

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi pengembangan usaha pada Kafe Omah Kopi Rupa Palembang menggunakan analisis SWOT pada aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dan kuesioner kepada 30 responden. Hasil penelitian mengidentifikasi 15 kekuatan, 15 kelemahan, 15 peluang, dan 15 ancaman. Faktor kekuatan tertinggi adalah menjaga harga terjangkau (0,21), karyawan ramah dan sigap (0,20), serta suasana outdoor nyaman (0,19). Kelemahan utama adalah inkonsistensi rasa (0,11), keterbatasan variasi menu (0,10), dan jarang menghadirkan menu baru (0,10). Peluang terbesar adalah *Wi-Fi* gratis (0,20), kerjasama platform *online* (0,20), dan tren minum kopi (0,19). Ancaman utama adalah preferensi konsumen terhadap *indoor* ber-AC (0,07), pesaing lebih cepat berinovasi (0,07), dan konsumen mudah bosan (0,07). Titik koordinat SWOT berada pada $X = 1,45$ dan $Y = 1,82$ (Kuadran I Agresif). Aspek yang paling mendesak diterapkan adalah pemasaran digital dan inovasi menu. Strategi agresif yang diusulkan layak diimplementasikan karena didukung kekuatan internal dominan dan peluang eksternal yang besar..

Kata Kunci: SWOT, IFAS, EFAS, Strategi Pengembangan Usaha

ABSTRACT

This study aims to examine business development strategies at Kafe Omah Kopi Rupa Palembang using SWOT analysis on production, marketing, human resources, and financial aspects. The research employed a descriptive qualitative method through observation, interviews, and questionnaires distributed to 35 respondents. The results identified 15 strengths, 15 weaknesses, 15 opportunities, and 15 threats. The highest strength factors were maintaining affordable prices (0.21), friendly and responsive employees (0.20), and comfortable outdoor atmosphere (0.19). The main weaknesses were inconsistent taste (0.11), limited menu variety (0.10), and rarely introducing new menus (0.10). The greatest opportunities were free Wi-Fi (0.20), online platform partnerships (0.20), and the increasing coffee consumption trend (0.19). The main threats were consumer preference for indoor air-conditioned cafes (0.07), competitors innovating faster (0.07), and consumers easily getting bored (0.07). The SWOT coordinate point is at $X = 1.45$ and $Y = 1.82$ (Quadrant I Aggressive). The most urgent aspects to implement are digital marketing and menu innovation. The proposed aggressive strategy is feasible to implement as it is supported by dominant internal strengths and significant external opportunities.

Keywords: SWOT, IFAS, EFAS, Business Development Strategy