

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Penerapan Strategi *Marketing Mix* menggunakan Analisis SWOT dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Maroz Cafe & Resto Gondangmanis). Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan strategi *marketing mix* dalam meningkatkan daya saing bisnis di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis menggunakan strategi *marketing mix* 4P diantaranya *product*, *price*, *place* dan *promotion* dan tambahan elemen bauran pemasaran jasa yaitu *people*. Dua strategi digunakan secara optimal yaitu *product* dan *price*. 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. Kemudian, strategi bauran pemasaran penting yang tidak boleh diabaikan dalam penelitian ini yaitu *people*. Strategi tersebut diukur cukup optimal di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis. Karena dari tenaga kerja berhasil memberikan pelayanan secara optimal kepada pelanggan. Hal tersebut dilihat dari penyampaian informan manajer, bagian pemasaran dan beberapa pelanggan.
2. Salah satu kendala yang menjadi faktor penghambat dalam proses penerapan strategi *marketing mix* di Maroz Cafe & Resto Gondangmanis adalah *branding* yang lemah. Disebabkan karena media *online* yang kurang dimaksimalkan pemanfaatannya oleh personal atau pegawai, sehingga jaringan atau jangkauan Maroz Cafe & Resto Gondangmanis menjadi sangat terbatas. Kendala lain adalah lokasi kurang strategis yang menyebabkan pemasaran ini menjadi hal penting yang tidak dapat diabaikan, khususnya bagi pelanggan. Keberadaan lokasi sangat berpengaruh pada pemasaran di dunia bisnis. Hal ini membuat Maroz Cafe & Resto Gondangmanis perlu mengantisipasi pada promosi dengan melakukan penjadwalan secara berkala di media *online* daripada promosi secara konvensional.
3. Strategi Maroz Cafe & Resto Gondangmanis dalam meningkatkan daya saing bisnis menggunakan analisis SWOT

cukup efektif dilakukan. Hal ini dilihat dari hasil matriks SWOT untuk memberikan upaya 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. Berdasarkan keseluruhan penerapan strategi *marketing mix* tersebut dapat digunakan oleh Maroz Cafe & Resto Gondangmanis sebagai strategi bersaing.

B. Saran

Untuk memberikan tambahan referensi pada penelitian selanjutnya terdapat saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak yang terkait. Adapun saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Maroz Cafe & Resto Gondangmanis
Diharapkan dapat selalu mempertahankan kualitas produk, pelayanan dan memperhatikan persepsi pelanggan dari branding usaha yang diterapkan. Disamping itu, dapat melakukan evaluasi secara berkala terkait promosi yang dilakukan agar dapat menjangkau target pasar secara lebih luas.
2. Bagi peneliti selanjutnya
Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat lebih mengkaji dan memahami bahwa analisis SWOT yang dihasilkan berdasarkan dari penerapan strategi marketing mix sebagai upaya untuk meningkatkan daya bersaing.