

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh UMKM yang merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang konsisten dalam perekonomian nasional. Kota Bandung merupakan salah satu Kota yang memiliki dampak positif bagi perkembangan UMKM khususnya industri makanan dan minuman. Salah satunya kedai kopi yang terus berkembang pesat pada setiap tahunnya, sehingga tingkat persaingan bisnis dari kedai kopi sangat bersaing, seperti pada D Lima Satu Coffee yang mengalami pendapatan yang tidak stabil selama dua tahun. Hal tersebut melatarbelakangi untuk mengatasi permasalahan sehingga diperlukan adanya formulasi strategi bersaing yang tepat untuk memperoleh keunggulan bersaing.

Tujuan dari penelitian ini untuk dapat mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal pada D Lima Satu Coffee. Selain itu, untuk merumuskan alternatif strategi bersaing yang tepat untuk D Lima Satu Coffee dalam menghadapi persaingan dalam menjalankan usahanya.

Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan metode *mix method* tetapi lebih dominan yaitu kualitatif karena pada dasarnya penelitian ini untuk mengevaluasi lebih dalam tentang hasil yang didapatkan dengan pendekatan studi kasus. Analisis data diperoleh dari data primer yang dilakukan dengan wawancara langsung dan observasi, data sekunder diperoleh dari referensi buku, jurnal, data internal perusahaan dan artikel bersumber dari internet. Sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah narasumber sebanyak enam orang. Kredibilitas data penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Teknik analisis data yang dipakai menggunakan matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM yang mengacu pada hasil analisis internal dan eksternal pada lingkungan D Lima Satu Coffee.

Penelitian ini menghasilkan skor matriks IFE dengan skor 2,73 dan skor matriks EFE dengan skor 2,64. Dengan demikian dapat diartikan bahwa posisi D Lima satu Coffee berada pada sel V matriks IE yaitu strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). Berdasarkan hasil dari matriks SWOT memperoleh 6 strategi alternatif yang terdiri dari 4 strategi penetrasi pasar dan 2 pengembangan produk. Berdasarkan hasil dari matriks QSPM, Alternatif strategi prioritas adalah penetrasi pasar (*market penetration*).

Strategi rekomendasi untuk D Lima Satu Coffee untuk menghadapi persaingan adalah dengan menyediakan menu pembuatan kopi sendiri memakai alat pada D Lima Satu Coffee.

Kata Kunci : Strategi Bersaing, Keunggulan Bersaing, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM