

**MOTIVASI MASKAPAI PENERBANGAN GARUDA INDONESIA MENJALIN
KERJASAMA SPONSORSHIP DENGAN
LIVERPOOL FOOTBALL CLUB
TAHUN 2012-2015**

Oleh:

Christopher Tambunan*

(christophertambunan00@gmail.com)

Pembimbing : Drs. Idjang Tjarsono, M.Si

Bibliografi : 7 Jurnal, 4 Buku, 10 Internet

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional – Prodi Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus bina Widya JL HR Subrantas Km. 12,5 Simp. Baru pekanbaru 28294 Telp/Fax.
076163277

ABSTRACT

This study describes and proves about motivation PT. Garuda Indonesia in cooperation with one of European football club namely Liverpool Football Club from 2012 to 2015. PT. Garuda Indonesia under the leadership of Emirsyah Satar.

The perspective that used in this study is the neoliberal perspective. Robert McChesney (2001) said that neoliberalism respects to very strong beliefs regarding the market's ability in using new technologies to solve social problems with a better result than the other alternatives. This study also uses globalization theory. This theory assumes that cross state boundaries as if no longer valid because their collaborations undertaken by countries.

PT. Garuda Indonesia is an airline in Indonesia and a State Owned Enterprises who has aim in gaining economies country and help Indonesian prosperity. In efforts to become an international airline class that is recognized by the international community, Garuda Indonesia improves the flight quality and aviation safety. In its attempt to reach the European market, Garuda Indonesia is making and actuating cooperation with Liverpool Football Club from 2012 to 2015. In this partnership, Garuda Indonesia is having big chance promotion in the European market through a sponsorship and partnership with Liverpool Football Club that has stable brand and achievements in the premier league.

Keywords: european markets, Garuda Indonesia, globalization, Liverpool Football Club, sponsorship

* Mahasiswa Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Universitas Riau

Pendahuluan

Penelitian ini membahas tentang fenomena hubungan internasional tentang motivasi maskapai penerbangan Garuda Indonesia dengan Liverpool Football Club. Penelitian ini juga memperlihatkan kaitan berbagai aspek dalam dunia hubungan internasional khususnya dalam kajian ekonomi politik internasional.

Ekonomi politik internasional sendiri secara sederhana dapat diartikan menjadi dua kata yaitu state (negara) dan market (pasar). Ketika terjadi hubungan timbal balik diantara keduanya maka ekonomi dan politik keduanya saling mempengaruhi. Dalam penulisan ini peneliti mengangkat Maskapai penerbangan Garuda Indonesia sebagai state (negara) dimana Garuda Indonesia merupakan maskapai penerbangan nasional; yang di miliki oleh negara indonesia dan di atur dalam undang-undang. Dan dalam usahanya untuk mengambil kekuatan pasar Garuda Indonesia menjalin kerjasama dengan Liverpool Football Club yang mana peneliti menerapkan bahwa Liverpool Football Club merupakan pasar bagi Indonesia melalui maskapai penerbangan Garuda Indonesia.

Perkembangan ekonomi dunia yang begitu pesat telah meningkatkan hubungan saling ketergantungan dan semakin tingginya tingkat persaingan, sehingga fenomena hubungan internasional menjadi semakin kompleks. Hal ini merupakan tantangan, kendala, dan sebuah peluang bagi aktor-aktor perekonomian internasional. Proses globalisasi yang terjadi secara pesat telah menimbulkan proses penyatuan dunia, sehingga batas-batas negara dalam berbagai bidang, terutama dibidang ekonomi seperti tidak berlaku lagi.

Seseorang dari suatu negara dapat melakukan proses perkonomian dengan orang-orang dari benua lainnya tanpa adanya hambatan yang sangat berarti.

Dalam hubungan internasional, perkembangan perekonomian dunia tidak dapat dilepaskan kaitannya dengan aspek politik dan lain-lain. Interaksi perekonomian internasional yang dipengaruhi oleh globalisasi tentunya memiliki campur tangan dari pemerintah.

.Dewasa ini, sepakbola sudah menjadi salah satu cabang olahraga yang paling banyak di minati oleh banyak kalangan di seluruh dunia. Mulai dari anak-anak hingga orangtua, sepakbola begitu di minati. Hal ini menjadikan sepakbola sebagai olahraga yang sangat diminati oleh banyak orang. Sepakbola bukan hanya di miliki oleh negara atau dimainkan oleh negara melainkan bnyak club-club sepakbola lahir untuk meramaikan sepakbola.

Di era globalisasi ini sepakbola yang memiliki banyak peminat di seluruh dunia sepertinya menjadi sumber bisnis bagi banyak kalangan mulai dari adanya judi bola, melalui pertandingan-pertandingan rutin yang diadakan club-club bola, adanya branding-branding yang dimanfaatkan oleh club-club sepakbola yang ternama, investasi, dan sponsorship yang begitu banyak dijumpai pada hampir setiap pertandingan bola Eropa maupun dunia, sponsorship sudah sangat melekat pada sepak bola, dan satu lagi dengan banyak nya penonton yang datang ke setiap pertandingan Eropa, penjualan tiket juga sangat banyak menguntungkan club sepakbola pada saat ini.

Liverpool Football Club merupakan salah satu club elit yang berasal dari Inggris tepatnya di kota Liverpool. Liverpool FC merupakan club yang bermain di salah satu Liga di Eropa yang memiliki cakupan luas dan merupakan liga yang memiliki Brand terbaik di eropa maupun di dunia. liga Inggris mempunyai nama tersendiri yaitu *Barclays Premier League*.

Liga Inggris atau *Barclays Premier League* menempati peringkat pertama liga terbaik dan liga yang mempunyai brand nomor satu di Eropa.

Keberhasilan ini diperoleh Liga Inggris berkat pengaturan Liga yang menarik dan berhasil memikat penonton dunia. pembatasan akan biaya pemilik dalam keuangan club-club Liga Inggris yang mengakibatkan keseimbangan kekuatan permainan di Liga Inggris ini merupakan salah satu penarik minat dari masyarakat Global. Peraturan *Barclays League* yang membuat para investor untuk melakukan bisnis dan memperbolehkan nama-nama club Liga Inggris untuk menyebarkan namanya di tingkat global dan mendorong sponsor untuk membayar biaya tinggi untuk club-club sepakbola Inggris.

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan kepada salah satu club liga Inggris yaitu Liverpool Football Club. Liverpool Football Club merupakan salah satu klub sepakbola paling terkenal di dunia, setelah memenangkan delapan belas gelar liga, tujuh piala FA dan rekor sebelas gelar Eropa. Club ini dibentuk pada tahun 1892 dan bermain di Stadion Anfield yang sangat bersejarah. Liverpool Football Club merupakan salah satu dari lima club terbaik yang bermain di Liga Inggris.

Keberhasilan Liverpool di Liga Inggris dan Eropa telah melahirkan banyak penggemar fanatiknya di Inggris maupun di dunia. Salah satu penggemar terbesar Liverpool FC ada di benua Asia yaitu Indonesia. Fans Liverpool di Indonesia lebih kurang sekitar 1.300.000.¹ Bagi Liverpool fans merupakan fondasi dari Club liga Inggris tersebut, karena dengan banyaknya fans dari Liverpool terbukti Liverpool saat ini semakin baik di bidang keuangan dengan hasil penjualan tiket pertandingan dan produksinya di bidang Jersey atau baju bola.

¹Garuda Indonesia, Liverpool, dan Kerjasama Pembebasan dalam <http://iniliverpool.com/2014/02/01/garuda-indonesia-liverpool-dan-kerjasama-pembebasan/> diakses pada 20 Oktober 2014.

Di liga Inggris, Liverpool merupakan club yang belum memiliki kerjasama dengan maskapai penerbangan, seperti halnya yang dilakukan oleh Manchester city football club sudah bekerjasama dengan Etihad Airways dan Arsenal dengan Emirates Airlines.

PT Garuda Indonesia adalah suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang penyediaan jasa transportasi udara dan jasa-jasa lain yang terkait. Sebagai BUMN, PT. Garuda Indonesia juga mempunyai tanggung jawab, yaitu sebagai wakil Indonesia dalam bidang pembangunan, khususnya penerbangan untuk memasuki dunia internasional dan sebagai wakil rakyat Indonesia.

Melihat perkembangan globalisasi saat ini dan bidang penerbangan juga sangat berkembang dengan jalannya globalisasi, Garuda Indonesia berhasil menunjukkan kesuksesan di dunia internasional dan masuk dalam kategori salah satu maskapai terbaik di dunia. seiring dengan keberhasilan Garuda ini yang menjadi daya tarik Liverpool dan Chelsea untuk mengadakan kerjasama dengan Garuda Indonesia. Namun dengan adanya kesamaan dan pertimbangan yang baik Garuda Indonesia memilih Liverpool Football Club sebagai mitra kerjasamanya di bidang *sponsorship*.

Kerjasama yang dilakukan oleh Liverpool dan Garuda Indonesia terbukti melalui penandatanganan kerjasama (MoU). Kerjasama ini berdurasi tiga tahun atau tiga musim dan dimulai musim 2012 bulan Agustus.²

Dalam kerjasama ini Garuda Indonesia dapat memperpanjang durasi tayang brand/logo Garuda Indonesia pada "*Light Emiting Diode (LED)*" di sisi

²MoU Garuda Indonesia dengan Liverpool FC dalam <http://www.indonesia-investments.com/upload/documenten/garuda-indonesia-annual-report-2013-giaa-laporan-tahunan-company-profile-indonesia-investments.pdf> , diakses pada 20 oktober 2014

lapangan Stadion Anfield markas dari Liverpool FC pada setiap pertandingan yang dilaksanakan Liverpool FC sepanjang musim 2014/2015 hingga musim 2015/2016. Kerjasama berikutnya ialah kerjasama dalam bentuk training kit di musim 2014/2015.³

Landasan Teori

Penulis menggunakan teori dan tingkat analisa untuk membantu penulis dalam mendeskripsikan permasalahan dalam penelitian ini. Teori berasal dari bahasa Yunani yang artinya melihat atau memperhatikan.⁴ Dapat ditarik definisi bahwa teori adalah pekerjaan mendeskripsikan apa yang terjadi, menjelaskan mengapa itu terjadi dan mungkin juga meramalkan kemungkinan berulangnya kejadian itu di masa depan.

Level analisis adalah target analisis dimana peneliti dapat memperoleh gambaran dan penjelasan yang akurat tentang perilaku negara.⁵ Level analisis yang dipakai oleh peneliti adalah level analisis negara, dimana dalam level analisis ini menjelaskan perilaku tentang negara di tentukan oleh faktor-faktor internal dari negara tersebut.

Menurut Rourke,⁶ yang diperlukan ketika seorang peneliti menggunakan level

analisis negara adalah pemahaman tentang bagaimana berbagai aktor (birokrat, kelompok kepentingan dan badan legislatif) di dalam negara berperan dalam pengambilan kebijakan luar negeri.

Perspektif yang digunakan penulis ialah perspektif neoliberal. Pada dasarnya pandangan-pandangan neoliberal bersandar pada gagasan liberalisme ekonomi klasik seperti Adam Smith (1723-1790) dan David Ricardo (1722-1823). Menurut Robert McChesney (2001) neoliberalisme berkenaan dengan suatu keyakinan yang sangat kuat menyangkut kemampuan pasar untuk menggunakan teknologi-teknologi baru untuk memecahkan persoalan-persoalan sosial dengan hasil lebih baik dibandingkan dengan alternatif yang lain.⁷

Teori yang dipakai peneliti adalah teori globalisasi. Cochrane dan Pain menegaskan bahwa dalam kaitannya dengan globalisasi, terdapat tiga posisi yang dapat dilihat, yaitu: pertama para globalis percaya bahwa globalisasi adalah sebuah kenyataan yang memiliki konsekuensi nyata terhadap bagaimana orang dan lembaga di seluruh dunia berjalan. Mereka percaya bahwa negara-negara dan kebudayaan lokal akan hilang diterpa kebudayaan dan ekonomi global yang homogen.

Para globalis tidak memiliki pendapat sama mengenai konsekuensi terhadap proses tersebut. Kedua para globalis positif dan optimistis menanggapi dengan baik perkembangan semacam itu dan menyatakan bahwa globalisasi akan menghasilkan masyarakat dunia yang toleran dan bertanggung jawab.

³Kerjasama Garuda Indonesia dengan Liverpool dalam <http://www.garuda-indonesia.com/id/id/news-and-events/liverpool-fc-partnership/announcement.page>, diakses pada 27 September 2014

⁴Mohtar Mas' oed. 1994. Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metodolog., Jakarta : LP3ES. Hlm:185.

⁵Olivia. Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional. Jurnal Vol 5, No. 1, Juli 2013 diakses dari <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=138968&val=2274&title=Level%20Analisis%20Sistem%20dan%20Teori%20Hubungan%20Internasional>, diakses pada 21 Oktober 2014

⁶John T Rourke, International Politics on the World Stage, 5th ed., (Connecticut: Dushking Publishing Group, 1995)

⁷Puji Rianto. Jurnalisme dalam Tatanan Neoliberal dan Krisis Demokrasi. Jurnal Vol 9, No 1, Juli 2005 diakses dari <http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&ved=0CGEQFjAH&url=http://www.garuda-indonesia.com/id/id/news-and-events/liverpool-fc-partnership/announcement.page>, diakses pada 27 September 2014

Ketiga para globalis pesimis berpendapat bahwa globalisasi adalah sebuah fenomena negatif karena hal tersebut sebenarnya adalah bentuk penjajahan barat.⁸

Penggunaan teori Globalisasi dalam penelitian menunjukkan bahwa Garuda Indonesia telah meningkatkan dan telah ikut serta di tingkat global itu bisa di lihat dari maskapai Garuda tengah mengembangkan pengaruhnya ke dunia luar. Dan itu bisa dilihat dari keberhasilan Garuda melakukan program transformasi perusahaan “ *Quantum Leap 2011-2015*” dan ingin menjadi Global Player, dan menghasilkan pengakuan dari dunia internasional setelah berhasil meraih “*The World’s Best Regional Airline*” pada tahun 2012. Penghargaan ini diberikan oleh Skytrax dimana Skytrax ini merupakan lembaga atau perusahaan yang berdiri di London yang melakukan riset mengenai maskapai penerbangan.⁹

Tahun 2013 Garuda Indonesia kembali mendapatkan predikat “World Best Economy Class 2013” dari Skytrax (Lembaga pemeringkat penerbangan independen yang berkedudukan di London).¹⁰

Sejalan dengan langkah Garuda yang ingin lebih mengembangkan perusahaan di tingkat Internasional atau global, Garuda Indonesia memilih bekerjasama dengan salah satu club sepak bola raksasa Inggris yaitu Liverpool.

Pembahasan

Tahun 2011 telah terbukti menjadi tahun rekor untuk perjalanan ke Eropa.

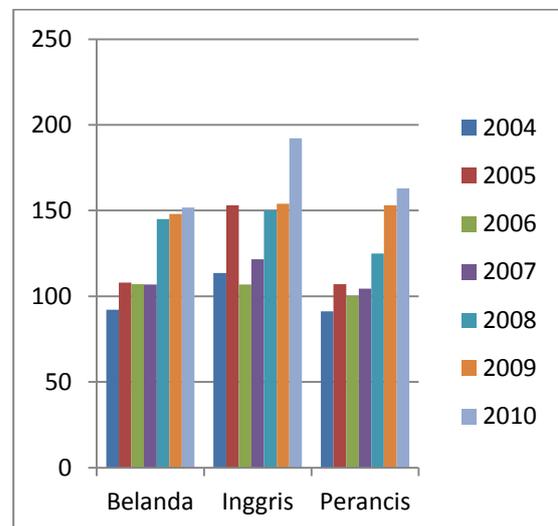
⁸ B. Evi. Perspektif Global. Dalam <http://www.staff.umy.ac.id/sites/default/files/point%20PERSPEKTIF%20GLOBAL.pdf>, pada 8 April 2105

⁹Lembaga riset mengenai maskapai penerbangan dalam <http://www.airlinequality.com/index.htm>, diakses pada 20 oktober 2014

¹⁰Penghargaan Garuda Indonesia dalam <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/investor-relations/about-garuda-indonesia/corporate-profile/award.page?>. Diakses pada 10 Oktober 2014

Kunjungan internasional pada kecepatan untuk tumbuh menjadi 6 % untuk tahun 2012, melebihi puncak yang telah ditetapkan pada tahun 2008. Pemulihan ini terjadi dan mencatatkan pertumbuhan pada tahun 2011 untuk hampir setiap tujuan di Eropa (*European Tourism in 2011 : Trends & Prospect, 2012*). Hal ini diperkuat dengan data kunjungan wisatawan Eropa yang masuk ke Indonesia pada tahun 2004 sampai dengan 2010.

Gambar 1.1 menunjukkan adanya pertumbuhan jumlah wisatawan yang masuk ke Indonesia dari Tiga Negara di Eropa yaitu Belanda, Inggris, dan Perancis.



Grafik 1.1 Kunjungan Wisatawan Eropa 2004-2010

Sumber : BPS, 2011

Sebagai tanggapan akan pertumbuhan jumlah wisatawan Eropa yang masuk ke Indonesia, Garuda Indonesia sebagai salah satu perusahaan penerbangan komersial di Indonesia yang melayani rute domestik dan internasional berusaha untuk membidik pasar Eropa tersebut. Rute yang dibidik oleh Garuda Indonesia adalah rute penerbangan di kawasan Eropa seperti penerbangan ke kota Amsterdam, Frankfurt, London, Paris, Roma. Rute tersebut merupakan rute yang pernah diterbangi oleh Garuda Indonesia, akan tetapi rute-rute tersebut pernah ditutup pada tahun 2004.

Salah satu strategi Garuda Indonesia dalam menjangkau pasar Eropa yaitu melakukan ekspansi perusahaan ke Eropa. Ekspansi telah menjadi sebuah topik yang populer dalam beberapa tahun terakhir ini. Hal ini terjadi karena pada awalnya ekspansi biasanya dilakukan dan diperbincangkan di kalangan bisnis saja, namun semakin majunya perkembangan zaman yang semakin terbuka dalam bidang teknologi informasi dan perdagangan yang semakin global, telah mendorong seseorang untuk melakukan perluasan-perluasan di setiap perusahaan.

Ekspansi sendiri memiliki makna perluasan yang identik dengan perluasan wilayah. Hal ini seperti waktu penjajahan Belanda terhadap negara Indonesia, mereka melakukan ekspansi ke negara Indonesia dengan mengeruk kekayaan yang ada dalam negara Indonesia, namun dalam ekonomi dan bisnis, kata ekspansi memiliki arti luas, tidak hanya menjajah melainkan mengembangkan dan melebarkan usahanya dalam bidang-bidang tertentu agar tetap mendapatkan keuntungan dan tetap berdiri.

Ekspansi atau perluasan bisnis diperlukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai efisiensi, menjadi lebih kompetitif, serta untuk meningkatkan keuntungan atau profit perusahaan, sehingga arti ekspansi perusahaan adalah perluasan perusahaan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dibidang tertentu untuk mencapai efisiensi, lebih kompetitif dan untuk meningkatkan profit atau keuntungan. Jenis ekspansi perusahaan yang dilakukan PT. Garuda Indonesia ialah ekspansi perusahaan dalam bentuk pemasaran/ promosi dimana harapannya masyarakat internasional dapat lebih mengenal Garuda Indonesia sebagai maskapai penerbangan yang sudah go internasional.

Ekspansi ke pasar global dapat ditempuh dengan berbagai cara diantaranya dengan ekspor, lisensi, aliansi, akuisisi dan mendirikan anak perusahaan

baru. Sebagai bahan pertimbangan yang dapat digunakan perusahaan untuk memilih pasar antara lain adalah faktor-faktor khusus perusahaan, faktor-faktor khusus pasar dan faktor-faktor khusus lingkungan.

Indikator pasar dapat dianalisis dari beberapa aspek seperti PNB per kapita, populasi suatu negara dan biaya konsumsi dari negara-negara tertentu.¹¹ Ini yang dilakukan PT. Garuda Indonesia demi melakukan Ekspansi ke Pasar Global khususnya Eropa dengan melakukan kerjasama dengan Liverpool Football Club dimana Liverpool merupakan salah satu Club terbaik di Liga Inggris. Dalam kerjasamanya dengan Liverpool Football Club Garuda Indonesia berkesempatan untuk semakin mudah melakukan ekspansi bisnis nya ke pasar Eropa karena Liverpool Football Club memiliki kekuatan nama yang tinggi baik di Eropa maupun di dunia.

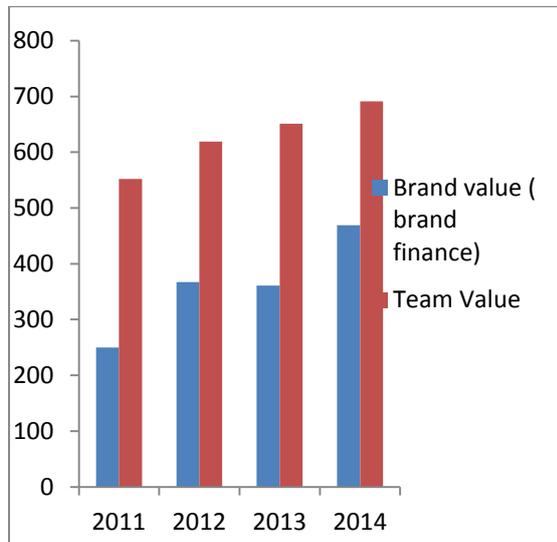
Melalui Brand Liverpool Football Club Garuda Indonesia Dapat Dikenal Dunia

Ketenaran suatu brand perusahaan akan mempengaruhi pemasukan dan keuntungan dari sebuah perusahaan tersebut. Liverpool Football Club yang merupakan Club sepakbola asal Inggris berhasil memasuki sepuluh besar club dengan nilai brand tertinggi di Eropa, dimana Eropa merupakan benua dengan Liga terelit di dunia. Dengan banyaknya jumlah fans yang berbasis di Asia Liverpool kini menempati peringkat ke tujuh di tahun 2013 dan di tahun 2014 di peringkat delapan.¹²

¹¹ Ekspansi Pasar Global dalam <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/126>, diakses pada 1 Maret 2015

¹² Brand Finance Football 50 (USD) dalam http://www.brandfinance.com/images/upload/brand_finance_football_50_2014_web.pdf, diakses pada 2 desember 2014

Grafik 1.6 *Brand / Team Value* (Nilai Merek) Liverpool Football Club tahun 2011-2014 (dalam hitungan juta dolar US)



Sumber : dari

<http://www.statista.com/statistics/267384/liverpool-fc-brand-team-value/>

Statistik di atas menunjukkan perkembangan peningkatan *brand value* (nilai merek) Liverpool Football Club tahun 2011-2014, dimana pada tahun 2011 Brand Value Liverpool Football Club mencapai nilai 250 juta US dollar dan *team value* berada pada 552 juta US dollar. Tahun 2012 brand value Liverpool mengalami peningkatan dengan mencapai nilai 367 juta US dollar dan team value mencapai 691 juta US dollar. Tahun 2013 brand value Liverpool mengalami sedikit penurunan menjadi 361 juta US dollar namun team value meningkat mencapai 651 juta US dollar. Brand value Liverpool football cluba pada tahun 2014 meningkat mencapai 469 juta US dollar dan team value mencapai nilai 691 juta US dollar.

Dengan memiliki kerjasama di berbagai bidang dan perusahaan-perusahaan ternama nama Liverpool saat ini beredar hampir ada di setiap benua. Dengan adanya kerjasama seperti dengan perusahaan asal Amerika yang brand nya sudah sangat di kenal masyarakat global yaitu *Dunkin Donat*, setiap penikmat

Donkin Donat di Amerika bisa dengan jelas melihat bagaimana *Donkin Donut* menggunakan pernak-pernik Liverpool dan iklan dengan menggunakan brand dari Liverpool. Dengan Brand Liverpool yang sudah semakin menguat di Global secara otomatis penggemar akan semakin memiliki niat untuk melihat website resmi Liverpool Football Club yang tersedia dengan berbagai ragam bahasa. Kepopuleran dari Liverpool ini yang coba di manfaatkan oleh Garuda Indonesia yang merupakan maskapai penerbangan nasional Indonesia yang tengah memperluas Brand Awareness nya di tingkat Global yang mana dengan terpampangnya nama Garuda Indonesia sebagai sponsor Liverpool akan memunculkan paradigma masyarakat khususnya penggemar Liverpool untuk mencari tau lebih dalam lagi apa itu Garuda Indonesia.

Semakin besarnya Brand Garuda Indonesia akan membuka kemungkinan yang besar untuk Garuda Indonesia menambah rute penerbangan ke dunia Internasional yang saat ini sudah memiliki 36 rute Internasional untuk semakin eksis di dunia internasional seperti halnya Emirates Airlines yang telah memiliki brand ternama yang salah satunya memalului kerjasama di bidang sepakbola dan olahraga lainnya.

Dengan meningkatnya brand dari Garuda Indonesia akan semakin menambah pemasukan buat Indonesia karena Garuda Indonesia adalah badan Usaha Miliki Negara yang bertugas untuk mendorong perekonomian negara dan membantu negara dalam mengurangi pengangguran. Kali ini ekonomi politik Indonesia bekerjasama dengan Inggris melalui kerjasama Garuda Indonesia dengan Liverpool FC.

Kerjasama Garuda Indonesia dengan Liverpool Football Club

1. Tahun 2012 Garuda Indonesia resmi menjadi “*Official Global Partner*” untuk Liverpool Football Club
2. Logo Garuda tampil dalam LED di pinggir Stadion Liverpool “*Anfield*” berdurasi 8 menit.
3. Tahun 2013 Garuda Indonesia juga telah menjadi bagian dari kesuksesan kegiatan Liverpool FC *Pre Season Tour 2013* yang di laksanakan di tiga kota besar di Asia yaitu Jakarta (Indonesia), Melbourne (Australia), dan Bangkok (Thailand). Garuda Indonesia menjadi *Official Global Airline Partner of Liverpool Football Club*.¹³
4. Tahun 2014 Logo Garuda Indonesia berada pada *Training Kit* Liverpool Football Club.
5. Garuda Indonesia dan Liverpool Football Club mengadakan pelatihan dengan *British Council*.

Kesimpulan

PT. Garuda Indonesia adalah maskapai penerbangan asal Indonesia yang merupakan Badan Usaha Milik Negara Indonesia. Saat ini PT. Garuda Indonesia merupakan maskapai terbaik di Indonesia. Maskapai ini juga telah memiliki sertifikat *IATA Operational Safety Audit (IOSA)* dari IATA yang menunjukkan maskapai ini telah memenuhi standart keselamatan penerbangan internasional dan telah bergabung dalam aliansi *SkyTeam*.

Tahun 2010 Garuda Indonesia mendapatkan penghargaan dari skytrax yaitu “*World’s Most Improved Airline*”. Pada tahun 2013 maskapai ini juga mendapatkan penghargaan dari Skytrax

yaitu “*World Best Economy Class*” dan “*World Best Economy Class Seat*”. Pada tahun 2014 Garuda Indonesia mendapat penghargaan “*World 5-Stars Airline*” dari Skytrax.

Keberhasilan Garuda Indonesia dalam kanca internasional rupanya membuat maskapai nasional Indonesia ini mendapat ketertarikan dari dua club sepakbola terkenal di Eropa yakni Chelsea dan Liverpool. Chelsea dan Liverpool FC merupakan club-club terbaik di Liga Inggris yang berbasis di Eropa. Dan merupakan Club sepak bola inggris yang belum memiliki kerjasama *sponsorship* di bidang maskapai penerbangan.

Garuda Indonesia memilih kerjasama dengan Liverpool FC disebabkan Liverpool Football Club sebagai salah satu club terbaik Liga Inggris memiliki cakupan yang luas dan merupakan awal dari perkembangan ekspansi PT. Garuda Indonesia dalam memperluas rute penerbangan elit ke Eropa. Melalui kerjasama ini brand Garuda Indonesia akan semakin dipercaya para pengguna transportasi udara baik pengguna dari Indonesia maupun Eropa terkhusus masyarakat London.

PT. Garuda Indonesia melakukan kerjasama dengan Liverpool Football Club selain Liverpool FC merupakan pintu gerbang ekspansi Garuda di Eropa, Liverpool FC juga memiliki fans terbanyak di Indonesia dan Liverpool memiliki harga sedikit lebih terjangkau dibandingkan Chelsea FC. Basis Asia juga merupakan faktor Garuda Indonesia memilih Liverpool FC sebagai mitra kerjasama Sponsorship dan juga sejarah Liverpool yang memilii sederetan prestasi Eropa.

Liverpool Football Club juga melihat bahwa Indonesia sebagai pangsa pasar yang besar yang dikarenakan jumlah fans Liverpool Football Club terbanyak di Asia yaitu mencapai 1.500.000 fans yang

¹³ Liverpool Pre Season Tour dalam <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/news-and-events/liverpool-fc-video-contest.page?>, diakses pada 16 Maret 2015

tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Dengan adanya kerjasama antara Liverpool dengan Garuda Indonesia, Liverpool akan lebih mudah menjangkau para fans nya yang berada di Indonesia. Selain itu Liverpool dapat menjual produk baju mereka kepada indonesia melalui Garuda Indonesia.

Pentingnya kehadiran fans dalam dunia sepakbola saat ini telah menjadi kunci sukses para klub- klub sepakbola untuk meraih keuntungan dan dukungan dalam bermain. Serta transportasi untuk melaksanakan pertandingan tandang di nilai penting oleh Liverpool sebagai club sepakbola yang besar dan mempunyai nama yang baik untuk dapat bertanding ke luar negaranya, maka dari itu Liverpool Football Club menawarkan kepada Garuda Indonesia untuk menjalin kerjasama sponsorship yang akan membuat maskapai Garuda Indonesia menjadi penerbangan resmi Liverpool Football Club.

Daftar pustaka

Jurnal

Emmy latifah, Liberalisasi Perdagangan Jasa Penerbangan Melalui Kebijakan Open Sky dan Implikasinya bagi Indonesia, dalam http://law.uui.ac.id/images/stories/Jurnal1%20Hukum/13_emmy%20Latifah.pdf, diakses pada 1 oktober 2014

Helwani, Hendra.2002. Ekonomi Poitik Internasional dan Globalisasi Ekonomi. Jakarta : Ghali Indonesia.

M. Saeri. Teori Hubungan Internasional Sebuah pendekatan Paradigmatik. Jurnal transnasional. Vol.3, No.2, Zfebruari 2012 dalam <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=31725&val=274>, diakses pada 21 Oktober 2014

Profil PT. Garuda Indonesia dalam <http://e-journal.uajy.ac.id/1847/3/2/KOM02799.pdf>, diakses pada 1 Oktober 2014.

Tri Eka Sandiri. Strategi Public Relation Maskapai Garuda indonesia dalam kerjasama dengan Liverpool FC Periode Februari s/d mei 2003, dalam <http://thesis.binus.ac.id/doc/lain-lain/2012-2-01411-MC%20workingPaper001.pdf>, diakses pada 1 Oktober 2014.

Wibowo Kuntjoroadi, Nurul Safitri, Analisis Strategi bersaing dalam persaingan usaha Penerbangan Komersial, dalam <http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/viewFile/603/588> , diakses pada 1 oktober 2014.

Yessi olivia, level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional. Jurnal transnasional, Vol 5, No.1, Juli 2013 dalam <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=138968&val=2274&title=level%20Analisis%20dan%20teori%20teori%20hubungan%20Internasional>, diakses pada 21 Oktober 2014.

Buku

Hakim, chappy.2010. Berdaulat di Udara: membangun Citra penerbangan Nasional. Jakrta : PT.Kompas media Nusantara

Holsti, K. J.1980. Politik Internasional: Kerangka untuk Analisa. Jakarta: Erlangga

Jakson, Robert dan georg Sorensen.2009. Pengantar Studi Hubungan Internasional, Yogyakarta graha ilmu.

Stans Jill& petiiford Lloyd. 2009. Hubungan Internasional

Internet

Garuda Indonesia resmi Terbang Nonstop ke Eropa dalam <http://www.tempo.co/read/news/2014/05/30/090581267/garuda-Indonesia-resmi-terbang-Nonstop-ke-Eropa> , diakses pada 1 Oktober 2014

<http://www.indonesia-investment.com/upload/document/garuda-indonesia-annual-report-2013-giaa-laporan-tahunan-company-profile-indonesia-investment.pdf>

<http://issu.com/metrورياu/docs/090912/18>

http://www.bbc.co.uk/indonesia/olahraga/2014/09/1409911_liverpool_strategi_global

<http://www.koran-sindo.com/node/362711>

<http://www.tubasmedia.com/berita/kemajuan-keuangan-liverpool-fenomenal/>