

ABSTRAK

Munculnya Covid-19 di Indonesia, yang ditetapkan sebagai pandemi ini mengakibatkan para pengusaha kedai kopi berusaha untuk mempertahankan bisnis yang sedang berjalan atau dihadapkan dalam sebuah pilihan menutup usaha atau mencari solusi baru dalam usaha mereka. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menganalisis strategi bersaing di tengah pandemi Covid-19 dari *Bruder Coffee Roasters*, satu kedai kopi berskala menengah (UKM) dari sekian banyak kedai kopi di Kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang dilakukan melalui wawancara owner, dan observasi kedai *Bruder Coffee Roasters*. Sedangkan, data sekunder didapatkan melalui studi pustaka, buku, jurnal, dan data internal perusahaan. Strategi bersaing yang dibangun adalah berdasarkan analisis SWOT dan QSPM yang didahului oleh analisis matriks IFE (analisis lingkungan internal) dan matriks EFE (analisis lingkungan eksternal). Kondisi Covid-19 dipertimbangkan khusus untuk melihat dampaknya pada analisis SWOT.

Kesimpulan faktor lingkungan internal yang mempengaruhi strategi bisnis *Bruder Coffee Roasters* terdiri dari faktor kekuatan dan kelemahan. Faktor kekuatan adalah (1) Lokasi yang strategis, (2) Harga yang masih mengikuti sesuai dengan survei pasar (3) Kualitas produk bahan baku dengan kualitas yang baik, (4) Pelayanan yang ramah dalam menyambut kedatangan pembeli, (5) Faktor Kelemahan adalah: (1) Tenaga kerja (SDM) yang terbatas dalam melayani para pembeli atau pelanggan, (2) Posisi dari *Bruder Coffee Roasters* ini kurang mendukung (strategis), (3) Parkiran *Bruder Coffee Roasters* kurang besar/luas, (4) Cita rasa dari makanan berubah-ubah, Faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi strategi bisnis *Bruder Coffee Roasters* terdiri dari faktor peluang dan ancaman. Faktor peluangnya adalah: (1) Karena adanya pelanggan tetap, (2) Rutin melakukan promosi, (3) Nyaman dijadikan sebagai tempat untuk nongkrong, bersantai, rapat (*meeting*). Faktor ancamannya adalah: (1) Bertambahnya pesaing baru dengan membuka usaha serupa, (2) Banyak juga warung kecil yang menjual berbagai jenis kopi bahkan harganya lebih murah, (3) Adanya aplikasi Online yang dapat memesan makanan ataupun minuman melalui aplikasi tersebut.

Saran *Bruder Coffee Roasters* harus terus meningkatkan kualitas dan mempertahankan kualitas cita rasa makanan agar tidak berubah-ubah, karena kualitas cita rasa makanan akan berdampak jangka panjang, serta rutin melakukan inovasi baik melalui desainnya maupun fasilitas yang disediakan oleh *Bruder Coffee Roasters*, dan semakin rutin melakukan promosi untuk menarik pembeli.

Kata Kunci: Kondisi Pandemi Covid-19, Strategi Bersaing, *Bruder Coffee Roasters*