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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Global Artha Futures adalah salah satu anak perusahaan Indosurya Group yang bergerak di bidang jasa informasi, konsultasi, dan pengelolaan keuangan perdagangan *Foreign Exchange* dan *Index* Saham Internasional. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2004.

PT. Global Artha Futures juga merupakan 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 Perdangangan Berjangka Komoditi (BAPEBTI), yang telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Kehakiman dan Hak Asasi 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).

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

BADAN PENGAWAS PERDAGANGAN BERJANGKA KOMODITI
DEPARTEMEN PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

IZIN USAHA PIALANG BERJANGKA
Nomor : 587/BAPPEBTI/SI/XII/2004

Diberikan Kepada :

PT. GLOBAL ARTHA FUTURES
Alamat : Menara Bank Danamon Lt. 28, Suite A
Jl. Prof. Dr. Satrio Kav. E IV/6, Mega Kuningan, Jakarta 12950.

Izin usaha ini berlaku untuk menyelenggarakan kegiatan sebagai Pialang Berjangka berdasarkan Undang-undang Nomor 32 Tahun 1997 tentang Perdagangan Berjangka Komoditi, dan peraturan pelaksanaannya.

Jakarta, 27 Desember 2004
KEPALA,

ARDIANSYAH PARMAN

Gambar 2.1 Izin Usaha Pialang Berjangka No. 587/BAPEBTI/Si/XII/2004

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

PT KLIRING BERJANGKA INDONESIA (PERSERO)
(INDONESIAN DERIVATIVES CLEARING HOUSE)

CERTIFICATE of MEMBERSHIP

Registered Number: 56/AK-KBI/IV/2007

This is to certify that

PT GLOBAL ARTHA FUTURES

Menara Bank Danamon 28th Floor Suite A, Prof.Dr.Satrio Street Kav EIV/6 Mega Menara Kuningan Jakarta 12950 - INDONESIA

is a clearing member of the Indonesian Derivatives Clearing House (IDCH)
and under the Commodity Trading Act number 32 year 1997 has the right from IDCH
to clear and to obtain performance guarantee on futures contract transactions of customers

Member since April 3, 2007

Surdiyanto Suryodarmodjo
President Director

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

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

Asosiasi Pialang Berjangka Indonesia (APBI)
Indonesian Future Association Company (IFCA)

CERTIFICATE of MEMBERSHIP

Registered Number : 04TIAPBI/XIII/2007

This is to certify that

PT. Global Artha Futures

Graha Surya Lt. 3, Jl. Setia Budi Selatan I Kav. 9, Jakarta 12920

Is member of Asosiasi Pialang Berjangka Indonesia (APBI)
Indonesian Future Company Association (IFCA)

Suparman
Head of Association

Agung F. Indarto
Vice Head of Association

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

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

DEPARTEMEN PERDAGANGAN
BADAN PENGAWAS PERDAGANGAN BERJANGKA KOMODITI

PEMBERIAN PERSETUJUAN SEBAGAI PESERTA
SISTEM PERDAGANGAN ALTERNATIF
Nomor : 1274 /BAPPEBTI/SP/6/2007

Diberikan Kepada :

PT. GLOBAL ARTHA FUTURES

Alamat : Grha Surya Lt.3 Jl. Setiabudi Selatan I Kav.9, Jakarta 12920.

Persetujuan ini berlaku untuk melakukan kegiatan sebagai peserta Sistem Perdagangan Alternatif berdasarkan Undang-undang Nomor 32 Tahun 1997 tentang Perdagangan Berjangka Komoditi, dan peraturan pelaksanaannya.

Jakarta, 29 Juni 2007
KEPALA,

TITI HENDRAWATI

Gambar 2.4 Izin Peserta SISTEM PERDAGANGAN ALTERNATIF (SPA) No : 1274/BAPPEBTI/SP/6/2007

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

Tabel 2.1 Tim Manajemen PT. Global Artha Futures:

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
Research and Trainer	Isramanto Adnan

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

PT.Global Artha Futures ini memiliki visi dan misi perusahaan sebagai pedoman dalam pelaksanaan sehari-harinya. Berikut adalah visi dan misi dari PT. Global Artha Futures.

Visi :

- Menjadi perusahaan paling terpercaya dan terdepan dalam layanan transaksi konsultasi serta edukasi Perdagangan Berjangka di Indonesia.

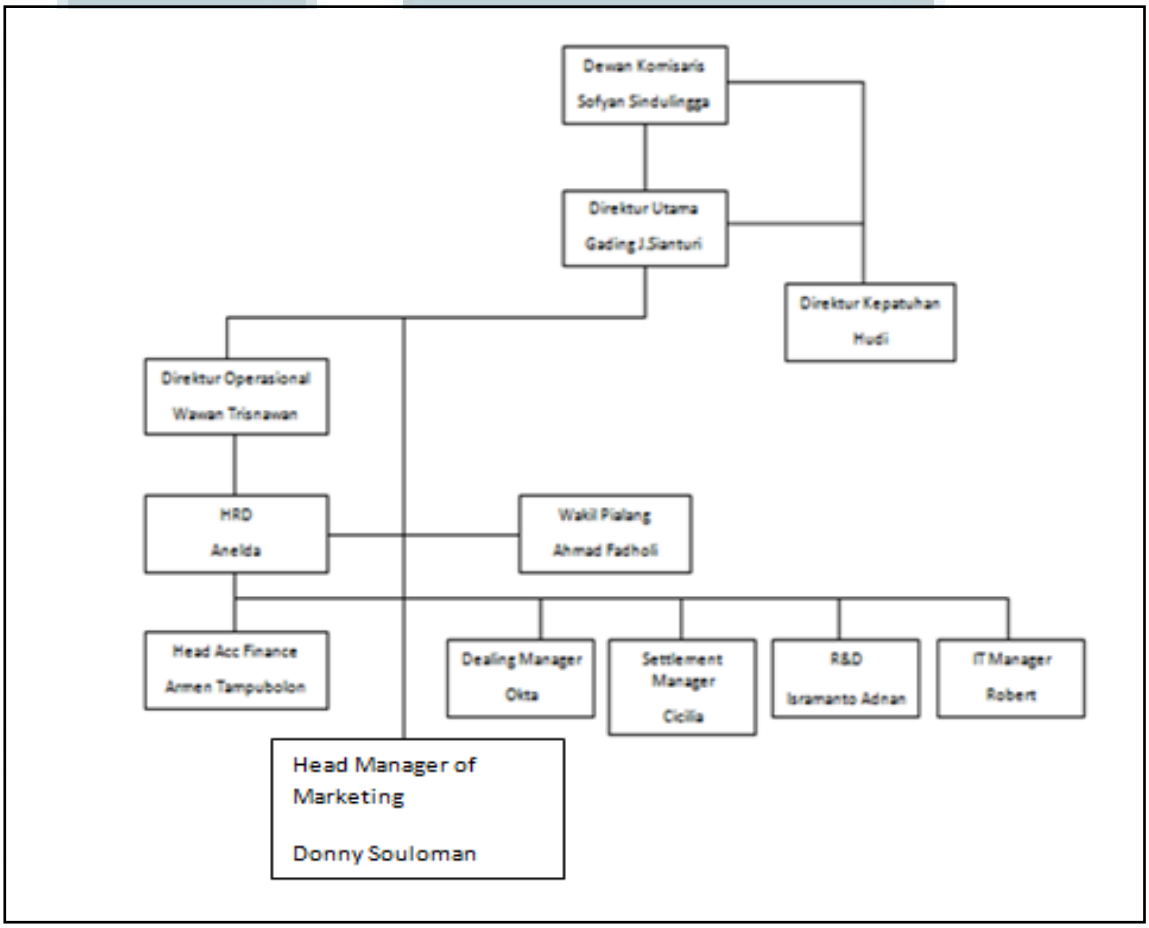
Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

Misi :

- Meningkatkan jumlah investor Indonesia yang dapat melakukan investasi finansial secara transparan dan menguntungkan dengan perlindungan yang jelas atas transaksi yang dilakukannya.
- Memberikan sosialisasi dan edukasi mengenai investasi Perdagangan Berjangka.

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 : PT. Global Artha Futures

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. Direktur Utama

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. Direktur 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 mengkoreksinya.

4. Direktur Operasional

Memimpin dan memastikan tercapainya sasaran perusahaan berdasarkan visi dan misi perusahaan.

5. *Human Resources Development*

Menetapkan sistem rekrutmen karyawan, menetapkan dan melaksanakan sistem pendidikan dan pelatihan, menetapkan program kesejahteraan, dan menetapkan sistem *survey* kepuasan karyawan.

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

6. Wakil pialang

Konfirmasi keabsahan data nasabah untuk dilaporkan ke BAPEPTI.

7. *Head Acc. Finance*

- Mengkoordinasikan pengendalian kegiatan Akuntansi Manajemen, Keuangan, Teknologi Sistem Informasi Keuangan, dan kegiatan pembelian.
- Melakukan analisis terhadap laporan keuangan dan laporan akuntansi manajemen perusahaan.
- Melaksanakan pengendalian dan pengawasan bidang keuangan sesuai dengan target yang ditentukan
- 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 direktur utama.

8. *Dealing Manager*

Menerima data transferan nasabah dan mengelola alat-alat pembayaran dan surat-surat berharga.

9. *Settlement Manager*

Mengurusi *account* dari masing-masing nasabah.

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

10. *Research and Development (R&D)*

Mengamati kondisi ekonomi dunia secara *up to date*, menganalisa pergerakan harian komoditi emas, forex, serta *index*, dan memberikan rekomendasi harian kepada nasabah, *senior wealth manager*, serta para *broker* perusahaan, yang diposting melalui *website* resmi perusahaan.

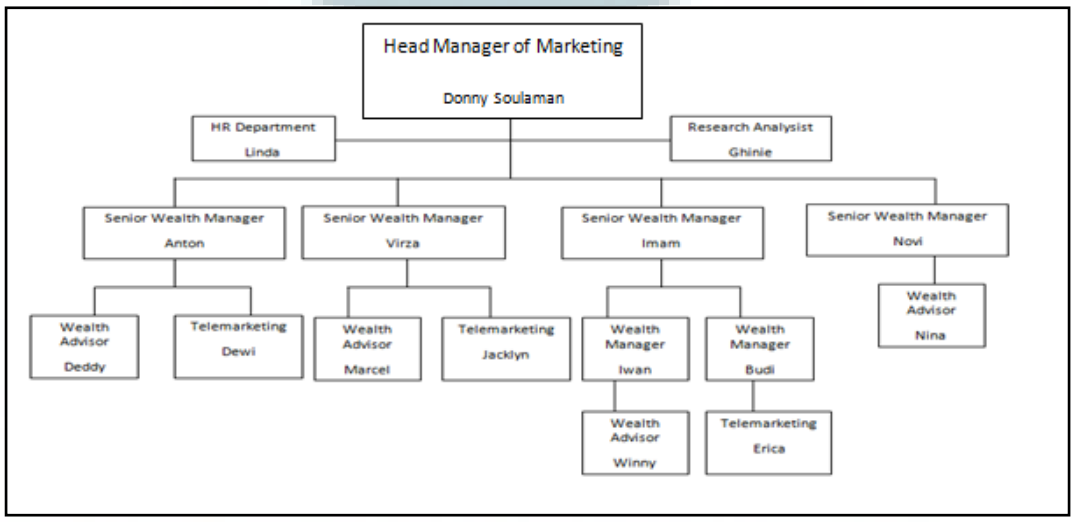
11. *Information Technology Manager (IT Manager)*

Mengurusi *website* resmi dari perusahaan serta mengurusi masalah *software* yang digunakan perusahaan untuk melakukan *trading*.

12. *Head Manager of Marketing*

Melaporkan, mengawasi dan membimbing kinerja bawahan kepada direktur utama.

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

Tugas dan kewajiban masing-masing jabatan :

1. *HR Department*

Merekrut karyawan dan mengurus gaji (berhubungan dengan operasional *marketing*).

2. *Senior Wealth Manager*

Memimpin kinerja tim serta *marketing* dalam mengelola keuangan nasabah dalam bertransaksi *online trading*, membina hubungan baik dengan nasabah, serta memberikan rekomendasi harian secara langsung kepada nasabah yang dikelolanya.

3. *Wealth Manager*

Report hasil kerja dari *Wealth Advisor* kepada *Senior Wealth Manager*.

4. *Wealth Advisor*

Memberikan konsultasi keuangan kepada nasabah serta melakukan *contacting* dengan nasabah.

5. *Telemarketing*

Menelpon dan mencari *database* nasabah untuk mengajak nasabah bergabung dengan PT. Global Artha Futures.

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

2.4 Landasan Teori

2.4.1 Pemasaran

Menurut William G.Nickels (2008;350), pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi barang dan jasa untuk memfasilitasi pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi

Menurut William G.Nickels (2008;352), konsep *marketing mix* merupakan salah satu konsep dalam pemasaran modern pada saat sekarang ini. Dimana konsep tersebut adalah salah satu kegiatan pemasaran yang sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mengejar maksimum profit.

Marketing mix terdiri dari empat komponen dalam pemasaran yang lebih dikenal dengan 4P yaitu:

- *Product* (produk)

Produk itu sendiri memiliki definisi sebagai segala jenis bentuk barang fisik, jasa ataupun ide yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan yang dapat meningkatkan produk di mata konsumen, seperti *brand*.

- *Price* (harga)

Setelah memutuskan produk dan servis apa yang akan ditawarkan ke konsumen, kita harus merancang harga yang sesuai. Harga yang dirancang itu tergantung dari beberapa faktor. Selain itu, kita harus mempertimbangkan biaya seperti biaya produksi, distribusi dan promosi.

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

- *Place* (tempat, termasuk juga distribusi)

Definisi dari *place* ini sendiri adalah lokasi dimana konsumen dapat menemukan produk atau jasa secara mudah. Mendapatkan produk ke konsumen kapan dan dimana mereka inginkan adalah hal yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan.

- *Promotion* (promosi)

Promosi memiliki definisi sebagai semua teknik yang digunakan oleh penjual untuk memotivasi orang membeli produk atau jasa.

Salah satu bentuk promosi adalah *personal selling* yang akan dijelaskan lebih rinci pada bagian selanjutnya.

2.4.2 *Personal Selling*

Menurut Michael R.Solomon (2009;463), *personal selling* merupakan komunikasi pemasaran dimana seorang perwakilan perusahaan berinteraksi langsung dengan pelanggan atau calon pelanggan untuk berkomunikasi tentang suatu barang atau jasa.

Menurut William G.Nickels (2008;438), pengertian lain dari *personal selling* adalah presentasi tatap muka dan promosi barang dan jasa. Ini juga melibatkan bagaimana kita mencari prospek baru dan menindak lanjuti layanan setelah penjualan. Penjualan yang efektif tidak hanya masalah membujuk orang lain untuk membeli. Pada kenyataannya, itu lebih tepat disebut sebagai membantu orang lain untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Salah satu bentuk *personal*

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

selling adalah *telemarketing* yang akan dijelaskan lebih rinci pada bagian selanjutnya.

2.4.3 *Telemarketing*

Menurut Michael R.Solomon (2009;139), *telemarketing* adalah penggunaan telepon untuk menjual langsung ke konsumen dan pelanggan bisnis. Ini mungkin sangat mengejutkan bahwa *telemarketing* sebenarnya lebih menguntungkan untuk pasar bisnis dibandingkan untuk pasar konsumen. Ketika pemasar bisnis-ke-bisnis menggunakan telepon untuk tetap berhubungan dengan pelanggan yang lebih kecil, harganya jauh lebih murah daripada penjualan dengan bertatap muka langsung.

2.4.4 Media Sosial

Media sosial adalah media untuk interaksi sosial, menggunakan dan *scalable* teknik komunikasi yang sangat mudah diakses. Sosial Media kini sudah menjadi bagiankehidupan sehari-hari pengguna internet di Indonesia. Sosial media lah situs yang paling sering mereka kunjungi. Waktu terbanyak mereka di *online* dihabiskan untuk berkomunikasi melalui media sosial, seperti *Facebook*, *Blog*, Kaskus, *Twitter*. Media sosial adalah penggunaan teknologi berbasis *web* dan *mobile* untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein juga mendefinisikan media sosial sebagai "kelompok berbasis aplikasi Internet yang membangun dan teknologi dasar-dasar ideologis dari *Web* 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan pengguna." Bisnis juga melihat media sosial sebagai media yang dihasilkan konsumen (CGM). Sebuah *thread* umum berjalan melalui semua

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

definisi media sosial merupakan perpaduan teknologi dan interaksi sosial bagi penciptaan nilai. Selain itu, media sosial juga dapat memfasilitasi perubahan.

2.4.5 Pengetahuan 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 adalah salah satu kontrak komoditi yang dapat diperdagangkan melalui kontrak bursa.

Kontrak Komoditi Emas Berjangka ditentukan sebagai kontrak standar untuk menjual ataupun membeli emas untuk penyerahan di masa depan dengan jumlah, kualitas, tipe, waktu dan lokasi di *settlement* yang ditentukan saat bertransaksi. Beberapa bursa yang terorganisir untuk komoditi ini adalah *New York Merchantile Exchange* (NYMEX), TOCOM (Tokyo), *Chicago Board of Trade* (CBOT) dan *Jakarta Futures Exchange* (JFX).

Dengan bantuan teknologi emas bisa diperjualbelikan sebagai komoditas di perdagangan berjangka (*Future Trading/Margin Trading*). Artinya Anda tidak memegang fisik dari emas yang Anda beli tetapi hanya memiliki bukti administrasi atas kepemilikannya. Hebatnya lagi dengan berinvestasi di bursa berjangka, Anda tidak harus menyiapkan modal besar.

Tujuan transaksi emas adalah untuk memperoleh keuntungan, lindung nilai dan sebagai sarana investasi. Nilai emas dapat bertahan tinggi dalam kondisi terburuk sekalipun. Dalam masa krisis orang yang memiliki emas tidak menderita kerugian sebesar orang yang tidak memilikinya. Pergerakan harga emas terhadap mata uang

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

dunia erat kaitannya dengan fluktuasi nilai tukar Dollar Amerika. Oleh karena itu, emas dapat berfungsi sebagai alat lindung nilai yang sangat baik.

Terdapat beberapa keuntungan bertransaksi emas yaitu :

1. Modal relatif lebih kecil

Untuk dapat melakukan transaksi emas secara *online*, hanya diperlukan modal sebesar 100 juta rupiah. Bila di ibaratkan memegang emas fisik, kita memegang emas kurang lebih 3,1 kilo. Dimana jika dibandingkan dengan membeli langsung emas fisik itu membutuhkan modal sekitar 580 ribu rupiah per gram.

2. *Spread* Relatif Kecil

Pengertian dari *spread* itu sendiri adalah perbedaan harga jual dan harga beli. Pada transaksi emas secara *online* ini, *spread* berkisar antara $0,5-$1, tergantung dari perusahaan itu sendiri. Sedangkan untuk emas fisik, jika kita membeli dengan harga Rp 580.000/gram, untuk menjualnya kembali harga emas fisik tersebut akan turun cukup jauh yaitu antara Rp500.000 – Rp 550.000.

3. Tingkat Likuiditas Tinggi

Maksud dari tingkat likuiditas tinggi ini adalah dalam transaksi emas secara *online* ini, kita dapat menjual atau membeli emas kapan saja. Kita dapat menjual pada saat harga rendah ataupun sebaliknya. Di samping itu, kita dapat membeli pada saat harga tinggi ataupun sebaliknya. Itu semua dikarenakan menggunakan sistem *online*.

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

4. Sistem *Online Trading*

Dengan bertransaksi emas secara *online*, kita dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Tinggal men*download* aplikasi di *gadget* ataupun *laptop*. Jadi kita dapat memantau pergerakan harga emas kapan saja. Dengan seperti begitu, kita tidak perlu lagi pergi ke toko emas.

2.4.6 Jenis-Jenis Cara Perdagangan Emas Secara *Online*

Pada perdagangan emas secara *online* ini, terdapat 2 jenis cara yang dapat dilakukan oleh para investor. Cara yang pertama adalah melakukan transaksi secara individu. Maksudnya ini adalah para investor tinggal meng*install software* yang telah disediakan pada website perusahaan, setelah itu tinggal melakukan transaksi lewat *laptop, ipad, blackberry*. Cara kedua adalah melakukan transaksi dengan bantuan manajer investasi. Manajer investasi ini dapat memberikan rekomendasi harga emas serta dapat memberikan saran kepada investor kapan investor harus *buy* maupun *sell*.

Tabel 2.2 Kondisi dan Persyaratan Perdangan Emas

Nama Produk	Gold
Kode Produk	XAUUSD
Modal Awal	$ 10.000 / Rp 100.000.000
Kurs Dollar (Fix)	Rp 10.000
Ukuran Kontrak	100 troy ounce/ lot (3 kg)
Minimum Transaksi/order	1 lot
Maximum Transaksi/order	20 lot

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

Harga per Lot	$ 1000 / Rp 10.000.000
Komisi	$ 40- $ 50 (tergantung kebijakan perusahaan)
Spread / perbedaan harga jual dan beli	0,5
Jam Transaksi (WIB)	Senin: 07.00- 04.00 WIB Selasa- Kamis: 05.00- 04.00 WIB Jumat :05.00- 03.00 WIB

Terdapat 2 posisi yang dapat dilakukan para investor dalam melakukan transaksi perdagangan emas secara *online*, yaitu beli (*buy*) dan jual (*sell*).

● Posisi *Buy*

Posisi *buy* diambil investor ketika pergerakan harga emas cenderung naik atau biasanya disebut *bullish market*. Investor dapat membuka posisi transaksi dengan transaksi beli (*Buy*) terlebih dahulu pada saat harga rendah. Kemudian menutup posisi tersebut dengan tindakan jual (*Sell*) pada harga tinggi.

Contoh : Investor A melakukan transaksi dengan membeli (*Open Buy*) 3 lot Gold pada $ 1560,20 kemudian di jual (*Close Sell*) pada 1564,70. Perhitungannya :

Laba/Rugi = (($1564,70 - $1560,20) x 100 x 3 lot) – (komisi)

= (($ 4,5x 100 x 3) – (3 x $50) = $ 1.200

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013

● Posisi *Sell*

Posisi *sell* diambil investor ketika pergerakan harga emas cenderung menurun. Investor dapat mengambil peluang pasar tersebut dengan membuka posisi jual (*Sell*) lebih dulu, dan kemudian menutup posisi tersebut dengan beli (*Buy*).

Contoh : Investor B bertransaksi dengan menjual (*Open Sell*) 3 lot *gold* pada $ 1482,00 dan kemudian di beli (*Close Buy*) pada $ 1478,00. Perhitungannya :

Laba/Rugi = (($ 1482,00 - $ 1478,00) x 100 x 3 lot) – (komisi)

= ($4 x 100 x 3) – (3 x $50) = $ 1.050

Keefektifan media sosial..., Erica Celsia, FB UMN, 2013