



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

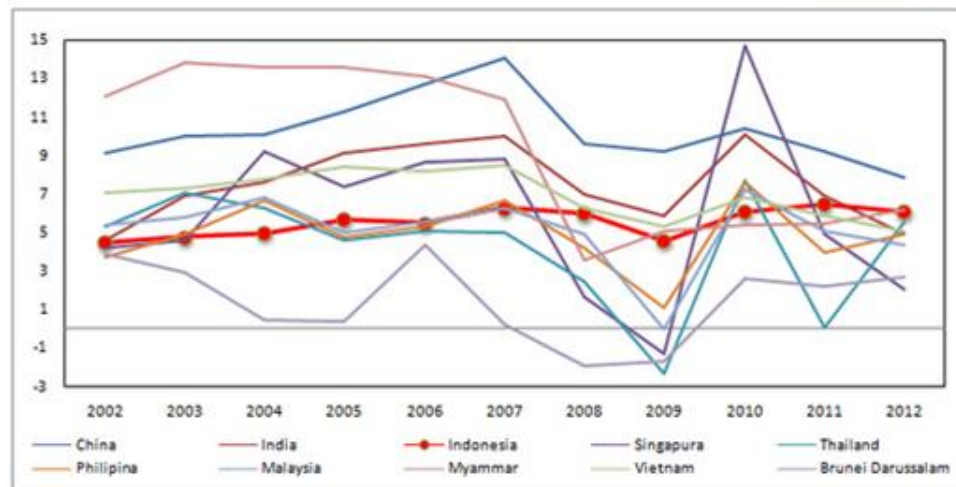
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Investasi merupakan sebagian dana atau uang yang lebih yang dimiliki seseorang sebagai simpanan untuk dimasa depan. Di Indonesia dapat dikatakan bahwa sebagian dari masyarakat sudah melakukan simpanan terhadap keuangan mereka untuk diinvestasikan. Menurut Menteri Perekonomian Hatta Rajasa, tingkat pertumbuhan investasi di Indonesia meningkat, hal itu dapat dikatakan berdasarkan fakta dimana adanya data dari *The United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) bahwa pada tahun 2012, Indonesia menduduki urutan ke-4 dalam pertumbuhan investasi di dunia dengan mencapainya investasi asing ke Indonesia sejumlah 900 juta dolar. Indonesia menduduki urutan keempat setelah negara China, Amerika Serikat dan India (Asydhah, 2012).

Investasi juga merupakan salah satu kunci dalam peningkatannya pergerakan ekonomi suatu negara. Karena dengan adanya kegiatan investasi akan mendorong pendapatan suatu negara dari hasil dana yang di investasikan baik dari investasi asing maupun investasi dalam negeri baik dari hasil bunga ataupun pajak investasi yang akan diterima oleh negara tersebut. Untuk itu, dapat dilihat berdasarkan data pertumbuhan ekonomi yang memiliki pengaruh terhadap tingkat investasi. Dapat dikatakan apabila tingkat ekonomi suatu negara tinggi dan tingkat *inflasi* rendah,

maka tingkat investasi terhadap negara tersebut akan meningkat. Berikut data pertumbuhan ekonomi di Indonesia tahun 2002-2012 (Prospek Perekonomian, 2013).



Gambar 1.1 Data Grafik Pertumbuhan Ekonomi di ASEAN Tahun 2002-2012

Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Ekonomi di ASEAN Tahun 2002-2012

No	Negara	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Rata2
1	Indonesia	4.5	4.8	5.0	5.7	5.5	6.3	6.0	4.6	6.1	6.5*	6.1*	6.11
2	Singapura	4.2	4.6	9.2	7.4	8.7	8.8	1.7	-1.3	14.7	4.9*	2.1*	6.50
3	Thailand	5.3	7.1	6.3	4.6	5.1	5.0	2.5	-2.3	7.7	0.1*	5.6*	4.70
4	Philipina	3.7	4.9	6.7	4.8	5.3	6.7	4.2	1.1	7.6	4.0*	4.9*	5.39
5	Malaysia	5.4	5.8	6.8	5.0	5.6	6.3	4.9	-1.5	7.2	5.1*	4.4*	5.65
6	Myanmar	12.1	13.8	13.6	13.6	13.1	11.9	3.6	5.1	5.4*	5.5*	6.2*	10.39
7	Vietnam	7.1	7.3	7.8	8.4	8.2	8.5	6.3	5.3	6.8	5.9*	5.1*	7.67
8	Brunei Darussalam	3.9	2.9	0.5	0.4	4.4	0.2	-1.9	-1.7	2.6	2.2*	2.7*	1.62
9	China	9.1	10.0	10.1	11.3	12.7	14.1	9.6	9.2	10.4	9.2*	7.9*	11.36
10	India	4.6	6.9	7.6	9.1	9.6	10.0	7.0	5.9	10.1	6.9*	4.9*	8.26

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat perekonomian di Indonesia mengalami peningkatan, dimana artinya jika Indonesia mampu

mempertahankan tingkat pertumbuhan ekonominya dalam periode tertentu maka tingkat investasi dalam negara tersebut juga akan bertahan ataupun berjalan dengan baik. Karena tingkat ekonomi suatu negara merupakan faktor penentu suatu negara atau investor dalam menanamkan investasi (Prospek Perekonomian, 2013).

Investasi tidak hanya berupa uang kas yang disimpan di suatu tempat yang aman seperti Bank. Tetapi investasi di Indonesia terbagi menjadi beberapa bentuk yaitu, kas atau tunai, pendapatan tetap, saham, *forex*, dan aset fisik. Sehingga *investor* di Indonesia dapat melakukan investasi sesuai dengan keinginan dan kemampuannya dalam memahami kegiatan dari bentuk investasi tersebut. Setiap bentuk investasi memiliki karakteristik dan resiko yang berbeda-beda (Jenis Investasi, 2013).

Investasi dalam bentuk kas atau tunai mungkin pada jaman dulu yaitu uang yang disimpan dalam lemari atau celengan. Tetapi pada saat ini investasi dalam bentuk kas atau tunai dapat dikelompokkan dalam bentuk tabungan di Bank, Deposito, dan reksadana. Dimana pada bentuk investasi ini memiliki resiko yang cukup rendah karena *return* yang diterima juga tidak tinggi yaitu kurang dari 6% pertahun (Jenis Investasi, 2013).

Investasi dalam bentuk pendapatan tetap yaitu dimana *investor* menginvestasikan dananya dalam bentuk *obligasi* atau surat utang, dan dimana *investor* akan mendapatkan *return* yang diperkirakan dapat berkembang di atas 10% pertahun, namun *return* dan resiko yang diterima dalam investasi ini dipengaruhi oleh kondisi pasar tetapi resikonya tidak terlalu tinggi (Jenis Investasi, 2013).

Investasi dalam bentuk saham yaitu dimana seorang investor menanamkan modalnya pada suatu saham (perusahaan). Saham adalah bukti kepemilikan atas suatu perusahaan. Saham biasanya terbagi menjadi dua, yaitu saham perusahaan terbuka dan saham perusahaan tertutup. Contoh saham perusahaan tertutup adalah jika Anda memiliki usaha waralaba, atau usaha kecil rumahan. Untuk saham perusahaan terbuka, ada pilihan saham *Blue Chips* yang biasanya nilai kapitalisasi pasarnya besar, dan saham lapis kedua. Untuk kelas aset saham, bisa ditemui pilihannya dalam bentuk reksadana campuran, reksadana saham, dan juga saham biasa. Resiko investasi ini tergolong cukup tinggi, namun potensi keuntungan yang diberikan bisa mencapai lebih dari 10% per tahun secara rata-rata (Jenis Investasi, 2013).

Sedangkan investasi dalam bentuk *forex* adalah bisnis jual beli mata uang asing, baik secara fisik dan *online*. Secara fisik *forex* bisa berbentuk dengan memanfaatkan selisih nilai mata uang yang ditukarkan di *money changer* atau ke bank atau komoditi seperti emas yang dijualbelikan secara *online* juga. Secara *online* bisnis *forex* ini terbilang cukup mudah yaitu dengan piranti aplikasi komputer yang *online* tinggal klik klik sudah bisa menjadi trader *forex*. *Forex online* ini sangat terjangkau mulai dari 1 dolar / Rp.10.000,- dengan potensial keuntungan 100% bahkan dalam 1 bulan saja, hanya saja perlu pendampingan profesional untuk mengatur resiko yang cukup tinggi (Jenis Investasi, 2013).

Investasi dalam bentuk aset fisik. jenis terakhir adalah aset fisik yang umumnya berbentuk emas, batu permata, dan properti. Untuk potensi keuntungannya bisa cukup bervariasi, tergantung dari bentuk investasi yang kita pilih. Keunggulan

utama kelas aset ini tentu saja *investor* memegang langsung produk investasinya dan harga dijual belinya tergantung pada harga pasar yang akan ditawarkan (Jenis Investasi, 2013).

PT. Interpan Pasifik Futures yang sudah bergerak di bidang investasi dalam bentuk forex sudah berjalan selama 23 tahun yang didirikan pada tahun 1985. PT. Interpan Pasifik Futures ini menjualbelikan berbagai produk investasi yaitu dalam bentuk *forex* (nilai tukar kurs mata uang secara *online*) dan komoditi (selisih nilai pergerakan emas dengan dolar secara *online*), dimana perusahaan menjualbelikan pergerakan nilai tukar antara kurs mata uang dan emas yang dilakukan melalui aplikasi komputer yang diberikan oleh perusahaan yang dilakukan secara *online*, sehingga untuk investasi *forex* ini cukup mudah untuk dilakukan oleh nasabah tetapi harus mampu memahami dan mengerti bagaimana karakteristik dari investasi *forex* ini.

Seperti yang dikutip dalam *website fxinterpan.com* bahwa PT. Interpan Pasifik Futures sudah memiliki lebih dari sepuluh cabang di daerah Indonesia yaitu Jakarta, Tangerang selatan, Makassar, Lampung dan sebagainya. Perusahaan investasi ini menawarkan beberapa produk investasi seperti *forex* yaitu nilai tukar kurs mata uang yang didalamnya juga terdapat komoditi yaitu selisih nilai jual beli emas terhadap dolar, selain itu juga menawarkan jual beli saham *Nikkei* (Jepang), *Hangseng* (Hongkong). Perusahaan investasi seperti PT. Interpan Pasifik Futures ini merupakan perusahaan yang terjamin, hal ini dibuktikan dengan adanya pengakuan (*legalitas*) yang diberikan oleh PT. Kliring Berjangka Indonesia (Persero), BAPPETI

(Badan Pengawas Perdagangan Berjangka dan Komoditi), dan mendapat SPAB (Surat Persetujuan Anggota Berjangka), seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.2 dan 1.3 di bawah ini.



Gambar 1.2 Sertifikat Pengakuan dari PT. Kliring Berjangka Indonesia



Gambar 1.3 Sertifikat pengakuan dari BAPPEBTI

Dengan adanya *legalitas* yang dimiliki oleh perusahaan, maka sudah dapat dibuktikan bahwa perusahaan investasi PT. Interpan Pasifik Futures merupakan

perusahaan investasi yang terjamin aman dan sehat. Sehingga nasabah tidak perlu khawatir dalam melakukan investasi pada perusahaan ini.

Menurut teori Kotler dalam buku “*Principles of Marketing*” (2008), dikatakan bahwa dalam suatu kegiatan pemasaran dibutuhkannya strategi promosi yang dapat dijadikan sebagai taktik atau strategi dalam memasarkan suatu produk untuk menjangkau target pasar. Untuk itu, PT. Interpan Pasifik Futures sangat membutuhkan karyawan yang mampu melakukan strategi promosi mengenai produknya kepada calon nasabah agar mampu menjangkau target pasar, yang dapat dilakukan oleh seorang *marketing*.

PT. Interpan Pasifik Futures ini melakukan strategi *marketing* secara *direct marketing* dengan melakukan *telemarketing*, *direct e-mail* dan sebagainya. Menurut Solomon dalam buku “*Marketing*” (2009) dikatakan bahwa *direct marketing* merupakan suatu strategi promosi yang dilakukan melalui komunikasi secara langsung kepada konsumen dengan tujuan menawarkan suatu produk, dengan mengharapkan adanya respon atau kontribusi dari konsumen untuk membelinya. Maka dari itu perusahaan membutuhkan seorang *marketing* yang mampu melakukan strategi *direct marketing* kepada calon nasabah yang membantu memberikan informasi dan promosi mengenai produk yang ditawarkan oleh PT. Interpan Pasifik Futures. Untuk itu perusahaan sangat membutuhkan staf *marketing* yang handal dalam menarik dan berkomunikasi secara baik dengan nasabah sesuai dengan *marketing tools* yang diterapkan oleh perusahaan untuk membantu mencapai target yang harus dicapai.

1.2 Rumusan Masalah

Direct marketing merupakan salah satu strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Interpan Pasifik Futures dalam mengkomunikasikan produk *knowledge* perusahaan kepada calon nasabah. Dimana *direct marketing* melakukan komunikasi secara langsung maupun melalui media mengenai informasi dan promosi akan produk yang akan di tawarkan kepada pelanggan melalui *telemarketing*, *direct e-mail*, dan *new digital direct marketing technologies* yang dimana tujuan dari menyampaikan penawaran produk agar calon nasabah memahami produk *knowledge* perusahaan dan mampu membuat keputusan.

Strategi *marketing* PT. Interpan Pasifik Futures melakukan *direct marketing* kepada nasabah dengan melalui *contacting*, *canvassing*, *prospecting* dan dilakukannya *follow up* kepada calon nasabah. Hal ini diupayakan untuk mendorong atau menaikkan tingkat penjualan investasi nasabah kepada perusahaan. Untuk itu, penulis ingin mengetahui apakah *direct marketing* memiliki keefektifan terhadap tingkat penjualan PT. Interpan Pasifik Futures.

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang dilaksanakan dengan maksud dan tujuan untuk :

1. Mengembangkan ilmu-ilmu yang didapat oleh mahasiswa dalam dunia bekerja.
2. Mengaplikasikan ilmu yang didapat mahasiswa dalam tata cara berbisnis suatu perusahaan.
3. Melatih mahasiswa agar mampu bekerja secara professional dalam bekerja.

4. Membantu mahasiswa untuk memahami dan mengerti etika yang baik dalam bekerja maupun melakukan suatu bisnis.

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang PT. Interpan Pasifik Futures, CBD Bintaro, Jl. Menteng Raya No. 24, Tangerang Selatan yang dilaksanakan dalam waktu 3 bulan, yang dimulai pada tanggal 12 September 2013 sampai dengan 12 Desember 2013. Untuk jam kerja dimulai setiap hari senin- jumat dari pukul 09.00 – 17.00 WIB.

Tata cara penerimaan karyawan (kerja magang) di PT. Interpan Pasifik Futures :

1. Mengirimkankan CV dan transkrip nilai.

Pada tahap awal melamar kerja magang, penulis mengirimkan cv dan transkrip nilai kepada PT. Interpan Pasifik Futes Bintaro untuk bekerja magang dengan posisi sebagai staf *marketing*.

2. *Interview*

Setelah penulis mengirimkan cv dan transkrip nilai kepada perusahaan, perusahaan melakukan panggilan kepada penulis untuk melakukan *interview* pada tanggal 9 September 2013. Proses *interview* dilakukan oleh Ibu Grace langsung sebagai *Branch Manager* di PT. Interpan Pasifik Futures Bintaro, dimana proses *interview* dilaksanakan kurang lebih dalam waktu 30 menit.

3. *Training*

Proses *training* dilaksanakan selama 2 hari yang terhitung mulai tanggal 10- 11 September 2013. Proses *training* dibimbing oleh bagian *training*

department yaitu Ibu Maria. Pada tahap *training* ini calon karyawan divisi *marketing* dibina untuk mempelajari sejarah, legalitas dan *product knowledge* perusahaan.

4. Bekerja sebagai staf *marketing*

Setelah melaksanakan proses *interview* dan *training*, penulis diterima bekerja magang dengan posisi sebagai staf *marketing* selama 3 bulan yang dihitung mulai tanggal 12 September - 12 Desember 2013. Selama bekerja magang penulis melaksanakan tugas-tugas pokok seorang *marketing*, penulis harus melakukan berbagai strategi promosi untuk mencapai target yang ditentukan oleh perusahaan. Selama bekerja magang pada divisi *marketing* ini, penulis dibimbing oleh *team manager* yaitu Bapak Fauzi Siswanto.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan kerja magang dengan judul “Keefektifan *Direct Marketing* Terhadap Tingkat Penjualan”.

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I ini membahas mengenai latar belakang mengenai perkembangan bisnis investasi di Indonesia salah satunya perusahaan investasi PT. Interpan Pasifik Futures Bintaro, selain itu juga membahas mengenai rumusan masalah, tujuan dan maksud dari kerja magang serta membahas mengenai aturan dan prosedur kerja magang dari PT. Interpan Pasifik Futures Bintaro.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada Bab II ini membahas mengenai gambaran umum perusahaan investasi PT. Interpan Pasifik Futures Bintaro seperti sejarah berdirinya perusahaan PT. Interpan Pasifik Futures, struktur organisasi dan landasan teori terkait dengan isi laporan magang.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada Bab III ini membahas mengenai pelaksanaan magang yaitu kedudukan dan koordinasi, tugas yang dilakukan selama kerja magang, proses pelaksanaan, kendala dan solusi yang ditemukan dalam menghadapi masalah tersebut sebagai seorang *marketing*. Serta membahas mengenai analisa terhadap topik atau isu yang akan dilaporkan.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab IV ini membahas mengenai kesimpulan dan saran yang akan membantu membangun hasil laporan kerja magang tersebut.

UMMN