

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan teknik analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Penerapan *Blue Ocean Strategy* dalam Upaya Memenangkan Persaingan Usaha pada *Tomoro Coffee* Surabaya, maka peneliti memperoleh simpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, tidak terdapat faktor-faktor yang perlu dihilangkan karena akan membuat kinerja usaha tidak berjalan lancar dan bahkan dapat memberikan pengaruh yang buruk bagi coffee shop itu sendiri. *Tomoro Coffee* tidak perlu menurunkan komponen-komponen kompetitifnya karena jika dikurangi akan menurunkan kualitas kinerja *Tomoro Coffee* dan setiap elemen kompetitif memegang peranan yang sangat penting dalam keberlangsungan *Tomoro Coffee*.

Faktor persaingan yang harus ditingkatkan oleh *Tomoro Coffee* adalah:

1. Meningkatkan promosi penjualan di *Tomoro Coffee*
2. Meningkatkan Interior cafe
3. Meningkatkan fasilitas pendukung
4. Menciptakan faktor yang memenangkan persaingan

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti dapat memberikan beberapa saran kepada *Tomoro Coffee* agar dapat bersaing lebih baik dari para pesaingnya, berikut ini adalah usulan yang peneliti sampaikan:

Tomoro Coffee dapat menjalankan strategi baru yang telah dibuat dengan menggunakan *Blue Ocean Strategy* agar dapat keluar dari persaingan yang terjadi di perusahaan *Coffee Shop*. *Tomoro Coffee* dapat meningkatkan fasilitas pendukung dengan menambah outlet sehingga dapat memenuhi permintaan anak muda yang tidak dapat dipisahkan dari internet dan gawai. *Tomoro Coffee* dapat mengadakan acara musik live pada hari-hari tertentu seperti akhir pekan atau hari-hari penting lainnya, karena dengan adanya acara tersebut dapat menarik daya beli pelanggan.

Peningkatan pelayanan di *Tomoro Coffee* dengan memberikan pelatihan kepada pramusaji dengan memberikan pengarahan tentang pentingnya berhubungan dengan pelanggan. Hal ini diperlukan agar pramusaji menjadi lebih tanggap dan tenang terhadap berbagai balasan yang diberikan oleh klien. Pengembangan aspek promosi penjualan dengan bermitra dengan berbagai aplikasi daring, promosi bersponsor, dan mengikuti bazar makanan sehingga promosi penjualan kembali meningkat. *Tomoro Coffee* dapat menghasilkan nilai baru dengan menyediakan berbagai macam cita rasa kopi yang sangat berbeda dan menarik yang tidak ditawarkan oleh kedai kopi lainnya yang bermanfaat untuk meningkatkan penjualan.