

ABSTRAK

Bikinin Kopi merupakan sebuah *coffee shop* yang menyediakan berbagai jenis minuman dan makanan. Bikinin Kopi membuka toko pertama di Jl. Pakuncen No.2, Sukaharja, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Berdasarkan permintaan pasar yang ada, pemilik berkeinginan untuk membuka cabang baru yang lebih besar dan mengembangkan bisnisnya pada lokasi yang lebih strategis yaitu di Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang. Tugas akhir ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis pembukaan cabang *coffee shop* Bikinin Kopi di Karawang dilihat dari aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial, dan analisis sensitivitas. Penentuan aspek pasar dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 139 responden yang berada di daerah Kabupaten Karawang dengan rentang usia 15-34 tahun. Dari kuisioner tersebut diperoleh informasi mengenai pasar potensial, pasar tersedia, pasar sasaran, *segmenting, targeting, positioning*, dan *marketing mix*. Sedangkan untuk aspek teknis dan aspek finansial berdasarkan dari data sekunder didapat dari berbagai sumber. Hasil penyebaran kuisioner menunjukkan persentase pasar potensial sebesar 89,2%, pasar tersedia 94,2% dan pasar sasaran membidik 0,23% dari pasar tersedia. Hasil dari perhitungan finansial menunjukkan nilai NPV untuk periode 2022-2026 adalah Rp115.808.301, presentase nilai IRR sebesar 37%, dan PP 2,4599002018 atau 2 tahun 8 bulan. Presentase MARR sebesar 9,82% lebih besar dari IRR dan NPV bernilai positif. Dari parameter tersebut menunjukkan bahwa pembukuan cabang baru Bikinin Kopi di Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang dinyatakan layak. Pada perhitungan sensitivitas, batas tingkat sensitivitas pada kenaikan biaya bahan baku sebesar 28,19%, biaya operasional sebesar 51,27%, kenaikan biaya tenaga kerja langsung sebesar 41,36%, penurunan permintaan sebesar 9,14% dan penurunan harga sebesar 9,05%, sehingga antara kelima indikator yang paling sensitif adalah penurunan harga.

Kata kunci – *analisis kelayakan, pengembangan bisnis, aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial.*