

ABSTRAK

Surabaya merupakan kota yang menjadi salah satu jumlah mobil yang meningkat dari waktu ke waktu. Karena itu adanya tuntutan perawatan mobil tersebut ini sangat diperlukan agar bisa terlihat menarik dalam penampilan dan enak dipandang. Kebutuhan-kebutuhan lain yang lebih lengkap membuat orang untuk bisa mendapatkan yang lebih dibandingkan dengan yang sebelumnya.

Kebutuhan untuk membuat sebuah pusat perawatan mobil yang lengkap dan bisa diharapkan untuk bisa memenuhi ekspektasi. Hal ini mengakibatkan mulai meningkatnya persaingan yang bergerak dibidang jasa salon mobil yang dimana persaingan yang semakin ketat dalam menarik konsumen. Dengan membuatnya perancangan strategi pemasaran maka pemasaran jasa salon mobil akan lebih tepat sasaran.

Untuk penelitian ini dilakukan pada suatu tempat Sariwana Generation yang berada lokasi di Surabaya Barat sebagai objek penelitian ini. Untuk penelitian ini menggunakan metode tertentu untuk bisa mengumpulkan data dan mengolah data untuk penelitian ini. Metodenya yaitu menggunakan SWOT, STPD, dan *Marketing Mix* yang akan digunakan untuk merancang strategi pemasaran penelitian ini agar bisa berguna atau bermanfaat ke depannya.

Untuk hasil yang diperoleh selama penelitian yaitu semua orang yang sudah pernah memakai jasa salon mobil. lalu analisis secara umum yang berkaitan dengan tempat Sariwana Generation dikatakan bahwa nilai pendapatan per bulan yang diperoleh yaitu <5 juta hasil sebesar 75,51% , jenis layanan yang biasanya dipakai yaitu pembersihan eksterior dan interior dengan hasil sebesar 33,62%. Yang membuat menggunakan jasa salon mobil yaitu untuk perawatan dengan hasil sebesar 59,09%. Biaya rata-rata yang dikeluarkan untuk memakai salon mobil <1.000.000 dengan 57,14%.

Lalu setelah mendapat hasil kuesioner penelitian ini maka akan menggunakan analisis SWOT lalu menggunakan strategi STPD, dan *Marketing Mix* tujuannya adalah untuk bisa membuat strategi pemasaran yang tepat. Dari penelitian ini menggunakan perancangan strategi pemasaran dengan tujuannya yaitu untuk bisa mendapatkan target pasar yang tepat dari penelitian ini untuk konsumen. Strategi ini memakai strategi analisis secara umum dan di hubungkan dengan tempat Sariwana Generation tersebut. Dari hasil kuadaran sudah mencapai skala 4-5 yang diperoleh dari analisis secara umum dan berkaitan Sariwana Generation yaitu untuk tingkat kepentingan sudah mencapai rata-rata penting dan juga sangat penting. Sedangkan untuk tingkat kepuasan sudah mencapai rata-rata puas dan sangat puas secara umum. Strategi solusi perbaikan usulan yang untuk mendapatkan target yang tepat yaitu membuat variasi harga, mempromosikan lebih sering, juga memperluas segmentasi

Dari hasil strategi tersebut akan digunakan untuk perancangan strategi pemasaran tempat salon Sariwana Generation. Hasil dari penelitian ini ada saran dan perbaikan untuk lebih baik kedepannya.

Kata Kunci: STPD, *Marketing Mix*, salon mobil, promosi,