

ABSTRAK

Coffee Shop Ruang Kopi Sidoarjo merupakan UMKM *Coffee Shop* atau kedai kopi yang berada di JL. Kahuripan Nirwana Sidoarjo, Jawa Timur. Ruang Kopi Sidoarjo mengalami kesulitan dalam meningkatkan penjualan produk dan daya saingnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja pada *Coffee Shop* Ruang Kopi Sidoarjo, serta merancang alternatif-alternatif staretgi untuk meingkatkan kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode matriks *Porter Five Forces*, SWOT, dan QSPM untuk menganalisis faktor-faktor dan eksternal, serta merancang alternatif-alternatif strategi. Data penelitian diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak- pihak terkait di *Coffee Shop* Ruang Kopi Sidoarjo dengan menggunakan bauran pemasaran 7P. Peneltian ini menghasilkan strategi prioritas 1, yaitu meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan dan menghasilkan pelanggan yang loyal dengan coffe shop. Kedua faktor ini akan menjadi kekuatan bagi *coffee shop* Ruang Kopi dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja bisnisnya. Alternatif yang kedua adalah strategi 2, yaitu menawarkan harga yang lebih bersaing untuk menarik pelanggan potensial. Pelanggan akan lebih cenderung tertarik dengan harga yang terjangkau Ruang Kopi. UMKM di area tersebut, Ruang Kopi dapat memanfaatkan peluang melalui pelanggan yang mencari pelangalaman unik. Strategi ketiga adalah strategi 6 , yaitu mengkombinasikan harga bersaing, kualitas produk, pemasaran, dan loyalitas pelanggan untuk menghadapi pesaing .

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM, Matriks Porter.