

**STRATEGI USAHA WARUNG KOPI “WARKAM” DI GRESIK
BERBASIS SOAR : UPAYA MENINGKATKAN KEUNGGULAN
KOMPETITIF**

SKRIPSI



Oleh:

Muhamad Ilham Achsan

NIM : 200304001

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**

KATA PENGANTAR

Ucapan syukur dan puji penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan petunjuk-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan Skripsi. Sholawat dan salam kami sampaikan kepada Rasulullah SAW, yang diharapkan memberikan syafaat kepada pengikut-Nya.

Skripsi berjudul “PENGELOLAAN USAHA WARUNG KOPI WARKAM DI GRESIK BERBASIS SWOT: UPAYA MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF” disusun sebagai salah satu syarat kelulusan di Departemen Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Gresik, bertujuan untuk mendapatkan pemahaman dan menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah kewirausahaan.

Dalam proses penyusunan skripsi, banyak bimbingan dan arahan yang diterima dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada semua yang telah membantu, antara lain:

1. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan materil, dan non-materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Vembri Aulia, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang memberikan arahan dan evaluasi yang berharga.
3. Dosen-dosen kewirausahaan yang memberikan banyak arahan dan ilmu kewirausahaan kepada penulis.
4. Teman-teman terdekat yang memberikan masukan dan dukungan hingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi masih memiliki kekurangan, oleh karena itu, kritik dan saran pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan di masa

mendatang. Terima kasih atas segala bentuk dukungan yang diberikan kepada penulis. Semoga skripsi dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan penulis..

Gresik,2024

Muhamad Ilham Achsan



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	I
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	II
HALAMAN PERSETUJUAN	III
HALAMAN PENGESAHAN	IV
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	VI
PERSEMBAHAN	VII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
ABSTRAK	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Kesenjangan Fenomena	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Literatur	10
2.2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2.2 Tinjauan Pustaka	20
2.2.3 Analisis SOAR.....	21
2.2.4 Strategi	23
2.2.5 Keunggulan Kompetitif.....	24
2.3 Metodologi.....	25
2.4 Kerangka Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Lokasi Penelitian.....	29
3.3 Unit Analisis	29
3.4 Jenis Data.....	29
3.5 Sumber Data	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.7 Teknik Analisis Data	32
3.8 Uji Keabsahan Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	35
4.2 Hasil Penelitian	42
4.3 Strategi SOAR	45
BAB V PENUTUP	47

5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	51



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Literatur Penelitian	10
Tabel 3.1 Matriks Analisis SOAR.....	33
Tabel 4.1 Gambaran Subjek WARKAM	36
Tabel 4.2 Matriks SOAR.....	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26
-------------------------------------	----



ASBTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi usaha warung kopi "WARKAM" di Gresik berbasis SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) dalam upaya meningkatkan keunggulan kompetitif. WARKAM, yang didirikan pada tahun 2019 oleh Ega Assegaf dan berlokasi di Pelabuhan Gresik, telah menerapkan strategi bisnis yang fokus pada kekuatan internal dan peluang eksternal, serta aspirasi dan hasil yang ingin dicapai. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, penelitian ini menggali pengalaman dan persepsi para pelaku usaha dan pelanggan WARKAM melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa WARKAM memiliki beberapa keunggulan utama seperti lokasi yang strategis, harga kopi yang terjangkau, konsep interior yang menarik, dan komunitas pelanggan yang kuat. Tantangan yang dihadapi termasuk keterbatasan ruang tempat duduk dan persaingan ketat di industri kuliner. Melalui analisis SOAR, WARKAM dapat mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan inovasi serta menetapkan aspirasi yang jelas untuk masa depan bisnis. Strategi yang diterapkan mencakup pengembangan menu dan lokasi baru, peningkatan layanan pelanggan, dan kolaborasi dengan petani kopi lokal. Selain itu, penggunaan media sosial dan program loyalitas pelanggan diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan memperkuat posisi kompetitif WARKAM di pasar lokal, menjadikannya destinasi utama bagi pecinta kopi di Gresik. Penelitian ini menghasilkan rekomendasi bagi bisnis sejenis untuk mengoptimalkan potensi dan menghadapi persaingan di industri kuliner dengan pendekatan SOAR.

Kata Kunci : Analisis SOAR, Strategi, dan Keunggulan Kompetitif.