

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Praktek Kerja

Di era globalisasi ekonomi yang disertai dengan pesatnya kemajuan teknologi, banyak berpengaruh pada ketatnya persaingan usaha. Persaingan yang ketat membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk memberikan perhatian lebih terhadap usahanya agar menjadi yang terbaik diantara para pesaing.

Dalam websitenya (www.rf-berjangka.com) PT. Rifan Financindo Berjangka merupakan Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) yang sudah memiliki pengalaman hampir 20 tahun pada industri Perdagangan Berjangka Komoditi dan sebagai perusahaan pialang paling besar dengan memiliki kedudukan posisi teratas dari 10 perusahaan pialang berjangka paling aktif dari PT. Kliring Berjangka Indonesia (Persero). PT. Rifan Financindo Berjangka juga adalah anggota PT. Bursa Berjangka Jakarta dan sudah ada di daftar resmi di Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI). Sejak taun 2000,

PT. Rifan Financindo Berjangka terus melakukan perkembangan sampai dengan saat ini memiliki jumlah sepuluh kantor cabang yang banyak menyebar luas di seluruh kota besar yang ada di Indonesia.

Menurut PT. Kliring Berjangka Indonesia (Persero), selain PT. Rifan Financindo Berjangka juga ada sembilan perusahaan pialang aktif di bidang industri

serupa yang sama kuatnya yakni PT. Bestprofit Futures, PT. Equityworld Futures, PT. Valbury Asia Futures, PT. Kontakperkasa Futures, PT. Sulidgold Berjangka, PT. Mahadana Astra Berjangka, PT. Inter Pan Pasifik Futures, PT. Cyber Futures dan PT. Trijaya Pratama Futures.

Pada era globalisasi seperti saat ini banyak perusahaan yang menjual produk dan jasa yang bermacam-macam. Semakin banyaknya perusahaan yang berdiri maka semakin ketat pula persaingan antara satu dengan yang lainnya. Ketatnya persaingan tersebut menuntut perusahaan untuk menggunakan strategi bersaing yang cocok untuk bisa melakukan dan mewujudkan tujuan-tujuan sesuai dengan yang diinginkan oleh perusahaan.

PT. Rifan Financindo Berjangka merupakan perusahaan jasa keuangan non perbankan, yakni sebagai perantara bagi para masyarakat yang ingin melakukan kegiatan jual beli di Bursa Berjangka Jakarta. Para nasabah dapat memilih produk apa yang akan mereka gunakan untuk berinvestasi, dengan memilih salah satu produk yang ada nasabah akan sekaligus mendapatkan jasa konsultasi dari perusahaan. Adapun produk yang digunakan oleh PT. Rifan Financindo Berjangka adalah :

1. Indeks Derivatif Saham
2. Produk Derivatif Emas Loco London
3. Nilai Mata Uang Asing

Pada dasarnya bauran pemasaran merupakan sebuah alat yang digunakan secara terus menerus oleh perusahaan untuk mencapai target. Berbeda dengan pemasaran produk pada umumnya, pemasaran jasa tidak hanya membutuhkan 4p (*product, place,*

promotion dan *price*) melainkan membutuhkan aspek tambahan seperti *people*, *process* dan *physical evidence*. Tiga aspek tersebut ditambahkan dalam bauran pemasaran jasa karena jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk, yaitu tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, berubah-ubah dan mudah lenyap seperti yang dikatakan oleh Kotler dan Keller yang sudah diterjemahkan oleh Benyamin Molan 2016;23.

Konsep bauran pemasaran yang digunakan dalam pemasaran jasa ini terdiri dari 7p yaitu *product* (produk), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *price* (harga), *people* (orang), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik). Masing – masing dari tujuh unsur bauran pemasaran tersebut saling berhubungan untuk tercapainya suatu tujuan perusahaan.

Product (produk) merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen terhadap konsumen dengan tujuan untuk dipedulikan, dibutuhkan, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi. Produk jasa yakni sebuah kinerja penampilan, cepat, tidak berwujud, lebih bisa dirasakan daripada dimiliki. Karena pada dasarnya konsumen jasa bukan mengkonsumsi barang atau jasa tapi membeli manfaat dari nilai sesuatu yang ditawarkan.

Place (tempat) adalah aktivitas untuk melakukan pelayanan jasa. Perusahaan sangat penting untuk memilih tempat mereka melakukan pelayanan jasa karena hal tersebut akan menjadi pertimbangan para konsumen sendiri. Mulai dari akses yang mudah dijangkau atau tidak, tempat parkir yang besar dan aman dan lingkungan daerah perusahaan juga harus mendukung aktivitas jasa yang dilakukan.

Promotion (promosi) adalah suatu tindakan yang memberikan informasi, mengsuggesti atau meminta konsumen dan mengingatkan target atas perusahaan agar para konsumen dapat mendapatkan, membeli dan loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Price (harga) merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh nasabah agar mendapatkan produk atau jasa yang mereka inginkan. Unsur harga pada konsep bauran pemasaran adalah satu-satunya hal yang dapat menghasilkan penghasilan bagi perusahaan.

People (orang) yakni pelaku yang berperan sebagai penyaji jasa dan karena pelaku tersebut yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Ada juga elemen – elemen dari “*people*” adalah pegawai perusahaan, konsumen dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Dalam perusahaan jasa unsur “*people*” ini sangat memiliki peranan penting, karena bukan hanya melakukan kegiatan dalam bidang produksi ataupun operasional saja melainkan melakukan hubungan kontak langsung dengan konsumen.

Process (proses) sendiri merupakan mekanisme perusahaan, prosedur, kegiatan dan rutinitas bagaimana suatu produk atau jasa itu disampaikan kepada pelanggan. Untuk perusahaan jasa elemen ini sangat penting dikarenakan dibutuhkan kerjasama antara operasional dan pemasaran, terutama dalam melayani kebutuhan dan keinginan konsumen agar konsumen tersebut dapat merasakan jasa yang mereka beli.

Physical evidence (bukti fisik) ini merupakan suatu hal yang dapat menjadi keputusan pembeli dalam membeli dan menggunakan jasa tersebut. Bukti fisik ini

juga merupakan salah satu elemen penting yang digunakan untuk berjalannya sebuah bisnis.

Sehubungan dengan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja di PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung dengan judul Penerapan Bauran Pemasaran Jasa Pada PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung (Tim RF 07)

1.2 Maksud Dan Tujuan

1.2.1 Maksud Praktik Kerja

1. Melakukan praktik kerja dalam bidang manajemen bisnis khususnya pada aspek penerapan bauran pemasaran pada PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung (Tim RF07)
2. Untuk mendapatkan data dan informasi dari perusahaan PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung (Tim RF07) yang berguna untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran pada PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung (Tim RF07)
3. Untuk memperoleh pengalaman praktis dari perusahaan tempat praktik kerja

1.2.2 Tujuan Praktik Kerja

1. Untuk mengalami pelaksanaan praktik kerja bauran pemasaran di PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung (Tim RF07)

2. Untuk mengetahui bauran pemasaran di PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung (Tim RF07)
3. Untuk mengetahui penyebab yang menjadi kendala terhadap bauran pemasaran dan upaya apa saja yang dilakukan PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung (Tim RF07), dalam menyelesaikan penyebab – penyebab kesalahan bauran pemasaran

1.3 Kegunaan Praktik Kerja

1. Kegunaan Teoritis

Karya Tulis Ilmiah Tugas Akhir ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat secara teoritis dan juga memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan terapan (vokasional) di bidang manajemen bisnis dari hasil pelaksanaan praktek kerja di entitas bisnis. Selain itu dapat menjadi informasi ilmiah bagi penulis tugas akhir selanjutnya tentang aspek bauran pemasaran.

2. Kegunaan Praktis

Hasil karya ilmiah tugas akhir ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan yang konstruktif untuk pemecahan masalah pada bauran pemasaran dan mendapatkan pengalaman praktis dari perusahaan tempat magang.

1.4 Tempat Praktik Kerja

Nama Perusahaan : PT. Rifan Financindo Berjangka (Cabang Bandung)
Alamat Perusahaan : Gedung Wisma Bumiputera lantai 3, Jl. Asia Afrika
No. 141 – 149, Kb. Pisang, Kec. Sumur Bandung,
Kota Bandung Jawa Barat 40112
Bentuk Badan Usaha : Badan Usaha Milik Swasta (BUMS)

1.5 Jadwal Waktu Praktik Kerja

Hari : Senin – Jumat
Jam : 08:00 WIB sampai 17:00 WIB
Tanggal : 18 Januari 2021 sampai 31 Maret 2021
Penulisan Tugas Akhir : Dilakukan setelah selesai praktik magang