

ABSTRAK

Muhammad Khafid .2015. SKRIPSI. Judul: “Strategi Bersaing dalam Meningkatkan jumlah pelanggan (Studi Kasus Pada Perusahaan Otobus Al-Mubarak Malang).

Pembimbing : Dr.H Nur Asnawi, M.Ag

Kata Kunci : Strategi Bersaing : Strategi, Tactic dan Value.

Di tengah intensitas persaingan yang semakin tinggi PO Al-Mubarak dituntut supaya terus dapat bersaing dengan PO lainnya agar kelangsungan hidup perusahaan dapat terarah kedepannya, sehingga diperlukan suatu perencanaan strategi bersaing yang tepat supaya PO Al-Mubarak tetap mampu bersaing dengan para kompetitor. PO Al-Mubarak diharapkan untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada para pelanggan dengan berupaya memberikan semaksimal mungkin pemenuhan keinginan pelanggan.

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek yang diambil dalam penelitian ini adalah para pimpinan, sopir dan pelanggan, yang terdiri dari 2 orang pimpinan, 1 orang sopir dan 1 pelanggan. Pengembangan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perusahaan Otobus Al-Mubarak Malang dalam penerapan strategi bersaingnya adalah dengan menggunakan strategi yang mengoptimalkan segmentasi pada masyarakat umum, targeting pada kalangan tokoh agama dan memposisikan bus Al-Mubarak sebagai Bus yang memiliki pelayanan terbaik dengan harga yang terjangkau. Bus Al-Mubarak menggunakan tactic pada proses penetapan harga dan pemberian santunan pelanggan. Sedangkan untuk merek yang menjadi unggulan yaitu nama perusahaan itu sendiri “ Al-Mubarak ” yang memiliki daya tarik terhadap pelanggan. Implikasi dari strategi Bus Al-Mubarak memiliki peranan dalam peningkatan jumlah pelanggan.