

***“STRATEGI PEMASARAN BISNIS KLUB SEPAK BOLA
MADURA UNITED DI MASA PANDEMI”***

Nama : Muhammad Fito Farand R
NIM : 1011710059
Pembimbing : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses Madura united melakukan strategi pemasaran yang sedang menghadapi dampak pandemi covid 19.dalam situasi seperti ini bagaimana sebuah tim dapat berdiri dan berjalan seperti biasa. tujuannya untuk mengetahui strategi pemasaran bisnis yang digunakan oleh klub sepak bola Madura united itu seperti apa. Dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Baura pemasaran 4P dan 4P tambahan Manajemen Pemasaran Modern.

Kata kunci: Strategi pemasaran Madura United dimasa pandemi

**“FOOTBALL CLUB BUSINESS MARKETING STRATEGY
MADURA UNITED IN PANDEMIC TIME”**

Name : Muhammad Fito Farand R
NIM : 1011710059
Supervisor : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the Madura united process how to carry out a marketing strategy that is facing the impact of the covid 19 pandemic. In a situation like this how a team can be up and running as usual and the aim is to find out the business marketing strategy used by the Madura United football club. what is it like. The theoretical basis used in this research is the 4P marketing mix and the additional 4Ps of Modern Marketing Management.

Keywords: Madura United marketing strategy during the pandemic.