

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

Pada bagian pembahasan skripsi ini, maksud dari gambaran obyek penelitian adalah sebuah gambaran umum mengenai lokasi dari obyek penelitian yang akan diteliti. Lokasi yang dijadikan sebagai obyek pada penelitian disini adalah Maroz *Cafe & Resto* Gondangmanis, yang berada di jalan Kayuapu Kulon, desa Gondangmanis, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus. Untuk lebih memahami gambaran obyek penelitian secara lebih spesifik, maka akan dipaparkan menjadi beberapa bagian dibawah ini yaitu:

1. Latar Belakang Usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis

Maroz Cafe & Resto Gondangmanis merupakan usaha yang berdiri di desa Gondangmanis, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus. Usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis menjadi salah satu UMKM yang termasuk dalam perindustrian *food and beverage* (F&B). Dengan mencakup pada proses penyajian makanan dan minuman kepada pelanggan.

Usaha yang berdiri pada tahun 2011 ini, dikelola oleh Bapak Hartopo sebagai pemilik Maroz Café & Resto Gondangmanis dengan beberapa pegawai pada bagian – bagian tertentu. awal berdirinya Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dilatar belakangi oleh pemilik yang menggemari dunia kuliner, terlebih pada masakan manado. Selain itu, sejak berdirinya Maroz berfokus pada penyajian produk menggunakan sistem *dine in* atau makan ditempat. Dan sistem tersebut berlangsung hingga tahun 2019.

Pertengahan tahun 2019, Maroz Cafe & Resto Gondangmanis menjadi salah satu bisnis makanan yang terdampak Covid-19 hingga mengakibatkan Maroz tutup selama dua tahun, ditambah dengan pemilik yang juga berfokus pada bidang lain (bidang politik). Tahun 2022 Maroz Cafe & Resto Gondangmanis resmi beroperasi kembali dengan melakukan pergantian pada pengelolaan manajemen usaha yang dilanjutkan oleh Ibu Mawar Anggraeni Hartopo (istri pemilik). Adanya pergantian menjadi penyengaran baru saat kembalinya Maroz di tengah masyarakat Kudus. Dimana dengan pergantian manajemen usaha tersebut dilakukan penambahan pada *interior* bar kopi dan sistem pelayanan baru yang tujuannya agar produk Maroz dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat.



(Sumber: observasi di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, 2023)

Gambar 4. 1 Bar Kopi Maroz Cafe & Resto Gondangmanis

Pada fase ini, Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dapat meningkatkan kualitas penyajian produk pada sistem pelayanan yang baru (grabfood). Kemudian Maroz Cafe & Resto Gondangmanis juga melakukan *branding* terhadap produknya melalui kegiatan acara daerah tertentu, sebagai bentuk strategi pemasaran dalam mengenalkan kepada masyarakat secara luas. Disamping itu, juga memberikan kenyamanan dan fasilitas yang diperhatikan oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis agar saat pelanggan berkunjung merasa nyaman⁷⁷.

2. Visi dan Misi Usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis

a. Visi

Menjadikan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis sebagai tempat makan sederhana dan nyaman yang berkualitas dari sajian menu mulai dari Asia sampai Westren khususnya.

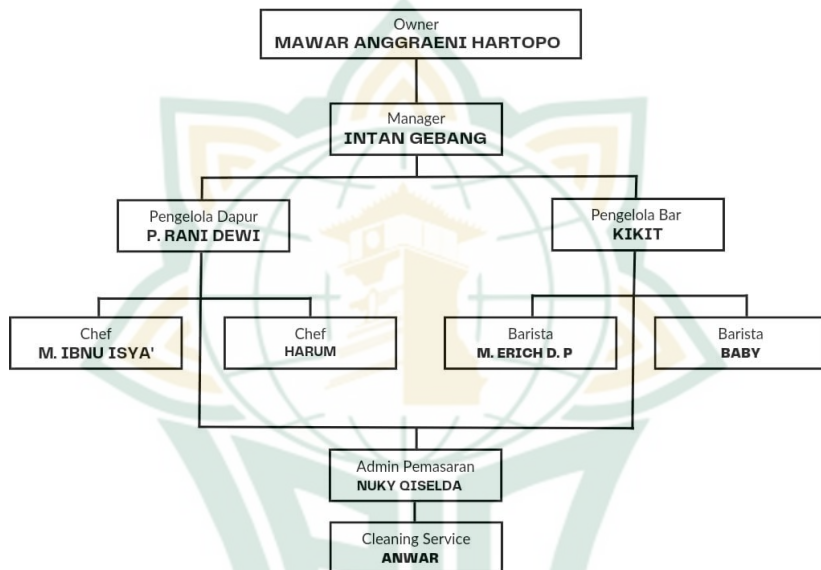
b. Misi

- 1) Mengembangkan usaha yang yang sudah ada dengan memperbaharui produk yang mengikuti zaman
- 2) Menciptakan kekeluargaan hangat dan sejahtera pada seluruh karyawan yang ada
- 3) Memperkenalkan makan Asia sampai makanan Westren khas Maroz yang diseimbangkan dengan selera dari masyarakat Kudus
- 4) Memuaskan pelanggan dengan memberikan kualitas dan pelayanan yang berstandar tinggi.

⁷⁷ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

3. Struktur Organisasi Usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis

Usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki struktur organisasi pada setiap bidangnya yaitu pemilik, pengelola dapur, pengelola bar, admin pemasaran dan *cleaning service*. Hal ini dilakukan demi membuat Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dapat memberikan pengelolaan dan pelayanan yang lebih efektif dan terarah⁷⁸.



Sumber: wawancara dengan manager Maroz Cafe & Resto Gondangmanis

Gambar 4. 2 Bagan Struktur organisasi Maroz Cafe & Resto

4. Produk Usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis

Setiap usaha khususnya bidang *food and beverages* tentu memiliki beragam produk yang dapat dipilih pelanggan, termasuk usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis yang memiliki delapan menu produk dengan berbagai macam produk mulai dari makanan Asian dan Westren sampai minuman kopi. Masing – masing macam produk tersebut diantaranya:

Pertama, *Main dishes* atau hidangan utama, terdiri dari ayam Manado, ayam saos Singapore, ansio tahu seafood,

⁷⁸ Intan Gebang, wawancara Oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

tumis kangkung belacan, udang telur asin, udang cabe garam, maroz *fried rice*, maroz *fried noodle*, *chicken steak*, *chicken katrsu saos bbq*, *chicken snitzel*, *fish and cheese*, *crispy fish saos bbq*, maroz *fried noodle*, pokcoy sapi saos tiram, *beef blackpepper* dan nasi putih.

Kedua, Cemilan, terdiri dari kentang goreng, *chicken nuggets*, tahu maroz, dimsum kukus, *banana roll*, *onion ring*, *spicy salt tofu* dan *breaded banana*.

Ketiga, Minuman wedang terdiri dari maroz jahe *signature*, bajigur, sekoteng dan uwuh.

Keempat, Jus buah – buahan terdiri dari beragam jenis buah (apel, alpukat, sirsak, jambu, jeruk, tomat dan wortel).

Kelima, *Manual brewing*, terdiri dari berbagai jenis kopi seperti tubruk robusta, tubruk arabica, vietnam drip, *french press* (robusta atau arabica) dan kopi susu.

Keenam, Minuman teh yang terdiri dari *hot tea*, *ice tea*, *peppermint ice tea*, *lemon tea* dan *tea pitcher*

Ketujuh, *Frape base* atau minuman krim, yang terdiri dari *green tea matcha*, *red velvet*, *maroz ice milky coffee signature* dan *chocolate delight*.

Kedelapan, *Espresso base*, terdiri dari *double shoot espresso*, *americano*, *espresso shakerato*, *parijotho coffee*, *cappuccino*, *cafelatte*, *dark chocolate coffee* dan *cappuccino de brulee*⁷⁹.

B. Deskripsi Data Penelitian

Tabel 4. 1 Data Profil Responden

Responden	Nama Responden	Posisi
1	Intan Gebang	Manager Maroz Cafe & Resto Gondangmanis manajer selama 1 tahun.
2	Nuky Qiselda	Admin pemasaran Maroz Cafe & Resto Gondangmanis selama 9 tahun.
3	Karina Amalia Rahmayani	Pelanggan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis.
4	Nimas Galih Larasati	Pelanggan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis.

(Sumber: Observasi di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, 2023)

⁷⁹ Observasi di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, 28 Februari, 2023.

1. Penerapan Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Daya Saing di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis

a. *Product* (Produk)

Produk menjadi nilai berbentuk fisik yang ditawarkan oleh bisnis kepada pelanggan agar dapat digunakan bahkan konsumsi. Maroz Cafe & Resto Gondangmanis termasuk usaha yang menawarkan nilai berbentuk produk dengan beragam macam varian mulai dari hidangan utama, *snack* (cemilan), wedang, teh, kopi sampai minuman lainnya. Disamping itu, Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memperhatikan dengan baik dari segi penyajian pada kebersihan dan *platingnya*. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari:

Responden 1 menyatakan bahwa *produknya banyak bisa lihat dimenu, mulai makanan utama, coffee, jus, wedang, sampai snack, untuk produk Maroz itu rata – rata makanannya dari Asia dan Westren yang sudah disesuaikan sama selera masyarakat, untuk produk andalannya dari dimsum, kami sebutnya dimsum sultan harga rakyat, jadi setiap satu pembelian sudah dapat 4 dimsum kukus besar full daging dan sausnya*⁸⁰.

Responden 2 menyatakan bahwa produk *andalan yaitu dimsum Maroz atau kami menyebutnya dimsum sultan dengan harga rakyat karena dimsumnya yang full daging dengan harganya yang murah*⁸¹.

Responden 3 menyatakan bahwa *dari penyajian produknya baik, dari rasanya juga tidak kalah dari kafe resto lainnya dan buat varian menunya juga sangat banyak jadi mau cari menu apa saja ada disini mulai dari snack sampai makanan berat*⁸².

Responden 4 menyatakan bahwa *kualitas produk baik jika dilihat dari kebersihan dan plating. Maroz Cafe & Resto ini juga memiliki banyak varian menu mulai dari snack hingga makanan berat*⁸³.

⁸⁰ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

⁸¹ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

⁸² Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

⁸³ Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

Pemaparan keempat responden di atas mengatakan hal serupa bahwa produk yang ditawarkan di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki beragam pilihan yang bervariasi. Keberagaman variasi itulah yang membuat Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dapat menjadi tempat usaha dituju oleh pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Sebuah usaha selain memiliki produk yang bervariasi tentu diimbangi dengan produk yang berkualitas agar dapat memberikan rasa puas kepada pelanggan. Hal ini lah yang juga ditemukan di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, berdasarkan pemaparan berikut:

Responden 1 menyatakan bahwa *seluruh produk di Maroz itu menggunakan bahan baku fresh yang berkualitas dari tempat supplier dan proses produksinya menyesuaikan selera masyarakat Kudus*⁸⁴.

Responden 2 menyatakan bahwa *produk seluruh produk di Maroz itu menggunakan bahan baku fresh mba jadi dipastikan hasil produk yang akan disajikan berkualitas*⁸⁵.

Responden 3 menyatakan bahwa *dari penyajian produknya baik, dari rasanya juga tidak kalah dari kafe resto lainnya dan buat varian menunya juga sangat banyak jadi mau cari menu apa saja ada disini mulai dari snack sampai makanan berat*⁸⁶.

Responden 4 menyatakan bahwa *kualitas produk baik jika dilihat dari kebersihan dan plating. Maroz Cafe & Resto ini juga memiliki banyak varian menu mulai dari snack hingga makanan berat*⁸⁷.

Keempat responden di atas, mengatakan hal berbeda mengenai produk yang ada di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Responden satu dan dua mengatakan penawaran produk di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki kualitas yang selalu diperhatikan dengan baik.

⁸⁴ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

⁸⁵ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

⁸⁶ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

⁸⁷ Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

Hal inilah yang membuat responden tiga dan empat mengatakan bahwa tampilan dan kebersihan pada penyajian produk berkualitas baik. Karena Maroz memperhatikan penyajian produk pada penggunaan bahan baku yang selalu *fresh* agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan terhadap produk yang diterimanya.

b. Price (Harga)

Harga termasuk jumlah nominal yang juga ditawarkan oleh bisnis untuk mendapatkan keuntungan dan menjadi pembanding bagi pelanggan dengan usaha lainnya. Penawaran harga produk juga dilakukan oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis sebagai usaha yang menghasilkan produk. Dimana harga produk yang ditawarkan mulai dari Rp 5.000 sampai dengan harga Rp 36.000, dengan beberapa harga produk yang dipaparkan antara lain⁸⁸:

Tabel 4. 2 Harga Kisaran Produk

Jenis Produk	Kisaran Harga
Manual Brewing	Rp8.000 – Rp16.000
<i>Espresso base</i>	Rp12.000 – Rp25.000
<i>Frape base</i>	Rp12.000 – Rp24.000
Teh	Rp6.000 – Rp36.000
Jus	Rp10.000 – Rp12.000
Wedang	Rp12.000 – Rp14.000
<i>Other drink</i>	Rp5.000 – Rp35.000
<i>Snack</i>	Rp9.000 – Rp19.000
Hidangan utama	Rp5.000 – Rp30.000

(Sumber: Daftar Menu *Maroz Cafe & Resto Gondangmanis*, 2023)

Harga produk pada usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis tergantung dari jenis dan variasi yang ada, semakin bervariasi bahan pada hidangan menunya, maka akan semakin meningkat harga produknya. Disamping itu, dengan perbandingan harga yang dapat dijangkau oleh berbagai kalangan.

⁸⁸ Observasi Di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, 28 Februari, 2023.

Tabel 4. 3 Perbandingan Harga Produk Maroz Café & Resto Gondangmanis dengan beberapa pesaing

Menu	Jangkauan Harga Berdasarkan Kafe		
	Maroz Cafe & Resto Gondangmanis	Wipsy Coffee & Meet	Vjo Cafe & Bistro
<i>Coffee</i>	8.000 – 19.000	18.000 – 22.000	7.000 – 20.000
Teh	6.000 – 36.000	-	5.500 – 13.500
Minuman Squash	14.000 – 35.000	18.000 – 22.000	12.000 – 14.000
<i>Snack</i>	9.000 – 19.000	13.000 – 20.000	9.000 – 20.000
Paket nasi	5.000 – 30.000	27.000 – 40.000	6.000 – 33.500

(Sumber: Data diolah peneliti, 2023)

Tabel di atas terlihat bahwa harga jangkauan yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan pesaing karena harga yang ditawarkan menyesuaikan dari kualitas yang diberikan oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis kepada pelanggan. Hal ini sesuai dengan pernyataan:

Responden 1 menyatakan bahwa *pertimbangan harga dari bahan baku yang digunakan, makanya dari manajemen yang baru ada perpindahan tempat supplier alasannya karena agar harga yang ditentukan tidak akan terlalu mahal dan bisa diterima semua kalangan masyarakat*⁸⁹.

Responden 2 menyatakan bahwa *tentu harganya dapat mengimbangi dari kualitas, dari pihak manajemen sendiri memberikan harga dibawah pasaran atau lebih murah dan tidak mengambil untung yang banyak*⁹⁰.

Responden 3 menyatakan bahwa *dari segi harga masih dapat dikatakan terjangkau untuk kantong mahasiswa atau pelajar seperti saya ini dan dari harganya*

⁸⁹ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

⁹⁰ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

*pun menurut saya sudah sebanding dengan kualitas yang diberikan*⁹¹.

Responden 4 menyatakan bahwa *terjangkau dan sebanding dengan kualitas produk*⁹².

Keempat responden di atas mengatakan hal serupa mengenai harga yang ditawarkan di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Responden satu dan dua mengatakan penetapan harga produk didasari oleh perpindahan tempat *supplier*. Perpindahan ini dimaksud untuk memberikan harga produk lebih terjangkau kepada semua kalangan pelanggan dari rendahnya harga bahan baku yang digunakan. Hal ini lah yang membuat responden tiga dan empat membenarkan tujuan tersebut karena harga yang ditawarkan di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis sangat terjangkau khususnya untuk kalangan pelajar dan mahasiswa.

Menyeimbangkan dari harga produk di atas, pelanggan juga dapat melakukan bentuk pembelian manfaat yang disediakan suatu bisnis, termasuk di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Usaha tersebut menyediakan ruangan VIP agar dapat digunakan oleh pelanggan sebagai tempat acara tertentu dengan tarif harga perjam tergolong rendah, ditambah dengan terdapatnya tarif harga untuk pelajar atau mahasiswa. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari manajer dan pegawai Maroz Cafe & Resto Gondangmanis:

Responden 1 menyatakan bahwa *harga perjamnya itu untuk umum 90.000 dan kami ada untuk pelajar atau mahasiswa juga perjamnya 65.000 dan biasanya yang suka pake ruangan vip itu pejabat kalau ada acara, terus keluarga, ibu – ibu arisan*⁹³.

Responden 2 menyatakan bahwa *perjamnya untuk umum 90.000 dan untuk pelajar atau mahasiswa perjamnya 65.000*⁹⁴.

⁹¹ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

⁹² Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

⁹³ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

⁹⁴ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

Kedua responden di atas mengatakan hal serupa bahwa setiap pelanggan yang berkunjung dapat melakukan pembelian manfaat dari salah satu fasilitas yang disediakan di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis untuk digunakan pada berbagai acara tertentu. Dengan harga yang ditawarkan cukup rendah untuk umum dan untuk kalangan pelajar atau mahasiswa. Mulai dari Rp90.000 untuk umum dan Rp65.000 untuk pelajar atau mahasiswa.

c. **Place (Tempat)**

Tempat menjadi salah satu sasaran bisnis untuk menyalurkan atau mendistribusikan produk kepada pelanggan. Pemilihan tempat yang strategis dan mudah dijangkau pelanggan menjadi kegiatan yang perlu diperhatikan demi mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Salah satu tempat usaha yang menyalurkan produknya langsung kepada pelanggan adalah Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Dimana lokasi penyaluran produk berada di desa Gondangmanis, Kecamatan Bae. Lokasi tersebut berada dekat dengan kampus dan jalan raya yang memudahkan pelanggan menjangkaunya dengan kendaraan. Namun, keberadaan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis tersebut dikatakan kurang strategis dan tidak terlihat dari jangkauan luar, sehingga membuat pelanggan kurang mengetahui keberadaan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Pemaparan tersebut sesuai dengan pernyataan dari:

Responden 1 menyatakan bahwa *Maroz ini kan beralamat di desa Gondangmanis, Kecamatan Bae dan kalau lokasinya menurut saya kurang strategis, soalnya Maroz dari dahulunya memang sudah disini di dalam perumahan*⁹⁵

Responden 2 menyatakan bahwa *letaknya sama kurang strategis*⁹⁶.

Responden 3 menyatakan bahwa *lokasi dibandingkan dengan kafe resto lainnya itu tidak kelihatan karena Maroz ini berada didalam perumahan jadi membuat orang belum pernah ke Maroz Kafe Resto ini tidak akan mengetahui*

⁹⁵ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

⁹⁶ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

*keberadaannya, dan dari saya kalau masyarakat mencari kafe resto yang hidden gem Maroz ini bisa jadi rekomendasi tapi kalau masyarakat mencari kafe resto yang hits dan bisa ditemuin dipinggir jalan Maroz tidak bisa saya rekomendasikan*⁹⁷.

Responden 4 menyatakan bahwa *kurang strategis dan kurang terlihat dan akan lebih baik lagi jika lokasinya berada ditengah – tengah kota*⁹⁸.

Keempat responden di atas mengatakan hal serupa bahwa keberadaan letak Maroz Cafe & Resto Gondangmanis belum cukup dikatakan strategis karena posisi letak lokasinya yang terlalu masuk ke dalam perumahan, sehingga hal ini yang membuat pelanggan kesulitan mengetahui keberadaan dari Maroz Cafe & Resto Gondangmanis.

Selain lokasi keberadaan tempat usaha, adanya sebuah penunjang produk yang ditawarkan dapat menjadi daya tarik pelanggan untuk berkunjung, hal ini yang juga dimiliki oleh Maroz Cae & Resto Gondangmanis. Terdapatnya ruangan acara, tempat ibadah, toilet, bar kopi dan lahan parkir luas yang disediakan oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis sebagai penunjang untuk memasarkan produknya kepada pelanggan. Hal ini sesuai pernyataan dari:

Responden 1 menyatakan bahwa *terdapat meeting room atau ruangan vip yang dapat dibooking dengan harga yang murah perjamnya untuk berbagai acara tertentu, bar coffee, tempat charger, mushola, toilet, dan lahan parkir yang cukup luas*⁹⁹.

Responden 2 menyatakan bahwa *ada mushola, toilet, bar coffee, lahan parkir yang cukup luas dan ada meeting room yang bisa dibooking dengan harga perjamnya*¹⁰⁰.

⁹⁷ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

⁹⁸ Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

⁹⁹ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁰⁰ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

Responden 3 menyatakan bahwa *karena tidak setiap hari kesini, fasilitas yang dirasakan itu ruangan yang full musik*¹⁰¹.

Responden 4 menyatakan bahwa *ruangan yang nyaman dari musiknya*¹⁰².

Keempat responden di atas mengatakan hal serupa mengenai tempat yang disediakan oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis sebagai penunjang untuk memasarkan produknya. Penyediaan berbagai tempat tersebut membuat Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki daya tariknya tersendiri sebagai kafe resto untuk dapat mengembangkan usaha sekaligus bertahan ditengah persaingan serupa.

d. Promotion (Promosi)

Promosi menjadi upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan dan menawarkan produk kepada pelanggan. Upaya promosi ini dilakukan untuk memberikan peningkatan penjualan dari meningkatnya jumlah pelanggan yang berkunjung. Usaha Maroz Cafe & resto Gondangmanis juga melakukan promosi untuk memasarkan produknya kepada pelanggan. Promosi yang dilakukan melalui mulut ke mulut, menggunakan media *online* seperti *instagram* dengan nama akun @maroz_cafe, melakukan *endorse* kepada selebgram Kudus, *makeup* artis dan salah satu *entertainment management*. Namun, dengan promosi yang dilakukan, Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki kekurangan untuk memanfaatkan media *instagram* dalam menginformasikan seputar promo secara berkala. Hal sesuai dengan pernyataan:

Responden 1 menyatakan bahwa *untuk promosi kami gunain instagram, adain potongan harga di grabfood, sesekali endorse ke selebgram Kudus, sesekali juga mengirimkan produk kepada makeup artis dan salah satu entertainment management yaitu mas aris, membuka stand diacara dandangan. Untuk promosi melalui instagram, kami memiliki keterbatasan dari pengelolaannya buat infoin promo, makanya biasanya promosi dari instagram*

¹⁰¹ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

¹⁰² Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

itu lewat instagram pribadi milik bu Mawar karena jumlah pengikutnya terhitung sangat banyak¹⁰³.

Responden 2 menyatakan bahwa untuk memperkenalkan Maroz menggunakan instagram walaupun kurang dikelola dengan baik akan tetapi kami sewaktu waktu akan memberikan informasi seputar keadaan Maroz seperti promo atau saat pembukaan stand dan menggunakan grabfood¹⁰⁴.

Responden 3 menyatakan bahwa dahulu tahu Maroz itu karena datang ke gymnya, sebelumnya tidak tahu kalau Maroz punya kafe tapi setelah waktu itu datang ke gymnya jadi tahu dan coba mampir ke kafanya juga dan promosinya belum sampai ke saya karena saya tidak mengikuti aktivitas promosi yang dilakukan kafe resto¹⁰⁵.

Responden 4 menyatakan bahwa word of mounth marketing atau testimoni teman dan rekomendasi dari karyawan Maroz dan promosinya perlu lebih ditingkatin lagi mba, terutama brandingnya karena belum menjangkau semua kalangan bahwa terdapat cafe yang enak dengan harga yang terjangkau¹⁰⁶.

Keempat responden di atas mengatakan hal serupa mengenai promosi yang dilakukan di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Promosi yang dilakukan tersebut membuat Maroz lebih perlu memperhatikan dan meningkatkan brandingnya sebagai kafe resto yang memiliki berbagai varian produk dengan harga terjangkau. Agar masyarakat lebih mengenal keberadaan tempat usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis.

Berbagai promosi yang dilakukan diatas, terdapat promosi lain yang juga dilakukan oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis yaitu mengikuti kegiatan event potongan harga yang diadakan oleh grabfood pada setiap minggunya. Maroz Cafe & Resto Gondangmanis mengikuti event “diskon kilat gajian” dengan melakukan potongan harga

¹⁰³ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁰⁴ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁰⁵ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

¹⁰⁶ Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

mulai dari 15% - 40% dari jam 10.00 – 19.00 malam. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari manajer dan pegawai Maroz Cafe & Resto Gondangmanis:

Responden 1 menyatakan bahwa *biasanya dari event grabnya sendiri ada setiap minggunya seperti event minggu ini “diskon kilat gajian” yang diskonnya sampai 40% mulai dari jam 10.00-19.00 malam, namun saat grab tidak mengadakan event, maroz akan mengadakannya sendiri seperti melakukan program potongan harga sebesar 15% setiap pembelian 2 menu*¹⁰⁷.

Responden 2 menyatakan bahwa *biasanya promo “diskon kilat gajian” yang potongannya 15% - 40% tergantung minimal pembelian yang diberikan dari grabnya*¹⁰⁸.

Kedua responden di atas mengatakan hal serupa mengenai promosi lain yang dilakukan di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Hal ini dapat menarik perhatian pelanggan pelanggan untuk mendapatkan produk dengan harga lebih terjangkau.

Berdasarkan strategi *marketing mix* 4P yang digunakan, pada saat observasi di lapangan dan menurut peneliti terdapat satu strategi yang cukup penting untuk mengukur daya saing bisnis di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis yaitu sumber daya manusia atau *people*. Sumber daya manusia selain merujuk pada jumlah pegawai dan proses pelayanan, juga merujuk pada jumlah pengunjung atau pelanggan. Hal ini yang membuat dengan adanya produk, harga, tempat dan promosi yang dilakukan tidak lain adalah untuk menarik pelanggan berkunjung ke Maroz Café & Resto Gondangmanis. Sehingga, data *people* yang diperoleh peneliti sebagai berikut:

e. **People (Orang)**

Usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki sembilan karyawan yang terdiri dari manajer, pengelola dapur dan bar, admin pemasaran, dua bagian chef, dua bagian barista, dan satu *cleaning service*. Dengan terstrukturnya posisi pegawai tersebut membuat penyajian

¹⁰⁷ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁰⁸ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

produknya menjadi sangat baik, rapih dan juga bersih. Hal ini sesuai dengan pernyataan :

Responden 1 menyatakan bahwa *maroz punya 9 karyawan, manajer, bagian dapur dan 2 chef, bagian bar dan 2 barista, 1 admin pemasaran dan 1 cleaning service, Maroz sekarang coba memberlakukan kepada seluruh karyawan kecuali cleaning service buat bisa bikin semua menu, soalnya dulu pernah di dine in penuh grabfood penuh jadi menumpuk pesanan*¹⁰⁹.

Responden 2 menyatakan bahwa *setiap karyawan disini punya tanggung jawabnya masing – masing sesuai posisinya*¹¹⁰.

Responden 3 menyatakan bahwa *jika dari segi penyajiannya sudah baik karena terlihat dari tampilan yang juga baik dan bersih*¹¹¹.

Responden 4 menyatakan bahwa *dari segi proses penyajian produknya sudah baik dan ditambah dengan penyajian produk yang bagus dan juga rapih*¹¹².

Keempat responden di atas mengatakan hal berbeda mengenai sumber daya manusia atau *people* di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Responden satu dan dua mengatakan setiap tenaga kerjanya saat ini diperlukan untuk dapat memproduksi produk yang ditawarkan di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Karena demi menghindari adanya penumpukan pesanan dikemudian hari. Hal ini yang membuat responden tiga dan empat berpendapat bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis tetap memberikan produk secara baik mulai dari kebersihan, penyajian sampai tampilan produk.

Berkualitasnya suatu bisnis selain dinilai dari produk, harga, tempat dan promosi, dapat diukur dari sumber daya manusia yang dimiliki. Untuk membuat usaha menjadi lebih berkualitas, Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memperhatikan dari segi pelayanan agar

¹⁰⁹ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹¹⁰ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹¹¹ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

¹¹² Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

dapat memberikan pelayanan secara berkualitas kepada pelanggan. Hal ini yang membuat setiap pegawai di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dilakukan *training* selama satu sampai tiga bulan untuk menguasai berbagai prosedur penyajian dan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari:

Responden 1 menyatakan bahwa *disini juga terdapat training selama tiga bulan, tetapi saat bapak sudah merasa karyawan ini kerjanya bagus dalam 1 bulan sudah diterima*¹¹³.

Responden 2 menyatakan bahwa *disini terdapat training selama tiga bulan mba, jadi pegawai belajar soal prosedur penyajian dan pelayanan yang ada disini dulu sebelum resmi diterima*¹¹⁴.

Responden 3 menyatakan bahwa pelayanan sudah baik karena *karyawannya menjelaskan ada menu apa saja disini*¹¹⁵.

Responden 4 menyatakan bahwa *pelayanan yang diberikan cukup baik dan sudah cukup memenuhi standar pelayanan dalam bidang food baverage*¹¹⁶.

Keempat responden di atas mengatakan hal berbeda mengenai proses pelayanan yang diberikan oleh tenaga kerja Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Responden satu dan dua mengatakan demi memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, Maroz Cafe & Resto Gondangmanis melakukan kegiatan pelatihan jangka pendek kepada calon tenaga kerja untuk dapat mengembangkan pengetahuan dan kompetensinya berdasarkan prosedur penyajian dan pelayanan yang dilakukan di Maroz. Sehingga hal ini menunjukkan pada responden tiga dan empat bahwa tenaga kerja yang dimiliki oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dapat memberikan penyajian sekaligus pelayanan yang berstandar baik.

¹¹³ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹¹⁴ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹¹⁵ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

¹¹⁶ Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

2. Faktor Penghambat dalam Meningkatkan Daya Saing di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis

Faktor penghambat menjadi suatu hal yang dapat mempengaruhi terlaksananya kegiatan pada suatu bisnis, termasuk uaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki beberapa faktor penghambat yang dihadapi dalam terlaksananya kegiatan pemasaran seperti *branding* yang kurang dimaksimalkan pada promosi dan keberadaan lokasi Maroz Cafe & Resto Gondangmanis yang dinilai jauh dari jangkuan kota karena berada didalam perumahan. Hal ini membuat Maroz Cafe & Resto Gondangmanis sedang menghadapi permasalahan serta sedang berusaha dengan adanya penghambat tersebut usaha tersebut tidak dapat mempengaruhi upaya meningkatkan daya saingnya. Dari pemaparan inilah sesuai dengan pernyataan:

Responden 1 menyatakan bahwa *terdapat banyak kafe resto baru yang lebih modern seperti wispy dan vjo dan karena maroz ini dari dulunya memang sudah seperti ini hanya ditambah ornamen yang ada di dinding saja, kemudian lokasinya yang kurang diketahui pelanggan, karena memang berada di dalam perumahan. Lalu keterbatasan untuk upload beberapa promo atau kegiatan di instagram karena lebih fokus buka stand di acara – acara.*¹¹⁷.

Responden 2 menyatakan bahwa *letak tempatnya yang kurang terlihat dari luar dan keterbatasannya memang kurang menggunakan instagram, soalnya lebih fokus ke stand*¹¹⁸.

Responden 3 menyatakan bahwa *lokasinya yang jauh dari jangkauan masyarakat dan juga kota karena berada di dalam perumahan yang belum tentu seluruh masyarakat tahu keberadaan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis ini*¹¹⁹.

Responden 4 menyatakan bahwa *promosi dan branding yang jangkauannya kurang luas*¹²⁰.

Keempat pemaparan responden di atas mengatakan hal yang sama mengenai faktor penghambat yang dihadapi di

¹¹⁷ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹¹⁸ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹¹⁹ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

¹²⁰ Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Kesamaan pendapat tersebut mulai dari banyaknya kafe resto yang lebih *modern* dibandingkan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, salah satunya wispy dan vjo. Kemudian, ditambah dengan posisi lokasinya yang dikatakan belum cukup strategis dan belum cukup memanfaatkan penggunaan dari media *online* Instagram. Pemaparan inilah yang menyebabkan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki beberapa kendala dan perlu diperhatikan dalam mengembangkan usahanya.

3. Strategi bersaing Maroz Cafe & Resto Gondangmanis Menggunakan Analisis SWOT

Analisis SWOT menjadi model perencanaan awal strategi yang digunakan sebagai penentu tujuan sebuah usaha. Pada bagian ini peneliti menggunakan Analisis SWOT di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis untuk mengidentifikasi faktor lingkungan *internal* dan *eksternal* dan melihat besarnya kekuatan dan kelemahan secara lebih menyeluruh. Selain itu, untuk melihat kemungkinan adanya kesempatan maupun ancaman yang dihadapi oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Penjabaran tersebut diantaranya:

a. Faktor Lingkungan *Internal*

Data mengenai faktor *internal* terdiri dari penyusunan dengan mengaitkan bisnis pada kekuatan dan kelemahan. Setiap bisnis tentunya memiliki kedua faktor tersebut dalam menjalankan usahanya. Termasuk Maroz Cafe & Resto Gondangmanis yang tentu memiliki kekuatan dan kelemahan. Hal ini dijabarkan sebagai berikut:

1) Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan menjadi kapasitas yang dapat dikendalikan untuk menjadikannya lebih berkembang dan unggul dibandingkan pesaing dalam hal memenuhi keinginan pelanggan. Sebagai bisnis, Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki kekuatan yang juga dapat dikendalikan untuk membuat usahanya lebih berkembang, yaitu:

(a) Memiliki beragam produk yang bervariasi dan produk unggulan

Mulai dari *snack*, hidangan utama, wedang, jus, *frappe base*, teh, *coffee*, dan dimsum kukus yang menjadi produk unggulan. Hal ini sesuai dengan pernyataan:

Responden 1 menyatakan bahwa *produknya banyak bisa lihat dimenu, mulai makanan utama, coffee, jus, wedang, sampai snack, untuk produk Maroz itu rata – rata makanannya dari Asia dan Westren, untuk produk andalannya itu dari dimsum, kita nyebutnya dimsum sultan harga rakyat*¹²¹.

Responden 2 mengatakan bahwa *terdapat produk unggulan pada snacknya dimsum Maroz atau kami menyebutnya dimsum sultan dengan harga rakyat karena dimsumnya yang full daging*¹²².

Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan beberapa pelanggan diantaranya:

Responden 3 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *varian menunya juga sangat banyak jadi mau cari menu apa saja ada disini mulai dari snack sampai makanan berat*¹²³.

Responden 4 sebagai pelanggan juga menyatakan bahwa *Maroz punya banyak varian menu mulai dari snack hingga makanan berat*¹²⁴.

Pendapat keempat responden di atas mengatakan hal yang serupa. Karena Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dapat mengendalikan kekuatannya pada penawaran produk yang bervariasi dan unggulan. Hal ini membuat pelanggan dapat memenuhi keinginannya dari banyak pilihan produk yang tersedia.

(b) Menawarkan produk yang berkualitas baik

Produk yang berkualitas baik adalah produk yang diinginkan pelanggan. Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memperhatikan keinginan pelanggan dengan cara memberikan kualitas bahan baku yang digunakan agar selalu tersedia

¹²¹ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹²² Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹²³ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

¹²⁴ Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

dan *fresh*. Ditambah dengan proses produksinya yang menyesuaikan selera masyarakat Kudus. Hal ini sesuai pernyataan:

Responden 1 menyatakan bahwa *seluruh produk di Maroz itu menggunakan bahan baku fresh yang berkualitas dari tempat supplier dan proses produksinya menyesuaikan selera masyarakat Kudus*¹²⁵.

Responden 2 mengatakan bahwa *seluruh produk di Maroz itu menggunakan bahan baku fresh*¹²⁶.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan beberapa pelanggan diantaranya:

Responden 3 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *menunya dari lampilannya baik, dari rasanya juga tidak kalah dari kafe resto lainnya*¹²⁷.

Responden 4 sebagai pelanggan juga menyatakan bahwa *kualitas produknya baik karena rasanya yang enak dan akan bisa menjadi kekuatan dari kafe resto ini, lalu dilihat dari kebersihan dan plating juga sangat baik*¹²⁸.

Pendapat keempat pemaparan di atas mengatakan hal yang berbeda. Karena Maroz Cafe & Resto Gondangmanis mengendalikan kekuatan yang dimiliki pada penawaran kualitas produk. Penawaran produk berkualitas ini dari penggunaan bahan baku yang sangat diperhatikan dengan baik. Hal ini membuat pelanggan merasakan hasil produk yang diterima sangat berkualitas.

¹²⁵ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹²⁶ Nuky Qiselda, wawancara oleh peneliti, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹²⁷ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

¹²⁸ Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

(c) Menawarkan harga yang terjangkau bagi pelanggan

Tidak hanya menawarkan produk yang beragam varian menu dan kualitas yang baik, tetapi juga mempertimbangkan pada penetapan harga yang ditawarkan dapat diterima oleh seluruh kalangan. Hal ini sesuai dengan pernyataan:

Responden 1 menyatakan bahwa *dari manajemen yang baru ada perpindahan tempat supplier alasannya karena agar harga yang ditentukan tidak akan terlalu mahal dan bisa diterima semua kalangan masyarakat*¹²⁹.

Responden 2 mengatakan bahwa *dari pihak manajemen sendiri memberikan harga dibawah pasaran atau lebih murah dan tidak mengambil untung yang banyak*¹³⁰.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan beberapa pelanggan diantaranya:

Responden 3 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *harganya masih bisa dikatakan terjangkau sama kantong mahasiswa atau pelajar seperti saya ini dan dari harganya juga menurut saya sudah sebanding dengan kualitas yang diberikan*¹³¹.

Responden 4 sebagai Pelanggan juga menyatakan bahwa *terjangkau dan sebanding dengan kualitas produk*¹³².

Pendapat keempat responden di atas mengatakan hal serupa. Karena Maroz Cafe & Resto Gondangmanis mengendalikan kekuatan yang dimilikinya pada penawaran harga terjangkau bagi berbagai kalangan pelanggan. Hal ini yang membuat pelanggan dapat

¹²⁹ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹³⁰ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹³¹ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

¹³² Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

merasakannya setelah berkunjung ke Maroz ditambah dengan kualitas yang diterima pun sangat baik.

(d) Memberikan pelayanan secara ramah dan maksimal kepada pelanggan

Tidak hanya menawarkan beragam varian, produk berkualitas dan harga terjangkau, tetapi juga memberikan pelayanan secara ramah dan maksimal. Seperti penyampaian kata yang diberikan dapat dimengerti oleh pelanggan saat menjelaskan menu yang tersedia. Karena tenaga kerja di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dilakukan pelatihan terlebih dahulu sebelum resmi melayani kebutuhan para pelanggan. Hal ini sesuai dengan pernyataan:

Responden 1 menyatakan bahwa *biasanya kalau ada pelanggan “yang ini menu apa” kami jelaskan mulai dari menu, bahan dan prosesnya*¹³³.

Responden 2 mengatakan bahwa *disini terdapat training selama 3 bulan, jadi pegawai belajar soal prosedur penyajian dan pelayanan yang ada disini dulu sebelum resmi diterima*¹³⁴.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan dari beberapa pelanggan sebagai berikut:

Responden 3 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *pelayanannya sudah baik, karena pelayanan menjelaskan terdapat menu apa saja disini sehingga saat pelanggan baru yang datang kemari tidak akan kebingungan*¹³⁵.

Responden 4 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *pelayanan yang diberikan cukup baik dan*

¹³³ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹³⁴ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹³⁵ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

*sudah cukup memenuhi standar pelayanan dalam bidang food baverage*¹³⁶.

Pendapat keempat responden di atas mengatakan hal serupa. Karena Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki kekuatan yang dikendalikan pada proses pelayanannya. Memberikan pelatihan sesuai prosedur yang diterapkan adalah salah satu cara yang dilakukan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

(e) Memiliki kekuatan pada fasilitas lengkap yang ada sebagai penunjang pemasaran produk

Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, selain kekuatan yang dijabarkan di atas, Maroz kafe juga mengimbangi pemasaran produknya pada fasilitas yang lengkap seperti adanya *meeting room*, lahan parkir luas, tempat makan yang nyaman, adanya bar kopi, mushola, toilet, dan tempat *charger*. Hal ini sesuai dengan pernyataan:

Responden 1 menyatakan bahwa *terdapat meeting room atau yang dapat dibooking perjam, bar coffee, tempat charger, mushola, toilet, dan lahan parkir yang cukup luas*¹³⁷.

Responden 2 mengatakan bahwa *terdapat mushola, toilet, bar coffee, lahan parkir dan meeting room*¹³⁸.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh beberapa pelanggan sebagai berikut:

Responden 3 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *fasilitas yang dirasakan itu ruangan yang full musik*¹³⁹.

¹³⁶ Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

¹³⁷ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹³⁸ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹³⁹ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

Responden 4 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *ruangannya nyaman dari musiknya*¹⁴⁰.

Pendapat keempat responden di atas mengatakan hal serupa. Karena Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki berbagai fasilitas yang lengkap sebagai penunjang pemasaran produknya secara langsung. Lengkapnya fasilitas tersebut menjadi kekuatan dan membuat pelanggan akan merasa nyaman berkunjung ke Maroz Cafe & Resto Gondangmanis.

2) Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan menjadi keterbatasan dan kendala yang muncul dari dalam sumber daya bisnis, termasuk bisnis Maroz Cafe & Resto Gondangmanis saat melakukan kegiatan pemasaran langsung. Usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis juga memiliki keterbatasan pada saat melakukan kegiatan pemasaran. Keterbatasan tersebut yaitu:

(a) Tidak memaksimalkan pemasaran secara digital

Keterbatasan ini menjadi kendala bagi Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dalam mengembangkan *branding* usahanya. Hal ini membuat Maroz Cafe & Resto Gondangmanis harus lebih peka dalam melihat perkembangan pemasaran saat ini untuk dapat membuat produknya lebih dikenal oleh pelanggan luas. Pemaparan tersebut sesuai dengan pernyataan manajer dan pegawai Maroz Cafe & Resto Gondangmanis:

Responden 1 menyatakan bahwa *Maroz keterbatasan buat upload beberapa promo atau kegiatan di instagram karena kita lebih fokus buka stand di acara – acara*¹⁴¹.

¹⁴⁰ Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

¹⁴¹ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

Responden 2 mengatakan bahwa *promosi dan branding yang jangkauannya kurang luas*¹⁴².

Pernyataan tersebut diperkuat oleh beberapa pelanggan sebagai berikut:

Responden 3 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *promosinya belum sampai ke saya karena saya tidak mengikuti aktivitas promosi yang dilakukan kafe resto*¹⁴³.

Responden 4 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *promosinya perlu lebih ditingkatkan lagi mba, terutama brandingnya karena belum menjangkau semua kalangan bahwa terdapat cafe yang enak dengan harga yang terjangkau seperti Maroz Cafe & Resto ini*¹⁴⁴.

Pendapat keempat responden di atas mengatakan hal serupa. Karena Maroz Cafe & Resto Gondangmanis tidak memaksimalkan manfaat dari penggunaan pemasaran media *online*. Tidak memaksimalkannya pada media *online* Instagram yang dapat menimbulkan dampak terhadap pelanggan tidak mengetahui keberadaan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis yang memiliki produk baik dengan harga terjangkau.

(b) Tempat usaha yang memiliki letak lokasi kurang strategis bagi pelanggan

Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, selain memiliki keterbatasan pada pemanfaatan media digital, juga memiliki kelemahan lain. Posisi letak tempat yang tidak strategis membuat pelanggan tidak mengetahui keberadaannya. Karena lokasinya yang terlalu masuk ke dalam perumahan membuat posisinya sulit terlihat dari

¹⁴² Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁴³ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

¹⁴⁴ Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

jangkauan jalan raya. Walaupun keberadaan Maroz dapat dijangkau oleh kendaraan dan ramai oleh mahasiswa. Tetapi posisi Maroz yang menimbulkan pelanggan kurang mengetahui keberadaannya. Hal ini menjadi kelemahan bagi Maroz dalam meningkatkan usahanya dikalangan pelanggan. Pemaparan ini sesuai dengan pernyataan dari:

Responden 1 menyatakan bahwa *lokasinya kurang diketahui pelanggan, karena memang berada di dalam perumahan*¹⁴⁵.

Responden 2 mengatakan bahwa *letak tempatnya yang kurang terlihat dari luar*¹⁴⁶.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan dari pelanggan sebagai berikut:

Responden 3 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *dibandingkan dengan kafe resto lainnya Maroz tidak terlihat karena berada didalam perumahan jadi membuat orang belum pernah ke Maroz. Kafe Resto ini tidak akan mengetahui keberadaannya*¹⁴⁷.

Responden 4 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *Maroz kurang strategis dan kurang terlihat dan akan lebih baik lagi jika lokasinya berada ditengah – tengah kota*¹⁴⁸.

Pendapat keempat responden di atas mengatakan hal serupa. Karena Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki lokasi yang kurang strategis dan membuat hal tersebut menjadi kelemahan bagi Maroz dalam mengembangkan usahanya. Sehingga kelemahan ini membuat Maroz sangat sepi dari pengunjung yang datang dan perlu dilakukan evaluasi pada

¹⁴⁵ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁴⁶ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁴⁷ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

¹⁴⁸ Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

kelamahan ini agar tidak mempersulit kegiatan usaha kedepannya.

b. Faktor Lingkungan *Eksternal*

Data mengenai faktor *eksternal* terdiri dari penyusunan dengan mengaitkan bisnis pada adanya kesempatan dan ancaman. Setiap bisnis tentunya memiliki kedua faktor tersebut dalam menjalankan usahanya. Termasuk Maroz Cafe & Resto Gondangmanis yang tentu terdapat kesempatan dan ancaman. Hal ini dijabarkan sebagai berikut:

1) Peluang (*Opportunities*)

Peluang termasuk sebuah kesempatan yang datang dari luar dan berpotensi memberikan keuntungan. Munculnya kesempatan akan memberikan manfaat dan mendukung proses berkembangnya usaha. Hal inilah yang perlu diperhatikan oleh bisnis, termasuk Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Berikut adanya peluang yang muncul diantaranya:

(a) Menggunakan sistem pelayanan baru

Dalam menjalankan usaha, Maroz Cafe & Resto Gondangmanis kini menggunakan sistem pelayanan yang baru. Seperti grabfood yang akan memberikan manfaat kedepannya bagi keberlangsungan usaha Maroz. Karena sekarang Maroz dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan melalui pemesanan produk secara *online*. Ditambah dengan Maroz dapat dijangkau lebih luas oleh pelanggan melalui grabfood. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari manajer dan pegawai Maroz Cafe & Resto Gondangmanis sebagai berikut:

Responden 1 menyatakan bahwa *pengupgradetan tahun 2022 buka kembali yang tadinya cuma resto sekarang ditambah ada bar kopi kemudian sekarang juga pakai grabfood*¹⁴⁹.

Responden 2 mengatakan bahwa *melakukan pembukaan stand, juga menggunakan grabfood yang potongannya 15%*

¹⁴⁹ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

- 40% tergantung minimal pembelian dari sistem grabnya¹⁵⁰.

Pendapat kedua responden di atas mengatakan hal serupa. Karena setelah Maroz Cafe & Resto Gondangmanis beroperasi kembali dilakukan perubahan manajemen sekaligus menambahkan sistem pelayanan baru dengan menggunakan grabfood. Penggunaan grabfood ini kedepannya akan memberikan peluang bagi Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dalam mengembangkan usahanya secara lebih luas.

(b) Memiliki produk berkualitas yang disukai oleh pelanggan

Maroz Cafe & Resto Gondangmanis selain menggunakan sistem pelayanan yang baru, usaha tersebut juga diakui oleh pelanggan memiliki produk yang berkualitas baik. Hal ini menjadi peluang bagi Maroz Cafe & Resto Gondangmanis untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas yang disukai oleh pelanggan dari bahan baku berkualitas yang digunakannya. Pemaparan ini sesuai dengan pernyataan dari:

Responden 3 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *dari penyajian produknya baik, dari rasanya juga tidak kalah dari kafe resto lainnya*¹⁵¹.

Responden 4 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *kualitas produk baik jika dilihat dari kebersihan dan plating*¹⁵².

Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan manajer sebagai berikut:

Responden 1 menyatakan bahwa *seluruh produk di Maroz itu menggunakan bahan baku*

¹⁵⁰ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁵¹ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

¹⁵² Nimas G. Larasati, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 4, transkrip.

*fresh yang berkualitas dari tempat supplier dan proses produksinya menyesuaikan selera masyarakat Kudus*¹⁵³.

Pendapat ketiga responden di atas mengatakan hal serupa. Karena Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki produk yang berkualitas dan disukai oleh pelanggan. Hal ini yang menjadi peluang bagi Maroz untuk membuat Maroz dapat lebih berkembang.

(c) Mengadakan diskon atau potongan harga setiap minggu

Maroz Cafe & Resto Gondangmanis sebagai usaha yang bergerak dibidang produksi turut serta dalam melakukan promosi kepada pelanggan seperti mengadakan diskon atau potongan harga melalui grabfood. Hal ini menjadi sebuah kesempatan bagi Maroz Cafe & Resto Gondangmanis untuk lebih memperkenalkan sekaligus menarik pelanggan melalui pemberian diskon. Pernyataan ini sesuai dengan pendapat dari manajer dan pegawai Maroz Cafe & Resto Gondangmanis bahwa:

Responden 1 menyatakan bahwa *Maroz membuat potongan harga di grabfood dari event setiap minggunya seperti event minggu ini “diskon kilat gaji”, diskonnya sampai 40% mulai dari jam 10.00-19.00 malam, namun saat grab tidak mengadakan event, maroz akan mengadakannya sendiri seperti melakukan program potongan harga sebesar 15% setiap pembelian 2 menu*¹⁵⁴.

Responden 2 mengatakan bahwa *biasanya terdapat promo “diskon kilat gaji” yang potongannya 15% - 40% tergantung minimal pembelian yang diberikan dari grabnya*¹⁵⁵.

¹⁵³ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁵⁴ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁵⁵ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

Pendapat kedua responden di atas mengatakan hal serupa mengenai Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memberikan potongan harga setiap minggunya. Hal ini dapat menjadi kesempatan bagi Maroz untuk membuat produknya dapat lebih dikenal secara luas karena promosi yang dilakukannya melalui grabfood. Dan peluang ini menjadilah juga dapat membuat Maroz lebih berkembang dan meningkatkan kualitas usahanya.

2) Ancaman (*Threats*)

Ancaman sebagai kondisi yang juga datang dari luar lingkungan usaha dan berpotensi mengancam pemasaran produk menjadi tidak menguntungkan. Adanya ancaman juga dirasakan oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dan perlu diperhatikan secara terus menerus, ancaman tersebut yaitu:

(a) Memiliki banyak kompetitor dibidang yang sama

Salah satu kompetitor Maroz yaitu wispy, vjo dan pesaing baru lainnya yang muncul lebih modern. Hal ini mengancam keberlangsungan usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Namun, disisi lain addanya persaingan ini membuat Maroz dapat lebih berupaya mengembangkan dan meningkatkan kualitas yang dimilikinya. Pemaparan tersebut sesuai dengan pernyataan dari manajer dan juga pegawai Maroz Cafe & Resto Gondangmanis bahwa:

Responden 1 menyatakan bahwa *pesaing tentu saja ada, apalagi kafe resto kaya gini dan kalau pesaing dari Maroz mungkin janji jiwa dan juga vjo kafe & bistro karena keberadaan mereka tidak jauh dari tempat Maroz. Cafe & Resto Gondangmanis ini dan kafe mereka juga bisa dibilang modern*¹⁵⁶.

Responden 2 mengatakan bahwa *pesaing tentu saja ada karena sebuah usaha kalau tidak*

¹⁵⁶ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

*adanya pesaing tidak akan berkembang sebuah usaha, akan tetapi Maroz ini tidak terlalu memperhatikan pesaing tersebut karena lebih mengutamakan pada peningkatan dan pengembangan usaha*¹⁵⁷.

Pendapat kedua pemaparan di atas mengatakan hal serupa mengenai Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki banyak kompetitor dibidang yang sama. Banyaknya pesaing dapat mengancam Maroz Cafe & Resto Gondangmanis sepi dari pengunjung. Karena pelanggan saat ini akan lebih memilih berkunjung ke kafe resto yang lebih *modern*.

(b) Tidak melakukan up to date promo secara berkala kepada pelanggan

Salah satu tindakan lain dalam menarik pelanggan adalah melakukan promo atau diskon. Hal ini akan menjadi kesempatan bagi Maroz untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Akan tetapi, saat pemberian diskon tersebut tidak dilakukan *up to date* secara berkala akan mengancam Maroz menjadi menurun dari sisi pengunjung karena potongan harga tidak sampai kepada pelanggan. Pemaparan tersebut sesuai dengan pernyataan dari:

Responden 1 menyatakan bahwa *promosi lewat instagram memiliki keterbatasan dalam pengelolaan untuk menginformasikan seputar promo*¹⁵⁸.

Responden 2 mengatakan bahwa *untuk memperkenalkan Maroz ini kami menggunakan instagram walaupun kurang dikelola dengan baik akan tetapi kami sewaktu waktu akan memberikan informasi seputar promo*¹⁵⁹.

¹⁵⁷ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁵⁸ Intan Gebang, wawancara oleh penulis, 28 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁵⁹ Nuky Qiselda, wawancara oleh penulis, 20 Maret, 2023, wawancara 1, transkrip.

Pernyataan diperkuat oleh pemaparan dari pelanggan yaitu:

Responden 3 sebagai pelanggan menyatakan bahwa *promosinya belum sampai ke saya apalagi promonya karena saya tidak mengikuti aktivitas promosi yang dilakukan kafe resto*¹⁶⁰.

Pendapat ketiga responden di atas mengatakan hal serupa bahwa informasi terkait promosi jika tidak dilakukan secara berkala dapat menjadi ancaman bagi Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Hal tersebut dapat menurunkan jumlah pengunjung yang datang karena pelanggan tidak akan mengetahui adanya usaha Maroz.

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Mengenai Penerapan Strategi *Marketing Mix* di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis

Setelah melakukan pengamatan dan observasi, selanjutnya pada bagian ini akan dilakukan analisis berdasarkan data di atas yang diperoleh dari Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Pada analisis ini akan terlihat bahwa usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis telah berupaya menerapkan strategi *marketing mix* 4P yang meliputi *product, price, place, promotion*. Dari penerapan strategi *marketing mix* 4P tersebut disini peneliti menemukan poin lain yang juga cukup penting untuk dianalisis yaitu *people*. Karena selain produk, harga, tempat dan promosi, sumber daya manusia menjadi elemen penting yang dapat mengukur daya saing bisnis. Sehingga analisis tersebut diantaranya:

a. *Product* (Produk)

Produk menjadi unsur penting yang ditawarkan kepada pelanggan dalam bentuk nilai dan mutu. Maroz Cafe & Resto Gondangmanis menawarkan produk Asian dan Westren dengan beragam jenis menu makanan dan minuman yang bervariasi mulai dari hidangan ringan sampai hidangan utama. Berdasarkan mutunya, Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki kualitas citra rasa tersendiri hasil penyesuaian selera masyarakat Kudus. Di

¹⁶⁰ Karina A. Ramayani, wawancara oleh penulis, 18 Maret, 2023, wawancara 3, transkrip.

samping itu, Maroz juga selalu memperhatikan kebersihan dan tampilan penyajian produk yang rapih. Produk yang bermutu tersebut karena Maroz Cafe & Resto Gondangmanis menggunakan bahan baku pilihan yang *fresh*. Sehingga hal ini dapat menjadi kekuatan yang perlu dipertahankan dan tingkatkan agar Maroz Cafe & Resto Gondangmanis kedepannya dapat terus bersaing dengan produk yang dimilikinya.

b. **Price (Harga)**

Harga sebagai jumlah nominal yang ditawarkan untuk menjadi pembanding bagi pelanggan dengan pesaing lainnya. Berdasarkan data di atas, dilakukan analisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis tergolong pada usaha dengan penawaran harga produk yang rendah mulai Rp 5.000 sampai Rp 36.000 tergantung dengan jenis varian menu yang dipilih. Walaupun harga yang ditawarkan tergolong rendah dan terjangkau oleh berbagai kalangan, Maroz Cafe & Resto Gondangmanis tetap mengimbangnya pada kualitas yang baik. Selain itu, menurut peneliti Maroz Cafe & Resto Gondangmanis menggunakan strategi harga yang baru karena adanya perpindahan dari tempat *supplier* bahan baku yang digunakan. Perpindahan tersebut disebabkan karena biaya produksi dari bahan baku yang tinggi dan hal tersebut menyebabkan penetapan harga jual yang tinggi juga, sehingga perpindahan strategi ini dilakukan untuk memberikan harga yang dapat diterima oleh semua kalangan pelanggan tanpa mengurangi kualitas yang diberikan.

c. **Place (Tempat)**

Tempat dinilai sebagai lokasi yang menjadi sasaran untuk mendistribusikan produk kepada pelanggan. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan mempengaruhi keputusan pelanggan pada bisnis, termasuk pada Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Dimana lokasi Maroz berada di desa Gondangmanis, Kecamatan Bae. Tempat yang dinilai ramai oleh penduduk karena dekat dengan Universitas Muria Kudus dan mudah dilalui oleh transportasi. Akan tetapi, berdasarkan data di atas dapat dianalisis bahwa lokasi keberadaan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dinilai kurang dapat mendukung proses pemasaran. Karena posisinya terlalu berada di dalam

perumahan, yang membuat Maroz tidak terlihat jelas dan kurang diketahui oleh pelanggan. Hal ini yang membuat peneliti mengatakan bahwa strategi ini belum dapat berhasil menarik perhatian pelanggan dan perlu dilakukan tindakan lebih lanjut dengan memberikan informasi kepada pelanggan tentang posisi Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Sehingga keberadaan Maroz dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

d. **Promotion (Promosi)**

Promosi menjadi sebuah faktor penentu keberhasilan yang dilakukan melalui aktivitas pemasaran. Setelah memproduksi produk, menentukan harga dan tempat, selanjutnya perlu melakukan promosi untuk meningkatkan nilai pada yang sedang dijalankan. Adanya promosi yang juga dilakukan oleh usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Berdasarkan data di atas, dianalisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis melakukan peningkatan nilai pemasarannya pada promosi langsung dan *online*. Dimana Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memberikan kupon atau potongan harga secara *dine in* dan grabfood dengan pembelian jumlah produk dan waktu yang ditentukan. Disamping itu, pemberian diskon yang dilakukan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dikatakan tidak *up to date*, pesan iklan yang kurang jelas dan hanya mengandalkan pada satu media untuk beriklan saja. Hal ini yang menyebabkan pelanggan tidak mengetahui waktu mulai dan berakhirnya diskon tersebut. Ditambah dengan penggunaan media *online* yang tidak memberikan hasil efektif. Sehingga Maroz Cafe & Resto Gondangmanis sangat perlu lebih memperhatikan penggunaan pemasaran melalui media *online* seperti instagram dan dapat menggunakan tiktok untuk membuat promosi tersebut dapat diterima oleh pelanggan secara luas.

e. **People (Orang)**

Berdasarkan data strategi *marketing mix* 4P di atas, peneliti menambahkan satu poin penting juga untuk dianalisis. Dimana *people* dirujuk sebagai sumber daya manusia yang ada di dalam sebuah usaha termasuk Maroz Cafe & resto Gondangmanis sebagai perwakilan dari nilai dan citra usaha tersebut. Berdasarkan data di atas, dapat dianalisis bahwa Maroz Cafe & resto Gondangmanis memiliki sumber daya manusia pada setiap tenaga

kerjanya memiliki peranannya masing – masing untuk memberikan penyajian sampai pelayanan berkualitas kepada pelanggan. Berkualitasnya sumber daya manusia yang dimiliki Maroz Cafe & resto Gondangmanis karena setiap tenaga kerja dipersiapkan dan diperhatikan dengan baik dari pemberlakuan training yang cukup lama. Pemberlakuan tersebut membuktikan dari hasil penyajian dan pelayanan yang diberikan tenaga kerja kepada pelanggan sangat berkualitas. Hal ini yang mempengaruhi kesediaannya pelanggan untuk berkunjung kembali karena merasa mendapatkan pelayanan yang baik ditambah dengan mutu baik yang diterima dari penyajian, rasa dan harga produk seimbang. Sehingga poin ini dikatakan berhasil dilakukan di Maroz Cafe & resto Gondangmanis.

2. Analisis Mengenai Faktor Penghambat yang dihadapi di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis

Setelah melakukan mengamatan dan observasi, selanjutnya pada bagian ini peneliti akan melakukan analisis berdasarkan pemaparan data di atas. Dimana Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki penghambat dalam menerapkan strategi *marketing mix*, hal inilah penting untuk dilakukan analisis agar Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dapat mengetahui kendala yang dihadapi demi meningkatkan daya bersaingnya. Faktor penghambat tersebut yaitu:

a. *Place (Tempat)*

Tempat sebagai lokasi yang digunakan untuk melakukan kegiatan pemasaran dengan menyalurkan produk kepada pelanggan. Keberadaan lokasi menjadi kunci bagi pelanggan untuk melakukan proses keputusan pembelian. Untuk itulah letak posisi tempat memerlukan pertimbangan terhadap beberapa kondisi dan situasi lingkungan sekitar yang mendukung proses jual beli. Melalui data di atas, peneliti menganalisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki hambatan yang dihadapi dalam kegiatan pemasarannya pada letak posisinya yang terlalu masuk ke dalam perumahan dan bukannya berada diparkiran. tempatnya. Hal ini membuat keberadaan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis tidak terlihat dan tidak diketahui oleh pelanggan. Sehingga penghambatan ini akan perlu diminimalisirkan oleh kegiatan pemasaran lainnya agar masyarakat lebih mengenal Maroz Cafe & Resto Gondangmanis.

b. *Promotion (Promosi)*

Promosi sebagai aktivitas pemasaran yang dilakukan untuk menyebarkan informasi sekaligus mempengaruhi pelanggan melalui produk yang ditawarkan. Dalam pemasaran promosi menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan suatu bisnis jika dimanfaatkan dan dimaksimalkan dengan baik. Berdasarkan data di atas peneliti menganalisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis juga memiliki hambatan dari promosi yang dilakukan. Hambatan tersebut karena kurang memanfaatkan penggunaan media *online* seperti instagram. Kurangnya pemanfaatan instagram ini menyebabkan *personal branding* Maroz Cafe & Resto Gondangmanis sebagai tempat penyedia produk berkualitas baik dengan harga terjangkau tidak terlihat oleh pelanggan. Hal inilah yang perlu diperhatikan oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Salah satu solusi yang dapat dilakukan oleh Maroz untuk memaksimalkan proses promosi ada pada penggunaan Instagram. Seperti instagram ads atau mengiklankan produk Maroz secara berbayar ditambah dengan melakukan pembuatan konten secara berkala. Sehingga, pemanfaatan ini membuat Maroz Cafe & Resto Gondangmanis kedepannya dapat lebih dikenal dan dijangkau pelanggan secara lebih luas.

3. Analisis Mengenai SWOT dalam Menentukan Strategi Bersaing di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi data di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Sebelum dilakukan analisis menggunakan matriks SWOT, perlu dilakukan analisis berdasarkan faktor *internal*, *eksternal* dari bauran pemasaran 4P dengan penambahan poin *people*. Analisis tersebut antara lain :

a. Analisis faktor Lingkungan *Internal* dan *Eksternal* di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis

Potensi pada tahap analisa SWOT ini dilakukan untuk mengidentifikasi beberapa hal yang dapat mempengaruhi keadaan secara positif ataupun negatif dilingkungan *internal* dan *eksternal* usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis.

Penganalisaan ini menyangkut seluruh kondisi yang ada di dalam lingkungan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis seperti kekuatan (*strenght*) dan

kelemahan (*weaknesses*) dengan menghubungkan pada seluruh kondisi lingkungan luar usaha (*eksternal*) meliputi kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Keempat faktor tersebut dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Sehingga analisis SWOT yang ada di dalam usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis antara lain:

1) Kekuatan (*strenght*)

Kekuatan menjadi salah satu kapasitas yang dikendalikan oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis untuk membuat usaha tersebut lebih unggul daripada pesaing dengan cara memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kekuatan ini muncul melalui kemampuan sumber daya yang dimiliki oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, sehingga dapat dianalisis melalui SWOT yaitu:

(a) Mengenai Beragam produk yang bervariasi dan produk unggulan

Berdasarkan data di atas, dapat dianalisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis menawarkan beragam varian menu mulai yang berkonsep pada sajian restoran dengan penambahan minuman seperti di kafe. Sajian menunya sendiri yang memang didominasi oleh produk Asia dan Westren dengan penampilan yang rapih dan bersih. Ditambah adanya produk unggulan dari hidangan ringan. Sehingga hal ini, memberikan rasa puas bagi pelanggan, karena semua keinginan akan sebuah hidangan tersedia dengan berbagai macam.

(b) Mengenai Penawaran produk yang berkualitas baik

Berdasarkan data di atas, dapat dianalisis bahwa dalam memberikan produk kepada pelanggan, Maroz Cafe & Resto Gondangmanis selalu memperhatikan kualitas penggunaan bahan baku yang *fresh*. Diperhatikannya penggunaan bahan baku oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis menjadi tolak ukur untuk mempertahankan kualitas produk yang

ditawarkannya. Sehingga Maroz Cafe & Resto Gondangmanis menciptakan prediksi sekaligus reputasi yang baik bagi usahanya di pandangan pelanggan.

(c) Mengenai Penawaran harga yang terjangkau bagi pelanggan

Berdasarkan data di atas, dianalisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis menawarkan harga produk yang tergolong rendah dan terjangkau. Penawaran harga tersebut memang disesuaikan oleh manajer melalui bahan baku dan penyajian yang diberikan. Karena Maroz Cafe & Resto Gondangmanis bertujuan mengembangkan usahanya dengan cara memberikan persepsi pelanggan akan penawaran kualitas produk yang baik dengan harga yang terjangkau. Sehingga, hal ini akan menjadi kekuatan Maroz sekaligus dapat meningkatkan reputasinya diantara pesaing lainnya.

(d) Mengenai Pemberian pelayanan secara ramah dan maksimal kepada pelanggan

Berdasarkan data di atas, dapat dianalisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki tenaga kerja yang selalu memberikan pelayanan baik kepada pelanggan maupun *driver grab*. Pemberian pelayanan yang baik tersebut dilakukan secara ramah dan cepat dengan menyeimbangkannya pada penggunaan bahasa dan etika yang baik. Sehingga Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan *driver grabfood* sekaligus memberikan rasa puas pada saat menerimanya.

(e) Mengenai fasilitas lengkap sebagai penunjang pemasaran produk

Berdasarkan data di atas, dianalisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memberikan fasilitas lengkap sebagai penunjang usahanya dalam menyalurkan produk kepada pelanggan. Hal ini sebagai pelayanan yang disediakan oleh Maroz untuk memberikan

kenyamanan kepada pelanggan. Pemberian rasa nyaman ini menjadi salah satu bentuk Maroz untuk mengembangkan usahanya yang dapat memberikan keuntungan dalam jangka waktu Panjang. Karena kelengkapan fasilitas seperti adanya *meeting room*, lahan parkir luas, ruangan makan yang nyaman dengan full musik, adanya mushola, toilet dan tempat charger. Sehingga hal ini dapat menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi Maroz di hadapan para pelanggan.

2) Kelemahan (*weaknesses*)

Kelemahan menjadi sebuah keterbatasan yang ada di dalam sumber daya Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dan menyebabkan kendala dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, sehingga dapat dianalisis melalui SWOT yaitu:

(a) Tidak memaksimalkan pemasaran secara digital

Berdasarkan data di atas, dapat dianalisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis hanya menggunakan instagram sebagai salah satu bentuk pemasaran media *online*. Ditambah dengan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis yang kurang memiliki komitmen jangka panjang dalam mengoptimalkan penggunaan instagram seperti mengupload video sebagai konten *marketing* yang kurang di *up to date* dan berkala. Dan tidak menggunakan instagram ads atau pemasangan iklan berbayar. Sehingga hal ini dapat menjadi kelemahan dan perlu dilakukan evaluasi bagi Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dalam memperkenalkan dan memperluas jangka pemasarannya.

(b) Mengenai Tempat usaha yang memiliki letak lokasi kurang strategis bagi pelanggan

Berdasarkan data di atas, dapat dianalisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, selain memiliki kelemahan pada pemasarannya, juga pada posisi lokasinya yang kurang strategis dan kurang terlihat oleh pelanggan. Posisinya yang terlalu masuk kedalam perumahan

menyebabkan pelanggan kesulitan melihat keberadaan Maroz dari luar jalan raya. Hal ini juga yang menyebabkan lokasi dianggap kurang strategis dan menjadi kelemahan sekaligus dapat menyebabkan minimnya kesempatan yang datang. Karena menurut peneliti sebelum Maroz menetapkan lokasi tidak melakukan survey atau riset lokasi terlebih dahulu sebelum resmi memiliki lokasi tersebut. Sehingga poin lokasi ini tidak dapat memiliki daya tarik bagi pelanggan untuk berkunjung.

3) **Peluang (*opportunities*)**

Peluang menjadi sebuah kesempatan yang muncul dari lingkungan luar Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Maroz juga memanfaatkan kesempatan yang muncul untuk mendukung perkembangan usahanya, sehingga dapat dianalisis melalui SWOT yaitu:

(a) **Penggunaan sistem pelayanan baru**

Berdasarkan data di atas, dapat dianalisis bahwa dalam meningkatkan kualitas bersaing, Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memberikan sistem pelayanan yang baru. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi grabfood pada grab untuk membantu mewujudkan keinginan pelanggan membeli produk Maroz secara *online*. Pemanfaatan ini membuka peluang besar bagi Maroz Cafe & Resto Gondangmanis untuk dapat menjangkau pelanggan lebih luas. Sehingga seluruh kalangan masyarakat dapat merasakan produk yang ditawarkan oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis tanpa perlu keluar rumah.

(b) **Produk berkualitas yang disukai oleh pelanggan**

Berdasarkan data di atas, dianalisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki produk berkualitas yang disukai oleh pelanggan. Hal ini karena produk yang dihasilkan Maroz memiliki kualitas bertandar baik dengan penggunaan bahan baku dan penyajian yang standar kebersihannya dijaga dengan baik.

Ditambah dengan citra rasa yang disesuaikan dengan selera masyarakat Kudus. Sehingga hal tersebut memunculkan sebuah peluang bagi Maroz untuk dapat mengembangkan usahanya dari produk yang dihasilkan.

(c) **Mengadakan diskon atau potongan harga setiap minggu**

Berdasarkan data di atas, dianalisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis selalu memberikan potongan harga terhadap produk yang ditawarkannya. Dimana diskon tersebut dilakukan setiap minggu bahkan diskon pada hari tertentu. Hal ini menjadi peluang bagi Maroz dalam menarik perhatian pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan setia untuk berkunjung. Sehingga pengadaan diskon ini menjadi kesempatan bagi Maroz untuk membangun dan meningkatkan reputasi merek Maroz menjadi lebih baik dari pemberian potongan harga yang dinilai memberikan kepedulian kepada pelanggan.

4) **Ancaman (*threats*)**

Ancaman menjadi sebuah kondisi yang juga datang dari lingkungan luar Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dan berpotensi menimbulkan kesulitan sekaligus mengancam aktivitas usaha. Termasuk yang mengancam pada beberapa hal dalam berkembangnya usaha Maroz, sehingga dapat dianalisis melalui SWOT yaitu:

(a) **Banyak kompetitor dibidang yang sama**

Berdasarkan data di atas, dianalisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis memiliki banyak kompetitor dibidang yang sama. Pesaing tidak hanya menjual produk yang sama tetapi juga menawarkan variasi harga yang sama bahkan dibawah harga yang ditawarkan Maroz. Hal ini dapat menjadi ancaman bagi Maroz dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tetapi disamping itu, memiliki pesaing tidak selalu memberikan ancaman kepada Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Karena kehadiran dari pesaing membuat Maroz

Cafe & Resto Gondangmanis dapat menjadi tantangan dalam meningkatkan daya saing dengan cara selalu mengevaluasi perkembangan usahanya. Sehingga adanya ancaman selain memberikan sisi negatif juga dapat memberikan sisi manfaat bagi Maroz Cafe & Resto Gondangmanis.

(b) Tidak melakukan up to date promo secara berkala kepada pelanggan

Berdasarkan data diatas, dianalisis bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis tidak melakukan *up to date* promo secara berkala kepada pelanggan. Hal ini menimbulkan adanya promosi yang diadakan Maroz tidak sampai kepada pelanggan. Permasalahan ini karena Maroz Cafe & Resto Gondangmanis kurang memanfaatkan dan memaksimalkan pemasaran menggunakan media *online* dengan baik. Sehingga tidak *uptodatenya* data tersebut dapat mengancam Maroz mengalami penurunan jumlah pengunjung dibanding sebelumnya.

b. Matriks SWOT Usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis

Setelah mengidentifikasi seluruh keadaan lingkungan dalam dan luar usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, selanjutnya perlu dilakukan analisis menggunakan metode matriks SWOT. Penggunaan matriks SWOT ini perlu dimaksimalkan pada adanya kekuatan dan kelemahan yang dimiliki untuk mencapai target. Ditambah dengan penggabungan dari analisis ancaman dan kesempatan. Kunci utama dari penggabungan tersebut dimaksudkan oleh peneliti untuk membantu sekaligus memberikan kesadaran kepada manajemen Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dalam memosisikan serta mengembangkan semua faktor strategi secara lebih aplikatif.

Penganalisaan matriks SWOT ini akan menghasilkan empat strategi alternatif yang dapat ditentukan dan dipertimbangkan sebagai strategi alternatif pada Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Sehingga hasil analisis dari data di atas dapat dijabarkan dalam matriks SWOT sebagai berikut:

**Tabel 4. 4 Matriks SWOT
di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis**

	<p><i>Strengths (S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Beragam produk yang bervariasi dan produk unggulan. 2. Penawaran produk yang berkualitas baik. 3. Harga yang terjangkau bagi pelanggan. 4. Pemberian pelayanan secara ramah dan maksimal kepada pelanggan. 5. Fasilitas lengkap sebagai penunjang pemasaran produk. 	<p><i>Weaknesses (W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak memaksimalkan pemasaran secara digital. 2. Tempat usaha yang memiliki letak lokasi kurang strategis bagi pelanggan.
<p><i>Opportunities (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan sistem pelayanan baru. 2. Produk berkualitas yang disukai oleh pelanggan. 3. Mengadakan diskon atau potongan harga setiap minggu. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas pada seluruh ragam varian produk. 2. Mempertahankan kualitas dan selalu meningkatkan pelayanan dengan baik. 3. Melakukan perluasan pasar sasaran melalui sistem pelayanan baru. 4. Mempertahankan seluruh aspek yang menjadi ciri 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan pemasaran media <i>online</i> melalui penggunaan fitur khusus penjualan. 2. Membuat model pemasaran seperti konten yang lebih menarik. 3. Melakukan penjadwalkan promosi secara berkala yang ditujukan untuk pemasaran di media <i>online</i>. 4. Rutin

	<p>kas.</p>	<p>memberikan testimoni dari pelanggan sebelumnya untuk meningkatkan kepercayaan pada pelanggan baru.</p>
<p><i>Threats (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak kompetitor dibidang yang sama. 2. Tidak melakukan <i>up to date</i> promo secara berkala kepada pelanggan. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kepercayaan pelanggan melalui pemberian produk dan juga pelayanan yang berkualitas. 2. Mengembangkan promosi penjualan melalui penambahan fitur distribusi. 3. Semakin meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pelatihan <i>digital marketing</i> bagi tenaga kerja untuk bidang F&B demi memaksimalkan proses pemasaran secara media <i>online</i>. 2. Rutin melakukan aktivitas komunikasi mengenai keberadaan lokasi dan ketersediaan promo di media online untuk menghindari ancaman pada ketidakketuannya pelanggan.

(Sumber : hasil analisis SWOT pada Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, 2023)

Berdasarkan analisis faktor *internal* dan *eksternal* dan keterangan tabel matriks SWOT di atas terlihat bahwa strategi yang tepat untuk diterapkan pada usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis yaitu strategi SO (*Strength - Opportunities*). Artinya pilihan dari strategi kekuatan dan peluang yang dimiliki dapat dimanfaatkan oleh usaha Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Penjelasan tersebut ialah:

Strategi SO (*Strength - Opportunities*), menjadi sebuah strategi yang dibuat berdasarkan kebijakan yang

dijalankan oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Dimana dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk mendapatkan sekaligus memanfaatkan adanya peluang sebaik mungkin. Sehingga berikut alternatif strategi yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk diterapkan dalam kegiatan usaha di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis, antara lain:

Pertama adalah Meningkatkan kualitas pada seluruh ragam varian produk. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Responden 1 dan Responden 4 bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis melakukan perpindahan tempat *supplier* dan menggunakan bahan baku *fresh* untuk dapat menghasilkan produk yang berstandar kualitas tinggi dengan harga yang terjangkau.

Kedua adalah Mempertahankan kualitas dan selalu meningkatkan pelayanan dengan baik. Hal ini sesuai pernyataan dari Responden 3 dan Responden 4 bahwa usaha Maroz Cafe & Resto Gondang memberikan kualitas rasa yang baik dan berbeda daripada pesaing karena penyeimbangan rasa dengan selera masyarakat itu sendiri, ditambah dengan penawaran harga yang masuk ke dalam seluruh kalangan pelanggan sekaligus memudahkan pelanggan dari cara pelayanan ramah dengan penggunaan Bahasa yang dapat dimengerti.

Ketiga adalah Melakukan perluasan pasar sasaran melalui sistem pelayanan baru. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Responden 1 dan Responden 2 bahwa Maroz Cafe & Resto Gondangmanis melakukan perubahan manajemen dan juga pada sistem pelayanan. Yang mana sistem pelayanan ini menggunakan grabfood untuk mempermudah pelanggan melakukan pemesanan produk sekaligus mengembangkan pasar sasaran agar dapat dijangkau oleh pelanggan baru yang lebih luas.

Keempat adalah Mempertahankan seluruh aspek yang menjadi ciri khas. Hal ini sesuai pernyataan dari Responden 1 dan Responden 2 bahwa selain keanekaragaman varian menu dan proses produksi yang menjadi ciri khas Maroz Cafe & Resto Gondangmanis karena rasanya yang menyesuaikan selera masyarakat Kudus. Terdapat salah satu fasilitas yang menjadi penunjang penyaluran pemasaran produk dan juga menjadi ciri khas bagi Maroz Cafe & Resto

Gondangmanis, karena adanya ruangan VIP yang disediakan bagi pelanggan untuk digunakan melakukan sebagai tempat berbagai acara tertentu.

