

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Elevenia

Elevenia.co.id adalah salah satu situs *e-commerce* open *marketplace* di Indonesia, berdiri pada tanggal 1 Maret 2014. Elevenia mendirikan tiga seller zone di Jakarta, yang bertempat di Plaza 89, Mangga Dua Mall dan Tanah Abang Blok B. Selain membuktikan bahwa penjual barang-barang yang dijual di Elevenia terpercaya, penjual juga bisa memanfaatkan seller zone untuk sesi fotografi produk-produk yang akan dijual di Elevenia dan memperoleh pelatihan tentang berjualan secara online. Elevenia adalah situs fasilitator yang menawarkan konsep berbeda dari situs lainnya. Bila situs-situs lain hanya memfasilitasi space pengiklanan dan selanjutnya menyerahkan kesepakatan transaksi pada pihak penjual dan pembeli, berbeda dengan konsep yang ditawarkan Elevenia. Situs ini merupakan produk dari PT. XL Planet (joint venture dari PT. XL Axiata Tbk dan PT. SK Planet Co, Ltd). Namun sekarang, keseluruhan saham dari PT. XL Planet sudah dijual kepada Salim Group dan menjadi pemilik dari situs *e-commerce* Elevenia (TechInAsia, 2017 diakses 19 Januari 2020 pukul 21.30).

Kelahiran Elevenia menunjukkan keseriusan XL dalam membangun dan mengembangkan bisnis Layanan Digital dan Layanan Data. Bekerjasama dengan SK Planet, XL yakin Elevenia akan bisa bersaing dan berkembang di Indonesia, sehingga dapat ikut mendorong dan menopang pertumbuhan XL di masa depan. Di sisi lain keberadaan Elevenia juga menunjukkan komitmen XL untuk mendukung dan mendorong berkembangnya para pelaku usaha, termasuk UMKM, melalui open marketplace.

1.1.2 Logo Elevenia

Perusahaan Elevenia memiliki logo yang merupakan simbol perusahaan seperti dibawah ini:



Gambar 1 Logo Elevenia

Sumber: www.elevenia.co.id (diakses 19 Januari 2020 pukul 22.10)

1.1.3 Visi & Misi Elevenia

Visi perusahaan yaitu untuk menjadi pemimpin pasar di tahun 2016, yang dimana telah dihasilkan dengan proposisi key value yang membedakan elevenia dengan e-commerce lainnya.



Gambar 2 Visi & Misi Elevenia

Sumber: www.elevenia.co.id (diakses 19 Januari 2020 pukul 22.10)

1.1.4 System Pembayaran

Elevenia akan memfasilitasi proses transaksi antara penjual dan pembeli. Penjual dan pembeli tak perlu berhubungan langsung atau melakukan COD (Cash On Delivery), tapi seluruh keamanan dan jaminan pembelian produk akan difasilitasi oleh

Elevenia. Bertransaksi melalui elevenia dijamin aman, karena menggunakan sistem pembayaran *Escrow System* (Elevenia, 2020 [diakses 19 Januari 2020 pukul 22.10](http://www.elevenia.co.id)).



Gambar 3 Escrow System

Sumber : www.elevenia.co.id (diakses 19 Januari 2020 pukul 22.10)

Untuk pilihan pembayaran, saat ini Elevenia 52 sudah memiliki beberapa pilihan, mulai dari online payment, transfer antar bank, pembayaran melalui ATM dan juga kartu kredit.

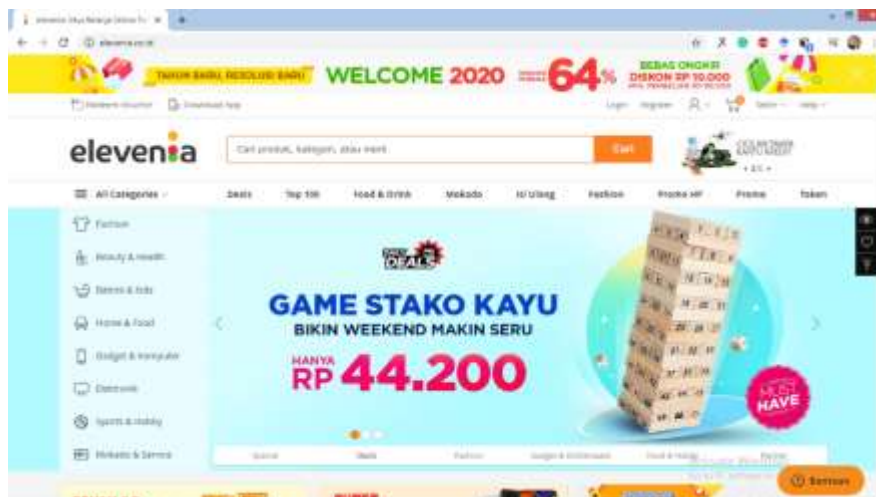


Gambar 4 Pembayaran

Sumber : www.elevenia.co.id (diakses 19 Januari 2020 pukul 22.10)

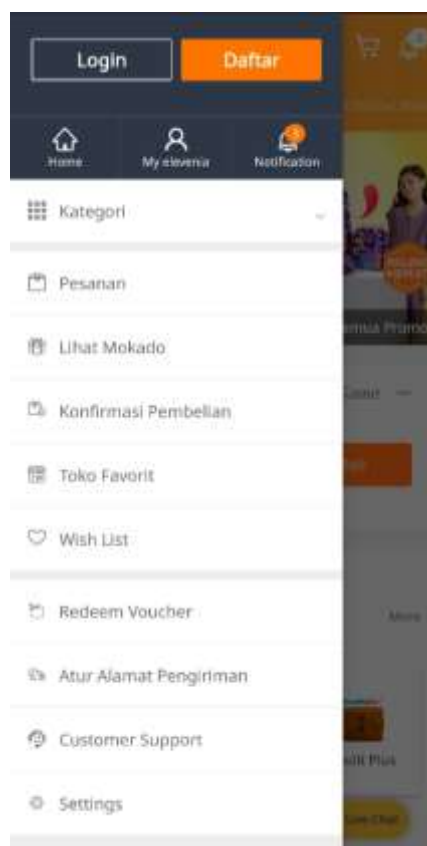
1.1.5 Tampilan Situs Elevenia

Elevenia dapat di akses di situs www.elevenia.co.id. Saat ini, Elevenia juga sudah bisa diakses melalui mobile version dan juga mobile applications yang sudah tersedia di Google Play untuk pengguna Android dan juga di Apple Store untuk pengguna iOS.



Gambar 5 Website Elevation

Sumber : www.elevation.co.id (diakses 19 Januari 2020 pukul 22.10)



Gambar 6 Elevation di Android

Sumber : Dokumentasi pribadi, 2020



Gambar 7 Elevenia di iOS

Sumber : Dokumentasi pribadi, 2020

Situs Elevenia menyajikan desain website yang menarik dengan pemilihan warna layout yang atraktif. Para pengguna yang berselancar ke situs ini pasti tertarik untuk melihat-lihat apa yang disajikan dan ditawarkan oleh situs ini. Apalagi ketika melihat display produk yang menarik dan tag aneka diskon dan voucher belanja. Merelakan sedikit waktu untuk membuka kategori produk pasti tak masalah. Elevenia memiliki 8 kategori utama, yakni *fashion*, *beauty/health*, *babies/kids*, *home/food*, *gadget/computer*, *electronic*, *sports/hobby*, dan *mokado/service*. (Elevenia, 2020 diakses 19 Januari 2020 pukul 22.10).

 Fashion	 Beauty/ Health	 Babies/ Kids	 Home/ Food
Pakaian Wanita Pakaian Pria Fashion Muslim Tas & Aksesoris Sepatu Perhiasan & Jam	Kosmetik Kesehatan & Perawatan Pribadi	Pakaian Bayi & Anak Perlengkapan Bayi Mainan, Buku, Fancy Stationery	Dekorasi Rumah Furnitur & Material Bangunan Perlengkapan Rumah Makanan & Minuman
 Gadget/ Komputer	 Elektronik	 Sports/ Hobi/ Otomotif	 Service/ Mokado
Mobile Phone / Smart Watch Kamera, Video Kamera & Drone Tablet, Notebook & Desktop Peralatan & Perlengkapan Kantor	Peralatan Rumah Home Entertainment	Olahraga & Outdoor Hobi Buku Otomotif	e-coupon & Layanan

Gambar 8 Kategori Produk Elevenia

Sumber : www.elevania.co.id (diakses 19 Januari 2020 pukul 22.10)

1.2 Latar Belakang

Dewasa ini akses terhadap internet sudah menjadi sebuah kewajiban bagi masyarakat. Berbagai macam kepentingan dapat dengan mudah diakses melalui internet. Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan pengguna internet yang tercepat di dunia. Menurut hasil penelitian Google dan Temasek, pertumbuhan pengguna internet pertahun di Indonesia untuk periode 2015-2020 adalah sebesar 19% (KataData, 2016 diakses 16 Januari 2020 pukul 14.01). Dengan tingginya angka pertumbuhan pengguna internet di Indonesia dapat memunculkan berbagai peluang bisnis yang dijumpai oleh internet seperti *e-commerce*. *E-commerce* merupakan sebuah wahana untuk melakukan sebuah transaksi jual-beli secara *online* baik berupa barang ataupun jasa. Menurut Jony Wong yang dikutip liputan6.com menjelaskan bahwa *e-commerce* adalah pembelian, penjualan, dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik seperti internet (Liputan6, 2019 diakses 30 Januari 2020 pukul 21.48).

Terdapat berbagai situs *e-commerce* di Indonesia seperti Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Elevenia, Shopee, Blibli, dan Jd.id. Elevenia merupakan situs belanja online dengan konsep *open marketplace* di Indonesia yang memberikan kemudahan dan keamanan berbelanja online. Situs ini menawarkan berbagai macam produk yang terbagi dalam 8 kategori antara lain: *fashion*, *beauty/helath*, *babies/kids*, *home/garden*, *gadget/komputer*, elektronik, *sports/hobby*, *service/food* (Elevenia, 2020 diakses 19 Januari 2020 pukul 22.10). Tentu saja dengan banyaknya situs *e-*

commerce yang ada di Indonesia, Elevenia memerlukan strategi pemasaran yang tepat agar tetap menjadi pilihan bagi konsumen. Dalam melakukan upaya untuk mencapai tujuan pemasaran, perusahaan harus mampu menciptakan daya saing untuk mengungguli kompetitor. Merek (*brand*) yang dimiliki perusahaan dapat menjadi daya saing dalam menjalani bisnis. Merek merupakan identitas yang dimiliki perusahaan dan mempresentasikan perusahaan di benak konsumen. Menurut Aaker (dalam Februarini, 2012: 2), merek merupakan identitas bagi setiap produk dan perusahaan sehingga berbeda dengan produk dan perusahaan lainnya. Kompetisi merek di dunia bisnis *e-commerce* terus meningkat, hal ini tidak terlepas dari semakin menjamurnya situs-situs *e-commerce* di Indonesia. Untuk menaikan merek perusahaan, maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat.

Dalam menjalankan strategi pemasaran, cara yang dilakukan oleh Elevenia terbilang unik. Disaat kompetitor dengan gencar melakukan berbagai promosi dengan belanja iklan, subsidi diskon dan ongkos kirim. Elevenia mengambil langkah berani dengan memangkas semua biaya promosi, subsidi diskon, dan ongkos kirim. Dengan melakukan strategi tersebut, diakui Sarma Dahita, *Public Relation Manager Elevenia* terdapat penurunan transaksi dari tahun sebelumnya (Kontan, 2018 diakses 1 Februari 2020 pukul 17.42). Hal ini diperkuat dengan hasil survei dari Pusat Data dan Analisa Tempo (PDAT) untuk *e-commerce* terpopuler selama tahun 2019 posisi pertama diduduki oleh Tokopedia, sedangkan dibelakangnya diikuti oleh Shopee, Bukalapak, Lazada, BliBli, JD.ID, dan Olx (InilahCom, 2019 diakses 27 Agustus 2020 pukul 11.46). Elevenia sama sekali tidak masuk kedalam tujuh besar *e-commerce* terpopuler di Indonesia. Selain PDAT yang melakukan survei untuk *e-commerce* terpopuler di Indonesia, MarkPlus. Inc yang merupakan perusahaan konsultan *marketing* terkemuka di Indonesia juga pada tahun sebelumnya melakukan riset *e-commerce* yang paling menarik perhatian konsumen. Berdasarkan dari hasil riset pada tahun 2018 yang dikemukakan oleh MarkPlus, terdapat 3 *brand e-commerce* yang berada pada posisi *awareness top of mind*, yaitu Shopee (31%), Lazada (20,3%), dan Tokopedia (17,9%) (Liputan6 Bisnis, 2018 diakses 27 Agustus 2020 pukul 12.03)

Selain memotong biaya promosi, subsidi diskon, dan ongkos kirim, Elevenia melakukan strategi pemasaran dengan bergerak melalui komunitas dan menjadi sponsor klub sepak bola Persib Bandung untuk meningkatkan *awareness*. Selain itu Elevenia juga ingin hadir membantu bobotoh untuk mendapatkan kemudahan akses

dalam memperoleh akses dan lainnya terutama untuk bobotoh yang berada di luar Bandung, karena bagaimanapun Persib Bandung merupakan klub sepakbola dengan jumlah supporter yang banyak dan kuat di Indonesia (WartaEkonomi, 2018 diakses 1 Februari 2020 pukul 17.51). Elevenia resmi menjadi salah satu bagian dari sponsor klub Persib Bandung dan menjadi *official e-commerce partner* yang berfungsi menyediakan penjualan tiket dan *online merchandise* untuk Persib Bandung secara resmi melalui website *e-commerce* Elevenia. Hal ini dipertegas dengan pernyataan Teddy Tjahjono sebagai Direktur PT. Persib Bandung Bermartabat, bahwa Elevenia menjadi sponsor baru yang akan bekerja sama dengan Persib Bandung dimulai pada perhelatan Liga 1 2018 (BobotohId, 2018 diakses 20 Juni 2020 pukul 19.03). Setelah menjadi sponsor di Klub Sepak Bola Persib Bandung diharapkan terdapat peningkatan *brand awareness* Elevenia. Berdasarkan hasil penelitian Februarini yang sama-sama meneliti peningkatan *brand awareness* Djarum Super Mild dengan menjadi sponsor di *event* Java Jazz Festival 2012, terjadi peningkatan *brand awareness* yang signifikan akibat dari pengaruh *sponsorship* yang dilakukan Djarum Super Mild (Februarini, 2012: 113).

Dengan adanya Elevenia sebagai sponsor baru di Persib Bandung memudahkan bobotoh yang hendak menonton pertandingan Persib Bandung secara langsung di stadion. Sebelum Elevenia menjadi sponsor Persib Bandung, bobotoh yang hendak menonton pertandingan harus membeli tiket secara online melalui website persib.co.id dan hanya berlaku untuk yang sudah terdaftar menjadi *member*.

Persib Bandung merupakan salah satu klub sepak bola ternama di Indonesia yang memiliki banyak prestasi yang gemilang. Persib Bandung menjadi salah satu klub dengan suporter yang paling banyak pada semua pertandingan Liga 1 tahun 2017 dengan jumlah suporter sebanyak 272.291 orang. Selain itu, pada saat tahun 1985 pertandingan Persib vs PSMS mencatatkan rekor penonton sepak bola terbanyak yang digelar di stadion Gelora Bung Karno, dengan jumlah penonton 150 ribu yang didominasi oleh pendukung Persib. (Kompas, 2017 diakses 19 Januari 2020 pukul 22.51).

Persib juga merupakan klub sepak bola yang penuh sejarah dan juga mempunyai prestasi yang gemilang di kancah sepak bola nasional. Pada jaman kompetisi sepak bola nasional masih bernama Perserikatan, Persib pernah menjadi

juara sebanyak 5 kali pada tahun 1937, 1961, 1986, 1990, 1994. Setelah kompetisi berubah nama menjadi Liga Indonesia, Persib juga mampu menjadi juara pada tahun 1995, dan 2014. Selain juara di kompetisi sepak bola resmi, Persib juga mempunyai segudang prestasi di kompetisi yang tidak resmi (PojokSatu, 2015 diakses 19 Januari 2020 pukul 22.51). Dengan menjadi *official e-commerce partner* untuk klub sepak bola Persib Bandung akan menciptakan peluang yang sangat besar untuk mengukuhkan merek dan juga kesadaran merek terhadap Elevenia. Hal inilah yang menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Sponsorship Terhadap Peningkatan Brand Awareness (Studi pada Elevenia sebagai sponsor Persib Bandung)**”.

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Seberapa besar pengaruh *sponsorship* terhadap peningkatan *brand awareness* Elevenia?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh *sponsorship* terhadap peningkatan *brand awareness* Elevenia.

1.5 Manfaat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat dan kegunaan bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Manfaat tersebut diuraikan secara eksplisit, baik dari segi akademis dan juga praktis seperti hal dibawah ini:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini bermanfaat bagi sebuah perkembangan dunia ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan Ilmu Komunikasi dan juga Ilmu Pemasaran. Kajian ini bermanfaat untuk mengaitkan persoalan – persoalan komunikasi dengan pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini adalah bisa dijadikan rujukan oleh sebuah perusahaan maupun sebuah *brand* yang baru memulai usahanya maupun untuk perusahaan yang kurang dikenal oleh masyarakat luas untuk meningkatkan *brand awareness* tentang perusahaan mereka maupun produk yang mereka keluarkan.