

**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS USAHA BIJI HITAM  
COFFEE SHOP BERASTAGI**

**Skripsi**

**Oleh:**

**NURHALIMAH PUTRI SIREGAR**

**NIM. 0501161041**

**Program Studi**

**EKONOMI ISLAM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2021 M/1441 H**

**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS USAHA BIJI HITAM COFFEE SHOP  
BERASTAGI**

**Skripsi**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Dalam Ilmu Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

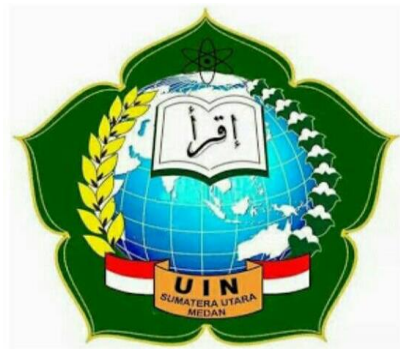
**Oleh:**

**NURHALIMAH PUTRI SIREGAR**

**NIM. 0501161041**

**Program Studi**

**EKONOMI ISLAM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2021 M/1441 H**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurhalimah Putri Siregar  
Nim : 0501161041  
Tempat/ Tanggal Lahir : Tanjung Longat, 25 April 1998  
Pekerjaan : Mahasiswi  
Alamat : Desa Tanjung Longat

Menyatakan bahwa dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Biji Hitam *Coffee Shop* Berastagi”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 03 Mei 2021

Yang membuat pernyataan



**Nurhalimah Putri Siregar**

**Nim. 0501161041**

**PERSETUJUAN**

**Skripsi Berjudul**

**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS USAHA BIJI HITAM  
COFFEE SHOP BERASTAGI**

**Nurhalimah Putri Siregar**

**050116104**

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) Pada Program Studi Ekonomi Islam  
Medan, 29 April 2021

Menyetujui

**Pembimbing I**



**Dr. Nurlaila, SE, MA**

**NIP.197505212001122002**

**Pembimbing II**



**Annio Indah Lestari, SE, M.Si**

**NIP.197403092011012003**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Ekonomi Islam**



**Imsar, M.Si**

**NIDN.2003038701**

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “ANALISIS KELAYAKAN BISNIS USAHA BIJI HITAM COFFEE SHOP BERASTAGI” atas nama Nurhalimah Putri Siregar, NIM. 0501161041, Program Studi Ekonomi Islam telah di Munaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU pada tanggal 09 Agustus 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 09 Agustus 2021  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Ekonomi Islam UIN SU

Ketua



Imsar, M.Si  
NIDN. 2003038701

Sekretaris



Rahmat Daim Harahap, S.Ei., M.Ak  
NIDN.01260990001

Anggota



Dr. Nurlaila, SE, MA  
NIDN.2021057503



Annio Indah Lestari, SE, M.Si  
NIDN.2009037401



Rahmat Daim Harahap, S.EI, M.Ak  
NIDN.01260990001



Imsar, M.Si  
NIDN.2003038701

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU

Dr. Muhammad Yafiz, M,Ag  
NIDN.2023047602

## ABSTRAK

Nurhalimah Putri Siregar (2021), *Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Biji Hitam Coffee Shop Berastagi*. Di bawah bimbingan Ibu Dr. Nurlaila, SE, MA sebagai pembimbing skripsi I dan Ibu Annio Indah Lestari, M.Si selaku pembimbing II.

Usaha merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka. Seperti halnya di Berastagi, usaha Biji Hitam *Coffee Shop* merupakan salah satu bisnis yang dijalankan dengan produksi utamanya adalah minuman aneka kopi. Pada perkembangannya, usaha Biji Hitam *Coffee Shop* yang merupakan milik dari bapak Andika ini mampu memberikan sumber pendapatan bagi masyarakat sekitar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan bisnis usaha pada Biji Hitam *Coffee Shop* dilihat dari Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Sosial dan Ekonomi, Aspek Sumber Daya Manusia, dan Aspek Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis mengenai kelayakan bisnis usaha Biji Hitam *Coffee Shop* di Berastagi. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dimana prosedur penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan orang yang diamati. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara (*indepth interview*) dan dokumentasi. Dengan sumber data dari pemilik usaha Biji Hitam *Coffee Shop* Berastagi jika dilihat dari hasil penelitian menunjukkan bahwa, ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran layak untuk dijalankan, ditinjau dari aspek sumber daya manusia usaha Biji Hitam layak untuk dijalankan, ditinjau dari aspek ekonomi dan sosial usaha Biji Hitam layak untuk dijalankan, ditinjau dari aspek pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam layak untuk dijalankan karena sudah sesuai dengan semestinya.

**Kata kunci** : Analisis Kelayakan Bisnis, Aspek Nonfinansial, *Coffee Shop*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamu'alaikum Wa Rahmatullahi Wa Barakatuh*

Syukur Alhamdulillah selalu penulis haturkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan anugerah serta rahmat yang telah diberikan-NYA sehingga penulisan pada skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana yang diharapkan. Sholawat serta salam senantiasa penulis hadiahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang merupakan sosok contoh tauladan dalam kehidupan manusia menuju jalan yang diridhai Allah SWT.

Skripsi ini berjudul “**Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Biji Hitam Coffee Shop Berastagi**”.Skripsi ini merupakan tugas dan kewajiban guna melengkapi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan dan untuk itu kiranya kepada pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bisa berguna bagi penulis dan khususnya kepada pihak lain yang berkepentingan pada umumnya. Skripsi ini dipersembahkan untuk orang-orang yang terhebat dan istimewa bagi penulis yaitu **Ayahanda tersayang Zulkar Nain Siregar dan ibunda terhebat Nur Yusnah Rambe** yang tidak pernah surut dalam memberikan kasih sayang, dan senantiasa memberikan dukungan serta do'a yang tulus dan ikhlas untuk penulis.

Selama proses menyelesaikan penyusunan skripsi ini penulis telah banyak memperoleh bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati dan ketulusan jiwa, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini kepada:

1. Prof. Dr.Syahrin Harahap, MA, selaku rektor UIN Sumatera Utara

2. Bapak Dr. Muhammad Yafiz MA, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.
3. Bapak Imsar, M.Si selaku kepala jurusan Ekonomi Islam dan Bapak Rahmat Daim Harahap, M.Ak. selaku sekretaris jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Dr. Nurlaila, SE, MA selaku pembimbing skripsi I dan Ibu Annio Indah Lestari, M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan masukan ilmu, waktu, semangat serta pengarahan kepada saya untuk kelancaran penulisan skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh staff pegawai di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara atas segala didikan dan bantuannya selama masa perkuliahan.
6. Kepada Bapak Andika Syahputra selaku pemilik usaha yang telah memberikan izin dan membantu peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan selama pembuatan skripsi ini.
7. Teristimewa kepada yang tersayang kakak Rini siregar, Dedi Rahmad Siregar S.Pd, Amelia Rahmi S.Pd, Lukman Hakim siregar S.Pdi, dan beserta adik saya Iham Siregar dan Zaskia Munawaroh Siregar. Atas segala do'a dukungan dan kasih sayang serta telah membimbing dan membantu penelitian.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan Adek Safitri, Fatimah sari, Sri Wahyuni, Dini Fajira, Dini Safarina, Putri Nanda Antoni, Ananda Nurul Huda, Ika Sriwahyuni, Noor Muzdalifah dan Ayu Nurkhairi.
9. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam A stambuk 2016.
10. Teman-teman kost Pukat III, Nurhasanah, Mita Damayanti, Mardiana Sir, Nuri Yanti, Febi Febriyanti, Suci, dan kakak Widia.
11. Teman-teman Kost Jl. Vetpur IV.

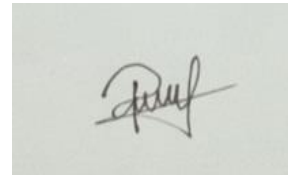
Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan



karunia-NYA.Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak serta dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 29 April 2021

Penulis

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature is stylized and appears to read 'Nurhalimah'.

Nurhalimah Putri Siregar

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNTAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Kegunaan .....	8
D. Batasan Istilah .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Analisis Kelayakan Usaha .....	10
1. Studi Kelayakan Bisnis .....	10
2. Tujuan Kelayakan Bisnis.....	10
3. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis .....	13
4. Bisnis .....	14
a. Pengertian Bisnis .....	14
b. Tujuan Bisnis.....	16
c. Jenis-Jenis Bisnis .....	16
B. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Usaha .....	17
1. Aspek Pasar dan Pemasaran .....	17
2. Pemasaran dalam Ekonomi Islam .....	22
3. Aspek Sumber Daya Manusia .....	24
4. Sumber Daya Manusia dalam Islam .....	25
5. Aspek Sosial dan Ekonomi .....	27
C. Teori Ekonomi Islam .....	29
1. Pengertian Ekonomi Islam .....	29
2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam .....	29

3. Tujuan Teori Ekonomi Islam .....	30
4. Karakteristik Ekonomi Islam .....	31
D. Penelitian Terdahulu .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan Penelitian .....	39
B. Jenis Penelitian .....	39
C. Lokasi Penelitian .....	40
D. Subjek Penelitian .....	40
E. Sumber Data .....	41
F. Teknik dan Instrumen Penumpukan Bahan .....	41
G. Analisis Data .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. HASIL PENELITIAN.....	44
1. Sejarah Berdirinya Usaha.....	44
2. Visi dan Misi.....	45
3. Lokasi Usaha.....	45
4. Alat.....	45
5. Struktur Organisasi dan Menu Biji Hitam Coffee Shop.....	47
6. Analisis Kelakan Bisnis Usaha Biji Hitam <i>Coffee Shop</i> .....	53
B. PEMBAHASAN.....	61
1. Aspek Pasar dan Pemasaran.....	61
2. Aspek Sosial dan Ekonomi.....	64
3. Aspek Sumber Daya Manusia.....	65
4. Aspek Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	67
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

1. Konsumsi Kopi Internasional .....	2
2. Data Luas Perkebunan Kopi di Sumatera Utara .....	3
3. Data Penjualan Biji Hitam <i>Coffee Shop</i> .....	4
4. Penelitian Terdahulu .....	31

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Hal</b>
1. Daftar Riwayat Hidup .....	73
2. Kuesioner Penelitian .....	75
3. Dokumentasi .....	77

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Tingkat stres yang semakin tinggi membuat masyarakat membutuhkan tempat untuk sekedar melepas lelah atau mencari tempat refreshing yang bisa menyegarkan suasana kembali. Kedai kopi menjadi salah satu pilihan favorit di masyarakat terbukti mempunyai minat yang amat besar untuk mengunjungi tempat yang digemari semua usia.

Pergeseran budaya membuat keberadaan kedai kopi semakin di akui masyarakat. Peran media-media yang sering mensosialisasikan kedai kopi mendukung perkembangan warung khusus kopi. Semula kedai kopi di jadikan sebagai tempat berkumpul para masyarakat, tapi sekarang seakan kedai kopi mempunyai fungsi tambahan sebagai tempat untuk bertemu teman lama, sahabat, atau bahkan relasi bisnis untuk membahas suatu bisnis tertentu.<sup>1</sup>

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang berperan penting dalam menyumbang devisa negara karena nilai ekonomisnya yang cukup tinggi. Kopi juga merupakan suatu komoditas yang populer dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat Indonesia baik itu remaja, dewasa, maupun orang tua. Menurut *international Coffee Organization*, konsumsi domestik kopi di Indonesia dari tahun 2011 terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup><https://www.slideshare.net/mobile/AsadCungkring97/studi-kelayakan-bisnis-kedai-kopi-bang-ben>

<sup>2</sup>Nabila Ananda Putri dkk, *Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalongan, Kabupaten Bandung*, jurnal *of food system and Agribusiness* vol.3(1), (Bandung, Universitas Padjajaran, 2019).

**Tabel 1.1**  
Konsumsi Kopi Nasional

Tahun	Konsumsi Kopi Nasional dalam 1000 @60kg
2013	4,042
2014	4,167
2015	4,333
2016	4,500
2017	4,600

Sumber data : International Coffee organization (2017)

Pada tabel berikut dapat dilihat bahwa konsumsi pada tahun mencapai angka 4.600.000 (dalam bungkus 60kg) dan mengalami peningkatan sebesar 2.17% dari tahun sebelumnya yaitu 4.500.000 menurut proyeksi dari pusat data dan sistem informasi pertanian tahun 2017, nilai konsumsi kopi Indonesia dari tahun 2017 hingga 2021 akan cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya. Berdasarkan Pusat Data dan Informasi Agribisnis (2017) memperhatikan bahwa proyeksi konsumsi kopi Indonesia pada kurun waktu 2017-2021 memiliki rata-rata pertumbuhan sebesar 8,22 persen.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki jumlah produksi kopi yang cukup tinggi adalah provinsi Sumatera Utara. Menurut Kepala Dinas Perkebunan Sumatera Utara pada tahun 2019, luas lahan perkebunan kopi cenderung mengalami peningkatan. Hal itu dapat dibuktikan dari data yang dipublikasikan oleh BPS pada tahun 2013-2019 yang tertera pada tabel 1.2.

**Tabel 1.2**

Luas lahan perkebunan kopi di Sumatera Utara

Tahun	Luas Area (Ha) Kopi Arabika	Produksi (Ton)
2014	82,085.25	58,064.03
2015	83,892.85	62,732.44
2016	84,032.58	61,315.26
2017	89,142.09	66,639.82
2018	93,695.28	71,069.53

Sumber: Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Utara

Pada tabel diatas, data tentang luas lahan perkebunan kopi di Sumatera Utara yang cenderung mengalami peningkatan, baik di perkebunan kopi arabika maupun kopi robusta. Pada tahun 2017 luas lahan tanaman kopi di Sumatera Utara adalah 89,142.09 hektar dengan produksi 66,639.82 ton sedangkan di tahun 2018, luas lahan meningkat sampai 93,695.28 diikuti dengan produksi yang juga meningkat yaitu 71,069.03 ton.

Luas lahan maupun produksi kopi yang paling besar kedua di Sumatera Utara berada di kabupaten Karo yaitu berkisar sekitar 9,178.44 Ha dengan jumlah produksi sebanyak 7,379.74 ton. Produksi kopi yang cenderung meningkat menandakan bahwa kopi merupakan komoditas yang bisa dikatakan cukup populer di Indonesia termasuk di Sumatera Utara. Semakin tingginya permintaan dan semakin berkembangnya tren minum kopi di kalangan masyarakat membuat semakin banyak pelaku bisnis yang turut mencoba untuk memasuki dunia bisnis kedai kopi atau *Coffee Shop*. Hal ini bisa dilihat dengan peningkatan jumlah cafe yang berada di Sumatera Utara.

Kota berastagi merupakan kota yang terletak di Kabupaten Karo. Kabupaten Karo terkenal dengan nama Tanah Karo Simalem yang berarti tanah yang tidak sakit (tanah yang subur, damai, sejuk dan sejahtera), yang mana letaknya berada di dataran tinggi Tanah Karo yang ketinggiannya mencapai 600 sampai 1400 meter diatas permukaan laut. Berastagi merupakan kota wisata yang sejak lama, selain



tempat wisata Berastagi juga dikenal memiliki potensi tanah subur. Aktivitas ekonomi di berastagi terpusat pada produksi sayur, buah-buahan dan pariwisata. Berastagi juga memiliki kemudahan untuk menemukan komoditas mengenai tumbuhan kopi. Kopi yang tumbuh di tanah vulkanis, memiliki ciri khas dan rasa yang spesial.

Kopi merupakan salah satu minuman kegemaran masyarakat kota berastagi ataupun tanah Karo, hampir setiap hari masyarakat kota berastagi akan menyempatkan untuk pergi ke warung kopi menikmati secangkir kopi yang khas di Tanah Karo. Berastagi atau Tanah Karo sendiri merupakan daerah penghasil biji kopi, dan rasa kopi yang dihasilkan di tanah Karo itu berbeda dengan rasa kopi yang pada umumnya, yang mana pada rasa kopi tersebut mempunyai rasa asam-asam seperti dicampuri oleh jeruk.

Kalangan remaja atau anak muda yang beakangan ini menggemari minum kopi dan bersantai di warung kopi. Dalam hal ini memberikan peluang untuk mendirikan kedai kopi yang mungkin berbeda dengan nuansa kedai kopi pada umumnya yang berada di Berastagi. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan kegemarannya meminum kopi dan sekedar untuk bersantai maka banyak bermunculan kedai kopi modren atau bisa disebut dengan kedai kopi, *Coffee shop*, *cafe*. Perbedaan antara warung kopi modren dan kopi tradisional dan modren adalah terletak pada proses pembuatan kopinya, warung kopi tradisional menggunakan alat tumbuk tradisional untuk mendapatkan bubuk kopi lalu diseduh sederhana menggunakan air panas, sedangkan untuk warung kopi modren pembuatan kopi telah menggunakan teknologi canggih dengan menggunakan mesin *espresso* untuk menyajikan secangkir kopi bercita rasa modren. Perbedaan lain antara warung kopi tradisional dengan modren yaitu terletak pada fasilitas dan desain interior pada warung tersebut, pada warung kopi tradisional umumnya fasilitas yang disediakan masih tergolong sangat sederhana yang mana hanya menyediakan meja dan kursi yang terkesan seadanya, sedangkan untuk kedai kopi modren fasilitas yang disediakan sangat nyaman dengan sofa-sofa dan meja rapi, wifi, serta penataan ruang yang menarik yang dihiasi dengan cat warna-warni pada disain interornya.

Biji Hitam *Coffee shop* merupakan sebuah kedai kopi modren atau berupa cafe yang sudah berdiri sejak tahun 2016 yang lokasinya berada di kawasan Berastagi dengan nuansa modren yang menyajikan berbagai menu pilihan baik makanan maupun minuman yang berupa *coffee* ataupun non *coffee* yang tersedia. Letak Biji Hitam *Coffee shop* berada di Jl. Kolam Renang, Gundaling 1, Berastagi yang memiliki tempat yang sangat strategis, dimana lokasinya mudah ditemukan dan tidak jauh dari pusat kota, dekat dengan hotel sinabung dan diantara objek wisata pajak buah dan gundaling. Biji Hitam Coffee shop tidak hanya menawarkan minuman kopi modren, tetapi juga menawarkan kopi yang khas di Berastagi. Disini para pengunjung dapat memilih berbagai menu yang ditawarkan. Banyak menu yang ditawarkan baik berupa makanan maupun minuman di Biji Hitam Coffee Shop baik itu modren maupun yang tradisional. Biji Hitam Coffee shop dihiasi dengan desain interior yang di dominasi elemen kayu serta di hadiahi dengan pemandangan dan udara yang sejuk yang menjadikan suasana cafe menjadi cukup nyaman.

Kedai kopi modren menjadi tempat pavorit masyarakat Berastagi terutama oleh kalangan remaja karena kedai kopi modren menyajikan sajian minuman kopi serta beraga aneka cemilan ringan dan makanan berat yang menjadi pendamping minum kopi. Menjadi lokasi yang strategis serta desain interior yang nyaman dan unik menjadi modal utama dalam suatu bisnis cafe dapat terus berkembang. Perlu ketelitian dan kecermatan dalam mendirikan ataupun dalam mengembangkan sebuah bisnis, melalui analisis kelayakan bisnis maka akan dapat dianalisis apakah sebuah bisnis dapat dikatakan layak atau tidak layak.

Aspek-aspek yang dianalisis melalui analisis kelayakan bisnis meliputi aspek teknis dan teknologi, aspek sumber daya manusia, aspek pasar dan pemasaran, aspek ekonomi dan sosial, dan aspek keuangan (*financial*). Aspek teknis dan teknologi menganalisis tentang penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (*layout*), penyusunan mesin peralatan dan teknologi. Aspek ekonomi dan sosial menganalisis dampak positif dan negatif dari segi ekonomi dan sosial baik dari pihak pengusaha sendiri, pemerintah, maupun masyarakat luas. Aspek pasar dan pemasaran akan menganalisis tentang adanya potensi pasar melalui jumlah

penjualan pada produk dengan menggunakan jumlah omset yang diperoleh pada setiap bulannya. Aspek sumber daya manusia menganalisis pada ketersediaan dan kesiapan tenaga kerja, baik itu jenis atau mutu maupun jumlah sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis, dengan menganalisis kesesuaian antara deskripsi jabatan, dan spesifikasi pekerjaan yang dibutuhkan oleh tenaga kerja.<sup>3</sup>

Jika dilihat dari analisis kelayakan bisnis dari beberapa aspek dan menurut hasil survey yaitu aspek pasar dan pemasaran dimana pangsa pasar atau minat dari kalangan konsumen usaha coffee shop sangat menjanjikan dan banyak peminatnya terutama kalangan remaja yang suka nongkrong atau sekedar bersantai dengan teman-teman. Bisa dilihat bahwa Pangsa pasar Biji Hitam *Coffee Shop* sangat besar dimana jumlah pembeli yang dilakukan oleh konsumen cenderung meningkat dari pada menurun.

Berikut Tabel 1.3 menampilkan data penjualan Biji Hitam *Coffe Shop* untuk periode bulan Januari-Desember tahun 2020 sebagai berikut

**Tabel 1.3**  
**Data Penjualan Biji Hitam *Coffee Shop***

Bulan	Penjualan (2020)
Januari	50.200.000
Februari	50.980.000
Maret	52.000.000
April	53.600.000
Mei	53.750.000
Juni	54.230.000
Juli	52.000.000
Agustus	51.810.000
September	55.535.000
Oktober	58.800.000

---

<sup>3</sup>Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009). h.25.

November	57.310.000
Desember	59.070.000

Sumber data : Biji Hitam *Coffee Shop*

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa pangsa pasar yang dimiliki oleh Biji Hitam sangat besar dimana peningkatan tingkat penjualan dari bulan ke bulannya walaupun terjadi penurunan di beberapa bulan namun lebih cenderung kepada peningkatan.

Melihat besarnya peluang usaha kedai kopi maka akan banyak persaingan karena peluang pasar yang sangat menjanjikan. Jadi dalam memperhitungkan kemungkinan apakah usaha Biji Hitam Coffee Shop dapat bersaing dan bertahan diantara para pesaing harus mempunyai produk ataupun Teknik pemasaran yang tidak dimiliki oleh usaha Coffee shop lainnya. Usaha Coffee Shop memiliki peluang pemasaran yang sangat bagus namun kendatipun begitu masalah yang dimiliki oleh usaha ini adalah dimana wisatawan atau yang menjadi pangsa pasar yang datang dari luar kota banyak yang tidak mengetahui keberadaan usaha tersebut. tempat usaha yang dijalankan oleh Biji Hitam coffee shop lokasi yang dipilih oleh pemilik usaha tidak strategis, karena menurut yang diketahui bahwa pangsa pasar utama dari usaha ini adalah remaja dari masyarakat sekitar dan wisatawan yang datang ke Berastagi, namun melihat tempat yang dipilih tidak sesuai, dimana tempatnya terletak dipemukiman warga bukan di pusat kotas atau sekitaran jalan menuju lokasi wisata jadi perlu dilihat bagaimana strategi pemilik usaha bagaimana cara memasarkan produk.

Aspek yang kedua yaitu aspek sosial dan ekonomi yaitu tentang bagaimana usaha bisa memberikan manfaat kepada masyarakat ataupun kepada pemerintah baik dari sisi ekonominya. Sebagaimana yang diketahui bahwa usaha Biji Hitam Coffee shop merupakan usaha satu-satunya di Berastagi yang berbentuk sebagai kedai kopi modren dengan manual brewing jadi harus diteliti apakah usaha ini sudah memberi manfaat ekonomi atau kesejahteraan kepada masyarakat, pemerintah ataupun kepada pemilik usaha Biji Hitam itu sendiri. Aspek yang ketiga yaitu aspek sumber daya manusia, yang sangat perlu untuk diteliti agar bisa mengetahui apakah usaha Biji Hitam Coffee Shop sudah memenuhi kebutuhan

tenaga kerja dengan baik dan memiliki perencanaan jabatan karena dari survey langsung bahwa pemilik usaha Biji Hitam Coffee shop bukan hanya pak Andika melainkan juga bersama dengan adiknya yaitu pak Jaka.

Berdasarkan latar belakang di atas, menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian tentang **Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Biji Hitam Coffee Shop Berastagi** yaitu dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek sumber daya manusia, aspek ekonomi dan sosial dan aspek sumber daya manusia.

## **B. Perumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang dapat diangkat dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kelayakan bisnis biji hitam coffee shop dilihat dari aspek pasar dan pemasaran?
2. Bagaimana kelayakan bisnis Biji Hitam Coffee Shop dilihat dari aspek sumber daya manusia?
3. Bagaimana kelayakan bisnis Biji Hitam Coffee Shop dilihat dari aspek ekonomi dan sosial?
4. Bagaimana kelayakan bisnis Biji Hitam Coffee Shop dilihat dari aspek pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam bisnis Islam?

## **C. Tujuan dan Kegunaan**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana kelayakan bisnis Biji Hitam Coffee Shop dilihat dari aspek pasar dan pemasaran.
- b. Untuk mengetahui bagaimana kelayakan bisnis Biji Hitam Coffee Shop dilihat dari aspek sumber daya manusia.
- c. Untuk mengetahui bagaimana kelayakan bisnis Biji Hitam Coffee Shop dilihat dari aspek ekonomi dan sosial.
- d. Untuk mengetahui bagaimana kelayakan bisnis Biji Hitam Coffee Shop dilihat dari aspek pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam.

## 2. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain:

- a. Bagi pemerintah dan pengelola, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berupa ide atau gagasan untuk bahan pertimbangan atau masukan terkait dengan usaha coffee shop dan menambah keyakinan untuk melanjutkan, melakukan perbaikan, atau menghentikan usaha.
- b. Bagi masyarakat dan pemilik usaha, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai kelayakan usaha, sehingga masyarakat atau pelaku usaha dapat bekerja sama dengan pemerintah untuk memajukan dan mengembangkan usaha.
- c. Bagi kalangan akademis atau mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan literatur dalam melakukan penelitian selanjutnya.
- d. Bagi penulis untuk menambah wawasan sekaligus sebagai pelaksanaan tugas akademik yaitu untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.

### D. Batasan Istilah

Adapun batasan istilah dari penelitian ini adalah:

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya dan sebagainya).<sup>4</sup> Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis tentang bagaimana kelayakan bisnis yang diusahakan oleh Biji Hitam Choffe Shop

---

<sup>4</sup>Pusat bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 51.

2. Kelayakan bisnis adalah penelitian yang dilakukan secara mendalam tentang usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.
3. Usaha Menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai suatu maksud.usaha adalah setiap tindakan, perbuatan, atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba.<sup>5</sup>Dalam penelitian ini penulis akan melihat usaha perusahaan Biji Hitam *Choffe Shop*.

---

<sup>5</sup> Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Praktis Dan Studi Kasus*, (Jakarta : Balai Kencana, 2006), h.27

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Analisis Kelayakan Bisnis**

##### **1. Study Kelayakan Bisnis**

Studi kelayakan adalah sebuah studi untuk mengkaji secara komprehensif dan mendalam terhadap kelayakan sebuah usaha. Layak atau tidak layak dijalankannya sebuah usaha merujuk pada hasil perbandingan sebuah faktor ekonomi yang akan dialokasikan kedalam usaha atau bisnis baru dengan hasil pengembaliannya yang akan diperoleh jangka panjang.

Menurut Husein Umar studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap perencanaan bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak suatu bisnis dibangun tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.<sup>6</sup>

Islam sangat menjunjung tinggi nilai setiap usaha mandiri (wirausaha) maupun bekerja pada orang lain, agar manusia dapat hidup sejahtera dengan kata kuncinya dengan keberkahan. Orientasi keberkahan hanya bisa dicapai oleh dua syarat yaitu niat yang ikhlas dan cara melakukan sesuai dengan tuntutan syari'at islam. Dalam perspektif islam, bisnis yang diperbolehkan adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal, maka kegiatan bisnis yang dijalankanpun harus halal dan berkah. Berkaitan dengan pendapatan yang halal, maka kegiatan bisnis yang dijalankanpun harus halal. Maka dalam berbisnis harus menetapkan manajemen sistem jaminan halal sebagai penjamin kehalalan pada setiap ini.<sup>7</sup>

##### **2. Tujuan Studi Kelayakan Usaha**

Usaha proyek akan dapat memberikan berbagai keuntunganserta manfaat kepada berbagai pihak, paling tidak ada lima tujuan mengapa sebelum atau

---

<sup>6</sup>Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*,(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2015),h.8.

<sup>7</sup>Bukhari Alma, dan Donni Juni Priansa,*Manajemen Bisnis Syariah*,(Bandung: Alfabeta,2009),h.133.



sesudah suatu usaha proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan, yaitu:<sup>8</sup>

a. Menghindari resiko kerugian

Untuk mengatasi resiko kerugian dimasa yang akan datang, karena dimasa yang akan datang ada semacam kondisi ketidakpastian, dalam hal ini fungsi studi kelayakan untuk meminimalkan resiko baik yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

b. Memudahkan perencanaan

Perencanaan meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha akan dijalankan, dimana, bagaimana pelaksanaannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasinya jika sudah penyimpangan. Jika sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang perlu direncanakan.

c. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan memudahkan pelaksanaan bisnis.

d. Memudahkan pengawasan

Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha.

e. Memudahkan pengendalian

Jika dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut.

---

<sup>8</sup>Sunarji Harahap, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), h.4.

Adapun pihak- pihak yang berkepentingan terhadap studi kelayakan usaha yang sebagai berikut:<sup>9</sup>

- a. Pemilik usaha, para pemilik perusahaan sangat berkepentingan terhadap hasil dari analisis studi kelayakan yang telah dibuat, hal ini disebabkan para pemilik tidak mau jika sampai dana yang tidak ditanamkan akan mengalami kerugian. Oleh sebab itu, hasil studi kelayakan yang sudah dibuat benar-benar dipelajari oleh para pemilik, apakah akan memberikan keuntungan atau tidak.
- b. Kreditur, jika uang tersebut dibiayai oleh dana pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya, maka pihak mereka sangat berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan bisnis yang telah dibuat.
- c. Bagi pemerintah, bagi pemerintah pentingnya studi kelayakan adalah untuk meyakinkan apakah bisnis yang akan dijalankan atau yang telah dijalankan memberikan manfaat baik bagi perekonomian secara umum. Kemudian bisnis juga harus memberikan manfaat kepada masyarakat luas, seperti penyediaan lapangan pekerjaan. Pemerintah juga berharap bahwa bisnis yang akan dijalankan tidak merusak lingkungan sekitarnya, baik terhadap manusia, binatang, maupun tumbuh-tumbuhan.
- d. Masyarakat luas, bagi masyarakat luas dengan adanya bisnis, terutama bagi masyarakat sekitarnya akan memberikan manfaat seperti tersedia lapangan kerja, baik bagi pekerja disekitar lokasi proyek maupun bagi masyarakat lainnya.
- e. Manajemen, hasil studi kelayakan bisnis merupakan ukuran kinerja bagi pihak manajemen perusahaan untuk menjalankan apa-apa yang sudah ditugaskan. Kinerja ini dapat dilihat dari hasil yang telah dicapai, sehingga terlihat prestasi kerja pihak manajemen yang menjalankan usaha.

---

<sup>9</sup>Kasmir, dan Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2003), h.14-15.

### 3. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis pada dasarnya membahas konsep dasar yang berkaitan dengan proses pemilihan dan keputusan yang akan diambil dalam menentukan bisnis/kegiatan usaha yang akan dijalankan, agar benar-benar yang dipilih itu memberikan manfaat ekonomis dan sosial dalam jangka waktu yang panjang.

Hasil studi kelayakan bisnis ini bermanfaat untuk :

#### a. Manfaat Finansial

Suatu usaha dikatakan layak untuk dijalankan akan memberikan keuntungan secara finansial bagi pemilik bisnis. Keuntungan ini biasanya diukur dari nilai uang yang akan diperoleh dari hasil usaha yang dijalankannya.

#### b. Manfaat Ekonomi

secara umum manfaat secara ekonomi antara lain:

##### 1) Penambahan barang dan jasa

Studi kelayakan bisnis dapat memberikan manfaat terhadap penambahan barang dan jasa khususnya usaha tertentu. Misalnya pendirian pabrik tertentu yang pada akhirnya akan memproduksi barang atau jasa. Adanya ketersediaan jumlah barang dan jasa mengakibatkan masyarakat memiliki banyak pilihan. Hal ini secara langsung dapat berdampak kepada harga yang cenderung turun dan peningkatan kualitas barang sejenis.

##### 2) Peningkatan mutu produk

Peningkatan barang dari usaha sejenis dapat memacu persaingan bisnis diantara pelaku bisnis. Persaingan ini secara tidak langsung membuat konsumen memiliki banyak pilihan menggunakan produk. Oleh karena itu, pelaku bisnis berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya.

### 3) Peningkatan devisa

Studi kelayakan bisnis memberikan manfaat bagi Negara khususnya pelaku bisnis yang berorientasi pada ekspor yaitu penambahan devisa.

### 4) Menghemat devisa

Penghematan devisa ini terkait dengan ketergantungan terhadap impor barang-barang dan jasa. Ini berarti pelaku bisnis yang dapat memproduksi barang di dalam negeri dapat menghambat bahkan menghindari barang impor. Hal ini secara tidak langsung, tindakan tersebut dapat menghemat devisa Negara.

## c. Manfaat Sosial

### 1) Membuka peluang pekerjaan

Usaha yang dilakukan pelaku bisnis jelas akan membuka peluang pekerjaan kepada masyarakat, baik bagi masyarakat yang terlibat langsung dengan usaha atau masyarakat yang tinggal sekitar lokasi usaha. Peluang pekerjaan ini memberikan pendapatan bagi masyarakat yang bekerja pada usaha tersebut. Selain itu, masyarakat yang tinggal sekitar lokasi usaha dapat membuka berbagai macam usaha, sehingga masyarakat yang tadinya pengangguran dapat meningkatkan kesejahteraannya.

### 2) Tersedia sarana dan prasarana

Bisnis memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas, manfaat yang dirasakan adalah seperti tersedianya sarana dan prasarana seperti jalan, telepon, air, penerangan, pendidikan, rumah sakit, rumah ibadah, sarana olahraga, serta sarana dan prasarana lainnya.

## 4. Bisnis

### a. Pengertian Bisnis

Bisnis merupakan rangkaian organisasi jual beli jasa kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan sebesar mungkin. Dalam

sejarahnya, kata business berasal dari kata busy yang diartikan sebagai “sibuk” dalam artian, sibuk melakukan kegiatan yang mendatangkan benefit bagi pemiliknya. Dalam teorinya, William Spregal menjelaskan “*a series of activities related to the sale or purchase of goods and services that are consistently repeated*”. Dapat disimpulkan jika bisnis merupakan *role model* untuk mendapatkan penjualan secara berkelanjutan.<sup>10</sup>

Bisnis merupakan suatu organisasi dimana sumber daya (*input*), seperti bahan baku dan tenaga kerja diproses untuk menghasilkan barang dan jasa (*output*) bagi pelanggan.<sup>11</sup>

Bisnis merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.<sup>12</sup>

Untuk memulai usaha atau bisnis banyak cerita yang harus dapat diambil hikmahnya seringkali kita kagum menyaksikan kesuksesan seorang pengusaha. Kadang-kadang kita tidak tahu proses keberhasilan pengusaha tersebut. Namun, jika kita telusuri perjalanan sebelum sukses menjadi pengusaha banyak cerita suka duka dibelakang kesuksesannya. Tidak sedikit cerita yang menyedihkan dibalik kesuksesan yang diraihinya. Ada pengusaha yang memulai usahanya dari nol dengan tertatih-tatih. Bahkan seringkali pengusaha tersebut menderita kerugian dan nyaris bangkrut. Namun, dengan keberanian, kesabaran, ketekunan dan kepandaian mengelola usaha dari waktu ke waktu selama bertahun-tahun akhirnya berhasil.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup>Jhon Suprihanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Liberty Jogja, 2010), h.22.

<sup>11</sup>Muhammad Arif, *Pengantar Bisnis*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2015), h.2.

<sup>12</sup>Husein Umar, *Study Kelayakan bisnis*, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama, 2001), h.3.

<sup>13</sup>Imsar. “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha UcoK Durian Medan*” dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1((2): 46, 2018.

### **b. Tujuan Bisnis**

Tujuan bisnis yang diharapkan oleh pelakunya adalah mencari keuntungan baik itu secara materi atau pun non materi, tergantung dari masing-masing kepentingan. Selain mencari keuntungan, ada sisi lain dalam tujuan pemilik mendirikan bisnis. Menurut William Spregal, tujuan lain yang diharapkan dari mendirikan bisnis adalah :

- 1) Ingin mencoba hal yang baru
- 2) Untuk memanfaatkan waktu
- 3) Menginginkan status sosial
- 4) Menginginkan sebuah hal yang mandiri

Seorang pebisnis akan memiliki keinginan lain untuk kepentingan bisnis yang diilikinya, karena bagaimanapun juga keperluan dan kebutuhan setiap pemilik bisnis akan terus bertambah dan tidak menutup kemungkinan mereka menjadi tujuan yang sudah direncanakannya. Karena pada dasarnya mendirikan sebuah bisnis tak luput dari perencanaan yang matang.<sup>14</sup>

### **c. Jenis-jenis Bisnis**

Menurut Indriyo Gito Sudaryo, ada beberapa macam jenis bisnis yang dikelompokkan sebagai berikut:

- 1) ekstraktif, yaitu bisnis yang melakukan kegiatan dalam bidang pertambangan atau menggali bahan-bahan tambang yang tergantung di dalam perut bumi.
- 2) Agraria, yaitu bisnis yang menjalankan bisnisnya dalam bidang pertanian.
- 3) Industri, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang industri.
- 4) Jasa, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang menghasilkan produk-produk yang tidak berwujud.

---

<sup>14</sup>*Ibid.*,39.

## **B. Aspek-Aspek Studi Kelayakan Bisnis**

Dalam melakukan pembuatan dan penilaian studi kelayakan melalui tahap-tahap yang telah ditentukan, hendaknya dilakukan secara benar dan lengkap. Kemudian setiap tahapan memiliki berbagai aspek yang harus diteliti, diukur, dan dinilai sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan. Ada beberapa aspek yang perlu dilakukan studi untuk menentukan kelayakan usaha. Masing-masing aspek tidak berdiri-sendiri, akan tetapi saling berkaitan. Artinya jika salah satu aspek tidak dipenuhi, maka perlu dilakukan perbaikan atau tambahan yang diperlukan.

Urutan penilaian aspek mana yang harus didahului tergantung dari kesiapan penilai dan kelengkapan data yang ada. Tentu saja dalam hal ini dengan pertimbangan prioritas, mana yang harus didahului dan mana yang berikutnya. Secara umum, prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan studi kelayakan sebagai berikut:<sup>15</sup>

### **1. Aspek Pasar dan Pemasaran**

Analisis aspek pasar dan pemasaran sangat penting dalam suatu bisnis karena sumber pendapatan utama perusahaan berasal dari penjualan produk yang dihasilkan. Aspek pasar berkaitan dengan kondisi pasar atau konsumen yang menjadi sasaran penjualan produk untuk menentukan apakah terdapat permintaan atau kemungkinan penjualan terhadap produk yang dihasilkan. Aspek pemasaran berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan, meningkatkan dan mempertahankan penjualan produk.<sup>16</sup> Untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Dengan kata lain seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar *market share* yang dikuasai oleh para pesaing dewasa ini.<sup>17</sup> Kemudian bagaimana strategi pemasaran yang dijalankan, untuk menangkap peluang pasar yang ada,

---

<sup>15</sup>*Ibid*,h.15-16.

<sup>16</sup>Kasmir dan Jakfar,*Studi Kelayakan Bisnis*,(2012),.h.40.

<sup>17</sup>Ika Yunia,*Etika Bisnis Islam*,(Jakarta: Interpratama Mandiri,2013),h.4.

maka perlu dilakukan riset pasar, baik dengan terjun langsung ke lapangan maupun dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber. Kemudian, setelah diketahui pasar nyata dan potensi pasar yang ada barulah disusun strategi pemasarannya.<sup>18</sup>

Menurut Suliyanto dalam aspek pasar dan pemasaran terdapat bauran pemasaran yang membantu menganalisis 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*).<sup>19</sup>

a. Produk (*product*)

Produk adalah sekelompok atribut fisik nyata yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi. Dalam arti luas sebuah produk adalah sekelompok atribut nyata dan tidak nyata, di dalamnya termasuk kemasan, warna, harga, mutu dan merek ditambah dengan pelayanan dan reputasi penjual.<sup>20</sup>

Produk merupakan suatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembeli, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan yang dapat berupa barang dan jasa. Barang konsumsi dibagi menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

- 1) Barang konvenien, yaitu barang yang mudah pemakaiannya, yang tersedia di banyak tempat, dan ada disetiap waktu. Contohnya seperti sabun, dan juga pasta gigi.
- 2) Barang *shopping*, yaitu barang yang proses pembeliannya harus mencari terlebih dahulu dan memerlukan sebuah pertimbangan untuk terkait dengan kualitas, harga, kemasan maupun hal lainnya.
- 3) Barang spesial, yaitu barang yang mempunyai ciri khas sehingga hanya tersedia di beberapa tempat-tempat tertentu.

---

<sup>18</sup>Shinta Agustina, *Manajemen pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), h.2.

<sup>19</sup>Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h.83.

<sup>20</sup>Marliyah, *Pengaruh Produk, promosi, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan (Studi Kasus pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Di Medan)*, Tansiq. Volume 2, No. 1. Januari-Juni 2019.



Barang industri dibagi menjadi beberapa golongan yaitu:

- 1) Bahan baku
- 2) Barang setengah jadi
- 3) Perlengkapan operasi
- 4) Instalasi
- 5) Peralatan ekstra

#### b. Harga

Menurut William J. Station Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.<sup>21</sup>

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga dihadapi oleh perusahaan. Keputusan-keputusan mengenai harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan keputusan harga disesuaikan dengan sasaran pemasaran, misalnya sasarannya adalah untuk bertahan hidup yaitu dengan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran, dengan catatan harga murah tapi dalam kondisi yang menguntungkan.

Memaksimalkan laba jangka pendek dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan baik dengan harga murah atau tinggi. Memperbesar *market share* yaitu dengan cara menentukan harga murah untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan diharapkan pula pelanggan competitor beralih ke produk atau jasa yang ditawarkan. Mutu produk yang mengesankan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas competitor. Karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dari harga

---

<sup>21</sup>Muhammad Ridwan, Isnaini Harahap, dan Pangeran Harahap, *Keputusan Pembelian Melalui Situs Belajar Online Terhadap Prilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan)*. J-Ebis Volume 3. 2 Juni 2018.

competitor, penentuan harga dengan melihat harga competitor tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan tidak melebihi harga competitor. Faktor eksternal merupakan pasar dan permintaan konsumen yang merupakan plafon harga (harga tertinggi). Dalam hal ini konsumen akan membandingkan harga suatu produk dengan manfaat yang dimiliki ya. Oleh karena itu dalam menetapkan harga harus dipahami dulu hubungan antara harga dan permintaan terhadap produk tersebut. Harga tawaran competitor perlu diketahui untuk menentukan harga serta reaksi mereka setelah keputusan harga diberlakukan. Faktor-faktor eksternal lainnya adalah kondisi ekonomi, seperti tingkat inflasi, biaya bunga, resesi, *booming*, dan kebijakan-kebijakan pemerintah.

c. Tempat atau distribusi

Distribusi merupakan semua kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan membuat produk dapat dengan mudah diperoleh oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat, sedangkan saluran distribusi adalah jalur atau saluran untuk menyalurkan produk agar sampai ketangan konsumen akhir.

d. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan produk, harga, maupun distribusi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan oleh pihak usaha. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang ampuh untuk menarik dan memertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi adalah meninformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen baru. Peling tidak terdapat empat macam sarana promosi yang disebut bauran promosi

(*promotion mix*) yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya, yaitu:

- 1) Periklanan (*advertising*), yaitu promosi yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon konsumennya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti melalui pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategis, koran, majalah, tv, radio, internet, dan lainnya.
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*), yaitu untuk meningkatkan penjualan atau jumlah pelanggan. Misalnya dengan pemberian harga khusus atau potongan harga (*discount*) untuk produk tertentu, pemberian undian kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu, pemberian cendera mata, serta kenang-kenangan lainnya kepada konsumen yang loyal, dan lainnya.
- 3) Publisitas (*publicity*), yaitu kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui pameran, bakti sosial, kontes, siaran pers, serta kegiatan lainnya yang bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat dan meningkatkan pamor usaha dimata masyarakat.
- 4) Penjualan pribadi (*personal selling*), dalam dunia bisnis penjualan pribadi umum dilakukan oleh *salesman/salesgirl*, kalau bagi bank, secara khusus dilakukan oleh petugas *costumer service* atau *service assistance*.

Menurut Kotler dalam buku Suliyanto promosi adalah semua aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produk pada target pasar.

## 2. Pemasaran Dalam Ekonomi Islam

### a. Konsep Pemasaran Ekonomi Islam

Menurut Kartajaya menyatakan bahwa pemasaran islam adalah strategi bisnis, yaitu harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah

perusahaan, meliputi proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran, nilai, dari seseorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran islam.<sup>22</sup>

Kerangka pemasaran dalam bisnis islam adalah aktivitas yang dilandasi oleh saling ridha dan rahmat antara penjual dan pembeli, dalam sebuah aktivitas di dalam sebuah pasar ada dua etika yang harus diperhatikan dalam pemasaran, yaitu:

- 1) Etika Pemasaran dalam konteks produk yang meliputi :
  - a) Produk yang halal dan tayyib.
  - b) Produk berguna dan dibutuhkan.
  - c) Produk yang berpotensi ekonomi dan benefit.
  - d) Produk yang bernilai tambah tinggi.
  - e) Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial.
  - f) Produk yang dapat memuaskan masyarakat.
- 2) Etika pemasaran dalam konteks harga meliputi:
  - 1) Beban biaya produksi yang wajar.
  - 2) Sebagai alat kompetisi yang sehat.
  - 3) Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat.
  - 4) Margin perusahaan yang layak.
  - 5) Sebagai alat daya tarik konsumen

#### b. Prinsip Pemasaran Islam

Terdapat beberapa prinsip-prinsip pemasaran dalam ekonomi islam diantaranya:

- 1) Berlaku adil

Pada dasarnya kompetitor akan memperbesar pasar, sebab tanpa kompetitor industri tidak akan mampu berkembang dan kompetitor ini

---

<sup>22</sup>Sri Sudiarti, Isnaini Harahap, *Fenomena Hijab Dalam Bisnis Kuliner Di Kota Medan*. At-Tawassudh, Volume 3. No. 1, 2018: 601-620.

perlu diikuti mana yang jelek, dimana kompetitor yang bagus perlu ditiru.

#### 2) Tanggap terhadap perubahan

Selalu ada perubahan dalam kegiatan perindustrian, sehingga langkah bisnis akan terus berubah untuk menyesuaikan dengan pasar. Kompetisi yang semakin sengit tidak dapat dihindari, arus globalisasi dan teknologi akan membuat pelanggan semakin pintar dan selektif sehingga jika kita tidak sensitif terhadap perubahan maka kita akan kehilangan pelanggan.

#### 3) Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga

Pada konsep pemasaran islami, tidak diperbolehkan menjual barang jelek dengan harga yang tinggi, hal ini dikarenakan pemasaran islami adalah pemasaran yang fair dimana harga sesuai dengan barang/produk.

#### 4) Rela sama rela dan adanya hak khiyar pada pembeli (hak pembatalan terhadap transaksi).

Pada prinsip ini, penjual yang mendapatkan pelanggan haruslah memelihara hubungan yang baik dengan mereka. Dean dipastikan pelanggan puas terhadap pelayanan yang sudah diberikan, sehingga pelanggan menjadi lebih royal lagi. Dengan arti lain *keep the costumer*, namun *keep the costumer* saja tidaklah cukup, perlu pula adanya *grow the costumer*, yaitu value yang diberikan kepada pelanggan perlu ditingkatkan sehingga bertambahnya pelayanan, pelanggan juga akan mengikuti pertambahan tersebut.

#### 5) Tidak curang

Pada pemasaran islami tadlis sangatlah dilarang, seperti penipuan menyangkut kuantitas, kualitas, dan waktu penyerahan barang dan harga. (Qs. An-nisa. 29)

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesama kamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka*

*diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

#### 6) Berorientasi pada kualitas

Tugas seorang marketer adalah selalu meningkatkan QCD agar tidak kehilangan pelanggan. QCD yang dimaksud adalah *quality, cost, dan delivery*.<sup>23</sup>

### 3. Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia digunakan untuk meneliti kesiapan sumber daya manusia yang akan menjalankan usaha tersebut, kemudian mencari bentuk struktur organisasi yang sesuai dengan usaha yang akan dijalankan.<sup>24</sup> Aspek sumber daya manusia menekankan pada ketersediaan dan kesiapan tenaga kerja, baik jenis atau mutu maupun jumlah sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis.<sup>25</sup> SDM juga dalam rangka menciptakan salah satu strategi yang menggunakan dukungan teori-teori ini adalah *Quality control circle* atau Gugus Kendali Mutu. GKM adalah suatu sistem dalam manajemen usaha yang bertujuan meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan mutu produksi agar daya saing produk meningkat.<sup>26</sup>

Aspek sumber daya manusia bertujuan untuk mengetahui apakah dalam pembangunan dan implementasi bisnis diperkirakan layak dari ketersediaan sumber daya manusia. Analisis jumlah karyawan yang dibutuhkan, penentuan dekripsi pekerjaan, produktivitas kerja, program pelatihan dan pengembangan, penentuan prestasi kerja, program kerja dan kompensasi, perencanaan karir, keselamatan dan kesehatan kerja dan mekanisme PHK. Masalah tenaga kerja menyangkut jumlah dan jenis keahlian yang

---

<sup>23</sup>Intan Permata Sari, Skripsi: *Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pembuatan Tahu Di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*, (Bengkulu: IAIN, 2019), h.49-51.

<sup>24</sup>Kasmir, Jakfar, *Op Cit*, h.12.

<sup>25</sup>Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h.158.

dibutuhkan. Jumlah tenaga kerja dapat dihitung dengan membagi jumlah beban kerja dengan waktu kerja yang dibutuhkan. Perhitungan tersebut merupakan perhitungan rata-rata.<sup>27</sup>

Dalam alokasi sumber daya manusia yang akan digunakan dan kualitas sumber daya manusia juga berperan penting, termasuk juga dalam pengembangan, kompensasi, serta sistem penilaian karya sumber daya manusia.<sup>28</sup>

#### **4. Sumber Daya Manusia Dalam Islam**

Sebagai pengusaha muslim harus memerhatikan nasib para pekerja karena pada hakekatnya merekalah yang banyak membantu keberhasilan usaha, dan sekaligus membantu tercapainya tujuan perusahaan yaitu keuntungan. Modal uang saja tanpa dibarengi sumber daya manusia, bisnis tidak akan jalan. Disaat pengusaha sudah melibatkan orang lain sebagai pekerja, maka disitulah muncul hak dan kewajiban, wewenang, dan tanggung jawab dalam organisasi. Dalam kaitan itu, ajaran islam mendorong pengikutnya untuk melakukan segala sesuatu secara terorganisir, tertur dan rapi.

Dari ayat-ayat Al-Qur'an yang menyangkut masalah sumber daya manusia dalam bisnis, mengisyaratkan 5 hal yang perlu dilakukan oleh pengusaha yaitu:

a. Seleksi karyawan

Semua pekerjaan merupakan amanah, dan untuk melaksanakan amanah itu seseorang harus teruji lebih dahulu kemampuannya dalam menjalankan pekerjaan serta tanggung jawab terhadap tugas yang dibebankan kepadanya. Seleksi karyawan bertujuan untuk memilih kemampuan seseorang untuk diserahi pekerjaan dalam hal bisnis. Kata qawiyul aminu = kuat (sehat jasmani-rohani), dan dapat dipercaya.

---

<sup>27</sup>Jumingah, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009)h.351.

<sup>28</sup>Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011),.h.11-12.

Dalam QS. Al-Qashas: 26, menyangkut kemampuan umum, dan kejujuran serta QS. Al-Baqarah: 249 berkaitan dengan daya tahan kerja, dapat digunakan sebagai bagian dari item untuk menyeleksi karyawan.<sup>29</sup>

b. Spesialis Keahlian

Keterampilan atau keahlian yang sangat penting bagi perusahaan, sesuai dengan area informasi, ialah kemampuan memanfaatkan sarana komputer dengan segala jenis programnya yang tak pernah berhenti berkembang. Dalam QS. Yusuf:54-55 memberikan contoh bagaimana raja mesir menempatkan Nabi Yusuf sebagai menteri keuangan mesir saat itu.

c. Pendelegasian wewenang, peran dan tanggung jawab

Dalam operasional sebuah bisnis yang sudah mulai berkembang umumnya sudah melibatkan lebih dari satu orang, agar semua dapat bekerja dengan baik maka perlu menempatkan karyawan sesuai kemampuan dan keahliannya, jelas item pekerjaannya, jelas alur tanggung jawabnya, jelas perintahnya (perintah dari satu pimpinan bukan dari dua pimpinan, perumpamaan dalam QA. Az-Zumar: 29). Demikian juga Rasulullah SAW melarang “memberi tugas, beban kerja dan tanggung jawab yang melebihi batas kemampuan karyawan, tetapi jika kamu tetap memberikan tugas berat itu, hendaklah kamu bantu dia.” (HR.Muslim).

d. Upah dan Saksi

Upah ataupun gaji merupakan hak bagi karyawan, maka hak-hak para pekerja wajib dipenuhi karena pada hakekatnya merekalah yang mengembangkan modal. Pemberian upah yang layak dan tepat waktu sangat membantu ketentraman hidup mereka dan keluarganya. Penting bagi pengusaha muslim untuk membayar upah, “*bayarlah upah (gaji) karyawan sebelum kering keringatnya, dan beritahukanlah berapa upah (gaji) karyawan itu begitu kata rasulullah*” (HR. Baihaqi)

e. Sikap mental karyawan

---

<sup>29</sup>Ali, *Manajemen Bisnis Syariah*,(Cet 1; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009),h.151-153.



Perusahaan akan sulit berkembang apabila karyawan tidak sehat mentalnya, pesimistis, bosan, tidak loyal, berpikir negatif, dan sifat-sifat lain yang tidak mendukung produktivitas dan prestasi yang tinggi.

## **5. Aspek Sosial Ekonomi**

Menurut sunarji analisis pada aspek ekonomi menekankan pada penilaian sejauh mana proyek bisnis yang akan dijalankan mendapat dukungan ataupun berkontribusi pada perilaku dan pola kehidupan masyarakat termasuk manfaatnya terhadap perekonomian masyarakat sekitar lokasi bisnis maupun perekonomian Negara secara makro yaitu apakah bisnis tersebut akan membantu pertumbuhan perekonomian ataukah justru sebaliknya, membebani perekonomian, seberapa banyak bisnis dapat menyerap tenaga kerja, bagaimana dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat, penyediaan produk/jasa secara lokal, maupun nasional, bahkan bagaimana pengaruh bisnis terhadap perubahan devisa Negara. Dalam aspek ekonomi dan sosial dampak positif yang diberikan dengan adanya investasi lebih ditekankan kepada masyarakat khususnya pemerintah umumnya.

Aspek ekonomi dan sosial ini perlu diperhatikan karena dampak yang terjadi saat terjadinya kesalahan sangat banyak. Diharapkan aspek ekonomi dan sosial ini lebih banyak memberikan keuntungan dari kerugian apabila berdirinya sebuah usaha atau proyek.

Aspek sosial dan ekonomi merupakan suatu pengaruh yang akan terjadi dengan adanya perusahaan, khususnya dibidang perekonomian masyarakat dan bidang sosial kemasyarakatan. Setiap usaha yang dijalankan akan memberikan dampak positif dan negatif bagi berbagai pihak. Bagi masyarakat adanya investasi ditinjau dari aspek ekonomi yang memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatan, sedangkan bagi pemerintah akan memberikan pemasukan berupa pendapatan baik bagi pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Dalam aspek ekonomi dan sosial perlu ditelaah

apakah keberadaan suatu proyek atau usaha akan memberikan manfaat secara ekonomi dan sosial kepada berbagai pihak atau sebaliknya.<sup>30</sup>

Dampak dari aspek ekonomi dengan adanya suatu usaha, misalnya pendirian usaha, antara lain:

- a. Dapat meningkatkan ekonomi rumah tangga melalui:
  - 1) Peningkatan tingkat pendapatan rumah keluarga.
  - 2) Perubahan pola nafkah. Di beberapa wilayah kehadiran suatu usaha akan mengubah pola hidup masyarakat. Misalnya, semula masyarakat hidup dari pertanian, dengan kehadiran usaha banyak yang beralih profesi menjadi karyawan di tempat usaha tersebut.
  - 3) Adanya pola nafkah ganda.
  - 4) Membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekaligus mengurangi pengangguran, karena setiap proyek/ usaha baru yang didirikan pasti akan membutuhkan tenaga kerja tambahan dalam hal inintentu saja akan membuka peluang bagi tenaga kerja yang belum mendapatkan pekerjaan atau masih menganggur.
- b. Menggali, mengatur, dan menggunakan ekonomi sumber daya alam melalui:
  - 1) Pemilikan dan penguasaan sumber daya alam yang teratur, artinya kepemilikan diatur berdasarkan luas lahan, jangan sampai masyarakat kehilangan kesempatan.
  - 2) Penggunaan lahan yang efisien dan efektif
  - 3) Peningkatan nilai tambah sumber daya alam
- c. Meningkatkan perekonomian pemerintah baik lokal maupun regional melalui:
  - 1) Menambah peluang dan kesempatan kerja dan berusaha bagi masyarakat.

---

<sup>30</sup>Sunarji Harahap, *Studi Kelaakan Bisnis Pendekatan Integratif*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), h.185.

- 2) Menambah jenis dan jumlah aktivitas ekonomi nonformal di masyarakat.
- 3) Menimbulkan efek ganda ekonomi.
- 4) Menambah pusat-pusat pertumbuhan ekonomi di daerah tertentu.

## C. Teori Ekonomi Islam

### 1. Pengertian ekonomi islam

Ekonomi islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian. Sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Hanya saja dalam ekonomi islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktifitasnya. Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi islam sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas dalam kerangka syariah. Namun, definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang apriori (*apriory judgetmen*) benar atau salah tetap diterima.<sup>31</sup>

Ilmu ekonomi syariah adalah ilmu yang mempelajari aktivitas atau perilaku manusia secara aktual dan empirikal, baik dalam produksi, distribusi maupun konsumsi berdasarkan syariat islam yang bersumber Al-Qur'an dan As-sunnah serta ijma para ulama dengan tujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

### 2. Prinsip-prinsip Teori Ekonomi islam

Prinsip-prinsip teori ekonomi islam secara garis besar ada beberapa bagian, yaitu:

- a. Berbagai sumber daya dipandang sebagai pemberian atau titipan dari Allah SWT kepada manusia.
- b. Islam mengakui kepemilikan pribadi dalam batas-batas tertentu.
- c. Kekuatan utama penggerak ekonomi islam adalah kerja sama.

---

<sup>31</sup>pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi islam*,(Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2016), h.14.

- d. Teori ekonomi islam menolak terjadinya akumulasi kekayaan yang dikuasai oleh segelintir orang saja.
- e. Teori ekonomi islam menjamin pemilikan masyarakat dan penggunaannya direncanakan untuk kepentingan banyak orang.
- f. Seorang muslim harus takut kepada Allah SWT dan hari penentu di akhir nanti.
- g. Zakat harus dibayarkan atas kekayaan yang telah memenuhi batas (*nisab*).
- h. Islam melarang riba dalam segala bentuk.

### 3. Tujuan Teori Ekonomi Islam

Tujuan ekonomi islam adalah sebagaimana tujuan ekonomi islam itu sendiri, yaitu segala aturan yang diturunkan Allah SWT. Dalam sistem islam mengarah pada tercapainya kebaikan, kesejahteraan, keutamaan, serta menghapus kejahatan, kesengsaraan dan kerugian pada seluruh ciptaan-Nya.

Demikian pula dalam hal ekonomi, tujuannya adalah membantu manusia mencapai kemenangan baik di dunia maupun di akhirat.

Ilmu ekonomi islam memiliki tujuan yang berbeda dengan ilmu ekonomi konvensional. Secara umum tujuan ekonomi islam adalah terpenuhi dan terpeliharanya *maqasid syari'ah* sehingga tercapai *falah* atau kesejahteraan dunia dan akhirat.<sup>32</sup>

Islam memandang aktivitas ekonomi secara positif. Semakin banyak tujuan dari prosesnya sesuai dengan ajaran islam. Ketakwaan kepada tuhan tidak berimpikasi pada penurunan produktivitas ekonomi, sebaliknya justru membawa seseorang lebih produktif. Kekayaan dapat mendekatkan kepada Tuhan selama diperoleh dengan cara-cara yang sesuai dengan nilai-nilai islam.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup>Isnaini Harahap dan M.Ridwan, *The Handbook of Islamic economic*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h.28.

<sup>33</sup>Muhammad Arif, *Filsafat Ekonomi Islam*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), h.15.

#### 4. Karakteristik Ekonomi Islam

Dalam Al-Qur'an yang dikemukakan banyak prinsip-prinsip yang mendasar saja, karena dasar-dasar yang tepat, Al-Qur'an dan As-sunnah banyak sekali membahas tentang bagaimana seharusnya kaum muslimin berperilaku sebagai konsumen, produsen, dan pemilik modal, tetapi hanya sedikit sistem ekonomi. Ekonomi syariah menekankan kepada empat sifat, antara lain:

- a. Keatuan (*unitiry*)
- b. Keseimbangan (*equilibrium*)
- c. Kebebasan (*free will*)
- d. Tanggung jawab (*responsibility*)

Al-Qur'an mendorong umat islam untuk menguasai dan memanfaatkan sektor-sektor dan kegiatan ekonomi dalam skala yang lebih luas serta komprehensif, seperti perdagangan, perindustrian, keuangan, jasa dan sebagainya yang ditujukan untuk kemaslahatan dan kepentingan bersama.

#### D. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang analisis kelayakanusaha telah banyak dilakukan diantaranya :

**Tabel 2.1**  
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1	Wahyu Iskandar, dkk	Analisis Kelayakan Bisnis Steak Cafe Kota Pekanbaru	Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu aspek pasar, aspek teknis, aspek legal dan lingkungan, aspek	Persamaan: sama-sama i membahas tentang Analisis Kelayakan

			<p>sumber daya manusia, dan aspek finansial yang dimana dalam penelitian ini yang menggunakan lima aspek tersebut dikatakan layak . yaitu dengan target pasar yang di dapat sebesar 11%, <i>Payback Priod (PP)</i> selama 4 bulan 3 hari, <i>Net Present Value (NPV)</i> sebesar 21,67% maka usaha Steak Cafe layak didirikan atau diusahakan.</p>	<p>Bisnis dengan aspek yang diteliti tentang aspek pasar, dan aspek sumber daya manusia. Perbedaan: pada penelitian terdahulu ini dimana fokus pada penelitian ditambah dengan aspek ekonomi dan sosian, dan aspek pemasaran dalam perspektif ekonomi islam.</p>
2	Abidatul Afiyah, dkk tahun 2015	Analisis Kelayakan Usaha <i>Home Industry</i> studi kasus pada <i>Home Industry</i> Cokelat Cozy Kedemangan Blitar.	<p>Penelitian ini dilakukan dengan bertujuan untuk mengetahui tingkat kelayakan investasi dalam pendirian <i>Home Industry</i></p>	<p>Persamaan: pada penelitian ini dengan penelitian Abidatul dkk yaitu fokus</p>

			<p>Coklat “Cozy” yang berada di Kecamatan Kadamengan Kabupaten Blitar. Dari hasil penelitian dari seluruh aspek yang digunakan diperoleh aspek pasar dan pemasaran menunjukkan bahwa peospek <i>Home Industry</i> cokelat “cozy” cukup baik, dilihat dari peningkatan jumlah permintaan setiap tahun. Aspek teknis dan produksi menunjukkan bahwa lokasi <i>home industry</i> dekat dengan pemukiman sehingga memudahkan untuk merekrut tenaga kerja. Aspek organisasi dan manajemen menunjukkan pemilik usaha telah menjalankan fungsi manajemen dengan</p>	<p>yang diteliti yang terdiri dari aspek pasar dan pemasaran, aspek sumber daya manusia. Perbedaan: dalam penelitian ini peneliti menambah aspek ekonomi dan sosial dan aspek pemasaran dalam perspektif ekonomi islam.</p>
--	--	--	--	---

			<p>baik. Analisis aspek finansial dengan menggunakan 100% dari modal sendiri diperoleh hasil <i>payback priod</i> (PP) yaitu 1 tahun 7 bulan, <i>Net Present Value</i> (NPV), sebesar 116.261.950, <i>Internal Rate Of Return</i> (IRR) sebesar 116,33%, dan <i>Profitability Index</i> (PI) sebesar 12,63.</p>	
3	<p>Lukas Ardianto Tanaka, dkk Tahun 2017</p>	<p>Studi Kelayakan Bisnis Uniquephotocard di Mall Ciputra World Surabaya</p>	<p>Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah wawancara kepada pelaku bisnis sejenis dan manajemen Ciputra World. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang bagaimana kelayakan bisnis ditinjau dari aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan sumber daya</p>	<p>Persamaan: fokus penelitian sama-sama meneliti tentang aspek pasar dan pemasan, dan aspek sumber daya manusia. Perbedaan: Fokus yang dilakukan oleh peneliti ditambah dengan aspek ekonomi dan</p>



			<p>manusia, dan aspek keuangan. Hasil penelitian terdahulu ditinjau dari aspek hukum layak untuk dijalankan karena persyaratan dokumen legalitas sesuai ketentuan yang berlaku, aspek pasar dan pemasaran layak dijalankan berdasarkan teori STP dan marketing mix, ditinjau dari aspek manajemen dan SDM dinyatakan layak karena mampu mempunyai keterangan lengkap mengenai semua jabatan tiap-tiap divisi, dan ditinjau dari aspek keuangan dinyatakan layak karena kemungkinan besar 75% mengalami skenario base case dan base case yang dinyatakan layak berdasarkan</p>	<p>sosial, dan aspek pemasaran ditinjau dari perspektif ekonomi islam.</p>
--	--	--	---	--

			ketiga alat analisis keuangan.	
4	Yully Indyastuti tahun 2010	Analisis Kelayakan Usaha Pengelola Gula Semut (Kasus PD Saung Aren, kecamatan Sajira, Kabupaten Lebak, Banten).	Penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian yang dilihat dari aspek nonfinansial, usaha pengolahan gula semut layak untuk dijalankan. Dilihat dari aspek pemasaran, adanya permintaan dan penawaran serta strategi pemasaran gula semut yang jelas dan efektif yang dimiliki perusahaan mendukung pencapaian penjualan yang lebih tinggi. Dan dilihat dari aspek lingkungan, kegiatan usaha tersebut tidak menghasilkan limbah yang membahayakan terhadap lingkungan yang berada disekitar perusahaan. Dan untuk aspek finansial dalam penelitian	Persamaan: penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama menganalisis tentang aspek pasar dan pemasaran. Perbedaan: penelitian ini menambahkan beberapa aspek yaitu aspek sumber daya manusia, aspek ekonomi dan sosial dan aspek pemasaran dalam perspektif ekonomi islam.

			Yully dibuat dengan dua skenario perhitungan. Dan hasil analisis menunjukkan bahwa usaha layak untuk dijalankan.	
5	Mega Ari Yani tahun 2011	Analisis kelayakan usaha Mie Mentah Jagung (Studi Kasus: Usaha Mi Mentah Bapak Sukimin di kelurahan Tegal Lega, Bogor, Jawa Barat)	Dari penelitian ini menunjukkan bahwa usaha pembuatan mi mentah dilihat dari aspek pasar, aspek teknis, serta aspek sosial dan lingkungan layak untuk diusahakan. Sedangkan dilihat dari aspek manajemen dan aspek hukum, usaha tersebut belum layak untuk dijalankan karena belum memiliki pembukuan serta pencatatan yang jelas atas transaksi bisnis yang dilakukan dan belum memiliki perizinan dari pihak manapun. Dilihat dari aspek finansial, usaha	Persamaan: Penelitian ini dengan penelitian Mega yaitu sama-sama menganalisis tentang aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik, aspek sosial dan juga aspek finansial. Dan perbedaan: Penelitian terdahulu dengan penelitian ini dimana peneliti menambahkan

			<p>perorangan mi mentah tersebut layak untuk dilaksanakan dengan hasil nilai NPV sebesar Rp 1.011.003.777, IRR sebesar 38%, <i>Net</i> B/C sebesar 3,96 dan PP selama 3 tahun 11 bulan.</p>	<p>aspek pasar dan pemasaran, aspek sumber daya manusia dan aspek pemasaran dalam perspektif ekonomi islam.</p>
--	--	--	---	---

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif dengan analisis data kualitatif. Pengertian kualitatif adalah bertujuan untuk memahami realitas sosial, yaitu melihat dunia dari apa adanya, bukan dunia yang seharusnya. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan, dalam penelitian kualitatif harus memiliki bekal teori untuk menganalisis dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan untuk mengetahui makna yang tersembunyi, memahami interaksi sosial, mengembangkan teori, memastikan kebenaran data dan meneliti sejarah perkembangan. Metode penelitian kualitatif juga sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi alamiah (*natural setting*).<sup>34</sup>

Sedangkan penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan temuan tidak berdasarkan prosedur statistik atau cara kuantifikasi tertentu dan biasanya merujuk kepada hidup seseorang, pengalaman hidup, perilaku, emosi, perasaan, fungsi organisasi, gerakan sosial dan fenomena interaksi budaya.<sup>35</sup> Prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan, melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Dikarenakan penulis bermaksud memperoleh gambaran tentang kelayakan bisnis usaha peternakan sapi perah pada Biji Hitam Choffe Shop Berastagi.

#### **B. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang berupaya mengumpulkan data-data lapangan didukung dengan berbagai informasi dan literatur yang relevan dengan permasalahan yang

---

<sup>34</sup>Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), h.3.

<sup>35</sup>Azuar Juliandi, *et al*, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Medan: UMSU Press, 2015), h. 11.

diteliti.<sup>36</sup>Sedangkan dilihat dari jenis informasi datanya, penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang tidak dapat di uji dengan statistik. Adapun pelaksanaan penelitian ini menggunakan penelitian studi kasus (*case study*) yaitu penelitian yang mempelajari secara mendalam terhadap suatu individu, Kelompok, institusi atau masyarakat tertentu tentang latar belakang, keadaan atau kondisi, faktor-faktor atau interaksi sosial yang terjadi didalamnya. Karena studi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran secara mendalam tentang Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Biji Hitam Coffee Shop Berastagi.

Selain penelitian lapangan, juga didukung dengan penelitian pustaka (*Library Research*) yang bertujuan untuk mengumpulkan data atau informasi dengan bantuan material, misalnya: buku, catatan, koran, dokumen dan referensi lainnya yang berkaitan dengan analisis kelayakan bisnis.

### **C. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada pengelola Biji Hitam Coffee Shop Berastagi

### **D. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian atau responden adalah orang yang diminta untuk memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat. Menurut Arikunto subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti.<sup>37</sup>Jadi, subjek penelitian merupakan sumber informasi yang digali untuk mengungkapkan fakta-fakta di lapangan. Penentuan subjek penelitian dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan secara jelas dan mendalam. Penentuan subjek penelitian atau responden dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*.

Sesuai dengan penjelasan diatas, bentuk penelitian ini adalah kualitatif, Kendarso menjelaskan bahwa penelitian kualitatif tidak dimaksud untuk membuat generalisasi dari hasil penelitian yang dilakukan sehingga subjek yang telah tercermin dalam fokus penelitian ditentukan secara sengaja. Oleh karena itu, pada penelitian kualitatif ini tidak

---

<sup>36</sup>Fauzi Arif Lubis, *Peranan BMT dalam Pemberdayaan Ekonomi Nasabah Di Kecamatan Berastagi-Kabanjahe Kabupaten Karo (Studi Kasus Bmt Mitra Simalem Al-Karomah)*, Human Falah: Volume 3. No. 2 Juli – Desember 2016.

<sup>37</sup> Suharsini, Arikunto, *Penelitian Tindakan Kelas*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 145.

dikenal adanya populasi dan sampel, subjek penelitian yang telah tercermin dalam fokus penelitian tidak ditentukan secara sengaja. Subjek penelitian yang akan menjadi informan yang akan berbagi informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Adapun informan yang akan menjadi subjek penelitian ini adalah pengelola pada usaha Biji Hitam Coffee Shop Berastagi.

### **E. Sumber Data**

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data.<sup>38</sup> Penelitian menggunakan data ini untuk mendapatkan informasi langsung tentang data mengenai kelayakan bisnis usaha Biji Hitam Coffee Shop Berastagi yaitu dengan cara wawancara langsung kepada pengelola usaha Biji Hitam Coffee Shop Berastagi.

#### **2. Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah data-data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari surat-surat pribadi, buku harian, not, sampai dokumen-dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah, dari berbagai organisasi, hasil-hasil studi, hasil survey dan sebagainya. Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pengelola usaha Biji Hitam Coffee Shop.

### **F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Bahan**

Dalam penelitian ini terdapat 2 teknik pengumpulan data yang akan penulis lakukan yaitu teknik pengumpulan data primer dan teknik pengumpulan data sekunder seperti berikut ini:

1. Data primer yakni data yang diperoleh secara langsung dari narasumber (sumber data manusia), yang memiliki peran sangat penting karena dari sumber

---

<sup>38</sup>Sugiono, *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 225.

itulah informasi dapat diperoleh. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti.

- a. Wawancara merupakan tanya jawab antara pewawancara dengan yang mewawancara untuk meminta keterangan atau pendapat mengenai suatu hal. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan (*interviewer*) dan pewawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang dijadikan pelengkap guna melancarkan proses penelitian, data sekunder ini dilakukan melalui dokumentasi atau arsip yang berkaitan dengan objek penelitian.

- a. Studi kepustakaan yaitu mengumpulkan data yang diperoleh dari buku-buku, literature, internet dan sumber-sumber lain yang terkait dengan penelitian ini.
- b. Studi dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan catatan atau dokumen yang ada dilokasi penelitian atau sumber-sumber lain yang terkait dengan objek penelitian.<sup>39</sup>

## G. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup>M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenad Media Group, 2007), h. 117.

<sup>40</sup>Sugiono, *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.2.



Analisis data dibentuk dari kata analisis dan data. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenar-benarnya dalam sebab-musabab atau duduk perkaranya. Data adalah keterangan ataupun bahan nyata yang dapat dijadikan dasar kajian analisis atau kesimpulan. Analisis data merupakan suatu kegiatan penyelidikan terhadap suatu peristiwa dengan berdasar pada data nyata agar dapat mengetahui keadaan yang sebenar-benarnya dalam rangka memecahkan permasalahan sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan yang valid dan ilmiah.<sup>41</sup>

Hasil penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada dimasyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena tertentu.<sup>42</sup>

Tahapan-tahapan yang dilakukan adalah:

1. Mengumpulkan data, yaitu data yang dikumpulkan berasal dari observasi wawancara dan studi dokumentasi.
2. Mengklarifikasi materi data, langkah ini digunakan untuk memilih data yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Mengklarifikasi materi data dapat dilakukan dengan mengelompokkan data yang diperoleh dari hasil observasi.
3. Pengeditan, yaitu melakukan penelaahan terhadap data yang terkumpul melalui teknik-teknik yang digunakan kemudian dilakukan penelitian dan pemeriksaan kebenaran serta perbaikan apabila terdapat kesalahan sehingga mempermudah proses penelitian lebih lanjut.
4. Menyajikan data, yaitu data yang telah ada di deskripsikan secara verbal kemudian diberikan penjelasan dan uraian berdasarkan pemikiran yang logis serta memberikan argumentasi dan dapat ditarik kesimpulan.

---

<sup>41</sup>Nur Ahmadi Bi Rahmadi, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h.77.

<sup>42</sup>M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h.117.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya Usaha

Biji hitam *coffee shop* merupakan kedai kopi yang berlokasi di Jl. Kolam Renang, Gundaling I, Berastagi. Biji Hitam Coffee Shop merupakan kedai kopi pertama di berastagi bahkan juga di kabupaten karo yang menyajikan kopi dengan metode *manual brewing*. Biji hitam coffee shop Berastagi berdiri pada tanggal 19 maret 2016, yang diinisiatifi oleh dua orang bersaudara yang dimana sang abang sudah lama menganggur, dan kebetulan sang adik juga memilih keluar dari pekerjaannya di salah satu *coffee shop* ternama yaitu sturbuck. Usaha ini berawal dari keinginan sang adik untuk bekerja formal di perusahaan, namun sang abang mencegah keinginan adiknya, karena ilmu yang dimiliki atau didapatkan oleh sang adik saat bekerja menjadi seorang barista dapat untuk diaplikasikan untuk membuat usaha sendiri.

Pada akhirnya Biji hitam Coffee shop Berastagi didirikan dengan fokus utamanya yaitu bergerak dalam bidang kopi dengan mengusung *manual brewing* sebagai ciri khas untuk menarik konsumen, yang mana manual brewing di tanah karo belum menjadi sesuatu hal yang awam bagi masyarakat. kedai kopi Biji hitam Coffee shop satu-satunya yang mengusung *third wave coffee* sebelumnya kedai-kedai kopi yang telah ada di Berastagi hanya menyajikan kopi hitam atau kopi dengan susu yang diseduh dengan cara tradisional. Dengan kekhususan yang dimiliki oleh usaha yaitu manual brewing cukup berhasil menarik konsumen untuk datang dengan berbagi perasaan penasarannya. Usaha Biji hitam selain manual brewing yang notabennya itu menghasilkan kopi hitam, mereka juga menjual berbagi produk minuman kopi dengan jenis lainnya yang dicampuri dengan susu semacam coffe latte, cappucino, dan berbagai minuman lainnya. Biji hitam juga menyediakan berbagai minuman non kopi seperti green tea, milkshake, hot chocolate, dan minuman lainnya untuk orang yang tidak suka dengan minuman rasa kopi.

## 2. Visi dan Misi

Visi dan Misi dari kedai kopi Biji Hitam Coffee Shop adalah mengkopikan tanah karo dengan kopi local yang di produksi baik dan sehat.

## 3. Lokasi Usaha

Lokasi usaha yaitu tempat dimana usaha menjalankan aktivitas usahanya, baik aktiviptas produksi maupun aktivitas administrasi. Lokasi usaha merupakan persoalan yang sangat penting bagi usaha pada suatu tempat tertentu akan mempunyai akibat yang sangat menentukan bagi keberhasilan maupun kegagalan jalannya aktivitas dari usaha tersebut. Tempat usaha Biji Hitam *Coffee Shop* dalam menjalankan usahanya yaitu di Jl. Kolam Renang, Gundaling 1, Kec. Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara berjarak 56 km ke arah selatan dari pusat kota medan.

## 4. Alat

### Manual Brew

#### V60



kegunaan dari tehnik ini adalah untuk mendapatkan kopi hitam yang bersih dan tidak ada minyak yang dikeluarkan serta menjaga karakter rasa dan aroma agar tetap terjaga.

### **Mesin Roasting**



Mesin ini berfungsi untuk menyangrai kopi sehingga biji kopi akan terpisah dari kulitnya. Selain dari itu alat ini juga berfungsi untuk menggiling biji kopi menjadi bubuk kopi yang halus dan siap untuk digunakan ataupun dipasarkan.

### **Mesin Machine Ferratti Ferro**



Mesin ini digunakan untuk membuat berbagai minuman kopi seperti espresso dll.

## 5. Struktur Organisasi dan Menu Bjihitam Coffee Shop

Struktur organisasi sangat dibutuhkan bagi suatu usaha atau perusahaan, yang mana struktur organisasi pada usaha adalah bertujuan untuk membina kekompakan dalam sebuah tim serta mengatur tugas kepada masing-masing pekerja. Struktur juga bertujuan untuk pengambilan keputusan sehingga memberikan petunjuk tentang pembagian tugas, wewenang dan juga tanggung jawab baik itu untuk setiap karyawan ataupun pemilik usaha.

### a. Struktur organisasi

Owner	: Andika Sahputra
	: Jaka
Barista	: Januar Riski
	: Idham
Koki/Kitchen	: Sundari
	: Arkan
Waitress	: Nadia

Berikut ini merupakan uraian tugas dari struktur kerja:

#### 1) Pemilik

Pemilik usaha pastinya memiliki peran ataupun pengaruh yang penting bagi kemajuan maupun perkembangan usaha. Bapak Andika Sahputra sebagai pemilik dan dibantu oleh adiknya yaitu pak jaka(sesama owner) memiliki tugas untuk memimpin beserta mengelola usaha. Menyediakan modal yang dibutuhkan, dan menentukan kebijakan untuk memperoleh tujuan perusahaan.

#### 2) Barista

Karyawan dari usaha bijihitam coffee shop dibagian barista berjumlah 2 orang. Tugas pokok karyawan bagian barista yaitu menyeduh dan menuangkan kopi, menyiapkan berbagai jenis minuman, menangani keluar masuknya uang di tempat usaha, mempersiapkan dan menyajikan makanan untuk pelanggan, dan melakukan tugas kebersihan.

### 3) Kitchen

Kemudian untuk bagian kitchen juga memiliki 2 orang. Dan tugas ataupun tanggung jawab dari bagian ini adalah melakukan persiapan untuk bagian-bagian dapur, melakukan order dan memastikan stock bahan baku sesuai kebutuhan, beserta menjaga peralatan masak dan kebersihan dapur.

### 4) Waitress

Adapun tugas dari bagian waitress yaitu untuk melayani pengunjung, mempersiapkan peralatan, mengambil pesanan pengunjung, dan menyajikan pesanan kepada pengunjung.

### b. Menu

<b>Menu</b>	<b>Harga</b>
<b>Signatur Drink</b>	
Sparkling lemon coffee	25k
Mango yakult	25k
Matca affogato	25k
Nutella Latte	25k
Espresso ice cube	25k
Ice cream affogato	25k
Thai tea jelly chees cream	25k
Pandan jelly chees cream	25k
Oreo charcoal	25k
Cold black	30k
Cold white	23k

<b>Espresso Based</b>	
Espresso	18k
Doppio	20k
Americano	20k
Cappuccino	23k
Coffee latte	23K
Mocha latte	25k
Huzelnat latte	25k
Caramel latte	25k
Vanilla latte	25k
Caramel macchiato	25k
Sanger	20k

<b>Jahe Series</b>	
Ginger latte	23k
Ginger mocca	25k
Earl oreya ginger	23k
<b>Non Coffee</b>	
Chocolate	20k
Vanilla Milshake	20k
Strawberrymilkshake	20k
Hazelnut milkshake	20k
Caramel milkshake	20k
Red velvet	25k
Green tea latte	25k
Charcoal	25k
Aqua	5k
<b>Tea</b>	
Strawberry	18k
Apple	18k
Lychee	18k
Peach	18k
Kasturi	18k
Earl grey	18k
Chamomile	18k
Jasmine	18k
Mint	18k
<b>Snack</b>	
Lumpia ayam	18k
Chicken nugget	18k
Kentang goreng	18k
Ubi goreng	15k
Tempe goreng	18k
Pisang bakar	18k



<b>Makanan</b>	
Nasi goreng	18k
Nasi goreng kari	18k
Indomie kuah	16k
Indomie goreng	16k
Ayam wijen	28k
Ayam penyet + nasi	28k
Ayam lada hitam + nasi	28k
Sapi lada hitam + nasi	32k
Nasi putih	5k

## **6. Analisis Kelakan Bisnis Usaha Biji Hitam *Coffee Shop***

Untuk menentukan sebuah usaha layak atau tidak akan dibahas satu persatu aspek yang dijadikan sebagai acuan. Peneliti akan mengetahui usaha layak atau tidak berdasarkan informasi yang akan diperoleh atau didapatkan dari wawancara langsung dengan pemilik bisnis.

### **a. Aspek Pasar dan Pemasaran**

Dalam uraian aspek pasar dan pemasaran, sekurang-kurangnya harus melingkupi luas pasar, perkembangan pasar, dan langkah-langkah tertentu disamping kebijaksanaan yang diperlukan, siklus hidup produk atau kesinambungan permintaan akan produk. Serta harus memperkirakan kendala-kendala yang akan dihadapi di pasar. Permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan konsumen yang mempunyai kemampuan untuk membeli pada berbagai tingkat harga. Sedangkan penawaran diartikan sebagai kuantitas barang yang ditawarkan sebagai kuantitas barang yang ditawarkan dipasar pada berbagai tingkat harga.

Pertama peneliti mengajukan pertanyaan kepada Bapak Andika siapakah yang menjadi target konsumen dari usaha Biji Hitam *Coffee Shop* ?

*“target konsumen kami adalah masyarakat disekitar sini dan wisatawan yang berkunjung ke Berastagi ini dek.”<sup>43</sup>*

Sesuai dengan penjelasan diatas, sasaran target pasar dari usaha ini mencakup seluruh kalangan masyarakat dan wisatawan yang berkunjung ke Berastagi.

Selanjutnya saya bertanya tentang saat ini adakah pesaing lain dari usaha Biji Hitam *Coffee Shop*?

*“Pesaing Biji Hitam ini itu lumayan banyak dek, tapi kalau kedai kopi yang menggunakan alat manual brewing itu hanya usaha ini.”*

kemudian saya lanjut bertanya apakah dampak yang diakibatkan dari adanya pesaing kedai kopi lainnya ?

*“sejauh ini, pesaing yang ada di daerah berastagi ini tidak memberikan dampak yang besar bagi usaha kami. Karena usaha Biji Hitam *Coffee Shop* ini masih ramai pengunjung apalagi di hari weekend alhamdulillah pengunjung yang datang selalu meningkat.”*

Berdasarkan pernyataan diatas bahwa usaha Biji Hitam *Coffee Shop* memiliki pesaing kedai kopi yang lumayan banyak, namun tidak berdampak kepada usaha yang dijalankan oleh Biji Hitam, hal itu dapat dilihat bahwa setiap harinya usaha semakin ramai pengunjung.

Daerah mana yang kerap kali memiliki permintaan Biji Hitam *Coffee Shop* yang lebih tinggi?

*“kalau untuk pemesanan produk yang masih dalam kemasan biasanya pesanan yang paling banyak itu dari medan.”*

**Bauran Pemasaran**

Produk yang di produksi oleh usaha Biji Hitam *Coffee Shop* merupakan kopi yang dihasilkan langsung oleh petani asli karo. Proses pemeliharaan tanaman

---

<sup>43</sup>Andika Syahputra, Owner, Wawancara pribadi, Berastagi, 20 September 2020.

kopi sampai dengan kopi yang siap konsumsi dilakukan dengan sebaik mungkin sehingga kualitas kopi dapat dipertahankan. Disini juga terdapat produk selain dari kopi yaitu makanan, snack dan minuman non kopi. Untuk ciri khas kopi yang dimiliki oleh usaha Biji Hitam terletak pada pelaku usaha yang hanya memproduksi kopi lokal (karo), yang mana kopi ini mempunyai rasa asam-asam seperti dicampuri oleh jeruk. Selain memiliki ciri khas rasa kopi Biji Hitam juga mempunyai ciri khas yang berbeda dengan usaha *coffee shop* lainnya, dimana dalam penyajiannya masih menggunakan teknik *manual brewing*. Dengan demikian, Biji Hitam *Coffee Shop* memiliki ciri khas yaitu rasa kopi yang berbeda dengan kopi lainnya dan juga cara penyajiannya yang menjadi daya tarik bagi konsumen/pelanggan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara ?

*“adapun menu atau produk utama kami disini itu kopi, kemudian ada minuman yang memang non kopi, ada juga makanan, snack dan lainnya. Kalau untuk rasa kopi mungkin itu ada keistimewaan sendiri ya dek, kan kopi karo itu memiliki ciri khas yang berbeda dengan kopi di daerah lain, nah keistimewaannya itu dimana kopi karo memiliki rasa asam-asam seperti dicampuri dengan jeruk dan teknik penyajian kami juga beda dari yang lain dimana disini kami menggunakan teknik manual brewing.”*

Jadi produk yang dijual oleh usaha Biji Hitam *Coffee Shop* merupakan produk kopi asli dari karo, selain dari itu usaha ini juga memiliki daya tarik sendiri dimana untuk menyajikan minuman kopi mereka menggunakan teknik *manual brewing* yang mana beda dari kedai kopi lainnya yang berada di daerah Berastagi.

Sistem penentuan harga produk Biji Hitam *Coffee Shop* mengikuti berdasarkan harga bahan baku yang dibeli dari petani kopi atau pedagang bahan baku lainnya. Pihak usaha bisa untuk menentukan harga langsung namun sesuai dengan harga bahan yang dibutuhkan. Sesuai dengan hasil wawancara yang

dilakukan dengan bapak Andika mengenai bagaimana cara bapak menentukan harga untuk produk yang akan dijual?

*“kami untuk menentukan harga itu gak pala ribet dek untuk minuman dan makanan sebenarnya cukup mudah tanpa harus melihat segmentasi pasar yang akan kami ikuti, disini kami menentukan harga dari produk itu berdasarkan harga bahan baku yang kami beli dari petani kopi atau dari pedagang lainnya”.*<sup>44</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat kita ketahui bahwa yang mempengaruhi harga penjualan produk kopi/minuman yang dijual adalah harga bahan baku yang diperlukan.

Saluran distribusi usaha Biji Hitam *Coffee Shop* dilakukan secara langsung untuk wilayah Berastagi dan konsumen atau pelanggan yang datang ke tempat usaha, dan menggunakan fasilitas kargo untuk pengiriman wilayah luar Berastagi seperti jasa TIKI, POS, Bus, dan jasa pengiriman lainnya untuk kopi yang masih dalam kemasan. Untuk biaya kirim produk kopi yang dalam kemasan untuk luar kota sepenuhnya ditanggung oleh pembeli produk. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara tentang bagaimana penjualan usaha Biji Hitam *Coffee Shop* selama ini yang sudah dilakukan ?

*“Saluran distribusi disini itu dilakukan secara langsung kepada konsumen/pelanggan yang datang langsung, dan untuk wilayah Berastagi. Nah kalau untuk yang keluar daerah Berastagi biasanya kami menggunakan jasa TIKI, POS, Bus atau jasa pengirim lainnya dek, dan untuk biayanya yang nanggung ya si pembeli dek.”*

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa untuk saluran distribusi usaha Biji Hitam *Coffee Shop* dilakukan secara langsung oleh pihak usaha untuk wilayah Berastagi, dan untuk wilayah diluar daerah Berastagi pihak usaha

---

<sup>44</sup>*Ibid.*

melakukan pengiriman melalui jasa TIKI, POS, Bus atau jasa pengiriman lainnya.

Untuk pengenalan produk kepada konsumen dilakukan dengan cara melalui sosial media dan secara langsung. Sosial media yaitu melalui media facebook, instagram, dan juga youtube, dan secara langsung dimana pemilik usaha melakukan pengenalan produk mereka dengan cara langsung kepada para konsumen. Sesuai dengan wawancara peneliti dengan bapak Andika yaitu: Bagaimana cara/strategi promosi pihak usaha dalam memasarkan produknya?

*“Untuk promosikami lakukan dengan cara lewat social media dan dengan cara langsung dari mulut ke mulut. Adapunsocial media yang kami gunakan berupa media facebook, instagram dan youtube.”<sup>45</sup>*

Bagaimana dampak dari kegiatan pemasaran yang sudah dilakukan oleh usaha Biji Hitam *Coffee Shop* ?

*“Dampak dari kegiatan pemasaran yang sudah kami lakukan untuk penjualan produk alhamdulillah dapat meningkatkan penjualan”*

Bagaimana rencana pemasaran yang akan dilakukan kedepan nantinya dalam meningkatkan penjualan ?

*“Untuk saat ini rencana pemasaran sudah cukup. Namun, akan dilakukan penambahan perluasan tempat berjualan.”*

Disini mereka menentukan harga jual berdasarkan bahan baku, jika bahan baku naik maka mereka akan menyesuaikan dengan harga bahan baku tersebut.

Sesuai dengan pernyataan diatas bahwa usaha yang telah dijalankan Dalam metode pemasaran peneliti beranggapan bahwa sudah sangat baik karena dalam penggunaan metode sudah lebih dari satu metode seperti yang sudah dituangkan pada landasan teori sebelumnya yaitu yang berisi tentang

---

<sup>45</sup>Andika Syahputra, Owner, Wawancara pribadi, Berastagi, 20 September 2020.

bagaimana strategi pemasaran yang akan dijalankan, dan untuk menangkap peluang pasar yang ada. Dan untuk pangsa pasar sudah sangat bagus walaupun kurang strategis namun lokasi usaha ini mudah dijangkau atau ditemukan karena lokasi dari bisnis ini tidak jauh dari pusat kota dan berada tidak jauh dari lokasi wisata berastagi yaitu pajak buah dan wisata bukit gundaling dan usaha Bijihitam juga dekat dengan hotel Sinabung.

### **b. Aspek Sosial dan Ekonomi**

Pada analisis aspek sosial ekonomi ini berkaitan dengan bagaimana pengaruh usaha terhadap lingkungan sekitar lokasi usaha ataupun sebaliknya. Aspek yang dimaksud dapat berupa situasi perekonomian, sistem nilai pada masyarakat termasuk lingkungan hidup, dan situasi persaingan bisnis. Dalam aspek sosial usaha harus mampu memberikan dampak kepada masyarakat yang berada disekitar usaha, dalam hal ini usaha biji hitam *Coffee Shop* itu mampu memberikan manfaat kepada masyarakat hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

Apakah dengan adanya usaha Biji Hitam *Coffee Shop* ini membuka peluang kerja dari masyarakat sekitar dan mengurangi pengangguran?

*“Ya, yang mana usaha ini membuka peluang kesempatan kerja dan dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat yang berada disekitar sini, walaupun usaha ini hanya mampu menarik karyawan sebanyak 5 orang.”<sup>46</sup>*

Jadi, sesuai dengan pernyataan diatas dengan adanya usaha Biji Hitam *Coffee Shop* mampu menarik tenaga kerja sehingga mampu membantu pemerintah dalam mengurangi masalah pengangguran walaupun hanya dalam skala kecil.

Kemudian dari segi ekonomi peneliti lanjut bertanya kepada bapak Andika Apakah dengan adanya usaha Bijihitam *Coffee Shop* mampu meningkatkan jumlah pendapatan bagi masyarakat/pengelola usaha serta Devisa APBD ?

---

<sup>46</sup>Andika Syahputra, Owner, Wawancara pribadi, Berastagi, 20 September 2020.

*“Alhamdulillah ya, dimana dari segi ekonomi keberadaan usaha ini dapat membantu meningkatkan pendapatan bagi saya selaku pemilik usaha maupun bagi masyarakat sekitar yang bekerja disini karena memungkinkan mereka menggantungkan mata pencaharian pada usaha ini, nah kalau untuk pemerintah daerah mungkin mambantu seperti pajak usaha ini”.*<sup>47</sup>

Sesuai dengan pernyataan diatas, dalam aspek sosial dan ekonomi usaha Bijihitam *Coffee Shop* ini mampu membuka peluang kesempatan kerja dan usaha ini mampu menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar usaha, Dan secara langsung dengan keberadaan usaha ini bisa membantu pemerintah kabupaten Karo dalam mengurangi angka pengangguran walaupun hanya dalam skala angka kecil. Dengan adanya usaha Bijihitam *Coffee Shop* juga menambah penghasilan bagi pemerintah dari pajak yang diberikan oleh usaha.

### **c. Aspek Sumber Daya Manusia**

Aspek sumber daya manusia aspek yang paling krusial diperhatikan. Karena untuk mengetahui apakah dalam pembangunan dan implementasi bisnis diperkirakan layak atau tidak tergantung dari ketersediaan sumber daya manusia. Ketersediaan sumber daya manusia meliputi kondisi kompetitif yang dimiliki karyawan, deskripsi pekerjaan, program pelatihan dan pengembangan, penentuan prestasi kerja, mekanisme PHK, kebijakan rekrutmen-seleksi-Oreintasi serta keselamatan kerja.

Pada Usaha Biji Hitam terdapat 5 orang tenaga kerja yang dipimpin oleh bapak Andika syahputra, ini sesuai dengan hasil wawancara peneliti yaitu:

Berapa jumlah karyawan yang terdapat pasda usaha Biji Hitam *Coffee Shop*?

*“Usaha Bijihitam Coffee Shoh ini dikelola oleh saya dan abang saya jika serta dibantu oleh karyawan-karyawan sebanyak 5 orang sebagai pengelola usaha dengan pembagian tugas dari pemilik sampai anggota karyawan”.*<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup>Andika Syahputra, Owner, Wawancara pribadi, Berastagi, 20 September 2020.

<sup>48</sup>Andika Syahputra, Owner, Wawancara pribadi, Berastagi, 20 September 2020.

Jadi sesuai dengan pernyataan di atas, usaha Biji Hitam *Coffee Shop* memiliki 5 orang karyawan yang dipimpin langsung oleh bapak andika. Kemudian dalam memperoleh tenaga kerja pada Usaha Biji Hitam *Coffee Shop*, dilakukan tahap rekrutment-seleksi. Berhubung usaha Biji Hitam masih pada manajemen yang sederhana, tingkat pendidikan tidak menjadi patokan utama, tetapi, harus memiliki kemampuan standard dalam penyeduhan kopi/minuman dan makanan, serta sehat jasmani dan rohani, dan loyal terhadap pekerjaannya. Dalam tahapan seleksi, pihak usaha Biji Hitam *Coffee Shop* langsung dipih oleh pemilik usaha dalam pemilihan karyawan. Hal seperti ini bertujuan memudahkan pihak Biji Hitam dalam pembinaan dan pelatihan untuk mengembangkan kemampuan karyawan dalam memasak, menggunakan mesin espresso, dan sebagainya. Sesuai dengan hasil wawancara.

Bagaimana kebijakan rekrutment/seleksi dalam memperoleh tenaga kerja?

*“Jenis teknologi yang kami gunakan digunakan disini masih sangat sederhana namun harus dijalankan oleh barista atau yang sudah menguasainya. Oleh karena itu, kami disini tidak terlalu menuntut persyaratan tenaga kerja berpendidikan formal, namun kami akan merekrut beberapa orang yang memiliki keterampilan khusus dalam menggunakan mesin espresso, memasak, sehat jasmani dan rohani, serta loyal terhadap pekerjaannya setelah itu, kami akan menyeleksi siapakah kandidat terbaik berdasarkan pengalamannya dalam menggunakan mesin espressodan hasil merupakan penilaian penting, setelah itu kami akan menentukan siapakah yang dapat menjadi karyawan tetap berdasarkan tahap rekrut dan seleksi. Kebutuhan tenaga kerja yang seperti yang saya sampaikan tadi bisa dipenuhi oleh pria ataupun wanita yang telah mengerti tentang bagaimana penyeduhan kopi atau pun yang berpengalaman bekerja di kedai kopi modern”.*

Dalam pencapaian produktivitas kerja sejauh ini sudah mencapai target yang diharapkan dimana pihak usaha masih mampu memenuhi pesanan konsumen. Seperti hasil pernyataan wawancara sebagai berikut:



Apakah pencapaian produktivitas kerja oleh karyawan sudah sesuai dengan target?

*“Sejauh ini, dalam pencapaian produktivitas kerja sudah bisa dianggap mencapai target yang diharapkan ya, karena alhamdulillah sampai saat ini kami sudah mampu memenuhi pesanan atau permintaan dari para konsumen, hanya saja memang mungkin masih ada alat produksi yang kami butuhkan disini untuk mempermudah proses produksi.”*

Kemudian dalam pengembangan usaha Biji Hitam, karyawan yang dibutuhkan sebanyak 5 orang pekerja yang terdiri dari 2 orang barista, 2 orang koki/kitchen, dan 1 orang untuk bagian waitress. Sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan bapak Andika yaitu:

Dalam pengembangan usaha berapakah karyawan yang dibutuhkan oleh pihak usaha ?

*Jumlah tenaga kerja yang ada disini itu ada 5 orang, 2 orang untuk barista, 2 orang untuk kitchen, dan 1 orang untuk waitress. Jam kerja biasanya kami mulai dari hari sabtu-kamis yang dihari itu kami mulai buka di jam 13.00-23.00 wib, dan kalau dihari jumat kami bukanya mulai jam 14.00-23.00 wib, dan dihari senin itu saya buat jadwal libur ya. Nah kalau dalam system pengupahan tenaga kerja itu upah setiap bulan. Penghitungan gaji kepada seluruh karyawan dihitung setiap bulannya sebesar Rp 6.400.000. yang dibagi menjadi 3 bagian, nah dibagian barista itu ada 2 karyawan yang gajinya sebesar Rp3.000.000 dan per orangnya diberikan gaji sebesar Rp1.500.000, dan dibagian koki/kitchen juga ada 2 karyawan yang gajinya itu sebesar Rp 2.200.000 yang kalau perorangnya diberi Rp1.100.000, dan untuk bagian waitress ada 1 orang yang gajinya sebesar Rp1.200.000 per bulannya. dan Karyawan yang ada disini itu berasal dari lingkungan masyarakat disini.”<sup>49</sup>*

---

<sup>49</sup>Ibid.,

Bagaimana dengan mekanisme PHK yang diterapkan oleh pihak Biji Hitam *Coffee Shop* ?

*“Kalau untuk saat ini mekanisme PHK itu belum pernah saya lakukan. tapi, saya tidak menutup kemungkinan mekanisme PHK akan diterapkan suatu saat nanti kalau misalnya terjadi masalah pada karyawan yang menyalahi aturan yang sudah ditetapkan oleh pihak kami.”*

Pada waktu operasional usaha, bagaimana resiko keselamatan dan kesehatan karyawan pada usaha Biji Hitam *Coffee Shop*?

*“Pada waktu operasional usaha, resiko keselamatan dan kesehatan karyawan mungkin masih kurang dalam manajemen dengan baik. Karena disini Kami hanya menyediakan kotak P3K (Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan) jika seandainya terjadi kecelakaan kecil”.*

Sesuai dengan pernyataan diatas bahwa untuk keselamatan dan kesehatan karyawan masih belum dimanajemenkan dengan baik, namun pihak usaha menyediakan kotak P3K jika seandainya terjadi kecelakaan kerja pada level yang ringan. Untuk sejauh ini karyawan yang dari Biji Hitam *Coffee Shop* mampu bekerja sama secara individual maupun secara tim karena hubungan sosial masih baik secara adat dan kekeluargaan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara sebagai berikut ?

Bagaimana kondisi hubungan sosial antara pemilik usaha dengan karyawan dalam kegiatan operasional usaha pada Biji Hitam *Coffee Shop* ?

*“Kalau untuk sejauh ini, karyawan mampu bekerja sama secara individual maupun tim karenakan hubungan sosial masih terikat kekeluargaan dengan adat karo.”*

Untuk aspek sumber daya manusia di Biji Hitam *Coffee Shop* yang yang menyangkut dengan SDM sudah baik, hal ini bisa dilihat sudah adanya tenaga kerja yang tetap dan tenaga kerja yang ahli dalam bidang masing-masing yang sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh usaha Biji Hitam *Coffee Shop*,

hal ini bisa menjadi pendorong fokus pihak usaha untuk meningkatkan pendapatan dan perkembangan untuk usaha tersebut.

#### **d. Aspek pemasaran dalam perspektif Ekonomi Islam**

Dalam konsep dari pemasaran islam berlaku bagi setiap langkah kita dalam memasarkan produksi agar tercapai pemasaran yang efektif dan efisien, berlaku adil, tanggap terhadap perubahan, berbuat yang terbaik dari produk dan harga, dan tidak melakukan kecurangan, dan selalu berorientasi pada kualitas. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

Apakah usaha Biji Hitam *Coffee Shop* sudah mencapai pemasaran yang efektif dan efisien, berlaku adil, tanggap terhadap perubahan, berbuat yang terbaik, tidak melakukan kecurangan serta berorientasi pada kualitas ?

*“Jujur awal saya mendirikan usaha ini tidak berdasarkan prinsip dari ekonomi islam, tapi insya Allah dalam menjalankan usaha Biji Hitam Coffee Sho ini saya selalu berusaha memikirkan cara yang efektif dan efisien agar sekiranya dapat mencapai hasil yang maksimal dan juga saya selalu mengusahakan berlaku adil pada karyawan saya maupun kepada konsumen, dan tidak pernah membeda-bedakan konsumen ya karena kan mereka sama-sama pembeli, dan tentunya untuk produk dan harga yang kami tawarkan dan kami jual kami selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik dan menganggap bahwa kualitas adalah yang paling terpenting.”<sup>50</sup>*

## **B. Pembahasan**

Dari hasil penelitian diatas, dapat diketahui layak atau tidak layak usaha yang dijalankan. Usaha yang dijalankan cenderung bersifat positif berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek sosial ekonomi, dan kelayakan bisnis dalam perspektif etika bisnis islam.

---

<sup>50</sup>*Ibid.*,

## 1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Adapun tujuan analisis aspek pasar dan pemasaran yaitu untuk melihat bagaimana peluang pasar atau pangsa pasar Biji Hitam *Coffee Shop* yang akan dimasuki oleh produk yang dihasilkan. Dalam aspek pasar dilakukan analisis terhadap bentuk pasar, persaingan usaha, dan bauran pemasaran, jadi pada aspek pasar dan pemasaran di Biji Hitam *Coffee Shop* adalah sebagai berikut:

### a. Potensi Pasar

Biji Hitam *Coffee Shop* memiliki potensi pasar yang baik, melihat jumlah kedai kopi yang mengusung tehnik manual brewing hanya usaha Biji Hitam saja. Selain

### b. Bentuk Pasar

Adapun bentuk pasar produsen usaha Biji Hitam *Coffee Shop* adalah pasar persaingan sempurna. Dimana jenis pasar ini, jumlah produsen tidaklah terbatas karena usaha seperti ini dapat dijalankan oleh berbagai pihak selama memiliki kemampuan dan semua sumber daya yang dibutuhkan. Sedangkan untuk pasar konsumen yang dipilih adalah penjualan secara langsung, karena pihak usaha telah memiliki tempat usaha yang tetap dan memiliki tempat untuk menjual barang langsung ke konsumen.

### c. Bauran Pemasaran

#### 1) Produk

Adapun produk utama yang menjadi andalan pada Biji Hitam *Coffee Shop* adalah kopi dengan mengusung manual brewing. Selain manual brewing yang notabennya mnghasilkan kopi hitam, Biji Hitam juga menjual produk lain baik itu jenis minuman kopi yang dicampur dengan susu seperti *coffee latte*, *cappucino*, dll. Ada juga produk minuman non kopi seperti *green tea*, *hot chocolate*, *milkshake*, dll. Namun selain dari produk minuman yang disebutkan sebelumnya dalam usaha ini juga terdapat makanan, dan snack, selain itu usaha ini juga menyediakan kopi bubuk yang dibuat dalam kemasan. Makanan yang disajikan di *Coffee Shop* ini tergolong unik karena Biji Hitam menggunakan penyajian yang menarik untuk makanan dan gelas

cantik juga digunakan untuk menyajikan minuman. Untuk menjaga konsumen agar tidak bosan dengan produk yang ditawarkan, pihak usaha menawarkan inovasi dengan menawarkan produk baru. Inovasi pada produk berdasarkan atas permintaan konsumen, apabila permintaan pada produk tinggi maka tidak menutup kemungkinan produk akan dijadikan menu yang tetap di Biji Hitam *Coffee Shop*. Selama beroperasi Biji Hitam *Coffee Shop* telah melakukan beberapa kali inovasi produk. Salah satunya *coffee jelly cheese cream*.

## 2) Harga

Harga yang ditawarkan oleh usaha Biji Hitam cukup bervariasi dan terbilang tidak terlalu mahal. Untuk harga minuman kopi dan menu lainnya dimulai dari harga sebesar Rp.15.000 sampai dengan Rp.30.000, harga snack pendamping minum kopi berkisar antara Rp. 15.000,-sampai dengan Rp. 20.000 sedangkan untuk makanan berkisar antara Rp. 16.000,-sampai dengan Rp. 40.000. dalam penetapan harga pihak usaha menentukan harga jual berdasarkan bahan baku, jika bahan baku naik maka mereka akan menyesuaikan dengan harga bahan baku tersebut.

## 3) *Place or distribution*

Saluran distribusi produk Biji Hitam *Coffee Shop* dilakukan dengan secara langsung untuk wilayah Berastagi. Dan untuk pemesanan daerah luar Berastagi saluran distribusi dilakukan menggunakan fasilitas kargo seperti jasa TIKI, POS, Bus, dan jasa pengiriman barang lainnya yang disetujui oleh konsumen.

## 4) Promosi

Promosi yang dilakukan oleh usaha Biji Hitam sangat baik, dimana usaha ini memasarkan menu/produknya yaitu melalui media sosial seperti facebook, instagram dan youtube. Promosi lain yang dilakukan oleh usaha Biji Hitam yaitu secara langsung dari mulut ke mulut dan dibantu oleh faktor konsumen dengan menceritakan pengalaman yang dialaminya kepada

orang lain dari konsumen itu sendiri. Dari hasil promosi ini sendiri sudah dapat dirasakan, yakni dengan terjadinya kenaikan penjualan setiap tahunnya.

Sesuai dengan pernyataan diatas bahwa usaha yang telah dijalankan Dalam metode pemasaran peneliti beranggapan bahwa sudah sangat baik karena dalam penggunaan metode sudah lebih dari satu metode seperti yang sudah dituangkan pada landasan teori sebelumnya yaitu yang berisi tentang bagaimana strategi pemasaran yang akan dijalankan, dan untuk menangkap peluang pasar yang ada. Dan untuk pangsa pasar sudah sangat bagus walaupun kurang strategis namun lokasi usaha ini mudah dijangkau atau ditemukan karena lokasi dari bisnis ini tidak jauh dari pusat kota dan berada tidak jauh dari lokasi wisata berastagi yaitu pajak buah dan wisata bukit gundaling dan usaha BijiHitam juga dekat dengan hotel Sinabung, untuk aspek pasar dan pemasaran layak untuk dijalankan.

## **2. Aspek sosial dan ekonomi**

Pada analisis aspek sosial dan ekonomimeliputi seberapa besar manfaat dari usaha Biji Hitam *Coffee Shop* terhadap lingkungan yang disekitarnya baik bagi masyarakat maupun bagi pemerintah. Dalam hal ini yang menjadi faktor tolak ukur yaitu peningkatan pendapatan masyarakat, peningkatan kesempatan kerja masyarakat sekitar, dan memberikan pajak bagi pemerintah daerah, maka penjelasannya sebagai berikut

Dari analisis aspek sosial yang dilakukan, dengan dijalankannya usaha Biji Hitam *Coffee Shop*, membuka kesempatan kerja dan mampu menyerap tenaga kerja dari masyarakat yang berada disekitar usaha sekitar 5 orang, dan juga memberikan manfaat terhadap petani kopi daerah sehingga secara tidak langsung usaha Biji Hitam *Coffee Shop* ini mampu membantu pemerintah daerah berastagi dalam upaya mengurangi angka pengangguran walaupun hanya dalam jumlah kecil.

Analisis aspek ekonomi, keberadaan usaha Biji Hitam *Coffee Shop* ini dapat meningkatkan jumlah pendapatan bagi pemilik usaha dan masyarakat yang berada disekitar serta pemerintah. Seperti yang diketahui bahwa semakin besar usaha yang didirikan oleh seseorang maka akan semakin besar manfaat sosial dan ekonomi yang bisa dirasakan. Selain skala usaha Biji Hitam *Coffee Shop* ini yang tergolong sederhana, daerah tempat usaha merupakan daerah yang bisa dikatakan kurang strategis karena tempat yang dipilih bukan berada disekitar jalan besar namun aktifitas ekonominya cukup bervariasi, sehingga dampak sosial dan ekonomi bagi lingkungan usaha tidak terlalu besar dan tidak terlalu kelihatan, tapi dapat dikatakan usaha Biji Hitam *Coffee Shop* tetap memberikan dampak positif secara sosial dan ekonomi walaupun sedikit.

Berdasarkan analisis aspek sosial dan ekonomi pada usaha Biji Hitam *Coffee Shop* dinyatakan layak karena memberikan manfaat positif secara sosial dan ekonomi walaupun sedikit.

### **3. Aspek Sumber Daya Manusia**

Dalam penilaian aspek sumber daya manusia untuk pengembangan usaha meliputi:

- a. Kondisi kompetitif, adapun jumlah karyawan yaitu sebanyak 5 orang dengan kemampuan mampu menyajikan kopi espresso dengan baik, mampu menyajikan makanan yang bisa dinikmati konsumen dan mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Adapun jam kerja biasanya dimulai selasa-kamis dari pukul 13.00-23.00 wib, jum'at dimulai dari pukul 14.00-23.00 wib, sabtu dan minggu dimulai dari pukul 13.00-23.00 wib dan senin libur.
- b. Deskripsi pekerjaan yang ditetapkan adalah Pemilik usaha pastinya memiliki peran ataupun pengaruh yang penting bagi kemajuan maupun perkembangan usaha. Bapak Andika Sahputra sebagai pemilik dan dibantu oleh adiknya yaitu pak jaka(sesama owner) memiliki tugas untuk memimpin beserta mengelola usaha. Menyediakan modal yang dibutuhkan, dan

menentukan kebijakan untuk memperoleh tujuan perusahaan. Kemudian barista berjumlah 2 orang. Tugas pokok karyawan bagian barista yaitu menyeduh dan menuangkan kopi, menyiapkan berbagai jenis minuman, menangani keluar masuknya uang di tempat usaha, mempersiapkan dan menyajikan makanan untuk pelanggan, dan melakukan tugas kebersihan. Kemudian untuk bagian kitchen juga memiliki 2 orang. Dan tugas ataupun tanggung jawab dari bagian ini adalah melakukan persiapan untuk bagian-bagian dapur, melakukan order dan memastikan stock bahan baku sesuai kebutuhan, beserta menjaga peralatan masak dan kebersihan dapur. Waitress yang bertugas untuk melayani pengunjung, mempersiapkan peralatan, mengambil dan menyajikan pesanan kepada pengunjung.

- c. Prestasi kerja, sejauh ini pencapaian prestasi kerja sudah dianggap baik seperti yang diharapkan dimana mampu memenuhi pesanan konsumen.
- d. Sistem pemberian kompensasi kepada tenaga kerja Biji Hitam *Coffee Shop* sistem upah bulanan. Untuk tenaga kerja Penghitungan gaji kepada seluruh karyawan dihitung setiap bulannya yaitu sebesar Rp 5.800.000 per bulan yang dibagi menjadi 3 bagian, dan untuk bagian barista ada 2 karyawan yang gajinya sebesar Rp3.000.000 dan per orangnya diberikan gaji sebesar Rp1.500.000, dan dibagian koki/kitchen juga ada 2 karyawan yang gajinya juga sebesar Rp 2.200.000 yang setiap karyawannya diberi gaji Rp1.100.000 per orang, dan untuk karyawan bagian waitress berjumlah 1 orang dan diberi gaji sebesar Rp1.200.000 per bulannya.
- e. Mekanisme PHK yang diterapkan oleh Biji Hitam *Coffee Shop* belum pernah dilakukan. Namun, pihak usaha tidak menutup kemungkinan juga bahwa mekanisme PHK akan dilakukan dimasa yang akan datang jika ada masalah pada karyawan yang dianggap menyalahi aturan yang diterapkan oleh Biji Hitam *Coffee Shop*.
- f. Kebijakan Rekrutmen, seleksi, dan Orientasi yang diterapkan Biji Hitam *Coffee Shop* tidak terlalu menuntut persyaratan tenaga kerja berpendidikan formal, namun pihak usaha lebih mengutamakan merekrut beberapa orang yang memiliki keterampilan khusus dalam menggunakan mesin espresso,



memasak, sehat jasmani dan rohani, serta loyal terhadap pekerjaannya. setelah itu, pihak usaha akan menyeleksi siapakah kandidat terbaik berdasarkan pengalamannya dalam menggunakan mesin espressodan hasil merupakan penilaian penting, setelah itu pihak usaha akan menentukan siapakah yang dapat menjadi karyawan tetapberdasarkan tahap rekrut dan seleksi Kebutuhan tenaga kerja yang seperti disyaratkan oleh pemiliik usaha.

- g. Keselamatan dan kesehatan kerja pada saat operasional usaha Biji Hitam *Coffee Shop* sudah baik. Dimana sudah menyediakan kotak P3K jika seandainya terjadi kecelakaan ringan.

Berdasarkan hasil analisis aspek sumber daya manusia pada usaha Biji Hitam *Coffee Shop* layak untuk dijalankan.

#### 4. Aspek Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam pemasaran islam tadlis sangat dilarang, seperti penipuan yang menyangkut kuantitas, kuitas, dan juga waktu penyerahan barang dan harga. Sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an surah Annisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ  
 وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ غَفُورًا حَكِيمًا

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu. (Qs. Annisa Ayat 29).*

Ayat diatas menjelaskan bahwa kita tidak boleh saling memakan harta sesama dengan cara jalan yang bathil kecuali harus dengan jalan perniagaan, dari ayat ini kita diingatkan agar senantiasa bersikap jujur serta adil dalam melakukan perniagaan, tidak boleh melakukan hal-hal yang dilarang dan tanpa mendatangkan kemudian.

Usaha Biji Hitam *Coffee Shop* sangat mementingkan kualitas usaha mereka, hal ini sejalan dengan pemasaran dalam ekonomi islam, karena didalam agama islam tidak hanya keuntungan yang dicari tapi juga masalah untuk umat atau konsumen, dengan kualitas minuman dan makanan yang baik usaha Biji Hitam sudah sejalan dengan prinsip ekonomi islam, serta pemilik usaha yaitu bapak Andika dalam memasarkan selalu berperilaku jujur, tidak pernah curang. Dengan perlakuan seperti ini maka pembeli atau konsumen menjadi senang berkunjung ke Biji Hitam *coffee Shop*".<sup>51</sup>

Pemasaran dalam islam memiliki beberapa poin khusus yang tidak ada ditemukan dalam ekonomi konvensional, yaitu tidak berlaku curang, dimana harus berlaku adil terhadap konsumen, tidak ada yang boleh saling mendzholimi atau saling menjatuhkan, usaha Biji Hitam *Coffee Shop* selalu bersaing dengan kualitas bukan dengan saling menjatuhkan".

Kemudian tanggap terhadap perubahan, dalam pemasarannya seperti yang dilakukan oleh bapak Andika sudah cukup tanggap dalam perubahan yang ada terkhususnya perubahan teknologi, bapak Andika sudah memanfaatkan media sosial untuk melakukan penjualan, dan berlaku suka rela antara satu sama lain, tentu dalam memasarkan usaha Biji Hitam sudah menerapkan prinsip kerelaan serta memberikan hak khiyar atau pembatalan, serta berorientasi kepada kualitas bukan keuntungan, karena bagi bapak Andika kualitas adalah hal utama yang mesti dijaga, bukan hanya keuntungan semata yang harus dikejar, tapi juga harus mengejar *fallah*, dan mesti memberikan yang terbaik dari sisi produk dan harga agar tidak ada kedzoliman terhadap konsumen.

Pada analisis aspek pemasaran dalam perspektif ekonomi islam usaha Biji Hitam *Coffee Shop* sudah dilakukan dengan baik, yaitu dengan mengikuti pemasaran yang sesuai dengan tinjauan ekonomi islam, usaha Biji Hitam menjalankan usahanya dengan jujur, tidak curang, dapat memberikan masalah, dapat membantu orang lain untuk berusaha dan tidak hanya berorientasi terhadap

---

<sup>51</sup>Andika Syahputra, Owner, Wawancara pribadi, Berastagi, 20 September 2020.

keuntungan semata, serta dalam menentukan harga usaha Biji Hitam *Coffee Shop* sudah melakukan yang terbaik yang bisa dilakukan.

Berdasarkan analisis aspek pemasaran dalam perspektif ekonomi islam pada usaha Biji Hitam *Coffee Shop* layak untuk dijalankan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian tentang Analisa Kelayakan Bisnis pada Usaha Biji Hitam *Coffee Shop* Berastagi, maka adapun kesimpulan yang diperoleh adalah :

1. Dari analisis aspek pasar dan pemasaran usaha Biji Hitam *Coffee Shop* Berastagi layak untuk dijalankan, Biji Hitam *Coffee Shop* dinilai memiliki potensi pasar yang baik, walaupun dilihat dari jumlah kedai kopi sudah lumayan banyak namun Biji Hitam *Coffee Shop* mampu bersaing dan peningkatan penjualan produk selalu meningkat. Dan untuk strategi pemasarannya, Biji Hitam mampu menciptakan produk yang kreatif, memberikan harga yang cukup terjangkau, serta melakukan promosi yang baik walaupun lokasi kurang strategis tapi dibantu dengan banyak relasi dari pemilik serta sosial media.
2. Dilihat dari aspek sumber daya manusia menunjukkan bahwa pada seluruh tenaga kerja pada usaha Biji Hitam *Coffee Shop* sudah menjalankan fungsi dan tugas masing-masing dengan baik yang sesuai dengan jabatan yang diterima baik dari pemiliknya ataupun karyawannya. Maka untuk kesiapan pada seluruh tenaga kerja sudah dilaksanakan dengan baik sehingga usaha Biji Hitam *Coffee Shop* layak untuk dijalankan.
3. Dari analisis aspek sosial dan ekonomi menunjukkan bahwa usaha Biji Hitam *Coffee Shop* layak dijalankan, karena dari aspek ekonomi usaha Biji Hitam *Coffee Shop* memberikan dampak positif ekonomi bagi masing-masing pihak yaitu baik dari pihak pemilik usaha, masyarakat dan juga pihak pemerintah daerah sehingga secara otomatis juga memberikan kesejahteraan bagi semua pihak. Dan dilihat dari aspek sosial usaha Biji Hitam *Coffee Shop* mendapat dukungan dari berbagai pihak, baik itu dari pihak masyarakat maupun pemerintah, sehingga usaha Biji Hitam *Coffee Shop* layak untuk dijalankan.

4. Usaha Biji Hitam *Coffee Shop* dilihat dari aspek pemasaran dalam perspektif ekonomi islam sudah sesuai dengan aturan islam dengan semestinya, baik dalam menentukan harga, dan dari perspektif ekonomi islam usaha Biji Hitam

*Coffee Shop* sudah tanggap dalam sebuah perubahan, berlaku adil, dan berorientasi kepada kualitas harga yang berimbang.

## **B. Saran**

Setelah melakukan penelitian Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Biji Hitam *Coffee Shop* Berastagi, maka berdasarkan apa yang sudah dialami penulis selama melakukan penelitian ini menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Kepada Pemerintah Karo diharapkan dapat terus memberikan dukungan dalam pengembangan usaha yang dimiliki masyarakat, dan juga mendorong masyarakat untuk membuka usaha-usaha yang baru agar terciptanya lapangan pekerjaan baru.
2. Bagi Usaha Biji Hitam *Coffee Shop*
  - a. Usaha Biji Hitam *Coffee Shop* sebaiknya lebih memperbesar kafe atau tempat usahanya mengingat bahwa konsumen yang datang setiap harinya semakin meningkat.
  - b. Biji Hitam sebaiknya memberikan petunjuk arah lokasi cafe di dekat jalan raya, tujuannya untuk memudahkan konsumen yang belum pernah datang ke Biji Hitam *Coffee Shop*.
  - c. Biji Hitam *Coffee Shop* dalam merekrut tenaga kerja disarankan agar ditambah lagi dari pemuda pemudi masyarakat sekitar agar bisa lebih membantu mensejahterakan masyarakat.
3. Kepada Akademis atau Mahasiswa untuk dapat mengembangkan usaha dan berusaha membangun usaha yang baru jika mempunyai modal, agar usaha dapat lebih maju lagi dan bisa membuka lapangan pekerjaan yang baru dan menambah penghasilan masyarakat. Bagi peneliti selanjutnya agar menggunakan metode yang terukur dan lebih memperluas pembahasan serta menambahkan atau memperbanyak aspek yang diteliti, dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan literature dalam melakukan penelitian selanjutnya.



## DAFTAR FUSTAKA

- Abdullah, Daud Vicary. Dan Keon Chee, *Buku Pintar Keuangan syariah*, Jakarta: Zaman, 2012
- Alma Bukhari, dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabet, 2009
- Agustina Shinta, *Manajemen pemasaran*, Malang: UB Press, 2011
- Arif, Muhammad. *Pengantar Bisnis*, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2015
- Arif, Muhammad. *Filsafat Ekonomi Islam*, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018
- Bi Rahmadi Nur Ahmadi, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016
- Bungin, M. Burhan. *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenad Media Group, 2007
- Elly Herliana. *Jurnal Fenomena Coffe Shop Sebagai Gejala Hidup Baru Kaum Muda*, *Thaqafiyat* vol.13, No.1, juni 2012
- Lubis Fauzi Arif, *Peranan BMT dalam Pemberdayaan Ekonomi Nasabah Di Kecamatan Berastagi-Kabanjahe Kabupaten Karo (Studi Kasus Bmt Mitra Simalem Al-Karomah)*, Human Falah: Volume 3. No. 2 Juli – Desember 2016.
- Harahap, Sofyan Syafri. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2004.
- Harahap, Isnaini. dan M.Ridwan. *The Handbook of Islamic economic*, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016
- Harahap, Sunarji. *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif*, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- <https://www.slideshare.net/mobile/AsadCungkring97/studi-kelayakan-bisnis-kedai-kopi-bang-ben>
- <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-tujuan-dan-jenis-investasi.html?m=1>. Diakses pada tanggal 03 maret 2020.
- Huda, Nurul. & Edwin. *Investasi pada Pasar Modal Syariah*, Jakarta: Keccana, 2008.
- Imsar. “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Durian Medan*” dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1((2): 46, 2018.
- Juliandi Azuar, et al, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Medan: UMSU Press, 2015.
- Jumingan. *Studi Kelayakan Bisnis Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.



- Kasmir.dan Jakfar. *Analisis Kelayakan Bisnis*,Jakarta: Kencana,2007
- Noor, Henry Faizal Noor. *Investasi : Pengelolaan Keuangan Bisnis dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat* Jakarta: PT.Indeks,2008
- Nuryadin, Muhammad Birusman.*Urgensi Penerapan Etika Dalam Bisnis*,jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol.01.No.1,Samarinda, IAIN Samarinda, 2015
- Mamik, *Metodologi Kualitatif*, Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015
- Marliyah, *Pengaruh Produk, promosi, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan (Studi Kasus pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Di Medan)*, Tansiq. Volume 2, No. 1. Januari-Juni 2019
- Putri, Nabila Ananda dkk, “*Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalongan, Kabupaten Bandung*”, jurnal *of food system and Agribusiness* vol.3(1), Bandung, Universitas Padjajaran, 2019
- Pusat bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi islam*,(Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2016
- Ridwan Muhammad, Isnaini Harahap, dan Pangeran Harahap, *Keputusan Pembelian Melalui Situs Belajar Online Terhadap Prilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan)*. J-Ebis Volume 3. 2 Juni 2018
- SolihinIsmail, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Praktis Dan Studi Kasus*, Jakarta : Balai Kencana, 2006
- Sri Sudiarti, Isnaini Harahap, *Fenomena Hijab Dalam Bisnis Kuliner Di Kota Medan*. At- Tawassudh, Volume 3. No. 1, 2018
- Suprihanto Jhon,*Pengantar Bisnis*,Yogyakarta: Liberty Jogja,2010
- Suliyanto. *Studi kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*,Yogyakarta: Andi Offset, 2010
- Supardi.*Metodologi Penelitian dan Bisnis*, Yogyakarta: UII Press, 2005
- Suharsini, Arikunto, *Penelitian Tindakan Kelas*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006
- Sugiono.*Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Suwinto. Johan.*Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*,Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011

Umar, Husein. *Study Kelayakan Bisnis*, Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama,2001

Yakob. dan Ibrahim. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta:PT. Rineka Cipta,2003

Yuliandri, MustikaTreisna. *Evolusi Kedai Kopi*, diakses melalui situs <http://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/> pada hari Senin 20 Oktober 2020.

Yunia Ika,*Etika Bisnis Islam*,Jakarta: Interpratama Mandiri,2013

## **LAMPIRAN**

## Lampiran 1

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### A. Identitas Pribadi

1. Nama : Nurhalimah Putri Siregar
2. Nim : 0501161041
3. Tempat, Tanggal Lahir : Tanjung Longat, 25 April 1998
4. Pekerjaan : Mahasiswi
5. Alamat : jl. Vetpur Raya IV Blok b 35
6. No. Handphone : 082189899997
7. Email : [nurhalimahputri97@gmail.com](mailto:nurhalimahputri97@gmail.com)

#### B. Riwayat Pendidikan

1. SD Pintu Padang Merdeka (2004-2010)
2. MTS Hasanuddin Desa Parigi (2010-2013)
3. MAS Daarul Muhsinin Janjimanahan Kawat (2013-2016)

## Lampiran 2

### Daftar Pertanyaan Wawancara Penelitian

#### A. Identitas Responden:

1. Nama	Andika Sahputra
2. Alamat	Lembah Kemakmuran
3. Pendidikan	D3
4. Jumlah anggota keluarga	2 bersaudara
5. Profesi	Wirausaha

#### B. Pendirian Usaha

1. Tahun berdiri	2016
2. Alasan memilih usaha coffee shop	Passion
3. Keunggulan usaha coffee shop	Banyak Relasi

#### C. Daftar Pertanyaan

1. siapakah yang menjadi target konsumen dari usaha Biji Hitam *Coffee Shop* ?
2. adakah pesaing lain dari usaha Biji Hitam *Coffee Shop*?
3. apakah dampak yang diakibatkan dari adanya pesaing kedai kopi lainnya ?
4. Daerah mana yang kerap kali memiliki permintaan Biji Hitam *Coffee Shop* yang lebih tinggi?
5. bagaimana cara bapak menentukan harga untuk produk yang akan dijual?
6. bagaimana penjualan usaha Biji Hitam *Coffee Shop* selama ini yang sudah dilakukan ?
7. Bagaimana cara/strategi promosi pihak usaha dalam memasarkan produknya?

8. Bagaimana dampak dari kegiatan pemasaran yang sudah dilakukan oleh usaha Biji Hitam *Coffee Shop* ?
9. Bagaimana rencana pemasaran yang akan dilakukan kedepan nantinya dalam meningkatkan penjualan ?
10. Apakah dengan adanya usaha Biji Hitam *Coffee Shop* ini membuka peluang kerja dari masyarakat sekitar dan mengurangi pengangguran?
11. Apakah dengan adanya usaha Biji Hitam *Coffee Shop* mampu meningkatkan jumlah pendapatan bagi masyarakat/pengelola usaha serta Devisa APBD ?
12. Berapa jumlah karyawan yang terdapat pada usaha Biji Hitam *Coffee Shop*?
13. Bagaimana kebijakan rekrutment/seleksi dalam memperoleh tenaga kerja ?
14. Apakah pencapaian produktivitas kerja oleh karyawan sudah sesuai dengan target?
15. Dalam pengembangan usaha berapakah karyawan yang dibutuhkan oleh pihak usaha ?
16. Bagaimana dengan mekanisme PHK yang diterapkan oleh pihak Biji Hitam *Coffee Shop* ?
17. Pada waktu operasional usaha, bagaimana resiko keselamatan dan kesehatan karyawan pada usaha Biji Hitam *Coffee Shop*?
18. Bagaimana kondisi hubungan sosial antara pemilik usaha dengan karyawan dalam kegiatan operasional usaha pada Biji Hitam *Coffee Shop* ?
19. Apakah usaha Biji Hitam *Coffee Shop* sudah mencapai pemasaran yang efektif dan efisien, berlaku adil, tanggap terhadap perubahan, berbuat yang terbaik, tidak melakukan kecurangan serta berorientasi pada kualitas ?

## DOKUMENTASI

HOT		ICE	
<b>SIGNATURE DRINK</b>			
SPARKLING LEMON COFFEE	25K		
MANGO YAKULT	25K		
HATCHA AFFOGATO	25K		
NOTTELLA LATTE	25K		
ESPRESSO ICE CUBI	25K		
ICE CREAM AFFOGATO	25K		
THAI TEA JELLY CHEESE CREAM	25K		
PANDAN JELLY CHEESE CREAM	25K		
ORIS CHARCOAL	25K		
COLD BLACK	20K		
COLD WHITE	23K		
<b>JANE SERIES</b>			
GINGER LATTE	22K		
GINGER MOCHA	25K		
KARL GREY GINGER	23K		
<b>TEA</b>			
STRAWBERRY	18K		
APPLE	18K		
LYCHEE	18K		
PEACH	18K		
KASTURI	18K		
KARL GREY	18K		
CHAMPAGNE	18K		
JASMINE	18K		
MINT	18K		
<b>SNACK</b>			
LUMPA AYAM	18K		
CHICKEN NUGGET	18K		
SEXTANG GORENG	18K		
UBI GORENG	15K		
TEMPE GORENG	18K		
PISANG BAKAR	18K		
PEREK	18K		
PISANG GORENG	15K		
MAKHTABAN INDOMIE	15K		
<b>ESPRESSO BASED</b>			
ESPRESSO	18K		
DOPPIO	20K		
AMERICANO	20K		
CAPPUCCINO	23K		
COFFEE LATTE	25K		
MUSCHA LATTE	25K		
HAZELNUT LATTE	25K		
CARAMEL LATTE	25K		
VANILLA LATTE	25K		
CARAMEL MACCHIATO	25K		
SANGER	20K		
<b>NON COFFEE</b>			
CHOCOLATE	20K		
VANILLA MILKSHAKE	20K		
STRAWBERRY MILKSHAKE	20K		
HAZELNUT MILKSHAKE	20K		
CARAMEL MILKSHAKE	20K		
RED VELVET	25K		
GREEN TEA LATTE	25K		
CHARCOAL	25K		
AQUA	5K		
<b>MAKANAN</b>			
NASI GORENG	18K		
NASI GORENG KAMU	18K		
INDOPIE KUAH	16K		
INDOPIE GORENG	16K		
AYAM WILLEN	20K		
AYAM PERVET + NASI	28K		
AYAM LADA HITAM + NASI	28K		
SAPI LADA HITAM + NASI	32K		
NASI PUTIH	8K		

### MANUAL BREWING

TEKNIK MANUAL BREWING, BERTUTUVA PILIH DI MANA ADALAH TANYAL POKOK YANG BERKAWAN



V60



KALITA WAVE



VIETNAM DRIP



AERO PRESS



FRENCH PRESS



TUBRUK



MOKAPOT



GABI DRIPPER





**BIJI HITAM**  
 JALAN KULAN BERANG  
 BEKASIRAG - 22556  
 BUKA : 12.00 - 24.00 WIB  
 JUMAT : 14.00 - 24.00 WIB  
 SENIN TUTUP

@BIJIHIT4M







