oleh perubahan perilaku konsumen. Dengan melakukan analisis kelayakan yang komprehensif, pelaku usaha dapat memahami potensi risiko sekaligus menentukan strategi bisnis yang tepat untuk meningkatkan peluang keberhasilan usaha.

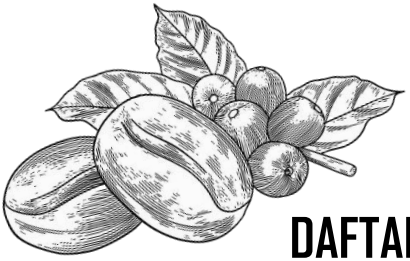
1.6 Tujuan dan Arah Pembahasan Buku

Pembahasan dalam buku ini difokuskan pada analisis kelayakan bisnis *Coffee-to-go* sebagai bentuk investasi modern berbasis gaya hidup dan efisiensi operasional. Analisis dilakukan

dengan mengintegrasikan perspektif manajerial dan finansial melalui pembahasan mengenai peluang pasar, struktur biaya, proyeksi keuangan, hingga evaluasi kelayakan investasi menggunakan metode analisis keuangan.

Melalui pembahasan tersebut, buku ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang sistematis mengenai bagaimana suatu keputusan bisnis dapat diambil secara rasional, terukur, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha. Selain itu, pembahasan ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha maupun akademisi dalam memahami pentingnya studi kelayakan bisnis dalam menghadapi persaingan bisnis modern yang semakin kompetitif.

Pada akhirnya, bisnis *Coffee-to-go* tidak hanya dipandang sebagai tren konsumsi semata, tetapi sebagai peluang usaha yang memerlukan perencanaan dan pengelolaan yang matang. Oleh karena itu, pemahaman terhadap studi kelayakan bisnis menjadi penting sebagai dasar dalam menentukan apakah suatu usaha mampu memberikan nilai ekonomi dan keuntungan yang berkelanjutan di masa depan.



DAFTAR PUSTAKA

Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2020). *Principles of corporate finance* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2021). *Managerial accounting (17th ed.).* McGraw-Hill Education

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (9th ed.).* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship (11th ed.).* McGraw-Hill Education.

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). *Strategic management: Competitiveness and globalization (12th ed.). Cengage Learning*.

Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2018). *Cost accounting: A managerial emphasis (16th ed.).* Pearson.

Kasmir*. (2020). Studi kelayakan bisnis (Revisi). Kencana.*

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management (16th ed.).* Pearson.

Mankiw, N. G. (2018). *Principles of economics (8th ed.).* Cengage Learning.

Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis.* Gramedia Pustaka Utama.

Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). *Fundamentals of corporate finance (12th ed.).* McGraw-Hill Education

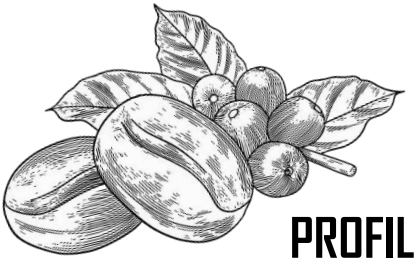
Sari, D. P., & Widodo, T. (2020). Analisis kelayakan usaha kedai kopi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 123–134.

Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2019). *Essentials of entrepreneurship and small business management (9th ed.). Pearson.*

Statista. (2023). *Coffee market worldwide—Statistics & facts. https://www.statista.com*

Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan tantangan.* Ghalia Indonesia.

Umar, H. (2015). *Studi kelayakan bisnis (3rd ed.).* Gramedia Pustaka Utama.



PROFIL PENULIS

Lahir pada tanggal 21 November 1962 di Duri, kabupaten Bengkalis. Riwayat pendidikan untuk jenjang S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Riau dengan mengambil Jurusan Ekonomi Pembangunan dan lulus pada tahun 1986. Kemudian melanjutkan pendidikan pada pascasarjana atau S2 di Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Bandung (ITB) dengan mengambil Jurusan Studi Pembangunan dan lulus pada tahun 2003. Pada tahun 2012 telah menyelesaikan program Doktoran pada Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya dengan mengambil Jurusan Manajemen Pembangunan. Saat ini beliau menjadi dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau untuk program S1 Ilmu Ekonomi dan Pascasarjana S2 Manajemen. Untuk mata kuliah yang diampu saat ini adalah ekonomi industry, ekonomi publik, ekonomi manajerial, dan ekonomi mikro. judul studi terbaru yang telah dilaksanakan adalah Inovasi Model Bisnis Budidaya Kambing Etawa yang Terintegrasi Pertanian Organik Menggunakan

Internet of Things - Pengembangan Produk Binder Berbasis Lateks Karet Alam sebagai substitusi komponen impor untuk Cat Emulsi Kedap Air - Smart Machine Vision Berbasis Pencitraan Multispektral Untuk Sortasi Dan Grading Tandan Buah Segar Kelapa Sawit. Untuk pengalaman pengabdian untuk masyarakat yang pernah dilaksanakan diantaranya adalah Inovasi Model Bisnis Budidaya Kambing Etawa yang Terintegrasi Pertanian Organik Menggunakan Internet of Things (2024) - Pengembangan Produk Binder Berbasis Lateks Karet Alam sebagai substitusi komponen impor untuk Cat Emulsi Kedap Air (2024) - Smart Machine Vision Berbasis Pencitraan Multispektral Untuk Sortasi Dan Grading Tandan Buah Segar Kelapa Sawit (2022). Selain aktif dalam berbagai penulisan penulis juga aktif dalam penulisan berbagai publikasi diantaranya adalah Advantages of the Location of the Bukit Batu Small and Medium Weaving Industry Center, Bengkalis Regency (2024) - The Impact Of Government Spending, Financial Deepening, And Unemployment On Poverty Reduction In Indonesia (2024) - The Economics of Vision's Machine For Sorting Palm Fruit Bunches to Increase Indonesia's CPO Exports (2023). Selain itu penulis juga memiliki Paten/HKI yaitu Aplikasi Manajemen Budidaya Kambing Etawa Terintegrasi Pertanian Organik Sistem Monitoring Sensor IoT - Sistem Informasi Manajemen Buah Sawit.

Email Penulis: jahrizal@lecturer.unri.ac.id

Anggi Dwi Saputra S.T, lahir di Jakarta dan merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Misbahul Munir dan Ibu Sri Wahyuni. Penulis saat ini sedang menempuh pendidikan lanjutan Strata Dua (S2) Jurusan Manajemen di Universitas Riau.

Ketertarikan yang kuat untuk mendalami studi ilmu manajemen karena bidang ini sangat relevan dengan tanggung jawab yang saya emban dalam pekerjaan. Posisi jabatan yang saya pegang menuntut kemampuan analisis, perencanaan, serta pengambilan keputusan yang matang, sehingga pemahaman manajerial yang lebih mendalam menjadi kebutuhan penting untuk meningkatkan performa dan mampu menghasilkan kebijakan-kebijakan operasional.

Selain itu, saya terdorong untuk mengembangkan pemikiran profesional melalui penulisan buku atau karya ilmiah. Buku berjudul "Cuan dari Secangkir Kopi: Perspektif Kelayakan Bisnis di Era Digital" ini merupakan karya ilmiah kedua yang berhasil Saya publikasikan. Karya ilmiah ini sebagai wujud komitmen untuk mengembangkan kompetensi profesional sekaligus merupakan bentuk kontribusi keilmuan dan sarana untuk memperkuat kompetensi diri.

Dalam perjalanan akademik dan penulisan karya ini, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada istri tercinta Dewi Kartika Trisnawati dan anak-anak tersayang atas doa, dukungan, serta kesabaran yang menjadi sumber kekuatan

dan inspirasi bagi saya untuk terus berkarya. Dengan memperluas wawasan dan menghasilkan karya ilmiah, saya berharap dapat memberikan dampak positif baik organisasi maupun pengembangan karir pribadi. Saya menyadari bahwa karya ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi cakupan pembahasan, teknik penulisan maupun kedalaman analisis. Oleh karena itu, dengan rendah hati membuka diri terhadap berbagai saran dan kritik yang membangun guna penyempurnaan karya ini pada edisi selanjutnya. Anda dapat mengirimkan pendapat atau pesan melalui email: matsighiru@yahoo.com

Julia Nurastrina merupakan mahasiswa aktif Program Studi Pasca Sarjana Strata 2 (S2) Manajemen di Universitas Riau. Lahir di Pekanbaru pada tanggal 06 Juli 1999, penulis sebelumnya menempuh pendidikan di SD Negeri 09 Kota Jambi, SMP Binaan Khusus Kota Dumai, dan SMA Negeri 8 Kota Pekanbaru. Ketertarikan penulis terhadap bidang Manajemen mendorongnya untuk aktif mengembangkan pengetahuan dan keterampilan melalui berbagai kegiatan akademik dan non-akademik.

Selama menjalani Pendidikan Strata 1 (S1), penulis memiliki pengalaman sebagai anggota sekaligus koordinator divisi public relation pada organisasi *Economic Faculty English Club* (EFEC) di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau yang memberikan pemahaman praktis sekaligus memperluas wawasan mengenai penerapan ilmu yang dipelajari.

Buku ini merupakan karya ilmiah penulis yang disusun sebagai bentuk kontribusi terhadap literatur dibidang Ekonomi Manajerial. Penulis membuka diri terhadap kritik dan masukan untuk pengembangan karya selanjutnya. Penulis dapat dihubungi melalui email: nurastrinajulia@gmail.com atau No. Hp: 081372469339. Penulis berharap buku ini dapat menjadi referensi sekaligus sumber informasi bagi mahasiswa, peneliti, maupun masyarakat luas.

Khusnul Insana, yang kerap disapa Ana, lahir di Siak pada 29 Agustus 2000. Ia menempuh pendidikan dasar hingga menengah di SDN 22 Mengkapan, SMPN 3 Sungai Apit, dan SMAN 3 Sungai Apit. Setelah menyelesaikan pendidikan menengah atas, Ana melanjutkan studi pada Program Studi Ekonomi Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Sulthan Syarif Hasyim Siak Sri Indrapura.

Minat Ana dalam dunia kepenulisan telah berkembang sejak tingkat SMP, ketika ia mulai menulis puisi dan cerpen sebagai bentuk ekspresi dan pengembangan literasi diri. Seiring perjalanan waktu, ketertarikannya tersebut berkembang menjadi aktivitas produktif yang menghasilkan karya-karya yang kemudian diterbitkan dalam berbagai buku antologi. Dedikasinya dalam bidang literasi membawanya meraih penghargaan sebagai Penulis Terbaik Nasional Tahun 2024, sebuah ajang yang diselenggarakan oleh CV Lingkar Penulis. Penghargaan ini menegaskan kapasitasnya sebagai penulis muda yang aktif dan berprestasi di tingkat nasional.

Selain aktivitas literasi, Ana juga memiliki rekam jejak yang kuat dalam organisasi kemahasiswaan dan kepemudaan. Ia pernah aktif di Himpunan Mahasiswa Kecamatan Sungai Apit, Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, serta terlibat dalam Ikatan Pemuda di lingkungannya. Keterlibatannya di berbagai organisasi tersebut memperkuat kemampuan kepemimpinan, manajemen kegiatan, serta membuka ruang bagi kontribusi sosial di tingkat lokal.

Dengan latar belakang akademik di bidang Ekonomi Syariah serta pengalaman dalam kepenulisan dan organisasi, Ana terus berupaya mengintegrasikan pengetahuan, kreativitas, dan pengabdian masyarakat dalam karyanya. Ia memandang menulis sebagai sarana refleksi ilmiah dan sosial, sekaligus media untuk menyebarkan gagasan yang bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat luas.

Muhammad Hafiz, merupakan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen di Universitas Riau yang memiliki minat besar pada bidang kewirausahaan, pengembangan bisnis, dan studi kelayakan usaha, khususnya pada sektor food and beverage yang terus berkembang mengikuti perubahan perilaku konsumen. Melalui perjalanan akademiknya, penulis banyak mempelajari konsep manajemen strategis, analisis pasar, pengelolaan operasional, hingga perencanaan finansial yang menjadi fondasi penting dalam membangun sebuah usaha yang berkelanjutan. Berbagai proses pembelajaran akademik, diskusi ilmiah, serta kajian terhadap fenomena bisnis kontemporer membentuk cara pandang penulis mengenai pentingnya pengambilan keputusan berbasis analisis dalam dunia usaha. Penulis meyakini bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh popularitas tren, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami peluang, risiko, dan prospek bisnis secara objektif.

Atas dasar tersebut, buku yang berjudul Cuan dari Secangkir Kopi: Perspektif Kelayakan Bisnis di Era Digital ini disusun untuk memberikan gambaran yang sistematis dan aplikatif mengenai bagaimana suatu ide bisnis diuji dari berbagai aspek penting, mulai dari pasar dan pemasaran, teknis operasional, manajemen sumber daya manusia, hingga aspek keuangan. Melalui buku ini, penulis berharap dapat menghadirkan wawasan yang bermanfaat bagi mahasiswa, calon entrepreneur, maupun pelaku usaha yang ingin memahami lebih dalam mengenai proses analisis kelayakan

bisnis pada industri kopi kekinian. Penulis juga terbuka terhadap berbagai masukan dan pandangan sebagai bagian dari proses pengembangan ilmu pengetahuan dan penyempurnaan karya di masa mendatang. Kritik, saran, maupun diskusi dapat disampaikan melalui email: apismuhammad76247@gmail.com.

Wulandari lahir di Pekanbaru dan merupakan lulusan Program Studi Sistem Informasi Universitas Riau dengan konsentrasi Manajemen Informasi. Saat ini penulis sedang menempuh pendidikan lanjutan Strata Dua (S2) pada Program Magister Manajemen Universitas Riau sebagai bentuk pengembangan kompetensi di bidang manajemen, bisnis, dan pengembangan digital.

Ketertarikan penulis terhadap bidang manajemen dan bisnis muncul karena pesatnya perkembangan teknologi digital yang menuntut kemampuan analisis, perencanaan, serta pengambilan keputusan yang tepat dalam menghadapi persaingan usaha dan perubahan perilaku konsumen. Melalui pendidikan magister ini, penulis berupaya memperluas wawasan akademik sekaligus meningkatkan kompetensi profesional agar mampu memberikan kontribusi yang lebih baik dalam dunia bisnis dan pengembangan teknologi informasi.

Selama menempuh pendidikan Strata Satu, penulis mendalami pengembangan sistem, analisis data, desain UI/UX, dokumentasi, serta manajemen proyek. Penulis juga memiliki keterampilan dalam penggunaan berbagai aplikasi pendukung seperti Microsoft Office, Google Workspace, Figma, dan Canva. Selain aktif dalam kegiatan akademik, penulis turut berpartisipasi dalam organisasi kemahasiswaan seperti BEM FMIPA Universitas Riau dan Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi sebagai sarana pengembangan kepemimpinan, komunikasi, dan kerja sama tim.

Buku ini merupakan salah satu bentuk komitmen penulis dalam mengembangkan kemampuan akademik dan profesional melalui penulisan karya ilmiah. Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan pembaca, serta menjadi kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen dan pengembangan digital.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi pembahasan maupun teknik penulisan. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima berbagai kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya di masa mendatang. Kritik dan saran dapat disampaikan melalui email: Hiwulan27@gmail.com.

Yayan Cahyani, lahir di Tarusan, merupakan lulusan S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bangkinang dengan konsentrasi Manajemen. Penulis melanjutkan pendidikan pada Program Magister Manajemen Universitas Riau sebagai bentuk pengembangan diri di bidang manajemen dan bisnis (2025-Sekarang). Selama pendidikan S1, penulis mendalami pengembangan sistem, analisis data, pengolahan data SPSS, serta dokumentasi dan manajemen project, didukung keterampilan menggunakan Microsoft Office, Google Workspace, website. Penulis juga aktif dalam organisasi, UMKM dan juga Membantu Penelitian Riset Dosen.

Ketertarikan penulis terhadap dinamika bisnis kontemporer mendorong lahirnya berbagai kajian mengenai transformasi pola konsumsi masyarakat, perubahan perilaku pasar, dan perkembangan bisnis berbasis gaya hidup, termasuk fenomena bisnis minuman kopi kekinian (*Coffee-to-go*).

Dalam aktivitas akademik dan penelitian, penulis aktif mengkaji strategi bisnis, perilaku konsumen, inovasi produk, serta analisis kelayakan usaha yang berorientasi pada pengambilan keputusan bisnis yang rasional dan berbasis data. Fokus tersebut kemudian dituangkan dalam buku Cuan dari Secangkir Kopi: Perspektif Kelayakan Bisnis di Era Digital sebagai bentuk kontribusi ilmiah sekaligus praktis bagi mahasiswa, pelaku usaha, peneliti, maupun masyarakat umum yang ingin memahami peluang dan tantangan bisnis kopi modern.

Penulis percaya bahwa perkembangan industri kopi bukan sekadar tren konsumsi, melainkan bagian dari perubahan budaya ekonomi urban yang dipengaruhi teknologi digital, mobilitas masyarakat, dan perubahan preferensi generasi muda. Oleh karena itu, analisis kelayakan bisnis menjadi aspek penting agar usaha tidak hanya menarik secara konsep, tetapi juga mampu bertahan secara finansial dan kompetitif.

Melalui buku ini, penulis berupaya menghadirkan pembahasan yang sistematis, aplikatif, dan mudah dipahami mengenai aspek pasar, pemasaran, operasional, manajemen, hingga aspek keuangan dalam bisnis *Coffee-to-go*. Pendekatan tersebut diharapkan dapat membantu pembaca dalam menyusun perencanaan bisnis yang lebih matang dan terukur. Penulis terbuka terhadap kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ini.

Kontak: yayancahyani03@gmail.com / +6281364953713.

Bisnis kopi bukan lagi sekadar tren musiman, melainkan sebuah ekosistem ekonomi yang terus bertransformasi. Di tengah menjamurnya konsep *coffee-to-go* dan pergeseran gaya hidup urban, pertanyaan besarnya bukan lagi "bisakah saya membuka kedai kopi?", melainkan "bagaimana cara memastikannya tetap menguntungkan dan berkelanjutan?"

Buku ini hadir sebagai kompas strategis bagi Anda yang ingin menyelami dunia bisnis kopi kekinian dengan landasan yang kuat. Tidak hanya bicara soal cita rasa, penulis membedah secara mendalam aspek-aspek krusial yang menentukan keberhasilan sebuah usaha, mulai dari:

- Analisis Pasar dan Pemasaran: Memahami perilaku konsumen di era digital.
- Strategi Operasional: Menata efisiensi dalam model bisnis fast-paced.
- Evaluasi Finansial: Menghitung "cuan" secara presisi menggunakan metode *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), hingga *Payback Period.*

Disusun secara sistematis dan aplikatif, buku ini sangat relevan bagi mahasiswa, peneliti, hingga calon pengusaha yang ingin mengubah gairah minum kopi menjadi investasi yang rasional dan terukur. Saatnya menakar peluang, memitigasi risiko, dan menjemput kesuksesan dari secangkir kopi.

KBM INDONESIA
penerbitkbm.com

PENERBIT KBM INDONESIA
Anggota IKAPI
0813 5751 7526 / 0353 3234 874
Kantor : Maguwoharjo, Depok, Sleman-Yogyakarta
@penerbitbukujogja
@penerbit.kbm

ISBN 978-634-278-439-6
9 786342 784396