

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penjelasan diatas, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan dari kegiatan praktik kerja diantaranya:

- 1) Berdasarkan hasil praktik kerja, maka maksud dan tujuan dari praktik kerja ini adalah penulis berkesempatan dapat mengenal lingkungan kerja yang sesungguhnya, disini penulis juga dapat merasakan suasana kerja yang sesungguhnya. Dalam pelaksanaan praktik kerja, penulis dituntut untuk siap bekerja dengan profesional.
- 2) Strategi bauran pemasaran atau *marketing mix* pada perusahaan ini mencakup 7p yakni *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik) yang saling berhubungan satu sama lain dan menjadi sebuah alat pemasaran yang dijadikan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target.
 - A. Produk (*product*), yang dimiliki oleh PT. Rifan Financindo Berjangka ada dua jenis yakni Produk Bilateral dan Produk Multilateral
Produk Bilateral terdiri dari :
 - a) Indeks Derivatif Saham, terdiri dari :
 - Indeks Derivatif Saham Hongkong

- Indeks Derivatif Saham Jepang
- b) Produk Derivatif Emas Loco London
- c) Nilai Mata Uang Asing :
 - Kontrak gulir harian harga Spot Great Britain Pound Sterling (GBP) terhadap US Dollar (USD)
 - Kontrak gulir harian harga Spot Euro (EUR) terhadap US Dollar (USD)
 - Kontrak gulir harian harga Spot Australian Dollar terhadap US Dollar (USD)
 - Kontrak gulir harian harga Spot US Dollar (USD) terhadap Swiss Franc (CHF)
 - Kontrak gulir harian harga Spot US Dollar (USD) terhadap Japanese Yen (JPY)

Produk Multilateral terdiri dari :

- a) Kontrak Berjangka OLEIN : OLE
- b) Kontrak Berjangka Emas : GOL
- c) Kontrak Berjangka Emas 250gr : GOL250

Sedangkan produk yang banyak digunakan oleh nasabah PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung (Tim RF07) adalah Produk Bilateral Derivatif Emas Loco London.

B. Harga (*Price*)

Penetapan harga pada PT. Rifan Financindo Berjangka dibagi menjadi dua jenis investasi yakni :

- Fixed Rate / Kurs Tetap : US\$1 = Rp10.000
- Floating Rate / Kurs Berjalan : US\$1 = US\$1 (sesuai kurs USD/IDR)

C. Tempat (*place*)

Dilaksanakan secara online dengan menggunakan aplikasi *Trade Pro* dan dapat menyalurkan jasa konsultasi menggunakan *Whatsapp*. Selain itu juga memiliki kantor yang tersebar di kota besar di Indonesia : Jakarta, Medan, Palembang, Surabaya, Bandung, Semarang, Pekanbaru, Solo, Yogyakarta.

D. Promosi (*Promotion*)

Menggunakan beberapa macam jenis promosi yang disesuaikan dengan kategori data seperti berikut :

Data R1 : Penjualan Pribadi / *Personal Selling*

Data R2 : Periklanan / *Advertising*

Data R3 : Promosi Hubungan Masyarakat / *Public Relation*

E. Orang (*People*)

Dalam perusahaan orang atau sumber daya manusia ini adalah orang yang berperan dalam melakukan proses pemasaran produk atau jasa itu sendiri. Dan merupakan aset penting bagi perkembangan perusahaan itu sendiri.

F. Proses (*Process*)

Proses pemasaran pada PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung Tim RF07 adalah sebagai berikut :

1. Mengolah data
 2. Menghubungi calon nasabah
 3. Melakukan pertemuan dengan calon nasabah
 4. *Follow up*
 5. Closing
- G. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik perusahaan yakni memiliki sarana fisik seperti gedung kantor, memiliki produk yang menjadi ciri khas perusahaan, dan juga dengan adanya seragam perusahaan menjadi bukti fisik bahwa perusahaan ini ada.

- 3) Kendala yang penulis alami pada saat pelaksanaan praktik kerja adalah kesulitan dalam mencari nasabah yang artinya kesulitan dalam melaksanakan kegiatan promosi
- 4) Dari kendala yang dihadapi oleh penulis maka PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung khususnya Tim RF07 memberikan solusi pada penulis seperti memberikan konsultasi, mewajibkan mengikuti setiap pengarahan, edukasi dan juga mengevaluasi hasil kerja setiap harinya.

5.2 Saran

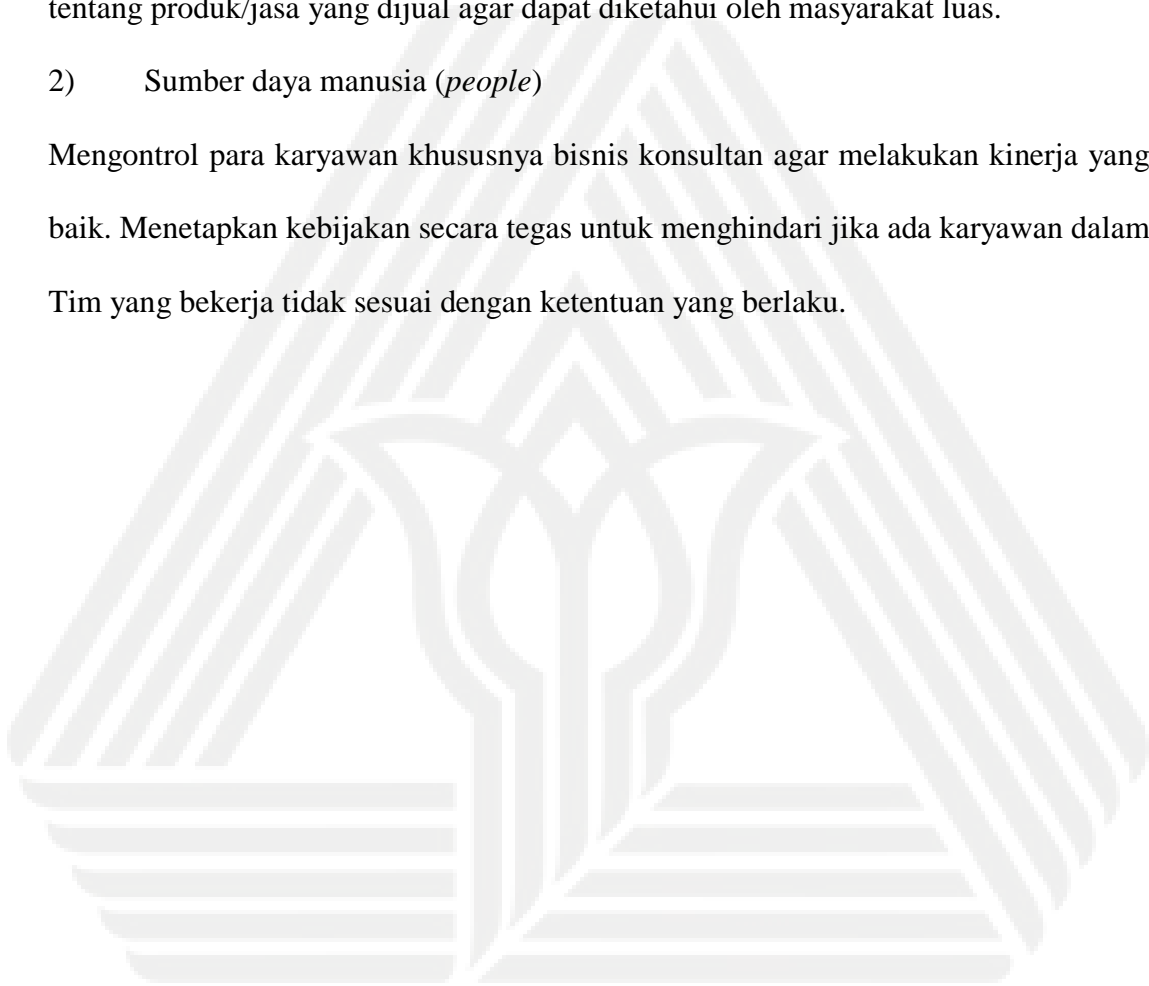
Berdasarkan penjelasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang bisa diberikan kepada PT. Rifan Financindo Berjangka Cabang Bandung Tim RF07 agar Tim ini dapat memperbaiki sistem bauran pemasaran khususnya pada bidang :

1) Promosi (*promotion*)

Perlu meningkatkan kegiatan promosi seperti periklanan tentang perusahaan atau tentang produk/jasa yang dijual agar dapat diketahui oleh masyarakat luas.

2) Sumber daya manusia (*people*)

Mengontrol para karyawan khususnya bisnis konsultan agar melakukan kinerja yang baik. Menetapkan kebijakan secara tegas untuk menghindari jika ada karyawan dalam Tim yang bekerja tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.



IKOPIN