

ANALISIS STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN DI ERA DIGITALISASI (SURVEI PADA KREMLIN COFFEE HOUSE DI CIKOLE KOTA SUKABUMI)

Abdul Azis Haiqal¹, Asep Hikmat², Tuah Nur³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Sukabumi

Email: azis.haiqal123@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan industri kuliner, khususnya sektor kafe di Kota Sukabumi, menunjukkan persaingan yang semakin ketat seiring dengan perubahan perilaku konsumen dan kemajuan era digitalisasi. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk menerapkan strategi bisnis yang tepat agar mampu meningkatkan daya saing dan mempertahankan eksistensi usaha. Salah satu kafe yang menghadapi dinamika tersebut adalah Kremlin Coffee House di Cikole, Sukabumi, yang berupaya menciptakan keunggulan bersaing melalui berbagai strategi bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis yang diterapkan oleh Kremlin Coffee House dalam meningkatkan daya saing perusahaan, mengidentifikasi tantangan dalam implementasi strategi tersebut, serta mengetahui dampaknya terhadap kemampuan bersaing di industri kuliner lokal. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi guna memperoleh gambaran empiris terkait praktik strategi bisnis yang dijalankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kremlin Coffee House menerapkan strategi kepemimpinan biaya melalui penetapan harga yang kompetitif, strategi diferensiasi melalui penciptaan pengalaman pelanggan yang unik seperti suasana kafe yang nyaman dan penyelenggaraan event kreatif, serta strategi fokus dengan menargetkan segmen anak muda dan komunitas lokal. Temuan utama menunjukkan bahwa kombinasi strategi tersebut mampu meningkatkan daya saing perusahaan melalui penguatan citra merek, peningkatan loyalitas pelanggan, dan kemampuan bertahan di tengah persaingan industri kuliner lokal.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Daya Saing

1. PENDAHULUAN

Pada masa saat ini, banyak hal mengalami transformasi. Bagian yang mengalami transformasi pesat yakni sektor ekonomi dimana pemasar memasarkan benda ataupun jasa lewat metode verbal, membagikan foto ataupun gambar dua dimensi (Tonapa, 2022). Seperti halnya produk dan layanan memiliki kategorinya masing masing, begitu pula dengan pengalaman. Secara umum, bisnis membutuhkan perpaduan produk atau layanan untuk memberikan pengalaman diakui sebagai hasil ekonomi yang kuat yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi konsumen secara signifikan melalui marketing. Pengalaman memiliki kekuatan

DedikasiMU (Journal of Community Service)**Volume 8, Nomor 1, Maret 2026**

untuk mempercepat pertukaran budaya, mendorong percakapan, meningkatkan nilai, dan meningkatkan pertumbuhan PDB (Baltezarević & Papakonstantinidis, 2024). Dalam beberapa tahun terakhir, sektor kuliner, terutama kafe, telah mengalami perubahan signifikan dalam hal konsep dan strategi bisnis. Perubahan ini tidak hanya terjadi pada produk yang ditawarkan, tetapi juga pada pengalaman yang diberikan kepada konsumen. Konsep ini semakin penting di tengah persaingan yang semakin ketat di sektor industri kreatif, termasuk kafe. Di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung sudah sangat populer, namun bagi kota-kota kecil seperti Sukabumi, industri kafe masih berada pada tahap perkembangan yang menjanjikan. Kafe-kafe di Sukabumi mulai menyadari pentingnya menciptakan pengalaman yang tidak hanya berfokus pada rasa makanan atau minuman, tetapi juga menciptakan atmosfer yang menarik, pelayanan yang memuaskan, dan interaksi yang personal dengan pelanggan. Hal ini menjadi kunci untuk membedakan kafe mereka dari pesaing lain yang juga menawarkan produk serupa.

Perkembangan teknologi terus melaju menuju tingkatan yang lebih maju. Pertumbuhan ini berlandaskan inovasi serta imajinasi manusia. Dampak dari zaman digital membuat kita terpaksa berpartisipasi dan mengambil bagian agar tidak tertinggal. Zaman industri 4.0 telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan. Peranan manusia akan mulai tergantikan oleh teknologi digital. Transformasi ini menuntut adanya peningkatan mutu karyawan supaya bisa menyesuaikan diri dengan zaman digital. Era digital merupakan periode di mana semua aktivitas yang mendukung kehidupan didukung oleh kehadiran teknologi mutakhir.

Strategi bisnis dalam konteks ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pemilihan konsep kafe, penataan interior yang menarik, pelatihan karyawan untuk memberikan pelayanan terbaik, hingga strategi pemasaran yang mengedepankan pengalaman pelanggan. Di sisi lain, meskipun potensi di sektor kafe cikole di Sukabumi sangat besar, implementasi kebijakan bisnis yang berfokus pada pengalaman konsumen masih menjadi tantangan. Keterbatasan sumber daya, baik dari sisi dana, kreativitas, maupun pemahaman tentang bagaimana menciptakan pengalaman yang berkesan, menjadi kendala utama bagi pemilik kafe. Selain itu, kebijakan yang diterapkan juga harus mampu mengakomodasi perubahan tren dan kebutuhan pasar yang terus berkembang, serta menyesuaikan diri dengan budaya lokal Sukabumi yang mungkin berbeda dengan kota besar lainnya. Menurut Porter (1996), mengelola strategi adalah berbeda dengan mengelola operasi. Tetapi keduanya sangat penting, dan perlu diintegrasikan. Strategi visioner yang tidak dikaitkan dengan keunggulan proses operasi dan tata kelola (governance) tidak akan dapat diterapkan. Sebaliknya, keunggulan operasi mungkin bisa menurunkan biaya, memperbaiki mutu dan mengurangi jumlah proses dan waktu tunggu, tetapi tanpa visi dan panduan dari strategi, perusahaan tidak mungkin menikmati kesuksesan yang berkesinambungan hanya dengan perbaikan operasi semata (Kaplan & Norton, 2008). Perubahan yang cepat di lingkungan luar dan situasi dalam perusahaan yang ingin terus berkembang telah mendorong perusahaan untuk menyusun strategi bisnis yang tepat agar dapat mengarahkan pelaksanaannya, sehingga sukses dalam mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan. Dalam beberapa tahun terakhir ini dan hingga saat ini, sektor bisnis telah memasuki fase revolusi informasi yang ditandai oleh perubahan lingkungan dengan ciri-ciri yang sangat

berbeda dibandingkan dengan periode sebelumnya. Di masa revolusi industri, daya saing suatu perusahaan ditentukan oleh seberapa efisien sumber daya atau aset fisik yang dialokasikan, yang dapat dengan mudah diukur dalam aspek keuangan. Sebaliknya, dalam era revolusi informasi, keunggulan daya saing suatu entitas usaha sangat tergantung pada kemampuannya untuk memobilisasi dan mengeksploitasi sumber daya atau aset tak berwujud (*intangible resources/assets*) yang tidak mudah dijabarkan dalam dimensi keuangan (Prakarsa dalam Yuwono, 2007).

Di zaman digital yang cepat berubah ini, sumber daya manusia (SDM) menjadi salah satu elemen krusial dalam meningkatkan daya saing suatu perusahaan. Kemampuan pegawai untuk menyesuaikan diri dengan teknologi, menciptakan inovasi, dan meningkatkan efisiensi operasional akan sangat berpengaruh pada sejauh mana perusahaan dapat bersaing di pasar internasional. Maka dari itu, pengembangan SDM yang efektif bisa menjadi kunci utama dalam menjaga agar perusahaan tetap bersaing menghadapi tantangan dan kesempatan yang muncul dari transformasi digital. Kondisi perusahaan-perusahaan di Indonesia saat ini dalam bersaing di pasar global masih dalam tahap perkembangan dan memiliki kesempatan yang signifikan, terutama di bidang-bidang seperti perdagangan online, produksi barang, dan sektor pertanian. Meskipun demikian, terdapat sejumlah tantangan yang harus dihadapi, khususnya terkait dengan penerapan teknologi, kualitas sumber daya manusia, dan persaingan dengan perusahaan-perusahaan internasional. Perusahaan-perusahaan Indonesia yang mampu berinovasi, memperbaiki mutu produk, menggunakan teknologi digital, dan menjalin kerja sama dengan mitra global akan memiliki kekuatan yang lebih baik di pasar internasional. Kebijakan yang mendukung dari pemerintah dan peningkatan infrastruktur juga akan berperan penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan-perusahaan Indonesia di pasar global. Daya saing perusahaan-perusahaan di Indonesia di arena global ditentukan oleh sejumlah elemen yang saling berhubungan, seperti penerapan teknologi, mutu produk dan layanan, inovasi, tenaga kerja, serta kebijakan pemerintah yang mendukung. Walaupun Indonesia adalah salah satu ekonomi teratas di Asia Tenggara dengan pasar internal yang besar, tantangan untuk meraih daya saing global masih sangat besar. Di zaman digital yang cepat berubah ini, sumber daya manusia (SDM) menjadi salah satu elemen krusial dalam meningkatkan daya saing suatu perusahaan. Kemampuan pegawai untuk menyesuaikan diri dengan teknologi, menciptakan inovasi, dan meningkatkan efisiensi operasional akan sangat berpengaruh pada sejauh mana perusahaan dapat bersaing di pasar internasional. Maka dari itu, pengembangan SDM yang efektif bisa menjadi kunci utama dalam menjaga agar perusahaan tetap bersaing menghadapi tantangan dan kesempatan yang muncul dari transformasi digital.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam strategi bisnis yang diterapkan oleh Kremlin Coffee House dalam meningkatkan daya saing. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran faktual mengenai kondisi nyata di lapangan berdasarkan perspektif pelaku usaha dan situasi operasional yang terjadi (Sugiyono, 2019).

Lokasi penelitian dilakukan pada Kremlin Coffee House yang berlokasi di Cikole, Kota Sukabumi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada pihak yang memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam pengelolaan usaha. Proses wawancara dilakukan secara bertahap, dimulai dari tahap perkenalan untuk membangun kepercayaan, tahap penggalian informasi terkait strategi bisnis yang diterapkan, serta tahap klarifikasi untuk memastikan kesesuaian data yang diperoleh. Selain itu, observasi dilakukan untuk melihat secara langsung kondisi operasional, konsep layanan, serta aktivitas yang mendukung strategi bisnis perusahaan.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif dengan cara mengorganisasikan, mereduksi, dan menginterpretasikan data yang diperoleh untuk menggambarkan penerapan strategi bisnis serta dampaknya terhadap daya saing. Analisis difokuskan pada identifikasi strategi kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus yang diterapkan oleh perusahaan serta keterkaitannya dengan kemampuan bersaing di industri kuliner lokal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Strategi Bisnis yang diterapkan oleh Kremlin Coffee House di Cikole Sukabumi dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan

Dengan pertumbuhannya yang terus menerus, Kota Sukabumi telah menjadi tempat yang menarik bagi berbagai bisnis, termasuk kafe. Dalam konteks Daya Saing, kafe-kafe di Sukabumi mulai mengembangkan Strategi Bisnis yang tidak hanya berfokus pada penyediaan makanan dan minuman, tetapi juga pada penciptaan pengalaman yang unik bagi pelanggan. Untuk memperkaya pengalaman pengunjung, banyak kafe di Sukabumi yang mengadakan berbagai kegiatan atau event khusus, seperti live music, workshop kreatif, atau acara tematik. Kegiatan ini tidak hanya sekadar tempat makan, tetapi menjadi sebuah acara sosial yang memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan dan berkesan.

Berikut penjelasan strategi bisnis yang diterapkan oleh Kremlin Coffee House di Cikole, Sukabumi dalam upaya meningkatkan daya saing perusahaan:

1. Live Music untuk Meningkatkan Daya Tarik dan Interaksi Pelanggan

Salah satu event yang Kremlin Coffee House lakukan Adalah penyelenggaraan live music, yang menghadirkan musisi atau band lokal untuk tampil langsung di cafe. Ini bukan sekadar hiburan, tetapi strategi yang mengundang pengunjung datang lebih sering, terutama di waktu-waktu tertentu seperti akhir pekan atau malam hari. Format ini memberikan suasana hangat dan interaktif yang berbeda dari sekadar nongkrong biasa di kafe standar.

Live music berfungsi sebagai magnet untuk menarik segmen konsumen yang lebih luas, terutama generasi muda dan komunitas musik lokal, yang biasanya mencari tempat nongkrong dengan suasana yang hidup dan hiburan tambahan. Event semacam ini memperkuat hubungan emosional pelanggan dengan brand cafe, memperpanjang waktu kunjungan, dan mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut.

2. Live Painting dan Kegiatan Seni untuk Pengalaman Kreatif

Selain musik, Kremlin Coffee House juga menggabungkan aktivitas seni seperti live painting yang dilakukan oleh seniman lokal di acara tertentu. Aktivitas ini biasanya dikombinasikan

dengan musik live sehingga menciptakan suasana yang lebih interaktif dan menarik. Kegiatan semacam ini bukan sekadar hiburan, tetapi juga memberikan pelanggan pengalaman visual dan emosional yang khas.

Dengan menghadirkan artistik visual langsung di tempat, kedai kopi ini dapat memosisikan dirinya sebagai ruang kreatif sekaligus kuliner. Ini memberi nilai tambah bagi pengunjung yang tidak hanya ingin menikmati kopi, tapi juga ingin merasakan suasana komunitas kreatif yang inspiratif—suatu keunggulan yang membuat pelanggan lebih memilih Kremlin Coffee House dibandingkan kedai kopi lain di sekitar Cikole Sukabumi.

3. Acara Tematik yang Meningkatkan *Brand Experience*

Kremlin Coffee House juga diketahui pernah terlibat atau dipromosikan dalam acara tematik yang lebih besar seperti party bertema tertentu yang mencakup musik, permainan, dan hiburan tambahan. Meski tidak selalu langsung di tempat kedai setiap waktu, keterlibatan dalam aktivitas komunitas semacam ini membantu memperkuat citra brand sebagai tempat yang lebih dari sekadar kafe biasa. Dengan membantu dengan partisipasi dalam event seperti itu, Kremlin menciptakan pengalaman unik yang membedakannya dari kompetitor.

4. Workshop Kreatif sebagai Nilai Edukasi dan Komunitas

Kegiatan seperti workshop kreatif misalnya workshop seni, sesi diskusi kreatif, atau kegiatan komunitas kecil juga merupakan bagian dari strategi untuk menggabungkan pengalaman budaya dan edukasi dalam layanan Kremlin Coffee House. Bahkan jika tidak secara rutin diadakan setiap minggu, dukungan terhadap kreativitas lokal melalui event kecil dapat memperkuat hubungan antara kedai dan komunitas sekitarnya.

Workshop membangun persepsi brand bahwa Kremlin Coffee House bukan sekadar tempat minum kopi, tetapi juga ruang berkumpul yang mendukung pengembangan keterampilan dan kolaborasi antar pelanggan. Ini mendorong loyalitas pelanggan karena mereka merasa bagian dari komunitas yang lebih besar.

5. Pemasaran Event melalui Media Sosial

Strategi utama yang membantu kesuksesan event-event tersebut adalah pemasaran melalui media sosial, terutama Instagram. Kremlin Coffee House memanfaatkan platform tersebut untuk mengumumkan event live music, live painting, dan aktivitas khas lainnya, yang kemudian dibagikan oleh pengunjung dan komunitas online. Dengan konten visual yang menarik, kedai dapat memperoleh *user-generated content* yang secara tidak langsung mempromosikan brand kepada audiens yang lebih luas.

Fungsi media sosial di sini bukan hanya sebagai pengumuman, tetapi sebagai alat untuk menunjukkan *brand experience* yang nyata, yang pada akhirnya membantu meningkatkan daya saing melalui visibilitas digital yang lebih tinggi dibandingkan kedai kopi yang kurang aktif dalam kegiatan serupa.

Strategi Pendukung:

1. Strategi Kepemimpinan Biaya

Strategi kepemimpinan biaya diterapkan oleh Kremlin Coffee House dengan mengendalikan biaya operasional secara efisien sehingga mampu menawarkan harga menu kopi dan makanan yang relatif terjangkau dibandingkan pesaing di sekitarnya. Efisiensi ini dilakukan melalui

DedikasiMU (Journal of Community Service)**Volume 8, Nomor 1, Maret 2026**

pengelolaan bahan baku, operasional yang sederhana namun efektif, serta pemanfaatan tenaga kerja secara optimal. Dengan harga yang kompetitif, Kremlin mampu menarik segmen konsumen yang sensitif terhadap harga tanpa mengorbankan kualitas produk.

2. Strategi Diferensiasi

Strategi ini diwujudkan melalui penciptaan pengalaman yang unik bagi pelanggan, seperti suasana kedai yang nyaman dan estetik, konsep tempat yang menarik, serta penyelenggaraan kegiatan kreatif seperti live music dan acara tematik. Diferensiasi ini membuat Kremlin Coffee House tidak hanya dikenal sebagai tempat minum kopi, tetapi juga sebagai ruang sosial dan kreatif yang memiliki nilai lebih dibandingkan kedai kopi lainnya.

3. Strategi Fokus

Strategi fokus diterapkan dengan menargetkan segmen pasar tertentu, terutama kalangan anak muda, pelajar, dan komunitas kreatif di wilayah Cikole dan Sukabumi. Penyesuaian konsep tempat, jenis menu, serta aktivitas yang ditawarkan disesuaikan dengan preferensi segmen tersebut, sehingga Kremlin mampu membangun loyalitas pelanggan pada pasar yang spesifik.

4. Strategi Kepemimpinan / Diferensiasi Terpadu

Terlihat dari kemampuan Kremlin Coffee House mengombinasikan harga yang terjangkau dengan pengalaman unik yang ditawarkan. Pelanggan dapat menikmati kopi berkualitas dengan harga bersaing sekaligus suasana dan hiburan yang menarik. Kombinasi ini memperkuat posisi kompetitif Kremlin Coffee House dan meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan ketat industri kedai kopi lokal.

3.2. Tantangan yang dihadapi oleh Kremlin Coffee House di Cikole Sukabumi dalam mengimplementasikan Strategi Bisnis yang mendukung dalam meningkatkan Daya Saing

Mengimplementasikan Strategi Bisnis yang mendukung dalam meningkatkan Daya Saing merupakan tantangan besar bagi banyak kafe di Kota Sukabumi. Meskipun kota ini berkembang dengan pesat dan potensi pasar kafe terus meningkat, ada beberapa hambatan yang harus dihadapi oleh para pengusaha kafe dalam menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi pelanggan.

Tantangan yang dihadapi oleh Kremlin Coffee House di Cikole Sukabumi dalam mengimplementasikan Strategi Bisnis yang mendukung dalam meningkatkan Daya Saing mencakup hal-hal berikut:

1. Persaingan yang semakin ketat

Di wilayah Sukabumi, pertumbuhan coffee shop cukup pesat dengan berbagai konsep, harga, dan inovasi menu. Kondisi ini membuat Kremlin Coffee House harus terus berupaya menciptakan pembeda yang kuat agar tidak kalah bersaing, baik dari segi harga, kualitas produk, maupun pengalaman yang ditawarkan kepada pelanggan.

2. Pengendalian Biaya Operasional

Harga bahan baku seperti biji kopi, susu, gula, dan bahan pendukung lainnya sering mengalami fluktuasi. Hal ini menyulitkan Kremlin dalam menerapkan strategi kepemimpinan biaya karena perusahaan harus menjaga harga tetap kompetitif tanpa menurunkan kualitas.

Keterbatasan skala usaha juga membuat Kremlin tidak memiliki daya tawar sebesar usaha yang lebih besar terhadap pemasok.

3. Penerapan Strategi Diferensiasi

Kremlin Coffee House menghadapi tantangan untuk mempertahankan keunikan konsep dan konsistensi layanan. Diferensiasi melalui suasana tempat, konsep interior, menu khas, dan penyelenggaraan event kreatif membutuhkan inovasi berkelanjutan serta biaya tambahan. Jika inovasi tidak terus dikembangkan, konsep yang awalnya unik dapat dengan mudah ditiru oleh pesaing sehingga keunggulan bersaing menjadi berkurang.

4. Perubahan Selera dan Perilaku Konsumen

Khususnya segmen anak muda yang menjadi target utama. Preferensi konsumen terhadap jenis minuman, konsep tempat, dan aktivitas pendukung cenderung cepat berubah mengikuti tren. Kremlin harus mampu membaca perubahan ini secara tepat agar strategi fokus yang diterapkan tetap relevan dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

5. Keterbatasan Sumber Daya

Keterbatasan modal dapat membatasi pengembangan fasilitas, inovasi produk, dan intensitas promosi. Selain itu, keterbatasan tenaga kerja yang terampil juga dapat memengaruhi kualitas pelayanan dan konsistensi produk, yang pada akhirnya berdampak pada persepsi pelanggan terhadap daya saing perusahaan.

6. Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM)

Menjaga kualitas barista, keramahan pelayanan, dan kedisiplinan karyawan membutuhkan pelatihan serta pengawasan yang berkelanjutan. Tingginya tingkat pergantian karyawan di sektor usaha makanan dan minuman juga dapat mengganggu stabilitas operasional dan kualitas layanan.

7. Pemasaran dan Pemanfaatan Teknologi

Persaingan di media sosial menuntut Kremlin Coffee House untuk konsisten dalam promosi, menciptakan konten menarik, dan membangun interaksi dengan pelanggan. Keterbatasan waktu, keahlian, dan sumber daya dapat membuat strategi pemasaran digital tidak berjalan optimal.

Secara keseluruhan, tantangan yang dihadapi Kremlin Coffee House dalam mengimplementasikan strategi bisnis terletak pada kemampuan perusahaan untuk menyeimbangkan efisiensi biaya, inovasi berkelanjutan, dan kualitas layanan di tengah persaingan yang ketat. Keberhasilan dalam mengatasi tantangan-tantangan tersebut sangat menentukan peningkatan daya saing perusahaan secara berkelanjutan.

3.3. Dampak Strategi Bisnis terhadap Daya Saing Kremlin Coffee House di Cikole Sukabumi dalam menghadapi kompetisi di sektor industri kuliner lokal

Dampak strategi bisnis terhadap daya saing Kremlin Coffee House di Cikole Sukabumi dapat dilihat dari kemampuan usaha ini untuk bertahan dan menarik pelanggan di tengah persaingan yang ketat dalam industri kuliner lokal, khususnya kedai kopi. Strategi bisnis yang diterapkan tidak hanya berpengaruh pada peningkatan penjualan, tetapi juga membentuk posisi kompetitif dan citra usaha di mata konsumen.

Penerapan strategi bisnis yang tepat berdampak pada peningkatan daya tarik terhadap pelanggan. Dengan menawarkan harga yang relatif terjangkau serta kualitas produk yang konsisten, Kremlin Coffee House mampu menjangkau segmen konsumen yang lebih luas, mulai dari pelajar hingga pekerja muda. Hal ini membuat Kremlin tetap relevan dan kompetitif dibandingkan kedai kopi lain yang menawarkan harga lebih tinggi atau konsep yang terlalu eksklusif.

Strategi diferensiasi yang diwujudkan melalui suasana tempat yang nyaman, konsep estetik, serta penyelenggaraan kegiatan kreatif seperti live music atau acara tematik berdampak pada penguatan citra dan identitas merek. Kremlin Coffee House tidak hanya dipersepsikan sebagai tempat membeli kopi, tetapi juga sebagai ruang sosial dan tempat berkumpul komunitas. Dampaknya, pelanggan memiliki keterikatan emosional yang lebih kuat dan cenderung melakukan kunjungan ulang, yang secara langsung meningkatkan daya saing.

Dari sisi posisi pasar, strategi fokus pada segmen anak muda dan komunitas lokal membuat Kremlin Coffee House mampu bersaing secara lebih spesifik dan terarah. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi segmen tersebut, Kremlin dapat menyesuaikan menu, harga, dan konsep layanan sehingga lebih sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Strategi ini membantu usaha mempertahankan loyalitas konsumen meskipun banyak pesaing baru bermunculan.

Strategi kepemimpinan biaya dan diferensiasi terpadu juga berdampak pada ketahanan usaha dalam menghadapi kompetisi. Kombinasi antara harga yang bersaing dan pengalaman unik memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kenyamanan dan pengalaman, sehingga Kremlin memiliki keunggulan relatif dibandingkan pesaing yang hanya mengandalkan salah satu aspek saja. Selain itu, strategi bisnis yang dijalankan berdampak pada peningkatan visibilitas dan promosi dari mulut ke mulut, terutama melalui media sosial. Pengalaman positif pelanggan mendorong mereka untuk membagikan kunjungan mereka secara digital, yang memperluas jangkauan pemasaran tanpa biaya promosi yang besar. Hal ini memperkuat posisi kompetitif Kremlin Coffee House di pasar lokal.

Secara keseluruhan, strategi bisnis yang diterapkan memberikan dampak positif terhadap daya saing Kremlin Coffee House dalam menghadapi kompetisi industri kuliner lokal. Strategi tersebut membantu memperkuat posisi pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, membangun citra merek yang kuat, serta menciptakan keunggulan bersaing yang memungkinkan usaha bertahan dan berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan yang semakin dinamis.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis dalam makalah, dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis yang diterapkan oleh Kremlin Coffee House berperan penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan di sektor industri kuliner lokal. Penerapan strategi kepemimpinan biaya memungkinkan perusahaan menawarkan produk dengan harga yang kompetitif sehingga mampu menarik berbagai segmen konsumen. Strategi diferensiasi yang

diwujudkan melalui konsep tempat yang nyaman, estetik, serta kegiatan kreatif seperti live music dan acara tematik berhasil menciptakan pengalaman unik bagi pelanggan. Selain itu, strategi fokus pada segmen anak muda dan komunitas lokal membantu perusahaan memahami kebutuhan pasar secara lebih spesifik dan membangun loyalitas pelanggan.

Kombinasi antara strategi kepemimpinan biaya dan diferensiasi terpadu memberikan nilai tambah bagi pelanggan karena mereka memperoleh produk dengan harga terjangkau sekaligus pengalaman yang menarik. Meskipun demikian, Kremlin Coffee House masih menghadapi berbagai tantangan, seperti tingginya tingkat persaingan, fluktuasi biaya operasional, keterbatasan sumber daya, serta perubahan selera konsumen. Oleh karena itu, keberhasilan strategi bisnis sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam beradaptasi, berinovasi, dan mengelola sumber daya secara efektif agar daya saing dapat dipertahankan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1989). Managing Assets and Skills: The Key to a Sustainable Competitive Advantage. *California Management Review*, 31(2), 91-106. <https://doi.org/10.2307/41166561> (Original work published 1989)
- Aker, D. A. (2005). Strategic Market Management, Seventh Edition. United States of America.
- Baltezarević, Radoslav, and Ivana Baltezarević. "The experience economy: providing memorable experiences to customers." IKSAD Publications, 2024. 397-401.
- Fadillah, Haris, and Hairudinor Hairudinor. "Daya Saing UMKM Untuk Mengikuti Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah di Kabupaten Hulu Sungai Utara." *Jurnal Bisnis dan Pembangunan* 11.2 (2022): 30-38.
- Kaplan, Robert S., and David P. Norton. The execution premium: Linking strategy to operations for competitive advantage. Harvard business press, 2008.
- Maryani, Linda, and Harmon Chaniago. "Peran strategi bisnis dalam meningkatkan keunggulan bersaing di industri fashion." *Jurnal riset bisnis dan investasi* 5.1 (2019): 48-69.
- Porter, M. E. (1994). Keunggulan Bersaing. Jakarta Barat: Binarupa Aksara.
- Porter, Michael E, 1996, Strategi Bersaing : Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing, Terjemahan, Agus Maulana, Jakarta : Erlangga.
- Porter, Michael E. 2007. Strategi Bersaing. Kharisma Publishing Group.
- Saputra, Harmawan Teguh, Ferda Maryatul Rif'ah, and Bayu Andrianto Andrianto. "Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing umkm." *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship* 1.1 (2023): 29-37.
- Supriandi, S. (2022). PENGARUH MODAL SOSIAL, KAPABILITAS FINANSIAL, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP DAYA SAING BISNIS BERKELANJUTAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA UMKM INDUSTRI KULINER DI KOTA SUKABUMI. Nusa Putra
- Thomas, L. Wheelen, and J. David Hunger. "Strategic management and business policy: Achieving sustainability." *12th International Edition* (2010).
- Tonapa, Marilyn, and Kurniawati Kurniawati. "Pengaruh Dimensi Experience Economy terhadap Augmented Reality Advertising Satisfaction dan Dimensi Behavioral Intention." *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurnal ini Sudah Migrasi)* 6.2 (2022): 128-150.