

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pembahasan yang telah penulis lakukan berkaitan dengan strategi diferensiasi produk dalam menciptakan keunggulan bersaing pada kedai Damonikopi Kota Kediri, sebagaimana telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, sehingga menciptakan pada rumusan pokok yang terangkum dalam poin-poin kesimpulan berikut:

1. Kedai Damonikopi menerapkan strategi diferensiasi produk dengan memastikan kualitas kopi melalui penggunaan biji kopi lokal yang di *roasting* sendiri, menghadirkan inovasi menu seperti prongkol kopi dan *coldbrew*, serta memberikan fleksibilitas menu yang dapat dikostumisasi sesuai keinginan pelanggan. Selain itu, strategi pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan juga diterapkan melalui sesi *cupping*, dimana pelanggan dapat mencicipi dan memberikan masukan terhadap kualitas kopi, sehingga meningkatkan keterlibatan pelanggan dalam menentukan standar rasa yang sesuai dengan pasar. Dalam penerepannya, kedai Damonikopi menggunakan tiga tingkatan strategi, yaitu strategi tingkat bisnis yang membantu memposisikan kedai dalam pasar dan menarik pelanggan melalui strategi diferensiasinya, strategi tingkat fungsional yang memastikan operasional kedai berjalan optimal melalui pengelolaan pemasaran, operasional, dan sumber daya manusia, serta strategi tingkat perusahaan yang menilai faktor internal dan eksternal untuk menentukan

langkah eskpansi bisnis. Selain itu, Kedai Damonikopi lebih cocok menerapkan *broad differentiation strategy* karena strategi ini menjangkau berbagai segmen pelanggan dengan menawarkan produk unik, kualitas rasa khas, dan pelayanan ramah. Namin, *focused differentiation strategy* juga dapat diterapkan jika kedai ingin menargetkan segmen pelanggan tertentu dengan produk dan pengalaman yang lebih eksklusif. Dengan penerapan strategi diferensiasi yang tepat. Kedai Damonikopi dapat meningkatkan keunggulan kooperatif, menarik lebih banyak pelanggan, serta memperkuat posisinya di pasar kopi.

2. Kedai Damonikopi memiliki strategi yang solid dalam menciptakan keunggulan bersaing melalui diferensiasi produk, kualitas layanan, dan pengalaman pelanggan. Dengan melakukan *roasting* biji kopi sendiri, menawarkan menu khas seperti prongkol kopi, serta menghadirkan opsi *custom* menu, kedai Damonikopi mampu membangun identitas yang kuat dan membedakan diri dari kompetitor. Selain itu, pelayanan berbasis edukasi, suasana kedai yang nyaman, serta keterlibatan dalam komunitas melalui sesi *cupping* semakin memperkuat daya tariknya. Inovasi berkelanjutan dalam produk, program loyalitas, serta pemasaran digital dapat terus meningkatkan visibilitas dan loyalitas pelanggan. Dengan menjaga kualitas, konsistensi, serta adaptasi terhadap tren pasar, kedai Damonikopi berpotensi menjadi pilihan utama bagi pecinta kopi di Kediri dan terus berkembang dalam industri kopi yang kompetitif.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan untuk kedai Damonikopi Kota Kediri kedepannya, yaitu:

1. Untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan keunggulan diferensiasi, kedai Damonikopi dapat memperkuat *branding* dengan menonjolkan kisah di balik biji kopi yang digunakan, termasuk asal-usulnya, proses *roasting*, dan nilai yang ingin disampaikan kepada pelanggan. Selain itu, inovasi menu secara berkala juga dapat dilakukan dengan menghadirkan varian kopi baru yang tetap mempertahankan karakter khas kedai Damonikopi, seperti *seasonal* menu atau metode penyajian unik.

Kedai Damonikopi juga dapat semakin memperkuat keterlibatan komunitas dengan mengadakan lebih banyak sesi *cupping*, kelas edukasi kopi, atau *event* khusus yang melibatkan pelanggan agar mereka memiliki pengalaman yang lebih mendalam. Strategi *digital marketing* yang lebih agresif, seperti pemanfaatan media sosial, konten video, interaktif, serta kolaborasi dengan *influencer* atau komunitas kopi, dapat meningkatkan visibilitas dan menarik pelanggan baru. Selain itu, peningkatan *customer experience* juga menjadi kunci, seperti dengan memberikan pelayanan yang lebih personal, mengenai preferensi pelanggan tetap, dan menciptakan suasana kedai yang semakin nyaman. Jika ingin melakukan ekspansi, kedai

Damonikopi dapat mempertimbangkan konsep *popup store*, kemitraan bisnis lain, atau bahkan membuka cabang dengan tetap mempertahankan ciri khasnya. Dengan menerapkan strategi ini. Kedai Damonikopi dapat

semakin memperkuat posisinya sebagai kedai kopi unggulan di Kediri dan terus berkembang dalam industri kopi yang kompetitif.

2. Untuk meningkatkan daya saing dan memperkuat posisinya di pasar, kedai Damonikopi dapat mengembangkan produk tambahan seperti, *coldbrew* botol dan *roasted beans* untuk menarik pelanggan yang ingin menikmati kopi di rumah. Selain itu, strategi pemasaran melalui branding digital juga perlu diperkuat dengan konten edukatif di media sosial serta kolaborasi UMKM dan komunitas kreatif guna memperluas jangkauan pelanggan.

Dari segi pelayanan, interaksi yang lebih personal dengan pelanggan bisa diterapkan, misalnya dengan memberikan rekomendasi kopi berbasis preferensi mereka serta mengadakan kelas edukasi kopi secara berkala. Untuk memberikan pengalaman yang lebih menarik, kedai Damonikopi dapat menyelenggarakan berbagai *event* seperti sesi *cupping*, *live music*, dan diskusi kopi guna membangun komunitas yang lebih solid. Selain itu, penggunaan kemasan ramah lingkungan serta program diskon bagi pelanggan yang membawa *tumbler* sendiri bisa menjadi nilai tambah yang membedakan kedai Damonikopi dari kompetitor.

Dalam jangka panjang, kedai Damonikopi bisa menjajaki peluang ekspansi dengan membuka cabang di lokasi strategis atau menjual produk secara *online* melalui *marketplace*, sehingga dapat menjangkau lebih banyak pelanggan. Dengan kombinasi strategi inovatif ini, kedai Damonikopi dapat semakin berkembang dan menjadi pilihan utama bagi pecinta kopi di Kediri.