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 I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada zaman modern ini, kebanyakan masyarakat telah mendengar kata investasi. Tidak hanya itu, bahkan sebagian masyarakat pernah melakukan investasi. Investasi ini dilakukan dengan berbagai tujuan seperti salah satunya untuk simpanan jangka panjang.

Nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika Serikat (AS) masih terus melemah merupakan salah satu pertimbangan individu untuk mencari alternatif investasi. Beberapa individu memindahkan investasinya ke emas di tengah situasi seperti ini salah satunya adalah investasi emas. Walaupun harga emas beberapa waktu lalu memang sempat jatuh dan mencapai titik nadir atau terendah yakni menyentuh US$ 1.200 per troy once, namun saat ini sudah meningkat kembali dan harganya cukup baik yakni mencapai US$ 1.368 per troy once.

Di samping terdapat investasi emas fisik yaitu seseorang harus menyimpan emas tersebut dan dapat dijual di kemudian hari, terdapat jenis investasi lainnya yaitu investasi emas secara *online* atau *trading* emas *online*. Pada jenis investasi ini, investor tidak perlu memegang emas secara fisik, tetapi investor memegang saham emas yang ada di perusahaan. Jadi investor dapat menjual dan membeli emas secara *online*. Pergerakan harga emas juga dapat dipantau dimana saja dan kapan saja melalui *gadget* seperti *laptop*, maupun *blackberry*.

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

Turunnya harga emas beberapa bulan terakhir juga bisa dipandang sebagai kebaikan bagi perusahaan yang bergerak dalam jasa trading emas secara *online*. Dari situasi seperti ini, PT.Global Artha Futures bisa mengambil kesempatan bagi masyarakat yang berniat menginvestasikan harta pada logam mulia karena layanan investasi emas relatif aman karena dapat diasuransikan.

Tantangannya adalah bagaimana konsumen bisa percaya karena banyak investasi sekarang yang melakukan penipuan. Tugas kami sebagai marketing membuat konsumen percaya dan mau berinvestasi di PT.Global Artha Futures. Hal yang dapat membuat konsumen percaya itu adalah dengan melakukan pemasaran secara langsung (*direct marketing*) yakni melakukan komunikasi langsung dua arah dengan konsumen melalui *email*, surat, telepon yang kemudian dilanjutkan dengan *personal selling* untuk menentukan keputusan akhir pembeli.

PT.Global Artha Futures ini menggunakan peran *telemarketing* untuk penambahan jumlah konsumen, penjualan produk dan menjalin hubungan dengan konsumen. Seorang *telemarketing* harus dapat menjelaskan produk yang dijual perusahaan dan dapat menjawab semua pertanyaan yang ditanyakan oleh konsumen. Setelah mendapat konsumen yang cukup tertarik dengan produk yang dijual perusahaan, kita dapat melakukan sosialisasi dengan konsumen pada saat bertemu untuk pertama kalinya. Pada sosialisasi tersebut, akan dijelaskan *company profile* perusahaan seperti apa, produk yang ditawarkan oleh perusahaan itu seperti apa, serta menunjukkan bahwa perusahaan PT.Global Artha Futures ini telah mendapatkan surat izin usaha dari lembaga yang resmi.

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

Selain membuat konsumen percaya dan mau berinvestasi, tugas kami sebagai marketing adalah melakukan strategi pemasaran melalui media sosial seperti *twitter* dan *website*. Dengan media sosial ini, kita dapat memperkenalkan produk emas *online* kepada orang yang belum pernah mendengarnya. Selain itu, kita juga memberikan wawasan bagi konsumen seputar investasi dalam emas. Dengan upaya seperti itu, diharapkan ada konsumen yang tertarik untuk melakukan investasi dan akan semakin menambah kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

1.2. Pokok Permasalahan

Pokok permasalahan yang akan penulis angkat ada 2 yaitu :

1. Bagaimana efektifitas penggunaan media sosial seperti *twitter* dan *website* dalam bisnis ini dan,

2. Bagaimana efektifitas aktifitas *telemarketing* dalam bisnis ini

1.3. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan kerja magang yang penulis lakukan adalah agar penulis lebih memahami dunia pemasaran terutama *direct selling* seperti *telemarketing, website* serta media sosial dalam bidang jasa pengelolaan keuangan dan pengaruhnya terhadap kesuksesan strategi pemasaran PT. Global Artha Futures. Selain itu, penulis juga ingin mengetahui dan mengenal lebih jauh dunia kerja terutama di bidang jasa pengelolaan keuangan dan mencoba untuk mengaplikasikan ilmu yang selama ini penulis dapatkan dalam perkuliahan.

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

1.4. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Adapun waktu pelaksanaan kerja magang, yaitu selama 2 bulan yang dimulai pada tanggal 1 Juli 2013 sampai 30 Agustus 2013, di bidang *marketing* pada perusahaan PT.Global Artha Futures. Kerja magang ini dilaksanakan dari hari Senin sampai dengan Jumat pukul 08.00-17.00 WIB. Selanjutnya, prosedur pelaksanaan kerja magang terdiri dari 3 tahap :

1. Tahap Pengajuan

Pada tahap ini, mahasiswa mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditujukan kepada perusahaan yang dimaksud yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi Manajemen. Selanjutnya mahasiswa memberikan surat pengantar kerja magang kepada perusahaan tempat praktek kerja magang. Setelah itu, mahasiswa akan mendapatkan surat balasan dari perusahaan bahwa penulis diterima kerja magang oleh perusahaan. Apabila mahasiswa telah memenuhi semua persyaratan kerja magang, maka akan memperoleh kartu kerja magang formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang dan formulir laporan penilaian kerja magang.

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini, penulis melaksanakan kerja magang selama 2 bulan di perusahaan. Penulis melakukan *briefing* mengenai deskripsi pekerjaan apa yang akan dilakukan selama proses kerja magang. Setelah itu, penulis akan memulai kerja magang. Pada setiap hari kerja magang, penulis melakukan *briefing* pagi

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

dengan rekan-rekan lain yang ada di perusahaan. Dalam *briefing* tersebut akan membahas tentang harga emas pada hari itu serta harga emas kemarin. Selain itu, akan membahas berita-berita seputar emas juga. Kerja magang dilaksanakan di bawah pembimbing lapangan, yakni Pak Imam Gozali selaku *Senior Wealth Manager*. Dalam periode kerja magang ini, penulis harus menyelesaikan tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan. Selama melakukan kerja magang, penulis harus mengikuti semua peraturan yang berlaku dalam perusahaan PT.Global Artha Futures.

3. Tahap Akhir

Setelah kerja magang di perusahaan telah selesai, penulis membuat laporan kerja magang yang berisi aktivitas apa yang dijalankan selama kerja magang dengan bimbingan dosen pembimbing kerja magang. Laporan kerja magang disusun sesuai dengan standar format dan struktur laporan kerja magang Universitas Multimedia Nusantara. Dosen pembimbing memantau laporan *final* sebelum permohonan ujian kerja magang diajukan dan laporan kerja magang harus mendapat pengesahan dari dosen pembimbing dan diketahui oleh Ketua Program Studi.

Laporan kerja magang diserahkan kepada pembimbing lapangan dan meminta pembimbing mengisi formulir penilaian pelaksanaan magang. Hasil penilaian yang sudah diisi dan ditandatangani oleh pembimbing lapangan, serta surat keterangan yang menjelaskan kerja magang telah selesai, akan dikirm secara langsung kepada koordinator magang atau melalui mahasiswa yang bersangkutan dalam amplop tertutup untuk disampaikan kepada koordinator magang.

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

Setelah mahasiswa melengkapi persyaratan ujian kerja magang, koordinator kerja magang harus menjadwalkan ujian kerja magang dan mahasiswa harus menghadiri sidang kerja magang dan mepertanggung jawabkan laporannya pada sidang tersebut.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan laporan kerja magang ini terbagi atas 4 bab, dimana antara bab satu dengan bab yang lainnya terdapat ikatan yang sangat erat. Adapun sistematika penulisan laporan kerja magang yang berjudul "Keefektifan Media Sosial,*Website* serta *Telemarketing* Pada Strategi Pemasaran PT. Global Artha Futures" yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang hal-hal yang melatar belakangi pelaksanaan kerja magang, maksud dan tujuan penulis melakukan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjabarkan tentang gambaran umum dari perusahaan mulai dari sejarah perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini dan praktek kerja magang.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Bab ini berisi tentang pelaksanaan kerja magang yang berisikan kedudukan dan koordinasi penulis dalam struktur organisasi perusahaan, tugas-tugas yang dikerjakan penulis selama pelaksanaan kerja magang, proses kerja magang,

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

kendala – kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kerja magang, solusi atas kendala yang ditemukan.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini penulis menjabarkan tentang sejumlah kesimpulan yang berkaitan dengan teori teori yang penulis dapat selama proses kegiatan perkuliahan dengan kenyataan dalam praktek kerja magang. Selain itu, bab ini juga memaparkan saran untuk perusahaan tempat penulis melakukan praktek kerja magang juga untuk penelitian selanjutnya.

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