

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Usaha Nawasena Wincoffee dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Cafe di Kabupaten Trenggalek” yang ditulis oleh Ill’ham Ramadhani Chrisnanta, NIM 126405202160, Pembimbing Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya bisnis café yang begitu cepat membuat persaingan bisnis semakin pesat. Dengan begitu mendorong pelaku bisnis supaya mampu bersaing dalam menarik konsumen. Sehingga dengan menggunakan strategi usaha dapat membantu pelaku bisnis dalam menghadapi persaingan. Fokus Penelitian Skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi bisnis yang diterapkan Nawasena Wincoffee dalam menghadapi persaingan (2) Bagaimana penerapan bauran pemasaran 7P Nawasena Wincoffee dalam menghadapi persaingan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi yang digunakan Nawasena Wincoffee dalam mempertahankan bisnisnya.

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan kondensasi data dan penyajian data sehingga bisa ditarik sebuah kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) strategi bisnis Nawasena Wincoffee dalam menghadapi persaingan meliputi; strategi diferensiasi: menawarkan kopi dengan rasa yang beragam dan suasana senja yang estetik, strategi biaya rendah: menawarkan beberapa produknya dengan harga yang terjangkau, strategi inovasi: inovasi teknologi dengan memberikan barcode pada tiap sudut tempat dan pembayaran elektronik, serta inovasi menu dengan mengikuti tren, strategi fokus: memberikan perhatian khusus kepada para pecinta kopi. (2) bauran pemasaran 7P Nawasena Wincoffee dalam menghadapi persaingan meliputi; produk: menawarkan berbagai produk makanan dan minuman tradisional maupun kekinian terutama produk kopi, harga: menawarkan produk dengan berbagai varian harga dan memberikan informasi harga yang jelas, tempat: berada di lokasi strategis yang memudahkan akses, serta menawarkan tempat yang estetik, promosi: memperkenalkan produknya di sosial media, melakukan workshop dan promosi dari mulut ke mulut, orang: memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai pembuatan produk dan pelayanan, proses: proses operasional dirancang cepat dan nyaman bagi pelanggan, bukti fisik: memiliki tempat yang bersih, peralatan berkualitas, dan identitas visual yang menarik.

Kata Kunci: Strategi Usaha, Bauran Pemasaran, Persaingan, Cafe

## **ABSTRACT**

*Thesis titled “Nawasena Wincoffee's Business Strategy in Facing Café Business Competition in Trenggalek Regency” written by Ill'ham Ramadhani Chrisnanta, Student ID 126405202160, under the supervision of Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.*

*This research is motivated by the rapid growth of the café business, which has led to increasingly intense competition. This situation encourages business owners to compete in attracting customers. Therefore, applying a business strategy can help business owners face this competition. The focus of this thesis is: (1) How does Nawasena Wincoffee implement its business strategy to face competition? (2) How does Nawasena Wincoffee implement the 7P marketing mix to face competition? The goal of this research is to determine the strategy used by Nawasena Wincoffee to maintain its business.*

*This research uses a descriptive qualitative approach. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The collected data will be analyzed through data condensation and presentation, leading to conclusions.*

*The results of this study indicate that: (1) Nawasena Wincoffee's business strategy in facing competition includes: differentiation strategy: offering a variety of coffee flavors and an aesthetically pleasing evening atmosphere; low-cost strategy: offering some products at affordable prices; innovation strategy: technological innovations such as providing barcodes at each corner of the café and offering electronic payment methods, as well as menu innovations following current trends; and focus strategy: giving special attention to coffee enthusiasts. (2) The 7P marketing mix of Nawasena Wincoffee in facing competition includes: product: offering a variety of traditional and modern food and beverages, particularly coffee; price: offering products at various price points and providing clear price information; place: located in a strategic area that is easily accessible, and offering an aesthetically pleasing environment; promotion: promoting products on social media, holding workshops, and utilizing word-of-mouth promotion; people: providing training for employees on product creation and customer service; process: operational processes designed to be fast and convenient for customers; physical evidence: maintaining a clean environment, quality equipment, and an attractive visual identity.*

*Keywords: Business Strategy, Marketing Mix, Competition, Cafe*