

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan terkait turunnya penjualan secara drastis yang dialami oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Prabumulih. Penurunan tersebut terjadi karena banyak kompetitor yang berdatangan dan juga di masa pandemi covid-19 ini yang menyebabkan lingkungan mengalami perubahan yang sangat cepat. Setiap UMKM perlu melakukan strategi alternatif melalui strategi faktor internal dan faktor eksternal untuk mempertahankan penjualan. Salah satu UMKM yang berdampak dari situasi ini adalah Aku Coffee and Resto.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui strategi yang tepat untuk Aku Coffee and Resto dalam mengatasi kondisi dan permasalahan untuk menghadapi persaingan pada industri makanan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam dengan narasumber yang memiliki posisi penting dalam perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah *External Factors Evaluations* (EFE), *Internal Factor Evaluations* (IFE), *External-Internal Matrix* (EI), SWOT Matriks dan teknik analisis deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa total skor pada EFE sebesar 2.70 sedangkan total skor pada IFE sebesar 3.40. Dengan demikian kedua total skor diatas bertemu pada Sel 2, hal ini menunjukkan bahwa saat ini Aku Coffee and Resto termasuk perusahaan atau bisnis yang *growth and build*, pada posisi ini Aku Coffee and Resto dapat menggunakan strategi intensif, yaitu strategi penetrasi pasar, dan pengembangan produk.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Strategi Bisnis, Proses Bisnis, UMKM