

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Umum Perusahaan

Joma *Sport* adalah perusahaan *sportwear* Spanyol yang didirikan pada tahun 1965 oleh Fructuoso López. Sekarang Joma memiliki anak perusahaan di Amerika Serikat, Mexico, Panama, Hong Kong, Italia, Jerman, dan Inggris, dan fasilitas manufaktur di Spanyol, Meksiko, dan Cina, dengan jaringan distribusi di lebih dari 28 negara, termasuk Indonesia. López memulai perusahaan dengan pembuatan sepatu olahraga, kaos tim untuk Sepak bola, aksesoris, dan pakaian kasual.

Pada tahun 1965 Joma berawal dari pembuatan sepatu olahraga dengan hanya delapan karyawan. Di tahun 1968 Joma membangun pabrik baru seluas 500 meter persegi dan dengan mempekerjakan lebih dari 20 orang. Dengan bertambahnya jumlah karyawan mengembangkan produk, yaitu merancang perlengkapan olahraga dan pakaian santai. Dan untuk pertama kalinya pada tahun 1980 peresmian pabrik kedua dengan 2.000 meter persegi dan sekarang mempekerjakan 70 staf dan memiliki dua jalur baru perakitan semi-otomatis. Di tahun ini Joma mengadakan pameran untuk pertama kalinya di Munich, Jerman.

Setelah 7 tahun di tahun 1987 Joma mengembangkan inovasi baru yaitu dengan mengembangkan sistem suspensi CPC (*Control Press Chamber*). Tahun 1988 Joma membuka pabrik ketiga dan menjadi kantor pusat dengan

lebih dari 65.000 meter persegi dengan dua jalur perakitan sepenuhnya otomatis dan lebih dari 100 staf. Seiring dengan perkembangan perusahaan di tahun ini Joma memilih untuk mensponsori atlet sepak bola, yaitu Martín Vázquez (Real Madrid) dan Francisco (Sevilla FC). Tahun 1989 Miquel Soler dan Txiki Beguiristain dari FC Barcelona dan Emilio Butragueño dari Real Madrid menandatangani kontrak dengan Joma.

Seiringnya waktu pada tahun 1990 Joma merayakan ulang tahun ke 25 dan meresmikan anak perusahaan di Niederaula, Jerman (JOMA SPORTSCHUHE VERTRIEBS GmbH). Di tahun ini José Luis González, pemegang rekor dunia lari 1.500 meter bergabung dengan klub atletik Joma. Alfonso Pérez (Real Madrid) tanda tangan kontrak dengan Joma. Majalah *Compra Maestra* Spanyol mengakui boot 512 sebagai yang paling kompetitif di pasar. Joma terus mengembangkan Koleksi tekstilnya. Puncaknya pada tahun 1992 Joma menjadi penjualan sepatu sepak bola terbesar dari Spanyol. Fermín Cacho memenangkan medali emas untuk lari 1.500 meter pada Olimpiade 1992 di Barcelona. Alfonso Pérez memenangkan medali emas untuk sepak bola dengan tim nasional Spanyol.

Di tahun 1997 Joma menjadi *brand leader* di futsal, yaitu permainan yang mendominasi Dunia saat ini dan European Futsal Spain, berkat kepeloporan produk sepatu *indoor* mereka yang dipakai oleh para pemain dan pelatih. Selain Sepatu, Joma *Sport* telah mengembangkan reputasi sebagai produsen perlengkapan tim yang berkualitas dan merek Spanyol yang pandai memilih dan menentukan adalah jelas dalam ruang lingkup mereka.

Ikatan hubungan yang unik dan terpercaya antara pemain dan klub di seluruh dunia selalu mencerminkan prinsip-prinsip keluarga yang kuat, yang terus mendorong keberhasilan merek Joma *Sport* pada tahun 2000. Joma

Family termasuk nama seperti Deportivo de La Coruña dan Sevilla FC dari La Liga Spanyol, di samping tim nasional Honduras dan Kosta Rika, sedangkan pemain seperti Francisco Pavón, Ivan Helguera, dan Javier Portillo dari Real Madrid memakai sepatu Joma. Produk Joma *Sport* diproduksi menggunakan mesin terbaru dan teknologi maju, dan dibuat oleh tim desainer ahli bekerja sama dengan pemain sepak bola profesional dan tim dokter spesialis, teknisi medik olahraga, terapis fisik, dan biomekanik.

Hubungan dengan Britania Raya yang lebih diperkuat pada tahun 2003 dengan pembukaan anak perusahaan Joma-Inggris, di Leamington Spa. Charlton Athletic bergabung dengan Joma. Dan pada tahun 2005 Joma memproduksi perlengkapan tim Cardiff City dan Derby County dari awal musim 2005/06, sementara Rory Delap dari Klub Southampton, Naybet dari Klub Tottenham dan Inigo Idiakez dari Derby County, semua adalah bagian dari keluarga Joma.

Tahun 2006 Joma memperpanjang kemitraan dengan Charlton Athletic dengan menandatangani kontrak empat tahun untuk melanjutkan sebagai Suplayer resmi perlengkapan team. Di tahun 2009 menandatangani kontrak dua tahun dengan Leicester City untuk menjadi Suplayer resmi perlengkapan team. Joma telah menandatangani kesepakatan dengan Germinal "De Ploeg van 't Stad" Beerschot. Mereka adalah satu-satunya team Belgia yang bermain di Divisi Utama.

Berawal dari perusahaan yang berada di Toledo Spanyol, Joma sekarang memiliki anak perusahaan di Amerika Serikat, Mexico, Panama, Hong Kong, Italia, Jerman dan Inggris, dengan jaringan distribusi di lebih dari 28 negara. Joma saat ini merupakan pemasok perlengkapan tim resmi untuk St Johnstone FC, Leicester City FC, Perak, Sevilla FC, Charlton Athletic FC, FK

Vojvodina Novi Sad, Getafe, Independiente Medellin, Persib Bandung dan klub sepak bola lainnya. Joma juga merupakan pemasok resmi perlengkapan team sepak bola nasional untuk Honduras, dan Nikaragua.

Sumber : Admin Joma, Profil, 2010

1.1.2 Logo Joma Sport

Gambar 1.1

Logo Joma Sport



(Sumber : Admin joma Sport, Logo Joma Sport , 2011)

1.1.3 Produk Joma Sport

Joma Sport menjual beragam jenis perlengkapan olahraga diantaranya adalah :

Tabel 1.1

Produk Futsal Joma Sport

<i>Futsal</i>	1. <i>Accesories</i>	a. <i>Egeo 4</i> b. <i>Escalera Big</i> c. <i>Escalera Med</i> d. <i>Shoe Bag</i> e. <i>Shock</i>
	2. <i>Jersey</i>	a. <i>Centenario</i> b. <i>Picasho</i>
	3. <i>Shoes</i>	a. <i>Dimension</i> b. <i>Exquisito</i> c. <i>Lozano</i> d. <i>Optima</i> e. <i>Toledo Turf</i> f. <i>Top Flex 2010</i>
	4. <i>Short</i>	a. <i>Real</i> b. <i>Tokio Pants</i>

Sumber : Admin Joma, Produk Futsal, 2011

Tabel 1.2

Produk *Lifestyle Joma Sport*

<i>Lifestyle</i>	1. <i>Accesories</i>	a. <i>Cesto bp</i> b. <i>Joma Tech</i> c. <i>Numero</i>
	2. <i>Polo Shirt</i>	a. <i>Bonita</i> b. <i>Marinero</i> c. <i>Primero</i>
	3. <i>Shirt</i>	a. <i>J Classic</i> b. <i>J Corner</i> c. <i>J Free</i>
	4. <i>Shoes</i>	a. <i>Grifo</i> b. <i>Nero</i>

Sumber : Admin Joma, Produk Lifestyle, 2011

Tabel 1.3

Produk Soccer Joma Sport

<i>Soccer</i>	1. <i>Accesories</i>	a. <i>Egeo 5</i> b. <i>Escalera Big</i> c. <i>Escalera Med</i> d. <i>Shock</i> e. <i>Valle SB</i> f. <i>Vest</i>
	2. <i>Jacket</i>	a. <i>Champion</i> b. <i>Escudo</i> c. <i>Pant</i>
	3. <i>Jersey</i>	a. <i>Academy</i> b. <i>Centenario</i> c. <i>Champion</i> d. <i>Eco</i> e. <i>Picasho 3</i> f. <i>Premiere</i>
	4. <i>Shoes</i>	a. <i>Fit One</i> b. <i>Shiny</i> c. <i>Total Fit Ultra Light</i> d. <i>Total One</i>
	5. <i>Shorts</i>	a. <i>Champion Bermuda</i> b. <i>Real</i> c. <i>Tokio</i>

Sumber : Admin Joma, Produk Soccer, 2011

Tabel 1.4

Produk *Tim Kit* (Seragam Tim) Joma Sport

<i>Tim Kit</i>	1. Persib Bandung	a. Persib <i>Back Pack</i> b. Perib <i>Cap</i> c. Persib <i>Jersey</i> d. Persib <i>Medical Bag</i> e. Persib <i>Polo</i> f. Persib <i>Rain Coat</i> g. Persib <i>Shoe Bag</i> h. Persib <i>T-Shirt</i> i. Persib <i>Travel Bag</i>
----------------	-------------------	---

Sumber : Admin Joma, Produk Tim Kit, 2011

Tabel 1.5

Produk *Tennis* Joma Sport

<i>Tennis</i>	1. <i>Polo Shirt</i>	a. <i>Picasho 3</i>
	2. <i>Short</i>	a. <i>Danubio Tennis</i> b. <i>Picasho Pant Tennis</i> c. <i>Taza</i>

Sumber : Admin Joma, Produk Tennis, 2011

Pada tabel – tabel diatas adalah produk – produk Joma Sport yang dijual di Indonesia.

1.1.4 Toko Joma Sport

1. Batam

Golden Trully Batam

Alamat : BCS, Jln. Bunga Raya Cibalo, Batam 29432

2. Jakarta

Pasaraya Blok M

Alamat : Iskandar Syah II, Blok M, Kebayoran Baru. Jakarta Selatan

3. Depok

Golden Trully Depok

Alamat : Depok Mall, Jl. Margonda Raya, Depok, Bogor

1.1.5 Sponsor

Nasional

1. Klub

- a. Persib Bandung (Klub Sepakbola)
- b. Pelindo-II Futsal Club (Klub Futsal)

2. Pemain

- a. Indra KurniaPurnomo (Pemain Futsal)
- b. Hairul Saleh Ohorella (Pemain Futsal)
- c. Roby Hartono (Pemain Futsal)

Internasional

1. Klub

- a. Getafe C.F. (Klub Sepakbola)
- b. Sevilla (Klub Sepakbola)

2. Pemain

- a. Feliciano Lopez (Pemain Tenis)
- b. Juan Carlos Ferrero (Pemain Tenis)
- c. Marcel Granollers (Pemain Tenis)

- d. Frederic Kanoute (Pemain Sepak Bola)
- e. Pepe Reina (Pemain Sepak Bola)

1.2 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi khususnya pada bisnis olahraga cukup menjanjikan, hal ini disebabkan banyaknya *event* olahraga baik tingkat nasional maupun internasional dapat dijual. Banyak *event organizer* merasa untung besar dalam menyelenggarakan pertandingan olahraga (khususnya basket, voli, dan sepak bola). Dengan kebutuhan kesehatan maupun prestasi akan olahraga di masyarakat, maka banyak orang yang membutuhkan dan memiliki alat dan fasilitas olahraga secara pribadi. Kebutuhan alat dan fasilitas olahraga maka akan meningkatkan permintaan konsumen, dan menumbuhkan bisnis olahraga yang positif.

Dalam perusahaan yang bergerak di Industri Olahraga, promosi cukup memegang peranan yang sangat sentral. Hal ini dikarenakan perkembangan dunia olahraga yang semakin maju dan pesat, dan tidak semua calon konsumen mengetahui keunggulan dari produsen olahraga.

Promosi merupakan faktor yang sangat penting di dalam suatu perusahaan. Tingkat promosi sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan di dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Tanpa adanya promosi yang baik dan berkualitas, masyarakat atau konsumen tidak pernah tahu manfaat dan kegunaan dari barang ataupun jasa yang telah dihasilkan oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu promosi adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan di dalam kelangsungan suatu perusahaan.

Semakin ketatnya persaingan dan perkembangan itu pula tentu akan memberikan semangat kompetisi disatu pihak, namun dipihak lain dapat juga

menjadi suatu ancaman bagi kelangsungan dan perkembangan usaha. Ancaman ini tidak hanya datang dari faktor pesaing saja, tetapi juga banyak faktor lain yang mempengaruhi dalam lingkungan bisnisnya. Keadaan ini memaksa dunia usaha untuk mau lebih peduli dan tanggap terhadap lingkungan usahanya, baik itu lingkungan internal maupun eksternalnya.

Untuk di Indonesia sendiri persaingan bisnis di bidang olahraga merupakan salah satu pasar yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Selain Indonesia juga memiliki klub olahraga seperti sepakbola yang cukup banyak, Indonesia juga memiliki suporter sepakbola yang fanatik. Produsen olahraga di Indonesia sendiri cukup banyak, baik merek lokal seperti Specs, Diadora dan Vilour maupun merek luar negeri seperti Adidas dan Nike.

Diantara begitu banyak produsen asal luar negeri terdapat produsen olahraga asal Spanyol bernama Joma *Sport*. Joma *Sport* yang sudah memiliki banyak anak perusahaan di dunia memulai untuk memasuki pasar Asia. Dan tujuan pertama untuk pasar di Asia adalah di Indonesia

Joma selaku produsen olahraga yang baru memasuki pasar di Indonesia dan cukup asing di Indonesia, tertarik untuk mensponsori klub sepakbola PERSIB Bandung. Semangat kemandirian Persib lepas dari APBD dan suporternya yang fanatik, membuat Joma memberanikan diri untuk melebarkan sayap bisnisnya di Indonesia melalui Persib.

Menurut Director Manager All Sport, selaku pemegang lisensi Joma di Indonesia, Lucky Moniaga, Joma yang menyponsori selama satu musim, melihat prospek bisnis yang cerah pada klub Persib setelah berbentuk badan hukum (PT). "Semoga dengan kerjasama ini, Joma bisa turut membantu Persib mencapai tujuannya, yaitu meraih juara di musim ini," ujar Lucky pada saat acara penandatanganan kontrak di Kantor PT PBB, Jln. Sulanjana No.17

Bandung, Senin (11/10). Menurut Lucky, bekerja sama dengan Persib, Joma *Sport* mempunyai harapan dapat mendongkrak prestasi bersama Persib. (Admin, 2011).

Gambar 1.2

Kerjasama Joma *Sport* dengan PERSIB Bandung



Sumber : Admin, 2011

Sejak berubah menjadi perseroan terbatas (PT), Persib Bandung selalu merugi. Dalam dua tahun terakhir, kerugian yang dialami oleh PT Persib Bandung Bermartabat (PBB) bahkan mencapai angka Rp 16 miliar. Sektor yang paling banyak menyedot dana adalah pembelian pemain. Dengan adanya *sponsorship* dari pihak luar bisa menekan kerugian pihak PERSIB. (Tampubolon, 2011)

Persib merupakan tim sepakbola pertama di Asia yang dipilih Joma. Kemandirian Persib yang lepas dari APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah) dan memiliki suporter setia yang fanatik dinilai menarik Joma untuk mensponsori kostum tim selama satu musim. Sebelumnya Jersey Resmi Persib menggunakan produk dari Diadora, menghadapi musim kompetisi 2010/2011, tim Persib bakal memakai kostum atau jersey setara

dengan tim-tim dunia. Pasalnya, mulai musim ini, Persib disponsori pabrikan jersey Joma. Berdasarkan informasi dari detik bandung, Jersey yang dikeluarkan Joma sudah tak asing lagi bagi tim-tim sepakbola di berbagai belahan dunia, khususnya Eropa. Beberapa pemain top dunia juga memakai jersey keluaran Joma, seperti kiper Liverpool Pepe Reina misalnya.

Direktur Utama PT PBB Umuh Muchtar mengatakan bahwa Persib senang dan juga bangga mendapat kepercayaan sebagai satu-satunya klub sepakbola yang mempromosikan produk Joma di Indonesia. "Kami berharap Joma lebih laku di pasaran, tingkat Jabar dan nasional," ujarnya. (Admin, 2011)

Gambar 1.3

Seragam Tim (*Jersey*) PERSIB Bandung



Sumber : Admin, 2011

Gambar 1.3 merupakan kaos (*jersey*) tim sepakbola PERSIB Bandung dengan berbagai sponsor termasuk Joma *Sport*.

Kegiatan *sponsorship* termasuk investasi yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*, *brand image*, serta meningkatkan volume penjualan. Selama periode kegiatan *event marketing* atau *sponsorship* berlangsung merupakan kesempatan yang sangat baik untuk menyampaikan pesan-pesan pemasaran secara luas. Usaha dalam suatu perebutan pangsa pasar berhubungan dengan banyak aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Permasalahan yang dihadapi Joma *Sport* sekarang ini, selain persaingan antar produsen olahraga di Indonesia sangat ketat dalam *sponsorship*, Joma *Sport* juga perlu memastikan bahwa *sponsorship* kepada klub sepakbola PERSIB Bandung dapat menarik minat masyarakat untuk membeli produk Joma *Sport*.

Dengan latar belakang tersebut penulis melakukan suatu penelitian dengan judul "**PENGARUH PROGRAM SPONSORSHIP JOMA SPORT PADA KLUB SEPAKBOLA PERSIB BANDUNG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JOMA SPORT DI KOTA BANDUNG TAHUN 2011**"

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana keputusan pembelian produk Joma *Sport* di kota Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh *sponsorship* Joma *Sport* kepada PERSIB Bandung terhadap keputusan pembelian?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui keputusan pembelian produk Joma *Sport* di kota Bandung.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh *sponsorship* Joma *Sport* kepada PERSIB Bandung terhadap keputusan pembelian.

1.5 Kegunaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan bagi pihak – pihak yang memerlukannya. Kegunaan penelitian ini diantaranya adalah :

1. Aspek teoritis (keilmuan)

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai *Sponsorship* yang dilakukan oleh Joma *Sport* pada produknya, serta dapat bermanfaat bagi masyarakat, khususnya rekan-rekan mahasiswa sebagai bahan penelitian lebih lanjut.

2. Aspek Praktisi

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan secara umum dan khususnya pada bagian marketing untuk yang lebih baik di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I berisi mengenai tinjauan objek studi, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori-teori yang mendukung penelitian ini. Adapun komposisi dari landasan teori adalah grand theory, middle theory, dan applied theory. Pada bab II menceritakan tentang kerangka teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III berisi mengenai jenis penelitian, operasionalisasi variabel, skala pengukuran, jenis dan teknik pengumpulan data, teknik sampling, uji validitas dan realibilitas, analisis data yang digunakan dalam penelitian, dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV menceritakan hasil dan pembahasan mengenai karakteristik tanggapan dilihat dari berbagai aspek, membahas dan menjawab rumusan masalah serta hasil perhitungan analisis data yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V ini berisi mengenai kesimpulan hasil analisis, saran bagi perusahaan dan saran bagi penelitian selanjutnya.