

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan di Kedai Kopi Sidocuan Lite Mojoroto, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi bisnis berbasis kolaborasi yang diterapkan oleh Kedai Kopi Sidocuan Lite Mojoroto dilakukan dengan menyesuaikan kondisi pasar, kebutuhan konsumen, serta perkembangan tren yang terjadi pada usaha kedai kopi. Upaya tersebut dilakukan melalui penambahan dan pengembangan menu, perubahan konsep usaha, peningkatan kegiatan promosi melalui media sosial, serta penyediaan suasana kedai yang nyaman agar pelanggan merasa betah. Selain strategi yang berasal dari internal usaha. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis berbasis kolaborasi yang diterapkan Sidocuan Lite dilakukan melalui kemitraan dengan Wedding Organizer Sido Manten, barber shop, dan Komunitas Standupindo Kediri dengan mekanisme kerja sama yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing mitra, namun tetap berlandaskan prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit*). Kerja sama tersebut diwujudkan melalui promosi silang (*cross promotion*), paket bundling, pemberian voucher, pertukaran pelanggan (*cross customer*), serta penyelenggaraan event stand up comedy yang didukung promosi melalui media sosial. Penerapan berbagai bentuk kolaborasi tersebut terbukti mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan *brand*

*awareness*, menarik pelanggan baru, memperluas jaringan kemitraan, meningkatkan jumlah kunjungan pelanggan saat kegiatan kolaborasi berlangsung, serta mendorong peningkatan penjualan. Dalam pelaksanaannya, kegiatan kolaborasi dilakukan melalui beberapa tahapan, mulai dari mengidentifikasi peluang dan kebutuhan kerja sama, menyusun perencanaan, melaksanakan kegiatan kolaborasi, melakukan monitoring terhadap pelaksanaan kegiatan, hingga melakukan evaluasi untuk mengetahui hasil dan manfaat yang diperoleh dari kerja sama tersebut.

2. Daya saing yang dimiliki Sidocuan Lite didukung oleh konsep kedai yang memiliki ciri khas vintage, kualitas pelayanan yang ramah, variasi produk yang beragam, inovasi menu, promosi melalui media sosial, serta kemampuan mengikuti perkembangan kebutuhan konsumen. Berbagai upaya tersebut mampu memberikan nilai tambah bagi pelanggan sehingga Sidocuan Lite dapat mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik pelanggan baru di tengah persaingan bisnis kedai kopi yang semakin berkembang.
3. Berdasarkan hasil penelitian, strategi bisnis berbasis kolaborasi yang diterapkan oleh Sidocuan Lite memberikan dampak terhadap peningkatan daya saing usaha. Hal tersebut dapat dilihat dari kemampuan usaha dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar melalui inovasi produk, pelaksanaan promosi, serta kerja sama dengan berbagai pihak. Selain itu, adanya pelanggan tetap (*repeat customer*) menunjukkan bahwa Sidocuan Lite mampu mempertahankan konsumennya di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui media

sosial dan kolaborasi juga dinilai mampu membantu memperluas jangkauan promosi serta meningkatkan ketertarikan konsumen. Peningkatan juga terlihat pada omzet dan jumlah pengunjung yang terus bertambah dari tahun ke tahun. Dengan demikian, strategi kolaborasi yang diterapkan tidak hanya membantu menarik pelanggan baru, tetapi juga mampu mempertahankan pelanggan lama serta mendukung peningkatan daya saing usaha Sidocuan Lite.

## B. Saran

### 1. Bagi Kedai Kopi Sidocuan Lite Mojoroto

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Sidocuan Lite disarankan untuk terus mengembangkan kerja sama atau kolaborasi dengan berbagai pihak yang memiliki target pasar yang sesuai dengan karakteristik pelanggan kedai.

### 2. Bagi Konsumen Kedai Kopi Sidocuan Lite Mojoroto

Dengan adanya komunikasi yang baik antara konsumen dan pihak usaha, diharapkan kualitas pelayanan serta kenyamanan yang diberikan kepada pelanggan dapat terus meningkat agar kepuasan pelanggan dapat tetap terjaga

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat mengkaji faktor lain yang berkaitan dengan daya saing usaha, seperti inovasi produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, maupun pemasaran digital sehingga menghasilkan pembahasan yang lebih mendalam.