

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era yang terjadi saat ini terdapat banyak bermunculan perusahaan yang ingin mengembangkan *brand image* di Indonesia, salah satu perusahaan yang mengembangkan *brand image* adalah perusahaan investasi atau sekuritas. Saat ini Investasi yang cukup diminati adalah investasi di pasar modal. Menurut Martalena dan Malinda (2011, p.2) pasar modal adalah sebuah tempat dalam berbagi instrumen *finance* yang biasanya bersifat *long term* yang dapat diperdagangkan, baik surat utang, reksadana, ekuitas maupun saham.

Berdasarkan data yang disampaikan BEI (Bursa Efek Indonesia) jumlah investor di Indonesia per juli 2020 memiliki pertumbuhan sebanyak 22% dari tahun 2019 yaitu sebanyak 3,02 juta akun.

**Gambar 1.1 Jumlah Investor di Indonesia**



Sumber: Market.bisnis.com

Seiring dengan jumlah investor yang terus berkembang setiap tahunnya, maka dari itu tidak heran bahwa perusahaan sekuritas berlomba-lomba mencari cara agar perusahaannya mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat dan dapat dipercaya oleh masyarakat.

**Gambar 1.2 Sekuritas Dengan Jumlah Transaksi Terbanyak Tahun 2020**

No.	Kode Broker	Nama Broker	Nilai (Rp triliun)		Δ (%)
			9M/2020	9M/2019	
1	YP	Mirae Asset Sekuritas Indonesia, PT	231.13	157.58	46.67%
2	CC	Mandiri Sekuritas, PT	229.64	288.52	-20.41%
3	CS	Credit Suisse Sekuritas Indonesia, PT	144.38	120.11	20.21%
4	AK	UBS Sekuritas Indonesia, PT	143.912	141.72	1.55%
5	ZP	Maybank Kim Eng Sekuritas Indonesia, PT	141.42	97.39	45.21%
6	YU	CGS-CIMB Sekuritas Indonesia, PT	138.24	144.54	-4.36%
7	PD	Indo Premier Sekuritas, PT	130.38	98.64	32.18%
8	KZ	CLSA Sekuritas Indonesia, PT	121.4	120.81	0.49%
9	RX	Macquarie Sekuritas Indonesia, PT	120.53	118.28	1.90%
10	MS	Morgan Stanley Sekuritas Indonesia, PT	111.1	132.95	-16.43%
11	XA	NH Korindo Sekuritas Indonesia, PT	12.82	67.02	-80.87%
			1443	1718.11	-16.01%

**Sumber: IDX, RTI, HOTS**

Berdasarkan data yang ditampilkan di atas, Mirae Asset Sekuritas (YP) di posisi pertama, Mandiri Sekuritas (CC) di posisi kedua, Credit Suisse Sekuritas Indonesia (CS) di posisi ketiga dan seterusnya. Selain nama-nama sekuritas di atas, masih terdapat banyak perusahaan-perusahaan sekuritas yang ada dan ingin membangun citra baik dengan cara mereka sendiri agar dapat dipercaya oleh masyarakat. Salah satu perusahaan sekuritas yang ingin membangun citra baik agar dipercaya oleh masyarakat adalah Ajaib Sekuritas. Ajaib Sekuritas adalah salah satu perusahaan sekuritas yang berdiri sejak tahun 1989 dan merupakan broker *online* pertama yang ada di Indonesia. Calon investor juga dapat mendaftarkan akun 100%

secara *online* dalam waktu 5 menit melalui aplikasi Ajaib Sekuritas yang terdapat dalam App Store maupun Play Store.

Dalam meningkatkan *brand image* di mata masyarakat, Ajaib Sekuritas akan menggunakan pihak ketiga yaitu *brand ambassador*. Ajaib Sekuritas menggunakan Kim Seon Ho atau yang lebih dikenal Han Ji-Pyeong dalam serial drama Korea berjudul *Startup*. Pemilihan Kim Seon Ho sebagai *brand ambassador* karena perannya sebagai Han Ji-Pyeong yang dapat dikatakan sukses pada usia muda meskipun berasal dari panti asuhan, diceritakan bahwa Han Ji-Pyeong sukses di usia muda karena berinvestasi sejak muda. Dilansir dari [bisnis.tempo.co](http://bisnis.tempo.co) (Rr. Ariyani Yakti Widyastuti) pemilihan sosok Han Ji-Pyeong atau Kim Seon Ho sendiri sangat tepat untuk target sasaran Ajaib Sekuritas yaitu generasi milenial agar dapat memulai investasi sejak dini.

**Gambar 1.3 Kim Seon Ho Menjadi *Brand Ambassador* Ajaib Sekuritas**



**Sumber: Kumparan.com**

*Brand ambassador* biasanya digunakan untuk memperkenalkan suatu *brand* kepada masyarakat dan perusahaan rela untuk membayar *influencer* agar dapat diminati oleh masyarakat ataupun disukai oleh *target audience* (Shimp, 2010, p.250).

Selain itu *brand ambassador* adalah seseorang yang mempunyai hasrat terhadap suatu *brand* dan mau untuk mengenalkan ataupun memberi informasi suatu *brand* tersebut (Doucett, 2008, p.82). Dalam hal ini, *brand ambassador* harus sejalan dengan tujuan dari *brand* tersebut dan harus disukai oleh khalayak. Sosok-sosok yang dipilih biasanya juga berkaitan dengan *brand* tersebut, misalnya Cristiano Ronaldo sebagai *brand ambassador* Nike dan Siwon yang menjadi *brand ambassador* Mie Sedap varian Korean Spicy Chicken. Ajaib Sekuritas melihat bahwa Kim Seon Ho sangat cocok karena Kim Seon Ho citra baik di mata masyarakat dan juga memiliki kesamaan terhadap *target audience* Ajaib Sekuritas yang merupakan milenial. Menurut Lea-Greenwood (2013, p.87), ada beberapa manfaat yang dimiliki saat menggunakan *brand ambassador* yaitu *press coverage*, *attracting new customers*, *changing perceptions* dan *freshening up an existing campaign*. Kim Seon Ho sendiri akan menjadi *mentor* saham sekaligus berbagi pengalaman seputar saham. Selain itu dengan terpilihnya Kim Seon Ho sebagai *brand ambassador* membuat media *online* seperti Liputan6.com (Hernowo Anggie, 2020) dan bisnistempo.co (Rr. Ariyani Yakti Widyastuti, 2020) tertarik untuk meliput dan menjadi promosi secara gratis bagi Ajaib Sekuritas.

Popularitas Kim Seon Ho yang sedang naik daun sebagai pemeran dari drama Korea "*Startup*" diharapkan mampu memberikan citra baik bagi *brand image* perusahaan Ajaib Sekuritas di mata masyarakat. Menurut Supranto (2011, p.128) citra merek atau *brand image* adalah sesuatu yang sudah ada di benak dan pikiran oleh konsumen ketika mendengar ataupun melihat suatu merek. Penting bagi perusahaan

untuk memikirkan citra mereka di masyarakat karena citra yang baik akan menghasilkan kepercayaan di mata masyarakat untuk menggunakan produk maupun jasa dari perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sektor investasi saat ini sudah cukup populer di kalangan masyarakat dan memiliki pertumbuhan yang terus naik setiap tahunnya. Hal itu mendorong banyaknya perusahaan sekuritas yang baru yang tentunya membuat persaingan *brand image* semakin ketat agar dapat dipercaya oleh masyarakat. Untuk itu diperlukan strategi-strategi untuk meningkatkan *brand image* di masyarakat.

Ajaib Sekuritas menggunakan salah satu strategi pemasaran yaitu *brand ambassador*. Ajaib Sekuritas memilih Kim Seon Ho sebagai *brand ambassador* karena terdapat kesamaan *target market* yang dituju yaitu generasi milenial untuk memulai investasi sejak dini. Selain itu, penggunaan *brand ambassador* Kim Seon Ho juga diharapkan berdampak kepada *brand image* atau citra baik dari Ajaib Sekuritas agar dapat dipercaya oleh masyarakat maupun *target market*.

Penelitian ini menarik untuk dianalisis, dikaji dan dicari bagaimana *brand ambassador* dapat mempengaruhi *brand image*. Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini ingin melihat pengaruh *brand ambassador* Kim Seon Ho terhadap *brand image* Ajaib Sekuritas dan melihat seberapa besar pengaruh *brand ambassador*.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang maupun rumusan masalah yang ada dan telah dijabarkan di atas maka penelitian ini ingin mengungkapkan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

- 1.4.1 Apakah terdapat pengaruh penggunaan *brand ambassador* Kim Seon Ho terhadap *brand image* Ajaib Sekuritas?
- 1.4.2 Seberapa besar pengaruh penggunaan *brand ambassador* Kim Seon Ho terhadap *brand image* Ajaib Sekuritas?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maupun pertanyaan penelitian, maka penelitian ini memiliki tujuan, diantaranya

- 1.4.1 Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh penggunaan *brand ambassador* Kim Seon Ho terhadap *brand image* Ajaib Sekuritas.
- 1.4.2 Mengukur seberapa besar pengaruh penggunaan *brand ambassador* Kim Seon Ho terhadap *brand image* Ajaib Sekuritas.

## **1.5 Kegunaan penelitian**

### 1. Kegunaan Akademis

Penelitian diharapkan mampu memberi manfaat ataupun kontribusi pemikiran tentang pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand image* sehingga dapat menjadi referensi ataupun wawasan dalam praktik *marketing communication* dan *public relation*. Selain itu penelitian diharapkan mampu menjadi acuan terhadap penelitian selanjutnya, mengenai faktor yang mempengaruhi *brand image*.

### 2. Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian dapat menjadi masukan bagi pihak Ajaib Sekuritas untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *brand ambassador* Kim Seon Ho terhadap *brand image* dari Ajaib Sekuritas.