

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA USAHA KEDAI KOPI DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Ilham Arifin**

Banyaknya coffee shop yang bermunculan secara tidak langsung menunjukkan minat pasar terhadap keberadaan coffee shop. Kini banyak orang pergi ke coffee untuk sekedar berkumpul dan bersantai dengan teman bahkan coffee shop sekarang banyak digunakan sebagai tempat belajar atau meeting. Kedai kopi Adiksi Coffe, Kiyoo dan Kopi Palapa merupakan sebuah bisnis UMKM di Kota Bandar Lampung yang sering dikunjungi oleh anak muda dan para remaja. Karena segmentasi pasarnya adalah anak muda, maka bisnis kedai atau kafe-kafe merupakan salah satu keuntungan bagi pebisnis untuk saat ini.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif deskriptif. Penggunaan metode ini tidak hanya terbatas sampai dengan pengumpulan dan penyusunan data, melainkan analisis dan penafsiran tentang arti data tersebut. Informasi yang diperoleh dari Matriks EFE, Matriks IFE, dan SWOT memberikan informasi masukan dasar untuk matriks tahap pencocokan dan keputusan dan memilih di antara strategi alternatif dalam matriks Quantitative Strategic Planning. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi “meningkatkan kualitas produk” terpilih untuk menjadi strategi yang dapat dilaksanakan oleh Adiksi Coffe. Sementara berdasarkan tabel matriks QSPM pada Kiyoo Pramuka, strategi “Memperbaiki kualitas pelayanan” terpilih untuk menjadi strategi yang harus dilaksanakan oleh Kiyoo Pramuka. Sedangkan berdasarkan hasil matriks QSPM pada Kopi Palapa strategi “Melakukan perbaikan layout atau perluasan tempat” terpilih untuk menjadi strategi yang harus dilaksanakan oleh Kopi Palapa.

**Kata kunci: Kedai kopi, UMKM, QSPM**

## **ABSTRACT**

### **BUSINESS STRATEGY ANALYSIS IN BUSINESS COFFEE SHOP IN THE CITY OF BANDAR LAMPUNG**

**By**

**Ilham Arifin**

The number of coffee shops that have sprung up indirectly shows market interest in the existence of coffee shops. Now many people go to coffee shops or cafes not only to taste the typical coffee shop itself, but to just hang out and relax with friends, even coffee shops are now widely used as a place for study or meetings. MSME businesses in Bandar Lampung City which are frequently visited by young people and teenagers.

In this study, researchers did not only use a quantitative approach but used a descriptive qualitative approach. The use of this method is not only limited to collecting and compiling data, but also analyzing and interpreting the meaning of the data. The information obtained from the EFE Matrix, IFE Matrix, and SWOT provides basic input information for the matrix of matching and decision stages and selecting among alternative strategies in the Quantitative Strategic Planning matrix. The results showed that based on the Coffe Addiction QSPM matrix table, the strategy of "improving product quality" was chosen to be a strategy that could be implemented by Coffe Addiction. Meanwhile, based on the QSPM matrix table for Kiyu Scouts, the strategy "Improving service quality" was chosen to be a strategy that must be implemented by Kiyu Scouts. Meanwhile, based on the results of the QSPM matrix for Kopi Palapa, the strategy "Improving the layout or expanding the place" was chosen to be the strategy that Kopi Palapa had to implement.

**Keywords: Coffee shops, SMEs, QSPM**