**DAMPAK KERJASAMA SPONSORSHIP PT. MULTISTRADA ARAH
SARANA DENGAN MANCHESTER UNITED FOOTBALL CLUB TAHUN 2013-
2016**

Nama : Zarina
E-mail : zarina.arin23@gmail.com
Pembimbing: Dra.Den Yealta, M.Phil

**Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik – Universitas Riau
Kampus Bina Widya km. 12,5 Simpang Baru – Pekanbaru 28293
Telp. (0761) 63277, 23430**

Abstract

This research is aimed to explain the the impact of PT. Multistrada Arah Sarana to sponsorship cooperation with Manchester United football club 2013-2016. PT. Multistrada Arah Sarana is an Indonesian tire manufacturer that produces Achilles tires for cars and Corsa for motorcycles. Manchester United is a football club United Kingdom who plays in the highest league of England and is a big club that has big names and many achievements. To increase tire exports to European markets PT. Multistrada Arah Sarana initiative to cooperate with Manchester United Football Club through branding of Achilles and Corsa brand which will become better known after the cooperation also to implement Corporate Social Responsibility (CSR) program.

This study was prepared using the perspective of Neoliberalism and the theory of International Cooperation. This research also uses descriptive analysis with qualitative approach. Data collection techniques used are literature studies (library research).

The results of this study indicate that sponsorship cooperation is not proven to increase the tire export capacity to the European market. Manchester United's big name is not able to increase the number of tire sales to Europe. But other things have a positive impact is the implementation of United Training as Corporate CSR Program that affects a number of children elected in Indonesia to gain knowledge of the activities undertaken by PT. Multistrada Arah Sarana and Manchester United Football Club.

Keywords: PT. Multistrada Arah Sarana, Sponsorship, Manchester United Football Club.

Pendahuluan

Proses globalisasi yang terjadi secara pesat juga telah menimbulkan proses penyatuan dunia, sehingga batas-batas negara sudah semakin dekat. Globalisasi telah menciptakan ruang di mana negara tidak lagi menjadi aktor satu-satunya dalam ekonomi politik global. Dibawah situasi interdependensi yang kompleks, makna kedaulatan akan mengalami pergeseran. Globalisasi juga mampu menciptakan banyak peluang kerjasama di bidang ekonomi.

Peran negara dalam tatanan dunia baru ekonomi global dengan menawarkan pembahasan mengenai globalisasi ekonomi dunia dan implikasinya terhadap ekonomi politik internasional. Semenjak perang dingin, globalisasi telah menjadi karakteristik utama dari ekonomi internasional. Pada pertengahan dekade 1980-an, sebuah revolusi dalam ekonomi politik internasional terjadi saat perusahaan multinasional (MNC), penanaman modal asing secara langsung (FDI), dan intensitas perdagangan dunia semakin masif telah mengakibatkan dampak yang luar biasa terhadap perkembangan ekonomi dunia. Melalui instrumen-instrumen tersebut meningkatnya dampak interdependensi ekonomi menjadi hal yang semakin penting.¹

Perusahaan PT. Multistrada Arah Sarana Tbk disingkat MASA adalah produsen ban di Indonesia. Berdiri pada awal 1988. Sebelumnya didirikan dengan nama PT Orobana Perkasa berdasarkan akta Perseroan Terbatas No. 63 tahun 1988. Perseroan memproduksi ban kendaraan bermotor roda dua dan roda empat baik merek sendiri (Achilles dan Corsa) dengan

area pemasaran di pasar domestik dan ekspor.

Dewasa ini, sepakbola merupakan salah satu cabang olahraga yang paling banyak di minati oleh banyak kalangan di seluruh dunia. Mulai dari pria, wanita, tua muda bahkan anak-anak, sepakbola begitu diminati. Sepakbola bukan hanya di miliki oleh negara dan dimainkan oleh negara melainkan juga banyak klub-klub sepakbola yang bermain di liganya masing-masing. Dalam hal ini globalisasi memiliki peran yang besar dalam memasarkan sepakbola sehingga sepakbola dinilai menjadi industri yang menjanjikan di bidang ekonomi.

Manchester United *Football Club* adalah sebuah klub sepak bola profesional Inggris yang berbasis di Old Trafford, Manchester Raya, yang bermain di Liga Inggris (Barclays Premier League). Didirikan sebagai Newton Heath LYR *Football Club* pada tahun 1878, klub ini berganti nama menjadi Manchester United pada 1902 dan pindah ke Old Trafford pada tahun 1910.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan fans Manchester United terbanyak. Manchester United memiliki 54 juta *followers* di Indonesia. Klub yang ber juluk '*the red devils*' ini juga menjadi klub yang paling sering ditonton di Indonesia. Berdasarkan kumulatif frekuensi televisi lebih dari 903 juta fans Manchester United di Indonesia menonton pertandingan Manchester United pada 2011-2012.²

¹ Budi Winarno, *Dinamika Isu-Isu Global Kontemporer*, (Yogyakarta: CAPS, 2014) Hal.119

²Peter J. Schwartz. "*Manchester United Again The World Most Valuable Soccer Team*". Forbes Magazine. 2012. Diakses 15 Oktober 2017 dari <http://www.forbes.com/sites/mikeozanian/2012/04/18/manchester-united-again-the-worlds-most-valuable-soccer-team/#78285158608b>

Manchester United secara resmi menjalin kerjasama dengan produsen ban asal Indonesia, PT. Multistrada Arah Sarana Tbk pada 8 Januari 2013. Manchester United secara resmi telah mengumumkan kerjasama dengan pabrik ban Indonesia, Multistrada. Kedua kubu telah mengikat kerjasama selama 3,5 tahun. PT. Multistrada merupakan salah satu pionir dalam industri ban. Dengan produksi mencapai 50.000 ban per hari mereka mampu memenuhi kebutuhan impor ke 83 negara dari Alaska hingga Australia. Manchester United melihat pasar produk PT. Multistrada yang mulai mendunia berimbang dengan popularitas yang dimiliki klub sekelas Manchester United.³

PT Multistrada Arah Sarana, menjalin hubungan kerjasama dengan salah satu klub sepakbola tersukses. PT Multistrada sangat bangga bisa ambil bagian dalam kerjasama bergengsi bersama Manchester United sebagai dua produk unggulan *Achilles Radial* dan *Corsa Motorcycle Tire* menjadi brand PT. Multistrada. Hubungan kerjasama ini akan lebih meningkatkan *brand* perusahaan asal Indonesia di dunia. Manchester United dan Multistrada memiliki nilai dasar yang sama, dengan mengutamakan jaminan bagi produk dan *brand*. Manchester United dan PT Multistrada juga berbagi aspirasi untuk membangun dunia yang lebih baik, dan yakin dapat menghasilkan berbagai manfaat positif dari kerjasama ini. Saat ini juga PT Multistrada sedang mengupayakan suatu rencana untuk sebuah program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang mana program ini akan memberikan harapan

³[http:// www.manutd.com/](http://www.manutd.com/) diakses pada 15 Oktober 2017

dan kesempatan bagi jutaan anak dan remaja Indonesia.⁴

Salah satu tujuan dari kegiatan *sponsorship* ini adalah untuk dapat meningkatkan ekspor ban ke pasar Eropa. Dengan memanfaatkan nama besar Manchester United, nantinya akan membantu mengangkat merek dari produk PT Multistrada Arah Sarana yakni Achilles. Alasan dipilihnya Manchester United adalah adanya daya tarik tersendiri dimana sebuah perusahaan asal Indonesia memberi sponsor kepada klub sepakbola sebesar Manchester United. Ditambah dengan jumlah fans dari klub ini yang sangat besar di Indonesia.

Selama kerja sama antar keduanya terjalin sejak tahun 2013, PT Multistrada Arah Sarana mengadakan beberapa *event sponsorship* yang berhubungan dengan Manchester United. “United Training” merupakan salah satu kegiatan yang dihasilkan oleh kerjasama tersebut. Kegiatan ini bertujuan memberikan kesempatan bagi anak-anak Indonesia untuk meraih prestasi dalam bidang sepakbola. PT Multistrada Arah Sarana Tbk juga mengiklankan Achilles dengan konten yang menampilkan Manchester United. Hal lain juga mempromosikan dari sisi produknya, iklan tersebut juga berisikan pesan bahwa produk Achilles merupakan sponsor resmi Manchester United.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan perspektif liberalisme dalam menganalisa pokok pembahasan dalam penelitian ini. **Perspektif**

⁴Antarnews.com: “Manchester United Menandatangani perjanjian dengan PT. Multistrada Arah Sarana Tbk.” Diakses pada 15 Oktober 2017 dari <http://www.antarnews.com/berita/352210/manchester-united-menandatangani-perjanjian-pensponsoran-dengan-pt-multistrada-arah-sarana-tbk>.

Neoliberalisme dalam perspektif ini mempunyai beberapa varian, salah satunya adalah liberalisme komersial yang berusaha secara terus-menerus melakukan pembelaan atas perdagangan bebas dan sebuah pasar atau ekonomi kapilatis sebagai suatu cara untuk meraih kemakmuran dan perdamaian.⁵ Pada dasarnya neo-liberalisme adalah sebuah reaksi terhadap membesarnya peran negara yang menyebabkan kehancuran sistem pasar. Jalan keluar yang diusulkan oleh ideologi neoliberalisme adalah melucuti peran negara dan mengembalikan semua transaksi ekonomi ke dalam hukum pasar.

Menurut Keohane dan Nye, interdependensi yang sangat kompleks ini mempunyai empat karakteristik, yakni (1) peningkatan hubungan di antara negara dan non negara; (2) agenda internasional tidak lagi dibedakan secara tajam antara high dan low politics; (3) pengakuan atas berbagai sumber untuk interaksi diantara negara melintasi batas-batas nasional; (4) menurunnya kekuasaan militer sebagai alat keahlian seorang pemimpin negara.⁶

Tingkat analisa yang digunakan dalam penelitian ini ialah yang paling luas, yaitu peringkat **Analisis Sistem** (system-level-analysis). Bruce Russett dan Harry Starr membagi tingkat analisa menjadi enam yakni individu pembuat keputusan dan sifat-sifat kepribadiannya, peranan yang dijalankan oleh para pembuat keputusan tersebut, struktur pemerintah tempat mereka melakukan kegiatan, masyarakat tempat mereka tinggal dan yang mereka perintah, jaringan hubungan antara para pembuat keputusan itu dengan aktor-aktor

internasional lainnya, dan tingkat sistem dunia.⁷

Peringkat ini digunakan bahwa negara-negara dan aktor HI lainnya di dunia ini, serta interaksi di antara mereka merupakan suatu sistem, yang lazim dikenal dengan sistem internasional. Sistem internasional fokus kajiannya adalah sistem internasional itu sendiri. Asumsinya adalah perubahan atau dinamika didalam sistem internasional menentukan perilaku-perilaku aktor-aktor HI.⁸

Teori yang dipakai peneliti adalah **Kerjasama Internasional**. Kerjasama internasional merupakan suatu perwujudan kondisi masyarakat yang saling tergantung dengan satu yang lain. Dalam melakukan kerjasama tersebut, tujuan dan kerjasama ini ditentukan oleh persamaan kepentingan dari masing-masing pihak yang terlibat. Kerjasama internasional dapat terbentuk karena kehidupan internasional meliputi bidang, seperti ideologi, politik, ekonomi, sosial, lingkungan hidup, kebudayaan, pertahanan dan keamanan.⁹ Menurut Muhadi Sugiono ada beberapa faktor perlu diperhatikan dalam kerjasama internasional:

1. Negara bukan lagi aktor eksklusif dalam politik internasional melainkan hanya bagian dari jaringan interaksi politik, militer, ekonomi dan kultural bersama-sama dengan

⁷Bruce Russett dan Harvey Starr, *World Politics: The Menu For Choice*, (Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning, 2011) hal 10-13.

⁸Mochtar Mas'ood, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*, (Jakarta: LP3ES, 1990)

⁹ Anak Agung Banyu Prawita, *Teori-Teori Hubungan Internasional*. (Bandung: Rosdakarya, 2005). Hal. 33.

⁵Ibid, hal. 212

⁶Lamy, Op. Cit, hal. 213.

- aktor-aktor ekonomi dan masyarakat sipil.
2. Kerjasama internasional tidak lagi semata-mata ditentukan oleh kepentingan masing-masing negara yang terlibat didalamnya, melainkan juga oleh institusi internasional, karena institusi internasional seringkali bukan hanya mengelola berbagai kepentingan yang berbeda dari negara-negara anggotanya, tetapi juga memiliki dan bisa memaksakan kepentingannya sendiri.

Pola interaksi hubungan internasional tidak dapat dipisahkan dengan segala bentuk interaksi yang berlangsung dalam pergaulan masyarakat internasional, baik oleh pelaku negara maupun oleh pelaku bukan negara. Pola hubungan atau interaksi ini dapat berupa kerjasama (*cooperation*), persaingan (*competition*), dan pertentangan (*conflict*).¹⁰

Berdasarkan fenomena yang ada, penulis ingin meneliti dan membahas lebih lanjut permasalahan yang terjadi, dengan judul “**Dampak Kerjasama *Sponsorship* PT. Multistrada Arah Sarana Manchester United Football Club untuk Meningkatkan Ekspor, Meskipun Belum Berhasil Serta Melaksanakan Program *Cooperate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia**”

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan gambaran umum PT. Multistrada Arah Sarana dalam melakukan kerjasama *sponsorship* dengan Manchester United Football Club.
2. Menjelaskan kerjasama *Sponsorship* PT. Multistrada Arah Sarana dengan Manchester United Football Club.
3. Menjelaskan pengaruh kerjasama *Sponsorship* terhadap ekspor ban PT. Multistrada Arah Sarana setelah kerjasama.

Metode Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanasi yaitu metode yang menjelaskan secara rinci pokok permasalahan dan menerangkan secara keseluruhan variabel-variabel hasil yang telah diamati berdasarkan kerangka pemikiran yang digunakan.

Penulis akan menjelaskan Dampak Kerjasama *Sponsorship* PT Multistrada Arah Sarana dengan Manchester United *Football Club*. Selanjutnya meneliti faktor-faktor tertentu yang berhubungan dengan situasi, kondisi, dan fenomena yang diselidiki.

Adapun teknik penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan model deskriptif analisis, yaitu mengembangkan data, mengumpulkan fakta dan berusaha mengumpulkan, menyusun dan menginterpretasikan data-data yang ada kemudian menganalisisnya.

Gambaran Umum Tentang PT. Multistrada Arah Sarana dan Manchester United Football Club

PT Multistrada Arah Sarana Tbk (MASA), berdiri pada tahun 1988 dengan nama PT Oroban Perkasa, merupakan salah satu produsen ban terkenal di Indonesia dengan produk

¹⁰ T. May Rudy, *Hubungan Internasional Kontemporer Dan Masalah-Masalah Global*. (Bandung: PT. Refika Aditama, 2003). Hal. 33

ban motor dan ban mobil berkualitas tinggi yang melayani pasar domestik yang dinamis dan pasar ekspor yang berpotensi sangat besar. Perseroan memproduksi ban luar kendaraan bermotor roda dua dan roda empat baik merek sendiri (Achilles dan Corsa) maupun *off-take*, dengan area pemasaran di pasar domestik dan internasional. Perseroan di desain dan mendapatkan bantuan teknis dan distribusi dari Pirelli-Itali dan Continental GmbH-Jerman. Dengan pabrik yang luas dan berbasis teknologi modern yang terletak di Jl. Raya Lemahabang KM. 58,3 Desa Karang Sari Cikarang Timur, Bekasi. Jawa Barat, Indonesia.

Pada awalnya pabrik ini dibangun dengan bantuan teknis dari Pirelli Italia, yang dilanjutkan oleh Continental GmbH Jerman. Selama krisis di Asia tahun 1999, seluruh kewajiban Perseroan dialihkan ke Badan Penyehatan Perbankan Nasional ("BPPN").

Sukses bisnis Perseroan dimulai sejak Perseroan yang sekarang diambil alih oleh manajemen baru (PVP XVIII Pte Ltd dan PT Indokemika Jayatama) pada tahun 2004, dan melakukan proses restrukturisasi, termasuk konversi dari pinjaman menjadi Ekuitas dan melakukan penawaran umum saham perdana/IPO pada tahun 2005.

Dalam kegiatan produksinya, Perseroan memiliki standar kualitas keselamatan dunia, ini bertujuan untuk menjaga keselamatan para konsumen dalam menggunakan produk yang telah dihasilkan oleh Perseroan. Berkat kepedulian kami terhadap keselamatan konsumen, Perseroan berhasil memperoleh sertifikasi ISP/TS 16949:2009 dan ISO/IEC 17025: 2008 untuk *Quality Management System* dan beberapa sertifikat produk antara lain

SNI, CCC, Inmetro, BIS, ECE-30, ECE-54, GSO, DOT, FMVSS 139.

Melalui kepemimpinan yang baru, MASA mulai melakukan berbagai strategi agresif antara lain memproduksi ban dengan kualitas yang tinggi dan harga yang kompetitif, dengan merk Achilles, Corsa & Strada, baik untuk motor dan mobil. Ditambah dengan jaringan distribusi yang luas, menjadikan perkembangan permintaan pasar domestik dan internasional perusahaan tumbuh sebesar CAGR (Compound Annual Growth Rate) 38% pada penjualan bersih dari tahun 2004 sampai 2012.¹¹

Sampai saat ini MASA telah berhasil di pasar domestik dan internasional dengan mengeksport ke lima benua di dunia. MASA telah memposisikan dirinya sebagai produsen ban otomotif kelas dunia, dimana perusahaan telah memperoleh berbagai sertifikasi kepatuhan standar kualitas baik domestik maupun internasional.¹²

Selama tahun 2012, Perseroan telah memproduksi ban mobil sebanyak 6,9 juta ban dan ban motor sebanyak 3,3 juta ban. Untuk tahun 2013 kapasitas produksi tahunan Perseroan untuk ban mobil dan ban motor adalah sebesar 7,2 juta ban dan 4,2 juta ban. Pada tahun 2014, Perusahaan telah memproduksi ban mobil sebanyak 8 juta ban dan ban motor sebanyak 3,4 juta ban. Sementara pada tahun 2015, Perusahaan memproduksi memproduksi ban mobil sebanyak 7,1 juta ban dan ban motor sebanyak 3,4 juta ban. Dan pada tahun 2016 perusahaan memproduksi ban mobil sebanyak 6,6 juta ban dan ban motor sebanyak 4,9 juta ban.

¹¹ Annual Report PT. Multistrada Arah Sarana 2012: Profil Perusahaan hal. 3

¹² Annual Report PT. Multistrada Arah Sarana 2013: Sekilas Perusahaan hal. 17

Manchester United *Football Club* adalah sebuah klub sepak bola profesional Inggris yang berbasis di Old Trafford, Manchester Raya, yang bermain di Liga Inggris (*Barclays Premier League*). Didirikan sebagai Newton Heath LYR *Football Club* pada tahun 1878, klub ini berganti nama menjadi Manchester United pada 1902 dan pindah ke Old Trafford pada tahun 1910.

Tim pertama kali dibentuk dengan nama Newton Heath Lancashire and Yorkshire Railway F.C. pada 1878. Mereka bermain di sebuah lapangan kecil di North Road, dekat stasiun kereta api Piccadilly Manchester selama lima belas tahun, sebelum pindah ke Bank Street di kota dekat Clayton pada 1893. Tim sudah memasuki kompetisi sepak bola tahun sebelumnya dan mulai memutuskan hubungannya dengan stasiun kereta api, menjadi perusahaan mandiri, mengangkat seorang sekretaris perkumpulan "L&YR" dari nama mereka untuk menjadi Newton Heath F.C.

Manchester United telah memenangkan banyak trofi di sepak bola Inggris, termasuk rekor 20 gelar Liga, 12 Piala FA, empat Piala Liga dan rekor 21 FA Community Shield. Klub ini juga telah memenangkan tiga Piala Eropa, Piala UEFA satu, satu Piala Winners UEFA, satu Piala Super UEFA, satu Piala Interkontinental dan satu Piala Dunia Antarklub FIFA. Pada 1998-1999, klub memenangkan treble dari Liga Premier, Piala FA dan Liga Champions, prestasi belum pernah terjadi sebelumnya untuk klub Inggris.¹³

Tabel 1.1

Sepuluh Klub Sepakbola Dengan Fans Terbanyak

Nama Klub Sepakbola	Asal Negara	Jumlah Fans
Manchester United	Inggris	Sekitar 354 juta
Barcelona	Spanyol	Sekitar 270 juta
Real Madrid	Spanyol	Sekitar 174 juta
Chelsea	Inggris	Sekitar 135 juta
Arsenal	Inggris	Sekitar 113 juta
AC Milan	Italia	Sekitar 99 juta
Liverpool	Inggris	Sekitar 71 juta
Inter Milan	Italia	Sekitar 49 juta
Bayern Muenchen	Jerman	Sekitar 24 Juta
Juventus	Italia	Sekitar 20 Juta

Berdasarkan tabel diatas, ada korelasi antara kemenangan yang diraih sebuah klub sepak bola pada beberapa liga terhadap jumlah fans. Manchester United (MU) merupakan klub pertama di Inggris yang hingga saat ini berhasil meraih *treble winner*. Pada satu musim MU berhasil menyabet juara *Premier League*, Piala FA dan liga *champions* secara bersamaan sekaligus. Ini menjadi bernilai lebih karena liga Inggris termasuk yang paling populer di dunia. Di dukung odengan manajemen, keuangan, promosi dan kekuatan industri media massa, telah menjadikan MU sebagai klub sepak bola yang memiliki fans paling banyak di dunia.

¹³ Independent.co.uk: "Treble-Treble the teams That won Treble". Diakses pada 8 April 2018 dari <http://www.independent.co.uk/sport/football/news-and-comment/treble-treble-the-teams-that-won-the-treble-1976153.html>

Kerjasama Sponsorship PT. Multistrada Arah Sarana Dengan Manchester United Football Club

Dari sekian banyak strategi komunikasi yang ada, pada akhirnya perusahaan juga akan memilih salah satu yang dianggap paling efektif dan efisien. Salah satu yang paling populer akhir-akhir diterapkan oleh banyak perusahaan adalah *sponsorship*. *Sponsorship* dapat didefinisikan sebagai kegiatan pemasaran dimana organisasi mendapatkan hak untuk menggunakan perusahaan, produk atau merek nama dan logo dengan kontrak pemberian moneter dan dukungan lain kepada organisasi. *Sponsorship* dengan menghubungkannya dengan proses komunikasi dan tujuannya, yaitu *sponsorship* merupakan bagian dari *communication tools* (alat komunikasi) di mana perusahaan memberikan dukungan dalam bentuk keuangan kepada suatu kegiatan olahraga, musik, sosial dan lainnya agar kegiatan tersebut dapat menjalankan aktifitasnya dengan baik dan pada saat yang bersamaan perusahaan akan memperoleh keuntungan berupa *awareness* dan *image* dari konsumennya.¹⁴ Perusahaan memilih menggunakan *sponsorship* dalam melaksanakan aktifitas komunikasi pemasaran dengan mengeluarkan investasi besar tentunya karena ada tujuan yang jelas. *Sponsorship* dianggap dapat memenuhi berbagai tujuan secara bersamaan. Tujuan yang hendak dicapai oleh sebuah perusahaan melalui strategi *sponsorship*: Pertama, meningkatkan *brand awareness*. Melalui *sponsorship* lewat sebuah *event*, perusahaan dapat mentransfer brand dari perusahaan itu sendiri kepada *event* tersebut sehingga

dapat meningkatkan *brand awareness* pada konsumen. Kedua, membangun *brand image*. Dapat membantu untuk memperkuat sebagai merek atau citra perusahaan melalui kegiatan tertentu dengan cara melakukan strategi *sponsorship*. Program *sponsorship* dirancang dengan cara membuat *brand image* sponsor akan mirip dengan *brand image* dari *event* yang mereka sponsori. Ketiga, meningkatkan atau mempertahankan hubungan. *Sponsorship* memungkinkan dalam menjaga hubungan dalam suatu organisasi, baik itu di kalangan konsumen atau karyawan. Hubungan pemasaran merupakan masalah penting dalam komunikasi pemasaran, karena membantu untuk membangun loyalitas konsumen. Selain itu, peristiwa dapat digunakan sebagai peluang hiburan bagi karyawan, penghargaan mereka dan memungkinkan interaksi informal antar karyawan di berbagai tingkatan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Keempat, meningkatkan penjualan. Dengan menjadi sponsor dalam sebuah *event* pastinya *brand* tersebut akan dipaparkan dalam *event* tersebut dan salah satu tujuan dari *sponsorship* adalah untuk meningkatkan penjualan dari *brand* perusahaan dalam *event* tersebut. Kelima, melakukan promosi. Melalui sebuah *event* pihak sponsor juga bertujuan untuk melakukan promosi dengan tidak mengadakan acara sendiri melainkan menjadi bagian dalam sebuah *event* tertentu dalam waktu tertentu.¹⁵

Proses Kerjasama PT. Multistrada Arah Sarana dan Manchester United

Untuk pertama kalinya pada 27 Maret 2013 Perseroan menjalin kerjasama dengan Manchester United.

¹⁴Alain D'Astous dan Pieree Bit, "Consumer Evaluations of Sponsorship Programmes", dalam (European Journal of Marketing. Vol. 29, No. 12, 1995). Hal. 6

¹⁵ Tom Duncan, *IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands*. (New York: McGraw Hill, 2002). Hal. 391

Dimana perjanjian tersebut telah diresmikan pada 8 Januari 2013 lalu. Pada peresmian United Festival yang diselenggarakan pada tanggal 28-30 Maret 2013, Perseroan mengungkapkan kebanggaannya atas pencapaian yang telah dilakukan sebagai *Official Tire Partner* bagi salah satu klub sepakbola ternama seperti Manchester United.¹⁶

Dalam hal ini PT. Multistrada Arah Sarana memilih kerjasama sponsorship dengan Manchester United FC karena memiliki kesamaan dalam hal karakter perusahaan yang sama-sama *public company*, perusahaan terbuka yang sahamnya dimiliki oleh banyak orang. Perusahaan yang mensponsori suatu kegiatan biasanya mendapatkan fasilitas untuk mendapatkan manfaat dari kegiatan tersebut, misalnya pada *event* olahraga, perusahaan mendapatkan fasilitas untuk mendapatkan brand name product atau perusahaan mereka disekitar lokasi kegiatan olahraga tersebut, dan juga liputan oleh televisi apabila diliput oleh stasiun TV. Karenanya diharapkan bahwa masyarakat atau *audience* dapat mengerti pesan dari acara yang dilakukan oleh perusahaan dan mempunyai opini bahwa kegiatan yang disponsori perusahaan itu mempunyai tujuan positif sehingga akan tercipta pandangan positif dari masyarakat terhadap perusahaan tersebut. PT. MASA memiliki kesempatan untuk menunjukkan logo/brand name Manchester United pada setiap produk Achilles dan Corsa, Iklan Achilles dan Corsa oleh Pemain Manchester United, papan LED stadion tempat Manchester United bertanding, menjadi official tire partner Manchester United, dan menjadi sponsorship mitra regional untuk Indonesia.

¹⁶ Annual Report PT. Multistrada Arah Sarana 2013: "Peristiwa Penting Tahun 2013". Hal. 23

Daftar Sponsor bernilai 1 sampai 2 juta Poundsterling pertahun bersama Smirnoff, Toshiba Medical System, STC, PCCW, Aeroloft, Epsoon, Yanmar, Mister Potato, Tm, Globalcom, Viva Kuwait, MTN, Airtel, Zong, Globul, Mamee, Viva, Turk Telekom, A.P. Honda, Airtel Africa, Beeline, Bakcell, Kagome, Wahana, **PT. Multistrada Arah Sarana**, Kansai. PT. Multistrada Arah Sarana tidak menjelaskan secara detail berapa mereka nilai sponsorship terhadap MU.¹⁷

Manchester United secara resmi menjalin kerjasama dengan produsen ban asal Indonesia, PT. Multistrada Arah Sarana Tbk pada 8 Januari 2013. Manchester United secara resmi telah mengumumkan kerjasama dengan pabrik ban Indonesia, Multistrada. Kedua kubu telah mengikat kerjasama selama 3,5 tahun, terhitung sejak tahun 2013 dan akan berakhir pada 2016.¹⁸

Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kerjasama Sponsorship

Distribusi penjualan selama tahun 2012 untuk lokal meningkat dari 25% menjadi 28%, penurunan distribusi penjualan ekspor terutama disebabkan oleh penurunan distribusi penjualan di Eropa dari 19% (2011) menjadi 8%. Pada 2011 total penjualan ban mobil sebanyak 6.580.000 ban dan ban motor sebanyak 3.080.000 ban. Untuk ekspor ban ke Eropa sebanyak 1.835.400 ban.

Terjadi penurunan signifikan 11% pada tahun 2012, ban mobil yang terjual sebanyak 6.720.000 dan ban motor sebanyak 3.240.000 ban, namun

¹⁷ Liputan 6.com: 3 perusahaan Indonesia turut andil bikin MU kaya raya. Diakses pada 22 Mei 2018 dari <http://www.google.co.id/amp/s/m.liputan.com/amp/2435052/3-perusahaan-indonesia-turut-andil-bikin-mu-kaya-raya>

¹⁸ Annual Report PT. Multistrada Arah Sarana 2013: Peristiwa Penting Tahun 2013. Hal. 23

untuk ekspor ke Eropa hanya 796.000 ban. Meskipun terjadi peningkatan penjualan selama 2012 namun penurunan sangat signifikan ekspor pasar Eropa. Di tengah kondisi ekonomi global yang kurang kondusif karena krisis Eropa, Amerika dan Timur Tengah dan penurunan kinerja secara keseluruhan, Perseroan masih bisa mencatat kenaikan volume penjualan ban mobil 2% dan ban motor sebesar 5%.¹⁹

Ekspor PT. Multistrada Arah Sarana Setelah Kerjasama Sponsorship

Table 4.2

Penjualan Ban Mobil dan Ban Motor PT. Multistrada Arah Sarana ke Pasar Eropa Tahun 2013-2016

Tahun	Pejualan Ban Mobil (ban)	Penjualan Ban Motor (ban)	Jumlah Penjualan	Penjualan Pasar Eropa
2013	7.210.000	4.130.000	11.340.000	1.360.800
2014	7.740.000	3.210.000	10.950.000	1.204.500
2015	6.820.000	3.300.000	10.120.000	809.600
2016	6.470.000	4.450.000	10.920.000	873.000

Sumber : Olahan Penulis

Selama tahun 2013, Perseroan berhasil mencatatkan pertumbuhan volume penjualan yang cukup signifikan terutama ke pasar Eropa sebab Perseroan berhasil menaikkan volume ekspor ke pasar Eropa dari 8% tahun 2012 menjadi 12% tahun 2013 hal ini juga diikuti dengan peningkatan penjualan ban mobil dan motor pada tahun 2013. Perseroan berhasil mencatatkan pertumbuhan volume penjualan yang cukup signifikan terutama MC sebesar 28% dibandingkan tahun sebelumnya (dari 3,2 juta ban menjadi 4,1 juta ban).

¹⁹ Annual Report PT. Multistrada Arah Sarana 2012

Peningkatan tersebut berasal dari penjualan domestik. Sedangkan untuk PCR total peningkatan volume sebesar 7% (dari 6,7 juta ban menjadi 7,2 juta ban) berasal dari penjualan domestik dan penjualan ekspor masing-masing sebesar 9% dan 7%.²⁰

Pada tahun 2014, Untuk pasar Eropa telah mengekspor 11% dari total seluruh penjualan Perseroan. Perseroan membukukan penjualan bersih sebesar USD 284 juta, mengalami penurunan sebesar 12% dibandingkan dengan tahun sebelumnya senilai USD 324 juta.²¹ Penurunan penjualan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor antara lain :

- Penjualan ke pasar Amerika mengalami penurunan karena tertundanya proyek ban.
- Peralihan volume dari pasar Amerika ke Timur Tengah menciptakan komposisi penjualan ban komoditas yang lebih besar
- Melemahnya mata uang Rupiah terhadap Dolar AS membuat penjualan dalam negeri mengalami penurunan sementara dalam Rupiah mengalami peningkatan
- Penurunan pendapatan dari ban motor memberikan kontribusi 3% terhadap total penurunan pendapatan.

Pada tahun 2015, Untuk pasar Eropa telah mengekspor 8% dari total seluruh penjualan Perseroan. perseroan mengalami pertumbuhan volume penjualan untuk produk MC sebesar 3% dibandingkan tahun sebelumnya dari 3,2 juta ban menjadi 3,3 juta ban, dimana peningkatan ini merupakan kontribusi baik dari penjualan ekspor maupun lokal. Sedangkan volume penjualan PCR mengalami penurunan volume sebesar 12% di bandingkan

²⁰ Annual Report PT. Multistrada Arah Sarana 2013: Analisis Pembahasan Manajemen hal. 46

²¹ Annual Report PT. Multistrada Arah Sarana 2014: Analisis Pembahasan Manajemen hal. 45

tahun sebelumnya dari 7,7 juta ban menjadi 6,8 juta ban, dimana penjualan domestik dan penjualan ekspor masing-masing turun sebesar 5% dan 14%.²²

Pada tahun 2016, untuk pasar Eropa telah mengekspor 8% dari total seluruh penjualan Perseroan. perseroan mencatat pendapatan sebesar USD 237 juta, mengalami penurunan sebesar 16% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang tercatat sebesar USD 282 juta. Penurunan penjualan tersebut disebabkan oleh penurunan volume penjualan PCR baik lokal maupun ekspor, penurunan volume penjualan PCR baik konsekuensi dari penurunan bahan baku dan melemahnya mata uang rupiah terhadap dolar Amerika Serikat membuat penjualan dalam negeri mengalami penurunan.

Tahun 2016 kondisi kelebihan pasokan secara global dan persaingan yang ketat terus menekan harga jual sehingga berimplikasi pada turunnya pendapatan. Total pendapatan perseroan selama 2016 tercatat sebesar USD 229 juta, turun 3% jika dibandingkan dengan tahun lalu yakni USD 237 juta. Penurunan tersebut dampak penurunan penjualan di Amerika sebesar 13%, Asia sebesar 22%, Africa sebesar 29%, Australia sebesar 5% dan Middle East sebesar 2%. Namun penjualan di domestic dan Eropa meningkat sebesar 17% dan 3%.²³

Dampak Politik Sponsorship PT. MASA dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR)

Hubungan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat merupakan salah satu faktor utama keberlanjutan dari suatu industri.

²² Laporan Tahunan PT. MASA 2015: Analisis Pembahasan Manajemen hal. 40

²³ Laporan Tahunan PT. MASA 2016: Analisis Pembahasan Manajemen hal. 52

Keharmonisan hubungan ini diyakini oleh Perseroan sebagai dasar untuk memberikan nilai tambah bagi masyarakat sebagai salah satu *stakeholders* utama dan melampaui kepatuhan hukum yang ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Bab V pasal 74 mengenai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

CSR adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.²⁴

Perseroan berkomitmen guna meningkatkan kualitas hidup dan ekonomi masyarakat untuk selalu memberikan kontribusi terhadap masyarakat. Dana yang dialokasikan untuk kegiatan CSR pada tahun 2013 adalah sekitar USD 106.000. Perseroan berharap dengan program-program tersebut, Perseroan sebagai salah satu pembangun bangsa dapat maksimal, dengan itikad baik untuk terus mengembangkan program CSR sejalan dengan visi dan misi Perseroan.

United Training

Dampak politik dari kegiatan sponsorship terlaksananya program CSR perusahaan adalah dengan melaksanakannya program United Training. Tujuan PT. Multistrada Arah

²⁴ Totok Markidanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)*. (Bandung: Alfabeta, 2010).

Sarana Tbk konsisten dalam program sepakbola ini adalah turut berkontribusi memberikan harapan bagi anak-anak Indonesia untuk meraih cita-cita dan masa depan dimulai dari sportifitas sepak bola. Ini merupakan kerjasama PT. Multistrada Arah Sarana Tbk dengan klub sepakbola kelas dunia, Manchester United dan *Kick Andy Foundation* yang telah digelar tiga kali sejak tahun 2014.²⁵

Pada tahun 2014 Program *Coorparate Social Responsibility* (CSR) ini berhasil menjangkau lebih dari 400 Sekolah Sepak Bola(SSB) di hampir seluruh wilayah di Indonesia. Pada tahun 2015, Gerakan Sejuta Bola berhasil menjangkau nyaris 600 SSB di seluruh Nusantara.Selain memberikan coaching clinic, gerakan *Coorparate Social Responsibility* (CSR) juga membagikan bola dan peralatan latihan lainnya, serta menyeleksi anak berbakat bola dan berkepribadian baik untuk mengikuti seleksi nasional yang akan dibawa ke Old Trafford Inggris yang dipusatkan di Bali.Pada seleksi nasional terkumpul 41 orang anak yang kemudian diseleksi kembali langsung oleh *Head Coach of MU Foundation* Dave Chapman dan *Relationship Director* MU James Park untuk mengikuti Manchester United Soccer School.

Tahun 2016 *United Training* memperkenalkan format baru dengan memilih lebih banyak talenta muda sepakbola yakni 60 anak, dibandingkan tahun-tahun sebelumnya sebanyak 30 anak. Mereka akan mendapatkan pelatihan sepakbola kelas dunia

bersama pelatih dari Manchester United di pusat pelatihan *United Training*, Bali pada 11 hingga 18 Mei 2016.kegiatan *United Training* kembali digelar. Para peserta *United Training* 2016 sudah tiba di Pulau Dewata dan menginap di Hotel Euphoria, Legian.Kedatangan mereka ke Bali terbagi menjadi beberapa kloter karena berasal dari daerah yang berbeda-beda. Sampai nanti akhirnya seluruh peserta yang berjumlah 60 orang akan berkumpul untuk mengikuti seluruh rangkaian acara *United Training* 2016 bersama-sama.²⁶

Kesimpulan

PT. Multistrada Arah Sarana merupakan salah satu produsen ban asal Indonesia yang memproduksi ban kendaraan, wilayah pemasarannya ialah pasar domestik maupun ekspor, dua produk ban yang menjadi andalan ialah Achilles dan Corsa. Manchester United adalah salah satu klub sepakbola dengan fans yang memiliki basis besar diseluruh dunia dan merupakan salah satu klub terbaik di benua Eropa. Untuk pertama kalinya PT. Multistrada Arah Sarana menjalin kerjasama dengan Manchester United perjanjian tersebut telah diresmikan pada 8 Januari 2013.

Kerjasama sponsorship dengan Manchester United ini untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap teknologi dan kualitas yang ditawarkan oleh Achilles dan Corsa sebagai produk dalam negeri. Selain itu, Achilles dan Corsa juga diharapkan dapat menjadi media penghubung yang menjembatani penggemar Manchester United di Indonesia.

²⁵ Multistrada.co.id: “Dengan Semangat Kemerdekaan Mewujudkan Mimpi Anak Indonesia”. 2014. Diakses pada 5 Juni 2018 dari <http://www.multistrada.co.id/2014/08/27/dengan-semangan-kemerdekaan-indonesia-achilles-corsa-mewujudkan-mimpi-anak-indonesia/?lang=id>

²⁶ Achilles.com: “United Training Has Begun Their MU foundation Coaches”. Diakses pada 6 Juni 2018 dari <http://www.achillesradial.com/stories/detail/75/United-Training-Has-Begun-Their-Training-Today-with-MU-Foundation-Coaches>

Kerjasama ini selain untuk meningkatkan brand Corsa dan Achilles di mata dunia juga sebagai usaha PT. Multistrada Arah Sarana untuk meningkatkan ekspor di pasar Eropa selain itu juga untuk menjalankan Corporate Social Responsibility (CSR). Setelah menjalin kerjasama sponsorship PT. Multistrada Arah Sarana sebagai regional partners Manchester United tidak terlalu berpengaruh signifikan terhadap ekspor dipasar Eropa meskipun penjualan naik namun ekspor Eropa hanya naik 12% pada tahun 2013, kemudian turun menjadi 11% di tahun 2014, lalu turun 4% menjadi 8%, dan tidak mampu naik pada 2016 konstan pada angka 8% dari total keseluruhan penjualan perusahaan. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adanya krisis yang dialami Eropa dan global serta penurunan nilai rupiah terhadap Dolar Amerika.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- D'Astous, Alain dan Pieree Bitz. "Consumer Evaluations of Sponsorship Programmes", dalam (European Journal of Marketing. Vol. 29, No. 12. 1995)
- Rowley, Jennifer dan Catrin Williams. "The Impact of Brand Sponsorship of Music Festivals", dalam (Marketing Intelligence & Planning. Vol. 26, No. 7. 2008).
- Salma, Aqida Nuril. "Pengaruh Sponsorship Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi pada Sponsorship Garuda Indonesia Terhadap Liverpool FC sebagai Global Official Airline Partner)" dalam

(Interdisciplinary Journal of Communication Volume 2, No.1, 2017).

Buku

- Budiarjo, Miriam. (1977). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Holsti, K.J. (1988). *Politik Internasional: Kerangka Untuk Analisis*, Jilid II, Terjemahan M. Tahrir Azhari. Jakarta: Erlangga.
- Mas'ood, Mochtar. (1977). *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: LP3S.

Dokumen Resmi

- Laporan Tahunan PT. Multistrada Arah Sarana Tahun 2012
- Laporan Tahunan PT. Multistrada Arah Sarana Tahun 2013
- Laporan Tahunan PT. Multistrada Arah Sarana Tahun 2014

Skripsi

- Andi Hidayat, Kepentingan Industri Otomotif Hyundai Menjadi Sponsor Piala Eropa (UEFA EURO) 2000-2012. (Pekanbaru: Universitas Riau, 2013).
- Cristopher Tambunan, Motivasi Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Menjalinkan Kerjasama Sponsorship Dengan Liverpool Football Club Tahun 2012-2015. Pekanbaru: Universitas Riau, 2015).
- Hendra Herawan Huzna, Industrialisasi Sepakbola Dan Ekonomi Politik Internasional (Studi Kasus :

Piala Dunia 2006 di Jerman).
(Pekanbaru: Universitas Riau,
2010).

Iwan Eli Setiawan, Penerapan Customer
Relationship Pada PT.
Multistrada Arah Sarana Tbk.
(Jakarta: Universitas Indonesia,
2008).

Peraturan Perundang-undangan

Undang Undang Negara Republik
Indonesia No. 40 Tahun 2007
Tentang Perusahaan Terbatas.

Website

*3 Perusahaan Indonesia Turut Andil
Bikin MU Kaya Raya* diakses
pada 22 Mei 2018 dari
[http://www.google.co.id/amp/s/
m.liputan.com/amp/2435052/3-
perusahaan-indonesia-turut-
andil-bikin-mu-kaya-raja](http://www.google.co.id/amp/s/m.liputan.com/amp/2435052/3-perusahaan-indonesia-turut-andil-bikin-mu-kaya-raja)

*Dengan Semangat Kemerdekaan
Mewujudkan Mimpi Anak
Indonesia* diakses pada 5 Juni
2018 dari
[http://www.multistrada.co.id/20
14/08/27/dengan-semangan-
kemerdekaan-indonesia-achilles-
corsa-mewujudkan-mimpi-anak-
indonesia/?lang=id](http://www.multistrada.co.id/2014/08/27/dengan-semangan-kemerdekaan-indonesia-achilles-corsa-mewujudkan-mimpi-anak-indonesia/?lang=id)

*Manchester United Menandatangani
perjanjian dengan PT.
Multistrada Arah Sarana Tbk.*
Diakses pada 15 Oktober 2017
dari
[http://www.antaranews.com/beri
ta/352210/manchester-united-
menandatangani-perjanjian-
pensponsoran-dengan-pt-
multistrada-arrah-sarana-tbk.](http://www.antaranews.com/berita/352210/manchester-united-menandatangani-perjanjian-pensponsoran-dengan-pt-multistrada-arrah-sarana-tbk)