

ABSTRAK

Pertumbuhan industri kedai kopi di Kota Bandung yang sangat pesat memunculkan persaingan ketat antar pelaku usaha, termasuk *The Pleasant Service* (TPS). Perubahan tren konsumen serta aktivitas promosi kompetitor yang agresif menuntut TPS untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat agar dapat mempertahankan posisi sekaligus meningkatkan daya saingnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal TPS serta menentukan strategi prioritas melalui kombinasi analisis Matriks IFE, EFE, SWOT, dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan campuran (*mixed methods*). Data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan kunci, sedangkan data kuantitatif diperoleh melalui kuesioner pembobotan faktor strategis. Analisis dilakukan melalui identifikasi faktor internal dan eksternal, perhitungan bobot dan rating untuk menyusun Matriks IFE dan EFE, pemetaan posisi strategi menggunakan Matriks IE, perumusan alternatif strategi dengan Matriks SWOT, serta penentuan prioritas strategi menggunakan Matriks QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor total IFE adalah 3,051 dan skor total EFE adalah 2,431, yang menempatkan TPS pada sel IV Matriks IE dengan posisi *grow and build*. Analisis SWOT menghasilkan empat kelompok strategi alternatif (S-O, W-O, S-T, W-T). Hasil prioritisasi QSPM menetapkan strategi S-O sebagai prioritas utama dengan *Total Attractiveness Score* 3,35. Strategi ini berfokus pada pemanfaatan event komunitas, promosi digital yang konsisten, serta pengembangan produk non-kopi sesuai tren pasar anak muda untuk memperkuat *brand positioning* TPS di tengah persaingan yang ketat.

Kata Kunci: strategi pengembangan, SWOT, QSPM, kedai kopi, UMKM