

## ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang dapat menopang perekonomian Indonesia. Beberapa tahun terakhir, Kota Bandung sedang mengalami pertumbuhan industri makanan dan minuman pada skala besar. Salah satunya usaha kedai kopi, yang terus berkembang pesat sehingga tingkat persaingan bisnis kedai kopi cukup ketat, seperti Kaka Cofee yang mengalami penurunan penjualan pada jangka waktu September sampai dengan Desember 2019. Hal ini yang melatarbelakangi penulis untuk mengatasi kondisi dan permasalahan saat menghadapi persaingan antar usaha.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif secara *cross sectional* dan menggunakan jenis penelitian deskriptif. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah kedai Kaka Coffee, serta pihak internal dan eksternal kedai kopi Kaka Coffee sebagai narasumber.

Berdasarkan hasil penelitian, matriks IFE memiliki skor total 3,45 dapat disimpulkan Kaka Coffee memiliki posisi internal yang kuat. Pada matriks EFE memiliki total skor 3,16. Sehingga dapat disimpulkan Kaka Coffee mampu merespon dengan baik peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Pada hasil analisis matriks IE dengan total skor matriks IFE 3,45 menunjukkan posisi internal perusahaan pada garis horizontal masuk dalam kategori kuat. Sedangkan total skor matriks EFE sebesar 3,16 menunjukkan posisi eksternal perusahaan pada garis vertikal dalam kategori kuat juga, serta hasil matriks TOWS, terdapat empat strategi alternatif yang terdiri dari 1 strategi SO, 1 strategi WO, 1 strategi ST, dan 1 strategi WT, yang termasuk kedalam kategori strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar ataupun pengembangan produk.

Kesimpulan penelitian ini adalah nilai skor total matriks IFE Kaka Coffee adalah 3,45, nilai skor total matriks EFE adalah 3,16. Dan dari hasil analisis lingkungan eksternal, lingkungan internal, matriks IE, matriks TOWS memilih prioritas strategi alternatif melalui matriks QSPM diperoleh bahwa strategi penetrasi pasar melalui mempromosikan es Kopi Soda Lemon untuk merebut konsumen pesaing menjadi prioritas alternatif strategi yang sesuai digunakan oleh Kaka Coffee.

Kata Kunci : Formulasi Strategi, Matriks TOWS, QSPM