

## ABSTRAK

Ketatnya persaingan dalam dunia bisnis atau dalam penelitian ini ketatnya persaingan usaha kedai kopi di Bandung adalah yang melatar belakangi penelitian ini. Contrast Memiliki Konsep yang kuat pada kedai kopinya dan memiliki *Taste* yang berbeda, namun *Value* yang ditawarkan Contrast sama seperti yang ditawarkan kedai kedai kopi lainnya dan para kompetitor Contrast.

Banyak pesaing baru yang menjadi ancaman Bagi Contrast , selain itu Contrast belum memiliki Strategi bersaing untuk bersaing dalam ketatnya persaingan *Coffe Shop* di kota Bandung. Untuk itu diperlukan Formulasi Strategi yang sesuai agar Contrast dapat mencapai keunggulan bersaing.

Terdapat tiga tahap pada penelitian ini yaitu input stage, matching stage dan decision stage. Input stage dilakukan menggunakan alat bantu manajemen strategi yaitu matriks IFE dan EFE. Matching stage menggunakan dua alat bantu perumusan strategi yaitu matriks SWOT, dan matriks IE. Decision stage menggunakan analisis QSPM sebagai alat bantu yang akan menentukan strategi terbaik. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif, dimana kuantitatif digunakan untuk memfasilitasi kualitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dengan jumlah narasumber sebanyak 6 orang yang berasal dari lini Owner (manajer) dan 1 orang dari *Speciality Coffe Association*. Dalam penelitian ini digunakan uji credibility melalui triangulasi Narasumber.

Hasil penelitian menunjukkan skor Matriks EFE sebesar 2,86 dan skor Matriks IFE sebesar 3.090 , sehingga Contrast dalam Matriks IE berada pada kuadran IV, yaitu strategi Grow and Build. Strategi yang menjadi prioritas utama berdasarkan evaluasi dengan Matriks QSPM adalah dengan strategi pengembangan produk (product development).

Strategi rekomendasi bagi Contrast guna menghadapi persaingan bisnis adalah dengan melakukan pengembangan produk dengan dasar kekuatan *Taste* Produk Contrast yang berbeda sehingga Contrast dapat lebih Memvariasikan Produk mereka menjadi lebih beragam.

Kata Kunci: Strategi bersaing, IFE & EFE, SWOT, matriks QSPM.

