

ABSTRAK

Industri otomotif merupakan industri yang terus berkembang dan kian meningkat saat ini. Vismo Reserve Bogor merupakan salah satu usaha bisnis detailing asal Kota Bogor, Jawa Barat yang telah beroperasi sejak akhir tahun 2021 yang berfokus menjual jasa detailing. Sejak awal beroperasi, Vismo Reserve Bogor mengalami kesulitan dan naik turun pelanggan yang hal tersebut mempengaruhi target penjualan yang telah ditentukan. Oleh karena itu diperlukan rencana strategi baru untuk bersaing dan meningkatkan pendapatan. Penelitian bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal serta mengetahui strategi alternatif yang tepat untuk diterapkan oleh Vismo Reserve Bogor.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif serta pengumpulan data dilakuakn dengan wawancara dan dokumentasi. Perumusan strategi pemasaran pada penelitian ini terdiri dari tiga tahap yaitu melakukan analisis faktor internal (IFE) dan analisis faktor eksternal (EFE), menggunakan matriks SWOT dan matriks IE, dan terakhir matriks QSPM.

Hasil penelitian ini bahwa faktor internal Vismo Reserve Bogor menunjukkan hasil yang baik dengan skor 3,08 dan pada faktor eksternal Vismo Reserve Bogor memperoleh skor 3,26. Alternatif strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh Vismo Reserve Bogor ialah melakukan renovasi tempat dan ekspansi fasilitas serta meningkatkan pemasaran dan kualitas promosi agar terciptanya pelanggan baru.