

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh Bengkel Mobil RG *Service* melalui optimalisasi pemasaran jasa di Desa Benua Raja, Kabupaten Aceh Tamiang. Dalam era persaingan industri otomotif yang semakin kompetitif, kemampuan sebuah usaha dalam mengelola kualitas layanan, hubungan dengan pelanggan, serta pemanfaatan teknologi menjadi kunci keberlangsungan bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bengkel RG *Service* menerapkan strategi pengembangan bisnis melalui perluasan layanan, penerapan inovasi berbasis kebutuhan pelanggan, serta strategi komunikasi yang transparan untuk membangun loyalitas pelanggan. Strategi yang digunakan juga mencakup diversifikasi terkait, penetrasi pasar, dan integrasi ke belakang dalam hal kerja sama dengan supplier. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa kelemahan, seperti kurangnya promosi digital, manajemen SDM yang belum optimal, dan ketergantungan modal pribadi dalam kerja sama dengan instansi. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan berkelanjutan dalam aspek promosi digital, penguatan manajemen keuangan, dan peningkatan kapasitas SDM agar strategi pengembangan bisnis dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan. seperti keterbatasan promosi digital, dan keterbatasan modal usaha, Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis melalui optimalisasi pemasaran jasa dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha bengkel apabila dijalankan secara terintegrasi, adaptif, dan didukung oleh pemanfaatan teknologi serta penguatan sumber daya internal.

Kata Kunci: Strategi bisnis, pengembangan bisnis, optimalisasi bisnis, pemasaran jasa

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the business development strategies implemented by RG Service Auto Workshop through the optimization of service marketing in Benua Raja Village, Aceh Tamiang Regency. In the increasingly competitive automotive industry era, a business's ability to manage service quality, customer relations, and technological utilization is key to business sustainability. The research employs a descriptive qualitative approach with data collection techniques including in-depth interviews, observations, and documentation. The findings reveal that RG Service applies a growth strategy through service expansion, customer-driven service innovation, and transparent communication to build customer loyalty. The strategies adopted also reflect related diversification, market penetration, and backward integration through cooperation with trusted suppliers. However, the study also identifies several internal weaknesses, including limited digital promotion, suboptimal human resource management, and a reliance on personal capital in partnerships with government institutions. Therefore, continuous improvements in digital marketing, financial management, and workforce capacity are recommended to ensure the effectiveness and sustainability of the business development strategy. The study concludes that business development strategies through service marketing optimization can enhance competitiveness and sustainability of the workshop business if implemented in an integrated, adaptive manner, supported by technology utilization and internal resource strengthening.*

*Keywords: Business strategy, business development, business optimization, service marketing.*