



### **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 Secara Keseluruhan**

Pada tahun 2004 berdirilah KOPERASI NUSANTARA, Koperasi Serba Usaha dengan status primer nasional yang selain memiliki Unit Jasa juga memiliki Unit Simpan Pinjam. Sebagai Unit Jasa, kegiatan utamanya adalah menjadi Jasa Konsultan Keuangan dan Agen Pemasaran dari berbagai perusahaan barang/jasa. Untuk mendukung kegiatan bisnis, khususnya dalam hal penyaluran pinjaman Koperasi Nusantara bekerjasama dengan perbankan melalui linkage program dengan fasilitas channeling. Dimana melalui kerjasama tersebut Koperasi Nusantara membantu menyalurkan pinjaman kepada calon peminjam yang membutuhkan.

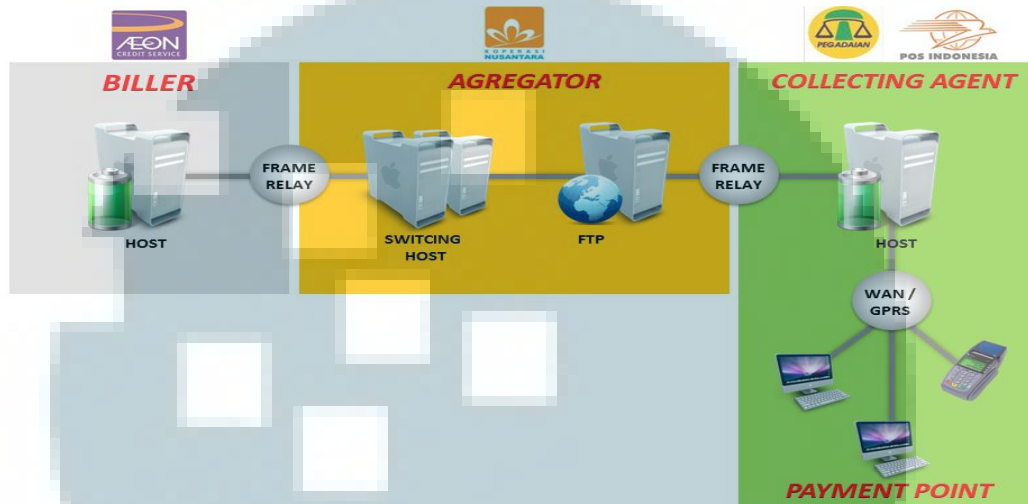
Di awal usahanya, Koperasi Nusantara hanya membuka cabang di beberapa daerah di Jawa Barat dengan core business memberikan pinjaman kepada para pensiun dan pegawai yang pembayaran gaji/uang pensiunnya melalui Kantor Pos. Seiring berjalannya waktu, pertumbuhan bisnis pinjaman ini terlihat semakin potensial, maka di tahun 2006 Koperasi Nusantara melakukan kerjasama operasional dengan PT.POS INDONESIA (Persero). Kerjasama ini meliputi penyaluran pinjaman dan pemotongan uang gaji/pensiunan pegawai, PNS dan TNI/POLRI dan sejak tahun 2007 produk pinjaman ini dapat dilayani di seluruh Indonesia melalui 208 cabang kantor layanan Koperasi Nusantara.

Berbasis teknologi informatika, memungkinkan Koperasi Nusantara dapat melakukan pengelolaan bisnisnya dengan realtime online system di seluruh cabang layaknya standard perbankan saat ini. Kemitraan strategis untuk dapat menjalankan bisnis yang ada dengan baik tidak hanya dibangun dengan PT.POS INDONESIA (Persero) tapi juga dengan pihak-pihak pendukung lainnya seperti PT. Bank Sinarmas, ICB Bumiputera Indonesia Tbk, Bank Kesawan, BII Maybank, Mutiara Bank, Bank Bukopin, Bank Syariah Bukopin, Bank BNI, Asuransi Jiwa Bumiputera 1912, Asuransi Jiwa Nusantara, Asuransi Jiwa Jiwasraya.

Sistem yang dimiliki oleh Koperasi Nusantara sebagai media kerja sama adalah Kopnus (sapaan Koperasi Nusantara) adalah sarana tunggal di dalam media bayar atau dengan kata lain, konsumen yang ingin membayar atau menyetor uang ke perusahaan yang bekerja sama dengan Kopnus harus membayar melalui kopnus. Keunggulan yang dimiliki kopnus sejauh ini adalah sistem keamanan yang terjamin sehingga minim atas kebocoran dana, selain itu adanya proses pengumpulan dana dengan cara H+1, walaupun dengan waktu yang relatif lebih lama tapi kesalahan dana masuk maupun keluar menjadi lebih terperinci untuk diurai. Keunggulan bagi para konsumen adalah kemudahan bertransaksi dimana kopnus mengandalkan banyaknya titik titik payment point yang menjangkau konsumen di berbagai daerah di Indonesia.

Divisi yang sangat berperan dalam proses tersebut adalah divisi E-Payment dimana divisi ini yang mengatur semua alur transaksi yang terjadi baik sisi teknis maupun non-teknis. Divisi E-Payment bertugas untuk mencari perusahaan yang ingin melakukan kerjasama baik sebagai Biller maupun sebagai Collecting Agent yang nantinya akan dibahas pada sub-bab di bawah ini.

## 2.2 Gambaran Umum Divisi Electronic Payment ( E-Payment)



Dengan model bagian E-Payment yang seperti ini, maka dapat dikatakan bahwa Koperasi Nusantara adalah sebagai sarana mediator dari pihak Biller ( sebagai penyedia tagihan) dan juga bagi pihak Collecting Agent ( sebagai sarana tempat pembayaran konsumen untuk menjangkau para Biller tersebut. Kondisi seperti ini juga memungkinkan Koperasi Nusantara berperan sebagai penengah apabila terjadi kekeliruan atau kesalah pahaman yang terjadi antara pihak Biller dan Pihak Collecing Agent.

Model bisnis yang seperti ini sangatlah potensial dimana kita memanfaatkan celah yang terjadi ketika pihak Biller tidak dapat langsung menjangkau para konsumen secara langsung, hal itu langsung dapat dilihat oleh Koperasi Nusantara dalam menjalankan unit bisnis yang kreatif.

Pendapatan perusahaan tentu tidak lepas dr adanya fee atau biasa dibilang komisi terkait adanya transaksi yang dilakukan oleh kedua pihak tadi. Semakin tinggi tingkat transaksi yang dilakukan dalam sehari, maka semakin tinggi juga penghasilan yang akan didapat oleh perusahaan.

Berhubung Koperasi Nusantara mengambil segmen konsumen mid – low, kami memilih jaringan Collecting Agent seperti Pegadaian ( dengan 5000 titik yang tersebar) dan POS Indonesia ( dengan 3800 titik yang tersebar), sehingga kita mempunyai 8800 titik Collecting Agent yang tersebar di Indonesia untuk menjangkau para target konsumen yang berada di segmen tersebut. Adanya titik titik yang semakin tersebar membuat potensi Koperasi Indonesia dengan fee based income semakin potensial untuk didalami.

### **2.3 Visi dan Misi Koperasi Nusantara**

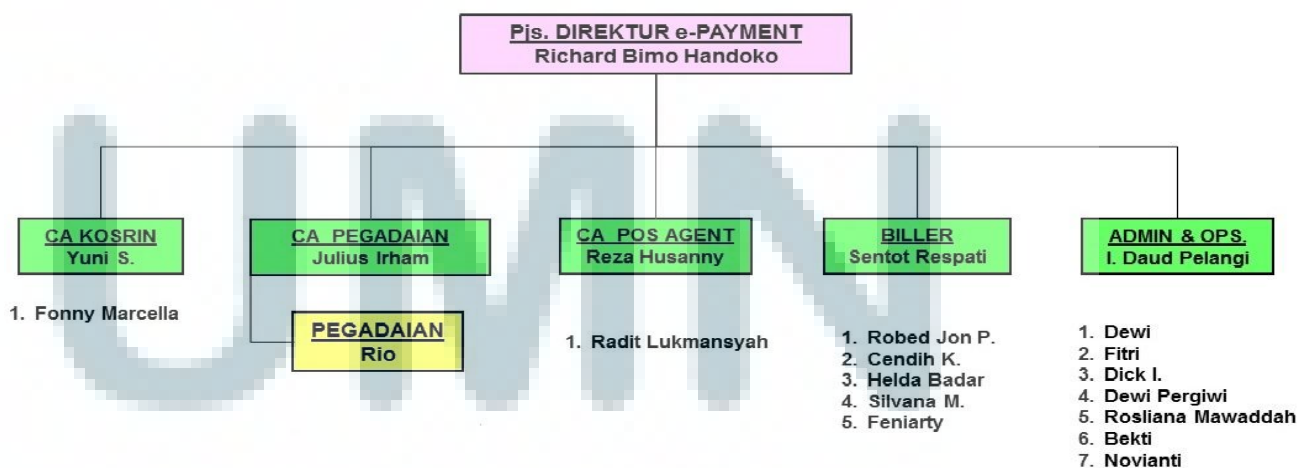
Sebuah perusahaan yang mempunyai integritas yang baik pasti memiliki sebuah landasan yang jelas dan misi yang visible untuk dijalankan. Begitu pula dengan Koperasi Nusantara, walaupun masih berusia seumur jagung Kopnus sapaan akrab dari Koperasi nusantara juga memiliki kedua faktor tersebut. Berikut merupakan Visi dan Misi dari Koperasi Nusantara.

Visi Koperasi Nusantara adalah Melalui penyelenggaraan usaha di bidang perdagangan umum dan jasa, diharapkan memberikan kesejahteraan anggota dan bermanfaat bagi masyarakat dan negara. Sedangkan Misi dari

Koperasi Nusantara adalah Menjadi fasilitator dan rekanan yang baik untuk pelanggan serta mensejahterahkan anggota dalam menggapai tujuan melalui etika bisnis dan kepercayaan.

Kedua hal diatas membuktikan bahwa Koperasi Nusantara memang memiliki tujuan yang jelas dengan cara yang sangat memungkinkan untuk mencapai tujuan tersebut. Penulis mengharapkan agar Visi dan Misi yang memang sudah dipaparkan tersebut dapat berjalan dengan semestinya.

## 2.4 Struktur Organisasi Divisi E-Payment



## 2.5 Landasan Teori

### 2.5.1 Manajemen Pemasaran

Menurut Nickels dan McHugh (2008, pg 350) Manajemen Pemasaran didefinisikan sebagai:

*“ The process of planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of goods and service to facilitate exchanges that satisfy individual and organizational objectives. “*

Dimana dalam definisi diatas dapat dilihat bahwa pemasaran adalah proses yang berkesinambungan dari sisi perencanaan dan sisi dimana perusahaan menjalankan perencanaan tersebut yang meliputi konsep, penentuan harga, promosi itu sendiri dan yang tidak kalah penting adalah distribusi. Definisi ini dirasa sesuai dengan tugas penulis untuk memperkenalkan perusahaan kepada calon calon Biller agar pihak Biller tertarik untuk bekerja sama dengan perusahaan.

### 2.5.2 Business -to - Business Market (B2B)

Masih menurut Nickels dan Mc Hugh (2008, pg 361), B2B Market dapat didefinisikan menjadi:



*“ All the individuals and organizations that want goods and services to use in producing other goods and services to sell, rent, or supply goods to others”*

Berdasarkan pernyataan diatas, B2B Market adalah menyangkut individual maupun perusahaan yang menginginkan suatu barang atau jasa tersebut baik untuk digunakan atau dijual, disewakan atau menjadi pemasok kepada perusahaan lain. Kaitannya dengan kegiatan penulis selama magang adalah KOPNUS dalam kegiatan unit bisnisnya menyediakan suatu system untuk menghubungkan minimal 2 perusahaan untuk salaing bekerjasama dalam hal ini berupa jaringan system yang terhubung secara online, sehingga teori ini dirasa cocok dalam hal background dan system kerja dari perusahaan itu sendiri.

### **2.5.3 Teori Consumer 3000**

Menurut artikel yang terdapat pada <http://consumer3000.net>, Consumer 3000 dapat dijabarkan menjadi:

Consumer 3000 merupakan suatu terminologi untuk menyebut kelas menengah di Indonesia, kami memprediksikan bahwa di tahun 2011 GDP per kapita masyarakat Indonesia akan melewatai US\$3.000. Ternyata kenyataannya memang demikian, bahwa pada tahun 2011 GDP per kapita

Indonesia telah sampai pada US\$3.542. Artinya adalah tingkat konsumsi masyarakat sudah melampaui nilai US\$3000 per kapita, dengan munculnya hal tersebut diharapkan pertumbuhan ekonomi Indonesia akan semakin melejit naik secara pesat.

Hubungan dengan kegiatan perusahaan dan penulis dalam hal program kerja magang adalah dengan naiknya taraf hidup rakyat Indonesia dan berdampak baik terhadap situasi ekonomi di Indonesia akan membuat peluang Koperasi Nusantara akan terus berkembang karena daya beli masyarakat dan perusahaan juga akan semakin menguat. Di sisi lain kecenderungan yang timbul adalah masyarakat semakin berniat untuk melakukan kredit seperti misalnya kendaraan bermotor yang dengan kata lain akan menimbulkan traffic transaksi dengan Biller dari Koperasi Nusantara.

UMMN