

**IDENTIFIKASI STRUKTUR PASAR PADA BISNIS *COFFEE SHOP* DI  
KOTA BANDUNG : Studi Pada Pelaku Bisnis Generasi Muda**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi struktur pasar, perilaku, dan kinerja bisnis kedai kopi di Kota Bandung dan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap pembentukan wirausaha muda di industri ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Objek penelitian ini adalah lima pemilik kedai kopi di Bandung dengan rentang usia 21-32 tahun. Penelitian mengungkapkan bahwa Kota Bandung dengan pertumbuhan ekonomi pesat, merupakan tempat yang ideal untuk bisnis kedai kopi. Namun, industri ini menghadapi tantangan seperti persaingan yang ketat, ketergantungan pada tren gaya hidup, dan terbatasnya inovasi produk. Penelitian menemukan bahwa bisnis kedai kopi di Bandung mempunyai ciri-ciri pasar persaingan monopolistik. Karena setiap kedai kopi mempunyai ciri khas dan pilihan menunya masing-masing, promosi tetap diperlukan untuk menarik pelanggan. Studi tersebut menyarankan agar pelaku usaha kedai kopi mempertimbangkan lokasi dengan cermat, mengembangkan konsep unik, memperhatikan kualitas produk dan layanan, serta melakukan riset pasar secara berkala.

***Kata Kunci : Struktur pasar, kedai kopi, wirausaha muda.***