

ABSTRAK

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini terus berkembang dan jumlahnya cukup banyak. Outline Coffee merupakan salah satu UMKM kedai kopi asal Kabupaten Ciamis, Jawa Barat yang telah beroperasi sejak tahun 2021, yang berfokus menjual minuman olahan kopi dan juga minuman *non-kopi*. Sejak Awal beroperasi, Outline Coffee tidak pernah mencapai target penjualan yang telah ditentukan. Oleh karena itu, Outline Coffee harus merencanakan strategi baru untuk dapat bersaing dan meningkatkan pendapatan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal serta mengetahui alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan oleh Outline Coffee.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu kualitatif serta metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Perumusan strategi pemasaran pada penelitian ini terdiri dari tiga tahap, yaitu analisis faktor internal (IFE) dan faktor eksternal (EFE), menggunakan matriks IE dan matriks SWOT, dan yang terakhir menggunakan metode QSPM.

Hasil penelitian ini adalah bahwa faktor internal dari Outline Coffee menunjukkan hasil yang baik dengan *score* 3,7. Sedangkan faktor eksternal, memperoleh *score* 3,42. Alternatif strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan Outline Coffee adalah melakukan inovasi dalam promosi dengan mengikuti *trend* saat ini dan melakukan relokasi tempat dari Outline Coffee.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, SWOT, IFE, EFE, dan QSPM