



Hak cipta dan penggunaan kembali:

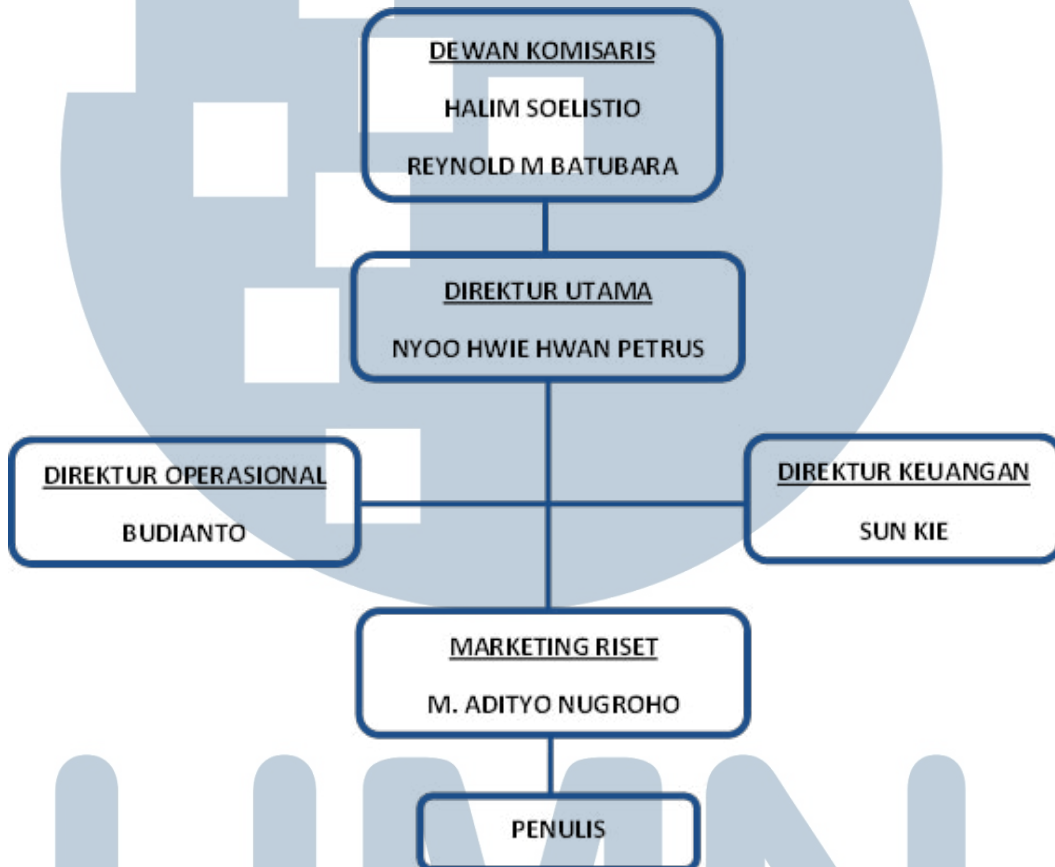
Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

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 III PELAKSAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Organisasi



Sumber : Data Primer

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Paramitra Alfa Sekuritas

Berdasarkan struktur organisasi pada gambar 3.1 penulis ditempatkan pada divisi Riset Marketing ketika melakukan kerja magang di perusahaan PT Paramitra Alfa Sekuritas. Dalam pelaksanaannya, tugas-tugas yang diberikan perusahaan berada di bawah bimbingan Bapak Mohamad Adityo Nugroho. Selain itu juga penulis juga ditempatkan pada divisi Sales dan Equity yang dipimpin oleh Bapak Ricky Bujung selaku Head of Equity and Sales.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama praktek kerja magang berlangsung terdapat berbagai macam pekerjaan yang diberikan oleh pembimbing lapangan kepada penulis di PT Paramitra Alfa Sekuritas kepada penulis yaitu:

Tabel 3.1 Daftar Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Minggu	Output	Koordinasi
1	Daily Trading Plan	1 - 20	Memberian gambaran perkiraan <i>Market</i> kepada <i>customer</i> Paramitra	Bapak Mohamad Adityo Nugroho
2	Pengumpulan data dalam pembuatan buku profil perusahaan Paramitra	4, 5	Mendapat data untuk pembuatan buku profil perusahaan Perusahaan	Bapak Mohamad Adityo Nugroho, Bapak Budianto Kelanadjaja, Bapak Andre
3	Pembuatan dan pencetakan buku profil perusahaan Paramitra	5	Penyelesaian buku profil perusahaan	Bapak Mohamad Adityo Nugroho
4	Revisi buku profil perusahaan Paramitra	15	Memperbaiki kesalahan yang terjadi dalam pembuatan buku profil perusahaan	Bapak Mohamad Adityo Nugroho

5	Public Expose Paramita Bangun Sarana	1	Menambah wawasan dalam dunia <i>Stock Market</i>	Bapak Mohamad Adityo Nugroho
6	Mengisi acara IDX Channel	2, 12	Menambah <i>Brand Image, Brand Awareness</i> , serta <i>Brand Trust</i> konsumen terhadap Paramitra	Bapak Mohamad Adityo Nugroho
7	Analisis SWOT, Segmentasi, Targeting, Marketing Mix, dan Promotion Mix untuk target baru PT Paramitra Alfa Sekuritas	7, 8	Disetujui oleh Bapak Mohamad Adityo Nugroho untuk diteruskan kepada Direktur Operasional PT Paramitra Alfa Sekuritas	Bapak Mohamad Adityo Nugroho
8	Presentasi hasil Analisis SWOT, Segmentasi, Targeting, Marketing Mix, dan Promotion Mix untuk target baru PT Paramitra Alfa Sekuritas kepada Direktur Operasional PT Paramitra Alfa Sekuritas Bapak Budianto Kelanadjaja	10	Disetujui oleh Bapak Budianto Kelanadjaja untuk diteruskan kepada <i>Owner</i> PT Paramitra Alfa Sekuritas	Bapak Mohamad Adityo Nugroho, Bapak Budianto Kelanadjaja

9	Presentasi hasil Analisis <i>SWOT</i> , <i>Segmentasi</i> , <i>Targeting</i> , <i>Marketing Mix</i> , dan <i>Promotion Mix</i> untuk target baru PT Paramitra Alfa Sekuritas kepada <i>Owner</i> PT Paramitra Alfa Sekuritas Bapak Nyoo Hwie Hwan Petrus	11		Bapak Mohamad Adityo Nugroho, Bapak Budianto Kelanadjaja, Bapak Nyoo Hwie Hwan Petrus
10	Pembahasan pengaplikasian SEO pada <i>website</i> www.Paramitra.com , Pembahasan <i>Brand</i> pada <i>website</i> Paramitra	17	Direktur Operasional Paramitra Menyetujui pemasangan SEO pada <i>website</i> www.Paramitra.com	Bapak Mohamad Adityo Nugroho, Bapak Budianto Kelanadjaja
11	Pembahasan bentuk promosi <i>Public Relation</i> berupa seminar di Universitas yang diselenggarakan oleh Paramitra Alfa Sekuritas	19, 20	Menunggu persetujuan <i>Owner</i> PT Paramitra Alfa Sekuritas untuk melakukan seminar di Universitas yang diselenggarakan oleh PT Paramitra Alfa Sekuritas	Bapak Mohamad Adityo Nugroho, Bapak Budianto Kelanadjaja

Tabel 3.1 Daftar Pekerjaan

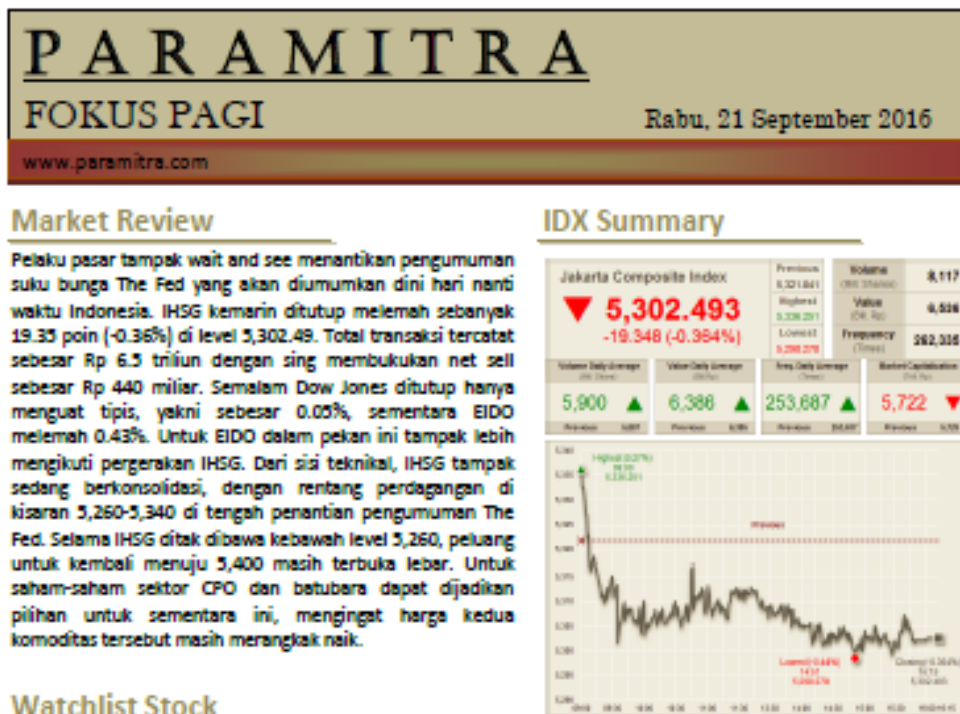
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut ini adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan penulis selama proses kerja magang berlangsung di PT Paramitra Alfa Sekuritas.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

3.3.1.1 Daily Trading Plan

Sebagai salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh perusahaan agar nasabah melakukan transaksi adalah dengan membuat *Daily Trading Plan* yang di *email* kepada nasabah setiap harinya pada pagi hari agar konsumen dapat mengetahui perkiraan saham yang akan terjadi pada hari tersebut, dengan begitu nasabah akan melakukan transaksi yang berdampak pada *profit* perusahaan yang berasal dari *fees* dari total transaksi yang dilakukan oleh nasabah perusahaan. Salah satu contoh dari *Daily Trading Plan* yang dikirimkan kepada *email* nasabah adalah sebagai berikut:



Sumber : Data primer

Gambar 3.2 Daily Trading Plan

3.3.1.2 Pembuatan Buku Profil Perusahaan (*Company Profile*)

Sebagai salah satu identitas perusahaan sekuritas, PT Paramitra Alfa Sekuritas wajib memiliki buku profil perusahaan yang dapat memberikan identitas perusahaan tersebut agar konsumen dapat mengenal perusahaan lebih dekat

Penulis dalam hal ini membantu proses pengerjaan buku profil perusahaan PT Paramitra Alfa Sekuritas yang dimulai dari pengumpulan data perusahaan baik berupa file, dan gambar yang dibimbing dan dibantu oleh Bapak Mohamad Adityo Nugroho, Bapak Budianto Kelanadjaja, serta Bapak Andre demi kelengkapan data yang dibutuhkan. Penulis membuat rancangan buku *Company Profile* PT Paramitra Alfa Sekuritas dalam sebuah file powerpoint yang kemudian di cetak menjadi sebuah buku profil perusahaan.

Proses pembuatan buku profil perusahaan ini berlangsung selama 2 minggu yaitu pada minggu ke-4 dan minggu ke-5 dimana Proses pengumpulan data berlangsung pada minggu ke-4 dan minggu ke-5, sedangkan proses *Print* berlangsung di minggu ke-5. Berikut adalah sebagian isi dari buku profil perusahaan yang dibuat oleh penulis:



Sumber : Data primer

Gambar 3.3 Buku Profil Perusahaan

3.3.1.3 Public Expose PT Paramita Bangun Sarana

Sebagai salah satu bentuk partisipasi yang dilakukan oleh PT Paramitra Alfa Sekuritas dalam meningkatkan pasar modal Indonesia adalah mendatangi undangan pada acara *Public Expose* dalam rangka peluncuran *IPO* atau *Initial Public Offering* yang dilakukan oleh PT Paramita Bangun Sarana. Hal ini bertujuan untuk menganalisis dan mencari informasi yang dalam dari perusahaan tersebut yang nantinya akan menjadi bahan pertimbangan dalam *Daily Trading Plan* kepada konsumen atau nasabah Paramitra.



Sumber : Data primer

Gambar 3.4 *Public Expose* PT Paramita Bangun Sarana

3.3.1.4 Mengisi Acara IDX Channel

Bentuk bagian dari *Promotion Mix* yang dilakukan dilakukan PT Paramitra Alfa Sekuritas adalah dengan melakukan *Public Relation* yaitu mengisi acara dalam IDX Channel yang dilakukan di Studio IDX Channel yang berlokasi di Gedung Bursa Efek Indonesia di SCBD Sudirman. Dalam hal ini penulis mengikuti rangkaian acara yang diwakilkan oleh Bapak Mohamad Adityo Nugroho dari PT Paramitra Alfa Sekuritas.

Hal ini sangat bermanfaat dalam meningkatkan *Brand Awareness*, *Brand Image*, serta *Brand Trust* dari PT Paramitra Alfa Sekuritas, dikarenakan IDX Channel merupakan sebuah saluran televisi yang membahas sektor perekonomian Indonesia khususnya di bidang Saham dan Obligasi.



Sumber : Data primer

Gambar 3.5 Mengisi Acara IDX Channel

3.3.1.5 Analisis SWOT, Segmentasi, Marketing Mix, dan Promotion Mix

Berdasarkan surat edaran dari Otoritas Jasa Keuangan yang menyatakan bahwa pada tahun 2017 semua perusahaan Sekuritas Wajib untuk mengikuti

kegiatan Program Edukasi masyarakat khususnya pelajar dan kalangan menengah kebawah, maka penulis selaku mahasiswa magang perusahaan PT Paramitra Alfa Sekuritas mengajukan diri untuk menganalisis SWOT, Segmentasi, Marketing Mix, dan Promotion Mix dari perusahaan dengan target market yang baru. Adapun hasil analisis penulis adalah sebagai berikut:

1. SWOT

1. *Strength:*

- Gedung sendiri
- Efisiensi biaya
- Tenaga profesional di bidangnya masing-masing

2. *Weakness:*

- MKBD rendah (25Miliar)
- Tidak memiliki aplikasi trading online
- Produk yang ditawarkan sedikit
- Operasional Equity yang masih manual (telepon dan SMS)
- Brand Paramitra yang masih belum konsisten

3. *Opportunity:*

- Pasar yang sangat besar (hanya 0,19% dari total penduduk Indonesia yang punya akun trading)

4. *Threat:*

- Rules Fee 0,2% BUY 0,3% SELL transaksi konsumen

2. Segmentasi dan Target

1. *Current Segmentation & Target*

- Geografik: 80% domestik, 20% asing
- Demografik: usia 40-60 tahun, profesional, ekonomi menengah keatas
- Psikografik: orang yang mau berinvestasi

2. *New Segmentation & Target*

- Geografik: Jabodetabek
- Demografik: pelajar, profesional, ekonomi menengah keatas
- Psikografik: orang yang berfikir untuk berinvestasi

3. Marketing Mix

- *Product:* Sekuritas
- *Price:* Fee 0,15% - 0,25%
- *Place:* Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi
- *Promotion:* *Promotion Mix*

4. Promotion Mix

- *Sales Promotion:* *Negosiasi Fee*
- *Public Relation:* *IDX Channel*, Mengadakan seminar di Universitas-universitas di Jabodetabek
- *Direct Marketing:* *Daily Trading Plan* untuk konsumen Paramitra.

Hasil analisis penulis pun disetujui oleh Bapak Mohamad Adityo Nugroho untuk diteruskan kepada Direktur Operasional PT Paramitra Alfa Sekuritas Bapak Budianto Kelanadjaja. Pada minggu ke 10 penulis melakukan presentasi singkat kepada Direktur Operasional PT Paramitra Alfa Sekuritas Bapak Budianto Kelanadjaja dan Beliau menyarankan analisa penulis untuk diteruskan kepada *Owner* PT Paramitra Alfa Sekuritas yaitu Bapak Bapak Nyoo Hwie Hwan Petrus. Dan pada minggu ke 11 penulis melakukan presentasi singkat tentang analisis *SWOT*, *Segmentasi*, *Marketing Mix*, dan *Promotion Mix* dari perusahaan dengan target market yang baru kepada Bapak Nyoo Hwie Hwan Petrus selaku *Owner* PT Paramitra Alfa Sekuritas.

3.3.1.6 Pemasangan SEO pada Website Paramitra

Website merupakan sebuah kebutuhan dalam perusahaan yang bergerak di bidang perekonomian. Oleh karenanya penulis secara kreatif mengusulkan

pemasangan salah satu teknik *E-Marketing* yaitu *Search Engine Optimazion*. Penulis pun mengutarakan ide tersebut kepada Direktur Operasional Bapak Budianto Kelanadjaja yang juga didukung oleh Bapak Mohamad Adityo Nugroho.

3.3.1.7 Bentuk Promosi Public Relation Berupa Seminar di Universitas

Berdasarkan surat edaran dari Otoritas Jasa Keuangan yang menyatakan bahwa pada tahun 2017 semua perusahaan Sekuritas Wajib untuk mengikuti kegiatan Program Edukasi masyarakat khususnya pelajar dan kalangan menengah kebawah, maka penulis juga memberikan ide kreatif untuk perusahaan PT Paramitra Alfa Sekuritas agar mengadakan bentuk promosi berupa seminar yang diadakan di Universitas-universitas di daerah Jabodetabek yang berguna untuk menambah Brand Awareness serta menambah jumlah konsumen PT Paramitra Alfa Sekuritas yang tentunya berdampak pada penambahan *Income* pada perusahaan. Penulis pun mengutarakan penyampaian ide tersebut pada Direktur Operasional Bapak Budianto Kelanadjaja pada minggu ke 19 dan minggu ke 20.

3.3.2 Kendala yang ditemukan

A. Modal Kerja Bersih Disesuaikan yang Rendah

Kendala pertama yang penulis temukan adalah rendahnya dana MKBD perusahaan atau Modal Kerja Bersih Disesuaikan yang menyebabkan terbatasnya jumlah transaksi harian yang bisa dilakukan oleh perusahaan.

B. Brand Perusahaan belum konsisten

Kendala kedua yang penulis temui selama melakukan praktek kerja magang di PT Paramitra Alfa Sekuritas adalah *Brand* perusahaan yang belum konsisten. Terdapat perbedaan yang cukup besar antara *Brand* Perusahaan yang sebenarnya dengan *Brand* pada website perusahaan. Penulis mengalami kesalahan dalam pengerjaan Buku *Company Profile* Paramitra dikarenakan perbedaan *Brand* yang terdapat pada website dengan *Brand* Paramitra yang sebenarnya

C. Sulitnya bertemu dengan *Owner* PT Pramitra Alfa Sekuritas

Kendala lainnya yang ditemui oleh penulis adalah sulitnya bertemu dengan Bapak Nyoo Hwie Hwan Petrus selaku *Owner* PT Paramitra Alfa Sekuritas. Penulis seringkali menunda melakukan presentasi singkat kepada Bapak Nyoo Hwie Hwan Petrus karena terkendala susahya bertemu dengan beliau, dikarenakan penulis menjalani kuliah reguler pada hari Selasa, sementara Bapak Nyoo Hwie Hwan Petrus datang ke kantor setiap hari Selasa.

D. Perbedaan *Marketing* dalam perusahaan yang menjual produk berwujud dengan *Securities Company*

Adapun kendala terakhir yang ditemui oleh penulis adalah adanya perbedaan dalam pemasaran produk perusahaan sekuritas dengan perusahaan yang memproduksi barang berwujud. Perusahaan Sekuritas lebih berfokus pada pasar dan konsumennya dibandingkan dengan eksternal perusahaan itu sendiri. Sementara itu juga penulis dituntut untuk memahami pasar modal secara luas yang sebelumnya penulis lebih banyak mempelajari teori memasarkan produk pada perusahaan yang menjual produk berwujud.

3.3.3 Solusi atas kendala yang ditemukan

A. Modal Kerja Bersih Disesuaikan (MKBD) yang Rendah

Untuk mempermudah PT Paramitra Alfa Sekuritas dalam mengembangkan perusahaannya, penulis menyarankan perusahaan untuk melakukan Merger dengan perusahaan lain yang memiliki dana Modal Kerja Bersih Disesuaikan yang lebih besar agar perusahaan tidak terkendala masalah dana dalam pengembangan perusahaan.

B. *Brand* Perusahaan yang belum konsisten

Menanggapi masalah perbedaan *Brand* perusahaan yang sebenarnya dengan Brand perusahaan pada website, penulis melakukan penyampaian ide kepada Bapak Budianto Kelanadjaja selaku Direktur Operasional PT Paramitra Alfa Sekuritas untuk menyamakan *Brand* perusahaan dan beliau pun sudah menyetujui untuk menyamakan Brand Paramitra tersebut.

C. Sulitnya bertemu dengan *Owner* PT Pramitra Alfa Sekuritas

Jadwal kuliah yang harus diambil oleh penulis pada hari Selasa menjadi salah satu masalah yang cukup sering dirasakan oleh penulis dikarenakan terkendalanya penulis melakukan presentasi yang harus dipresentasikan kepada *Owner* Paramitra. Sementara *Owner* datang ke kantor setiap hari Selasa. Untuk menyikapi masalah ini penulis membuat janji terlebih dahulu kepada *Owner* untuk dapat bertemu dan melakukan presentasi singkat dengan beliau.

D. Perbedaan *Marketing* dalam perusahaan yang menjual produk berwujud dengan *Securities Company*

Perbedaan yang cukup besar dapat penulis rasakan ketika melakukan praktek kerja magang di PT Paramitra Alfa Sekuritas yang merupakan sebuah perusahaan sekuritas, dimana sebelumnya penulis mempelajari teori yang cukup berbeda selama masa perkuliahan yang lebih banyak membahas *Marketing* pada perusahaan yang menjual produk berwujud. Pada awalnya penulis merasa kesulitan dalam mengimplementasikan teori-teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke praktek kerja magang, akan tetapi penulis terus belajar dengan tekun sehingga seiring dengan berjalannya waktu penulis sudah dapat memahami dan beradaptasi dengan suasana perusahaan sekuritas.

3.4 Bentuk Promosi yang telah dilakukan PT Paramitra Alfa Sekuritas

Bentuk promosi yang dilakukan PT Paramitra Alfa Sekuritas selama penulis melakukan praktek kerja magang periode 29 Agustus 2016 sampai 8 Desember 2016 adalah:

1. *Direct Marketing*

Bentuk *Direct Marketing* yang dilakukan PT Paramitra Alfa Sekuritas yaitu Daily Trading Plan untuk memberikan gambaran serta perkiraan pasar agar nasabah Paramitra aktif melakukan transaksi.

2. *Public Relation*

Sebagai bentuk *Public Relation* yang dilakukan oleh Paramitra guna memperoleh *Brand Awareness* dari pelaku pasar adalah dengan mengisi acara pada IDX Channel pada minggu ke-2 dalam acara *News Screen* serta *Battle Analist* pada minggu ke-12.

3. *Sales Promotion*

Bentuk *Sales Promotion* yang dilakukan Paramitra adalah negosiasi *fees* dalam menentukan biaya yang harus dibayarkan oleh nasabah setiap kali melakukan transaksi pada Paramita. Biaya tersebut berkisar antara 0.15% hingga 0.25% setiap melakukan transaksi berupa penjualan dan pembelian saham.

