



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 II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Global Artha Futures adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengelolaan keuangan (*Financial Investment*), berdiri berdasarkan Akta Perseroan Terbatas “PT. Global Artha Futures” izin Bursa Berjangka Jakarta (BBJ) dan Badan Pengawasan Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPEBTI), yang telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Kehakiman dan Hak Azasi Manusia Republik Indonesia.

PT Global Artha Futures telah mendapatkan Izin usaha sebagai Pialang berjangka dari Departemen Perdagangan melalui Keputusan Ketua Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPEBTI) No. 587/BAPEBTI/Si/XII/2004 dan telah mendapatkan Surat Persetujuan Anggota Bursa (SPAB) No.: SPAB-072/BBJ/05/04. Selain itu , PT Global Artha Futures juga telah memperoleh izin dari PT. Kliring Berjangka Indonesia (PERSERO) dan sudah disetujui sebagai Peserta Sistem Perdagangan Alternatif (SPA).

Gambar 2.1 Izin Usaha Pialang Berjangka No : 587/BAPPEBTI/SI/XII/2004



Sumber : <http://gaf.co.id/about-us/izin-usaha/>

Gambar 2.2 Surat Persetujuan Anggota Bursa (SPAB) No. : SPAB-072/BBJ 05/04



Sumber : <http://gaf.co.id/about-us/izin-usaha/>

Gambar 2.3 Izin PT Kliring Berjangka Indonesia No : 56/ AK-KBI/IV/2007



Sumber : <http://gaf.co.id/about-us/izin-usaha/>

Gambar 2.3 Izin Peserta SISTEM PERDAGANGAN ALTERNATIF (SPA) No :
1274/BAPPEBTI/SP/6/2007



Sumber : <http://gaf.co.id/about-us/izin-usaha/>

Berikut tim manajemen di PT Global Artha Futures :

Tabel 2.1 Tim Manajemen PT Global Artha Futures

Tim Manajemen	
Komisaris Utama	Firminus Parera
Komisaris	Armen Saut Tampubolon
Direktur Utama	Gading J. Sianturi
Direktur	Wawan Trisnawan
Direktur Kepatuhan	Udi Margoutomo
Wakil Pialang	Ahmad Fadholi Okta Paulin Tampubolo
<i>Research & Trainer</i>	Isramanto Adnan

Sumber : <http://gaf.co.id/about-us/about/>

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Pada era globalisasi ini, diantara persaingan bisnis yang kompetitif, PT. Global Artha Futures melihat adanya suatu peluang yang sangat potensial untuk berkembang, yaitu belum diberdayakannya secara maksimal investasi dibidang komoditi berjangka dan pasar uang oleh para investor yang memiliki dana cukup besar dalam melakukan investasi finansial.

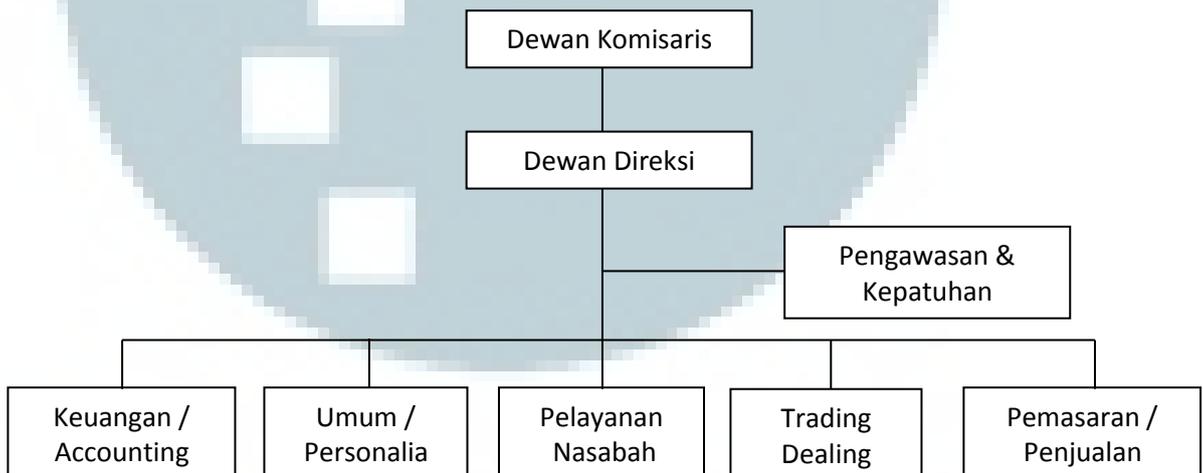
Melihat hal ini perusahaan berusaha secara aktif berpartisipasi dalam mengambil peluang dalam pengembangan potensi tersebut dengan memberikan jasa informasi keuangan tentang pasar Internasional melalui transaksi Index & Valuta Asing.

Konsep berdirinya perusahaan dengan misi meningkatkan jumlah investor Indonesia yang dapat melakukan investasi finansial secara transparan dan menguntungkan dengan perlindungan yang jelas atas transaksi yang dilakukannya. Disamping itu perusahaan terus memberikan sosialisasi dan edukasi investasi baik di Pasar Komoditi Berjangka maupun Pasar Uang.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi tempat penulis melakukan praktek kerja magang.

Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Global Artha Futures



Sumber : <http://thesis.binus.ac.id/Doc/Bab4/2011-1-00469-mn 4.pdf>

Tugas dan kewajiban masing masing jabatan :

1. Dewan Komisaris

Melakukan pengawasan terhadap jalannya pelaksanaan usaha PT Global Artha Futures dan memberikan nasihat kepada direktur serta membuat laporan tentang tugas pengawasan yang telah dilakukan.

2. Dewan Direksi

memimpin dan mengendalikan semua kegiatan pada PT Global Artha Futures, membina pegawai, mengurus dan mengelola kekayaan PT Global Artha Futures, menyampaikan laporan berkala mengenai seluruh kegiatan termasuk neraca dan perhitungan laba/rugi kepada dewan komisaris.

3. Pengawasan & Kepatuhan

Mengawasi jalannya semua bagian department untuk dilaporkan kepada dewan direksi, jika terjadi kesalahan dalam melakukan pekerjaan maka bagian pengawasan ini yang akan meneliti dan mengoreksinya.

4. Keuangan / Accounting

1. Mengkoordinasikan pengendalian kegiatan Akuntansi Manajemen, Keuangan, Teknologi Sistem Informasi Keuangan, dan kegiatan pembelian.
2. Melakukan analisis terhadap laporan keuangan dan laporan akuntansi manajemen perusahaan.
3. Melaksanakan pengendalian dan pengawasan bidang keuangan sesuai dengan target yang ditentukan
4. Mengevaluasi dan menyampaikan laporan keuangan (neraca, laporan laba/rugi, laporan arus kas) yang auditable secara berkala beserta perinciannya (bulanan, triwulan maupun akhir tahun) sesuai dengan kebijakan akuntansi kepada Direksi.

5. Mengevaluasi kajian kelayakan investasi dalam surat-surat berharga, *akuisisi, merger dan privatisasi*.
6. Mengelola alat-alat pembayaran dan surat-surat berharga.

5. Umum / *Personalia*

1. Menetapkan kebutuhan sumber daya manusia sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
2. Menetapkan sistem kerja bidang sumber daya umum untuk mewujudkan *operational excellent*.
3. Melaksanakan *mapping personil* secara produksi
4. Menetapkan dan melaksanakan sistem pendidikan dan pelatihan
5. Menetapkan dan melaksanakan sistem penilaian karya.
6. Menetapkan sistem kompensasi dan remunerasi.
7. Menetapkan sistem rekrutmen karyawan
8. Menetapkan program peningkatan kesejahteraan
9. Menetapkan sistem survey kepuasan karyawan

6. Pelayanan Nasabah

Melayani nasabah/Konsumen dalam pemberitahuan tata cara pembelian saham dan informasi mengenai saham yang ada pada PT Global Artha Future.

7. Trading Dealing

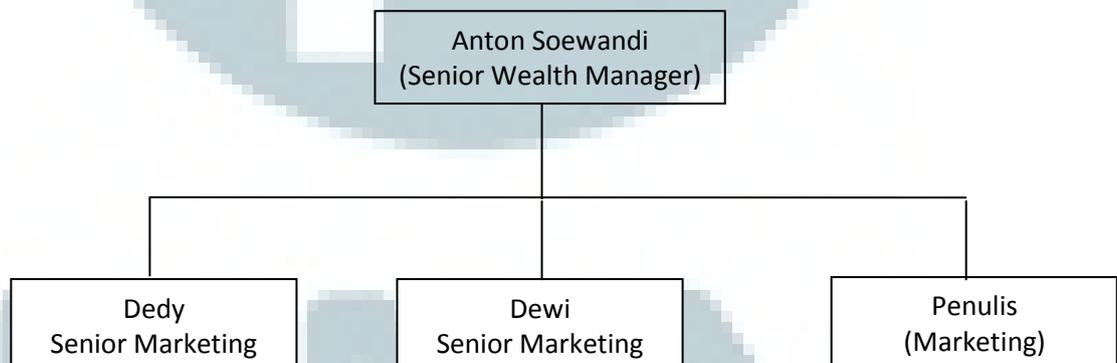
Menyalurkan amanat investor untuk bertransaksi, Dealer memberitahu kepada nasabah harga yang berlaku saat itu, apabila terjadi kecocokan harga maka trading dealer ini yang menyimpan semua bukti transaksi nasabah.

8. Pemasaran / Penjualan

memasarkan/menawarkan saham saham yang ada yang ada dalam PT Global Artha Future kepada nasabah.

Berikut adalah salah satu struktur yang ada di departemen pemasaran dimana penulis melakukan praktek kerja magang :

Gambar 2.6 Kedudukan Penulis di Departemen Pemasaran / Penjualan



Sumber : PT Global Artha Futures

2.4 Landasan Teori

2.4.1 Pasar Berjangka

Lembaga keuangan merupakan salah satu pilar kekuatan ekonomi suatu negara. Beberapa lembaga keuangan terpenting adalah perbankan, asuransi, pasar modal dan pasar berjangka. Pasar berjangka digolongkan menjadi dua, yaitu yang terorganisasi atau disebut bursa berjangka dan yang tidak terorganisasi di luar bursa atau sering disebut OTC (*over the counter*). Namun bursa berjangka dan OTC tetap tunduk pada undang – undang pasar komoditas.

Pertama kali yang perlu dipahami adalah pengertian tentang pasar berjangka. Menurut Mohamad Samsul dalam bukunya “Pasar Berjangka Komoditas dan Derivatif”, pasar berjangka adalah tempat atau sarana kontrak jual beli produk yang disepakati saat itu tentang: harga, kuantitas, kualitas, syarat pembayaran, dan syarat penyerahan, tetapi pelaksanaan kontrak dilakukan di kemudian hari. Dengan kata lain, kontrak jual beli dimuka, tetapi pelaksanaannya belakangan.

Produk yang diperdagangkan dalam pasar berjangka terdiri dari 2 sektor, yaitu :

1. Sektor finansial
 - a. Produk Perbankan : valuta asing dan tingkat bunga
 - b. Produk pasar modal : indeks saham dan saham individu
2. Sektor riil
 - a. Produk agrikultur : pertanian, peternakan, perkebunan, dan lain – lain
 - b. Produk pertambangan : emas, timah, alumunium, nikel, gas, solar, dan lain – lain

2.4.2 Komoditi Emas

Kita akan membahas lebih dalam tentang komoditi emas. Emas merupakan produk yang paling diminati karena nilainya terbukti selalu dapat bertahan dan paling likuid di dunia setelah forex yang berlangsung 24 jam dari hari senin sampai jumat. Berdasarkan Kepres No.119/2001 emas masuk kedalam salah satu kontrak komoditi yang dapat diperdagangkan melalui kontrak bursa.

Dengan bantuan teknologi emas bisa diperjualbelikan sebagai komoditas di perdagangan berjangka (*Future trading*). Artinya kita tidak memegang fisik dari emas yang kita beli tetapi hanya bukti administrasi atas kepemilikannya. Tujuan transaksi emas adalah untuk memperoleh keuntungan, lindung nilai dan sebagai sarana investasi karena nilai emas dapat bertahan tinggi dalam kondisi terburuk sekalipun.

Berikut beberapa keuntungan bertransaksi emas:

1. Modal relatif lebih kecil

Jika dibandingkan dengan kita membeli emas fisik, bertransaksi emas secara online membutuhkan modal yang lebih kecil. Jika emas fisik membutuhkan modal sekitar Rp 580.000/gram, transaksi emas online hanya membutuhkan sekitar 100juta rupiah. Dimana kalau kita membeli emas fisik untuk mendapatkan 100 gram saja kita membutuhkan 58juta rupiah.

2. *Spread* relatif kecil

Spread merupakan perbedaan harga jual dan harga beli. Untuk emas fisik jika kita membeli dengan harga Rp 580.000/gram untuk menjualnya

kembali harganya akan turun cukup jauh antara Rp 500.000 – Rp 550.000. Sedangkan untuk transaksi emas secara online *spreadnya* hanya sekitar \$ 0,5-1 tergantung perusahaannya.

3. Tingkat likuiditas tinggi

Tidak seperti properti yang untuk menjualnya dibutuhkan pembeli dan waktu yang lama. Dalam transaksi emas ini kita bisa menjual atau membeli emas kapan saja karena menggunakan system online.

4. System online trading

Dengan adanya system online trading kita dapat melakukan transaksi dimana saja tanpa harus ke counter penjualan emas.

Dalam hal ini siapa saja bisa melakukan transaksi tidak terbatas usia ataupun pengetahuan, tetapi diperlukan dana yang cukup untuk melakukannya.

2.4.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Harga Emas

Dalam bukunya yang berjudul “ muntah uang dengan inves logam – logam mulia”, Rizem Aizid menjelaskan bahwa sebagai investor tentu kita harus tahu apa saja yang mempengaruhi harga emas agar investasii yang kita lakukan tidak salah. Berikut faktor – faktor yang mempengaruhi harga emas:

1. Perubahan Harga Kurs

Dalam hal ini khususnya kurs dolar terhadap mata uang negara lain. Kurs dolar dengan harga emas memiliki korelasi negatif. Jika kurs dolar menguat maka harga emas akan turun, begitupun sebaliknya. Hal ini disebabkan karena jika kurs dolar sedang menguat, investor lebih

cenderung berinvestasi di saham atau obligasi atau valas sehingga para investor melepas emasnya dan beralih ke investasi tersebut.

2. Suplai dan Permintaan

Sama seperti produk pada umumnya, jika suplai emas berlimpah maka harganya akan turun. Misalkan kurs dolar sedang menguat maka para investor melepas emas mereka sehingga suplai emas jadi berlimpah dan permintaan sedikit dan akhirnya menyebabkan harga emas turun agar para investor mau berinvestasi lagi di emas.

3. Situasi Ekonomi Global

Kita ambil contoh saat terjadi krisis di Yunani belum lama ini. Krisis di Yunani menyebabkan kurs euro terhadap dolar amerika melemah sehingga seperti yang sudah dijelaskan diatas hal ini akan membuat harga emas turun karena kurs dolar menguat.

4. Harga Minyak Dunia

Berbeda dengan kurs dolar, harga emas memiliki korelasi yang positif dengan harga minyak berdasarkan para pengamat ekonomi. Hal ini terjadi karena emas dan minyak sama – sama komoditas dan sebagai contoh, jika minyak dibeli dengan emas maka jumlah emas yang dibutuhkan untuk membeli minyak relatif sama selama 60 tahun terakhir.

5. Permintaan di Pasar Lokal

India dan china merupakan negara pengkonsumsi emas yang cukup tinggi. Sebagai contoh saat di india sedang diadakan festival permintaan emas di india pun meningkat karena rata – rata festival yang diadakan memakai

emas. Hal ini akan berpengaruh terhadap suplai dan permintaan seperti yang diatas.

2.4.4 Tata Cara Perdagangan Emas Secara Online di Perdagangan Berjangka (Future Trading)

Didalam melakukan perdagangan atau transaksi ada 2 cara yaitu kita bisa melakukan sendiri transaksi tersebut atau dibantu oleh manager investasi. Jika kita melakukan transaksi sendiri kita dapat melakukannya menggunakan software yang bisa diinstal di komputer, blackberry, iPad, Galaxy tab, sehingga kita dapat melakukan transaksi berdasarkan keputusan kita sendiri dimana saja.

Sedangkan untuk investor yang menggunakan jasa manager investasi ada yang otoritas penuh ada yang otoritas setengah. Jika investor menggunakan jasa manager investasi dengan otoritas penuh maka sang manager investasi dapat melakukan transaksi sesuai dengan yang dia inginkan tetapi tetap memberi laporan atas transaksi yang dilakukannya. Untuk investor yang menggunakan jasa manager investasi dengan otoritas setengah, sang manager investasi memerlukan keputusan dari investor untuk melakukan transaksi. Disini manager investasi lebih bertindak sebagai pemberi saran.

Sebelum kita melakukan perdagangan atau transaksi ada beberapa hal mendasar yang harus kita ketahui.

Tabel 2.2 Kondisi dan Persyaratan Perdagangan Emas

Nama Produk	GOLD
Kode Kontrak	XAUUSD

Modal Awal	Tergantung kebijakan masing – masing perusahaan.	
Kurs dolar	Rp 10.000	
Ukuran Kontrak	100 troy ounce/lot (3,11kg)	
Minimum Transaksi	1 lot	
Harga Per lot	\$ 1.000	
Komisi	Tergantung kebijakan masing – masing perusahaan	
Perbedaan harga jual dan harga beli (spread)	\$ 0,5 / troy ounce	
Jam Transaksi (WIB)	Senin	07.00 - 05.00 WIB
	Selasa – Kamis	05.00 - 05.00 WIB
	Jumat	05.00 - 04.00 WIB

Untuk melakukan transaksi kita memerlukan software yang biasanya bisa didapat gratis dari perusahaan yang bergerak dalam bidang ini. Dalam perdagangan emas secara online ada 2 posisi yang bisa kita ambil yaitu beli (*buy*) dan jual (*sell*).

- Beli (*Buy*)

Posisi beli biasanya diambil investor saat pergerakan pasar cenderung naik atau *bullish market*. Investor dapat membuka posisi transaksi dengan transaksi beli (*buy*) terlebih dahulu pada saat harga rendah dan menutup posisi tersebut dengan tindakan jual (*sell*) pada harga tinggi.

Gambar 2.7 Grafik *Market Bullish*



Sumber : Software GAFTTrader 4

Contoh : investor A melakukan transaksi dengan membeli (*open buy*) 2 lot pada harga \$ 1707,50 dan kemudian menjualnya (*close sell*) pada harga \$ 1715,30, maka perhitungan laba ruginya sebagai berikut (asumsi komisi \$ 50 perlot):

$$\begin{aligned}\text{Laba/Rugi} &= \{(\$1715,30 - \$1707,50) \times 100 \times 2\} - (\text{komisi}) \\ &= (\$7,8 \times 100 \times 2) - (2 \times \$50) \\ &= \$1460\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas investor A mendapatkan keuntungan \$1460.

- **Jual (*Sell*)**

Pada saat pergerakan pasar cenderung turun atau bearish market, investor dapat mengambil keuntungan dengan membuka posisi jual (*sell*) terlebih dahulu kemudian menutupnya dengan posisi beli (*buy*)

Gambar 2.8 Grafik *Market Bearish*



Sumber : Software GAFTrader 4

Contoh : Investor B membuka posisi jual (*open sell*) pada harga \$1717,40 sebanyak 3 lot dan menutupnya dengan posisi beli di \$1711,45, maka perhitungannya adalah (asumsi komisi \$50 perlot):

$$\begin{aligned}\text{Laba/Rugi} &= \{(\$1717,40 - \$1711,40) \times 100 \times 3\} - (\text{komisi}) \\ &= (\$7,8 \times 100 \times 3) - (3 \times \$50) \\ &= \$1635\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas investor B mendapatkan keuntungan \$1635

2.4.5 Promosi

Menurut Blech dalam bukunya yang berjudul "*Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communication Perspective* ", promosi adalah suatu koordinasi dari semua upaya penjual untuk mengatur saluran informasi dan bujukan untuk menjual produk dan jasa atau menampilkan ide. Salah satu alat

yang digunakan untuk melakukan komunikasi pemasaran adalah bauran promosi (*promotional mix*).

Bauran promosi terdiri dari 6 elemen yaitu :

1. Pengiklanan (*Advertising*)

Pengiklanan adalah segala bentuk komunikasi nonpersonal berbayar tentang organisasi, produk, jasa atau ide oleh sponsor.

2. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung adalah dimana organisasi berkomunikasi secara langsung dengan target konsumennya untuk menghasilkan tanggapan dan atau transaksi.

3. Interaktif / Pemasaran Internet (*Interactive/Internet Marketing*)

Interaktif / pemasaran internet memungkinkan untuk terjadi informasi dua arah dimana pengguna dapat berpartisipasi dan mengubah bentuk dan isi informasi.

4. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan secara umum didefinisikan sebagai aktifitas pemasaran yang memberikan nilai lebih atau insentif untuk tenaga penjual, distributor, atau konsumen dan dapat secara langsung mendorong penjualan.

5. Publisitas / Hubungan Masyarakat (*Publicity/Public Relations*)

Publisitas / hubungan masyarakat mengacu pada komunikasi nonpersonal yang berkaitan dengan organisasi, produk, jasa atau ide yang tidak dibayar secara langsung atau berjalan dibawah sponsor.

6. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi adalah bentuk komunikasi *person to person* dimana penjual berusaha untuk membantu dan atau membujuk pembeli yang potensial untuk membeli produk atau jasa perusahaan atau bertindak kepada ide perusahaan.

2.4.6 Telemarketing

Menurut Belch/Belch pemasaran langsung (*direct marketing*) memiliki beberapa strategi antara lain : surat langsung (*direct mail*), katalog, *TV spot*, *infomercial*, *homeshopping*, *print media*, telemarketing, *electronic teleshooping*. Selama proses kerja magang penulis melakukan salah satu strategi diatas yaitu telemarketing.

Menurut Kurtz dan Boone, telemarketing adalah cara melakukan penjualan melalui telepon yang memiliki dua tujuan umum yaitu penjualan dan jasa/pelayanan, serta memiliki dua target market yaitu *business-to-business* dan *direct-to-consumer*.

Sedangkan Nickels dalam bukunya yang berjudul *understanding business* mengungkapkan bahwa telemarketing adalah penjualan produk dan jasa melalui telepon.

Jadi dapat disimpulkan bahwa telemarketing adalah strategi penjualan yang menggunakan telepon sebagai media untuk melakukan penjualan produk atau jasa.