

## ABSTRAK

Regulasi mobil listrik di Indonesia telah ditetapkan sejak tahun 2019 dan pemerintah memiliki target sebanyak 600 ribu unit pada tahun 2030. PT. Diana Motor sebagai pemegang merk Diana telah menyiapkan mobil listrik sebagai variasi pada SUV R untuk dapat berkontribusi pada target tersebut. Perancangan strategi pemasaran diperlukan untuk pemasaran mobil listrik SUV R yang akan diluncurkan tahun 2023. Perancangan strategi pemasaran tersebut menggunakan teori dari Roger Best untuk jangka waktu lima tahun yaitu 2023 sampai dengan 2025. Dalam perancangan strategi pemasaran mobil listrik SUV R menggunakan analisis situasi, analisis portofolio, dan analisis SWOT. Hasil dari perancangan ini yaitu proyek SUV R dapat mencapai target *market share* yang dituju dan mencapai *break even point* lebih rendah dari target sales.