

ABSTRAK

Seiring meningkatnya mobilitas dan gaya hidup modern khususnya di kota-kota besar di Indonesia, pertumbuhan *coffee shop* pun menjadi cukup pesat, salah satunya ialah di Kota Bandung yang termasuk sebagai salah satu kota pariwisata. Oleh karena itu, Kedai Kopi Bara perlu memiliki strategi bisnis agar mampu bertahan dan berkembang. Strategi bisnis pada penelitian ini didasarkan pada kondisi lingkungan eksternal dan internal Kedai Kopi Bara.

Penelitian ini bertujuan untuk memformulasikan strategi bisnis pada Kedai Kopi Bara Bandung. Formulasi strategi dilakukan menggunakan tiga tahap perumusan strategi. Tahap pertama menggunakan Matriks EFE, IFE, dan CPM untuk menentukan bobot pada Matriks EFE dan IFE, tahap kedua menggunakan Matriks SWOT, IE Matriks dan Matriks Strategi Besar (*Grand Strategy Matrix*), sedangkan tahap ketiga untuk pengambilan keputusan digunakan Matriks QSPM. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur.

Hasil penelitian menunjukkan Skor Matriks EFE sebesar 3.19, dan skor Matriks IFE sebesar 3.08, sehingga posisi Kedai Kopi Bara berada pada kuadran I pada IE Matriks, yaitu *Grow and Build* strategi. Strategi yang menjadi prioritas utama berdasarkan evaluasi dengan Matriks QSPM adalah dengan strategi pengembangan pasar (*Market Development*) dengan membuka cabang usaha pada wilayah geografis baru.

Kata Kunci : Kopi, *Coffee Shop*, *EFE*, *IFE*, *CPM*, *SWOT*, *QSPM*.