

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN OLAHRAGA TRADISIONAL BENJANG

**Oleh :
Gilang Ginanjar
0808567**

Perkembangan olahraga dari masa ke masa selalu mengalami perubahan dari berbagai sisi. Mulai dari modifikasi permainan, perubahan peraturan hingga komersialisasi olahraga itu sendiri. Tentunya semua itu bertujuan untuk membuat olahraga senantiasa disukai dan terjaga eksistensinya. Berkembangnya sebuah cabang olahraga memerlukan proses yang panjang, harus ada strategi yang tepat guna mencapai tujuan yang diinginkan. Salah satunya strategi pemasaran, dimana Strategi pemasaran biasanya berkaitan dengan kegiatan jual beli barang atau jasa antara produsen dan konsumen. Pemasaran berlaku hampir pada semua bidang Kehidupan termasuk olahraga, Agar senantiasa disukai masyarakat, maka di buatlah sebuah strategi pemasaran olahraga yang tepat. Dalam hal ini pemasaran olahraga tradisional benjang di kecamatan ujungberung. Tujuan penelitian ini untuk menggambarkan situasi olahraga tradisional benjang yang ada di kecamatan ujungberung. Untuk menjawab masalah tersebut dilakukan penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pengurus dan anggota paguyuban benjang sebanyak 10 orang, tokoh benjang ujungberung 4 orang, unsur pemerintah kecamatan ujungberung 1 orang, dan masyarakat sebanyak 10 orang, dengan keseluruhan populasi dan sampel sebanyak 25 orang. Instrumen menggunakan angket strategi pemasaran. Dari hasil angket dilakukan uji validitas, uji reabilitas, pengumpulan data dan analisis data. Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran olahraga tradisional benjang di kecamatan ujungberung cukup berhasil, namun untuk lebih memaksimalkannya harus lebih bisa menggali potensi-potensi yang ada. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang lebih optimal.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Olahraga Tradisional, Benjang