

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kegiatan sehari-hari seringkali kita menjumpai kegiatan yang dapat menjaga kesehatan selain menjaga tubuh dari serangan penyakit yakni menjaga pola makan namun, tidak hanya itu ternyata olahraga juga dapat menjaga daya tahan tubuh terhadap serangan penyakit. Adapun olahraga biasanya hanya dijadikan sebagai pengisi waktu luang saja namun banyak sekali manfaat di dalamnya baik kesehatan, rekreasi dan dapat juga mendatangkan berbagai macam keuntungan yang tidak terduga. Seringkali olahraga identik dengan perlombaan dan kontestasi baik dari skala kecil, menengah dan besar. Contoh dari kontestasi tersebut ialah dengan dilakukannya perlombaan turnamen baik dari antar sekolah, antar daerah, maupun antar skala nasional dan internasional (Irantuka & Ado Aran, 2021).

Beberapa hal yang muncul akibat kegiatan yang dilakukan dengan melibatkan olahraga sebagai suatu daya tarik untuk melakukan suatu kontes untuk itu pasti terdapat upaya dalam mengenalkan kegiatan tersebut yakni dengan melakukan pengembangan yakni meningkatkan pengetahuan terhadap olahraga tersebut. Adapun strategi tersebut yakni dengan melakukan upaya peningkatan pemasaran dengan cara mempromosikan olahraga tersebut sebagai salah satu kegiatan yang menyenangkan dan juga dapat menyehatkan tubuh bagi para pelaksananya.

Langkah-langkah yang perlu diupayakan agar tujuan pemasaran atau promosi tercapai yakni dengan melakukan hal-hal kreatif dengan menunjukkan suatu keunggulan pada olahraga yang akan diselenggarakan kegiatannya (Sukarmin, 2010). Pada strategi pemasaran suatu olahraga juga harus memperhatikan beberapa kategori yang harus relevan dengan melakukan pengelolaan baik dari segi perencanaan, pengelolaan, jenis olahraga, pelaksanaan olahraga, serta promosi.

Yang paling berpengaruh terhadap pemasaran olahraga ialah media, dapat dikatakan sebagai alat untuk menyebarkan suatu informasi baik melalui langsung (cetak) dan tidak langsung (online). Untuk itu strategi yang paling sering digunakan ini akan menjadikannya sebagai hiburan dari sebuah kontestasi olahraga tersebut. Popularitas yang akan menjadi daya tarik para pecinta dan penggemar olahraga yang akan menjadi target dan sebagai pelaksana yang akan meramaikan event-event yang akan diselenggarakan. (Titin Pambudi, 2023)

Pemenuhan daya tarik pemasaran olahraga yakni dengan pemilihan apa olahraga yang cocok untuk menjadi pemikat bagi penggemar olahraga untuk melakukannya. Untuk itu salah satu olahraga yang masih tergolong baru dan juga masih awam ditelinga para masyarakat yakni pickleball. Pickleball akan menjadi salah satu olahraga menarik perhatian pada pemasaran olahraga dimana olahraga ini sebagai sejarah baru di Indonesia dan resmi menjadi anggota *Internasional Federasi Pickleball* (IFP).

Awal perkembangan olahraga ini berawal pada tahun 2019 di Jakarta dikarenakan *brand ambasador pickleball* yang masuk ke ranah industri

pemasaran olahraga di Indonesia yakni pickleball dari ifp (*internasional federation pickleball*) yakni Jeff dan Van Der Hulst sebagai instruktur level 2 internasional.(Hulfian dkk. 2023)

Olahraga pickleball ini sebagai olahraga gabungan antara tenis, bulu tangkis, dan tenis meja dan juga olahraga pickle ball ini banyak digandrungi oleh orang-orang yang lebih dewasa. Kegiatan olahraga pickleball ini tergolong sangat menyenangkan dengan sistem permainan rally dan dilakukan dengan cara memukul bola yang terbuat dari plasti/karet kemudian mengatur bagaimana kecepatan laju bola sehingga siapapun yang memainkan permainan ini akan merasakan keseruan yang tiada tanding. Olahraga ini paling cepat berkembang di Amerika Serikat dengan melakukan permainan campuran mixer. Dalam hal ini olahraga pickleball memiliki daya tarik yang tinggi sehingga siapapun dapat menjadikannya sebuah strategi pemasaran olahraga yang paling populer dan juga sebagai sarana edukasi yang baik (Hambali dkk. 2024)

Pickleball seharusnya tidak hanya berkembang di wilayah pulau saja akan tetapi kegiatan olahraga pickleball ini harus terus berkembang di berbagai sudut daerah di Indonesia untuk dapat dirasakan oleh semua kalangan masyarakat terutama di pulau Sumatera terkhususnya di Provinsi Jambi. Tidak hanya kategori dewasa saja yang dapat memainkan permainan pickleball ini akan tetapi harus terus diimbangi oleh para generasi muda salah satunya mahasiswa.

Pickleball sangat menarik dikaji apalagi eksistensi nya terhadap mahasiswa terutama pada mahasiswa di salah satu perguruan tinggi yang terkenal di Provinsi

Jambi yang Universitas Jambi. Untuk itu dapat dilihat lagi bagaimana strategi pemasaran olahraga yang harus dilakukan dengan upaya memperkenalkan pickleball sebagai salah satu olahraga baru yang harus memiliki tingkat permainan yang tinggi dan banyak digandrungi oleh seluruh elemen masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah di jelaskan di atas maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran apa yang paling efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap pickleball di Provinsi Jambi?
2. Apa hambatan utama dalam pemasaran dan pengembangan olahraga pickleball di Provinsi Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah untuk merancang strategi pemasaran olahraga pickleball di Provinsi Jambi, dengan harapan dapat meningkatkan kepopuleran dan partisipasi masyarakat Jambi dalam olahraga pickleball di Provinsi Jambi.

1.4 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terkait terutama bagi pihak-pihak berikut :

1. Secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat memperkaya ilmu pemasaran olahraga dengan memberikan wawasan baru tentang penerapan strategi pemasaran olahraga yang relatif baru seperti pickleball. Dan diharapkan dapat memberikan masukan dan mempopulerkan olahraga pickleball agar dapat tersebar

luas Di Provinsi Jambi . Di samping itu juga sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya atau peneliti lain agar dapat melanjutkan memasarkan dan mempromosikan olahraga pickleball agar semua masyarakat mengenal lebih dalam olahraga pickleball. Sehingga peneliti selanjutnya dapat memakai cara lain untuk membuat olahraga pickleball dikenal.

2. Secara praktis

Secara praktis penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pengelola klub dan organisasi olahraga dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi masyarakat, penelitian ini dapat mendorong kolaborasi antara pemangku kepentingan, meningkatkan kesadaran tentang manfaat olahraga pickleball, dan menciptakan program yang menarik bagi masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga dapat mendukung pelatih dan atlet dalam memahami pasar serta menciptakan peluang kompetisi yang lebih baik. Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan olahraga pickleball Di Provinsi Jambi dan menjadikannya sebagai bagian penting dari gaya hidup sehat masyarakat.