

ABSTRAK

Meningkatnya peluang terhadap perkembangan teknologi internet membuat kemudahan dalam melakukan berbagai pembelajaran salah satunya *public speaking*. Saat ini, bermunculan lembaga *public speaking* yang saling bersaing untuk mendapatkan konsumen. Fenomena tersebut mengakibatkan terdapat berbagai pilihan konsumen dalam memilih lembaga pelatihan *public speaking*. Maka dari itu, DJ Arie perlu melakukan identifikasi lebih lanjut terkait kondisi lingkungan internal dan eksternalnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi lingkungan internal, kondisi lingkungan eksternal, strategi bisnis serta strategi *marketing* DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School*.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengambilan data penelitian ini, menggunakan teknik wawancara secara mendalam dan triangulasi. Dalam penelitian ini dipilih enam narasumber yang terdiri dari dua narasumber kunci, satu narasumber ahli dan tiga narasumber tambahan. Narasumber tersebut dipilih secara *purposive sampling* dan dilakukan dengan teknik wawancara.

Teknik analisis data pada penelitian ini meliputi SWOT, analisis lingkungan internal, analisis lingkungan eksternal, Strategi *Marketing Mix* dan Matriks IE (Internal-Eksternal).

Hasil penelitian yang didapatkan berupa strategi bisnis *Grow and Build*. Untuk selanjutnya, strategi *marketing* yang dapat diturunkan dari *Grow and Build* adalah strategi *horizontal integration*, *market penetration*, dan *product development*.

Kata Kunci : SWOT, Analisis lingkungan internal, Analisis lingkungan eksternal, *Marketing Mix*, Strategi bisnis dan Strategi *marketing*.