ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketatnya tingkat persaingan global dalam industri bisnis kedai kopi. Indonesia merupakan produsen ke-4 tertinggi di dunia, yang berarti memiliki potensi yang tinggi untuk industri kopi. Pertumbuhan konsumsi kopi Indonesia 2% lebih tinggi dari pertumbuhan konsumsi internasional. Hal itu menjadikan persaingan ketat antar pemilik bisnis kedai kopi. Kozi Coffee Company memiliki permasalahan dalam mengupayakan keunggulan kompetitif dengan 10 cabang yang tersebar di empat kota di Indonesia. Kendala internal yang belum mencukupi menjadikan Kozi Coffee belum memiliki strategi bisnis yang tepat untuk bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keadaan internal, eksternal Kozi Coffee Company, dan merumuskan strategi bisnis yang sesuai untuk mencapai keunggulan kompetitif menggunakan analisis SWOT.

Penelitian ini, menggunakan analisis internal dan eksternal perusahaan untuk mengupayakan keunggulan kompetitif. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan kuantittatif, penelitian ini menggunakan input IFE dan EFE, menggunakan alat bantu SWOT. Decision stage menggunakan analisis QSPM.

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dengan jumlah narasumber sebanyak 2 orang yang berasal dari owner sekaligus pengelola, 1 orang dari lini manajer, dan 2 orang adalah *coffee expert*. Dalam penelitian ini digunakan uji kredibilitas melalui triangulasi dan pengecekan anggota untuk menguji instrumen wawancara.

Hasil penelitian ini menjelaskan kondisi internal Kozi Coffee Company menggunakan matriks IFE dengan bobot tetimbang sebesar 3,241, kondisi eksternal Kozi Coffee Company menggunakan matriks EFE dengan bobot tetimbang sebesar 3,458, dengan posisi organisasi mendukung strategi agresif, dan menghasilkan 5 strategi dari analisis SWOT. Rekomendasi strategi menggunakan QSPM adalah strategi melakukan inovasi produk yang unik secara berkala dengan multi segmen dan multi varian dengan bobot tetimbang 3,694.

Nantinya diberikan sebagai rekomendasi bagi Kozi Coffee Company dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan melakukan strategi agresif berupa penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar.

Kata Kunci: Coffee Shop, EFE, IFE, SWOT, QSPM.