

# PENERAPAN *E-MARKETING* PADA PERUSAHAAN BOROBUDUR INTERNASIONAL GOLF & COUNTRY CLUB MAGELANG

Yossi Kristian Nugroho

## *Abstrak*

Borobudur International Golf & Country Club (BIGCC) dibangun pada tahun 1987 sebagai lapangan golf yang sederhana. PT. Jababeka Golf & Country Club, sebuah anak perusahaan dari raksasa pengembang berskala nasional, PT Jababeka Tbk., Mengambil alih pengelolaan lapangan pada bulan Agustus 2006. Borobudur Golf mulai beroperasi sejak tahun 2015 dan diresmikan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhyono. BIGCC sudah dikenal karena keasrian yang berada di Gunung Tidar dan lingkungannya yang masih alami. BIGCC menyajikan lapangan *golf* dengan desain alami, yaitu 18 *Hole Golf Course*. PT. Jababeka menginvestasikan sebagian sahamnya untuk mendirikan usaha jasa Olahraga Golf BIGCC yang bekerja sama dengan AKMIL di kota Magelang yang sudah ada selama 11 tahun. Hal ini perlu perlu diketahui bahwa pemasaran modern saat ini perlu adanya strategi yang lebih pemasaran yang lebih atraktif dan perlu adanya pemanfaatan teknologi dalam menghadapi dinamika ekonomi saat ini. Penelitian ini memfokuskan untuk penerapan e-marketing pada perusahaan BIGCC Magelang yang dapat berdiri hingga sekarang dan dapat bersaing dengan pasar yang semakin terbuka, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, melihat web atau sosial media, dan evaluasi. Sehingga peneliti dapat mengetahui penerapan e-marketing secara akurat dan dibenarkan secara ilmiah. Berdasarkan metode yang diketahui di atas bahwa strategi pemasaran yang mencakup kegiatan pemasaran secara *on-line* mencakup akan hal promosi dan respon konsumen termasuk perencanaan. Perlu diketahui kelemahan pada penggunaan media promosi yang kurang maksimal akan hanya bisa sebagai *following* bagi pesaing-pesaingnya.

**Kata kunci:** E-marketing, Pemasaran, Borobudur Golf, Strategi, dan *Resort*.

## *Abstract*

*Borobudur International Golf & Country Club (BIGCC) was built in 1987 as a simple golf course. PT. Jababeka Golf & Country Club, a subsidiary of national-scale developer giant, PT Jababeka Tbk., Took over field management in August 2006. Borobudur Golf began operations in 2015 and was inaugurated by President Susilo Bambang Yudhyono. BIGCC is known for its beauty in Mount Tidar and its unspoiled surroundings. BIGCC features a golf course with natural design, the 18 Hole Golf Course. PT. Jababeka invested a portion of its stake to set up a BIGCC Golf Sports services business that cooperates with AKMIL in Magelang city that has existed for 11 years. It is necessary to note that modern marketing today need a more marketing strategy more attractive and the need for the use of technology in the face of economic dynamics today. This research focuses on the implementation of e-marketing at BIGCC Magelang company which can stand up to now and can compete with the open market, this research uses descriptive qualitative method. Techniques of collecting data through interviews, observation, viewing the web or social media, and evaluation. So that researchers can know the application of e-marketing accurately and scientifically justified. Based on the methods known above, marketing strategies that include on-line marketing activities include promotional and consumer responses including planning. Please note the weaknesses in the use of promotional media less than the maximum will only be as follow for its competitors.*

**Keywords:** E-marketing, Marketing, Borobudur Golf, Strategy, and *Resort*.