

**STRATEGI PEMASARAN OLAHRAGA MELALUI KEJUARAAN
TARKAM KEMENPORA UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI
MASYARAKAT DI KOTAWARINGIN BARAT**

TUGAS AKHIR SKRIPSI



Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mendapatkan gelar
Sarjana Olahraga
Program Studi Ilmu Keolahragaan

Oleh :
RIZKY VANIA AMANDA
NIM 21603144001

**FAKULTAS ILMU KEOLAHARGAAN DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI PEMASARAN OLAHRAGA MELALUI KEJUARAAN TARKAM KEMENPORA UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DI KOTAWARINGIN BARAT

TUGAS AKHIR SKRIPSI

RIZKY VANIA AMANDA
NIM. 21603144001

Telah disetujui untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Yogyakarta

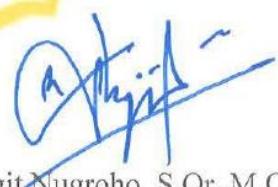
Yogyakarta, 06 Januari 2025

Mengetahui
Koordinator Program Studi



Prof. Dr. Sigit Nugroho, S.Or.,M.Or.
NIP. 198009242006041001

Mengetahui
Dosen Pembimbing TAS



Prof. Dr. Sigit Nugroho, S.Or.,M.Or.
NIP. 198009242006041001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizky Vania Amanda
NIM : 21603144001
Program Studi : Ilmu Keolahragaan
Judul TAS : Strategi Pemasaran Olahraga Melalui Kejuaraan
Tarkam Kemenpora Untuk Meningkatkan Partisipasi
Masyarakat Di Kotawaringin Barat.

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil penelitian saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 06 Januari 2025

Yang menyatakan,



Rizky Vania Amanda
NIM. 21603144001

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN OLAHRAGA MELALUI KEJUARAAN TARKAM KEMENPORA UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DI KOTAWARINGIN BARAT

TUGAS AKHIR SKRIPSI

RIZKY VANIA AMANDA
NIM. 21603144001

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Yogyakarta

Pada tanggal, 14 Januari 2025

TIM PENGUJI

Nama/Jabatan

Prof. Dr. Sigit Nugroho, S.Or., M.Or.
(Ketua Tim Penguji)

Dr. Martono, S.Or., M.Or.
(Sekretaris Tim Penguji)

Prof. Dr. Ahmad Nasrulloh, S.Or., M.Or.
(Penguji Utama)

Tanda Tangan

Tanggal

21/01/2025

16/01/2025

15-01-2025

Yogyakarta, 21 Januari 2025

Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Dr. Hedi Ardiyanto Hermawan, M.Or.

NIP. 197702182008011002

LEMBAR PERSEMBAHAN

Tugas Akhir Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya, serta memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kepada kedua orang tua paling berjasa dalam hidup penulis, Ayah Aris Saparudin dan Mama Yuli Susanti. Terima kasih atas doa, cinta, kepercayaan dan segala bentuk yang telah diberikan, sehingga penulis merasa mendapat dukungan di segala pilihan dan keputusan yang diambil oleh penulis, serta telah mendengar keluh kesah penulis hingga di titik ini.
3. Kepada cinta kasih kedua saudara kandung penulis, Abang Rizky Fajar Ryandi S.Kom. dan Kakak Rizky Silva Rissandra, A.Md. Terima kasih atas segala do'a, usaha dan support yang telah diberikan kepada penulis dalam proses pembuatan tugas akhir skripsi ini.
4. Kepada Satria Falah Gymnastiar, terima kasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan tugas akhir skripsi ini, meluangkan baik tenaga, waktu dan pikiran kepada penulis dan senantiasa sabar menghadapi penulis.
5. Kepada sahabat penulis Putri Andini Dewita Hardono, Nadia Fitrianisa, dan Jeni Relita Sari. Terima kasih selalu ada dalam titik terendah penulis dan terima kasih telah menjadi pendengar setia dalam menjalani hidup.
6. Kepada teman-teman Ilmu Keolahragaan Angkatan 2021 khususnya Dina Lufikaningrum, Hana Sari Kamilah, Fitri Nurhasanah, dan Firli Riskacahyani, yang sudah menjadi teman penulis mulai 2021 sampai saat ini. Terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman yang sangat berkesan serta memberikan semangat yang paling berharga hingga akhir masa perkuliahan ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga penyusunan Tugas Akhir Skripsi dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi yang berjudul Strategi Pemasaran Olahraga Melalui Kejuaraan Tarkam Kemenpora Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Kotawaringin Barat ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Olahraga.

Terselesaikan Tugas Akhir Skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan peran berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes., AIFO, selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan melanjutkan studi di Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Hedi Ardiyanto Hermawan, M.Or. selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
3. Prof. Dr. Sigit Nugroho, S.Or., M.Or. selaku Koorprodi Ilmu Keolahragaan yang telah memberikan ijin penelitian. Sekaligus selaku dosen pembimbing tugas akhir skripsi yang selalu sabar membimbing dan memberikan semangat, dukungan serta arahan dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
4. Dr. Martono, M.Or., Dr. Rifky Riyandi Prastyawan, M.Or dan Dr. Duwi Kurnianto Pembudi, S.Or., M.Or., selaku validator ahli yang telah memberikan bantuan dan kerja sama dalam pelaksanaan penelitian.

5. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga bantuan yang telah diberikan semua pihak dapat menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT. Penulis berharap semoga Tugas Akhir Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkan.

Yogyakarta, 06 Januari 2025
Penulis



Rizky Vania Amanda
NIM. 21603144001

STRATEGI PEMASARAN OLAHRAGA MELALUI KEJUARAAN TARKAM KEMENPORA UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DI KOTAWARINGIN BARAT

Rizky Vania Amanda
NIM. 21603144001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui strategi pemasaran dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora; (2) Mengetahui tingkat partisipasi masyarakat Kotawaringin Barat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah peserta Kejuaraan Tarkam Kemenpora Kotawaringin Barat, sebanyak 657 peserta. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *Simple Random Sampling* sebesar 87 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Uji validitas instrumen menggunakan korelasi *Product Moment* dan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora dinilai Baik oleh 61% responden, 31% responden menilai Kurang, dan 8% menilai Sangat Kurang. Terkait Partisipasi masyarakat Kotawaringin Barat, 61% responden menilai Baik, 36% menilai Kurang dan 3% menilai Sangat Kurang. Sehingga dapat disimpulkan Strategi pemasaran olahraga melalui Kejuaraan Tarkam Kemenpora dan Tingkat Partisipasi Masyarakat Kotawaringin Barat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora berada pada kategori Baik.

Kata Kunci: Pemasaran Olahraga, Partisipasi.

STRATEGI PEMASARAN OLAHRAGA MELALUI KEJUARAAN TARKAM KEMENPORA UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DI KOTAWARINGIN BARAT

Abstract

This research aims to: (1) determine the marketing strategy in the Kemenpora Tarkam Championship; and (2) determine the level of public participation at Kotawaringin Barat (West Kotawaringin) in the Kemenpora Tarkam Championship.

This research was a descriptive study with a quantitative approach. The research population was the participants in Kotawaringin Barat in Kemenpora Tarkam Championship, totaling 657 participants. The research sample was taken by using the Simple Random Sampling technique of 87 respondents. The data collection technique used a questionnaire. The instrument validity test used Product Moment correlation and the reliability test used Cronbach's Alpha. The data analysis technique used descriptive statistics.

The research findings indicate that the sports marketing strategy in the Kemenpora Tarkam Championship is assessed as good by 61% of respondents, 31% of respondents assess it as poor, and 8% assess it as very poor. Regarding the participation of Kotawaringin Barat, 61% of respondents assess it as good, 36% assess it as poor and 3% assess it as very poor. Hence, it can be concluded that the sports marketing strategy through the Kemenpora Tarkam Championship and the level of participation in Kotawaringin Barat in the Kemenpora Tarkam Championship are in the good category.

Keywords: *Sports Marketing, Participation.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSEMAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I <u>PENDAHULUAN</u>	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II <u>KAJIAN PUSTAKA</u>	11
A. Kajian Teori.....	11
B. Hasil Penelitian yang Relevan	30
C. Kerangka Pikir	30
D. Pertanyaan Penelitian.....	34
BAB III <u>METODE PENELITIAN</u>	35
A. Desain Penelitian.....	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
C. Populasi dan Sampel	35
D. Definisi Operasional Variabel	37
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	38
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	42
G. Teknik Analisis Data	46
BAB IV <u>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u>	49
A. Deskripsi Data	49
B. Pembahasan.....	58

C. Keterbatasan Penelitian	63
BAB V <u>SIMPULAN DAN SARAN</u>	64
A. Simpulan	64
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Lokasi Cabang Olahraga	29
Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen.....	39
Tabel 3. Penilaian Skala Likert	42
Tabel 4. Hasil Uji Validitas	44
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 6. Tests Of Normality	49
Tabel 7. Test Of Homogeneity Of Variance	50
Tabel 8. Hasil Penelitian Pemasaran Olahraga	50
Tabel 9. Hasil penelitian Produk	52
Tabel 10. Hasil Penelitian Harga.....	53
Tabel 11. Hasil Penelitian Promosi	53
Tabel 12. Hasil Penelitian Tempat.....	54
Tabel 17. Hasil Penelitian Partisipasi Masyarakat	55
Tabel 18. Hasil Penelitian Faktor Internal.....	57
Tabel 19. Hasil Penelitian Faktor Eksternal.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	34
-------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian	72
Lampiran 2. Surat Permohonan Validasi.....	73
Lampiran 3. Hasil Uji Validasi.....	76
Lampiran 4. Hasil Analisis Data	81
Lampiran 5. Dokumentasi Pengambilan Data	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Olahraga telah berkembang menjadi fenomena global yang memiliki dampak signifikan terhadap pembangunan sosial dan ekonomi. Dalam konteks pembangunan sosial, olahraga berperan penting dalam mempromosikan kesehatan, pendidikan, dan kohesi sosial. Partisipasi dalam aktivitas olahraga terbukti meningkatkan kesehatan fisik dan mental masyarakat, serta mengurangi risiko penyakit tidak menular. Prasetyo (2013) menegaskan pentingnya kesadaran masyarakat berolahraga untuk peningkatan kesehatan dan pembangunan nasional. Di sisi lain, dari perspektif ekonomi, industri olahraga telah tumbuh menjadi sektor yang substansial dalam perekonomian global, menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Kejuaraan olahraga, baik skala nasional maupun internasional, memberikan dampak positif terhadap sektor pariwisata dan ekonomi daerah. Guntoro dan Putra (2021) menyatakan bahwa kejuaraan olahraga menciptakan efek multiplier yang luas, termasuk ekonomi, sosial, infrastruktur, lingkungan dan bahkan meningkatkan wisatawan. Hal ini diperkuat oleh Karo P. K. (2020) yang mengungkapkan bahwa kejuaraan olahraga menarik minat yang lebih luas, tidak hanya dari kalangan atlet, tetapi juga dari masyarakat umum yang menggemari kejuaraan olahraga.

Namun, di tengah potensi besar ini, Indonesia masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam olahraga. Tercatat 26,1% orang dewasa di Indonesia memiliki tingkat aktivitas fisik yang rendah, yang menempatkan mereka pada risiko tinggi untuk berbagai masalah kesehatan (Abadini et al., 2019).

Kondisi ini menekankan pentingnya implementasi kebijakan dan program yang efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam olahraga dan aktivitas fisik. Pengembangan olahraga sebagai instrumen pembangunan sosial dan ekonomi memerlukan pendekatan holistik yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat sipil. Ma'mun A. (2016) menekankan pentingnya pengembangan indikator yang sistematis dan terukur untuk menilai serta meningkatkan kontribusi olahraga terhadap pembangunan nasional.

Rendahnya tingkat partisipasi olahraga masyarakat Indonesia telah menjadi perhatian serius bagi pemerintah dan para pemangku kepentingan di bidang olahraga. Data terbaru dari Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) menunjukkan bahwa hanya 30,93% masyarakat Indonesia yang rutin berolahraga (Kemenpora, 2023). Angka ini menjadi indikator yang memprihatinkan mengingat pentingnya aktivitas fisik bagi kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. Sebagaimana diungkapkan oleh Prasetyo (2013) rendahnya partisipasi olahraga ini berkorelasi dengan berbagai permasalahan kesehatan masyarakat, termasuk meningkatnya prevalensi penyakit jantung, obesitas, diabetes tipe dua, dan osteoporosis.

Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap rendahnya tingkat partisipasi olahraga di Indonesia beragam dan kompleks. Cahyono T. (2024) mengidentifikasi beberapa hambatan utama, termasuk kurangnya waktu luang, keterbatasan akses ke fasilitas olahraga, dan rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya aktivitas fisik. Abidin D. (2024) menyoroti pentingnya pendekatan yang holistik dalam meningkatkan budaya olahraga di masyarakat, yang melibatkan tidak hanya aspek infrastruktur, tetapi juga edukasi dan motivasi.

Pemerintah Indonesia telah menempatkan pemassalan olahraga sebagai salah satu prioritas dalam agenda pembangunan nasional, mengingat pentingnya aktivitas fisik bagi kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pembangunan dan pengembangan olahraga harus ditingkatkan secara berkesinambungan, terarah, dan sistematis agar sesuai dengan tujuan pembangunan nasional khususnya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat (Setyawan, 2024).

Olahraga memiliki peran strategis dalam pembangunan nasional Indonesia, tidak hanya sebagai sarana untuk meningkatkan kesehatan dan kebugaran masyarakat, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan karakter dan prestasi bangsa di kancah Internasional. Menyadari pentingnya peran olahraga, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) telah merumuskan Strategi Nasional Kemajuan Olahraga 2021-2024 sebagai langkah konkret untuk memajukan sektor olahraga di tanah air. Strategi ini merupakan respon terhadap berbagai tantangan dan

peluang yang dihadapi oleh dunia olahraga Indonesia, termasuk rendahnya tingkat partisipasi masyarakat dalam berolahraga, terbatasnya sarana dan prasarana olahraga, serta belum optimalnya prestasi atlet Indonesia di tingkat Internasional (Kemenpora, 2023).

Implementasi Strategi Nasional Kemajuan Olahraga 2021-2024 diharapkan dapat menjadi katalis bagi pemassalan olahraga di Indonesia. Salah satu fokus utama strategi ini adalah meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan olahraga, yang sejalan dengan visi "Memasyarakatkan Olahraga dan Mengolahragakan Masyarakat". Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kesehatan dan kebugaran masyarakat, tetapi juga untuk menciptakan basis yang kuat bagi pengembangan atlet berprestasi di masa depan (Ramadhan et al., 2020)

Di era globalisasi, pemanfaatan kejuaraan olahraga sebagai strategi pemasaran telah terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berolahraga dan menjadikan masyarakat menjadi lebih sehat dan bugar. Setyawan (2024) mengungkapkan bahwa olahraga menjadi alat pemasaran yang kuat bagi perusahaan kerja sama dan sponsorship dengan tim olahraga atau acara besar telah menjadi bagian penting dari strategi pemasaran global. Selain itu pemasaran olahraga juga menjadi alat penting untuk mempromosikan dan memasarkan acara olahraga, liputan media yang luas dapat membantu pertumbuhan industri olahraga secara keseluruhan dan meningkatkan minat masyarakat.

Dalam konteks ini, penelitian mengenai efektivitas program-program yang dilaksanakan dalam kerangka Strategi Nasional Kemajuan Olahraga 2021-2024 menjadi sangat relevan dan penting. Salah satu program yang menarik untuk diteliti adalah Kejuaraan Tarkam Kemenpora, yang dirancang sebagai bagian dari upaya pemassalan olahraga di tingkat akar rumput. Kejuaraan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam olahraga, tetapi juga sebagai sarana pemasaran olahraga yang efektif di kalangan masyarakat luas

Kejuaraan tarkam, singkatan dari "antar kampung", merupakan fenomena unik dalam lanskap olahraga Indonesia. Istilah ini merujuk pada pertandingan atau turnamen informal yang diselenggarakan di tingkat lokal, biasanya melibatkan tim-tim dari berbagai kampung atau desa. Seiring berjalannya waktu, kejuaraan tarkam berkembang menjadi bagian integral dari budaya olahraga *grassroots* di Indonesia. Beberapa tahun terakhir, pemerintah melalui Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) mulai memberikan perhatian lebih pada potensi kejuaraan tarkam sebagai instrumen pemassalan olahraga. Hal ini tercermin dari inisiatif Kemenpora untuk mengadakan Kejuaraan Tarkam Kemenpora yang lebih terstruktur dan berskala nasional. Setyawan (2024) menegaskan dengan partisipasi dan dukungan pemerintah yang kuat, olahraga Indonesia dapat terus berkembang dan mencapai prestasi yang gemilang di dalam dan luar negeri.

Penyelenggaraan Kejuaraan Tarkam Kemenpora dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk menciptakan platform yang dapat menjembatani

kesenjangan antara olahraga rekreasi dan kompetitif. Tujuan utama kejuaraan ini adalah untuk meningkatkan angka partisipasi masyarakat dalam berolahraga, mengidentifikasi bakat-bakat baru di tingkat *grassroots*, dan mempromosikan gaya hidup sehat melalui olahraga. Cakupan Kejuaraan Tarkam Kemenpora dirancang untuk menjangkau seluruh wilayah Indonesia, dari Sabang sampai Merauke. Kejuaraan ini melibatkan berbagai cabang olahraga populer seperti, senam, atletik, tennis meja, bola voli, dan bulu tangkis, yang dipilih berdasarkan tingkat popularitas dan aksesibilitasnya di masyarakat. Skala kejuaraan ini cukup besar, dengan tahapan kompetisi yang dimulai dari tingkat kelurahan, kecamatan, kabupaten/kota, hingga tingkat provinsi dan nasional.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan melalui kegiatan monitoring dan evaluasi pada pelaksanaan Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kabupaten Kotawaringin Timur pada tanggal 13-16 Juni 2024, terlihat adanya dinamika yang menarik dalam aspek pemasaran olahraga dan partisipasi masyarakat. Kegiatan kejuaraan ini menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi dari masyarakat setempat, tercermin dari jumlah peserta yang berpartisipasi dan kehadiran penonton dalam setiap pertandingan. Pemasaran olahraga yang dilakukan untuk kejuaraan ini terbilang efektif, dengan terlihatnya berbagai upaya promosi dan sosialisasi yang berhasil menarik perhatian berbagai lapisan masyarakat. Masyarakat Kotawaringin Timur menunjukkan respon positif terhadap penyelenggaraan

kejuaraan ini, yang ditandai dengan tingginya tingkat partisipasi baik sebagai peserta maupun penonton.

Kabupaten Kotawaringin barat, sebagai salah satu daerah di Provinsi Kalimantan Tengah, memiliki potensi besar dalam pengembangan olahraga namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam hal pemasaran dan pemassalan olahraga di masyarakat. Rendahnya partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan olahraga, terbatasnya akses terhadap fasilitas olahraga yang memadai, serta kurangnya kejuaraan olahraga yang dapat menarik minat publik menjadi permasalahan yang perlu diatasi.

Menyikapi hal tersebut, Kementerian Pemuda dan Olahraga menginisiasi semangat berolahraga di tingkat akar rumput. Pelaksanaan Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kabupaten Kotawaringin Barat diharapkan dapat menjadi katalis dalam meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam berbagai aktivitas olahraga, dan memperluas jangkauan pemasaran olahraga. Namun, efektivitas kejuaraan ini dalam mencapai tujuan pemassalan olahraga masih perlu diteliti lebih lanjut. Evaluasi mendalam terhadap dampak Kejuaraan Tarkam Kemenpora menjadi krusial untuk memahami sejauh mana kejuaraan ini berperan dalam meningkatkan partisipasi olahraga di Kabupaten Kotawaringin Barat, serta mengidentifikasi strategi yang diperlukan untuk mengoptimalkan pemasaran dan pemassalan olahraga di masa mendatang.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam Kejuaraan Tarkam kemenpora dan untuk mengetahui

tingkat partisipasi masyarakat di Kotawaringin Barat dalam kegiatan olahraga.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka didapatkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Perlunya evaluasi terhadap peran pemerintah, dalam hal ini Kemenpora, dalam upaya pemassalan olahraga melalui kejuaraan seperti Kejuaraan Tarkam Kemenpora.
2. Potensi kejuaraan tarkam yang belum dimanfaatkan secara optimal sebagai alat pemasaran dan pemassalan olahraga di masyarakat Kabupaten Kotawaringin Barat.
3. Belum optimalnya strategi pemasaran olahraga untuk meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat dalam berolahraga di Kabupaten Kotawaringin Barat.
4. Belum adanya data konkret tentang dampak pelaksanaan kejuaraan olahraga besar terhadap peningkatan partisipasi masyarakat dalam berolahraga di Kabupaten Kotawaringin Barat.
5. Minimnya kejuaraan olahraga yang dapat menarik minat dan partisipasi masyarakat luas di Kabupaten Kotawaringin Barat.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, agar tidak meluas maka batasan masalah penelitian ini pada “strategi pemasaran olahraga melalui Kejuaraan Tarkam Kemenpora untuk meningkatkan partisipasi masyarakat di Kotawaringin Barat”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah – masalah yang ada, maka problematika penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora?
2. Bagaimana tingkat partisipasi masyarakat Kotawaringin Barat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora.
2. Untuk mengetahui tingkat partisipasi masyarakat Kotawaringin Barat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen olahraga,

khususnya terkait strategi pemasaran olahraga untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

- b. Penelitian ini berpotensi memberikan perspektif baru dalam memahami hubungan antara kejuaraan olahraga, pemasaran dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan olahraga.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora), penelitian ini diharapkan mampu memberikan evaluasi komprehensif terhadap efektivitas Kejuaraan Tarkam Kemenpora dalam mencapai tujuan pemasaran dan pemassalan olahraga.
- b. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran akan pentingnya partisipasi dalam kegiatan olahraga dan manfaatnya bagi kesehatan dan kesejahteraan.
- c. Bagi Industri Olahraga, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan mengenai potensi pasar dan strategi pemasaran yang efektif dalam konteks kejuaraan olahraga.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pemasaran Olahraga

a. Definisi Pemasaran Olahraga

Pemasaran merupakan suatu upaya individu maupun kelompok dalam upaya memperkenalkan produk yang dijual, dibuat, atau di alihkan kepada pihak lain (Yuliana, 2020). Sementara itu, pemasaran dalam bidang olahraga prosesnya memerlukan pencapaian tujuan pemasaran entitas olahraga melalui cara yang efektif dan efisien serta terbarukan dalam bidang olahraga (produk, harga, tempat, bukti fisik, orang dengan orang lainnya, dan proses) (Charumbira, 2014). Menurut M Kurnia & A Mahendra (2019) Pemasaran olahraga merupakan adaptasi khusus dari konsep teknik pemasaran yang diterapkan pada dunia olahraga. Cakupannya meliputi dua aspek utama: pertama, pemasaran produk dan layanan yang berkaitan dengan olahraga, dan kedua, penggunaan platform olahraga sebagai media untuk mempromosikan produk atau inisiatif non-profit yang terkait dengan kegiatan olahraga. Pendekatan ini memanfaatkan daya tarik dan jangkauan luas dari dunia olahraga untuk mencapai tujuan pemasaran yang spesifik.

Pemasaran olahraga adalah subdivisi pemasaran yang berfokus pada promosi acara olahraga dan tim serta promosi produk dan layanan lain melalui acara olahraga dan tim olahraga. Ini adalah

layanan di mana elemen yang dipromosikan dapat berupa produk fisik atau nama merek. Tujuannya adalah menyediakan strategi bagi klien untuk mempromosikan olahraga atau mempromosikan beberapa produk, layanan, bisnis, atau kegiatan lain melalui olahraga. Pemasaran olahraga juga dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran. Strategi ini mengikuti empat “P” pemasaran produk, harga, promosi, dan tempat. Secara umum: empat “P” lainnya ditambahkan ke pemasaran olahraga terkait dengan fakta olahraga dianggap sebagai layanan. Tambahan empat “P” adalah: perencanaan, pengemasan, pemosision, dan persepsi, penambahan empat elemen ekstra di sebut “bauran pemasaran” (Adi, 2020).

Dalam pelaksanaan Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kabupaten Kotawaringin Barat, konsep pemasaran olahraga dapat diterapkan untuk meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat. Strategi pemasaran yang efektif dapat meliputi promosi acara melalui berbagai saluran media, penyediaan fasilitas yang memadai, serta pelibatan atlet untuk menarik perhatian publik. Melalui penerapan strategi pemasaran olahraga (produk, harga, promosi dan tempat) panitia penyelenggara dapat mengoptimalkan dampak positif kejuaraan terhadap pengembangan olahraga di Kabupaten Kotawaringin Barat sekaligus mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan oleh Kemenpora.

b. Strategi Pemasaran Olahraga

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana yang berfokus pada tujuan jangka Panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan dapat dicapai (DH Wibowo & S Zainul, 2015). Strategi pemasaran terdiri atas analisis, pengembangan strategi, dan pengimplementasianya dalam mengembangkan visi tentang tingkat ketertarikan pasar terhadap organisasi, strategi pemilihan pasar, pemilihan target market, dan pengembangan, implementasi, serta pengelolaan program strategi *positioning* dan *marketing* yang didesain untuk menemukan value yang diinginkan oleh konsumen di setiap pasar yang ditargetkan (L Sa'adah & C Muchfaidzah, 2021).

Strategi pemasaran adalah cara yang ditempuh perusahaan untuk merealisasikan misi, tujuan, sasaran yang telah ditentukan dengan cara menjaga dan mengupayakan adanya keserasian antar berbagai tujuan yang ingin dicapai, kemampuan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi di pasar produknya (A Umami, 2018). Adi (2020) menyatakan bahwa keserasian seperti ini memang perlu dijaga, namun tidak menutup kemungkinan untuk berubah dan diperbaiki bila mana lingkungan pemasaran yang dihadapi mengalami perubahan. Dengan demikian, strategi pemasaran harus

bersifat dinamis, fleksibel, dan memiliki kelayakan untuk melaksanakan.

Strategi pemasaran olahraga adalah penerapan unsur-unsur rencana pemasaran mulai dari menetapkan tujuan, merumuskan kebijakan, mengidentifikasi sumber daya fisik dan manusia, menyetujui prosedur, dan mengembangkan program operasional dan temporal untuk mencapai tujuan proses pemasaran. Hal ini membutuhkan adanya aparatur administrasi yang mengumpulkan informasi internal dan eksternal untuk lembaga olahraga untuk membuat keputusan yang tepat untuk mencapai tujuan strategi pemasaran olahraga (Riyoko E. 2023).

c. Bauran Pemasaran Olahraga

Dalam proses pemasaran produk atau layanan, diperlukan pendekatan strategis yang dikenal sebagai bauran pemasaran. Ini merupakan serangkaian taktik yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran di pasar yang telah ditargetkan. Setelah mengidentifikasi pasar sasaran dan menentukan posisi yang diinginkan langkah selanjutnya adalah merancang strategi bauran pemasaran yang efektif. Bauran pemasaran merupakan komponen internal yang krusial dalam pembentukan strategi pemasaran yang efektif. Bagi perusahaan, kunci untuk meraih keuntungan terletak pada pemilihan strategi pemasaran yang tepat, yang pada gilirannya

akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen (F Arrizki, 2024).

Kotler dan Armstrong (2019) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuannya di pasar sasaran. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah serangkaian instrumen pemasaran yang saling berhubungan, dirancang untuk menghasilkan program pemasaran yang efektif. Tujuannya adalah membantu perusahaan mencapai sasaran pemasaran secara efisien sambil memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kotler dan Armstrong (2019) lebih lanjut mengidentifikasi unsur atau elemen bauran pemasaran terdiri dari “harga (*price*), produk (*product*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*)”.

Untuk memasarkan peralatan olahraga (raket, bola, *stick golf*, *decker*, dan alat-alat *fitness*), maka perlu memperhatikan bauran pemasaran produk, yaitu: (1) bentuk fisik produk peralatan olahraga, (2) harga dan diskon yang ditawarkan, (3) sasaran konsumen, dan (4) saluran promosi melalui TV dan *advertising*. Sedangkan untuk memasarkan jasa olahraga, misalnya fitness centre, perlu diperhatikan bauran pemasaran jasa, yaitu: (1) produk jasa *fitness centre*, (2) harga dan diskon yang diberikan, (3) tempat latihan yang strategis, (4) saluran promosi melalui TV dan

advertising, (5) dukungan fasilitas fisik, seperti peralatan modern dan konsultasi dokter gratis, (6) proses keterlibatan member dalam menentukan program latihan, dan (7) instruktur yang menangani *fitness centre* cantik, menarik dan sangat professional (Dhani, 2018).

2. Partisipasi Masyarakat

a. Definisi Partisipasi

Banyak pengertian partisipasi yang telah dikemukakan oleh para ahli, namun pada hakekatnya memiliki makna yang sama. Kata partisipasi berasal dari bahasa Inggris yaitu “*Participation*” yang artinya pengambilan bagian, pengikutsertaan. Sedangkan kata “*Participation*” berasal dari kata “*Participate*” yang berarti mengikutsertakan. Seiring dengan definisi tersebut partisipasi dapat diartikan sebagai turut serta, berperan serta, atau keikutsertaan (Kusmanto H, 2014).

Partisipasi adalah proses atau tindakan keterlibatan individu atau kelompok dalam suatu kegiatan atau proses tertentu. Ini mencakup pengambilan bagian aktif, kontribusi, atau keterlibatan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti politik, sosial, ekonomi, budaya dan olahraga (FM Jamil et al., 2024). Sedangkan menurut Simanjuntak (2024) menyatakan bahwa partisipasi tidak hanya merupakan kontribusi tenaga, waktu, dan materi lokal secara cuma-cuma, untuk mendukung berbagai program dan proyek

pembangunan melainkan sebagai suatu keterlibatan secara aktif dalam setiap proses.

Partisipasi dapat diartikan sebagai keterlibatan mental dan emosional seseorang individu dalam situasi kelompok tertentu yang mendorongnya untuk berkontribusi untuk mencapai tujuan kelompok dan berbagi tanggung jawab didalam pencapaian tujuan tersebut (Sagita N. I., 2016). Almukhdlor & Bulqini (2019) menyatakan bahwa partisipasi berarti dimana seseorang melakukan kegiatan dengan penyetaraan mental untuk mendorong mereka bertanggung jawab agar mencapai tujuannya.

Tiballa (2017) berpendapat bahwa partisipasi merupakan keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasi masalah dan potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan tentang alternatif Solusi untuk menangani masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah dan keterlibatan masyarakat dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi. Partisipasi dapat juga berarti bahwa kelompok mengenal masalah mereka sendiri, mengkaji pilihan mereka, membuat keputusan dan memecahkan masalahnya.

Partisipasi dapat diartikan dengan dorongan atau kemauan seseorang yang muncul pada dirinya maupun kelompok terhadap suatu tujuan yang diinginkan merupakan dorongan internal dimana kebutuhan-kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan

serangkaian kegiatan yang mengarah kepada tercapainya suatu tujuan (Jamil et al., 2024).

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa partisipasi merupakan suatu konsep yang luas dan multidimensi. Secara umum, partisipasi dapat didefinisikan sebagai keterlibatan aktif dan sukarela individu atau kelompok dalam suatu kegiatan atau proses tertentu. Konsep ini mencakup aspek mental, emosional, dan fisik, di mana seseorang tidak hanya hadir secara fisik tetapi juga terlibat dalam pengambilan keputusan, pemecahan masalah, dan berbagi tanggung jawab. Partisipasi tidak terbatas pada kontribusi tenaga, waktu, atau materi saja, tetapi juga melibatkan proses identifikasi masalah, pengkajian alternatif Solusi, implementasi tindakan, dan evaluasi hasil.

b. Macam-macam Partisipasi

Ada beberapa macam partisipasi yang dikemukakan oleh ahli. Menurut Sundariningrum (Ibrahim, 2016) mengklasifikasikan partisipasi menjadi dua berdasarkan cara keterlibatannya, yaitu:

1) Partisipasi Langsung

Partisipasi yang terjadi apabila individu menampilkan kegiatan tertentu dalam proses partisipasi. Partisipasi ini terjadi apabila setiap orang dapat mengajukan pandangan, membahas pokok permasalahan, mengajukan keberatan terhadap keinginan orang lain atau terhadap ucapannya.

2) Partisipasi tidak langsung

Partisipasi yang terjadi apabila individu mendelegasikan hak partisipasinya pada orang lain.

Sedangkan menurut Kaehe et al. (2019), partisipasi dapat dibedakan menjadi empat jenis, yaitu:

1) Partisipasi dalam mengambil keputusan

Partisipasi jenis ini berkaitan dengan penentuan alternatif dengan masyarakat untuk menuju kata sepakat tentang berbagai gagasan yang menyangkut kepentingan bersama. Partisipasi jenis ini sangat penting karena masyarakat menuntut untuk ikut menentukan arah dan orientasi pembangunan.

2) Partisipasi dalam pelaksanaan

Partisipasi jenis ini merupakan lanjutan dari rencana yang telah disepakati sebelumnya, baik yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan, maupun tujuan. Dalam pelaksanaan program sangat dibutuhkan keterlibatan berbagai unsur, khususnya pemerintah dalam kedudukannya sebagai fokus utama pembangunan.

3) Partisipasi dalam pengambilan manfaat

Partisipasi jenis ini tidak terlepas dari kualitas maupun kuantitas dari hasil pelaksanaan program yang bisa dicapai. Dari segi kuantitas, keberhasilan suatu program akan ditandai dengan adanya peningkatan “output”. Sedangkan dari segi

kualitas dapat dilihat seberapa besar presentase keberhasilan program yang dilaksanakan, apakah sesuai dengan target yang telah ditetapkan atau tidak.

4) Partisipasi dalam evaluasi

Partisipasi jenis ini berkaitan dengan masalah pelaksanaan program secara menyeluruh. Partisipasi ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelaksanaan program telah sesuai dengan rencana yang ditetapkan atau ada penyimpangan.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Partisipasi

Nurbaiti & Bambang (2017) menyatakan bahwa pada umumnya partisipasi masyarakat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu:

- 1) Faktor internal yaitu mencakup karakteristik individu yang dapat mempengaruhi individu tersebut untuk berpartisipasi dalam suatu kegiatan, yaitu umur, jenis kelamin, status dalam keluarga, tingkat pendidikan, etnis, agama, bahasa, pekerjaan, tingkat pendapatan, jarak rumah dengan lokasi pekerjaan atau aktivitas dan kepemilikan tanah.
- 2) Faktor eksternal adalah semua pihak luar yang berkepentingan dan mempunyai pengaruh terhadap program tersebut, antara lain pengurus desa, tokoh masyarakat, dan pemerintah daerah.

d. Partisipasi Masyarakat dalam Olahraga

Permana A (2015) berpendapat bahwa partisipasi masyarakat adalah sesuatu keterlibatan masyarakat bukan hanya kepada proses pelaksanaan kegiatan saja, tetapi juga melibatkan masyarakat dalam hal perencanaan dan pengembangan dari pelaksanaan program tersebut, termasuk menikmati hasil dari pelaksanaan program tersebut. Partisipasi masyarakat menurut Tiballa (2017) adalah pemberdayaan masyarakat, peran sertanya dalam kegiatan penyusunan perencanaan dan implementasi program/proyek pembangunan dan merupakan aktualisasi dan kesediaan dan kemauan masyarakat untuk berkorban dan berkontribusi terhadap implementasi program pembangunan.

Partisipasi masyarakat merupakan suatu proses yang mendukung masyarakat untuk mulai sadar akan situasi dan masalah yang dihadapinya serta berupaya mencari jalan keluar yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah. Partisipasi masyarakat bukan lagi merupakan kewajiban (Uceng et al., 2019). Partisipasi masyarakat dalam aktivitas fisik dan olahraga memainkan peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan dan mempromosikan gaya hidup sehat (Karo et al., 2024).

Partisipasi masyarakat dalam berolahraga yaitu keikutsertaan dalam melaksanakan atau melakukan olahraga tersebut mulai dari awal berolahraga sampai akhir kegiatan

olahraga. Masyarakat dalam melakukan olahraga tersebut dipengaruhi oleh masyarakat itu sendiri (Ramadan et al., 2021). Partisipasi dalam konteks olahraga dapat diartikan sebagai keterlibatan aktif masyarakat dalam aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan olahraga di suatu wilayah tertentu. Keterlibatan masyarakat ini memainkan peran penting dan memfasilitasi pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam kegiatan olahraga. Dalam penyelenggaraan event olahraga yang berkualitas dan menarik cenderung mampu menarik minat dan partisipasi lebih banyak orang. Hal ini menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara kualitas *event* dan tingkat partisipasi masyarakat dalam kejuaraan olahraga (Taks et al., 2017).

Permana (2015) mengatakan bahwa, rendahnya tingkat partisipasi berolahraga disebabkan oleh beberapa hal antara lain:

- 1) Kegiatan olahraga yang cenderung berorientasi pada peningkatan prestasi, sehingga membatasi partisipasi orang yang kurang berminat mengejar prestasi.
- 2) Kurangnya keterampilan gerak dasar sehingga mereka sukar menekuni suatu cabang olahraga.
- 3) Rendahnya derajat kesehatan atau kebugaran jasmani sehingga secara psikologi merasa tidak mampu.

- 4) Tingkat ekonomi yang rendah sehingga tidak sanggup memenuhi pengeluaran minimal untuk melibatkan diri dalam kegiatan olahraga.
- 5) Terkurasnya tenaga dan waktu akibat terlalu sibuk dalam pekerjaan.
- 6) Belum tersedianya fasilitas olahraga yang khusus diperuntukkan bagi para lansia.

Perkembangan zaman yang semakin maju, maka partisipasi masyarakat dalam pembangunan olahraga akan menentukan postur dan kemajuan olahraga sampai ke suatu daerah. Pembangunan olahraga yang bertumpu pada peran serta masyarakat dahulu telah dicoba dalam kemasan “gerakan memasyarakatkan olahraga dan mengolahragakan masyarakat”. Artinya seluruh warga masyarakat mengenal dan menggemari berbagai jenis olahraga serta membiasakan diri untuk berolahraga. Meningkatkan partisipasi segenap lapisan masyarakat, sehingga menjadi bagian dari kebiasaan (Prasetyo Y, 2013).

Berdasarkan berbagai pendapat ahli, dapat disimpulkan bahwa partisipasi masyarakat dalam konteks olahraga merupakan suatu konsep multidimensi yang mencakup keterlibatan aktif dalam berbagai aspek, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan olahraga. Partisipasi ini tidak hanya terbatas pada keikutsertaan fisik, tetapi juga melibatkan kesadaran,

pemberdayaan, dan kontribusi masyarakat terhadap pengembangan olahraga di suatu wilayah. Pentingnya partisipasi masyarakat dalam olahraga terletak pada perannya dalam meningkatkan kesejahteraan, mempromosikan gaya hidup sehat, dan mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam kegiatan olahraga.

Namun, tingkat partisipasi masyarakat dalam olahraga dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk orientasi kegiatan olahraga, keterampilan individu, kondisi kesehatan, faktor ekonomi, ketersediaan waktu, dan fasilitas olahraga. Kualitas dan daya tarik *event* olahraga juga memiliki hubungan timbal balik dengan tingkat partisipasi masyarakat. Untuk meningkatkan partisipasi, diperlukan pendekatan yang holistic yang mempertimbangkan berbagai faktor tersebut dan menjadikan olahraga sebagai bagian dari kebiasaan masyarakat.

3. Kejuaraan Tarkam Kemenpora

a. Definisi Kejuaraan Antar Kampung

Tarkam merupakan kependekan dari antar-kampung, pada awalnya tarkam merujuk terhadap pertandingan atau kompetisi cabang olahraga yang diadakan dalam suatu kampung atau desa, bisa melibatkan lebih dari satu desa (AEP Islami & A Wahyudi, 2021). Menurut Syahpyar Alip Pamungkas dan Agung Wahyudi (2019) mengatakan bahwa tarkam merupakan kompetisi terbuka yang diikuti oleh masyarakat yang memiliki arti adalah sebagai

kegiatan yang ditunjukan sebagai peringatan suatu *event* atau hajatan di kampung.

Tarkam kini meluas menjadi sebuah pertandingan yang diadakan hampir setiap desa dengan jangka waktu pendek ada juga yang membutuhkan waktu lama dan sebagian besar bukanlah pertandingan resmi seperti Kejurda, Kejurnas, Livoli, Proliga yang ditayangkan dalam televisi. Kejuaraan Antar Kampung merupakan kompetisi terbuka yang diikuti oleh masyarakat yang memiliki arti adalah sebagai kegiatan yang ditunjukan sebagai peringatan suatu *event* atau hajatan di kampung, contoh adalah peringatan 17 agustus, selesai panen raya, peringatan hajatan pernikahan atau khitanan dan sebagainya (AA Sukmana & M Allsabah, 2018).

b. Kejuaraan Tarkam Kemenpora Kabupaten Kotawaringin Barat

Kejuaraan Tarkam Kemenpora merupakan *event* pertandingan/perlombaan olahraga yang dilaksanakan di Kabupaten/Kota yang bersifat pembudayaan olahraga. Kejuaraan Tarkam Kemenpora ini diselenggarakan sesuai dengan amanat Undang – undang No. 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan pasal 19, ayat bahwa “Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, dan Masyarakat berkewajiban menggali, mengembangkan, dan memajukan Olahraga Masyarakat, sehingga perlu dilaksanakan sebuah Kejuaraan Olahraga yang berorientasi untuk peningkatan kebugaran diseluruh lapisan Masyarakat. Tidak hanya yang ada di

perkotaan tentunya akan tetapi yang ada di tingkat kabupaten/kota, bahkan tingkat paling terkecil, yakni kecamatan, desa/keluaran (Kemenpora, 2022).

Tercantum dalam buku pedoman Kejuaraan Tarkam Kemenpora 2024 yang disusun oleh Deputi Bidang Pembudayaan Olahraga dan Asisten Deputi Olahraga Masyarakat bahwa Kejuaraan Tarkam Kemenpora 2024 diselenggarakan mempunyai landasan, yaitu:

- 1) Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
- 2) Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2022 tentang Keolahragaan;
- 3) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 tahun 2007 tentang Penyelenggaraan Olahraga;
- 4) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 tahun 2007 tentang Penyelenggaraan Pekan dan Kejuaraan Olahraga;
- 5) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2007 tentang Pendanaan Olahraga;
- 6) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 14 tahun 2010 tentang kedudukan Tugas dan Fungsi Kementerian Negara serta Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Eselon 1 Kementerian Negara;

- 7) Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 86 Tahun 2021 tentang Desain Besar Olahraga Nasional;
- 8) Peraturan Presiden Nomor 106 Tahun 2020 tentang Kementerian Pemuda dan Olahraga;
- 9) Keputusan Presiden Nomor 21 Tahun 2021 tentang Gugus Tugas Manajemen Talenta Nasional;
- 10) Keputusan Presiden Nomor 1 Tahun 2017 tentang Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS);
- 11) Peraturan Menteri Pemuda dan Olahraga Nomor 4 Tahun 2021 tentang Pedoman Pembinaan dan Pengembangan Olahraga Rekreasi.

Tujuan dan sasaran penyelenggaraan Kejuaraan Tarkam Kemenpora 2024 adalah:

- 1) Tujuan
 - a) Mendorong peningkatan partisipasi Masyarakat dalam berolahraga.
 - b) Menjadikan Masyarakat menjadi lebih sehat dan bugar.
 - c) Meningkatkan interaksi sosial antar warga di kabupaten/kota untuk saling menghargai diri sendiri dan orang lain dalam hal perbedaan pendapat, keyakinan, ras, suku dan budaya, sehingga terwujudnya ketahanan sosial (persaudaraan, sportivitas, disiplin dan karakter yang Tangguh).

- d) Menggali potensi atau bakat olahragawan masyarakat dari tingkat kabupaten/kota untuk dipersiapkan menuju tingkat nasional dan internasional.
- e) Membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia dari tingkat kabupaten/kota melalui olahraga.

2) Sasaran

- a) Pelaksanaan di tingkat kabupaten/kota dengan peserta dari kecamatan.
- b) Agar tercapai sarana pembudayaan olahraga pada seluruh lapisan masyarakat maka kabupaten/kota melaksanakan Kejuaran Tarkam 2024 sesuai kategori dan masyarakat umum.
- c) Peserta adalah seluruh lapisan Masyarakat.
- d) Dilaksanakan di 100 kabupaten/kota di seluruh Indonesia.

Dengan tema “Transformasi menuju kesejahteraan Indonesia” diharapkan hasil yang diperoleh adalah adanya tingkat partisipasi, kebugaran dan kesehatan yang tinggi sehingga akan memberikan dampak kepada kesejahteraan masyarakat dan munculnya bibit-bibit olahragawan, sekaligus sesuai dengan program pemerintah untuk menumbuhkan karakter bangsa yang tangguh.

4. Profil Kabupaten Kotawaringin Barat

Kabupaten Kotawaringin Barat menjadi salah satu titik penting dalam penyelenggaraan Kejuaraan Tarkam Kemenpora 2024, Kabupaten Kotawaringin Barat, yang beribukota di Pangkalan Bun merupakan sebuah Kabupaten yang terletak di Provinsi Kalimantan Tengah. Kejuaraan Tarkam Kemenpora 2024 Kabupaten Kotawaringin Barat ini diselenggarakan pada tanggal 10-12 Agustus 2024 dan diikuti oleh 657 atlet dari lima Kecamatan di Kotawaringin barat. Terdapat berbagai cabang olahraga yang dilaksanakan, seperti bola voli, bulutangkis, senam dan atletik. Tempat dan pelaksanaan pertandingan/perlombaan Kejuaraan Tarkam Kemenpora 2024 Kabupaten Kotawaringin Barat:

Tabel 1. Lokasi Cabang Olahraga

No.	Cabang Olahraga	Lokasi
1.	Bola Voli	Lapangan Termili
2.	Bulutangkis	Gor Sultan Alamsyah
3.	Atletik	<i>Sport Centre</i>
4.	Senam	Aula Antakusuma

(Lensa Nusantara, 2024)

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan sangat dibutuhkan untuk mendukung kajian teoritik yang dikemukakan sehingga dapat dipergunakan sebagai landasan untuk pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini disajikan penelitian yang relevan, yaitu:

1. Penelitian oleh Rina Yuniana & Ahmad Nasrulloh (2019) yang berjudul “Tingkat Kepuasan Members Terhadap Strategi Pemasaran Di Lembah Fitness Centre Universitas Gajah Mada”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan *members* terhadap strategi pemasaran di Lembah *Fitness Centre* Universitas Gajah Mada. Populasi dalam penelitian ini adalah *members* Lembah *Fitness Centre* UGM yang aktif mengikuti latihan beban sebanyak 240 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode *nonprobability sampling* menggunakan teknik *accidental sampling*, sebanyak 120 orang. Instrumen yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Angket tersebut diujicobakan terhadap 40 *members* Lembah *Fitness Centre* UGM. Hasil ujicoba menunjukkan dari 48 butir pernyataan gugur 3 butir, sahih 45 butir. Teknik untuk mengukur validitas menggunakan teknik korelasi *product moment* dari Karl Pearson dengan taraf signifikansi 5 % atau $\alpha = 0,05$. Butir pernyataan dikatakan valid apabila nilai korelasi dari *product moment* (r_{xy}) lebih besar dari r-tabel. Nilai koefisien alpha (rtt) yang diperoleh sebesar 0,912 dengan status reliabel. Teknik analisis data penelitian

menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan persentase. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum tingkat kepuasan *members* masuk ke dalam kategori memuaskan dengan pencapaian persentase 60,8 %. Secara rinci, tingkat kepuasan *members* terhadap strategi pemasaran di Lembah *Fitness Centre* UGM dijelaskan sebagai berikut: (1) *Price* atau harga masuk kedalam kategori sangat memuaskan dengan persentase 60 %, (2) *Promotion* atau promosi masuk kedalam kategori memuaskan dengan persentase 55 %, (3) *Place* atau tempat masuk kedalam kategori memuaskan dengan persentase 49,2 %, (4) *Product* atau produk/jasa masuk kedalam kategori memuaskan dengan persentase sebesar 55,8 %

2. Penelitian oleh Elly Herawati, Vina Anditha & Siti Kartika Haryani (2018) yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi marketing pada tingkat penjualan. Analisis ini dirasakan penting digunakan mengingat pentingnya mengetahui bagaimana cara meningkatkan volume penjualan. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif. Data diambil menggunakan angket yang disebarluaskan sebanyak 100 responden serta volume penjualan diambil dari struk pembelian atau data pembelian dibagian informasi/kasir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Alfamart Cabang Losari 58,70% responden menyatakan

baik, sedangkan 41,30% responden menyatakan tidak baik maupun tidak tahu mengenai cara yang diterapkan oleh alfamart tersebut. Hal ini menggambarkan bahwa lebih dari 50% responden mengetahui strategi dan cara yang diterapkan oleh Alfamart Cabang Losari. Volume penjualan Alfamart Cabang Losari rata-rata adalah 55,29 dalam ribuan rupiah dan juga strategi pemasaran mempengaruhi secara positif pada tingkat besaran volume penjualan pada Alfamart Cabang Losari. Besarnya pengaruh strategi pemasaran bisa berpengaruh pada volume penjualan adalah 54,02% sedangkan persamaan regresi yang dapat dibentuk adalah $Volume\ Penjualan = 1,60$ strategi pemasaran. Volume penjualan dapat meningkat atau bertambah ketika strategi dan cara marketing atau pemasarannya semakin baik.

3. Penelitian oleh Ashafaa Razii Ramadhani & Suhadi Suhadi (2019) yang berjudul “Dampak Event Olahraga Bola Voli Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Desa Disekitarnya”. Populasi penelitian ini yaitu masyarakat desa disekitar lokasi diselenggarakannya *event* olahraga bola voli di desa bromonilan sejumlah 100 orang. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara survey dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa dampak *event* olahraga bola voli terhadap tingkat kesejahteraan Masyarakat desa diseikitarnya diketahui bahwa sebesar 16 penduduk (40%) menyatakan cukup baik, sebesar 22 penduduk

(55%) menyatakan kurang baik, dan sebesar 2 penduduk (5%) menyatakan kurang baik. Untuk keterlibatan Masyarakat dalam *event* olahraga bola voli tersebut diketahui bahwa sebesar 1 penduduk (2,5%) dinyatakan tinggi, sebesar 23 penduduk (57,5%) dinyatakan sedang dan sebesar 16 penduduk (40%) dinyatakan rendah.

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan kajian teori diatas, strategi pemasaran olahraga yang efektif, yang mencakup 4P yaitu produk, harga, tempat, dan promosi, memiliki potensi untuk mempengaruhi tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan olahraga. Dalam konteks Kejuaraan Tarkam Kemenpora, yang melibatkan empat cabang olahraga yaitu bola voli, senam, atletik dan bulutangkis, penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat menjadi katalis untuk meningkatkan antusiasme dan partisipasi masyarakat Kotawaringin Barat dalam berolahraga.

Melalui pemasaran produk yang menarik, penetapan harga yang terjangkau, promosi yang efektif, pemilihan tempat yang strategis pemasaran olahraga yang komprehensif dan penyelenggaraan Kejuaraan Tarkam Kemenpora berpotensi menghasilkan dampak positif berupa peningkatan partisipasi masyarakat Kotawaringin Barat dalam kegiatan olahraga, yang pada gilirannya dapat mendorong gaya hidup sehat dan aktif di kalangan masyarakat setempat. Berikut adalah gambar kerangka penelitian:

Gambar 1. Kerangka Pikir



D. Pertanyaan Penelitian

- Dari penjabaran di atas, pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:
1. *Bagaimana strategi pemasaran dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora?*
 2. *Bagaimana tingkat partisipasi masyarakat Kotawaringin Barat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora?*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain. Sedangkan pengertian pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2022) adalah metode penelitian yang berdasarkan pada pemikiran yang positif, biasanya digunakan ketika melakukan penelitian pada pemikiran yang positif, digunakan ketika melakukan penelitian pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Kotawaringin Barat yang berada di Provinsi Kalimantan Tengah, pada tanggal 22-31 November 2024.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2022) menyatakan populasi adalah subjek/objek yang memiliki kualitas serta karakteristik yang disusun oleh peneliti untuk diambil kesimpulan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kotawaringin Barat yang mengikuti Kejuaraan

Tarkam Kemenpora 2024 di Kotawaringin Barat, berjumlah sebanyak 657 peserta.

2. Sampel

Sugiyono (2022) menyatakan sampel merupakan bagian dari total sifat/karakteristik yang dipunyai oleh populasi yang dilakukan secara statistik dan berdasarkan pada estimasi penelitian untuk menentukan seberapa besar sampel yang nantinya diambil untuk studi riset. Apabila populasi tersebut besar, sehingga para peneliti tentunya tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan yang ada pada populasi tersebut. Beberapa kendala yang akan dihadapi di antaranya seperti dana yang terbatas, tenaga dan waktu. Maka dalam hal ini perlunya menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu.

Jenis sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik sampel dengan memberikan kesempatan pada seluruh anggota populasi untuk menjadi sampel dan diharapkan representatif (Rohman et al., 2023).

Untuk menentukan ukuran sampel dapat digunakan rumus Solvin:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = % kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan (10%)

Besarnya populasi diketahui sebesar 657 orang. Jadi besarnya sampel yang digunakan adalah :

$$n = \frac{657}{1+657 (10\%)^2}$$

$$n = 86,79$$

Maka sampel dalam penelitian ini yaitu 86,79 dibulatkan menjadi 87 responden.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut. Definisi operasional memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasional sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran (Ridha, 2017).

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah satu variabel dependen (variabel terikat) dan satu variabel independen (variabel bebas). Variabel terikat pada penelitian ini adalah Partisipasi Masyarakat Kabupaten Kotawaringin Barat, sedangkan variabel bebas yaitu Strategi Pemasaran Olahraga.

1. Variabel Independen (variabel bebas)

a) Strategi Pemasaran Olahraga

Strategi pemasaran olahraga adalah upaya-upaya strategis yang dilakukan untuk mempromosikan dan meningkatkan minat masyarakat Kabupaten Kotawaringin Barat terhadap kegiatan olahraga sebagai dampak dari pelaksanaan Kejuaraan Tarkam

Kemenpora. Indikatornya adalah, produk, harga, promosi, dan tempat (Adi, 2020).

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

a) Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat dalam berolahraga yaitu keikutsertaan dalam melaksanakan atau melakukan olahraga tersebut mulai dari awal berolahraga sampai akhir kegiatan olahraga. Masyarakat dalam melakukan olahraga tersebut dipengaruhi oleh masyarakat itu sendiri (Ramadan et al., 2021). Indikatornya adalah faktor internal dan faktor eksternal (Nurbaiti, 2017)

E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat atau sarana yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Instrumen penelitian dirancang dan digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan penelitian (Rohman et al., 2023). Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai angket yang digunakan dalam penelitian ini, berikut disajikan kisi-kisinya.

Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Butir Item	
				(+)	(-)
1.	Pemasaran Olahraga Kejuaraan Tarkam (Adi, 2020).	Produk	1. Cabang olahraga yang dipertandingkan pada Kejuaraan Tarkam Kemenpora menarik minat masyarakat Kotawaringin Barat.	1,2, 3	4
			2. Kualitas penyelenggaraan Kejuaraan Tarkam Kemenpora sesuai dengan standar kompetisi yang baik.		
			3. Hadiah Kejuaraan Tarkam Kemenpora menarik bagi peserta.		
		Harga	4. Kejuaraan Tarkam Kemenpora tidak memberikan pengalaman berharga bagi peserta dan penonton.		
			5. Pendaftaran gratis meningkatkan motivasi saya untuk berpartisipasi dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora.	5, 7,8	6
			6. Penyelenggara memberikan hadiah tidak sepadan untuk Kejuaraan Tarkam Kemenpora.		
		Promosi	7. Tidak adanya biaya masuk untuk penonton membuat saya lebih tertarik untuk menonton Kejuaraan Tarkam Kemenpora.		
			8. Penyelenggaraan yang tidak dipungut biaya membuat Kejuaraan Tarkam Kemenpora lebih terjangkau dibandingkan kejuaraan lainnya.		
			9. Informasi terkait Kejuaraan Tarkam Kemenpora mudah ditemukan di berbagai media.	9, 11,12	10

			<p>10. Pesan promosi Kejuaraan Tarkam Kemenpora kurang menarik masyarakat untuk berpartisipasi.</p> <p>11. Spanduk dan poster Kejuaraan Tarkam Kemenpora terpasang di lokasi-lokasi strategis di Kotawaringin Barat.</p> <p>12. Promosi Kejuaraan Tarkam Kemenpora berhasil meningkatkan antusiasme masyarakat Kotawaringin Barat terhadap olahraga.</p>		
		Tempat	<p>13. Lokasi penyelenggaraan Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat mudah dijangkau oleh masyarakat.</p> <p>14. Fasilitas di lokasi kejuaraan memadai dan nyaman bagi penonton.</p> <p>15. Lokasi penyelenggaraan Kejuaraan Tarkam Kemenpora memiliki kapasitas yang cukup untuk menampung peserta dan penonton.</p> <p>16. Kondisi arena pertandingan belum sesuai dengan persyaratan standar cabang olahraga yang dipertandingkan.</p>	13,14, 15	16
2.	Partisipasi Masyarakat (Nurbaiti, 2017).	Faktor Internal	<p>17. Jarak rumah saya ke lokasi Kejuaraan Tarkam Kemenpora menjadi kendala untuk berpartisipasi.</p> <p>18. Saya merasa usia saya mendukung partisipasi aktif dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora.</p> <p>19. Pekerjaan saya memberikan fleksibilitas waktu untuk berpartisipasi</p>	18,19, 20	17

		dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora.		
		20. Saya merasa Kejuaraan Tarkam Kemenpora sesuai untuk semua kelompok usia.		
		21. Kondisi fisik saya mempengaruhi keputusan untuk berpartisipasi dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora.		
	Faktor Eksternal	22. Pemerintah daerah Kotawaringin Barat menyediakan fasilitas yang memadai untuk pelaksanaan Kejuaraan Tarkam Kemenpora.	22,23, 24,25	26
Total Instrumen				26 Item

2. Teknik Pengumpulan Data

Wekke Suardi (2019) menyatakan bahwa salah satu cara yang paling penting dan strategis untuk melakukan penelitian adalah melalui teknik pengumpulan data. Karena tidak ada peneliti yang bisa

mendapatkan hasil yang dapat diandalkan atau mematuhi norma yang ditetapkan untuk kualitas data jika mereka tidak mengetahui atau menggunakan metodelogi pengumpulan data yang tepat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada responden (Rohman et al., 2023). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner tertutup yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih, dengan kuesioner langsung menggunakan skala. Skala yang digunakan dalam penulisan ini adalah skala likert. Rohman et al. (2023) menyatakan bahwa skala likert adalah jenis skala pengukuran yang umum digunakan dalam penelitian untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi responden terhadap pernyataan tertentu. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3. Penilaian Skala Likert

Jawaban Responden	Poin	
	(+)	(-)
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

(Putro et al., 2023)

F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Validitas dan reliabilitas instrumen adalah dua konsep penting dalam penelitian yang mengevaluasi kualitas pengukuran yang dilakukan. Dalam konteks penelitian, validitas instrumen mengacu pada sejauh mana

instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Jika instrumen valid, berarti alat ukur tersebut sesuai dengan konstruk yang ingin diukur dan dapat memberikan hasil yang akurat dan tepat (Rohman et al., 2023).

1. Validitas Instrumen

Validitas instrumen adalah komponen penting dalam penelitian karena memastikan bahwa data yang dikumpulkan akurat dan dapat diandalkan untuk mengambil kesimpulan. Validitas instrumen mengacu pada sejauh mana instrumen pengukuran secara efektif mengukur variabel atau konstruk yang dituju. Validitas melibatkan pertanyaan apakah instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur (Rohman et al., 2023).

Cara menentukan tingkat validitas adalah dengan cara menghitung koefisien korelasi *product moment* menggunakan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- | | |
|----------|-------------------------------------|
| r_{xy} | = Korelasi <i>product moment</i> |
| N | = Jumlah responden untuk diuji coba |
| xy | = Skor pertanyaan |
| x | = Skor item |
| y | = Skor total |

Bila probalitas hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian uji validitas dilakukan terhadap 87 responden, uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Pernyataan Indikator	r hitung	r tabel	sig.	Ket
1.	Pemasaran Olahraga (X)	X1.1	0.529	0.211	0.000	Valid
2.		X1.2	0.665	0.211	0.000	Valid
3.		X1.3	0.697	0.211	0.000	Valid
4.		X1.4	0.376	0.211	0.000	Valid
5.		X2.1	0.531	0.211	0.000	Valid
6.		X2.2	0.370	0.211	0.000	Valid
7.		X2.3	0.602	0.211	0.000	Valid
8.		X2.4	0.672	0.211	0.000	Valid
9.		X3.1	0.835	0.211	0.000	Valid
10.		X3.2	0.570	0.211	0.000	Valid
11.		X3.3	0.533	0.211	0.000	Valid
12.		X3.4	0.626	0.211	0.000	Valid
13.		X4.1	0.358	0.211	0.000	Valid
14.		X4.2	0.451	0.211	0.000	Valid
15.		X4.3	0.476	0.211	0.000	Valid
16.		X4.4	0.471	0.211	0.000	Valid
17.	Partisipasi Masyarakat (Y)	Y1.1	0.396	0.211	0.000	Valid
18.		Y1.2	0.367	0.211	0.000	Valid
19.		Y1.3	0.499	0.211	0.000	Valid
20.		Y1.4	0.365	0.211	0.000	Valid
21.		Y1.5	0.460	0.211	0.000	Valid
22.		Y2.1	0.499	0.211	0.000	Valid
23.		Y2.2	0.420	0.211	0.000	Valid
24.		Y2.3	0.650	0.211	0.000	Valid
25.		Y2.4	0.392	0.211	0.000	Valid
26.		Y2.5	0.419	0.211	0.000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada 26 pernyataan mendapatkan nilai korelasi lebih besar dari r tabel untuk alpha 5%, yaitu 0.211. Maka semua item pernyataan diatas dinyatakan valid.

2. Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas instrumen mengacu pada konsistensi dan keandalan instrumen pengukuran dalam memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan. Reliabilitas melibatkan pertanyaan sejauh mana instrumen memberikan hasil yang stabil dan tidak terpengaruh oleh kesalahan acak (Rohman et al., 2023).

Data item yang dianalisis dalam uji reliabilitas adalah data rasio. Uji reliabilitas dilakukan dengan teknik *Cronbach Alpha* untuk mengetahui konsistensi alat ukur instrument. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan, jika nilai Alpha $> 0,60$ maka reliabel. Rumus yang digunakan untuk Cronbach Alpha adalah:

$$r = \left[\frac{k}{(k - 1)} \right] \left[1 - \frac{\sum Si}{St} \right]$$

Keterangan:

r = Reliabilitas Instrumen

k = Jumlah item pertanyaan

Si = Varians skor tiap item pertanyaan

St = Varians total

Apabila variabel yang diteliti mempunyai Cronbach alpha (α) $> 60\%$ (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel sebaliknya Cronbach alpha (α) $< 60\%$ (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel. Hasil dari pengujian reliabilitas pada variabel penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Indikator	Cronbach's Alpha	Ket.
1.	Produk	0.840	Reliabel
2.	Harga	0.797	Reliabel
3.	Promosi	0.748	Reliabel
4.	Tempat	0.752	Reliabel
5.	Faktor Internal	0.830	Reliabel
6.	Faktor Eksternal	0.788	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada indikator diatas bahwa *Cronbach's Alpha* untuk 6 indikator dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* >0.60 .

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses mengolah data menjadi informasi baru. Proses ini dilakukan bertujuan agar karakteristik data menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna sebagai solusi bagi suatu permasalahan, khususnya yang berkaitan dengan penelitian (Rohman et al., 2023). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa, analisis statistik. Analisis statistik bertujuan untuk dapat membuat data yang didapat bermakna dan bisa di interpretasikan, analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji statistik deskriptif dan uji prasyarat.

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi

(Sugiyono, 2022). Untuk mengelompokkan berdasarkan kategori, skor maksimum dan minimum harus ditentukan terlebih dahulu, kemudian menentukan nilai rata-rata dan *standar deviasi* skor yang diperoleh. Selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan kemudian dilakukan pengkategorian. Dalam pengkategorian skor menggunakan empat kategori yaitu, sangat baik, baik, kurang dan sangat kurang. Menurut Setiawan (2017), rumus yang digunakan dalam menyusun kategori adalah sebagai berikut:

No.	Rentangan Norma	Kategori
1.	$X \geq M + 1,5 SD$	Sangat Baik
2.	$M \leq X < M + 1,5 SD$	Baik
3.	$M - 1,5 SD \leq X < M$	Kurang
4.	$M - 1,5 SD \geq X$	Sangat Kurang

Keterangan:

M : Mean

SD : Standar Deviasi

Setelah data diperoleh, langkah berikutnya adalah menganalisis data untuk menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Analisis data yang digunakan di penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif dengan presentase. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Presentase yang dicari

F = Frekuensi

N = Jumlah Responden

2. Uji Prasyarat

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, dan independen, atau keduanya berdistribusi secara normal, mendekati normal (Hadija Difinubun et al., 2023). Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Model yang paling baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Data dapat dikatakan mempunyai distribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk menguji kesamaan sampel yaitu seragam atau tidak varian sampel yang diambil dari populasi. Kaidah homogenitas jika $p > 0.05$. maka tes dinyatakan homogen, jika $p < 0.05$. maka dinyatakan tidak homogen. Homogenitas dicari dengan *Test of Homogeneity of Variance* menggunakan bantuan SPSS.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Uji Prasyarat

Sebelum dilakukan analisis data, akan dilakukan uji prasyarat analisis data yang meliputi uji normalitas dan uji homogenitas. Hasil uji prasyarat analisis disajikan berikut ini:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berdistribusi normal, dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut adalah hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*:

Tabel 6. Tests Of Normality

No.	Variabel	Sig.	Ket.
1.	Pemasaran Olahraga	0.139	Normal
2.	Partisipasi Masyarakat	0.190	Normal

Berdasarkan pada tabel uji normalitas dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa metode regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk menguji kesamaan sampel yang seragam atau tidak varian sampel yang diambil dari populasi.

Kaidah homogenitas jika $p > 0.05$, maka tes dinyatakan homogen.

Jika $p < 0.05$, maka tes dinyatakan tidak homogen. Berikut adalah hasil uji homogenitas:

Tabel 7. Test Of Homogeneity Of Variance

Levene Statistic	df1	df2	Sig.	Ket.
0.969	17	62	0.503	Homogen

Berdasarkan pada tabel uji homogenitas diatas dapat dilihat nilai sig. $p > 0.05$ sehingga data bersifat homogen. Karena data bersifat homogen maka analisis data dapat dilanjutkan.

2. Analisis Data

a. Pemasaran Olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora

Strategi Pemasaran Olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora diukur dengan angket yang terdiri dari 26 butir pernyataan. Setelah data terkumpul dan diolah diperoleh hasil penelitian yaitu; skor minimum sebesar = 94, skor maksimum = 128, rata-rata = 118, median = 120, modus = 125, dan *standar deviasi* = 7,4. Hasil penelitian Strategi Pemasaran Olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Penelitian Pemasaran Olahraga

No.	Rentang Skor	Kategori	Frekuensi	Persen
1.	$X \geq 129$	Sangat Baik	-	-
2.	$118 \leq X < 129$	Baik	53	61%
3.	$107 \leq X < 118$	Kurang	27	31%
4.	$107 \geq X$	Sangat Kurang	7	8%
Jumlah			87	100%

Dari hasil analisis data Strategi Pemasaran Olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat, terlihat bahwa implementasi strategi pemasaran yang mencakup aspek produk, harga, promosi, dan tempat menunjukkan hasil yang Baik. Dari total 87 responden, mayoritas atau 61% responden menilai strategi pemasaran berada dalam kategori **Baik**, sementara 31% memberikan penilaian **Kurang**. Hanya sebagian kecil yaitu 8% yang menilai strategi pemasaran dalam kategori **Sangat Kurang**, dan tidak ada responden yang memberikan penilaian **Sangat Baik**. Data ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat telah berhasil dan diterima dengan baik oleh masyarakat Kotawaringin Barat.

Strategi Pemasaran Olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat di dasarkan pada berbagai strategi yang mempengaruhinya. Hasil penelitian masing-masing strategi tersebut diuraikan sebagai berikut:

1) Produk

Indikator produk pada pemasaran olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora diukur dengan angket yang terdiri dari 4 butir pernyataan. Setelah data terkumpul dan diolah diperoleh hasil penelitian yaitu; skor minimum sebesar = 12, skor maksimum = 16, rata-rata = 15,2, median = 16, modus = 16, dan *standar deviasi* = 1,03. Hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil penelitian Produk

No.	Rentang Skor	Kategori	Frekuensi	Persen
1.	$X \geq 17$	Sangat Baik	-	-
2.	$15 \leq X < 17$	Baik	70	80%
3.	$14 \leq X < 15$	Kurang	11	13%
4.	$14 \geq X$	Sangat Kurang	6	7%
Jumlah			87	100%

Berdasarkan hasil analisis data indikator produk pada variabel pemasaran olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai produk pemasaran olahraga tersebut berada pada kategori **Baik** (80%) dan **Kurang** (13%). Hanya 7% responden yang memberikan nilai **Sangat Kurang**, tidak ada responden yang menilai **Sangat Baik**. Hal ini menunjukkan bahwa produk pemasaran olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora sudah cukup baik dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di Kotawaringin Barat.

2) Harga

Indikator harga pada pemasaran olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora diukur dengan angket yang terdiri dari 4 butir pernyataan. Setelah data terkumpul dan diolah diperoleh hasil penelitian yaitu; skor minimum sebesar = 12, skor maksimum = 16, rata-rata = 15,4, median = 16, modus = 16, dan *standar deviasi* = 1. Hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Penelitian Harga

No.	Rentang Skor	Kategori	Frekuensi	Persen
1.	$X \geq 17$	Sangat Baik	-	-
2.	$15 \leq X < 17$	Baik	79	91%
3.	$14 \leq X < 15$	Kurang	3	3%
4.	$14 \geq X$	Sangat Kurang	5	6%
Jumlah			87	100%

Berdasarkan analisis data indikator harga pada Kejuaraan Tarkam Kemenpora, ditemukan bahwa mayoritas responden berada pada kategori **Baik** dengan presentase 91%. Hanya 3% responden menilai Kurang, sementara 6% responden menilai **Sangat Kurang** dan tidak ada responden yang menilai **Sangat Baik**. Secara keseluruhan, data ini mengindikasikan bahwa strategi penentuan harga dalam pemasaran olahraga melalui Kejuaraan Tarkam Kemenpora telah cukup baik dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di Kotawaringin Barat.

3) Promosi

Indikator promosi pada pemasaran olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora diukur dengan angket yang terdiri dari 4 butir pernyataan. Setelah data terkumpul dan diolah diperoleh hasil penelitian yaitu; skor minimum sebesar = 8, skor maksimum = 16, rata-rata = 14,2, median = 15, modus = 16, dan *standar deviasi* = 1,9. Hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Penelitian Promosi

No.	Rentang Skor	Kategori	Frekuensi	Persen
1.	$X \geq 17$	Sangat Baik	-	-
2.	$14 \leq X < 17$	Baik	59	68%
3.	$11 \leq X < 14$	Kurang	24	27%

4.	$11 \geq X$	Sangat Kurang	4	5%
	Jumlah		87	100%

Berdasarkan hasil analisis data penelitian terhadap indikator promosi pada Kejuaraan Tarkam Kemenpora, ditemukan bahwa mayoritas responden berada pada kategori **Baik** dengan presentase 68%. Selanjutnya sebanyak 27% responden menilai **Kurang**, sementara hanya 5% responden menilai **Sangat Kurang** dan tidak ada responden yang menilai **Sangat Baik**. Dengan demikian, strategi promosi yang telah dilaksanakan dapat dikatakan sudah baik dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat.

4) Tempat

Indikator tempat pada pemasaran olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora diukur dengan angket yang terdiri dari 4 butir pernyataan. Setelah data terkumpul dan diolah diperoleh hasil penelitian yaitu; skor minimum sebesar = 11, skor maksimum = 16, rata-rata = 14,2, median = 14, modus = 16, dan *standar deviasi* = 1,4. Hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Penelitian Tempat

No.	Rentang Skor	Kategori	Frekuensi	Persen
1.	$X \geq 16$	Sangat Baik	22	25%
2.	$14 \leq X < 16$	Baik	39	38%
3.	$12 \leq X < 14$	Kurang	31	36%
4.	$12 \geq X$	Sangat Kurang	1	1%
	Jumlah		87	100%

Berdasarkan hasil analisis indikator tempat pada Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat, menunjukkan bahwa pemilihan dan pengelolaan tempat kejuaraan mendapat tanggapan yang baik dari responden. Hal ini ditunjukkan dengan sebanyak 38% responden menilai **Baik**. Selain itu, 25% responden menilai **Sangat Baik**, dan 36% responden menilai **Kurang**. Hanya 1% responden menilai **Sangat Kurang**, sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi atau tempat pelaksanaan Kejuaraan Tarkam Kemenpora ini sudah cukup memadai dan sesuai untuk meningkatkan partisipasi masyarakat di Kotawaringin Barat dalam kejuaraan olahraga.

b. Partisipasi Masyarakat Kotawaringin Barat

Tingkat Partisipasi Masyarakat Kotawaringin Barat diukur dengan angket yang terdiri dari 10 butir pernyataan. Setelah data terkumpul dan diolah diperoleh hasil penelitian yaitu; skor minimum sebesar = 29, skor maksimum = 40, rata-rata = 36,6, median = 37, modus = 38, dan *standar deviasi* = 2,3. Hasil penelitian Tingkat Partisipasi Masyakat Kotawaringin Barat dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 13. Hasil Penelitian Partisipasi Masyarakat

No.	Rentang Skor	Kategori	Frekuensi	Persen
1.	$X \geq 40$	Sangat Baik	-	-
2.	$37 \leq X < 40$	Baik	53	61%
3.	$33 \leq X < 37$	Kurang	31	36%
4.	$33 \geq X$	Sangat Kurang	3	3%
Jumlah			87	100%

Dari hasil analisis data Partisipasi Masyarakat Kotawaringin Barat yang melibatkan faktor internal dan faktor eksternal, diperoleh hasil yang Baik. Dari total 87 responden, mayoritas atau 61% responden menilai partisipasi masyarakat berada dalam kategori **Baik**, sementara 36% memberikan penilaian **Kurang**. Hanya sebagian kecil yaitu 3% yang menilai strategi pemasaran dalam kategori **Sangat Kurang**, dan tidak ada responden yang memberikan penilaian **Sangat Baik**. Data ini menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat telah berjalan dengan baik.

Partisipasi Masyarakat Kotawaringin Barat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora di dasarkan pada berbagai faktor yang mempengaruhinya. Hasil penelitian masing-masing faktor tersebut diuraikan sebagai berikut:

1) Faktor Internal

Indikator faktor internal pada partisipasi masyarakat di Kotawaringin Barat diukur dengan angket yang terdiri dari 5 butir pernyataan. Setelah data terkumpul dan diolah diperoleh hasil penelitian yaitu; skor minimum sebesar = 13, skor maksimum = 20, rata-rata = 18, median = 19, modus = 19, dan *standar deviasi* = 1,9. Hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Penelitian Faktor Internal

No.	Rentang Skor	Kategori	Frekuensi	Persen
1.	$X \geq 21$	Sangat Baik	-	-
2.	$18 \leq X < 21$	Baik	65	75%
3.	$15 \leq X < 18$	Kurang	18	17%
4.	$15 \geq X$	Sangat Kurang	7	8%
Jumlah			87	100%

Berdasarkan hasil analisis terhadap faktor internal yang memengaruhi partisipasi masyarakat Kotawaringin Barat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora, bahwa secara keseluruhan mayoritas 75% responden berada pada kategori **Baik**. Selain itu, terdapat 17% responden yang masuk dalam kategori **Kurang**, 8% responden berada pada kategori **Sangat Kurang**, dan tidak ada yang menilai **Sangat Kurang**. Secara keseluruhan, indikator partisipasi masyarakat dapat dikategorikan cukup baik, namun tetap memerlukan upaya-upaya strategis untuk meningkatkan keterlibatan dan dukungan warga Kotawaringin Barat agar Kejuaraan Tarkam Kemenpora dapat memperoleh dampak maksimal bagi pengembangan olahraga di daerah tersebut.

2) Faktor Eksternal

Indikator faktor eksternal pada partisipasi masyarakat di Kotawaringin Barat diukur dengan angket yang terdiri dari 4 butir pernyataan. Setelah data terkumpul dan diolah diperoleh hasil penelitian yaitu; skor minimum sebesar =14 , skor maksimum = 20, rata-rata = 18,6, median = 19, modus = 19, dan *standar deviasi* = 1,3. Hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 15. Hasil Penelitian Faktor Eksternal

No.	Rentang Skor	Kategori	Frekuensi	Persen
1.	$X \geq 21$	Sangat Baik	-	-
2.	$19 \leq X < 21$	Baik	58	67%
3.	$17 \leq X < 19$	Kurang	22	25%
4.	$17 \geq X$	Sangat Kurang	7	8%
Jumlah			87	100%

Berdasarkan hasil analisis data faktor eksternal terkait partisipasi masyarakat Kotawaringin Barat, menunjukkan hasil yang cukup baik. Sebagian besar responden, yaitu 67% berada pada kategori **Baik**, hal ini menunjukkan bahwa peran pemerintah daerah dan perangkat desa dalam mendorong masyarakat dalam berpartisipasi sudah cukup baik. Namun, masih terdapat 25% responden yang berada pada kategori **Kurang** dan 8% pada kategori **Sangat Kurang**. Ini mengindikasikan bahwa masih perlu ada upaya untuk meningkatkan peran pemerintah daerah serta perangkat desa agar dapat lebih optimal dalam mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan olahraga.

B. Pembahasan

1) Strategi Pemasaran Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat

Pemasaran olahraga adalah subdivisi pemasaran yang berfokus pada promosi acara olahraga dan tim, serta promosi produk dan layanan lain melalui acara olahraga dan tim olahraga. Pemasaran olahraga terdiri dari beberapa strategi, yaitu produk, harga, promosi, dan tempat (Adi, 2020). Strategi pemasaran olahraga yang dilakukan pada Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat dapat dikatakan telah berhasil

dilaksanakan dengan Baik. Hal ini terlihat dari hasil analisis secara keseluruhan, pemasaran olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora dinilai baik oleh 61% responden, dan 31% responden menilai Kurang. Hanya 8% responden yang menilai strategi pemasaran olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora dalam kategori Sangat Kurang.

Berdasarkan analisis data statistik deskriptif masing-masing strategi, dapat diketahui bahwa strategi harga menunjukkan hasil yang sangat positif dengan 91% responden memberikan penilaian baik, hal ini mengindikasikan bahwa strategi penetapan harga pendaftaran yang tidak dipungut biaya serta hadiah yang diberikan sesuai dengan kompetisi yang dilaksanakan telah berhasil menarik minat dan partisipasi masyarakat di Kotawaringin Barat. Selanjutnya strategi produk yang mendapatkan penilaian baik sebesar 80%, penilaian ini mengindikasikan bahwa kualitas kejuaraan yang ditawarkan, hingga fasilitas pendukung telah memenuhi standar yang diharapkan peserta dan penonton.

Promosi mendapatkan penilaian baik sebesar 68%, hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan melalui berbagai media komunikasi dan pelibatan stakeholder lokal cukup efektif dalam menyebarkan informasi dan menarik minat masyarakat. Terakhir, strategi tempat mendapatkan penilaian baik sebesar 38%, hasil ini menunjukkan bahwa pentingnya pertimbangan lebih mendalam terkait pemilihan lokasi pertandingan, dengan memperhatikan faktor aksesibilitas dan kelayakan fasilitas

Secara keseluruhan, Strategi Pemasaran Olahraga pada Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat sudah efektif, Keberhasilan ini merupakan hasil dari pengelolaan yang profesional dan koordinasi yang baik antara semua pihak yang terlibat. Menurut Sukarmin (2010) keberhasilan suatu penyelenggaraan event olahraga tidak terlepas dari peran pemasaran. Sebuah *event* olahraga diperlukan strategi khusus yang dikenal dengan bauran pemasaran, yaitu kiat kelompok pemasaran yang digunakan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran. Kejuaraan ini tidak hanya berhasil meningkatkan partisipasi masyarakat dalam olahraga, tetapi juga berkontribusi terhadap pengembangan ekosistem olahraga di Kotawaringin Barat.

2) Tingkat Partisipasi Masyarakat Kotawaringin Barat

Hasil analisis menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat Kotawaringin Barat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora berkategorikan Baik. Partisipasi dalam konteks olahraga dapat diartikan sebagai keterlibatan aktif masyarakat dalam aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan olahraga di suatu wilayah tertentu. Keterlibatan masyarakat ini memainkan peran penting dan memfasilitasi pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam kegiatan olahraga. Dalam penyelenggaraan *event* olahraga yang berkualitas dan menarik cenderung mampu menarik minat dan partisipasi lebih banyak orang. Hal ini menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara kualitas *event* dan

tingkat partisipasi masyarakat dalam kejuaraan olahraga (Taks et al., 2017).

Hasil penelitian diketahui Partisipasi Masyarakat Kotawaringin Barat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora sebagian besar berkategori Baik dengan persentase 61% sebanyak 53 responden, kategori Kurang dengan persentase 36% sebanyak 31 responden, dan kategori Sangat Kurang sebesar 3% sebanyak 3 responden. Hasil tersebut diartikan bahwa tingginya partisipasi masyarakat Kotawaringin Barat yang berkategorikan baik menunjukkan antuasiasme dan keterlibatan aktif masyarakat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora. Basuki (2017) mengungkapkan bahwa partisipasi yang tinggi membuktikan dan mencerminkan tingginya apresiasi dan minat masyarakat terhadap kegiatan olahraga.

Nurbaiti & Bambang (2017) menyatakan bahwa pada umumnya partisipasi masyarakat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu mencakup karakteristik individu yang dapat mempengaruhi individu tersebut untuk berpartisipasi dalam suatu kegiatan, yaitu umur, jenis kelamin, status dalam keluarga, tingkat pendidikan, etnis, agama, bahasa, pekerjaan, tingkat pendapatan, jarak rumah dengan lokasi pekerjaan atau aktivitas dan kepemilikan tanah. Sedangkan faktor eksternal adalah semua pihak luar yang berkepentingan dan mempunyai pengaruh terhadap program tersebut, antara lain pengurus desa, tokoh masyarakat, dan pemerintah daerah.

Berdasarkan analisis data Partisipasi Masyarakat Kotawaringin Barat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora, faktor internal dan faktor eksternal menunjukkan kontribusi signifikan terhadap keterlibatan masyarakat Kotawaringin Barat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora. Dari analisis faktor internal, mayoritas responden memberikan penilaian Baik sebesar 71% dan Kurang sebesar 17%, hanya 8% responden menilai Sangat Kurang. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor internal tidak menjadi hambatan signifikan dalam berpartisipasi pada Kejuaraan Tarkam Kemenpora (Abidin, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa Kejuaraan Tarkam Kemenpora berhasil mengakomodasi berbagai lapisan masyarakat tanpa terhalang oleh faktor-faktor internal tersebut.

Sementara dari faktor eksternal, seperti dukungan pemerintah dan perangkat desa menunjukkan hasil 67% responden memberikan penilaian Baik dan 25% responden menilai Kurang. Hanya 8% responden yang menilai Sangat Kurang. Hasil ini mencerminkan peran aktif dan dukungan yang kuat dari pemerintah daerah serta perangkat desa dalam mensukseskan penyelenggaraan Kejuaraan Tarkam Kemenpora. Dukungan ini dapat berupa kebijakan yang mendukung, penyediaan fasilitas, perizinan hingga mobilisasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam Kejuraan Tarkam Kemenpora (Saputra et al., 2024).

Secara keseluruhan, dominasi penilaian baik pada kedua faktor tersebut menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat telah berjalan dengan Baik.

Keberhasilan ini merupakan hasil dari sinergi yang baik antara karakteristik internal masyarakat yang mendukung serta peran aktif stakeholder eksternal dalam mendorong dan memfasilitasi partisipasi masyarakat (Susanty, 2024). Minimnya penilaian Kurang dan Sangat Kurang pada kedua faktor juga mengindikasikan bahwa hambatan-hambatan yang ada dapat diatasi dengan baik melalui pengelolaan yang tepat dari pihak penyelenggara dan dukungan dari berbagai pihak yang terkait.

C. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti mengalami beberapa keterbatasan dalam penulisan dan penelitian. Keterbatasan penelitian diantaranya adalah:

1. Proses pengumpulan data kurang optimal dikarenakan tidak memiliki akses langsung terhadap kontak peserta.
2. Sulit mendapatkan dokumentasi dan data historis mengenai Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Olahraga Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat menunjukkan hasil yang baik. Sebanyak 61% responden menilai baik, 31% responden menilai kurang, dan hanya 8% menilai sangat kurang. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang komprehensif telah efektif dalam menarik minat dan partisipasi masyarakat.
2. Tingkat Partisipasi Masyarakat Kotawaringin Barat pada Kejuaraan Tarkam Kemenpora menampilkan hasil yang baik, dengan 61% responden menilai baik, 36% kurang dan 3% responden menilai sangat kurang. Hasil ini menggambarkan antusiasme dan keterlibatan masyarakat Kotawaringin Barat yang tinggi dalam Kejuaraan Tarkam Kemenpora, didorong oleh faktor internal dan eksternal yang kondusif.

B. Saran

Dengan melihat kesimpulan, maka peneliti menyarankan kepada pihak penyelenggara Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat, agar dapat mempertahankan maupun meningkatkan strategi pemasaran olahraga agar dapat meningkatkan partisipasi masyarakat Kotawaringin Barat dalam kejuaraan olahraga.

Keseluruhan pada strategi pemasaran olahraga yang ada pada Kejuaraan Tarkam Kemenpora di Kotawaringin Barat, yang meliputi: produk, harga, promosi, dan tempat, serta faktor internal dan faktor eksternal pada partisipasi mayarakat harus selalu ditingkatkan atau dibenahi apabila ada kekurangan maupun permasalahan yang timbul untuk mewujudkan peningkatan kualitas penyelenggaraan kejuaraan olahraga di Kotawaringin Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadini, D., & Wuryaningsih, C. E. (2019). Determinan aktivitas fisik orang dewasa pekerja kantoran di Jakarta tahun 2018. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 14(1), 15-28.
- Abidin, D. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Olahraga Rekreasi. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(1), 1977-1985.
- Adi, S. (2020). Kepuasan Stakeholder Dalam Olahraga Multi Event Sebagai Modal Sport Marketing. *Jurnal Sport Science*, 10(1), 42.
- Adil, A., Liana, Y., Mayasari, R., Lamonge, A. S., Ristiyana, R., Saputri, F. R., & Wijoyo, E. B. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik. *Jakarta: Get Press indonesia*.
- Almukhdlor, M. A. & Bulqini, A. (2019). Tingkat Keterampilan Teknik Dasar Bermain Futsal Tim Futsal SMA Negeri 9 Surabaya. *Jurnal Prestasi Olahraga*, 2(2).
- Arrizki, F. (2024). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multi Guna (PMG) Dalam Menarik Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumut Syariah Kcp. Lubuk Pakam. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (JRIME)*, 2(2), 140-147.
- Basuki, S. (2017). Partisipasi Mahasiswa Dalam Kegiatan Olahraga Dan Sarana Prasarana Pendukung Pada Universitas Lambung Mangkurat. Multilateral Jurnal Pendidikan Jasmani Dan Olahraga, 16(1), 1–16. <https://doi.org/10.20527/multilateral.v16i1.3659>
- Cahyono, T. (2024). Meningkatkan Partisipasi Aktif Berolahraga Masyarakat DKI Jakarta Melalui Program Penggerak Olahraga. *Dharma Raflesia: Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan IPTEKS*, 22(1), 1-14.
- Charumbira, L. T. (2014). The Effectiveness of the Sports Marketing Strategies Used by Zimbabwean Collegiate Sports Federations. *International Journal of Marketing and Business Communication*, 3(3), 66–75
- Dhani, D. P. (2018, August). Peranan inovasi dan kreativitas dalam sport industry. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Keolahragaan UNIPMA* (Vol. 1, No. 1, pp. 43-50).

- Difinubun, S., Nara, O. D., & Abdin, M. (2023). Analisi Pengaruh Sumber Daya Manusia Terhadap Aspek Kinerja Pekerja Pada Proyek Pembangunan Gedung Laboratorium Terpadu Pendukung Blok Masela Universitas Pattimura. *Journal Aggregate*, 2(1), 76-86.
- Febrianti, R. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menggunakan layanan produk brilink di kecamatan towuti kabupaten luwu timur* (Doctoral dissertation).
- Guntoro, T. S., & Putra, M. F. (2021). Pengembangan dan validasi kuesioner dampak event olahraga pada masyarakat (KDEOPM). *Jurnal Sosioteknologi*, 20(2), 176-187.
- Herawati, E., Anditha, V., & kartika Haryani, S. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 3(10), 47-57.
- Hidayat, A. K., & Rahmat, Z. (2023). Loyalitas Atlet Bulutangkis Tarkam Kecamatan Piyungan Menggunakan Sepatu Merek Li-Ning. *Musamus Journal of Physical Education and Sport (MJPES)*, 5(02), 130-145.
- Islami, A. E. P., & Wahyudi, A. (2021). Alliffa Hubungan Upah Dan Tingkat Kesejahteraan Pemain Bola Voli Dalam Mengikuti Pertandingan Antar Kampung (TARKAM) Di Kota Semarang. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 2(2), 553-566.
- Jamil, F. M., Hermawan, I., Arifin, Z., & Kurniawati, A. (2024). Partisipasi Masyarakat Garut Dalam Melakukan Olahraga Gym (Penelitian Kualitatif Deskriptif di Masagi Fitness Garut). *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(3), 3806-3822.
- Kaehe, D., RURU, J. M., & ROMPAS, W. (2019). Partisipasi masyarakat dalam perencanaan pembangunan di kampung pintareng kecamatan tabukan selatan tenggara. *Jurnal Administrasi Publik*, 5(80).
- Karo, A. A. P. K., Sinaga, E. M., Sinurat, F. R., Sembiring, E., & Harefa, E. (2024). Persepsi Masyarakat terhadap Partisipasi dalam Aktivitas Fisik dan Olahraga. *Jumper: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Olahraga*, 5(1), 229-239.
- Karo, P. K. (2020). Analisis pengaruh experiential marketing terhadap tingkat kepuasan peserta sports event jakabaring wonderful run palembang. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 127-135.

Kemenpora RI. (2023). Sport Development Index (SDI) dan Pembangunan Olahraga Indonesia. Retrieved November 15, 2023, from <https://deputi3.kemenpora.go.id/detail/358/sport-development-index-sdi-dan-pembangunan-olahraga-indonesia#:~:text=SDI%20Tahun%202022%20menunjukkan%20tingkat,dan%20program%20yang%20memacu%20pengembangan>

Kemenpora RI. (2022). UU RI NOMOR 11 TAHUN 2022 TENTANG KEOLAHRAGAAN. Retrieved February 07, 2022, from <https://deputi4.kemenpora.go.id/dokumen/21/uu-ri-nomor-11-tahun-2022-tentang-keolahragaan>

Kemenpora RI. (2023). Prioritaskan Pembinaan Olahraga Tingkat Desa, Menpora Dito Luncurkan Kejuaraan Antarkampung Kemenpora 2023. Retrieved August 09, 2023, from <https://www.kemenpora.go.id/detail/4029/prioritaskan-pembinaan-olahraga-tingkat-desa-menpora-dito-luncurkan-kejuaraan-antarkampung-kemenpora-2023>

Kotler dan Armstrong .2019. tempat atau saluran distribusi “kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk dikonsumsi oleh konsumen.

Kurnia, M., & Mahendra, A. (2019, March). Peluang Industri Olahraga di Indonesia. In *Seminar Nasional Olahraga* (Vol. 1, No. 1).

Kurniawan, W. R., Hartono, M., Wijayanti, D. G. S., Billiandri, B., Utomo, S. J., Arif, M. F., ... & Sugiharto, M. S. (2022). Edukasi dan Pengenalan Cabang Olahraga Menembak untuk Anak Sekolah Dasar dan Menengah Pertama sebagai Upaya Peningkatan Prestasi Olahraga Menembak Tingkat Pelajar Kota Semarang: Edukasi dan Pengenalan Cabang Olahraga Menembak untuk Anak Sekolah Dasar dan Menengah Pertama sebagai Upaya Peningkatan Prestasi Olahraga Menembak Tingkat Pelajar Kota Semarang. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 68-74.

Kusmanto, H. (2014). Partisipasi Masyarakat dalam Demokasi Politik. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 2(1), 78-90.

Larassary, A. (2020). Perspektif Pengalaman Konsumen Terhadap Kesuksesan Event Lari Borobudur Marathon 2019. *JUARA: Jurnal Olahraga*, 5(2), 163-174.

Lensa Nusantara (2024). Pembukaan Resmi Kejuaraan Tarkam Kemenpora 2024 di Kotawaringin Barat, Ajang Prestasi dan Pembangunan Karakter. Retrieved August 10, 2024, from <https://lensanusantara.co.id/2024/08/10/pembukaan-resmi-kejuaraan-tarkam-kemenpora-2024-di-kotawaringin-barat-ajang-prestasi-dan-pembangunan-karakter/>

Ma'mun, A. (2016). Pembudayaan olahraga dalam perspektif pembangunan nasional di bidang keolahragaan, 2015-2019: Konsep, strategi, dan implementasi kebijakan. *SOSIOHUMANIKA*, 9(1).

Nurbaiti, S. R., & Bambang, A. N. (2017, October). Faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR). In *Proceeding Biology Education Conference* (Vol. 14, No. 1, pp. 224-228).

Pamungkas, S. A. (2019). Survei Fenomena Pertandingan Antar Kampung (Tarkam) Bola Voli Terhadap Kesejahteraan Dan Pembinaan Prestasi Atlet Bola Voli Di Jawa Tengah. *ACTIVE: Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*

Pandey, P., & Pandey, M. M. (2021). *Research methodology tools and techniques*. Bridge Center.

Permana, A. (2015). Tingkat Partisipasi Olahraga dan Ketersediaan SDM Keolahragaan Kota Pontianak Provinsi Kalimantan Barat Ditinjau dari Sport Development Index (SDI). *Jurnal Pendidikan Olah Raga*, 4(1), 9-19.

Prasetyo, Y. (2013). Kesadaran masyarakat berolahraga untuk peningkatan kesehatan dan pembangunan nasional. *Medikora: Jurnal Ilmiah Kesehatan Olahraga*, 11(2).

Putro, W. A. S., Sugiono, I. W. R. W., Istiyono, I., & Widyaningsih, W. R. (2023). Dampak Motivasi Belajar Siswa Terhadap Hasil Belajar Mata Pelajaran Olahraga Divisi Bola Besar di Madrasah Aliyah Negeri Kota Sorong. *Jurnal Pendidikan*, 11(02)

Ramadan, J., Farhanto, G., & Setiawan, W. (2021). Studi Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Berolahraga Di Rth Se-Kabupaten Banyuwangi. *SPRINTER: Jurnal Ilmu Olahraga*, 2(1).

Ramadhan, M. G., Ma'mun, A., & Mahendra, A. (2020). Implementasi Kebijakan Olahraga Pendidikan sebagai Upaya Pembangunan Melalui Olahraga Berdasarkan Undang-Undang Sistem Keolahragaan Nasional. *JTIKOR (Jurnal Terapan Ilmu Keolahragaan)*, 5(1), 69-80.

- Ramadhani, A. R., & Suhadi, S. (2019). Dampak Event Olahraga Bola Voli Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Desa Disekitarnya. *Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi*, 8(4).
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62-70.
- Riyoko, E. (2023, June). Strategi Pemasaran Sport Event Porprov SUMSEL XIV Tahun 2023. In *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana* (Vol. 6, No. 1, pp. 266-270).
- Sa'adah, L., & Muchfaidzah, C. (2021). *Manajemen Pemasaran NU Care LAZISNU*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Sagita, N. I. (2016). Partisipasi Warga Masyarakat Dalam Penilaian Kinerja Kecamatan Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Pemerintahan ISSN*, 2442, 5958.
- Saputra, E., Setiawan, I., & Rizky, M. Y. (2024, October). Survei Perkembangan Olahraga Kravvjang Di Kota Kediri. In *Prosiding Seminar Nasional Kesehatan, Sains Dan Pembelajaran* (Vol. 4, No. 1, pp. 952-962).
- Setiawan, F. B. (2017). Tanggapan Siswa Kelas IV Terhadap Proses Pembelajaran Pendidikan Jasmani Di SDN 1 Karangrejo Tahun 2017. *PGSD Penjaskes*, 6(9).
- Setyawan, R., & Ma'arif, I. (2024). Sport Industri Konsep dan Implementasi.
- Simanjuntak, A. E. (2024). Partisipasi Masyarakat Dalam Mengembangkan Wisata Olahraga Arung Jeram Di Desa Timbukar Kecamatan Sonder Kabupaten Minahasa Sulawesi Utara. *HOLISTIK, Journal of Social and Culture*.
- Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D – MPKK (2nd, Cet.3 ed.). Alfabet. <https://cvalfabet.com/product/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-danrd-mpkk/>
- Sukarmin, Y. (2010). Pemasaran olahraga melalui berbagai event olahraga. *MEDIKORA: Jurnal Ilmiah Kesehatan Olahraga*, (2).
- Sukmana, A. A., & ALLSABAH, M. (2018). Fenomena Kejuaraan Antar Kampung (Tarkam) Sepaktakraw di Kabupaten Blitar. *Fenomena Kejuaraan Antar Kampung (Tarkam) Sepaktakraw di Kabupaten Blitar*, 3(2), 94-101.
- Susanty, S. (2024). Pemberdayaan dan Partisipasi Masyarakat Dalam Pendidikan Menuju Sekolah Bermutu. *Jurnal Terapung: Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(2), 221-238.
- Taks, M., Green, B. C., Misener, L., & Chalip, L. (2018). Sport participation from sport events: why it doesn't happen? *Marketing Intelligence & Planning*

- Tiballa, R. (2017). Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program badan usaha milik desa (BUMDES) di desa Swarga Bara Kabupaten Kutai Timur. *EJournal Ilmu Pemerintahan*, 1, 445-456.
- Uceng, A., Ali, A., Mustanir, A., & Nirmawati, N. (2019). Analisis Tingkat Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Sumber Daya Manusia Di Desa Cemba Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(2), 1-17.
- Umami, A. (2018). *Strategi Komunikasi Marketing Bisnis Retail Syariah Di Minimarket Sodaqo Dalam Membangun Brand Awareness* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Wekke Suardi, I. dkk. 2019. Metode Penelitian Sosial, Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Yuliana, Y. (2020). Olahraga yang Aman di Masa Pandemi COVID-19 untuk Meningkatkan Imunitas Tubuh. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 1(2), 103-110.
- Yuniana, R., & Nasrulloh, A. (2019). Tingkat kepuasan members terhadap strategi pemasaran di lembah fitness centre Universitas Gajah Mada. *MEDIKORA: Jurnal Ilmiah Kesehatan Olahraga*, 18(1), 40-48.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN
Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 386168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax. 0274-513092
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas_fik@uny.ac.id

Nomor : B/1641/UN34.16/PT.01.04/2024

20 November 2024

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Izin Penelitian

Yth . Dinas Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kotawaringin Barat
Jl. Sutan Syahrir No.62, Sidorejo, Kec. Arut Sel., Kabupaten Kotawaringin Barat, Kalimantan
Tengah 74111

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama	:	Rizky Vania Amanda
NIM	:	21603144001
Program Studi	:	Ilmu Keolahragaan - S1
Tujuan	:	Memohon izin mencari data untuk penulisan Tugas Akhir Skripsi (TAS)
Judul Tugas Akhir	:	Strategi Pemasaran Olahraga Melalui Kejuaraan Tarkam Kementpora Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Kotawaringin Barat
Waktu Penelitian	:	1 November - 31 Desember 2024

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Tembusan :

1. Kepala Layanan Administrasi Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

Dr. Hedi Ardianto Hermawan, S.Pd., M.Or.

NIP 19770218 200801 1 002

Lampiran 2. Surat Permohonan Validasi



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN**
Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas_fik@uny.ac.id

Nomor : B/592/UN34.16/LT/2024

15 Oktober 2024

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Permohonan Izin Uji Instrumen Penelitian

Yth . **Dr. Rifky Riyandi Prastyawan, M.Or.**
Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, Universitas Negeri Yogyakarta.

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Rizky Vania Amanda
NIM : 21603144001
Program Studi : Ilmu Keolahragaan - SI
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Olahraga Melalui Kejuaraan Tarkam Kemenpora Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Kotawaringin Barat.
Waktu Uji Instrumen : 1 November - 1 Desember 2024

bermaksud melaksanakan uji instrumen untuk keperluan penulisan Tugas Akhir. Untuk itu kami mohon dengan hormat Ibu/Bapak berkenan memberikan izin dan bantuan seperlunya.

Atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Dr. Hedi Ardiyanto Hermawan, S.Pd., M.Or.
NIP. 19770218 200801 1 002

Tembusan :

1. Kepala Layanan Administrasi Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas_fik@uny.ac.id

Nomor : B/593/UN34.16/LT/2024

15 Oktober 2024

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Permohonan Izin Uji Instrumen Penelitian

Yth . **Dr. Martono, M.Or.**
Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, Universitas Negeri Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Rizky Vania Amanda
NIM : 21603144001
Program Studi : Ilmu Keolahragaan - SI
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Olahraga Melalui Kejuaraan Tarkam Kemenpora Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Kotawaringin Barat.
Waktu Uji Instrumen : Jumat, 1 November 2024

bermaksud melaksanakan uji instrumen untuk keperluan penulisan Tugas Akhir. Untuk itu kami mohon dengan hormat Ibu/Bapak berkenan memberikan izin dan bantuan seperlunya.

Atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Tembusan :
1. Kepala Layanan Administrasi Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan; **Dr. Hedi Ardiyanto Hermawan, S.Pd., M.Or.**
NIP. 19770218 200801 1 002
2. Mahasiswa yang bersangkutan.



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN**

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092
Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas_fik@uny.ac.id

Nomor : B/591/UN34.16/LT/2024

14 Oktober 2024

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Permohonan Izin Uji Instrumen Penelitian

**Yth . Duwi Kurnianto Pembudi S.Or., M.Or.
Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, Universitas Negeri Yogyakarta.**

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa mahasiswa kami berikut ini:

Nama	:	Rizky Vania Amanda
NIM	:	21603144001
Program Studi	:	Ilmu Keolahragaan - S1
Judul Tugas Akhir	:	Strategi Pemasaran Olahraga Melalui Kejuaraan Tarkam Kementpora Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Kotawaringin Barat.
Waktu Uji Instrumen	:	1 November - 1 Desember 2024

bermaksud melaksanakan uji instrumen untuk keperluan penulisan Tugas Akhir. Untuk itu kami mohon dengan hormat Ibu/Bapak berkenan memberikan izin dan bantuan seperlunya.

Atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Tembusan :
1. Kepala Layanan Administrasi Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan; NIP. 19770218 200801 1 002
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

Lampiran 3. Hasil Uji Validasi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN
Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 513092, 586168 Fax. (0274) 513092
Laman: fik.uny.ac.id Email: humas_fik@uny.ac.id

SURAT KETERANGAN VALIDASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Rifky Riyandi Prastyawan, M.Or.

Jabatan/Pekerjaan : Dosen

Instansi Asal : Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa instrumen penelitian dengan judul:

Strategi Pemasaran Olahraga Melalui Kejuaraan Tarkam Kemenpora Untuk Meningkatkan

Partisipasi Masyarakat Di Kotawaringin Barat.

dari mahasiswa:

Nama : Rizky Vania Amanda

NIM : 21603144001

Prodi : Ilmu Keolahragaan

(sudah siap/belum siap)* dipergunakan untuk penelitian dengan menambahkan beberapa saran sebagai berikut:

1. *Pada poin 5 pernyataan bisa disederhanakan agar pengisi angket menjadi lebih mudah memahaminya.*
2.
3.
4.
5.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 14 Oktober 2024
Validator,

Dr. Rifky Riyandi Prastyawan, M.Or.
NIP. 12107910727797

**SURAT PERNYATAAN VALIDASI
INSTRUMEN PENELITIAN TUGAS AKHIR**

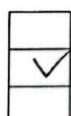
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Rifky Riyandi Prastyawan, M.Or.
NIM : 12107910227797
Jurusan : Ilmu Keolahragaan

Menyatakan bahwa instrumen penelitian TAS atas nama mahasiswa :

Nama : Rizky Vania Amanda
NIM : 21603144001
Program Studi : Ilmu Keolahragaan
Judul : Strategi Pemasaran Olahraga Melalui Kejuaraan Tarkam Kementpora
Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Kotawaringin Barat.

Setelah dilakukan kajian atas instrumen penelitian TAS tersebut dapat dinyatakan :



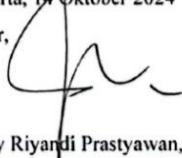
- Layak digunakan untuk penelitian
Layak digunakan dengan perbaikan
Tidak Layak digunakan untuk penelitian yang bersangkutan

Dengan catatan dan saran atau perbaikan sebagaimana terlampir.

Demikian agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 14 Oktober 2024

Validator,



Dr. Rifky Riyandi Prastyawan, M.Or. ✓
NIP. 12107910227797

Catatan

Beri tanda ✓



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN
Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 513092, 586168 Fax. (0274) 513092
Laman: fik.uny.ac.id Email: humas_fik@uny.ac.id

SURAT KETERANGAN VALIDASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Duwi Kurnianto Pambudi S.Or., M.Or.
Jabatan/Pekerjaan : Dosen
Instansi Asal : Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa instrumen penelitian dengan judul:

Strategi Pemasaran Olahraga Melalui Kejuaraan Tarkam Kemenpora Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Kotawaringin Barat.

dari mahasiswa:

Nama : Rizky Vania Amanda
NIM : 21603144001
Prodi : Ilmu Keolahragaan

(sudah siap/belum siap)* dipergunakan untuk penelitian dengan menambahkan beberapa saran sebagai berikut:

1. *perbaiki jeni dengan saran dan tambah*
.....
2.
.....
3.
.....
4.
.....
5.
.....

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 14 Oktober 2024
Validator,

Duwi Kurnianto Pambudi S.Or., M.Or.
NIP. 11709910727646

**SURAT PERNYATAAN VALIDASI
INSTRUMEN PENELITIAN TUGAS AKHIR**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Duwi Kurnianto Pambudi S.Or., M.Or.
NIM : 11709910727646
Jurusan : Ilmu Keolahragaan

Menyatakan bahwa instrument penelitian TAS atas nama mahasiswa :

Nama : Rizky Vania Amanda
NIM : 21603144001
Program Studi : Ilmu Keolahragaan
Judul : Strategi Pemasaran Olahraga Melalui Kejuaraan Tarkam Kemenpora
Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Kotawaringin Barat.

Setelah dilakukan kajian atas instrumen penelitian TAS tersebut dapat dinyatakan :

- | | |
|---|--|
| | Layak digunakan untuk penelitian |
| ✓ | Layak digunakan dengan perbaikan |
| | Tidak Layak digunakan untuk penelitian yang bersangkutan |

Dengan catatan dan saran atau perbaikan sebagaimana terlampir.

Demikian agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 14 Oktober 2024

Validator,

Duwi Kurnianto Pambudi S.Or., M.Or.
NIP. 11709910727646

Catatan

- Beri tanda ✓



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN
Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 513092, 586168 Fax. (0274) 513092
Laman: fik.uny.ac.id Email: humas_fik@uny.ac.id

SURAT KETERANGAN VALIDASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Martono, S.Or., M.Or., AIFO.
Jabatan/Pekerjaan : Dosen
Instansi Asal : Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa instrumen penelitian dengan judul:

Strategi Pemasaran Olahraga Melalui Kejuaraan Tarkam Kemenpora Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Kotawaringin Barat.

dari mahasiswa:

Nama : Rizky Vania Amanda
NIM : 21603144001
Prodi : Ilmu Keolahragaan

(sudah siap/belum siap)* dipergunakan untuk penelitian dengan menambahkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pertanyaan instrument harus disesuaikan dengan Indikator Indikator yang telah di susun.
2. Pertanyaan dioptimalkan singkat, padat dan jelas sehingga mudah di pahami responden.
3. Proporsional jumlah Pertanyaan Untuk semua indikator harus di perhatikan.
4. Pertanyaan positif dan negatif di setiap indikator untuk dimunculkan.
5.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 21 Oktober 2024
Validator,

Dr. Martono, S.Or., M.Or., AIFO.
NIP. 198912302019031012

Lampiran 4. Hasil Analisis Data

Statistics						
	Pemasaran Olahraga (X)	Produk	Harga	Promosi	Tempat	
N	Valid	87	87	87	87	87
Missing	87	87	87	87	87	
Mean	118.0115	15.2529	15.4023	14.2529	14.1839	
Median	120.0000	16.0000	16.0000	15.0000	14.0000	
Mode	125.00	16.00	16.00	16.00	16.00	
Std. Deviation	7.49650	1.03675	.89520	1.92425	1.42673	
Minimum	94.00	12.00	12.00	8.00	11.00	
Maximum	128.00	16.00	16.00	16.00	16.00	
Sum	10267.00	1327.00	1340.00	1240.00	1234.00	

Pemasaran Olahraga (X)					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	94.00	1	.6	1.1	1.1
	101.00	2	1.1	2.3	3.4
	103.00	2	1.1	2.3	5.7
	104.00	2	1.1	2.3	8.0
	107.00	1	.6	1.1	9.2
	108.00	3	1.7	3.4	12.6
	109.00	1	.6	1.1	13.8
	110.00	4	2.3	4.6	18.4
	111.00	5	2.9	5.7	24.1
	113.00	1	.6	1.1	25.3
	114.00	1	.6	1.1	26.4
	115.00	5	2.9	5.7	32.2
	116.00	1	.6	1.1	33.3
	117.00	5	2.9	5.7	39.1
	118.00	2	1.1	2.3	41.4
	119.00	7	4.0	8.0	49.4
	120.00	3	1.7	3.4	52.9
	121.00	5	2.9	5.7	58.6
	122.00	6	3.4	6.9	65.5

123.00	7	4.0	8.0	73.6
124.00	1	.6	1.1	74.7
125.00	12	6.9	13.8	88.5
126.00	4	2.3	4.6	93.1
127.00	4	2.3	4.6	97.7
128.00	2	1.1	2.3	100.0
Total	87	50.0	100.0	
Missing	System	87	50.0	
Total		174	100.0	

Produk					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	12.00	3	1.7	3.4	3.4
	13.00	3	1.7	3.4	6.9
	14.00	11	6.3	12.6	19.5
	15.00	22	12.6	25.3	44.8
	16.00	48	27.6	55.2	100.0
	Total	87	50.0	100.0	
Missing	System	87	50.0		
Total		174	100.0		

Harga					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	12.00	2	1.1	2.3	2.3
	13.00	3	1.7	3.4	5.7
	14.00	3	1.7	3.4	9.2
	15.00	29	16.7	33.3	42.5
	16.00	50	28.7	57.5	100.0
	Total	87	50.0	100.0	
Missing	System	87	50.0		
Total		174	100.0		

Promosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8.00	1	.6	1.1	1.1
	10.00	3	1.7	3.4	4.6
	11.00	4	2.3	4.6	9.2
	12.00	11	6.3	12.6	21.8
	13.00	9	5.2	10.3	32.2
	14.00	10	5.7	11.5	43.7
	15.00	15	8.6	17.2	60.9
	16.00	34	19.5	39.1	100.0
	Total	87	50.0	100.0	
Missing	System	87	50.0		
Total		174	100.0		

Statistics

		Partisipasi Masyarakat (Y)	Faktor Internal	Faktor Eksternal
N	Valid	87	87	87
	Missing	87	87	87
Mean		36.6667	18.0230	18.6437
Median		37.0000	19.0000	19.0000
Mode		38.00	19.00	19.00
Std. Deviation		2.30099	1.92279	1.31164
Minimum		29.00	13.00	14.00
Maximum		40.00	20.00	20.00
Sum		3190.00	1568.00	1622.00

Partisipasi Masyarakat (Y)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	29.00	1	.6	1.1	1.1
	32.00	2	1.1	2.3	3.4
	33.00	10	5.7	11.5	14.9
	34.00	3	1.7	3.4	18.4
	35.00	9	5.2	10.3	28.7
	36.00	9	5.2	10.3	39.1

	37.00	12	6.9	13.8	52.9
	38.00	20	11.5	23.0	75.9
	39.00	18	10.3	20.7	96.6
	40.00	3	1.7	3.4	100.0
	Total	87	50.0	100.0	
Missing	System	87	50.0		
	Total	174	100.0		

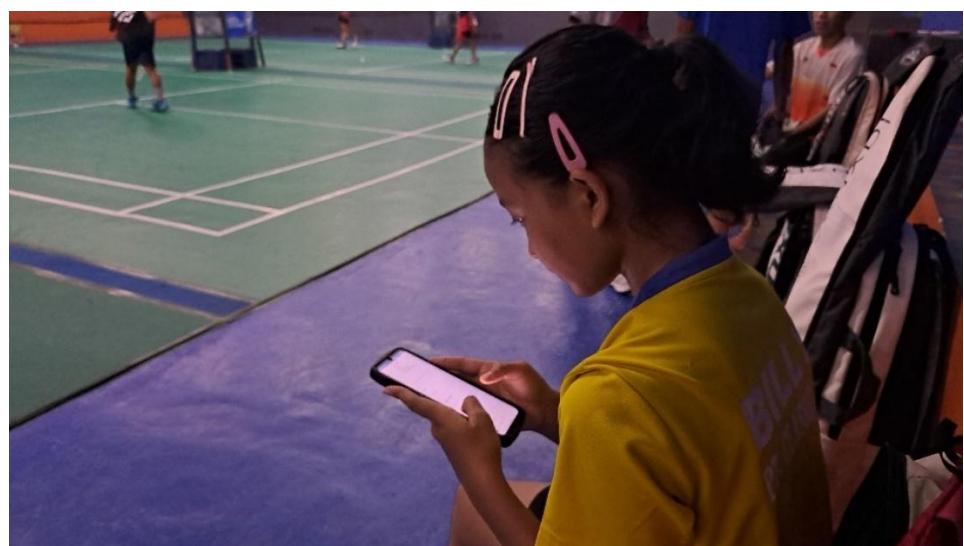
Faktor Internal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13.00	2	1.1	2.3	2.3
	14.00	5	2.9	5.7	8.0
	15.00	6	3.4	6.9	14.9
	16.00	6	3.4	6.9	21.8
	17.00	3	1.7	3.4	25.3
	18.00	21	12.1	24.1	49.4
	19.00	23	13.2	26.4	75.9
	20.00	21	12.1	24.1	100.0
	Total	87	50.0	100.0	
Missing	System	87	50.0		
	Total	174	100.0		

Faktor Eksternal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14.00	1	.6	1.1	1.1
	15.00	3	1.7	3.4	4.6
	16.00	3	1.7	3.4	8.0
	17.00	5	2.9	5.7	13.8
	18.00	17	9.8	19.5	33.3
	19.00	36	20.7	41.4	74.7
	20.00	22	12.6	25.3	100.0
	Total	87	50.0	100.0	
	Missing	System	87	50.0	
	Total	174	100.0		

Lampiran 5. Dokumentasi Pengambilan Data





STRATEGI PEMASARAN OLAHRAGA MELALUI KEJUARAAN TARKAM KEMENPORA UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DI KOTAWARINGIN BARAT

Terima kasih atas partisipasi Anda dalam penelitian ini. Kontribusi Anda sangat berharga bagi saya.

[Edit jawaban Anda](#)