

### **BAB III PENYAJIAN DATA**

#### **A. Deskripsi Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah PT. Indosukses Futures<sup>41</sup>**

Dewasa ini pertumbuhan jumlah investor individu yang berpartisipasi dalam pasar Forex meningkat secara signifikan. Hal ini dikarenakan potensi keuntungan yang tinggi dan sistem manajemen resiko yang tidak ada dalam investasi yang lain. Dalam investasi Forex, investor dapat mencari keuntungan dari harga pasar yang sedang naik maupun turun. Investor juga dapat menentukan terlebih dahulu batas maksimal resiko yang siap diterima, bahkan sebelum transaksi dilakukan. Resiko dapat dibatasi dengan beberapa cara, diantaranya dengan menggunakan fasilitas *Stop Loss* dan *Hedging*.

Perkembangan perdagangan Forex dan index di Indonesia juga didukung oleh pemerintah, dengan dibentuknya Bursa Berjangka Jakarta sebagai wadah dan diawasi oleh Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI) untuk perlindungan investor sesuai dengan UU No. 32 Tahun 1997, setiap pialang berjangka diwajibkan untuk memiliki *Segregated Account* (Rekening Terpisah) yang digunakan untuk menampung dana investor.

PT. Indosukses Futures adalah salah satu perusahaan yang bergerak

---

<sup>41</sup> PT. Indosukses Futures, *Arsip Profil PT. Indosukses Futures* (Surabaya: PT. Indosukses Futures, 21 Juni 2010), hlm. 1.

dibidang jasa pengelolaan keuangan (*Financial Investment*), berdiri berdasarkan Akta Perseroan Terbatas "PT. Indosukses Futures" izin Bursa Berjangka Jakarta (BBJ) dan Badan Pengawasan Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI), yang telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Kehakiman dan Hak Azasi Manusia Republik Indonesia.

PT Indosukses Futures melalui Keputusan Ketua Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI) No: 69/BAPPEBTI/SI/XII/2000 dan telah mendapatkan Surat Persetujuan Anggota Bursa (SPAB) No: SPAB-032/BBJ/10/00. Selain itu, PT Indosukses Futures juga telah memperoleh izin dari PT. Kliring Berjangka Indonesia (PERSERO) dan sudah disetujui sebagai Peserta Sistem Perdagangan Alternatif (SPA).

## **2. Visi, dan Misi<sup>42</sup>**

PT Indosukses Futures telah berhasil membangun bisnis dan reputasinya sebagai perusahaan yang bagus dan terpercaya dengan integritas tinggi. Disamping itu perusahaan terus memberikan sosialisasi dan edukasi investasi baik di pasar komoditi berjangka maupun pasar uang.

### **a. Visi**

Kepercayaan dan reputasi.

### **b. Misi**

Meningkatkan jumlah investor Indonesia dalam melakukan investasi secara transparan dan menguntungkan.

---

<sup>42</sup> PT. Indosukses Futures, *Arsip Profil*,..., hlm. 3.

### 3. Keadaan Geografi<sup>43</sup>

Nama Perusahaan : PT. Indosukses Futures  
 Member Of The Jakarta Futures Exchange.  
 Member Of The Indonesian Derivatives Clearing House.

Alamat : Jl. Kartini No. 107-109 Surabaya 60264.

Telepon : (+62 31) 5679990

Fax : (+62 31) 5676960

Email : indosuksesfutures@yahoo.com

Homepage : <http://www.indosuksesfutures.com>.

Sebelah Timur : Jl. Raya Darmo Surabaya.

Sebelah Barat : Jl. Raya Diponegoro Surabaya.

Sebelah Utara : Jl. Imam Bonjol Surabaya.

Sebelah Selatan : Jl. Wage Rudolf Supratman Surabaya.

### 4. Nama Staff di PT. Indosukses Futures

Tabel 3.4  
 Daftar Nama dan Jabatan Karyawan PT. Indosukses Futures

No.	Nama	Jabatan
1.	Erlando, S.E.	<i>President.</i>
2.	Irwan Gomulja, S.Pd.	<i>Vice President.</i>
3.	Herry Setiawan, S.E.	<i>Branch Manager.</i>
4.	Djoko Trijono, S.E.	<i>General Manager.</i>
5.	Moch. Kuswandri, S.E.	<i>General Manager.</i>
6.	Fachriana	<i>General Manager.</i>
7.	Evy Maharani, S.E.	<i>Marketing Manager.</i>
8.	Baskoro	<i>Marketing Manager.</i>
9.	Fariz	<i>Marketing Manager.</i>
10.	Muhlishur Ridho	<i>Business Executive.</i>
11.	Surono	<i>Business Executive.</i>
12.	Titik	<i>Business Executive.</i>
13.	Sulis	<i>Business Executive.</i>
14.	Endah	<i>Business Executive.</i>
15.	Winnie	<i>Business Executive.</i>

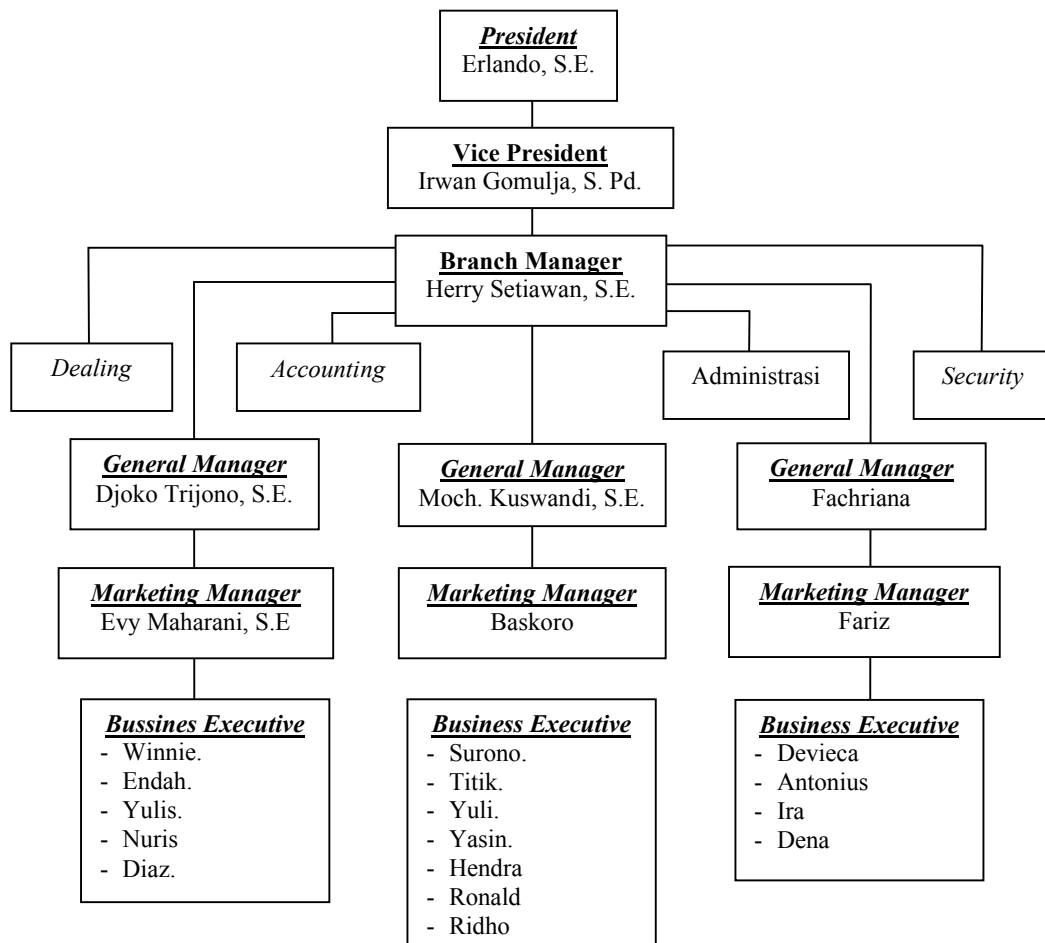
<sup>43</sup> PT. Indosukses Futures, *Arsip Profil*,..., hlm. 4.

16.	Yulis	<i>Business Executive.</i>
17.	Nuris	<i>Business Executive.</i>
18.	Diaz	<i>Business Executive.</i>
19.	Devieca	<i>Business Executive.</i>
20.	Antonius	<i>Business Executive.</i>
21.	Ira	<i>Business Executive.</i>
22.	Dena	<i>Business Executive.</i>

Sumber : PT. Indosukses Futures, *Arsip Kepegawaian PT. Indosukses Futures* (Surabaya: PT. Indosukses Futures, 21 Juni 2010), hlm. 1

## 5. Struktur PT. Indosukses Futures

**Gambar 4.2**  
**Struktur PT. Indosukses Futures**



Sumber : Arsip Kepegawaian PT. Indosukses Futures tertanggal 21 Juni 2010

## 6. *Job Descriptions* PT. Indosukses Futures<sup>44</sup>

### a. *President*

Pucuk pimpinan PT. Indosukses Futures cabang Surabaya yang memiliki tugas, wewenang, dan tanggung jawab sebagai berikut:

- 1) Melaksanakan *planning* serta *forecasting* yang telah di gariskan oleh *head office*.
- 2) Menetapkan garis besar perusahaan, menetapkan tujuan dan program kerja tahunan untuk seluruh kegiatan sesuai dengan tujuan jangka panjang yang telah ditetapkan.
- 3) Melakukan analisa tentang keadaan pasar uang dengan melakukan analisa dengan melakukan peninjauan langsung kepada lembaga pengelola finansial.
- 4) Menyusun anggaran tahunan dan rencana kerja serta mengadakan perubahan dan pembaharuan bila diperlukan.

### b. *Vice President*

Staf yang menjadi wakil dari pucuk pimpinan PT. Indosukses Futures cabang Surabaya yang memiliki tugas, wewenang, dan tanggung jawab sebagai berikut:

- 1) Menetapkan tujuan dan program kerja tahunan untuk seluruh kegiatan sesuai dengan tujuan fungsional.
- 2) Melakukan pemeriksaan surat perjanjian atau kontrak dengan calon nasabah maupun nasabah tentang kebenaran isi perjanjian.
- 3) Melakukan riset untuk mengetahui keadaan, mengetahui kelemahan,

---

<sup>44</sup> PT. Indosukses Futures, *Arsip Kepegawaian PT. Indosukses Futures* (Surabaya: PT. Indosukses Futures, 21 Juni 2010), hlm. 2.

kekuatan lembaga maupun pesaing melalui data-data yang didapatkan oleh karyawan.

- 4) Melakukan penentuan syarat penjualan jasa investasi yang dapat menguntungkan kedua belah pihak agar tidak menyimpang dari kebijakan pusat.
- 5) Merencanakan kesemua kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

**c. *Branch Manager***

Adalah orang yang bertanggung jawab di PT. Indosukses Futures cabang Surabaya yang memiliki tugas, wewenang, dan tanggung jawab sebagai berikut:

- 1) Mengawasi dan mengkoordinir semua kegiatan yang ada di semua staf yang ada dibawahnya dan mengusahakan agar semua staf bekerja secara optimal.
- 2) Melakukan evaluasi secara periodik terhadap hasil pekerjaan yang telah dilakukan oleh staf dibawahnya.
- 3) Mengelola segala aspek keuangan yang berhubungan dengan bank, perpajakan, dan sebagainya secara efektif dan efisien.

**d. *Administrasi***

Bertanggung jawab atas hasil laporan kerjanya langsung kepada *branch manager*:

- 1) Membuat budget keuangan per bulan, per kwartal dan per tahun.
- 2) Menyajikan laporan keuangan dan analisa keuangan perusahaan.
- 3) Berwenang memberikan surat jalan kepada semua staf yang

mengadakan perjalanan untuk bertemu dengan klien.

- 4) Mengadakan pembukuan secara baik agar transaksi yang terjadi dapat terkontrol dan informasi-informasi yang dibutuhkan dapat disajikan secara cepat.
- 5) Berwenang membuat surat tagihan yang telah jatuh tempo dan membuat faktur.

**e. *Dealing***

Mempunyai tugas, wewenang dan bertanggung jawab *kepada branch manager* sebagai berikut:

- 1) Berperan untuk melakukan pemantauan atas dana nasabah agar nasabah selalu memenuhi komitmen. Untuk melaksanakan hal ini, seorang dealing harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang bisnis nasabahnya.
- 2) Menentukan keuntungan yang diperoleh Perusahaan. Dengan demikian, ia harus yakin bahwa dalam segala hal yang dilakukannya berada dalam suatu kondisi yang memberikan keuntungan kepada perusahaan.

**f. *Accounting***

Mempunyai tugas, wewenang dan bertanggung jawab *kepada branch manager* sebagai berikut:

- 1) Melakukan perhitungan atas besarnya komisi yang didapatkan staf *business executive* berdasarkan hasil keberhasilan mendapatkan janji bertemu dengan nasabah.
- 2) Melakukan perhitungan atas besarnya komisi yang didapatkan staf

*business executive* berdasarkan hasil trading yang telah dilakukan.

**g. Security**

Security berada langsung dibawah kendali *branch manager* dan bertanggung jawab atas keamanan kepada perusahaan.

**h. General Manager**

Mempunyai tugas, wewenang dan bertanggung jawab *kepada branch manager* sebagai berikut:

- 1) Membantu *branch manager* dalam menjalankan tugas teknis perusahaan terutama dalam operasionalnya.
- 2) Mengawasi jalur proses *trading* maupun kegiatan promosi yang dilakukan agar terjamin keancaran kerja.
- 3) Membantu *branch manager* merumuskan kebijakan dalam kegiatan trading, penjualan jasa trading, dan personalia.
- 4) Mengadakan pertemuan dengan *marketing manager* untuk membahas pengelolaan dana nasabah dan kinerja *business executive*.

**i. Marketing Manager**

Mempunyai tugas, wewenang dan bertanggung jawab kepada *general manager* sebagai berikut:

- 1) Mengusahakan teknik-teknik dalam penjualan agar dapat menguntungkan perusahaan maupun calon nasabah.
- 2) Mengurus program promosi, penjualan jasa investasi, trading yang telah dilakukan oleh *business executive*.
- 3) Membuat laporan pertanggung jawaban atas semua aktivitasnya kepada general manager.



**j. *Business Executive***

Staf ini merupakan ujung tombak dalam perusahaan yang memiliki wewenang, tugas & tanggung jawab kepada *marketing manager*:

- 1) Melakukan pengenalan serta penjualan jasa-jasa investasi yang ditawarkan dengan perusahaan melalui telepon (*Telemarketing*).
- 2) Melakukan penjualan jasa-jasa investasi yang ditawarkan dengan perusahaan melalui presentasi penjualan (*Marketing*).
- 3) Berperan dalam membina nasabah agar mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dari setiap transaksi keuangan yang dilakukan tanpa meninggalkan tanggung jawabnya sebagai staf perusahaan.
- 4) Membina hubungan baik dengan lembaga pengelola finansial lain maupun dengan klien (*Public Relation*).
- 5) Melakukan verifikasi data calon nasabah yang didapatkan *telemarketing*.

**7. Landasan Kerja Yang Mengatur Dan Yang Harus Dipedomani<sup>45</sup>**

- a. Keputusan Ketua Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI) No: 69/BAPPEBTI/SI/XII/2000.
- b. Surat Persetujuan Anggota Bursa (SPAB) No: SPAB-032/BBJ/10/00.
- c. Pasal 50 ayat (2) Undang-Undang No. 32 Tahun 1997 tentang Perdagangan Berjangka Komoditi.

---

<sup>45</sup> PT. Indosukses Futures, *Arsip Kepegawaian*, ...,hlm. 8.

## **B. Deskripsi Data Penelitian**

Pada fase ini penulis menyajikan semua data yang diperoleh baik itu data primer maupun sekunder juga berkaitan dengan proses *marketing communication* yang dilakukan oleh PT. Indosukses Future yang penulis sajikan himpun berdasarkan wawancara, observasi kegiatan *marketing communication* yang dijalani oleh *branch marketing*, bagian telemarketing, *business executive*, maupun *public relation*.

Pada bab terdahulu penulis telah mengungkapkan bahwasannya suatu strategi *marketing communication* dapat diketahui dari penerapan ataupun proses kesemua teknik dalam *marketing communication*, begitu pula dengan strategi *marketing communication* yang dilakukan oleh PT. Indosukses Futures dalam meningkatkan *brand awareness* (kesadaran akan merek) di kota Surabaya, bisa diketahui dengan melihat perencanaan yang terdiri dari analisis peluang pasar, analisis pesaing serta analisis penetapan pasar; segmentasi potensial, penentuan tujuan komunikasi, perancangan pesan, pemilihan saluran komunikasi, biaya komunikasi serta belanja iklan dan yang terakhir ialah masalah riset komunikasi yang telah dilakukan PT. Indosukses Futures.

### **1. Perencanaan *Marketing Communication***

#### **a. Peluang Pasar**

PT. Indosukses Futures ketika akan melakukan *marketing communication* dengan khalayak –penulis lebih cenderung menggunakan istilah calon nasabah sebagaimana yang disebutkan oleh Uyung Sulaksana– memiliki pertimbangan tentang fenomena kurangnya informasi masyarakat tentang bisnis investasi, isu yang beredar mengenai

untung rugi ketika menjalani bisnis riil atau bisnis investasi, kekecewaan khalayak yang sering dibohongi oleh pihak broker, informasi tentang trauma khalayak yang mengalami banyak kerugian dalam bisnis investasi valuta asing, dan yang terakhir ialah kebutuhan khalayak akan informasi yang lebih mendalam ketika memainkan bisnis investasi.

“Jadi *kan* ada banyak orang yang diluar *kan* bermasalah. Jadi saya ini *kepingin* menang, karena apa? saya sering *loss*, main bertahun-tahun *ndak* pernah profit, *dibohongin broker*, *ndak* diajari....macam-macam *kan*...”<sup>46</sup>

Dalam mendiagnosis peluang pasar yang ada di Surabaya, PT. Indosukses Futures mengidentifikasi informasi pada calon nasabah mengenai bisnis pengelolaan finansial melalui investasi, identifikasi ini didasarkan bukan pada pengetahuan khalayak akan varian merek dari tiap kategori jenis investasi yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan investasi yang ada di Surabaya akan tetapi langsung berdasarkan pada kategori jenis investasi mata uang maupun saham asing yang ditawarkan. Hal ini terjadi disebabkan oleh rendahnya tingkat pengetahuan yang dimiliki khalayak tentang tawaran jasa investasi yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan tersebut, dari amatan penulis mayoritas masyarakat Surabaya memiliki tingkat pengetahuan yang sama –dalam artian mayoritas calon nasabah masih memiliki pengetahuan yang rendah– tentang bisnis ini sehingga perusahaan-perusahaan investasi yang ada di Surabaya tidak memiliki keleluasaan dalam pemberian nama jasa investasi ini. Dampak yang dihasilkan ternyata cukup serius, karena perusahaan kesulitan mengasosiasikan merek perusahaan dengan

---

<sup>46</sup> Hasil wawancara dengan Irwan Gomulja selaku *vice president* PT. Indosukses Futures, tgl. 11 Nopember 2010, bertempat di ruang rapat PT. Indosukses Futures.

tokoh, warna, maupun tipografi tertentu, yang menyebabkan perusahaan kesulitan dalam melakukan pengenalan maupun pengembangan merek dari jasa investasi yang ditawarkan

Identifikasi diatas kemudian mengkategorikan calon nasabah yang ada dalam pasar uang menjadi empat bagian yakni calon nasabah **Level I** pengusaha dengan kisaran penghasilan Rp. 10.000.000-100.000.000,- yang sudah mengalami trauma, mengalami rasa ragu untuk tidak melakukan investasi lagi dalam ‘pergulatan’ dunia investasi karena pernah mengalami *loss* atau kerugian pada taraf tertentu hingga akibat dibohongi broker, kurangnya transparansi informasi mengenai dana yang pernah miliki, sistem *trading* yang dimiliki perusahaan pialang kurang ‘ampuh’ digunakan dalam *trading*.

Calon nasabah **Level II** yakni orang yang tidak memiliki informasi sama sekali mengenai seluk beluk di dunia investasi saham maupun mata uang asing serta memiliki kekuatan finansial dan ingin mengelola dalam bisnis tertentu dan dikategorikan sebagai pemula dengan memiliki kisaran pendapatan antara Rp. 10.000.000-50.000.000 dengan profesi pengusaha meski ada juga beberapa diantara yang mempunyai profesi sampingan sebagai ibu rumah tangga atau mahasiswa. Proses keterlibatan mereka dengan PT. Indosukses Futures bermula ketika calon nasabah Level II yang melihat promosi mengenai sistem trading yang pra *loss*, sudah berjalan berapa tahun dan cocok untuk orang-orang yang sering *loss* milik PT. Indosukses Futures melalui iklan kolom baris yang ada di koran dan kemudian menanyakan apa maksud dari tawaran promosi yang

dilakukan oleh PT. Indosukses Futures melalui telepon, pertanyaan yang mereka lontarkan berkisar tentang bisnis yang sedang dijalani oleh PT. Indosukses Futures lebih mendetail. Pada level ini PT. Indosukses Futures menjumpai pesaing yang menyamar sebagai calon nasabah, pesaing yang memang berprofesi sebagai pegawai perusahaan pialang lain atau *broker* yang ditugaskan oleh salah satu perusahaan berjangka dan hanya ingin mengetahui sistem trading yang dimiliki oleh PT. Indosukses Futures dengan memiliki ciri-ciri berpakaian rapih serta mendatangi pada jam jam kerja PT. Indosukses Futures.

“*Kalo* seandainya dia investor, *nek* pengalaman saya orang yang senang main bajunya *ndak* ada yang bagus, penampilannya *ndak* dijaga. Tapi *kalo* penampilannya terjaga, rapih, baunya wangi itu biasanya broker...nggak ada lagi, iya *tho*...jarang broker itu *makek* sandal, biasanya dateng rapih, apalagi jam kerja”<sup>47</sup>

Calon nasabah **Level III** orang-orang yang umumnya berprofesi sebagai hanya mengetahui sedikit informasi bisnis investasi hanya dari segi pembiayaan saja, kategori permodalannya saja, ataupun keuntungan serta kerugiannya hingga pada satu keberminatan maka calon nasabah akan menyatakan keinginan agar sistem *trading* oleh PT. Indosukses Futures yang nantinya dijalankan sama dengan yang dijalankan oleh bank. Profesi yang mereka jalani ialah pengusaha dengan kisaran penghasilan berkisar Rp. 10.000.000-50.000.000,-

Calon nasabah **Level IV** orang-orang yang umumnya hanya mengetahui sebagian saja informasi tentang bisnis investasi mata uang atau saham asing saja, pada level ini calon nasabah sudah memiliki akun

---

<sup>47</sup> Hasil wawancara dengan Irwan Gomulja selaku *vice president* PT. Indosukses Futures, tgl. 20 Oktober 2010, bertempat di ruang Pelatihan PT. Indosukses Futures.

investasi di perusahaan pialang lain (pemain), tidak mengelola dana mereka sendiri akan tetapi di kelola oleh broker yang telah ditunjuk perusahaan. Calon nasabah pada level ini berprofesi sebagai pengusaha dengan kisaran penghasilan Rp. 10.000.000-100.000.000, proses keterlibatan mereka dengan PT. Indosukses Futures sendiri dimulai ketika staf PT. Indosukses Futures menawarkan jasa investasi mereka melalui telepon.

Calon nasabah **Level V** ialah calon nasabah yang memang mengetahui informasi tentang seluk beluk dunia investasi, sudah memiliki akun investasi di perusahaan pialang lain (pemain) dan memainkan investasi mereka sendiri dengan didampingi oleh broker yang telah ditunjuk serta memiliki profesi sebagai pengusaha dengan kisaran penghasilan Rp. 10.000.000-100.000.000,-. Untuk calon nasabah yang tergolong pemain cara mereka terlibat dengan PT. Indosukses Futures juga melalui iklan di harian umum, selain itu calon nasabah yang masuk kategori melihat promosi melalui mobil milik PT. Indosukses Futures, namun penyikapan yang dilakukan oleh pemain akan lebih tinggi daripada pemula. Calon nasabah yang berkategori pemain tidak hanya menelepon PT. Indosukses Futures untuk menanyakan bisnis yang dijalani akan tetapi juga mengikuti pelatihan serta presentasi penjualan yang diadakan yang kemudian diakhiri dengan kesediaan untuk berinvestasi di PT. Indosukses Futures dengan memilih salah merek dari jasa permodalan yang ditawarkan.

*Ketiga* Manfaat yang dicari calon nasabah ketika menggunakan salah

satu jenis permodalan dari merek tertentu, calon nasabah umumnya ingin dianggap sebagai orang kaya, *kedua* adanya anggapan “karena kaya maka harus memiliki gengsi dengan cara memiliki sebuah investasi” dan yang *ketiga* anggapan “karena kaya pula maka investasi yang dilakukan tidak hanya satu”. Sedangkan untuk motif ekonomi ialah nasabah yang berinvestasi dikarenakan adanya keinginan untuk segera memperoleh kekayaan hal ini disebabkan *pertama* nasabah merasa sering dibohongi oleh *broker* sebelumnya, *kedua* ingin segera memenangkan *trading*.

#### **b. Pesaing**

Dalam membahas pesaing ini penulis akan mengkategorikan pesaing yang menurut John E. Kennedy dan R. Darmawan Soemanagara dibagi menjadi tiga<sup>48</sup>, yakni *prime*, *middle* dan *weak competitor*.

*Prime competitor* dari PT. Indosukses Futures dalam dunia investasi pialang berjangka di Surabaya ialah lembaga-lembaga pialang berjangka yang menggarap pasar uang maupun mata uang asing yang berada di Indonesia dengan kondisi perusahaan tersebut berdomisili di Surabaya yang melakukan kampanye *marketing communication* dengan media *online*, surat kabar, *telemarketing*, promosi penjualan, *workshop trading*. Menggolongkan diri sebagai *noise* karena para pesaing juga perusahaan investasi pialang berjangka terkadang sengaja mengirim salah satu karyawannya untuk menyamar sebagai calon nasabah PT. Indosukses Futures dengan tujuan mencuri sistem *trading* yang digunakan oleh PT. Indosukses Futures, mengusung isu-isu yang hampir sama dengan yang

---

<sup>48</sup> John E. Kennedy dan R. Darmawan Soemanagara, *Marketing Communications: Taktik & Strategi* (Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer, 2006), h. 69.

dilakukan oleh PT. Indosukses Futures dalam *marketing communication*-nya. Sayangnya Perusahaan pialang berjangka lokal mayoritas tidak menggunakan alat kampanye itu secara keseluruhan serta hanya menggarap salah satu dari jenis bisnis investasi yakni pasar uang atau saham asing, sedangkan untuk kedua-duanya jumlahnya hanya sedikit.

Kategori selanjutnya bank konvensional dalam hal ini untuk di Surabaya ialah bank Mandiri, dan bank BCA, merekalah yang menjadi *middle competitor* PT. Indosukses Futures walaupun bank konvensional hanya mengurus masalah investasi saham dalam negeri atau yang umumnya disebut dengan sekuritas. Dalam melakukan *marketing communication* yang sering kali diasosiasikan dengan kondisi kesehatan keuangan dari bank ataupun iklan di media elektronik, memiliki kemampuan untuk mempertahankan posisinya dengan mengandalkan nama besar bank, mengusung isu pengendalian tingkat resiko *trading* yang lebih rendah, dan jaminan keamanan dana meski hal itu dilakukan melalui *sistem getok tular* saja. Meski begitu mereka bukan tergolong noise karena jenis informasi mengenai jasa investasi yang mereka sampaikan kepada calon nasabah memiliki perbedaan yang jelas dengan PT. Indosukses Futures dan tidak mengusung isu, mengirim karyawan untuk mencuri sistem *trading* maupun sistem *trading* yang digunakan dalam melakukan *trading*.

“Calon nasabah umumnya membandingkan perolehan keuntungan apabila berinvestasi di perusahaan kami serta berinvestasi melalui deposito atau reksadana.....”<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Hasil wawancara dengan Mukhlisur Ridho selaku *Business Executive* PT. Indosukses Futures, tgl. 17 Juli 2010, bertempat di Parkir International Jatim Expo



Untuk yang menjadi *weak competitor* dalam bisnis investasi saham maupun mata uang asing di Surabaya ialah individu-individu yang mengelola dana calon nasabah untuk berbagai jenis permodalan mata uang maupun saham asing yang tidak memiliki kekuatan kampanye *marketing communication* yang dikarenakan hanya menggunakan *media online* saja. Isu yang diusung dalam kampanye *marketing communication* mereka adalah, sering mencantumkan kata US dolar dalam situs mereka. Tergolong sebagai *noise* karena memposisikan diri sebagai ‘jalur alternatif’ dari perusahaan jasa investasi bagi calon nasabah dengan pengendalian penuh pada trading serta dihapuskannya komisi dan *interest* dalam *trading*, selain itu juga mereka memiliki kemampuan khusus agar menjadi *top search* di google.

“kita mesti kalah sama yang diluar, *kalo* lokal orang *nyari* di internet itu mesti yang *nyari*-nya yang ketemunya yang di US...yah dalam arti kata kunci *kalo* kita *nyari* Forex yang keluar USD”<sup>50</sup>

### c. Penetapan Khalayak Sasaran

Berbicara tentang perencanaan yang berkaitan dengan penetapan pasar yang pertama kali bersentuhan dengan hal ini ialah *primary market* (pasar sasaran utama) yang dijadikan sasaran PT. Indosukses Futures untuk mengkomunikasikan produk dengan mengusung berbagai jenis permodalan serta varian saham-saham yang ditawarkan maupun mata uang yang digunakan untuk tiap jenis permodalan. Meskipun pada awalnya penulis melakukan wawancara tidak mendapatkan keterangan yang komprehensif mengenai analisis pasar sasaran yang dilakukan oleh

---

<sup>50</sup> Hasil wawancara dengan Irwan Gomulja selaku *vice president* PT. Indosukses Futures, tgl. 20 Oktober 2010, bertempat di ruang Pelatihan PT. Indosukses Futures.

PT. Indosukses karena keterangan yang didapat mengenai pasar sasaran hanyalah bersifat *privacy* yang dikarenakan penentuan pasar sasaran tersebut berasal dari pihak perusahaan, namun pada akhirnya penulis mendapatkan keterangan yang lebih dalam ketika melakukan wawancara dengan *branch manager* PT. Indosukses Future serta observasi. *Market* yang menjadi target bidikan dari PT. Indosukses Futures untuk memasarkan jasa investasinya ialah pengusaha, ibu-ibu rumah tangga maupun mahasiswa yang memiliki kecukupan dana untuk tiap jenis permodalan yang ditawarkan.

“Jadi gini, *market*-nya kita sebenarnya dari pengusaha-pengusaha, mahasiswa, ibu-ibu rumah tangga tapi terutama biasanya yang ikut mayoritas sekarang dari kalangan pengusaha sama ibu-ibu rumah tangga. *Nek* mahasiswa masih jarang”<sup>51</sup>

Analisis pasar sasaran diarahkan menjadi 2 bagian saja yakni pemula ataukah pemain atau orang-orang yang sudah terbiasa melakukan investasi, hal ini menurut *vice president* PT. Indosukses Futures dilakukan untuk memudahkan dalam merancang sebuah pesan baik itu ketika melakukan kampanye *marketing communication* maupun mengatasi hambatan yang muncul. Meski pengkategorian yang berasal dari *vice president* hanya ada 2, yakni pemula dan pemain, namun PT. Indosukses Futures tetap mempertimbangkan tingkat informasi yang dimiliki oleh calon nasabah terhadap jenis investasi sebagaimana yang telah penulis sebutkan dalam fase Peluang Pasar.

“Kita maksudnya ingin menjaring orang yang kurang pengalaman tapi punya *duit*, maksudnya itu”<sup>52</sup>  
*Primary market* dari PT. Indosukses Futures ialah calon nasabah Level

---

<sup>51</sup> Irwan Gomulja selaku *vice*, Tgl. 20 Oktober 2010.

<sup>52</sup> Hasil wawancara dengan Irwan Gomulja selaku *vice president* PT. Indosukses Futures, tgl. 16 Nopember 2010, bertempat di bertempat di Ruang Rapat PT. Indosukses Futures.

II karena pada level ini calon nasabah pada level ini memiliki informasi yang minim mengenai bisnis investasi sehingga masih bisa di-persuasi melalui berbagai sarana *marketing communication* yang dimiliki serta masih memiliki keinginan untuk mengembangkan kekuatannya; dan calon nasabah Level V, pada level ini menjadi *primary market* selain karena masih mempunyai keinginan untuk mengembangkan kekuatan finansialnya, memiliki informasi yang sangat banyak mengenai bisnis investasi sehingga memudahkan staf PT. Indosukses Futures dalam memberikan arahan tentang jenis investasi yang menguntungkan juga karena mereka juga memiliki gengsi yang ingin dipenuhi sehingga calon nasabah bisa segera menginvestasikan dananya dengan segera

Sebagai catatan seorang calon nasabah dikatakan ‘prospek’ oleh PT. Indosukses Futures jika calon nasabah tersebut berminat dengan tawaran jasa investasi serta menyatakan keinginannya untuk bertemu staf PT. Indosukses Futures dalam acara presentasi penjualan.

## 2. Tujuan Pesan

Tujuan informasi yang dilakukan oleh PT. Indosukses Futures dalam meningkatkan *brand awareness* tidaklah seperti yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan penyedia layanan jasa taruhlah, dengan menggunakan logo, motto, warna, atau *tagline* tertentu; pertukaran pesan yang dilakukan PT. Indosukses Futures dalam kampanye *marketing communication*-nya akan tetapi lebih mengarah pada transparansi informasi mengenai jasa investasi, informasi yang bersifat sebagai tawaran alternatif bagi masalah yang dihadapi calon nasabah, hal inilah yang kemudian

menjadi landasan pihak perusahaan dalam memberikan persuasi kepada calon nasabahnya.

“Orang yang ada diluar itu kebanyakan *ndak* sukses, *ndak* sukses *trading* maksudnya. *Nah* otomastis mereka *kan nyari* solusi...yang dulu rugi mau dikembalikan ruginya..ya *opo carane*...ya *tho*, makanya saya pakek itu”<sup>53</sup>

Pada tahap pertama yang dilakukan PT. Indosukses Futures dalam penentuan tujuan komunikasi agar calon nasabah dapat mengetahui bisnis yang dijalani PT. Indosukses Futures atau kesadaran, calon nasabah mempunyai keinginan menghubungi PT. Indosukses Futures untuk menanyakan bisnis yang sedang ditangani dengan memberikan informasi solutif atas permasalahan dalam bisnis pasar uang bagi khalayak yang memiliki kemampuan finansial, dibohongi oleh *broker* ataupun khalayak yang sering mengalami kerugian di pasar uang. secara teknis yang dilakukan oleh PT. Indosukses Futures akan mengkomunikasikan bahwa jasa pengelolaan dana maupun *trading* yang ditawarkan cocok bagi orang-orang yang sering *loss* di pasar uang, menjual sistem pra *loss* yang sudah berjalan selama beberapa tahun, kesanggupan perusahaan untuk memberikan solusi bagi permasalahan keuangan calon nasabah melalui pengelolaan dana alternatif dengan dibarengi didukung dengan kesanggupan perusahaan untuk memberikan kesanggupan perusahaan untuk memberikan kursus ataupun pelatihan *trading* tanpa biaya sepeser pun tentang segala sesuatu bisnis pialang berjangka bagi siapa saja. Hal ini dilakukan oleh staf PT. Indosukses Futures baik dalam forum formal maupun non formal bahkan bisa penulis katakan setiap saat calon bisa melakukan keterlibatan ini.

---

<sup>53</sup> Irwan Gomulja selaku *vice president* PT. Indosukses Futures, tgl. 16 Nopember 2010

Selanjutnya Langkah kedua dari rancangan pesan yang dilakukan oleh PT. Indosukses Futures masih memberikan informasi tentang bisnis investasi kepada calon nasabah dan mengarah pada pengetahuan calon nasabah, akan tetapi pada tahap ini pesan yang disampaikan ialah lebih kepada pengenalan jenis investasi yang ditawarkan perusahaan dengan mengasosiasikan pada kata '*margin trading*' atau 'forex' untuk jasa yang ditawarkan. Selain itu PT. Indosukses Futures jenis jasa yang ditawarkan jenis-jenis jasa permodalan yang ditawarkan seperti Forex, Cross Rate, Stock Index Futures ataupun Loco London Gold, dana awal yang dibutuhkan serta gambaran umum tentang cara PT. Indosukses Futures ketika bermain dalam *trading*.

Tujuan ketiga ialah agar calon nasabah menyukai jasa investasi yang ditawarkan maka PT. Indosukses Futures melakukan beberapa kampanye *marketing communication* diarahkan untuk membangun sisi kesadaran serta pengetahuan masyarakat ataupun konsumen dengan tujuan menurunkan tingkat kekhawatiran calon nasabah atas bisnis investasi dengan mengkomunikasikan sisi positif dari bisnis investasi, penyesuaian persentase tingkat resiko bergantung pada kenyamanan calon nasabah maupun pengendalian tingkat resiko, dan sistem *trading* yang menguntungkan.

Tujuan keempat yang ditujukan untuk membangun partisipasi calon nasabah atau preferensi sehingga turut mempertimbangkan tawaran bisnis investasi milik PT. Indosukses Futures. Dalam hal ini PT. Indosukses Futures menginformasikan kepada calon nasabah bahwasannya PT.

Indosukses Futures menjual bisnis bukan judi ataupun *game online*, melakukan perbandingan persentase keuntungan yang didapatkan calon nasabah ketika berinvestasi di bank atau di PT. Indosukse Futures, memperlihatkan fatwa ulama' yang membolehkan bisnis investasi, dan memperlihatkan akun nasabah yang sudah berjalan selama beberapa bulan.

Tujuan kelima agar jasa yang ditawarkan menjadi keyakinan hingga ada tolak ukur ketika calon nasabah akan melakukan penggunaan salah satu jenis permodalan yang ditawarkan, jika rasa suka serta preferensi sudah dimiliki masyarakat ataupun calon nasabah maka tugas *marketing* maupun *public relation* PT. Indosukses Futures dalam melakukan kampanye komunikasi ialah meyakinkan calon nasabah dengan memperlihatkan peraturan yang mengatur dan menjadi landasan kerja PT. Indosukses Futures secara hukum sebagai bahan pertimbangan dengan tujuan menjamin keamanan dana milik nasabah ketika melakukan bisnis investasi di PT. Indosukses Futures.

“Ketika ada *costumer* yang awam mesti tanya, “ini siapa yang menyelenggarakan siapa?”, “Bursa berjangka”, “yang mengawasi siapa?” “ini yang mengawasi BAPPEBTI”, “ini pelakunya siapa saja?”, “Ada pedagang ada kita”. itu ada semua, saya *bawain*...jadi kalo prospek mereka punya *toolkit* ya istilahnya, jadi saya *bawain toolkit*.”<sup>54</sup>

Tujuan terakhir dalam *marketing communication* agar calon nasabah mau menggunakan jasa investasi yang ditawarkan, langkah yang dilakukan *marketing* dan *public relation* PT. Indosukses Futures ialah mengkomunikasikan bahwa untuk berinvestasi di PT. Indosukses Futures dibutuhkan modal awal yang rendah, menawarkan berbagai hadiah seperti *handphone* ataupun hadiah elektronik lainnya untuk tiap calon nasabah yang

---

<sup>54</sup> Irwan Gomulja selaku *vice president* PT. Indosukses Futures, tgl. 20 Oktober 2010.

membuka akun di jenis permodalan reguler, hal ini juga terkadang digunakan untuk calon nasabah yang memasuki kategori pemain, adanya pendampingan dari staf perusahaan kepada nasabah ketika melakukan trading secara *real time*.

### **3. Rancangan Pesan**

Secara garis besar, rancangan informasi yang akan disampaikan kepada calon nasabah dengan sarana iklan koran, *mobile billboard*, *direct marketing*, presentasi penjualan maupun promosi penjualan hal ini kemudian secara praktis digolongkan menjadi 2 saja yang pertama dengan urutan penggunaan iklan di koran, *mobile billboard* yang digunakan PT. Indosukses Futures untuk menyadarkan calon nasabah akan kehadiran jasa investasi mata uang dan saham asing, memberikan informasi kepada calon nasabah akan jasa investasi yang ditawarkan serta *direct marketing* disini hanya sebagai media umpan balik dalam golongan pertama ini yang digunakan untuk memastikan kesanggupan calon nasabah bertemu staf PT. Indosukses Futures dalam acara presentasi penjualan. Media kedua yang digunakan dalam menyampaikan informasi kepada calon nasabah secara terurut ialah penggunaan *direct marketing* yang secara langsung digunakan pada *target group* untuk mengenalkan serta menyampaikan informasi yang edukatif, penggunaan *personal selling* sebagai ajang presentasi penjualan kepada calon nasabah untuk memberikan pengenalan lebih lanjut serta persuasi yang dibantu dengan promosi penjualan.

Berkenaan dengan isi dalam transformasi sebuah pesan maka PT. Indosukses Futures dalam menyuguhkan menyajikan formulasi daya tarik

ide serta usulan penjualan berupa nilai ekonomis serta hasil kerja dari jasa yang ditawarkan perusahaan. Untuk isi pesan yang berkaitan dengan *Daya tarik rasional* maka dalam hal ini sebagaimana yang dimaksud oleh PT. Indosukses Future ialah pesan-pesan yang nantinya diperuntukkan calon nasabah yang menyukai jenis permodalan tanpa resiko atau dengan resiko. Selain itu, ketika mempromosikan jasa yang ditawarkan, maka informasi mengenai keuntungan calon nasabah juga akan disampaikan. Sedangkan isi pesan yang berkenaan daya tarik rasional ini akan diarahkan untuk calon nasabah yang menyukai permodalan dengan adanya sebuah resiko, dengan pemilihan tingkat resiko sebagaimana yang telah penulis jelaskan diatas. Untuk calon nasabah yang menyukai yang tingkat resiko akan mendapat pengarahannya tentang tingkat resiko yang akan menghasilkan nominal uang dalam jumlah yang besar bahkan tidak tanggung-tanggung jika tidak banyak mengalami banyak hambatan maka dana yang sudah diinvestasikan oleh calon nasabah tersebut bisa kembali seperti modal awal.

“Taruhlah contoh jika deposito mampu menawarkan keuntungan 6-7 % per tahun dari modal yang diinvestasikan, maka biasanya kami katakan kepada calon nasabah kami tidak memberikan janji tapi buktinya. Kita buktinya seperti ini pak/ ibu, jadi keuntungan yang anda peroleh bisa 5-10 % per bulan dari modal diinvestasikan.”<sup>55</sup>

Sedangkan *daya tarik moral* sendiri umumnya diarahkan kepada perasaan masyarakat ataupun konsumen tentang apa yang benar dan tepat, hal ini maka PT. Indosukses Futures berusaha menyertakan pesan-pesan berkenaan dengan peraturan dari pemerintah dalam artian menjelaskan maksud dari undang-undang maupun peraturan dari pemerintah serta

---

<sup>55</sup> Hasil wawancara dengan Mukhlisur Ridho selaku *Business Executive* PT. Indosukses Futures, tgl. 17 Juli 2010, bertempat di Parkir International Jatim Expo.



pendapat dari para ulama' yang mengikat dan melandasi bisnis investasi yang dilakukan oleh PT. Indosukses Futures.

“.....ketika bertemu calon nasabah kami menyertakan, dalam sebuah proposal, pendapat-pendapat dari para ulama yang menyatakan bahwa hukum, syarat, maupun ijab-qobul jual beli sudah memenuhi syarat diperbolehkannya jenis jasa yang ditawarkan perusahaan kami.”<sup>56</sup>

Rancangan pesan berikutnya ialah **struktur pesan**, dalam struktur pesan maka yang umumnya dikenal ialah; *one sided-argument* yang berkaitan bahwa argumen yang disampaikan dalam sesi presentasi maupun tanya jawab dengan calon nasabah maka pesan yang disampaikan oleh *marketing, public relation* maupun *telemarketing* PT. Indosukses Futures memiliki struktur hanya mengunggulkan jasa investasi yang ditawarkan maka pesan yang disampaikan berkaitan dengan dana yang terjangkau untuk tiap permodalan, penawaran hadiah, kebebasan calon nasabah untuk mengelola dananya sendiri, informasi tentang berita pasar uang yang *up to date*, negosiasi tentang tawaran *spread* yang dimungkinkan bisa diberikan oleh PT. Indosukses Futures. Sementara itu untuk pesan-pesan yang memiliki struktur *two-sided argument* yang berkenaan dengan penyajian argumen dalam pesan memiliki struktur dua pihak yang dilakukan PT. Indosukses Futures ialah selain mengunggulkan jasa investasinya juga maka PT. Indosukses Futures juga turut menyertakan pesan-pesan yang berisi tentang pertimbangan tingkat resiko dalam bermain di pasar uang ketika menggunakan salah satu jenis permodalan karena hal inilah inilah yang menjadi hal terpenting ketika akan melakukan sebuah investasi, kemudian dilanjutkan dengan edukasi yang diberikan oleh PT. Indosukses Futures

---

<sup>56</sup>Mukhlisur Ridho selaku *Business Executive* PT. Indosukses Futures, tgl. 17 Juli 2010.

baik itu melalui kursus atau pelatihan juga disertai pendampingan yang *intents* kepada calon nasabah maupun nasabah.

Sedangkan **urutan penyajian pesan** tersebut berkenaan dengan ialah pesan-pesan yang disajikan PT. Indosukses Futures kepada calon nasabah dapat dalam sesi presentasi maupun tanya jawab mengarahkan ataupun memberikan kesempatan pada calon nasabah untuk menarik kesimpulan tertentu dari pesan yang telah disampaikan.

Usaha yang dilakukan oleh PT. Indosukses Futures dalam memenuhi syarat sebagai sumber pesan yang memiliki kemampuan menjelaskan seluk beluk bisnis pialang saham asing ini ialah dengan menugaskan *marketing*, *public relation* maupun *telemarketing* ketika menjelaskan seluk beluk bisnis investasi pialang saham maupun jasa yang akan ditawarkan perusahaan; PT. Indosukses Futures memaksimalkan kinerja dari seorang *public relation* yang menarik serta berpakaian rapih layaknya para eksekutif ketika melakukan presentasi mengenai jasa-jasa yang ditawarkan PT. Indosukses Futures kepada calon nasabah.

Langkah terakhir yang dilakukan oleh PT. Indosukses Futures dalam mengkomunikasikan layanan yang mereka miliki dalam bisnis ini ialah bertumpu pada teknik keluwesan komunikasi itu sendiri, penerapannya *pertama* isi pesan *marketing communication* perusahaan bisa disampaikan oleh semua staaf PT. Indosukses Futures; *kedua* bagi calon nasabah diberikan kesempatan untuk menjalankan bisnis ini atau didampingi oleh staf; ketiga pemberian kelengkapan informasi seputar bisnis ini, layanan konsultasi; fleksibilitas dalam pemenuhan dana awal investasi; serta

bimbingan dalam menjalankan bisnis ini. Implementasi dari rancangan pesan ini ialah ketika melakukan kampanye *marketing communication* oleh PT. Indosukses Futures memiliki sajian formulasi daya tarik ide serta usulan penjualan berupa nilai ekonomis serta hasil kerja dari jasa yang ditawarkan perusahaan.

#### **4. Media Marketing Communication**

Semua sektor yang dimungkinkan untuk dijadikan ‘alat’ promosi untuk mempromosikan jasa investasi yang di tawarkan oleh PT. Indosukses Futures bisa terpenuhi itulah yang menjadi keinginan dari *Branch Manager* PT. Indosukses Futures dalam melakukan pemilihan saluran komunikasi, berikut penjelasan penulis tentang saluran *marketing communication* yang digunakan oleh PT. Indosukses Futures dalam mengkomunikasikan jasanya kepada pasar.

##### **a. Direct Marketing**

Untuk mengkomunikasikan varian jasa investasi maka pertama kali yang dilakukan oleh PT. Indosukses Futures ialah melakukan berisikan informasi tentang edukasi profil perusahaan maupun jenis-jenis permodalan yang dibutuhkan oleh calon nasabah sehingga calon nasabah mengetahui kualitas layanan PT. Indosukses Futures dan disampaikan melalui telepon.

Ada sekitar puluhan daftar calon nasabah yang akan dijadikan *target market* PT. Indosukses Futures dan semua daftar calon nasabah itu merupakan pilihan dari PT. Indosukses Futures sendiri. Staf *telemarketing* ketika pertama kali melakukan komunikasinya dengan

calon nasabah maka akan menyebutkan bahwasannya, dia (staf *telemarketing*), berasal dari PT. Indosukses Futures yaitu perusahaan yang bergerak dalam bisnis *margin trading*, atau Forex. Setelah itu *telemarketing* akan menanyakan kembali nama calon nasabah, bisnis yang sedang dijalani oleh calon nasabah.

Pada tahap ini staf *telemarketing* akan menanyakan kesediaan calon nasabah untuk bertemu agar staf yang lain bisa melakukan presentasi penjualan, sementara itu calon nasabah umumnya sudah menanyakan bentuk konkrit tawaran bisnis dari PT. Indosukses Futures; pada tahap ini juga calon nasabah menyatakan minat atau tidaknya untuk bertemu dalam acara presentasi penjualan.

Contoh jika calon nasabah sudah mempunyai akun di perusahaan pialang berjangka lain atau memang sudah mengetahui saja tentang bisnis yang sedang dijalani oleh PT. Indosukses Futures, maka staf *telemarketing* akan menanyakan “Mungkin bapak/ ibu memiliki waktu luang untuk bertemu agar kita bisa *share* tentang bisnis ini?”, jika nasabah memang benar-benar tidak berminat umumnya dikarenakan tidak memiliki dana yang dibutuhkan, sudah memiliki pengalaman ‘buruk’ mengenai bisnis yang ditawarkan serta yang dijalani oleh PT. Indosukses Futures. Pada tahap ini juga sering dijumpai oleh staf *telemarketing*, *marketing* maupun *public relation* ialah broker-broker dari perusahaan pialang berjangka lain yang ingin mengetahui sistem trading yang ditawarkan, akan tetapi untuk mengatasi permasalahan ini PT. Indosukses Futures akan mengajukan tawaran kepada calon nasabah

untuk membuka *account* sebesar \$ 10.000 jika ingin mengetahui sistem *trading* yang digunakan oleh PT. Indosukses Futures hal ini dikarenakan sistem *trading* ialah salah satu ‘resep rahasia’ bukan hanya di PT. Indosukses Futures tapi juga di perusahaan berjangka manapun dalam meraih pangsa pasarnya.

“Makanya saya *kalo* prospek, ada orang yang *pengen* tahu sistem harus jam kerja, saya *pengen* tahu orangnya”<sup>57</sup>

Staf-staf yang melakukan tentang edukasi profil perusahaan maupun jenis-jenis permodalan yang dibutuhkan oleh calon nasabah ialah *telemarketing*, jika memang ada calon nasabah yang berminat dengan tawaran PT. Indosukses Futures maka calon nasabah tersebut akan dikatakan sebagai prospek untuk selanjutnya baik itu *telemarketing* akan meminta waktu luang calon nasabah agar bisa bertemu untuk melakukan presentasi penjualan.

#### **b. Presentasi Penjualan**

Upaya memberikan presentasi penjualan di PT. Indosukses Futures umumnya dilakukan oleh staf *marketing* maupun *public relation*. Presentasi penjualan dimulai dengan pencarian alamat dari calon nasabah yang akan dikunjungi, membutuhkan waktu yang lama untuk menemukan alamat calon nasabah jika memang alamat yang diberikan kepada staf *telemarketing* tidak sesuai, dalam artian alamat yang diberikan palsu atau bahkan alamat yang diberikan oleh memang salah. Proses yang kedua jika memang alamat calon nasabah sudah bisa ditemukan maka staf *marketing* maupun *public relation* PT. Indosukses

---

<sup>57</sup> Hasil wawancara dengan Irwan Gomulja selaku *vice president* PT. Indosukses Futures, tgl. 20 Oktober 2010, bertempat di ruang Pelatihan PT. Indosukses Futures.

Futures akan menginformasikan lebih lanjut tentang profil perusahaan; pada tahap ini terkadang staf yang bertugas menemui calon nasabah menemui kendala kesulitan bertemu dengan calon nasabah, calon nasabah umumnya mengulur waktu bertemu atau beralasan masih ada *meeting*, kegiatan lain bahkan mengurungkan niat untuk bertemu dengan *marketing* ataupun *public relation* PT. Indosukses Futures.

Penyampaian informasi tentang profil perusahaan dimulai dari jenis-jenis permodalan yang ditawarkan, mata uang yang digunakan, modal yang dibutuhkan untuk tiap jenis permodalan (reguler maupun mini), jadwal *trading* yang dilakukan oleh PT. Indosukses Futures, peraturan yang menjadi pedoman PT. Indosukses Futures dalam menjalani bisnis ini termasuk keterangan dari staf *marketing* maupun *public relation* PT. Indosukses Futures mengenai dana yang nantinya akan diinvestasikan akan mendapat jaminan keamanan langsung dari pemerintah; Semua hal yang dijelaskan oleh staf *marketing* maupun *public relation* PT. Indosukses Futures terangkum dalam *company profile* serta brosur yang dilakukan pada saat sesi presentasi penjualan yang kemudian akan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab antara staf PT. Indosukses Futures dengan calon nasabah.

Khusus untuk *public relation* atau PR, tugas seorang PR di PT. Indosukses Futures tidak lagi membuat *company profile*, brosur, *press release*, *talk show*, ataupun *event sponsorship* akan tetapi juga turut melakukan presentasi penjualan demi meraih pangsa pasar bisnis pialang berjangka di Surabaya.

“Itu *kalo company profile* dari kantor, jadi *kalo* sudah prospek kita sudah diberi bahan-bahan dari kantor...jadi itu yang tinggal kita jelaskan ke calon nasabah.....seperti ini, produk kita seperti ini, perkenalan dulu seperti apa...tapi *kalo* untuk merancang sendiri...itu sudah dari kantor”<sup>58</sup>

Untuk kategori calon nasabah yang prospek ialah calon nasabah yang memang berminat dengan tawaran jasa investasi dan menyatakan keinginannya untuk bertemu staf PT. Indosukses Futures dalam acara presentasi penjualan.

Dalam presentasi penjualan ini umumnya calon nasabah digolongkan menjadi sudah pengalaman, *lumayan tahu* atau memang sudah tahu, dan yang terakhir ialah tidak tahu. Maksud penggolongan itu sebenarnya agar memudahkan, staf PT. Indosukses Futures yang memang melakukan presentasi penjualan; menjelaskan jasa yang ditawarkan maupun kelemahan dan keunggulan yang nantinya akan diterima calon nasabah jika berminat melakukan investasi pada PT. Indosukses Futures. Untuk pertanyaan yang diajukan oleh calon nasabah yang *sudah pengalaman* ialah berapa *spread* (jarak antara jual dan beli) yang ditawarkan PT. Indosukses Futures. calon nasabah yang sudah pengalaman ialah adalah atau nasabah yang sudah lama melakukan investasi pialang berjangka atau calon nasabah yang pernah mengalami *loss* atau kerugian pada taraf tertentu hingga mengalami rasa ragu untuk melakukan investasi lagi.

Selanjutnya ialah calon nasabah yang tergolong *lumayan tahu* ialah orang-orang yang biasanya menanyakan jumlah keuntungan perbulan yang bisa PT. Indosukses Futures berikan dan yang terakhir ialah untuk

---

<sup>58</sup> Hasil wawancara dengan Devi selaku *Public Relation* PT. Indosukses Futures, Tgl. 28 Oktober 2010, bertempat di Ruang Rapat PT. Indosukses Futures.

orang-orang-orang yang umumnya mengajukan pertanyaan yang lebih mendetail ialah tergolong pada nasabah *belum tahu*. Taruhlah contoh untuk calon nasabah yang belum tahu ini, calon nasabah umumnya menanyakan tentang bisnis yang sedang dijalani oleh PT. Indosukses Futures, cara PT. kerja Indosukses Futures dalam menjalankan bisnis mengelola dana nasabah, bahkan ada juga calon nasabah yang tergolong agamis mempertanyakan pendapat ulama' mengenai bisnis investasi yang dijalankan oleh PT. Indosukses Futures.

Sementara itu, ketika calon nasabah ingin menggunakan salah satu jenis dari permodalan yang PT. Indosukses Futures tawarkan, maka semua informasi yang dibutuhkan oleh calon nasabah akan disampaikan *marketing* maupun *public relation*. Baik itu bisnis yang sedang dijalani, cara kerja, keuntungan maupun resiko sampai di titik yang akan diterima oleh nasabah ketika harus melakukan investasi di PT. Indosukses Futures. Taruhlah contoh untuk permodalan mini, dengan modal yang minim maka keuntungan yang akan diperoleh nasabah pun tidak jauh lebih besar. Sedangkan untuk jenis permodalan reguler memiliki perbedaan 10 kali lipat dari jenis permodalan mini. PT. Indosukses Futures juga memiliki kebebasan ketika seorang calon nasabah sudah memiliki akun, unruk memilih ingin memainkan sahamnya sendiri atau staf dari PT. Indosukses Futures yang memainkan sahamnya. Bahkan sebagian dari staf PT. Indosukses Futures memiliki harapan agar calon nasabah memilih untuk memainkan sahamnya sendiri agar lebih mengerti keuntungan serta resikonya. Sedangkan untuk menjawab pertanyaan



mengenai hukum agama mengenai jasa yang ditawarkan oleh PT. Indosukses Futures, ketika bertemu calon nasabah maka *marketing* maupun *public relation* PT. Indosukses Futures menyertakan dalam sebuah map hitam berbentuk proposal, yang berisi tentang pendapat-pendapat dari para ulama yang menyatakan bahwa hukum, syarat, maupun ijab-qobul jual beli sudah memenuhi syarat diperbolehkannya jenis jasa yang ditawarkan oleh PT. Indosukses Futures.

Kendala yang umumnya dihadapi staf *marketing* serta *public relation* PT. Indosukses Futures ketika melakukan presentasi penjualan ialah ketidakmampuan calon nasabah yang *belum tahu* untuk menepati waktu yang telah dijanjikan bertemu dengan staf PT. Indosukses Futures, kesalahan alamat yang diberikan calon nasabah kepada staf *telemarketing* sehingga mengulur waktu *business executive, marketing* serta *public relation* PT. Indosukses Futures untuk menepati waktu yang telah dijanjikan, calon nasabah lebih memilih bisnis riil daripada bisnis investasi. Sedangkan untuk yang calon nasabah yang tergolong *sudah pengalaman* hambatan yang dialami oleh *marketing* dan *public relation* PT. Indosukses Futures ialah munculnya rasa trauma yang berbentuk keraguan, atau bahkan ketakutan untuk melakukan investasi pialang berjangka sebagai akibat pernah *loss*, calon nasabah sudah memiliki investasi pialang berjangka di tempat perusahaan berjangka lain, sudah memiliki kecocokan maupun kenyamanan dengan *broker* perusahaan berjangka tempat calon nasabah berinvestasi. Sementara itu kendala yang di jumpai oleh *marketing* dan *public relation* PT. Indosukses Futures

ketika menghadapi calon nasabah yang *lumayan tahu* hampir sama dengan calon nasabah yang *sudah pengalaman*.

**c. *Company Profile* dan Brosur**

Meski brosur serta *company profile branch office* PT. Indosukses Futures Surabaya tidak melakukan rancangannya, yang dikarenakan memang sudah ada staf dari *head office* yang merancang, namun hal itu bukan menjadi kendala bagi staf *branch office* PT. Indosukses Futures yang bertugas melakukan presentasi penjualan untuk menjelaskannya kepada calon nasabah.

“Jadi kalo merancang brosur kita nggak ikut-ikutan, tapi kalo merancang cara penjelasan ke klien itu biasanya saya”<sup>59</sup>

Sedangkan untuk komposisi *company profile* ialah tentang latar belakang berdirinya PT. Indosukses Futures yang sudah telah berhasil membangun bisnis investasi memiliki reputasi secara singkat, paparan secara lengkap tentang fasilitas, produk yang ditawarkan dalam bentuk tabel serta ketersediaan baik itu *platform* untuk memenuhi kebutuhan nasabah, manajemen resiko yang digunakan oleh PT. Indosukses Futures juga penjelasan tentang perbedaan bisnis konvensional dengan futures, perbedaan saham dengan futures trading, dan perbedaan dengan investasi dibidang lain. Sementara itu komposisi yang diusung PT. Indosukses Futures untuk brosur memang hampir sama akan tetapi memiliki penjelasan yang singkat fasilitas, produk yang ditawarkan serta *platform* untuk memenuhi kebutuhan nasabah; dalam brosur ini juga disertakan beberapa edukasi mengenai Forex *investment* dalam bentuk pertanyaan.

---

<sup>59</sup> Hasil wawancara dengan Irwan Gomulja selaku *vice president* PT. Indosukses Futures, tgl. 20 Oktober 2010, bertempat di ruang Pelatihan PT. Indosukses Futures.

Beberapa nasabah memang menanyakan tawaran *spread* yang mampu dijanjikan PT. Indosukses Futures, tinggi rendahnya tawaran *spread* juga menentukan berhasil tidaknya staf *marketing* dan *public relation* PT. Indosukses Futures dalam melakukan presentasi penjualan.

#### **d. Iklan Kolom Koran**

Selain langkah diatas yakni berkomunikasi dengan calon nasabah melalui staf *telemarketing*, *marketing* maupun *public relation*; PT. Indosukses Futures juga memanfaatkan media massa dalam mengiklankan jasanya, bentuk iklan milik PT. Indosukses Futures ialah iklan baris di harian umum Jawa Pos. Pertimbangan kemudahan dalam menjangkau calon nasabah, efisiensi serta efektifitas waktu dan biaya yang menjadikan PT. Indosukses Futures dalam mempromosikan jasa investasinya di iklan baris Jawa Pos.

“Itu *kalo* kita bagi-bagi brosur memang lebih murah, tapi dengan pertimbangan yang *nerima cuman* lebih sedikit...*bener nggak*..tapi *kalo* di iklan koran yang baca bisa ribuan orang dengan bayar sekali, *nggak* usah ikut bagi, yang bagi Jawa Pos sendiri”<sup>60</sup>

Promosi selanjutnya yang dilakukan oleh PT. Indosukses Futures ialah dengan cara mengiklankan jasa investasi di harian umum Jawa Pos, harinya Rabu, Sabtu dan Minggu merupakan hari dimana iklan tersebut bisa kita lihat.

Untuk pemilihan hari ditampilkannya iklan yang berasal dari PT. Indosukses Futures untuk mempromosikan jasanya, PT. Indosukses Futures tidak mengadakan survey maupun riset tertentu, pemilihan hari iklan didasarkan pada asumsi harga kolom iklan termahal yang dipatok

---

<sup>60</sup> Irwan Gomulja selaku *vice president*, tgl. 20 Oktober 2010.

oleh Jawa Pos sendiri yaitu pada hari Rabu, Sabtu dan Minggu yang memang pada hari-hari itulah Jawa Pos ramai pembacanya dengan budget iklan sebesar Rp. 2.500.000,- per bulannya,

“...kalo iklan Rabu, Sabtu sama Minggu mahal, harganya 1,5 kali lipat. Kita tahu sendiri kenapa? Karena pada hari itu Jawa Pos laku, *kan ndak* mungkin Jawa Pos buka hari itu *ngawur...ndak* usah survey *kan, ndompleng aja.....*”<sup>61</sup>

Informasi yang didapatkan oleh calon nasabah bahwasannya PT. Indosukses Futures menjual sistem trading yang pra *loss*, sudah berjalan berapa tahun dan cocok untuk orang-orang yang sering *loss*. Banyak diantara kalangan pengiklan yang mengkomunikasikan produk ataupun jasanya dengan mengunggulkan jasa ataupun produknya, namun yang menjadi atensi dari PT. Indosukses Futures justru mencoba mencari solusi dari masalah yang dihadapi calon nasabah ketika bermain atau bertransaksi di pasar uang, hal ini yang dinilai sebagai sebuah kepentingan, yang mana perusahaan berusaha memberikan fasilitas pelatihan ataupun kursus bagi semua permasalahan yang dihadapi calon nasabah di pasar uang.

“Jadi *nek* kita *nulisnya kepingin* profit *kok* kayaknya kita jualan sesuatu yang bukan solusi ya...kita ini mau jualan sesuatu, kita ini jualan solusi...maksudnya seperti itu. Jadi *kan* ada banyak orang yang diluar *kan* bermasalah.”<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Hasil wawancara dengan Irwan Gomulja selaku *vice president* PT. Indosukses Futures, tgl. 16 Nopember 2010, bertempat di bertempat di Ruang Rapat PT. Indosukses Futures.

<sup>62</sup> Irwan Gomulja selaku *vice president*, tgl 16 Nopember 2010.

**e. Iklan di mobil milik PT. Indosukses Futures**

Disamping memasang iklan di Jawa Pos, PT. Indosukses Futures juga melakukan kampanye *marketing communication* dengan menggunakan *mobile billboard*, yakni dengan cara menempeli mobil milik PT. Indosukses Futures dengan stiker yang bertuliskan pesan-pesan bahwasannya PT. Indosukses Futures memberikan kursus atau latihan bagi siapa saja yang ingin mengelola uangnya, memberikan pilihan alternatif bagi orang-orang yang sering mengalami kerugian di pasar uang, dan mampu memenuhi kebutuhan panduan calon nasabah untuk kursus. Mobil yang telah ditempeli iklan mengenai jasa-jasa yang ditawarkan oleh PT. Indosukses Futures umumnya hanya digunakan oleh staf yang akan bertemu dengan klien saja yang mengakibatkan rendahnya interaksi calon nasabah dengan PT. Indosukses Futures yang berasal dari media ini<sup>63</sup>.

Pada dasarnya pemilihan media ini dilakukan oleh PT. Indosukses Futures untuk menggantikan kegiatan *workshop trading* yang pernah dilakukan di mall-mall yang ada di Surabaya, dahulu *workshop trading* yang dilakukan oleh PT. Indosukses Futures selalu mengikut sertakan nama mall-mall yang ada di Surabaya, taruhlah contoh *Sutos Online Trading Workshop* atau *Tunjungan Online Trading Workshop* sedangkan untuk pemilihan pelatihan dengan tema '*Kartini Online Trading Workshop*' yang mengacu pada Jl. Kartini (kantor PT. Indosukses Future

---

<sup>63</sup> Hal ini tentu jauh berbeda dengan penggunaan media ini pada perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk; yang mengharuskan stafnya untuk berkeliling pada wilayah tertentu, kemudian berhenti sejenak pada satu titik wilayah untuk melakukan interaksi dengan calon konsumennya yang ditujukan untuk menarik minat konsumen agar berinteraksi dengan staf perusahaan.

yang sekarang) tidak akan banyak memberikan pengaruh pada calon nasabah maupun nasabah-nasabah yang berpartisipasi dalam pasar uang.

“.....saya taruh di mobil *kan* netral, jadi saya juga *nyari* orang yang sama...orang yang sering rugi tapi yang butuh pas *lihatnya* di jalan *ndak* perlu baca koran...itu bisa *dapet*.”<sup>64</sup>

Sementara itu upaya selanjutnya yang digunakan ialah tawaran hadiah yang disediakan oleh PT. Indosukses Futures bagi siapa saja yang membuka akun reguler. Tawaran hadiah yang nantinya akan digunakan oleh *marketing*, *telemarketing*, *business executive* dan *Public Relation* PT. Indosukses Futures ialah alat-alat elektronik seperti *handphone* model terbaru maupun tiket liburan ke luar negeri dalam upaya menarik calon nasabah menjadi nasabah tetap PT. Indosukses Futures.

##### **5. Evaluasi *Marketing Communication***

PT. Indosukses Futures mengadakan riset *marketing communication*-nya satu minggu sekali, yang bertugas menangani hal ini ialah *branch manager*. *Branch manager* bertugas untuk memperoleh sejumlah informasi penting dari *business executive* baik itu dana nasabah yang telah dikelola maupun permasalahan seputar presentasi penjualan. Mengenai permasalahan seputar presentasi penjualan sumber informasi yang didapatkan oleh *branch manager* tidaklah semata dari *business executive* saja akan tetapi juga berasal dari PR, *marketing* hal ini dilakukan oleh PT. Indosukses Futures agar bisa memenuhi kebutuhan seperti riset pasar yang meliputi informasi tentang tingkat kepentingan calon nasabah terhadap berbagai jenis permodalan, memberikan gambaran atau sebuah proyeksi mengenai sesuatu kejadian atau ramalan dalam pasar uang dunia terhadap perubahan untung-

---

<sup>64</sup> Irwan Gomulja selaku *vice president*, tgl 16 Nopember 2010.

rugi yang akan muncul pada massa yang akan datang.

Secara teknis kegiatan riset yang dilakukan oleh PT. Indosukses Futures terbagi menjadi dua bagian, yang pertama ialah *meeting bersama*, staf PT. Indosukses Futures yang menghadiri kegiatan ini ialah *branch manager*, staf *general manager* (GM), *manager*, asisten *manager*, marketing, telemarketing, business executive dan Public Relation (PR). Kegiatan ini secara umum mengontrol, mengevaluasi serta mengevaluasi kegiatan-kegiatan dalam melakukan *marketing communications* yang dilakukan oleh marketing, *telemarketing*, *business executive* dan PR kepada nasabah maupun calon nasabah.

“Ini yang kita bahas prestasi 1 per 1....bukan menjelek-jelekkkan ya..ini kita singgung yang belum berprestasi, ya ini kita *omongin*. Kadang-kadang ada anak baru yang udah dapat klien, anak lama setahun *nggak dapet-dapet* klien...nah ini kita bahas, ada yang *nggak* beres dimana? Kita bahas *bareng-bareng*.”<sup>65</sup>

Sedangkan kegiatan riset yang dilakukan oleh PT. Indosukses Futures yang kedua ialah *meeting pihak management*, rapat ini dilaksanakan selepas *meeting bersama* yang secara khusus hanya dihadiri oleh *branch manager*, staf *general manager* (GM), *manager*, dan asisten *manager*. Kegiatan ini membahas tentang operasional secara keseluruhan serta mendalam, pada kegiatan inilah manager akan membahas dan mempertanggung jawabkan pelaksanaan dari *job description*, merancang kegiatan untuk tiap bulan berdasarkan *job description* serta target yang akan diraih dari tiap rancangan pelaksanaan kegiatan; masing-masing yang harus dikumpulkan pada *branch manager* tiap tanggal 5 serta dibahas tiap tanggal 15.

“Oh itu jadi gini, biasanya yang mengatur materi dari karakter pesan itu

---

<sup>65</sup> Irwan Gomulja selaku *vice president*, tgl 16 Nopember 2010

saya semua...lalu saya kasih ke manager jadi marketing, telemarketing sama PR *nggak* berhak memilih. Jadi saya kasih manager 3 pilihan materi dari karakter pesan yang mau disampaikan...mana yang bagus, atau *kalo* ada yang kurang boleh di-*gabungin*.”<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Irwan Gomulja selaku *vice president*, tgl 16 Nopember 2010