

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN**

Ilmu Hubungan Internasional tidak selalu membahas mengenai politik dengan aktor negara. Perkembangan yang terjadi akibat dari adanya globalisasi adalah peranan dari berbagai macam dan tingkatan aktor mulai mengimbangi atau bahkan melebihi peranan yang dimiliki oleh negara. Hal semacam ini mendorong interaksi komunitas internasional dengan aktor dan target yang berbeda, seperti perusahaan milik negara (BUMN) dan individu. Bagaimana strategi perusahaan milik negara memanfaatkan dinamika industry olahraga dalam menghadapi persaingan dalam menghadapi persaingan dalam kompetisi global?

Bukan perkara mudah untuk dapat terus hidup dalam dunia internasional jika tidak memiliki sebuah kebijakan luar negeri yang mampu menunjang segala kebutuhan untuk tetap eksis di dunia internasional. Kebijakan luar negeri yang dipelajari dalam ilmu hubungan internasional memang hanya dapat dilakukan secara resmi oleh aktor negara, namun dalam politik bisnis internasional, aktor perusahaan milik negara dan individu juga memiliki kebijakan-kebijakan luar negeri. Namun mereka tidak mengatasnamakan negara sebagai basis keputusan mereka.

Globalisasi telah menjadi pemicu kebijakan-kebijakan perusahaan dalam membuat sebuah penetrasi yang memungkinkan masyarakat internasional menyadari kehadiran mereka dalam dunia internasional. Kebijakan yang harus

diambil bisa berupa apapun, namun harus mempertimbangkan sebuah efektifitas dan ketepatan sasaran.

Sponsorship adalah salah satu strategi untuk menciptakan sebuah bentuk kesadaran dari masyarakat luas untuk lebih mengenal suatu brand. Sponsorship adalah suatu bagian dari kegiatan pemasaran dan promosi yang sengaja dilakukan oleh sebuah perusahaan tertentu untuk meningkatkan daya tarik kepada konsumen. Sponsorship yang didukung dengan globalisasi menciptakan keuntungan yang efektif untuk perusahaan dalam upaya menarik konsumen.

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk telah melakukan strategi yang tepat untuk mendukung kegiatan marketing melalui sponsorship marketing olahraga yang dilakukan oleh PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan untuk mendapatkan perhatian atau atensi dari masyarakat global dalam tingkatan yang universal. Hasil dari kriteria ini tidak membutuhkan data statistic yang spesifik untuk menentukan apakah metode yang dilakukan oleh sebuah perusahaan berhasil atau tidak, namun sejauh mana perusahaan sudah melakukan metode yang tepat untuk memberikan dampak maksimal dari sponsorship internasional.

Kerjasama antara PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk dengan Liverpool FC sudah memenuhi segala sesuatu yang diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat internasional. Tingkat keberhasilan dari kegiatan sponsorship memang tidak dapat dihitung dengan angka, namun yang dapat dihitung adalah seberapa luas kesempatan yang didapatkan oleh sebuah perusahaan untuk ada di lingkungan internasional secara

berkesinambungan setiap tahunnya dan tingkat perhitungan ini harus disesuaikan dengan target yang ingin dicapai.

Bentuk kerjasama yang dilakukan antara PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk meliputi berbagai kegiatan. Kegiatan-kegiatan tersebut meliputi kerjasama dalam *advertisement*, *merchandise*, pemasangan logo di masing-masing pihak, serta berhubungan dengan transportasi udara. Pertama, kegiatan *advertisement* yang dimaksud adalah penayangan pertandingan yang dijalankan oleh Liverpool FC disertakan dengan iklan Garuda Indonesia (Layar LED di sisi lapangan dan iklan pada Channel LFC TV). Kedua, penjualan *merchandise* milik Liverpool FC seperti training kit, jaket, dan suvenir-suverin lainnya yang dimana terdapat logo Garuda Indonesia. Ketiga, pemasangan logo Liverpool FC pada pesawat milik Garuda Indonesia dan pemasangan logo Liverpool FC pada kartu member milik Garuda Indonesia. Pencantuman logo Garuda Indonesia juga terdapat pada saat konferensi pers dan iklan tur pra-musim Liverpool FC. Bentuk kerjasama selanjutnya adalah Garuda Indonesia menyediakan fasilitas berupa pesawat bagi para pemain serta kru dari Liverpool FC dalam menjalankan tur pra-musim.

Dengan perhitungan kualitas yang didapat dari pemenuhan kriteria sponsorship, PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk melakukan kegiatan marketing internasional melalui sponsorship yang tepat. Strategi PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk dapat dikatakan tepat sebab kerjasama yang dilakukan dengan Liverpool FC telah memenuhi faktor-faktor yang dibutuhkan untuk menciptakan kesempatan dan meningkatkan kesadaran masyarakat internasional.

Dengan melakukan kerjasama dengan Liverpool FC, PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk telah menjadi bagian dari sebuah komunitas internasional. Liverpool FC memang hanya bermain dalam kompetisi domestik Liga Inggris dan kompetisi antar klub sepakbola Eropa, namun jumlah pemirsa televisi yang menyaksikan pertandingan Liga Inggris dan kompetisi antar klub sepakbola Eropa berasal dari seluruh dunia termasuk Asia, Afrika, Amerika, dan Australia.

Dengan kerjasama ini PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk mendapatkan koneksi yang sesuai dengan target sehingga dapat menyampaikan pesan yang disampaikan kepada masyarakat melalui karakter dari Liverpool FC. Ditambah dengan kemampuan Liverpool FC sebagai sebuah bagian dari olahraga paling bergengsi dan universal, yaitu sepakbola, sehingga menjangkau seluruh negara dengan jangkauan geografis yang luas.

Disamping itu, kerjasama antara PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk – Liverpool FC ini sesuai dengan apa yang telah menjadi visi dan misi Garuda Indonesia, yaitu visi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk adalah menjadi perusahaan penerbangan yang handal dengan menawarkan layanan yang berkualitas kepada masyarakat dunia menggunakan keramahan Indonesia. Sedangkan misi perusahaan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk adalah sebagai perusahaan penerbangan pembawa bendera bangsa Indonesia yang mempromosikan Indonesia kepada dunia guna menunjang pembangunan ekonomi nasional dengan memberikan pelayanan yang profesional.

Kerjasama PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk dengan Liverpool FC adalah sebuah strategi yang tepat bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar. Jika dijalankan sesuai dengan pemenuhan kriteria yang benar, sponsorship menjadi metode bisnis internasional yang tepat bagi perusahaan. Dengan demikian sebuah metode bisnis internasional telah berhasil dilakukan dengan baik oleh PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk untuk menjadi bagian dari aktor global yang dapat meningkatkan daya saing di dunia internasional.

## Daftar Pustaka

- A, S. T. (2003). *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Alasan Sepak Bola Nomor Satu di Dunia*. (t.thn.). Dipetik September 23, 2015, dari Bola.net: <http://www.bola.net/editorial/12-alasan-sepakbola-olahraga-nomor-satu-di-dunia.html>
- Arthur, A. R. (1987). *Corporate Objective in Sport Sponsorship Internatioal Journal of Advertising*.
- Barcelona to Sign Record-Breaking Qatar Airways Shirt Sponsorship Deal*. (t.thn.). Dipetik September 23, 2015, dari Footyheadlines.com: <http://www.footyheadlines.com/2015/06/barcelona-to-sign-record-breaking-qatar-airways-shirt-sponsorship-deal.html>
- Bradley, D. S., & Simkin, L. (1996). *The Marketing Planning Workbook: Effective Marketing for The Marketing Manager*. London: Routledge.
- BUMN*. (t.thn.). Dipetik November 29, 2016, dari [bumn.go.id](http://bumn.go.id): <http://bumn.go.id/halaman/133/Tugas.Pokok.dan.Fungsi>
- BUMN*. (t.thn.). Dipetik September 14, 2015, dari [BUMN.go.id](http://www.indonesia.go.id/in/bumn): <http://www.indonesia.go.id/in/bumn>
- BUMN Sebagai Mesin Pertumbuhan Ekonomi*. (t.thn.). Dipetik November 2016, 2016, dari [nasional.sindonews.com](http://nasional.sindonews.com): <http://nasional.sindonews.com/read/956914/168/bumn-sebagai-mesin-pertumbuhan-ekonomi-1422427823>
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage (11th edition)*. Avenue of the Americas, New York: McGraw-Hill.
- Corporate Partners*. (t.thn.). Dipetik November 23, 2016, dari Garuda Indonesia Website: <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/corporate-partners/company-profile/about/index.page?>
- Creswell, J. W. (1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. California: SAGE Publications Inc.
- D, A. (1991). *Managing Brand Equity*. San Francisco: Free Press.
- Daftar BUMN*. (t.thn.). Dipetik November 2016, 2016, dari [bumn.go.id](http://bumn.go.id): <http://bumn.go.id/halaman/situs>
- Davis, M., & Heineke, J. (2005). *Operation Management: Integrating Manufacturing and Services, 5th ed*. Boston: McGraw-Hill.
- De Pelsmascker, P. G., & Van, D. B. (2001). *Marketing and Communications*. Harlow: Pearson Education.
- Duel Maskapai Penerbangan di Lapangan Sepak Bola*. (t.thn.). Dipetik Agustus 5, 2016, dari bola.net: <http://www.bola.net/editorial/duel-maskapai-penerbangan-di-lapangan-sepakbola-2.html>

- Fly Emirates Jadi Sponsor Utama Real Madrid.* (2013). Dipetik September 24, 2015, dari Bola.tempo.co: <http://bola.tempo.co/read/news/2013/04/15/099473517/fly-emirates-jadi-sponsor-utama-real-madrid>
- Gandeng Liverpool, Brand Awareness Garuda Indonesia Naik.* (t.thn.). Dipetik April 3, 2017, dari [bola.bisnis.com](http://bola.bisnis.com): <http://bola.bisnis.com/read/20160408/399/536052/gandeng-liverpool-brand-awareness-garuda-indonesia-naik>
- Garuda dan Shell Kerjasama.* (t.thn.). Dipetik Mei 6, 2016, dari [ultimoparadiso.com](http://ultimoparadiso.com): <http://ultimoparadiso.com/garuda-dan-shell-kerjasama-corporate-account-global-contract.html>
- Garuda Indonesia jadi Sponsoe Liverpool.* (t.thn.). Dipetik Februari 3, 2016, dari [bola.inilah](http://bola.inilah.com): <http://bola.inilah.com/read/detail/1881656/wah-garuda-indonesia-jadi-sponsor-liverpool>
- Garuda Indonesia Evaluasi Sponsorship dengan Liverpool.* (t.thn.). Dipetik Agustus 17, 2016, dari [beritasatu.com](http://www.beritasatu.com): <http://www.beritasatu.com/pasar-modal/339220-garuda-indonesia-evaluasi-sponsorship-liverpool.html>
- Garuda Indonesia Gandeng Klub Sepakbola.* (t.thn.). Dipetik Februari 5, 2016, dari [industri.kontan](http://industri.kontan.com): <http://industri.kontan.co.id/news/garuda-indonesia-gandeng-klub-sepakbola-liverpool>
- Garuda Indonesia Mengevaluasi Sponsorship dengan Liverpool Football Club.* (t.thn.). Dipetik Oktober 17, 2016, dari [indonesia-investments](http://www.indonesia-investments.com): <http://www.indonesia-investments.com/id/berita/berita-hari-ini/garuda-indonesia-mengevaluasi-sponsorship-dengan-liverpool-football-club/item6355>
- Garuda Indonesia sudah nampang di Jersey Liverpool.* (t.thn.). Dipetik Oktober 28, 2016, dari [detik.com](http://sport.detik.com): <http://sport.detik.com/sepakbola/liga-inggris/2637879/garuda-indonesia-sudah-nampang-di-jersey-liverpool>
- Hadiwinata, B. S. (2002). *Politik Bisnis Internasional*. Yogyakarta: Kanisius.
- History.* (t.thn.). Dipetik Maret 28, 2016, dari PremierLeague Website: <http://www.premierleague.com/en-gb/about/the-worlds-most-watched-league.html>
- History.* (t.thn.). Dipetik April 6, 2016, dari [indonesia.liverpoolfc](http://indonesia.liverpoolfc.com): <http://indonesia.liverpoolfc.com/history/timeline>
- Holding BUMN Hadapi Persaingan Global.* (t.thn.). Dipetik November 23, 2016, dari [pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com): <http://www.pikiran-rakyat.com/nasional/2016/11/18/holding-bumn-hadapi-persaingan-global-385142>
- J, S. (2000). *Globalization: A Critical Introduction*. London: Mcmillan Press LTD.
- Kennedy, E. S. (2012). *Qatar Airways, Sponsor Baru Barca Musim Depan.* Dipetik September 24, 2015, dari [Detik.com](http://sport.detik.com): <http://sport.detik.com/sepakbola/read/2012/11/17/081537/2093085/75/qatar-airways-sponsor-baru-barca-musim-depan>
- Klub Sepak Bola Inggris Terancam Penurunan Ekonomi Dunia.* (t.thn.). Dipetik September 23, 2015, dari [Liga Inggris.htm](http://ligainggris.com):

- [http://www.beritaligainggris.com/2009/02/22/Liga InggrisKlubSepak Bola InggristerancamPenurunanEkonomiDunia](http://www.beritaligainggris.com/2009/02/22/Liga%20InggrisKlubSepak%20Bola%20InggristerancamPenurunanEkonomiDunia)
- Lagae, W. (2003). *Sport Sponsorship and Marketing Communications: A European Perspective*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Liverpool dan Garuda Indonesia Pererat Hubungan Inggris dan Indonesia*. (t.thn.). Dipetik Februari 6, 2016, dari indonesia.liverpoolfc.com: <http://indonesia.liverpoolfc.com/news/kopites-id/liverpool-dan-garuda-indonesia-pererat-hubungan-inggris-dan-indonesia>
- Liverpool tak Kunjungi Indonesia karena Gelar Tour Musim ke AS*. (t.thn.). Dipetik November 2, 2016, dari tribunnews.com: <http://www.tribunnews.com/superball/2014/02/21/liverpool-tak-kunjungi-indonesia-karena-gelar-tur-pra-musim-ke-as>
- Memahami Fundamental Saham Klub Sepak Bola*. (t.thn.). Dipetik Oktober 21, 2016, dari medioclub.com: <http://medioclub.com/2015/memahami-fundamental-saham-klub-sepak-bola/>
- N, B. (2002). *Media Culture: Sports as Dispersed Symbolic Activity*. London: Routledge.
- Nazir, M. (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Overton, R. (2007). *Sponsorship: Funding and Selling Marketing Partnerships*. Sydney: Martin Books.
- Pengertian BUMN, Fungsi, dan Contohnya*. (t.thn.). Dipetik November 28, 2016, dari <http://www.pengertianpakar.com/2015/08/pengertian-bumn-fungsi-jenis-dan-contohnya.html>
- Perkuat Peran BUMN dalam Persaingan Global*. (t.thn.). Dipetik November 2016, 2016, dari ksp.go.id: <http://ksp.go.id/perkuat-peran-bumn-dalam-persaingan-global/>
- Pertamina dan Garuda Indonesia Jalin Sinergi Bangun Kemitraan Global*. (t.thn.). Dipetik Mei 6, 2016, dari Pertamina Website: <http://www.pertamina.com/news-room/siaran-pers/pertamina-dan-garuda-indonesia-jalin-sinergi-bangun-kemitraan-global/>
- Perwita, A. A., & Yanyan, M. Y. (2005). *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*. Bandung: Rosda Karya.
- Premier League*. (t.thn.). Dipetik Maret 28, 2016, dari Premier League Website: <http://www.premierleague.com/content/premierleague/en-gb/history.html>
- Premier League, Liga Terpopuler di Dunia*. (t.thn.). Dipetik September 2015, 2015, dari Okezone: <http://bola.okezone.com/read/2011/10/12/45/514215/premier-league-liga-terpopuler-di-dunia>
- Sleight, S. (1989). *Sponsorship: What and How to Use It*. London: McGraw-Hill.
- Sponsorship*. (t.thn.). Dipetik September 17, 2015, dari Sponsorship.com: <http://www.sponsorship.com/>
- Statistics*. (t.thn.). Dipetik Maret 28, 2016, dari espnfc.com: <http://www.espnfc.com/german-bundesliga/10/statistics/performance>
- Stigler, G. J. (2008). *The New Palgrave Dictionary of Economics*. New York: Stocton Press.



- Tentang Garuda Miles.* (t.thn.). Dipetik Oktober 31, 2016, dari [garudamiles.com](https://garudamiles.com/TopHome-id-ID/tentang-garudamiles/):  
<https://garudamiles.com/TopHome-id-ID/tentang-garudamiles/>
- Tugas dan Fungsi.* (t.thn.). Dipetik November 29, 2016, dari [bumn.go.id](http://bumn.go.id):  
[://bumn.go.id/halaman/133/Tugas.Pokok.dan.Fungsi](http://bumn.go.id/halaman/133/Tugas.Pokok.dan.Fungsi)
- UEFA Country Ranking.* (t.thn.). Dipetik April 7, 2016, dari [kassiesa](http://kassiesa.home.xs4all.nl/bert/uefa/data/method4/crank2011.html):  
<https://kassiesa.home.xs4all.nl/bert/uefa/data/method4/crank2011.html>
- Wilson, J. (2007, November 6). *Premier League is World's Favourite League.* Dipetik September 7, 2016, dari [The Daily Telegraph](http://www.telegraph.co.uk/sport/football/2325154/British-football-now-a-billionaires-playground.html):  
<http://www.telegraph.co.uk/sport/football/2325154/British-football-now-a-billionaires-playground.html>