

## **ABSTRAK**

Sport Teknologi Indonesia atau dikenal sebagai STI adalah perusahaan yang bergerak pada bidang kontraktor *sport*, yang didirikan pada tahun 2018. Produk yang ditawarkan pada perusahaan Sport Teknologi Indonesia merupakan fasilitas penyewaan serta memberikan jasa pembangunan pada bidang olahraga yang mempunyai tenaga ahli profesional pada bidangnya. STI akan memberi efisiensi dan ketepatan sesuai permintaan dari pelanggan karena perusahaan tersebut memiliki motto “*customizing to meet your needs*”. STI mengklasifikasikan fokusnya pada lima kategori utama, yaitu bidang permainan, peralatan olahraga, teknologi olahraga, layanan, dan memulai bisnis.

Sport Teknologi Indonesia masih memerlukan strategi pemasaran. Hal tersebut dibutuhkan karena STI merupakan perusahaan baru yang masih membutuhkan strategi yang dapat menunjang STI kedepannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui situasi yang dapat mempengaruhi bisnis pembangunan fasilitas olahraga saat ini. Serta, untuk memberikan strategi terbaik yang dapat diterapkan oleh STI untuk 3 tahun kedepan.

**Kata Kunci** : **Strategi Pemasaran, Sasaran Pemasaran, Analisis Eksternal, Customer Decision Making Process.**