

ABSTRAK

Perubahan gaya hidup khususnya di kota-kota besar di Indonesia menjadikan bisnis perkopian dari hulu ke hilir berkembang. Banyak dari para pelaku usaha tidak hanya membuka warung kopi namun juga berperan sebagai *coffee roastery* yang memproduksi *roast bean*. Setiap harinya Kopi Dewa menghadapi para pesaing-pesaing baru yang membuatnya membutuhkan strategi untuk mempertahankan eksistensinya dan memenangkan pasar yang lebih besar lagi. Penelitian dilakukan berdasarkan keadaan lingkungan internal dan keadaan lingkungan eksternal Kopi Dewa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memformulasikan strategi bersaing produk *roast bean* Kopi Dewa. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur. Data yang didapatkan diolah melalui beberapa tahapan. Tahap pertama ialah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal Kopi Dewa. Selanjutnya faktor-faktor tersebut dipersingkat dan diberi bobot, *rating*, dan skor pada matriks IFAS dan matriks EFAS.

Hasil kedua matriks menunjukkan Kopi Dewa berada pada kuadran I dalam diagram kartesius SWOT yang artinya strategi yang baik untuk Kopi Dewa pada saat ini adalah *growth strategy*. Komponen matriks IFAS dan matriks EFAS dipetakan dalam matriks TOWS sehingga menghasilkan empat strategi alternatif. Keempat strategi alternatif diurutkan dari yang paling penting untuk segera dilaksanakan. Strategi yang utama ialah *Growth Strategy (market penetrattion)*, diikuti oleh *service quality*, *pause trategy*, dan *market penetration*.

Kata Kunci : Analisis SWOT, EFAS Matriks, Strategi Bersaing, Kopi Dewa, Industri Kopi