



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:

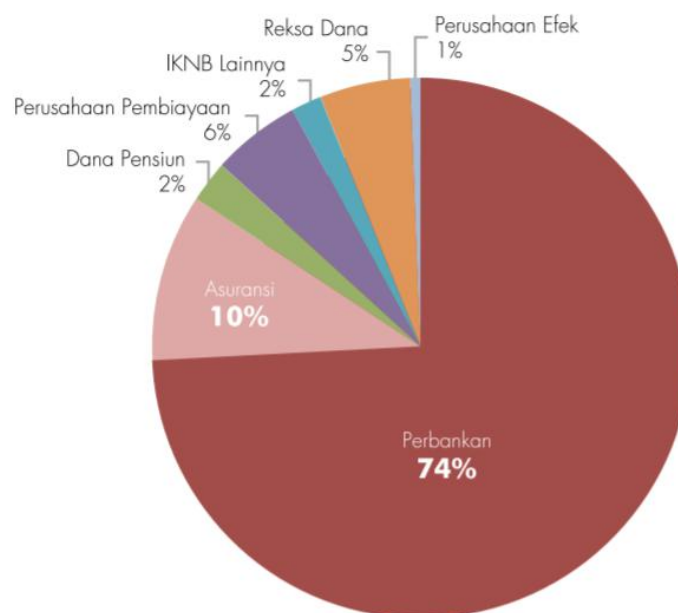
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian Indonesia tidak akan bertumbuh jika tidak didukung kuat oleh Sektor Jasa Keuangan (SJK) Indonesia. Adanya SJK ini dapat membuat masyarakat Indonesia dapat melakukan transaksi baik untuk investasi maupun konsumsi. Di Indonesia sendiri, SJK terbagi menjadi tiga kelompok besar, yakni sektor perbankan, pasar modal dan industri keuangan non-bank (IKNB). Pada tahun 2014, sektor perbankan masih mendominasi SJK nasional dengan pangsa aset sebesar 74% diikuti oleh asuransi sebesar 10%. Sementara itu pangsa industri lainnya seperti reksadana, dana pensiun, dan perusahaan pembiayaan masih relatif kecil.



Gambar 1. 1 Komposisi Aset Sektor Jasa Keuangan Indonesia 2014

Sumber : Master Plan SJKI OJK

Namun, belum seluruh masyarakat Indonesia telah menggunakan produk layanan keuangan, hal ini membuat Otoritas Jasa Keuangan (OJK) harus memberikan

edukasi terkait keuangan kepada masyarakat Indonesia melalui literasi keuangan. Berdasarkan riset terbaru pada tahun 2016, menyebutkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia naik menjadi 29.6 sementara pada tahun 2013 sebesar 21.8, artinya masih banyak masyarakat Indonesia yang belum melek dan teredukasi mengenai keuangan (Ika, 2017). Dengan adanya peningkatan tersebut menandakan bahwa sudah terdapat masyarakat yang teredukasi dan sadar akan pentingnya menggunakan produk layanan keuangan.

Kontribusi sektor jasa keuangan terhadap perekonomian nasional pun masih terus meningkat. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), per Februari 2017 sektor jasa keuangan dan asuransi tumbuh 8,9%, selain itu sub sektor jasa keuangan lainnya seperti pegadaian, modal ventura, perusahaan pembiayaan tumbuh tinggi dari 7,98% menjadi 9.24% (Setiawan, 2017). Tumbuhnya sektor jasa keuangan ini juga didukung oleh partisipasi masyarakat mulai dari membuka tabungan, mendaftar asuransi, dan lain sebagainya. Tidak hanya itu, adanya edukasi literasi keuangan yang telah dilakukan OJK sebelumnya juga mendorong partisipasi masyarakat dalam menggunakan produk layanan keuangan.

Dalam pengembangan sektor jasa keuangan, OJK mengarahkan para pelaku jasa keuangan sejak 2015 lalu untuk dapat mengoptimalkan peran sektor jasa keuangan dalam mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi nasional (kontributif) , menjaga stabilitas keuangan sebagai landasan bagi pembangunan yang berkelanjutan (stabil), dan mewujudkan kemandirian finansial masyarakat serta mendukung upaya peningkatan pemerataan dalam pembangunan (inklusif) (Master Plan Sektor Jasa Keuangan Indonesia, 2015). Tiga arahan ini harus diperhatikan oleh para pelaku sektor jasa keuangan dalam membantu mengembangkan perekonomian nasional.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

TIGA ARAH PENGEMBANGAN DALAM MASTER PLAN SJKI



Gambar 1. 2 Arah Pengembangan Sektor Jasa Keuangan Indonesia

Sumber : Master Plan SJKI OJK

Menurut Muliaman, Ketua Dewan Komisiner OJK, upaya yang dapat dilakukan oleh SJK pada pilar kontributif adalah dengan pendanaan infrastruktur dan program sektor pangan, penguatan kapasitas SJK, pengembangan produk dan layanan, hingga penguatan peran SJK Syariah. Dalam menjaga stabilitas keuangan, harus dilakukan penguatan pengawasan dan standarisasi SJK agar sesuai dengan standar internasional. Dan untuk dapat mewujudkan kemandirian finansial serta pemerataan pembangunan, SJK dapat mengembangkan potensi ekonomi daerah dan perluasan akses keuangan dan perlindungan konsumen (Idris, 2016).

Untuk dapat mendukung terlaksananya master plan tersebut, para pelaku sektor jasa keuangan baik bank maupun non-bank harus dapat memenuhi kuantitas dan kualitas sumber daya manusia baik untuk perusahaannya maupun pengawas, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan di sektor jasa keuangan. Namun, bukan hanya meningkatkan kualitas dari sisi sumber daya manusia saja, para pelaku sektor jasa keuangan juga harus memahami perilaku orang terhadap produk-produk keuangan. Perusahaan harus meningkatkan kualitas produk yang mereka tawarkan serta memastikan bahwa seluruh sumber daya yang terlibat langsung dengan konsumen memiliki pengetahuan yang cukup. Selain itu, perusahaan juga harus dapat memberikan informasi yang jelas, lengkap, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Dalam menyesuaikan produk maupun layanan agar sesuai dengan kebutuhan konsumen, perusahaan perlu melakukan riset terlebih dahulu. Melalui sebuah riset, perusahaan akan dapat mengetahui produk apa yang sebenarnya diinginkan oleh masyarakat dan juga dapat mengetahui bagaimana pelayanan yang selama ini sudah diberikan perusahaan kepada konsumen. Untuk dapat meningkatkan pelayanannya, perusahaan dapat melakukan training bagi para karyawannya. Melalui sebuah training, karyawan tidak hanya ditingkatkan dari sisi *harskill* namun juga meningkatkan *softskill*, agar pada saat bertemu dan melayani konsumen dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Perusahaan dapat menggunakan pihak ketiga untuk membantu dalam pelaksanaan riset dan training ini. Hal ini dirasa penting karena jika perusahaan menggunakan jasa *internal* (orang yang ada di dalam perusahaan), maka dapat memungkinkan hasil yang diberikan belum tentu sesuai. Penggunaan pihak ketiga ini untuk mencegah terjadinya kecurangan dalam pihak-pihak tertentu di dalam perusahaan. Selain itu, persaingan yang ketat juga menuntut perusahaan untuk berkembang dan menjadi lebih baik. Maka dari itu, dibutuhkan jasa konsultan manajemen profesional yang dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan alternatif pemecahan pada bidang manajemen, pembelajaran, pencarian potensi baru, serta penerapan sistem-sistem baru yang dapat mendukung jalannya bisnis menjadi lebih baik. Seorang konsultan harus dapat memberikan saran-saran berkualitas bagi perusahaan.

Ketatnya persaingan bisnis dan pentingnya peranan seorang konsultan bagi sebuah perusahaan membuat hal ini dilirik oleh Hermawan Kertajaya. Beliau mendirikan MarkPlus.Inc, yang merupakan sebuah perusahaan konsultan premier di Asia Tenggara. Tidak hanya konsultan, MarkPlus juga menawarkan program pelatihan yang mengkhususkan pada strategi pemasaran serta menawarkan riset pemasaran dan sosial untuk memberikan informasi yang andal dan wawasan pelanggan yang relevan. Tujuan MarkPlus sendiri adalah untuk mengembangkan perusahaan dan individu di

bidang konsultasi, riset pemasaran, pendidikan dan komunitas media (Corporate Annual Report MarkPlus.Inc, 2017).

MarkPlus mengategorikan perusahaan-perusahaan dalam 6 sektor industri, salah satu industrinya adalah *Financial Service Industry* (FSI). FSI menangani klien-klien yang inti bisnisnya merupakan perusahaan keuangan, baik perusahaan perbankan maupun non-bank. Jasa yang ditawarkan kepada para perusahaan pun sama, meliputi riset, pelatihan (*training*), dan konsultan. Melalui jasa ini, perusahaan perbankan maupun non-bank dapat meningkatkan performa bisnis dan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen melalui peningkatan-peningkatan kualitas produk dan layanan (Corporate Annual Report MarkPlus.Inc, 2017).

Beberapa perusahaan yang telah menjadi klien pada FSI diantaranya adalah Bank Central Asia (BCA), Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Mandiri, CIMB Niaga, Bank Indonesia, Bank BTN, PermataBank, RaboBank, dan lain-lain. Untuk klien perusahaan asuransi diantaranya adalah AXA Mandiri, BPJS Ketenagakerjaan, BPJS Kesehatan, PT TASPEN (Persero), Asuransi Astra, dan lain-lain. Sedangkan untuk klien perusahaan pembiayaan diantaranya adalah Pegadaian, Adira Finance, Astra Credit Company (ACC), dan lain-lain (Corporate Annual Report MarkPlus.Inc, 2017).

Selain itu, terdapat beberapa proyek yang telah dilakukan oleh FSI. Dalam proyek riset adalah *customer satisfaction research*, mengidentifikasi indikasi kepuasan terhadap produk dan kinerja dalam mengambil peluang untuk melakukan peningkatan. Pada proyek konsultan adalah *sales force management*, merancang strategi distribusi melalui desain dan pengoptimalan tenaga penjualan. Pada proyek *training* adalah *sales academy training*, mengembangkan keahlian penjualan untuk mendukung semua proses penjualan, termasuk *prospecting*, *approaching*, kemampuan negosiasi, dan lain-lain (Corporate Annual Report MarkPlus.Inc, 2017).

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan penulis melaksanakan kerja magang selain merupakan kewajiban, kerja magang membuat penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan selama masa perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Dengan adanya kerja magang ini membuat penulis memperoleh banyak ilmu baru, cara berpikir yang lebih terstruktur, pengalaman dalam dunia kerja khususnya pada bidang konsultan, dan membantu dalam membentuk mental yang kuat ketika menghadapi dunia kerja yang sebenarnya. Melalui kerja magang ini diharapkan penulis dapat mengembangkan dirinya baik dalam *hardskill* maupun *softskill*. *Softskill* sangat dibutuhkan dalam bidang konsultan karena penulis dituntut untuk bisa bekerjasama dalam tim.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang (*Internship*) dimulai penulis pada tanggal 19 Juni 2017 dan berakhir pada tanggal 6 Oktober 2017. Waktu pelaksanaan magang ini sesuai dengan panduan Magang Program Studi Manajemen yaitu; selama 3 bulan dengan 60 hari kerja efektif, dengan ketentuan jam kerja 8 jam/hari. Waktu kerja penulis pada hari Senin sampai Jumat dimulai pada pukul 08.30 dan berakhir pada pukul 17.30. Lokasi pelaksanaan kerja magang dilakukan di MarkPlus Main Campus yang beralamatkan di EightyEight@Kasablanka 8th Floor Raya Kav. 88, Jl. Casablanca, Menteng Dalam, Tebet, Kota Jakarta Selatan.

Pada tahap pertama, penulis mendapatkan informasi program magang setelah mengikuti lomba WOW Case Competition 2017 with Pertamina Go bersama rekan-rekan satu tim. Penulis dan rekan satu tim diberikan tawaran oleh Bapak Giovanni untuk mengikuti kerja magang di PT MarkPlus. Keikutsertaan penulis dalam lomba tersebut telah membukakan peluang bagi penulis untuk mendapatkan program kerja magang di MarkPlus.Inc sebagai *Client Engagement Consultant (CEC)*.

Pada tahap kedua, penulis telah menjalani tahap interview terlebih dahulu dan mengajukan formulir kerja magang (Form KM-01) untuk mendapatkan surat resmi dari

Program Studi Manajemen mengenai kerja magang yang diwajibkan oleh kampus. Penulis memberikan surat keterangan kampus kepada perusahaan dan perusahaan memberikan surat keterangan bahwa penulis telah diterima untuk menjalani kerja magang di MarkPlus. Sebelum mempraktekan kerja magang, setiap mahasiswa wajib untuk menghadiri perkuliahan kerja magang sebagai bentuk pembekalan yang diberikan oleh Program Studi Manajemen.

Pada tahap ketiga, penulis memulai proses kerja magang yang dimulai pada tanggal 19 Juni hingga 6 Oktober 2017. Kerja magang dilaksanakan dibawah pengawasan pembimbing lapangan, yakni Ibu Cecilia Christin Hermanto selaku *industry lead Financial Service Industry*. Selama proses kerja magang penulis wajib mengikuti seluruh peraturan yang berlaku pada PT MarkPlus serta arahan dari pembimbing lapangan. Tidak hanya itu, penulis juga saling membantu antar rekan sesama *business analyst* dalam menyelesaikan berbagai tugas yang diberikan.

Pada tahap keempat, setelah menyelesaikan kerja magang sesuai waktu yang ditentukan, penulis memulai menyusun laporan magang yang berisi aktivitas dan tugas-tugas yang dikerjakan oleh penulis selama proses kerja magang. Disamping itu, penulis juga meminta bantuan pembimbing lapangan untuk menanda tangani formulir kehadiran kerja magang, formulir pekerjaan mingguan penulis, serta mengisi hasil penilaian dan diserahkan kepada penulis. Setelah melengkapi seluruh persyaratan ujian magang serta laporan kerja magang, maka penulis akan diberikan jadwal ujian kerja magang yang kemudian penulis menghadiri ujian kerja magang sebagai bentuk pertanggungjawaban laporan yang telah disusun.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A