

ABSTRAK

Saat ini, *cafe* dapat menyediakan *dessert* sebagai menu pelengkap di mana *dessert* telah mengubah pola hidup konsumen di Indonesia, terutama kalangan anak muda yang tidak lagi mengonsumsi *dessert* hanya untuk makanan penutup saja, melainkan sebagai pilihan utama untuk makanan selingan. Berdasarkan hasil observasi terdapat sebagian *cafe* yang tidak menyediakan menu *dessert* karena tidak ada juru masak (*chef*) untuk membuatnya dan juga akan menghabiskan waktu untuk menyiapkan hidangan tersebut. Namun, kehadiran *dessert* di sebuah *cafe* dapat memberikan kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, *cafe* perlu mengembangkan menu *dessert* untuk memperluas bisnisnya dalam memenuhi kebutuhan pasar di mana *dessert* memiliki potensi pasar yang kuat yang digemari oleh generasi milenial dan generasi z.

Perilaku masyarakat dalam mengonsumsi *dessert* memberikan peluang bagi “Mamayu Desserts” untuk merealisasikan bisnis kuliner dengan menyediakan berbagai macam *dessert* untuk memenuhi kelengkapan menu *cafe*. Mamayu Desserts yang didirikan pada tahun 2020 berlokasi di Gateway Apartment Cicadas, Bandung. Mamayu Desserts memproduksi dan menjual *dessert* dengan berbagai macam menu yang memiliki beragam jenis dan varian rasa. Mamayu Desserts sudah berpotensi menarik perhatian konsumen dengan memiliki inovasi pada produk, namun hingga saat ini jumlah produksi Mamayu Desserts masih fluktuasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Mamayu Desserts diperoleh informasi faktor penyebab kurangnya informasi konsumen atas keberadaan Mamayu Desserts, pemilik Mamayu Desserts menginginkan pembukaan cabang kedua di Kota Bandung dengan konsep “Common Space” atau “ruang bersama” di sebuah café dikarenakan setelah dilakukan evaluasi oleh pemilik bahwa lokasi Mamayu Desserts saat ini berada di lokasi yang kurang strategis membuat konsumen kesulitan untuk mengakses lokasi tersebut.

Pemilik menginginkan pembukaan cabang dengan konsep *common space* di sebuah *cafe* sebagai peningkatan *brand* dari Mamayu Desserts yang terletak di lokasi strategis dalam rangka untuk meraih pangsa pasar yang lebih luas. Oleh

karena itu, terkait solusi tersebut untuk menambah cabang kedua dengan menggunakan analisis kelayakan ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial.

Berdasarkan hasil rancangan kelayakan usaha untuk mengetahui aspek pasar dilakukan pengolahan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden penduduk Kota Bandung dengan rentang umur dari 15-39 tahun sebagai target pasar. Penyebaran kuesioner memperoleh hasil pasar potensial sebesar 94% yang minat untuk membeli produk Mamayu *Desserts*. Pasar tersedia untuk setiap produk Mamayu *Desserts* menghasilkan persentase, yaitu persentase *Mini Desserts Cake* sebesar 94%, *Creamy Choux* sebesar 85%, *Tom & Jerry Cheesecake* sebesar 89%, *Bento Cake* sebesar 75%, *Apple Crumble* sebesar 83%, *Japanese Cake* sebesar 91% dan *Poured Tiramisu* sebesar 86%. Pasar sasaran untuk setiap produk Mamayu *Desserts* membidik untuk *Mini Desserts Cake* sebesar 0.03%, *Creamy Choux* sebesar 0.02%, *Tom & Jerry Cheesecake* sebesar 0.03%, *Bento Cake* sebesar 0.02%, *Apple Crumble* sebesar 0.02%, *Japanese Cake* sebesar 0.02% dan *Poured Tiramisu* sebesar 0.02%.

Aspek teknis menghasilkan informasi terkait proses bisnis, lokasi usaha, layout, dan peralatan serta fasilitas dalam perancangan pembukaan cabang kedua. Aspek finansial memperhitungkan kelayakan usaha menggunakan ketiga metode, yaitu NPV, IRR dan PBP. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Tugas Akhir ini, maka dapat disimpulkan bahwa perancangan pembukaan cabang kedua Mamayu *Desserts* menggunakan studi kelayakan bisnis yang ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial dinyatakan layak untuk dijalankan. Berdasarkan hasil perhitungan untuk lima tahun kedepan menggunakan metode kelayakan memperoleh NPV sebesar Rp 375,885,079, IRR sebesar sebesar 35.59% dan PBP pada 2.4 tahun yang menandakan usaha layak dijalankan. Usaha Mamayu *Desserts* memiliki tingkat sensitif terhadap penurunan harga jual sebesar 11.38%, penurunan *demand* sebesar 17.39% dan kenaikan biaya produksi 32.95% yang akan menyebabkan usaha tidak layak.

Kata kunci — *Common Space, Analis Kelayakan, NPV, IRR, PBP*