

ABSTRAK

Dalam era globalisasi saat ini penguasaan bahasa asing terutama bahasa Inggris sangat diperlukan, banyak pelaku bisnis yang melihat peluang tersebut. Sehingga banyak perusahaan jasa yang menawarkan pelatihan bahasa tersebut, salah satunya adalah PT. Inixindo Persada Rekayasa Komputer yang berani melakukan diversifikasi bisnis berkaitan dengan membuka Inixindo *Language Center* (ILC) yang dibahas di tesis ini. Persaingan yang ketat antar perusahaan dirasakan sangat penting disamping menarik pelanggan baru. Untuk itu diperlukan usaha untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, sehingga timbul loyalitas dari pelanggan.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif (mengola data-data dari wawancara tentang segala yang dimiliki ILC, struktur organisasi dan strategi ILC selama ini).

Strategi marketing juga menentukan agar perusahaan dapat memenangkan persaingan yang semakin ketat dengan menggunakan SWOT Analisis, STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), dan *Marketing Mix*.

Kata kunci :SWOT, STP, *Marketing Mix*