



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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:**

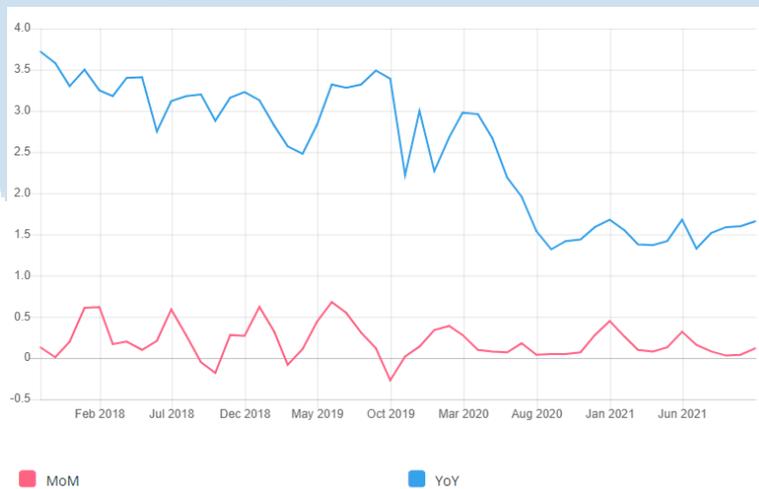
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu indikator ekonomi suatu negara adalah inflasi. Inflasi adalah suatu keadaan dimana harga barang dan jasa secara umum mengalami kenaikan dalam jangka waktu tertentu. Penyebab terjadinya inflasi diantaranya adalah tingginya permintaan pasar akan suatu barang atau jasa sehingga terjadi kelangkaan, tingginya biaya produksi akibat kelangkaan dari stok bahan baku yang membuat harga bahan baku meningkat, dan peredaran uang di masyarakat yang disebabkan oleh tingkat konsumsi masyarakat yang stagnan dan uang yang beredar di masyarakat jumlahnya banyak.



*Sumber: Kontan*

*Gambar 1.1 Tingkat Inflasi Indonesia 2018-2021*

Berdasarkan data dari Kontan, inflasi di Indonesia sendiri dalam 4 tahun terakhir mengalami fluktuasi, dan pada tahun 2020, Indonesia mengalami deflasi hingga dibawah 1,5%. Hal ini disebabkan oleh pandemi COVID-19 yang mengganggu keadaan ekonomi Indonesia dan seluruh dunia. Tingkat konsumsi yang rendah yang disebabkan oleh pembatasan sosial sehingga mobilitas masyarakat yang terbatas, akan tetapi inflasi Indonesia mengalami kenaikan menjelang akhir tahun 2021 karena kondisi pandemi COVID-19 yang sudah membaik dan mendorong konsumsi masyarakat yang lebih tinggi sehingga inflasi juga ikut terdorong.

Konsumsi rumah tangga memiliki peran besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Melihat kondisi COVID-19 yang membuat ekonomi Indonesia menurun,

konsumsi rumah tangga berperan dalam membangkitkannya kembali. Pemerintah terus memberikan program-program jaringan keamanan sosial yang bertujuan untuk mendorong daya beli masyarakat menengah ke bawah dan membangun kepercayaan diri untuk berbelanja bagi masyarakat menengah ke atas. Maka dari itu, pentingnya merencanakan keuangan bagi keluarga dalam menghadapi stimulus ekonomi yang diberikan pemerintah.

Keluarga adalah bagian penting dalam ekonomi Indonesia. Perencanaan keuangan dalam keluarga sangat diperlukan sehingga kebutuhan dan tujuan keluarga di masa depan bisa dicapai. Rencana keuangan keluarga berguna untuk menentukan anggaran pengeluaran yang bertujuan agar keuangan keluarga tidak konsumtif dan malah membebankan keuangan keluarga. Lalu, rencana keuangan juga berguna untuk mempersiapkan tujuan keuangan jangka pendek dan jangka panjang seperti pendidikan anak, membeli rumah, membeli mobil, dan tujuan lainnya yang ingin dicapai oleh keluarga. Dan yang terakhir adalah membuat kondisi keluarga jauh lebih tenang dan sejahtera karena kondisi keuangan keluarga baik dan mampu dikendalikan.

Dalam merencanakan keuangan keluarga diperlukan investasi yang menguntungkan karena adanya inflasi yang membuat menabung saja tidak cukup. Hal ini disebabkan karena adanya konsep *time value of money*, yaitu jumlah uang saat ini akan memiliki nilai yang berbeda di masa depan. Salah satu biaya yang perlu disiapkan adalah uang sekolah anak. Menurut BPS, kenaikan uang pangkal pendidikan di Indonesia mencapai 10-15% per tahun. Seperti tabel di bawah ini, biaya kuliah Universitas Gadjah Mada pada tahun 2018 mencapai dua puluh enam juta (Rp 26.000.000,-) per semesternya atau setara dengan dua ratus enam juta (Rp 206.000.000,-) untuk 4 semesternya. Dengan asumsi kenaikan biaya kuliah 15%, maka biaya kuliah UGM pada tahun 2028 bisa mencapai seratus dua puluh satu juta (Rp 121.000.000,-) per semester atau setara dengan sembilan ratus enam puluh juta (Rp 960.000.000,-) untuk 4 semesternya. Dengan mempersiapkan rencana keuangan dan investasi, keluarga mampu mencapai tujuan-tujuan keuangan yang diinginkan.



Sumber: Kompas

Gambar 1.2 Asumsi biaya pendidikan di beberapa Universitas di Indonesia tahun 2023 dan 2028

Akan tetapi, menurut Otoritas Jasa Keuangan tingkat literasi keuangan di Indonesia hanya mencapai 38,03 persen dan inklusi keuangan mencapai 76,19. Hal ini masih tergolong rendah dibandingkan dengan Malaysia dan Thailand yang masing-masing mencapai 82 persen dan 85 persen. Kendati demikian, terdapat kenaikan 8,33 persen pada tingkat literasi keuangan dan pemahaman terhadap produk dan layanan jasa keuangan meningkat sebesar 8,39 persen dalam kurun waktu 3 tahun terakhir.



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Gambar 1.3 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional tahun 2019

Karena adanya permasalahan tingkat literasi dan inklusi keuangan Indonesia yang masih rendah dan pentingnya perencanaan keuangan keluarga, maka jasa *financial planner* hadir dengan tujuan membantu keluarga untuk merencanakan keuangan

mereka sekaligus memberikan edukasi mengenai pentingnya perencanaan keuangan itu sendiri. Salah satu penyedia jasa *financial planner* ini adalah Heartfelt Indonesia.

Heartfelt Indonesia adalah perusahaan *financial planner* yang berdiri pada tahun 2020 oleh Kevin Taslim. Jasa utama yang disediakan oleh Heartfelt adalah riset investasi, kalkulasi rencana keuangan dan penjadwalan investasi agar rapi dan tidak bentrok.

Paket-paket rencana keuangan yang disediakan pun bermacam-macam. Dimulai dari Premium Package yang menawarkan rencana keuangan 10 tahun dalam bentuk *financial book plan* yang akan dijadikan pedoman oleh klien lalu mereka mendapatkan meeting sebanyak 4 kali untuk membahas rencana keuangan mereka dan terakhir mereka juga mendapatkan riset investasi pilihan Heartfelt selama 10 tahun. Selain itu, ada juga paket yang lebih terjangkau seperti Instant Package, Lite Package, dan Complete Package yang dimana bisa memenuhi kebutuhan perencanaan keuangan yang lebih sedikit dengan harga yang lebih terjangkau. Tak hanya itu, Heartfelt juga menyediakan jasa kelas keuangan yang bertujuan untuk mengajarkan perencanaan keuangan dengan berbagai topik yang menarik untuk masyarakat luas.

Penulis sebagai mahasiswa tingkat akhir mendapatkan kesempatan untuk melakukan praktik kerja magang di Heartfelt Indonesia di divisi *financial planning*. Dengan demikian, penulis diharapkan bisa menerapkan ilmu-ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan ke dalam dunia kerja.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari dilaksanakannya program kerja magang ini adalah untuk memahami peran divisi *Financial Planning* dalam merencanakan keuangan keluarga di Heartfelt.

Tujuan dari dilakukannya program magang adalah:

1. Memberikan kontribusi dalam hal merencanakan keuangan keluarga dalam perusahaan Heartfelt Indonesia.
2. Merencanakan keuangan sesuai dengan tujuan keuangan yang ingin dicapai oleh klien dan menyediakan laporan berupa analisis keuangan keluarga, estimasi dana yang harus dikumpulkan untuk tujuan keuangan, dan rencana investasi yang disarankan.
3. Mengaplikasikan ilmu proyeksi keuangan yang telah dipelajari pada mata kuliah dasar-dasar keuangan.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Program kerja magang ini dilakukan berdasarkan ketentuan dan aturan yang dikeluarkan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, yaitu minimal efektif 60 hari kerja. Pelaksanaan program kerja magang sebagai berikut:

Nama Perusahaan	: Heartfelt Indonesia
Brand Perusahaan	: Heartfelt
Alamat	: Jl. Tentara Genie Pelajar, Perum Griya Asri 1/C8, RT 10/ RW 07, Kel. Potrobangsari, Kec. Magelang Utara, Kota Magelang, Jawa Tengah
Waktu Pelaksanaan	: 23 Agustus 2021 – 23 November 2021
Waktu Operasional	: Senin – Jumat pukul 08.00 – 17.00 WIB
Posisi Magang	: Divisi Financial Planning

### 1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang diikuti oleh penulis adalah aturan yang berlaku berdasarkan Universitas Multimedia Nusantara dan Heartfelt Indonesia. Prosedur kerja magang yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Pengajuan CV kepada CEO Heartfelt Indonesia
2. Melakukan interview dengan CEO Heartfelt Indonesia pada tanggal 20 Agustus 2021.
3. Menandatangani kontrak magang.
4. Mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang form KM-01 dan form KM-02 sebagai surat pengantar kerja magang yang ditujukan kepada perusahaan.
5. Menerima surat balasan dari pihak perusahaan kepada universitas sebagai bukti bahwa telah diterima perusahaan.
6. Efektif bekerja dan perkenalan melalui Zoom pada tanggal 23 Agustus 2021.
7. Melaksanakan program kerja magang.
8. Melengkapi dokumen-dokumen administrasi program kerja magang seperti form KM-03, KM-04, KM-05, KM-06, dan form KM-07.
9. Melakukan penyusunan laporan kerja magang.
10. Melakukan penyerahan laporan kerja magang kepada Heartfelt Indonesia.

11. Sidang kerja magang sebagai pertanggungjawaban hasil kerja magang.

#### **1.4 Metode & Sistematika Penulisan**

Penulisan laporan ini dilakukan menggunakan metode dan sistematika penulisan dengan format buku yang diatur dalam buku “Panduan Kerja Magang Prodi Manajemen” tahun 2020/2021 yang disusun khusus untuk Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara, dengan struktur sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bagian ini, penulis membahas tentang latar belakang dari praktek kerja magang, maksud dan tujuan kerja magang, serta waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang.

##### **BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini, penulis menjabarkan tentang profil perusahaan dimulai dari sejarah singkat, visi misi, struktur organisasi, dan gambaran umum divisi tempat penulis melaksanakan kerja magang serta dilengkapi tinjauan pustaka yang mendukung teori-teori yang terkait dengan topik kerja magang.

##### **BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan secara spesifik tugas-tugas yang dilakukan pada saat praktek kerja magang, kendala-kendala yang dihadapi dan solusi yang dilakukan dalam mengatasi kendala tersebut.

##### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini, penulis mengambil kesimpulan dari teori yang digunakan yang dikaitkan dengan realisasi kerja di Heartfelt Indonesia. Selain itu, penulis juga memberikan saran yang diharapkan bermanfaat untuk perusahaan maupun pelaksana kerja di Heartfelt Indonesia kedepannya.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA