Futsal menjadi salah satu olahraga favorit bagi seluruh masyarakat, terlebih bagi masyarakat di kota-kota besar di Indonesia. Olahraga yang dikonversi dari olahraga sepakbola ini telah menjadi aktivitas rutin di sela-sela kesibukan masyarakat kita yang dinamis. Seiring dengan berkembangnya olahraga futsal, sekarang dikotakota besar banyak bermunculan penyewaan lapangan futsal dengan berbagai fasilitas pendukungnya, termasuk di Yogyakarta. Planet Futsal adalah salah satu tempat futsal yang tergolong sudah lama berdiri di Kota Yogyakarta. Selama berdiri Planet Futsal sering mengadakan beberapa event turnamen di tiap tahunnya, baik nasional maupun lokal, dari mahasiswa hingga umum. Event turnamen yang diselenggarakan selama ini adalah bentuk dari strategi komunikasi pemasaran melalui sponsorship marketing. Melalui kerjasama dengan sponsor dalam hal aktivitas komunikasi pemasaran, Planet Futsal berharap bahwa lewat kegiatan tersebut tujuan komunikasi pemasarannya tersebut dapat mempertahankan loyalitas para konsumen yaitu masyarakat luas di Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan studi pustaka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Planet Futsal dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Hasil yang didapat selama penelitian menunjukan bahwa Planet Futsal menggunakan strategi sponsorship marketing, di dalam sponsorship marketing sendiri berkembang beberapa strategi lagi, diantara personal selling, periklanan, serta publisitas, event turnamen juga termasuk dari strategi tersebut dan saling melengkapi. Dari sekian strategi tersebut, personal selling merupakan strategi kunci dari berjalannya aktivitas sponsorship marketing sekaligus untuk menjaga hubungan baik dengan seluruh pihak. Salah satunya, melalui proposal aktivitas personal selling dapat berjalan untuk meraih sponsor. Strategi melalui sponsorship marketing selama ini mampu menarik perhatian para konsumen secara massal, tujuan untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan event turnamen yang diadakan juga dapat tercapai, dengan begitu image di mata masyarakat terhadap Planet Futsal akan semakin positif dan para konsumen maupun pihak yang terlibat akan selalu loyal dengan mereka.