

ABSTRAK

Seiring meningkatnya gaya hidup modern khususnya di kota-kota besar di Indonesia, pertumbuhan *coffee shop* pun meningkat cukup pesat, salah satunya yaitu di Kota Bandung yang termasuk sebagai salah satu kota pariwisata. Oleh karena itu, Kadatuan Koffie perlu memiliki strategi bisnis agar mampu bertahan dan berkembang. Strategi bisnis pada penelitian ini didasarkan pada kondisi lingkungan eksternal dan internal pada Kadatuan Koffie.

Penelitian ini bertujuan untuk memformulasikan strategi bisnis pada Kadatuan Koffie. Formulasi strategi dilakukan menggunakan tiga tahapan perumusan strategi. Tahap pertama menggunakan matriks EFE, dan IFE untuk menentukan bobot pada matriks EFE, dan IFE, tahap yang kedua menggunakan matriks SWOT, dan matriks IE, sedangkan tahap ketiga untuk pengambilan keputusan digunakan matriks QSPM. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur.

Hasil penelitian menunjukkan skor matriks EFE sebesar 3,19, dan skor matriks IFE sebesar 3,33, sehingga posisi Kadatuan Koffie pada kuadran I pada matriks IE yaitu *grow and build* strategi. Strategi yang menjadi prioritas utama berdasarkan evaluasi dengan matriks QSPM adalah dengan strategi memaksimalkan penggunaan aplikasi untuk memperkenalkan produk dan mengembangkan produk yang baru.

Kata kunci : Kopi, Coffee shop, EFE, IFE, SWOT, IE, QSPM.