

ABSTRAK

Amanda Azharani, Penerapan Strategi *Marketing Mix* menggunakan Analisis SWOT dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Maroz Cafe & Resto Gondangmanis).

Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki pengelolaan usaha yang belum berkembang secara optimal dan maksimal dalam menjalankannya. Hal ini membuat peneliti melakukan penelitian mengenai strategi *marketing mix* yang diterapkan dalam upaya meningkatkan daya bersaing. Serta penggunaan analisis SWOT dalam menentukan kekuatan, kelemahan, kesempatan dan juga ancaman di dalam dan luar usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis.

Tujuan penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi *marketing mix*, faktor penghambat dan strategi alternatif dalam meningkatkan daya bersaing di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Jenis penelitian skripsi ini adalah *field research* (penelitian lapangan) dengan pendekatan kualitatif dan metode penelitian studi kasus (*case study*). Subyek penelitian skripsi ini adalah manajer Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, pengelola pemasaran, dan dua pelanggan. Sumber data yang diperoleh peneliti adalah sumber data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Serta teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan simpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi *marketing mix* yang optimal diterapkan di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis yaitu *product* dan *price*, kemudian strategi penting yang menjadi pengukur berjalannya Maroz Cafe & Resto Gondangmanis yaitu *people*, karena tenaga kerja yang berhasil memberikan pelayanan secara optimal kepada pelanggan. Namun salah satu strategi *marketing mix* diantaranya kurang mendapat perhatian pelanggan yaitu *place* dengan *promotion* sebagai strategi kurang dioptimalkan dengan baik karena iklan yang dilakukan tidak *up to date* dan dalam beriklan hanya mengandalkan satu media saja. (2) Salah satu penghambat dalam proses penerapan strategi *marketing mix* adalah branding yang lemah dan lokasi kurang strategis yang menyebabkan proses pemasaran menjadi hal yang tidak dapat diabaikan. (3) Strategi alternatif yang dapat dipertimbangkan untuk digunakan oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis berdasarkan matriks SWOT yaitu meningkatkan kualitas pada seluruh ragam varian produk, mempertahankan kualitas dan selalu meningkatkan pelayanan dengan baik, melakukan perluasan pasar sasaran melalui sistem pelayanan baru dan mempertahankan seluruh aspek yang menjadi ciri khas.

Kata Kunci : Faktor Penghambat, Strategi *Marketing Mix*, Strategi alternatif