

ABSTRAK

Development Basketball Competition (DBL) merupakan kompetisi basket pelajar terbesar di Indonesia. Diselenggarakan awal pada 2004 di Surabaya, sekarang DBL sudah berkembang di 21 kota di Indonesia. Pelaksanaan DBL diselenggarakan oleh PT. DBL Indonesia, yang fokus pada industri olahraga basket nasional di Indonesia. Dengan total penonton hampir setengah juta penonton pada musim 2009-2010 kemarin, wajar saja DBL menjadi terkenal. Hal ini lantas menjadi kajian menarik untuk diteliti, karena even DBL ini merupakan even baru atau fenomena baru dan mampu berdiri sendiri menjadi sebuah industri yang mampu membiayai kompetisi itu sendiri. Penelitian ini melihat bahwa sponsor yang mendukung liga basket DBL ikut berperan besar dalam kemajuan dan kesuksesan liga basket DBL. Menariknya, bahwa konsep yang dibangun DBL tentu saja berdampak pada perusahaan yang menjadi sponsor liga basket DBL. Lantas rumusan masalah yang muncul adalah apa saja yang menjadi faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk menjadi sponsor di liga basket DBL.

Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, digunakan jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian adalah menggunakan metode kualitatif. Peneliti berusaha menemukan variabel yang penting melalui keterangan yang akan didapat melalui *indepth interview* dengan informan yang dianggap memiliki pengetahuan tentang objek yang diteliti. Tinjauan pustaka yang digunakan adalah kajian perilaku pembelian bisnis serta bentuk-bentuk IMC.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menjadi sponsor even liga basket DBL mempertimbangkan faktor lingkungan, faktor organisasi, faktor pusat pembelian, dan faktor fakta keras sebagai faktor dominan. Faktor lain yang mendukung yaitu faktor fakta lunak, faktor antar-pribadi, faktor pribadi, dan faktor pembelian sebagai pendukung keputusan perusahaan sponsor untuk melakukan pembelian bisnis pada PT. DBL Indonesia yang bergerak di industri olahraga ini.

Selain memperhatikan faktor-faktor tersebut perusahaan sponsor sebaiknya melihat filosofi PT DBL Indonesia dalam mengadakan even basket DBL, yaitu menanamkan kedisiplinan dan mengangkat visi *student athlete*.

Kata kunci: perilaku pembelian bisnis, Sport Industry, Integrated Marketing Communication.