

## ABSTRAK

Kedai kopi merupakan tempat tren saat ini yang biasa disebut angkringan, banyaknya angkringan yang muncul membuat persaingan semakin ketat. Tujuan penelitian ini untuk (1) mengetahui faktor internal (2) faktor eksternal yang dimiliki angkringan helikopter serta, (3) mencari alternatif strategi pengembangan dalam mempertahankan bisnis di Angkringan Helikopter Kabupaten Bondowoso. Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dengan studi kasus pada Angkringan Helikopter. Sampling sebanyak 5 orang terdiri dari 2 owner dan 3 konsumen tetap. Penelitian ini menggunakan perhitungan IFAS dan EFAS dengan metode Analisis SWOT. Hasil menunjukkan bahwa: (1) faktor internal angkringan helikopter yaitu variasi menu yang beragam, harga yang terjangkau, menjaga kualitas produk, citarasa produk, pelayanan yang baik terhadap konsumen, suasana kedai nyaman, lokasi berdekatan dengan yang lain, promosi penjualan belum maksimal, SDM yang terbatas, pengelolaan keuangan secara manual dan kurangnya fasilitas penunjang, (2) faktor eksternal angkringan helikopter yaitu lokasi strategis dipusat kota, adanya paguyuban angkringan, tren penjualan meningkat, perubahan gaya hidup masyarakat, dukungan kebijakan pemerintah terhadap UMKM, tingkat persaingan yang tinggi, ketergantungan pada cuaca, harga bahan baku yang tidak stabil, lemahnya daya beli masyarakat, razia petugas keamanan dan adanya protes dari warga, (3) alternatif strategi yang bisa diterapkan Angkringan Helikopter adalah memperluas jangkauan pasar, menciptakan menu inovasi baru dengan mengikuti tren dan memberikan promosi diskon dihari tertentu.

Kata kunci: analisis SWOT, kedai kopi, strategi pengembangan

## ABSTRACT

*Coffee shops are the current trend place which is usually called angkringan, the large number of angkringan that appear makes competition even tighter. The purpose of this research is to (1) determine the internal factors (2) external factors that Angkringan Helikopter has and, (3) look for alternative development strategies in maintaining business at Angkringan Helikopter, Bondowoso Regency. The research method uses descriptive qualitative with a case study on Angkringan Helikopter. The sampling was 5 people consisting of 2 owners and 3 regular customers. This research uses IFAS and EFAS calculations with the SWOT analysis method. The results show that: (1) the internal factors of helicopter angkringan are various menu variations, affordable prices, maintaining product quality, product taste, good service to consumers, comfortable shop atmosphere, location close to others, sales promotions are not optimal, human resources limited, manual financial management and lack of supporting facilities, (2) external factors for helicopter angkringan, namely strategic location in the city center, existence of angkringan associations, increasing sales trends, changes in people's lifestyles, government policy support for MSMEs, high level of competition, dependency due to the weather, unstable raw material prices, weak purchasing power of the community, raids by security officers and protests from residents, (3) alternative strategies that can be implemented by Angkringan Helikopter are expanding market reach, creating new innovation menus by following trends and providing discount promotions on a certain day.*

*Keywords: coffee shop, development strategy, SWOT analysis*