

ABSTRAK

Indonesia menjadi negara keempat sebagai penghasil kopi di dunia, hal juga sejalan dengan tingginya konsumsi kopi yang ada di Indonesia. Peningkatan konsumen kopi pun akhirnya membawa perubahan bagi tren minum kopi, kini minum kopi bukan lagi sekedar untuk menghilangkan kantuk tetapi telah menjadi sebuah gaya hidup dan kebutuhan. Selain itu, minum kopi juga dijadikan sebagai wadah untuk berkumpul serta alat untuk berkomunikasi, pencari suasana, ataupun menjalin keakraban. Maka kehadiran coffee shop pada akhirnya sangat diminati dengan alasannya adalah dapat menjadi tempat pertemuan dengan rekan, fenomena ini juga terjadi di Bandung,. Salah satu kedai kopi yang hadir di Bandung adalah Toko Kopi yang telah berdiri sejak tahun 2017. Berdasarkan hasil penelitian perhitungan di atas diperoleh nilai *Payback Period* (PP) selama 2 tahun 3 bulan, *Average Rate of Return* (ARR) sebesar 49%, *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp 29.425.706,-, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 34%, dan *Profitability Index* (PI) sebesar 1.3 kali. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa rencana pembukaan cabang baru Toko Kopi layak untuk dilakukan.

Kata kunci : Studi Kelayakan Cabang Baru, Toko Kopi