

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“Pengembangan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Jasa Transportasi Online Kombi-Ku di Kota Padang Panjang”** Disusun oleh **Dzikraini Khairun Nisa NIM 3721059** dibawah bimbingan **Bapak Ali Rahman, SH, MH,C.Md** dalam Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh intensitas persaingan yang dihadapi oleh layanan transportasi di Kota Padang Panjang, yang merupakan permasalahan multidimensional akibat pengaruh dari berbagai aspek seperti dinamika ekonomi, perkembangan teknologi, serta tantangan perubahan perilaku konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan daya saing layanan transportasi online Kombi-Ku di wilayah tersebut.

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara menyeluruh fenomena yang terjadi berdasarkan kondisi aktual di lapangan, serta menyusun kesimpulan berdasarkan data yang terkumpul. Teknik analisis data yang diterapkan ialah analisis SWOT, dengan data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang paling relevan dalam pengembangan layanan Kombi-Ku adalah strategi ST (*Strength–Threat*), yang memperoleh skor tertinggi sebesar 4,23 berdasarkan hasil analisis SWOT, matriks SWOT, serta tabel bobot skor. Strategi yang disarankan yaitu strategi diversifikasi yang dimana KombiKu harus menggunakan kekuatan utamanya, seperti identitas merek lokal yang kuat dan pelayanan driver yang ramah, sebagai senjata untuk melawan ancaman dari tarif pesaing yang lebih murah dan teknologi yang lebih canggih. Dengan fokus pada kualitas layanan dan diferensiasi berbasis lokal, KombiKu tidak perlu terjebak dalam perang harga yang merugikan, melainkan dapat membangun loyalitas pelanggan yang lebih kuat, yang pada akhirnya akan menjadi benteng pertahanan terbaik melawan gempuran kompetitor.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Daya Saing, Jasa Transportasi Online, SWOT