

ABSTRAK

Kopi Radono adalah Usaha Mikro Kecil (UMK) yang bergerak di bidang kuliner yang berlokasi di Kota Cimahi. Akibat persaingan yang semakin ketat dan kemajuan teknologi yang terus berkembang, target keuntungan sering tidak tercapai. Untuk mengatasi tantangan ini, perusahaan memerlukan strategi untuk meningkatkan daya saingnya terhadap pesaing. Pendekatan yang dipilih untuk menyusun strategi ini melibatkan penggunaan analisis SWOT dan metodologi *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Penelitian dimulai dengan menyebarkan kuesioner dan mengevaluasi kondisi internal dan eksternal perusahaan yang kemudian ditransformasikan ke dalam matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS) untuk menentukan bobot masing-masing. Hasil pembobotan ini kemudian diintegrasikan ke dalam Matriks Internal-Eksternal (IE), mengungkapkan posisi perusahaan dan membentuk dasar untuk menghasilkan strategi alternatif dalam matriks SWOT. Tahap terakhir meliputi analisis QSPM, yang berpuncak pada strategi prioritas berdasarkan *Total Attractive Score* (TAS) tertinggi. Pada akhirnya, penelitian ini berupaya memberikan Kopi Radono strategi yang komprehensif dan berbasis data untuk meningkatkan posisi pasarnya. Dengan memanfaatkan wawasan yang diperoleh dari analisis SWOT dan metodologi QSPM, Kopi Radono dapat mengembangkan strategi yang memungkinkan untuk pertumbuhan berkelanjutan dan pengukuhannya dalam industri kuliner yang kompetitif.

Kata kunci : bisnis, strategi, SWOT, QSPM, UMK