

## ABSTRAK

Bermunculannya kedai-kedai kopi di tengah masyarakat Kota Bandung menjadikan budaya meminum kopi melekat di berbagai kalangan. Bagi para pelaku usaha pada bidang ini, mengharuskan memiliki strategi dalam memajukan usahanya agar dapat bisa bertahan di tengah persaingan bisnis. Di balik bermunculannya kedai-kedai kopi, ada usaha kedai kopi yang hingga saat ini masih tetap bertahan, bahkan bisa sampai memiliki beberapa cabang di Kota Bandung dan luar Kota Bandung. Hal ini membuat para pelaku usaha kedai kopi dapat terus mengembangkan usahanya dan dapat bersaing dengan kedai-kedai kopi yang ada di Kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis indikator dari faktor-faktor keberhasilan pada usaha kedai kopi yang berada di Kota Bandung. indikator faktor-faktor keberhasilan usaha yang meliputi *Start up planning*, *Managing risk*, *Learning*, *Networking*, *Managing human resource*, *Managing finance*.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan penyajian yang secara deskriptif dan multi-kasus untuk menemukan persamaan dan perbedaan *success factors* pada ketiga kedai kopi. Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha kedai kopi, yang dimana usahanya sudah bertahan lama dan memiliki beberapa cabang. Untuk data yang diperoleh dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Di dalam teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yang berbeda dengan menggunakan teknik yang sama.

Dari hasil penelitian yang di dapat dari indikator *Start up planning*, *Managing risk*, *Learning*, *Networking*, *Managing human resource*, *Managing finance*, Ketiga pelaku usaha kedai kopi sudah menerapkan tahapan-tahapan dengan baik dari ke enam indikator di atas, sehingga faktor keberhasilan usaha yang ada pada usaha kedai kopi sudah di implementasikan dengan, bertahannya usaha kedai kopi di tengah bermunculannya *coffee shop*. Dari ke enam indikator di atas terdapat kesamaan pada ketiga usaha kedai kopi, yaitu *Managing Risk*, *Learning*, dan *Managing Human Resource*.

Berdasarkan penerapan metode *success factors* pada ketiga usaha kedai kopi, saran dari peneliti, bahwa bagi setiap para pelaku usaha kedai kopi sangat perlu memperhatikan faktor keberhasilan, karena dari perencanaan awal, pemasaran, keuangan, SDM, jika itu sudah di atur secara benar maka usaha yang akan di jalankan pun akan sesuai dengan prosesnya. Peneliti menyarankan terutama pada pemasaran *online* yang bisa lebih di tingkatkan lagi untuk penjualannya, karena untuk saat ini sosial media merupakan tempat untuk mengakses informasi, sehingga untuk kedai kopi dapat lebih inten dalam menggunakan sosial media seperti, *website*, *instagram* dan *ecommerce*.

Kata Kunci: Kopi, Kedai Kopi, Faktor Keberhasilan Usaha