

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha jasa dapat dicapai melalui pengelolaan persediaan yang akurat dan efisien. Peramalan atau prediksi merupakan langkah umum yang biasanya dilakukan untuk mendukung manajemen persediaan barang, sehingga perusahaan dapat memberikan layanan yang lebih baik kepada konsumennya (Haninda et al., 2022).

Warung, yang merupakan usaha kecil yang umumnya dimiliki oleh keluarga dan berbentuk kedai, kios, toko kecil, atau restoran sederhana, adalah bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia dan Malaysia (Nursiwan & Iswanto, 2022). Selain menjual makanan tradisional Indonesia, beberapa warung juga menawarkan masakan Asia dan Barat, seperti nasi goreng dan mie goreng, serta panganan sederhana seperti pisang goreng dan kopi. Istilah "warung" juga digunakan untuk merujuk pada toko atau kedai dalam berbagai konteks, termasuk warung kopi, yang mengadopsi istilah tersebut dengan menambahkan kata "kopi" (Nursiwan & Iswanto, 2022).

Minum kopi dapat mewakili beragam aktivitas, mulai dari menikmati makanan dan minuman hingga berbicara dalam konteks bisnis, pertukaran ide di tempat kerja, pertemuan dengan teman lama, dan obrolan santai di pinggir jalan. Aktivitas minum kopi di warung kopi juga merupakan kegiatan yang terbuka bagi semua kalangan tanpa memandang status sosial, jenis kelamin, atau usia. Warung kopi tidak membedakan antara pengunjungnya, baik itu laki-laki atau perempuan,

kaya atau miskin, tua atau muda. Fenomena tren minum kopi baru dewasa ini sebenarnya mencerminkan kesukaan yang telah lama ada dalam masyarakat Indonesia terhadap minuman kopi, yang tidak jauh berbeda dengan tradisi minum kopi di warung kopi konvensional (Teresya et al., 2024).

Berkembangnya jumlah warung kopi di wilayah ini menyebabkan persaingan usaha di antara mereka menjadi semakin ketat. Dalam situasi ini, banyak warung kopi berupaya menarik pelanggan dengan menawarkan berbagai promosi dan insentif lainnya. Para pemilik warung kopi dan coffee shop harus cerdas dalam merespons dinamika pasar dengan cepat, baik dalam menarik pelanggan maupun merumuskan strategi untuk menjaga kelangsungan usaha (Teresya et al., 2024). Untuk mencapai hal ini, penting bagi pemilik untuk memahami perilaku konsumen dan merespons kebutuhan serta keinginan pelanggan dengan tepat.

Kompetisi antara warung kopi modern dan warung kopi tradisional terutama berpusat pada produksi, promosi, lokasi, dan harga (Teresya et al., 2024). Faktor-faktor ini dapat menjadi instrumen penting untuk membandingkan warung kopi dengan Coffee Shop, menyoroti perbedaan antara keduanya dalam berbagai aspek bisnis. Pada industri warung kopi yang kompetitif, pengelolaan yang efektif menjadi kunci utama untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing (Susilowati et al., 2024). Persaingan yang ketat antar warung kopi menuntut pengelola untuk mengelola bisnis mereka dengan baik, mulai dari aspek kualitas produk hingga layanan pelanggan.

Pengelolaan yang baik tidak hanya mencakup aspek operasional, tetapi juga strategi pemasaran dan pengembangan produk yang tepat. Hal ini termasuk memahami selera dan preferensi pelanggan serta menyesuaikan menu dan promosi

dengan baik. Selain itu, pengelolaan yang baik juga memperhatikan efisiensi operasional dan pengelolaan sumber daya. Di Kabupaten Gresik, terdapat lebih dari 150 warung kopi yang bersaing untuk menarik perhatian pelanggan lokal dan wisatawan. Pada persaingan yang ketat, pengelola warung kopi perlu memastikan bahwa operasional mereka berjalan lancar dan efisien, termasuk manajemen stok bahan baku, pengelolaan keuangan, dan pengawasan karyawan (Susilowati et al., 2024). Proses yang efisien dan terstruktur akan membantu warung kopi untuk tetap kompetitif dalam hal harga dan kualitas layanan.

Terakhir, pengelolaan yang baik juga melibatkan inovasi dan adaptasi terhadap perubahan pasar (Susilowati et al., 2024). Lingkungan bisnis yang dinamis, warung kopi yang berhasil adalah yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap tren dan perubahan preferensi pelanggan. Hal ini mungkin melibatkan pengembangan menu baru, penerapan teknologi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, atau bahkan ekspansi ke segmen pasar baru. Dengan pengelolaan yang baik, warung kopi dapat tetap relevan dan bersaing di tengah persaingan yang ketat.

Di Kabupaten Gresik, persaingan di industri warung kopi telah mencapai tingkat yang sangat ketat. Salah satu pemain utama dalam arena ini adalah warung kopi yang dimiliki oleh Mas Assegaf, yang telah berdiri sejak tahun 2019. Warung kopi ini menawarkan pengalaman yang unik dengan kopi yang memiliki rasa khas tersendiri, serta menyediakan lingkungan yang nyaman bagi pengunjung lokal. Persaingan terjadi ketika organisasi atau individu berusaha untuk mencapai tujuan tertentu, seperti menarik konsumen, memperoleh pangsa pasar, mendapatkan peringkat tinggi dalam survei, atau mengamankan sumber daya yang diperlukan (Mardhiyah & Safrin, 2021). Namun, untuk menghadapi persaingan yang semakin

ketat di pasar Kabupaten Gresik, di mana terdapat banyak warung kopi dengan keunikannya masing-masing, diperlukan analisis SOAR yang mendalam guna memahami posisi bisnis secara menyeluruh dan strategi yang harus diambil oleh warung kopi Mas Assegaf. Namun, untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar Kabupaten Gresik, di mana terdapat banyak warung kopi dengan keunikannya masing-masing, diperlukan analisis SOAR yang mendalam guna memahami posisi bisnis secara menyeluruh dan strategi yang harus diambil oleh warung kopi Mas Assegaf. SOAR adalah akronim dari Strengths, Opportunities, Aspirations, dan Results. Kerangka kerja SOAR menekankan pada pengembangan dan penerapan strategi positif dengan cara mengidentifikasi kekuatan, menciptakan peluang, mendorong individu serta tim untuk berbagi aspirasi, dan menetapkan hasil yang terukur serta bermakna.

Selain persaingan, masalah utama yang dihadapi oleh warung kopi "Warkam" di Gresik adalah fluktuasi permintaan pelanggan. Permintaan akan produk kopi bisa sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal seperti tren konsumsi, perubahan musim, hingga kondisi ekonomi. Fluktuasi ini dapat menyulitkan perencanaan stok dan manajemen inventaris, yang pada gilirannya bisa menyebabkan either kelebihan atau kekurangan pasokan. Untuk mengatasi tantangan ini, warung kopi perlu mengembangkan sistem prediksi permintaan yang lebih akurat dan fleksibel dalam menyesuaikan produksi dengan kebutuhan pasar.

Selain itu, masalah kedua adalah keterbatasan dalam inovasi produk dan layanan. Di era di mana preferensi konsumen terus berubah, inovasi menjadi kunci untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Warung kopi "Warkam" harus mampu mengidentifikasi tren baru dalam industri kopi serta menciptakan produk

dan layanan yang unik dan menarik bagi pelanggan. Tanpa inovasi yang berkelanjutan, mereka berisiko tertinggal dari pesaing yang lebih cepat beradaptasi dengan kebutuhan pasar.

Masalah ketiga yang krusial adalah manajemen sumber daya manusia. Memiliki tim yang terlatih dan termotivasi sangat penting dalam industri layanan seperti warung kopi. Masalah seperti rotasi karyawan yang tinggi, kurangnya pelatihan, dan rendahnya motivasi kerja dapat berdampak negatif pada kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu, warung kopi "Warkam" perlu fokus pada strategi pengembangan karyawan yang efektif, termasuk program pelatihan berkala, peningkatan kesejahteraan, dan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung. Dengan demikian, pegawai dapat memastikan bahwa setiap anggota tim dapat berkontribusi secara optimal dalam mencapai tujuan bisnis. SOAR adalah akronim dari Strengths, Opportunities, Aspirations, dan Results. Kerangka kerja SOAR menekankan pada pengembangan dan penerapan strategi positif dengan cara mengidentifikasi kekuatan, menciptakan peluang, mendorong individu serta tim untuk berbagi aspirasi, dan menetapkan hasil yang terukur serta bermakna (Syahdiyah Sugiartia, 2023).

Warung kopi Mas Assegaf memiliki keunggulan dalam hal kualitas kopi yang khas dan unik, yang telah menjadi daya tarik utama bagi pelanggan setia. Lingkungan yang nyaman dan ramah pengunjung juga merupakan kelebihan signifikan. Kebersihan dan kenyamanan tempat adalah aspek penting yang telah memperkuat reputasi warung kopi ini di kalangan warga Gresik.

Pasar kopi di Gresik masih terbuka luas untuk pertumbuhan. Dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi berkualitas dan pengalaman minum

kopi yang lebih eksklusif, ada kesempatan bagi warung kopi Mas Assegaf untuk menjangkau pasar yang lebih besar. Selain itu, dengan strategi promosi yang tepat, warung kopi ini dapat menarik perhatian wisatawan yang berkunjung ke Gresik, yang dapat menjadi sumber pendapatan tambahan yang signifikan.

Warung kopi Mas Assegaf bercita-cita untuk meningkatkan promosi dan pemasaran agar lebih efektif, sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas di luar lingkaran pelanggan yang sudah ada. Selain itu, memperluas variasi menu yang ditawarkan juga menjadi aspirasi, yang dapat meningkatkan daya tarik warung kopi ini bagi berbagai segmen pasar.

Warung kopi Mas Assegaf dapat menetapkan beberapa indikator hasil yang dapat diukur untuk mengukur kesuksesan. Dengan peningkatan jumlah pengikut di media sosial, peningkatan jumlah pelanggan baru, serta peningkatan penjualan bulanan. Keberhasilan dalam mencapai hasil-hasil ini akan mencerminkan efektivitas strategi yang diterapkan dan kontribusi terhadap pertumbuhan bisnis.

Dengan memperhatikan analisis SOAR ini, warung kopi Mas Assegaf dapat mengidentifikasi langkah-langkah strategis untuk mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar kopi Gresik. Perusahaan perlu upaya untuk memperkuat keunggulan yang dimiliki, seperti meningkatkan kualitas produk dan layanan pelanggan, serta mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif. Periode ekonomi digital membuka peluang bagi untuk melakukan pemasaran melalui platform media sosial dan e-commerce seperti "Facebook, Instagram, dan Tokopedia" (Rahmi & Sudarmiatin, 2022). Selain itu, warung kopi ini juga perlu tetap mengikuti perkembangan tren pasar dan responsif terhadap perubahan kondisi eksternal yang dapat mempengaruhi bisnisnya. Dengan pendekatan yang tepat,

warung kopi Mas Assegaf dapat terus bersaing dan berkembang di tengah persaingan yang ketat di industri kopi Gresik.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Usaha Warung Kopi “Warkam” Di Gresik Berbasis Soar : Upaya Meningkatkan Keunggulan Kompetitif”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan oleh peneliti, berikut merupakan rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Bagaimana analisis SOAR usaha Warung Kopi?
2. Bagaimana strategi bisnis Warung Kopi dalam menghadapi keunggulan kompetitif?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui analisis SOAR usaha Warung Kopi “WARKAM”.
2. Untuk mengetahui strategi bisnis Warung Kopi “WARKAM” dalam menghadapi keunggulan kompetitif.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat ilmiah, hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk masyarakat melalui analisis SOAR sebagai strategi meningkatkan keunggulan kompetitif usaha warung kopi “WARKAM” di Kota Gresik
2. Manfaat praktis, hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk masyarakat mengenai analisis SOAR Warung Kopi “WARKAM” sebagai contoh di lingkungan mahasiswa terutama bagi penulis lainnya yang akan melanjutkan penelitian.

1.5 Kesenjangan Fenomena

Strategi Usaha Warung Kopi “Warkam” Di Gresik Berbasis SOAR: Upaya Meningkatkan Keunggulan Kompetitif menggarisbawahi kebutuhan akan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana analisis SOAR dapat diterapkan dalam konteks usaha warung kopi di Gresik. Meskipun telah ada penelitian sebelumnya yang menggunakan analisis SOAR, seperti penelitian tentang Strategi Pengembangan Bisnis Percetakan “FAZAREDESIGN”, perbedaannya terletak pada fokus penelitian tersebut. Penelitian sebelumnya telah mendalami strategi bisnis dalam konteks industri percetakan, sementara penelitian yang diusulkan ini akan memperluas wawasan tentang bagaimana analisis SOAR dapat dioptimalkan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di sektor warung kopi, khususnya untuk warung kopi “Warkam” di Gresik. Kesenjangan fenomena ini menyoroti perlunya penelitian yang spesifik dan relevan untuk industri kuliner di wilayah tersebut, yang belum pernah diteliti sebelumnya dengan pendekatan analisis SOAR.

Penelitian tentang Strategi Usaha Warung Kopi “Warkam” Di Gresik Berbasis SOAR menunjukkan potensi signifikan untuk memberikan kontribusi baru dalam pemahaman tentang strategi bisnis di sektor kuliner. Namun, kesenjangan fenomena muncul ketika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang berfokus pada Strategi Pengembangan Bisnis Percetakan “FAZAREDESIGN”. Perbedaan inti antara kedua penelitian ini terletak pada obyek yang ingin diteliti: yang satu berfokus pada industri percetakan sementara yang lainnya memusatkan perhatian pada industri warung kopi. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kesempatan untuk mengisi kekosongan pengetahuan yang ada dalam konteks

analisis SOAR di sektor warung kopi di Gresik, yang masih belum dieksplorasi secara mendalam. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan kontribusi yang berharga untuk pemahaman tentang bagaimana strategi berbasis SOAR dapat mengoptimalkan keunggulan kompetitif dalam industri warung kopi di wilayah tersebut.

