

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis akan menguraikan hasil pengamatan penulis selama melakukan praktek kerja yang dilaksanakan pada 18 Januari 2021 sampai dengan 31 Maret 2021 di PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung ( Tim RF 07 ). Disini penulis akan membahas tentang penerapan bauran pemasaran pada PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung (Tim RF 07). Sebelum penulis menjabarkan tentang bauran pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan, penulis akan membahas tentang pedoman dasar bauran pemasaran tersebut.

#### **4.1. Definisi Pemasaran**

Pemasaran merupakan kegiatan penting perusahaan yang berguna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat melalui produk, selain itu pemasaran juga ditunjukkan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Berdasarkan hasil praktik kerja yang dilakukan oleh penulis bahwa pemasaran memiliki tujuan untuk mencapai sasaran dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen dengan berbagai cara yaitu dengan merancang produk, menetapkan harga, melakukan promosi, membangun hubungan dengan pelanggan, memberi kepuasan bagi konsumen dan mendapatkan keuntungan untuk perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2016 : 27 ) *marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and through creating, offering,*

*and freely exchanging products and service of value with other.* Pemasaran merupakan suatu proses kemasyarakatan pada individu dan kelompok mendapatkan apa saja yang mereka perlukan dan ingin menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk atau jasa yang bernilai dengan orang lain.

#### **4.1.1 Definisi Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran (*marketing mix*) mempunyai peran yang cukup penting dalam mempengaruhi dan membujuk pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Bauran pemasaran itu sendiri sering dikatakan sebagai alat yang akan menunjukkan tingkat keberhasilan pemasaran.

Berdasarkan hasil praktik kerja yang dilakukan oleh penulis menarik kesimpulan bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan salah satu alat pemasaran atau dijadikan strategi yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mencapai target perusahaan itu sendiri. Selain itu alat – alat pemasaran itu juga dibagi menjadi empat kelompok atau yang sering disebut dengan 4P, sedangkan dalam pemasaran jasa mempunyai tiga alat tambahan yaitu *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik) dan *process* (proses) yang sering dikenal dengan 7P.

Berikut adalah pengertian 7P menurut Kotler dan Amstrong (2016;62)

##### 1. Produk

Produk (*product*), adalah mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah

produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan lain yang mempengaruhi bermacam-macam produk atau jasa.

## 2. Harga

Harga (*price*) adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang bersangkutan

## 3. Tempat distribusi

Tempat distribusi (*place*), yakni memilih dan mengelola saluran perdagangan yang menyalurkan produk atau jasa dan juga untuk melayani pasar sasaran, serta mengembangkan sistem produk distribusi untuk pengirim dan perniagaan produk secara fisik.

## 4. Promosi

Promosi (*promotion*), adalah suatu yang digunakan untuk memberitahukan dan ar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.

Dalam pemasaran jasa ada elemen – elemen lain yang bisa dikontrol dan dikoordinasikan untuk keperluan komunikasi dan memuaskan konsumen jasa, elemen tersebut adalah 3P, yaitu :

## 5. Orang

Orang (*people*) merupakan seluruh pelaku yang memainkan peranan krusial pada penyajian jasa sehingga bisa mensugesti persepsi pembeli. Elemen orang ini merupakan pegawai perusahaan, konsumen dan konsumen lain. Semua perilaku dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai efek kepada keberhasilan penyampaian jasa.

#### 6. Bukti fisik

Bukti fisik (*physical evidence*), adalah wujud nyata yang ikut memberi pengaruh keputusan konsumen agar membeli dan juga memakai produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang - barang lainnya.

#### 7. Proses

Proses (*process*) merupakan seluruh prosedur aktual, mekanisme dan aliran kegiatan yang berguna untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini mempunyai arti sesuatu untuk menyampaikan jasa. Proses dalam bidang jasa adalah faktor utama pada bauran pemasaran jasa seperti pelanggan atau nasabah yang menggunakan jasa akan senang merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri

Dari semua alat pemasar tersebut merupakan elemen penting bagi para penjual untuk bisa mempengaruhi pembelinya. Penjual juga perlu merancang setiap alat pemasar agar dapat menghasilkan manfaat pada para pembeli. Jadi, perusahaan

baik merupakan perusahaan yang bisa mencakup keperluan / keinginan nasabah secara ekonomis, ringan dengan menggunakan komunikasi yang efektif.

#### 4.2. Produk Pada PT.Rifan Financindo Berjangka

Ada dua jenis produk yang digunakan oleh PT. Rifan Financindo Berjangka, antara lain :

##### 1. Produk Bilateral / Sistem Perdagangan Alternatif (SPA)

Sistem perdagangan yang berkaitan dengan jual beli Kontrak Derivatif selain Kontrak Berjangka dan Kontrak Derivatif Syariah, yang dilakukan di luar Bursa Berjangka, secara bilateral dengan penarikan margin yang didaftarkan ke Lembaga Kliring Berjangka ( Undang - undang No.10 Tahun 2011 ).

**Tabel 4. Produk Bilateral**

Kode Produk	Penjelasan	Keterangan
HKK 50 _ BBJ (Rupiah) dan HKK 5U _ BBJ (USD)	Merupakan kode kontrak gulir berkala indeks asing (indeks derivatif saham Hongkong) yang ditransaksikan melalui mekanisme Sistem Perdagangan Alternatif di Bursa Berjangka Jakarta	Harga perdagangan HKK50_BBJ/HKK5U-BBJ mengacu pada produk derivatif saham di Hongkong Exchange dan Clearing Limited (HKEx). Indeks derivatif saham Hong Kong (Hang Seng

		Index Futures) di HKEx adalah turunan dari indeks saham utama Hang Seng (Hang Seng Indeks), sehingga setiap perubahan harga yang terjadi pada indeks derivatif tersebut akan selalu mengacu pada perubahan yang terjadi di pasar saham nya.
JPK 50 _ BBJ (IDR) dan JPK 5U _ BBJ (USD)	Adalah kode kontrak bergulir berkala indeks asing (indeks derivatif saham Jepang) yang terdaftar dan tercatat di Bursa Berjangka Jakarta. Harga perdagangan JPK50_BBJ / JPK5U_BBJ	Harga perdagangan JPK50_BBJ / JPK5U_BBJ referensi derivatif untuk indeks saham Nikkei 225 diperdagangkan di Singapore Exchange (SGX)
Produk Derivatif Emas Loco London XUL 10 (Rupiah) dan XULF (USD)	Adalah kode kontrak gulir harian emas Loco London yang ditransaksikan melalui mekanisme Sistem	Harga perdagangan XUL10 / XULF mengacu pada harga fisik emas Loco London Over Counter

	Perdagangan Alternatif di Bursa Berjangka Jakarta.	(OTC) di New York.
GU 10 10 _ BBJ & GU 10 F _ BBJ GBP / USD	Adalah kontrak gulir harian harga Spot Great Britain Pound Sterling (GBP) terhadap US Dollar (USD)	
EU 10 10 _ BBJ & EU 10 F _ BBJ EUR / USD	Adalah kontrak gulir harian harga Spot Euro (EUR) terhadap US Dollar	
AU 10 10 _ BBJ & AU 10 F _ BBJ AUD / USD	Adalah kontrak gulir harian harga Spot Australian Dollar (AUD) terhadap US Dollar (USD)	
UC 10 10 _ BBJ & UC 10 F _ BBJ USD / CHF	Adalah kontrak gulir harian harga Spot US Dollar (USD) terhadap Swiss Franc (CHF)	
UJ 10 10 _ BBJ & UC 10 _ BBJ USD/JPY	Adalah kontrak gulir harian harga Spot US Dollar (USD) terhadap Japanese Yen (JPY)	

## 2. Produk Multilateral

Adalah merupakan sebuah mekanisme transaksi jual beli antara lebih dari satu pihak dan lebih dari satu pihak lainnya dengan menggunakan sistem tawar menawar secara terbuka di bursa. Hal tersebut bertujuan untuk pembentukan harga, aktivitas lindung nilai dan manfaat ekonomi lainnya. Berikut adalah macam – macam produk multilateral PT. Rifan Financindo Berjangka :

- Kontrak Berjangka OLEIN (Kode : OLE)
- Kontrak Berjangka Emas (Kode : GOL)
- Kontrak Berjangka Emas 250 gr (Kode : GOL250)

Pada PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung (Tim RF07) menjadikan produk Bilateral Derivatif Emas Loco London XUL 10 (Rupiah) dan XULF (USD) sebagai produk favorit karena seluruh nasabah PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung khususnya Tim RF07 menggunakan produk tersebut seperti yang dikatakan oleh Bapak Budi selaku Manajer Tim RF 07. Berikut adalah penjelasan tentang XUL 10 /XULF.

**Tabel 5. Spesifikasi Kontrak Gulir Harian Emas Loco London XUL10 (Rupiah) dan XULF (USD)**

	XUL 10	XULF
<b>Kurs</b>	Tetap (USD 1 = IDR Mengambang (USD))	

	10.000	
<b>Satuan Kontrak</b>	100 Troy ons	100 Troy ons
<b>Jam Perdagangan</b>	Senin – Jumat	Senin – Jumat
	Summer : 06.00 – 03.30	Summer : 06:00 – 03:30
	Winter 06:00 – 04:30	Winter 06:00 – 04:30

*Sumber : Eksekutif Manajer PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung Tim RF 07*

Berikut adalah keunggulan karakteristik produk Derivatif Emas Loco London XUL10/XULF

1. Efisiensi Modal : Dengan menggunakan Margin Trading ( dana jaminan ) para investor dapat melakukan transaksi yang besar dengan modal yang relatif kecil, tidak perlu menggunakan dana 100% ( full margin ) sebagaimana perdagangan di pasar saham.
2. Fleksibilitas Transaksi : Transaksi memanfaatkan dua arah tren yang memungkinkan para investor untuk mendapatkan peluang keuntungan pada saat tren harga bergerak naik maupun turun.
3. Likuiditas Tinggi : Produk ini memiliki tingkat likuiditas yang sangat tinggi, dengan begitu para investor dapat melakukan transaksi jual beli kapan saja selama market berjalan dengan didukung oleh fasilitas online trading system
4. Tanpa Batasan Waktu Untuk Posisi Terbuka

Para nasabah dengan leluasa dapat menentukan sendiri berapa lama waktu untuk bertransaksi tanpa adanya pinalti atau biaya administrasi pada saat penarikan dana atau penutupan account

### 4.3. Harga Yang Ditetapkan Oleh PT. Rifan Financindo Berjangka

Komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan adalah penetapan harga. Ada dua jenis investasi di PT. Rifan Financindo Berjangka yaitu :

<p><u>Floating Rate / Kurs Berjalan</u></p> <p>US\$ 1 = US\$ 1 (<u>sesuai kurs USD/IDR</u>)</p> <p><u>Tidak ada fee dari pembukaan dan penarikan dana USD</u></p>	<p><u>Fixed Rate / Kurs Tetap</u></p> <p>US\$ 1 = Rp.10.000</p> <p><u>Terhindar dari resiko kerugian akibat fluktuasi USD/IDR</u></p>
---	---

Untuk dapat memulai investasi di PT. Rifan Financindo Berjangka menetapkan ketentuan bagi para calon nasabah bisa berinvestasi di angka minimal yaitu US\$10.000 atau sama dengan Rp100.000.000 ( fixed rate ).

Berikut adalah ilustrasi transaksinya :

Seseorang akan menanamkan modalnya sebesar Rp100.000.000 (fixed rate). Setelah itu dia memprediksi harga emas Loco London ada dalam trend positif dan dia merencanakan untuk mengambil posisi beli. Ketika dalam pengambilan posisi dia mendapatkan harga pada level \$1,175.30/troy ons sebanyak 2 lot.

Meskipun demikian harga telah jatuh ke level \$1,160,65 / troy ons dan dia harus menglikuidasi pada posisi 1,165.30/troy ounce sebanyak 1 lot . pada keesokan arinya dia menglikuidasi sisanya saat harga berada pada level \$1,190.20/ troy ounce

Formula Perhitungan :

$$[ ( \text{Selling Price} - \text{Buying Price} ) \times \text{Contract Size} \times \text{nLot} ] - [ ( \text{Facility Fee} + \text{VAT} ) \times \text{nLot} ]$$

Keterangan :

Selling Price	:Harga Jual
Buying Price	:Harga Beli
Contract Size	:Nilai kontrak sebesar 100 troy ons untuk kontrak gulir harian emas Loco London .
n Lot	:Banyaknya lot yang ditransaksikan
Facility Fee	:Biaya komisi sebesar US\$30 per lot
VAT (Value Added Tax)	:Pajak Pertambahan Nilai sebesar 10% dari biaya komisi yaitu US\$3 untuk 1 lot

Apabila penyelesaian transaksi dilakukan lebih dari satu hari (*overnight*) maka setiap lot transaksi akan dikenakan biaya inap / *roll over* sebesar US\$5 per lot per malam.

Hari pertama :

$$P/L = [US\$(1165.30 - 1175.30) / \text{troy ounce} \times 100 \text{ troy ounce} \times 1 \text{ lot}] - [US\$(30 + 3) \times 1 \text{ lot}]$$

$$P/L = - US\$1000 - US\$33$$

$$= - US\$1,033$$

Hari Kedua

$$P/L = [US\$(1190.20 - 1175.30) / \text{troy ounce} \times 100 \text{ troy ounce} \times 1 \text{ lot}] - [US\$(30 + 3) \times 1 \text{ lot}]$$

$$P/L = US\$1,490 - US\$33$$

$$= US\$1,457$$

Dikarenakan transaksi dilakukan lebih dari satu hari maka dikenakan biaya *roll over* sebesar:  $US\$5 \times 1 \text{ lot} \times 1 \text{ night} = US\$5$

Hasil :

Net profit investor itu sebesar

$$-US\$1,033 + US\$1,457 - US\$ 5 = US\$419$$

$$\text{atau sama dengan } US\$419 \times \text{RP.10.000 (fixed rate)} = \text{RP. 4.190.000}$$

#### 4.4. Tempat Distribusi

Tempat distribusi pada bidang ini dapat dilaksanakan secara online, transaksi nasabah dapat dilaksanakan menggunakan aplikasi *Trade Pro* cukup dengan gadget pun dapat menyalurkan jasa konsultasi pada nasabah melalui whatsapp ataupun telepon.



Gambar 9. Bentuk Aplikasi *Trade Pro* Pada Saat Akan Login

PRICE	ASK	BID	HIGH	LOW	OPEN	TIME
XXXXX.BK1	26137	26153	31045	34011	32045	11:58:34
XXXXX.BK2	27490	27510	17805	17845	17810	11:58:34
XXXXX.BK3	1775.60	1776.40	1782.68	1773.39	1778.39	11:58:34
XXXXX.BK4	0.7337	0.7345	0.7370	0.7303	0.7364	11:58:34
XXXXX.BK5	1.1788	1.1795	1.1805	1.1780	1.1784	11:58:34
XXXXX.BK6	1.3850	1.3853	1.3870	1.3840	1.3840	11:58:34
XXXXX.BK7	0.9195	0.9163	0.9110	0.9140	0.9154	11:58:34
XXXXX.BK8	109.39	109.47	109.76	109.39	109.61	11:58:34

Gambar 10. Pada Saat Akan Memulai Transaksi



Kota	Alamat
<b>Jakarta</b>  <b>(Kantor Pusat)</b>	AXA Tower Kuningan City Lt. 30 Jl. Prof. DR. Satrio Kav. 18 Kuningan Setiabudi, Jakarta 12940 Telp : (021) 30056300, Fax : (021) 30056200
<b>Medan</b>	Best & Grow Tower (J.W.MARRIOT) Lt. 12, Unit # 1205 - 1209Jl. Putri Hijau No. 10, Medan 20111 Telp : (061) 414 0575 (Hunting), Fax : (061) 414 0576
<b>Palembang</b>	Kompleks Pertokoan Palembang Square Unit 112.113.115 Jl. Kampus POM IX, Palembang 30137 Telp : (0711) 380 555 (Hunting), Fax : (0711) 380 666
<b>Surabaya</b>	Sinar Mas Land Plaza - Lantai 16 Jl. Pemuda No. 60 - 70, Surabaya 60271 Telp : (031) 534 9800 (Hunting), Fax : (031) 534 7800
<b>Bandung</b>	Wisma Bumi Putra Lt. 3 Suite # 302 – 307 Jl. Asia Afrika No. 141 - 149, Bandung 40112 Telp : (022) 422 4288 (Hunting), Fax : (022) 422 4577
<b>Jakarta</b>	DBS Bank Tower LT. 14, CIPUTRA WORLD I Jl. Prof. DR. Satrio Kav. 3-5, Jakarta Selatan 12940 Telp : (021) 2988 8700, Fax : (021) 2988 8701

<b>Semarang</b>	Ruko S. Parman Corner Unit 5 & 6 Jl. S. Parman No. 47A, Semarang 50231 Telp : (024) 850 8868 (Hunting), Fax : (024) 850 8869
<b>Pekanbaru</b>	Jl. Jend. Sudirman No. 453, Kel. Simpang Empat, Kec. Pekanbaru Kota Kota Pekanbaru - Riau 28116 Telp : (0761) 7870018, Fax : (0761) 7870019
<b>Solo</b>	Ruko Solo Square No. 5,6, dan 7Jl. Slamet Riyadi No. 451 - 455, Solo 57145 Telp : (0271) 738 111 (Hunting), Fax : (0271) 738 222
<b>Yogyakarta</b>	Ruko B1, B2, B3, dan B5 Malioboro City Jl. Laksda Adisucipto KM.8 Tambakbayan, Caturtunggal, Depok Sleman - Yogyakarta 55281

*Sumber : PT. Rifan Financindo Berjangka*

#### **4.5. Promosi**

Komponen promosi adalah komponen yang begitu penting diperhatikan, karena dengan melakukan promosi yang efektif akan memudahkan untuk membujuk atau mempengaruhi calon nasabah tersebut. Promosi atau periklanan adalah untuk mempromosikan produk atau jasa, mempromosikan penjualan dan membangun loyalitas brand. Cara promosi yang dilakukan oleh PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung Tim RF07 memiliki tiga bentuk yaitu, penjualan pribadi (*personal*

*selling*), periklanan (*advertising*), promosi hubungan masyarakat (*public relation*). Setiap bentuk memiliki karakteristiknya sendiri dan sesuai dengan kebutuhan.

Dalam melakukan promosi PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung khususnya pada Tim RF07 menjadikan data calon nasabah sebagai acuan. Dengan mengkategorikan setiap data maka akan dilakukan cara promosi yang berbeda. Sesuai dengan hasil praktek kerja yang dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan sebagai berikut :

**Tabel 7. Cara promosi yang dilakukan oleh PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung Tim RF 07 berdasarkan kategori data nasabah**

<b>Kategori Data</b>	<b>Bentuk Promosi</b>
Data R1	Penjualan pribadi / <i>personal selling</i>
Data R2	Periklanan / <i>advertising</i>
Data R3	Promosi hubungan masyarakat / <i>public relation</i>

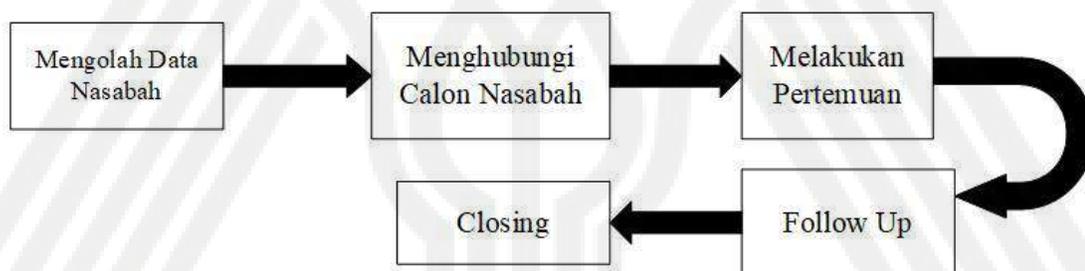
#### **4.6. Sumber Daya Manusia**

Orang atau sumber daya manusia disini adalah orang yang berperan dalam melakukan proses pemasaran produk atau jasa itu sendiri. Orang atau sumber daya manusia merupakan aset yang sangat penting bagi perkembangan perusahaan PT. Rifan Financindo Berjangka itu sendiri dengan memiliki banyak sumber daya manusia akan lebih mudah dalam memasarkan produk mereka. Memperbanyak

sumber daya manusia, dan terus meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada merupakan salah satu kunci agar perusahaan bisa terus maju. Pada PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung khususnya Tim RF07 terus menekankan kepada seluruh anggota tim agar disiplin, jujur dan transparan dalam bekerja maupun dalam menangani nasabah.

#### 4.7. Proses

Proses yang akan dijelaskan adalah proses yang dilakukan oleh pemasar dalam rangka membujuk atau mempengaruhi calon nasabah.



**Gambar 13. Alur pemasaran PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung Tim RF 07**

Berikut adalah penjelasan tentang gambar alur pemasaran diatas :

##### 1. Mengolah Data R1 & R2

Langkah awal yang pemasar perlukan adalah dengan mengolah data yang pemasar perlukan. Data R1 merupakan data orang – orang yang memiliki kedekatan individu dengan pemasar itu sendiri, meliputi keluarga, saudara dan teman dekat. Sedangkan data R2 merupakan data orang – orang yang saling kenal dengan pemasar,

seperti tetangga, guru atau dosen. Dengan memilah data tersebut akan memudahkan pemasar untuk mulai memasarkan produk dan jasa yang mereka jual.

## 2. Menghubungi Calon Nasabah

Setelah memilah data yang dimiliki oleh pemasar hal selanjutnya yang perlu dilakukan adalah menghubungi calon nasabah. Menghubungi calon nasabah bisa dengan melalui telepon langsung atau chat terlebih dahulu. Proses disini merupakan proses awal kita mulai mengawali percakapan, bisa dengan bercerita tentang pekerjaan yang sedang dilakukan ataupun melakukan pembahasan lainnya yang membuat calon nasabah tertarik untuk berbicara atau bercerita banyak dengan kita. Setelah calon nasabah mulai tertarik bercerita, pemasar pun perlu untuk membuat janji pertemuan di tempat yang membuat calon nasabah tersebut merasa nyaman.

## 3. Melakukan Pertemuan Dengan Calon Nasabah

Pertemuan dengan calon nasabah tidak perlu dilakukan di lingkungan kantor. Pertemuan dengan calon nasabah dapat dilakukan di rumah calon nasabah itu sendiri, di tempat makan cafe dan tempat – tempat lainnya. Dalam proses ini sangat menentukan keberhasilan pemasar dalam membujuk atau mempengaruhi calon nasabah tersebut. Kemampuan dalam berbicara yang baik dan dapat membuat seseorang tertarik kepada jasa ataupun produk yang kita pasarkan atau tawarkan merupakan salah satu hal penting. Ilmu dan pengetahuan tentang produk dan jasa yang kita tawarkan pun akan dinilai oleh calon nasabah apakah kita benar – benar mengerti tentang hal tersebut atau tidak.

Hal yang kita jelaskan kepada calon nasabah mulai dari profil perusahaan, legalitas perusahaan, produk atau jasa yang ditawarkan seperti apa, keuntungan yang didapat oleh calon nasabah dan pemasar juga bisa memberikan *testimoni* kepada nasabah agar nasabah lebih tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam proses ini tidak sedikit para pemasar mendapatkan banyak penolakan yang merupakan kendala bagi pemasar. Ada beberapa hal yang banyak menjadi kendala para calon nasabah :

- Harus izin kepada suami/istri atau orang tua
- Kurangnya kepercayaan kepada jasa yang ditawarkan karena memiliki pengalaman pernah ditipu dan lain-lain
- Dana yang dimiliki oleh calon nasabah merupakan dana yang disimpan untuk biaya sekolah atau kuliah anaknya dimasa dekat maupun masa yang akan datang

#### 4. Follow Up Calon Nasabah

Setelah mendapatkan kendala dari calon nasabah, pemasar perlu melakukan follow up calon nasabah. Follow up yang dilakukan bisa dengan memberikan solusi terhadap kendala yang didapatkan. Solusi yang pemasar berikan bisa berupa :

- Meyakinkan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan telah memiliki legalitas hukum yang jelas, dan memiliki sumber daya manusia yang profesional

sehingga dipastikan tidak ada penipuan, penggelapan uang dan lain sebagainya.

- Memberikan penjelasan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan disini dapat digunakan untuk sarana berinvestasi baik itu investasi jangka pendek maupun jangka panjang. Apabila calon nasabah membutuhkan dana yang mereka investasikan dalam waktu dekat pun itu tidak menjadi masalah, karena proses penarikan dana atau *withdrawal* pada PT. Rifan Financindo Berjangka ini hanya memerlukan waktu paling lama hanya 3 hari kerja dan kapanpun dananya akan diambil tidak akan ada pemotongan biaya apapun.

#### 5. Closing

Setelah melakukan semua proses diatas dengan baik dan benar, memberikan solusi yang baik terhadap kendala yang didapatkan dan calon nasabah sudah yakin dan tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan maka para pemasar dapat dikatakan berhasil membujuk atau mempengaruhi calon nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan atau yang biasa dikatakan itu closing.

Setelah closing hal yang dilakukan oleh pemasar itu sendiri adalah dengan tetap mendampingi nasabah dalam proses perencanaan keuangan, mendampingi saat nasabah mau memulai untuk melakukan jual beli di bursa berjangka, memberikan saran dan analisis yang baik kepada nasabah, melakukan komunikasi yang baik dengan nasabah akan menjadi nilai tambah kita sebagai bisnis konsultan.

#### 4.8. Bukti Fisik

Unsur terakhir dari *marketing mix* adalah *physical evidence* atau bukti fisik yang menjadi bukti fisik sebuah perusahaan. Dalam menjual produk atau jasa, pelanggan membutuhkan bukti fisik untuk menjalin hubungan bisnis secara nyata. Alat ukur dalam mengelola bukti fisik menurut Lovelock, diantaranya:

- *An attention creating medium*, perusahaan jasa melakukan diferensiasi dengan pesaing dan membuat sarana fisik semenarik mungkin, misalnya membuat layout ruangan atau gedung dengan semenarik mungkin. Pada PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung ini memiliki sarana fisik yang menarik, dengan memilih Wisma Bumiputera sebagai kantor Cabang Bandung. Selain berada di dekat pusat Kota Bandung, aksesnya pun mudah dijangkau dan juga memiliki fasilitas yang baik yang dapat digunakan oleh para nasabah maupun karyawannya. Hal berikut sesuai dengan yang dikatakan oleh Bapak Gamma selaku Wakil Kepala Cabang.
- *An a message creating medium* dengan adanya simbol atau syarat khusus untuk mengkomunikasikan secara intensif kepada nasabah, misalnya kualitas produk yang memiliki ciri khas. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Budi Suhud selaku Manajer Tim RF 07 PT. Rifan Financindo Berjangka memiliki produk khas yang menjadi favorit para nasabah yakni produk Loco Gold London.
- *An effect creating medium*, dengan adanya seragam yang sama, serta bisa menciptakan desain sesuatu yang lain dari produk jasa yang ditawarkan. Di PT. Rifan

Financindo Berjangka juga memiliki seragam khusus untuk para karyawan yang digunakan setiap hari Kamis dan juga selalu menggunakan *dress code* untuk hari – hari lainnya.

