



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

KARYA AKHIR
BUSINESS PLAN:
PENDIRIAN PERUSAHAAN SEKURITAS

Diajukan oleh :

FIRMANSYAH IS NURSAL
0606 145 132

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR
MAGISTER MANAJEMEN
2008**





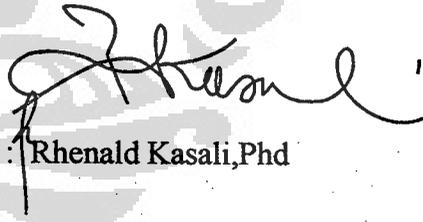
UNIVERSITAS INDONESIA

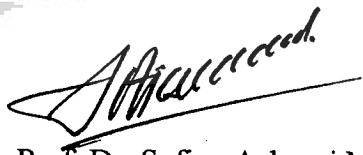
FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

TANDA PERSETUJUAN KARYA AKHIR

Nama : **FIRMANSYAH IS NURSAL**
Nomor Mahasiswa : **0606145132**
Konsentrasi : **Manajemen Pemasaran**
Judul Karya Akhir : **BUSINESS PLAN : PENDIRIAN PERUSAHAAN
SEKURITAS**

Tanggal Ketua Program Studi
Magister Manajemen : 
Rhenald Kasali,Phd

Tanggal Pembimbing Karya Akhir : 
Prof. Dr. Sofjan Ashauri,MBA



BERITA ACARA PRESENTASI KARYA AKHIR

Pada hari **SABTU**, tanggal **26 APRIL 2008**, telah dilaksanakan presentasi Karya Akhir dari mahasiswa dengan

Nama : Firmansyah Is Nursal

No. Mhs : 0606145132

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran - Malam

Presentasi tersebut diuji oleh tim penguji yang terdiri dari :

Nama :

Tanda Tangan :

1. Dr. Ignatius Heruwasto

(Ketua)

2. Biakman Irbansyah, MBA.

(Anggota 1)

3. Prof. Dr. Sofjan Assauri

(Anggota 2/Pembimbing)

Mengetahui,

Ratna Wardani, MM
Kepala Bagian Administrasi Akademik

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **FIRMANSYAH IS NURSAL**

No. Mahasiswa : **0606145132**

Konsentrasi : **Manajemen Pemasaran**

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1) Karya akhir yang berjudul :

Business Plan : Pendirian Perusahaan Sekuritas

Penelitian yang terkait dengan karya akhir ini adalah hasil dari kerja saya sendiri.

2) Setiap ide atau kutipan dari karya orang lain baik berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam karya akhir ini telah diakui dengan standar prosedur referensi dalam disiplin ilmu.

3) Saya juga mengakui bahwa karya akhir ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh oleh pembimbing saya, yaitu :

Prof. Dr. Sofjan Ashauri, MBA

Apabila di kemudian hari dalam karya akhir ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik oleh saya, maka gelar akademik saya yang telah saya dapatkan akan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Jakarta, 5 Mei 2008



(FIRMANSYAH IS NURSAL)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamiin. Segala puji bagi Allah yang maha mengetahui dan maha pengasih yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini. Perencanaan usaha yang menjadi tema dari karya akhir ini merupakan hal yang pertama kali direncanakan secara sistematis dan terdokumentasi, dari beberapa bisnis yang pernah dijalani oleh penulis.

Usaha dibidang finansial di Indonesia kini sedang memasuki *fase growth* yang sangat cepat. Tingkat respon dari konsumen dan tingkat pertumbuhan dibidang ini baik dari produk yang ditawarkan maupun dari jumlah pemain yang berkecimpung di dalam sangat tinggi. Salah satu penyebabnya adalah suku bunga yang rendah, makro ekonomi yang stabil, pertumbuhan ekonomi yang tinggi, pendapatan perkapita yang terus meningkat, serta semakin berkembangnya melek finansial dari masyarakat Indonesia itu sendiri. Melihat peluang yang ada maka penulis mencoba untuk ikut serta dengan membuat rencana bisnis yang terpadu dengan membuat karya akhir ini. Sebuah rencana bisnis yang matang merupakan alat pengendali hasrat pengusaha, untuk membuat peta dari langkah-langkah yang akan diambil. Kedepannya diharapkan dapat mengurangi resiko dari ketidak tentuan (*uncertainty*) dalam pencapaian cita-cita yang telah ditentukan.

Penulis berharap, penulisan karya akhir ini setidaknya-tidaknya dapat terus dikembangkan dan diteruskan oleh calon pebisnis lainnya sebagai langkah awal dalam menciptakan suatu embrio bisnis, khususnya di Indonesia.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini, terutama kepada :

1. Bapak Prof.Dr.Sofjan Assauri, MBA yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam karya akhir ini.
2. Papa, Mama dan adik-adikku tercinta (Ian, Widi & Budi, Nisa, Rhaesa) yang terus memberikan cinta dan kasih sayang tanpa tanding kepada penulis sebagai penyemangat dan motivasi penulis.
3. Eka Mardiyanti, yang telah membantu penulis dalam memerikan dorongan moril maupun memberikan ide-ide dan informasi.
4. Mba Carolina Kusuma yang telah menjadi inspirator, mitra kerja, teman & sahabat yang telah memberikan ide-ide dan pemahaman dalam menyusun rencana usaha ini.
5. Rekan-rekan angkatan 2006 program MM-FEUI
6. Pihak Bapepam, Trimegah Sekuritas, Dana Reksa Sekuritas yang sudah bersedia menjadi nara sumber untuk penyelesaian karya akhir ini.
7. Serta tidak kalah pentingnya untuk semua pihak yang telah bersedia menjadi responden dalam survey yang dilakukan penulis untuk mendukung karya akhir ini. Yaitu para karyawan dan rekan di Commenwealth life Pondok Indah, teman-teman MM-FEUI, Karyawan Dewan Ketahanan Nasional (WANTANAS), teman-teman T.Funky automobile.

Penulis menyadari bahwa karya akhir ini tidaklah luput dari segala kekurangannya, oleh karena itu masih sangat terbuka lebar untuk kritik dan saran guna memperbaiki dan menyempurnakan perencanaan bisnis ini. Semoga karya akhir ini dapat menjadi awal yang baik bagi upaya pengembangan ekonomi di lingkungan penulis dan khususnya di Indonesia tercinta.

Jakarta, 19 April 2008

RINGKASAN EKSEKUTIF

1. Pendahuluan

Kegunaan perencanaan usaha ini adalah untuk memberikan gambaran yang komprehensif kepada pembaca karya akhir *Business Plan* : Pendirian Perusahaan Sekuritas ini dan rencana pengembangannya dalam bidang usaha sekuritas.

Keunikan pelayanan dari perusahaan sekuritas yang akan didirikan ini terletak pada sistem operasional yang digunakan. Sistem ini akan berdampak pada kecepatan dalam bertransaksi dan transparansi yang belum pernah ditawarkan kepada masyarakat ataupun belum dimiliki oleh banyak perusahaan sekuritas di Indonesia. Yaitu dengan memberikan kemudahan bagi para konsumen untuk melakukan transaksi perdagangan efek melalui internet. Konsumen dapat melakukan sendiri transaksi efeknya dengan menggunakan software komputer yang dapat diinstal pada laptop, personal computer maupun PDA mereka. Sehingga konsumen perusahaan ini nantinya dapat melakukan transaksi efek hanya dengan satu kali menekan tombol dilayar perangkat elektronik mereka dimana saja dan kapan saja selama bursa beraktivitas.

Peluang usaha dalam industri sekuritas ini sangatlah dipengaruhi oleh kondisi makro ekonomi Indonesia. Terutama semenjak terus membaiknya perekonomian Indonesia dan semakin Bergeraknya perekonomian Indonesia kearah *market oriented*. Hal ini didukung dengan niat pemerintah untuk menjadikan 18 perusahaan BUMN ditahun 2008 sebagai perusahaan terbuka dan menjadi emiten di Bursa Efek Indonesia. Prestasi pasar modal Indonesia yang sudah 2 tahun berturut-turut semenjak tahun 2006 dan 2007 menjadi pasar modal dengan kinerja terbaik ke 3 di dunia dibawah Cina dan Russia tahun 2006, dibawah Cina dan India tahun 2007. Serta target yang dicanangkan oleh Direktur Bursa Efek Indonesia yang dalam 10 tahun kedepan Bursa Efek Indonesia menjadi 10 besar bursa di kawasan Asia. Serta pernyataan dari internal Bapepam yang

didapatkan penulis bahwa dimasa yang akan datang, akan diciptakan Bursa Efek regional di kawasan ASEAN.

2. Potensi Pasar

Kesempatan yang muncul pada usaha yang akan didirikan ini terletak pada meningkatnya taraf hidup masyarakat, stabilnya makro ekonomi Indonesia, perubahan arah perekonomian Indonesia yang mulai bergeser kepada mekanisme pasar, dan terutama tumbuhnya kesadaran melek finansial yang dengan antusiasme tinggi dimasyarakat Indonesia.

Disisi lain potensi pasar juga dapat dilihat bahwa 12% dari +/- 240 juta jiwa penduduk Indonesia tergolong mampu. Yang termasuk kedalam SES (*Socio-Economic Status*) dari survey media index kedalam kelas A1 dan A2 yaitu +/- 26 juta lebih masyarakat Indonesia yang tergolong mampu. Namun hanya sekitar 500.000 investor domestik termasuk institusi yang tercatat di bursa efek. Dari 500.000 investor ini saja dapat *mengenerate* transaksi harian sekitar Rp 4-5 trilliun rupiah / harinya. Betapa masih terbuka lebar peluang yang dapat diambil walaupun kondisi persaingan didalam industri ini sudah sangat ketat. Namun potensi pasar yang belum tersentuh masih sangat besar.

3. Sumber Daya Manusia

Rencana Pengembangan sumber daya manusia pada perusahaan sekuritas yang akan didirikan ini dalam 5 tahun pertama terbagi dua tahap. Pada tahap pertama yang akan dilakukan nantinya adalah sebagai dasar atau fondasi bagi perusahaan ini untuk ditahun berikut, serta tahap kedua secepatnya pada awal tahun ke 3 selambatnya akhir tahun tersebut akan ada penambahan pekerja terutama untuk *frontliners* perusahaan untuk dapat menampung kapasitas pekerjaan yang diperkirakan akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahap pertama direncanakan

sebanyak2nya sekitar 13 orang karyawan dan pada tahap kedua direncanakan sekurang2nya ada sekitar 19 orang karyawan.

Pengadaan tenaga kerja ini dimulai dari proses perekrutan dan beberapa pelatihan. Dengan maksud untuk membentuk tim yang kompak, memiliki semangat serta persepsi yang sama untuk mencapai semua tujuan dari perusahaan. Pada tahap kedua, diharapkan nantinya para karyawan baru sudah dapat masuk kedalam suatu lingkungan kerja yang kondusif, nyaman karena budaya perusahaan yang telah sesuai dan terus diupayakan untuk terbentuk.

4. Operasi

Operasi didasarkan pada perintah kerja untuk melaksanakan order jual dan beli dari konsumen, terutama untuk pelayanan fungsi Perantara-Pedagang Efek dengan kapasitas transaksi harian maksimal sesuai dengan jumlah MKBD yang dimiliki. Kemajuan target operasi haruslah dikoordinasikan dengan jumlah MKBD dari perusahaan sekuritas ini sendiri, karena sangat sia-sia apabila para *frontliner* dapat meningkatkan basis konsumen dari perusahaan namun kapasitas transaksi yang dapat dilakukan oleh perusahaan tidak ditingkatkan. Pada akhir tahun ke 5 dari rencana usaha yang dibuat ini, perusahaan sekuritas ini menargetkan volume transaksi dalam satu bulannya berkisar antara Rp 100 miliar per bulan.

5. *Financial Objective*

Modal awal yang dibutuhkan untuk mendirikan sebuah perusahaan sekuritas non anggota bursa ini adalah sebesar Rp. 1.357.000.000,-. Dengan rincian biaya investasi dan modal disetor serta MKBD Rp. 1.057.000.000 ; Rp. 200.000.000 diperuntukkan sebagai dana cadangan untuk menghadapi naik turunnya value dari transaksi efek perusahaan untuk menjaga minimum MKBD yang telah ditetapkan oleh Bapepam untuk sebuah perusahaan efek. Untuk tahun pertama selain itu juga dianggarkan sejumlah Rp 130.000.000,- sebagai modal kerja selama 3

bulan pertama operasi. Untuk tahun ke 2 juga dianggarkan dana sebesar Rp. 120.000.000,- sebagai dana untuk membayar uang sewa kantor. Pada tahun ke 3 dan ke 5 juga diproyeksikan dengan jumlah dana Rp 120.000.000 dan Rp. 150.000.000,- untuk melakukan pembelian alat elektronik baru.

Peningkatan pendapatan/*revenue* diproyeksikan untuk terjadi peningkatan setiap tahunnya, mulai dari Rp 4,2 miliar tahun pertama hingga Rp. 39,6 miliar akhir tahun ke 5. Dan kas kumulatif diproyeksikan pada akhir tahun ke 5 operasi sekitar Rp 8,9 miliar. *Net present value* sampai pada akhir tahun ke 5 menunjukkan angka yang positif, dengan IRR sebesar 58.095%. *Payback period* dicapai dalam waktu kurang lebih 22 bulan. *Gross profit margin* pada tahun pertama hanya sebesar 0.05%, tahun ke 2 naik drastis hingga menjadi 0.17% hingga 0.34% pada tahun ke 5. Tingkat pengembalian investasi pada tahun pertama terjadi - 7,57%, hal ini dikarenakan tingginya biaya investasi awal yang harus dikeluarkan seperti modal disetor dan MKBD. Tahun kedua, investasi pada tahun tersebut tingkat pengembaliannya mencapai 14,5 kali lipat bahkan untuk tahun ke lima tingkat pengembaliannya mencapai 62,8 kali lipat karena investasi yang diproyeksikan untuk tahun tersebut hanya pembelian alat elektronik yang jumlahnya tidak besar.

DAFTAR ISI

KATA PENGATAR	i
RINGKASAN EKSEKUTIF	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar belakang	1
1.2. Tujuan Penelitian	10
1.3. Metoda Penelitian	11
1.4. Sistematika Pembahasan	11
BAB 2 TELAAH KEPUSTAKAAN	
2.1. INDUSTRI SEKURITAS	14
2.1.1. Klasifikasi Pasar	16
2.1.2. Klasifikasi Perusahaan Efek	20
2.1.3. Penjamin Emisi (underwriting)	21
2.1.4. Perantara-Pedagang Efek	24
2.1.5. Pengelola Dana	25
2.2. PERUSAHAAN EFEK	26
2.2.1. Anggota Bursa	27
2.2.2. Anggota Kliring	28
2.2.3. Penggabungan Fungsi yang Memiliki <i>Conflict of Interest</i>	28
2.2.4. Kepemilikan Perusahaan Efek	29
2.2.5. Wakil Perusahaan Efek	30
2.2.6. Modal Perusahaan Efek	31
2.3. STRATEGI USAHA	32
2.3.1. Lingkungan Eksternal	33
2.3.2. Lingkungan Internal	40

2.3.3. Mengenal Potensi Keunggulan Bersaing	43
2.3.4. Lingkungan Operasional	43
2.4. PEMASARAN	44
2.4.1. Segmentasi Pemasaran Jasa	46
2.4.1.1. Pengertian Jasa	49
2.4.1.2. Karakteristik Jasa	50
2.4.1.3. Perbedaan Barang dan Jasa	52
2.5. PERENCANAAN OPERASI & SUMBER DAYA MANUSIA	53
2.6. PERENCANAAN KEUANGAN	56
2.6.1. Perhitungan Titik Impas	60
BAB 3 ANALISIS STRATEGIK	
3.1. SEJARAH SINGKAT PASAR MODAL INDONESIA	63
3.2. FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL YANG MEMPENGARUHI	67
3.2.1. Ekonomi	68
3.2.1.1. Kesenjangan Kredit Perbankan–Emisi di Pasar modal ...	68
3.2.1.2. Pertumbuhan Ekonomi	69
3.2.1.3. Tingkat Bunga	69
3.2.1.4. Perekonomian International	71
3.2.2. Sosial	72
3.2.3. Politik	73
3.2.3. Teknologi	76
3.3. FAKTOR-FAKTOR INTERNAL YANG MEMPENGARUHI	76
3.4. ANALISIS RANTAI NILAI (<i>VALUE CHAIN</i>)	82
3.4.1. Aktivitas Utama	85
3.4.2. Aktivitas Pendukung	86
3.4.3. Jenis Aktivitas	88
3.5. LINGKUNGAN INDUSTRI	88
3.5.1. <i>Investor (Buyers)</i>	89
3.5.2. Perusahaan Sekuritas Di Indonesia (<i>Industry Competitors</i>)	95
3.5.3. Emiten (<i>Suppliers</i>)	95
3.5.4. Ancaman Pendetang Baru (<i>Potential of New Entrant</i>)	100

3.5.5. Produk Substitusi (<i>Substitutes Compliments</i>)	100
3.6. LINGKUNGAN OPERASI	100
3.6.1. Perusahaan Pesaing	100
3.7. PELUANG	104
3.8. ANCAMAN	105
BAB 4. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1. TINJAUAN PERUSAHAAN	107
4.2. BENTUK PERUSAHAAN	108
4.3. DASAR PENDIRIAN	109
4.4. VISI & MISI PERUSAHAAN	
4.4.1. Visi Perusahaan.....	111
4.4.2. Misi Perusahaan.....	111
4.5. WILAYAH OPERASI	112
4.6. AKTIVITAS USAHA	112
4.6.1. Kegiatan Margin Trading	114
4.6.1.1. Syarat Menjadi Nasabah Margin Trading	114
4.6.1.2. Keuntungan Fasilitas Margin	115
4.6.1.3. Resiko Fasilitas Margin	115
4.7. PRODUK & LAYANAN	
4.7.1. Yang Ditawarkan.....	116
4.7.2. Pengembangan Produk dan Layanan.....	116
4.8. STRATEGI PERTUMBUHAN	118
4.9. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN	119
4.9.1. Program Edukasi Pasar.....	120
4.9.2. Program Peduli Pembangunan Masyarakat.....	121
4.9.3. Program Peduli Bencana.....	122
BAB 5. RENCANA PEMASARAN	
5.1. KONSEP PEMASARAN	123
5.2. ANALISIS PASAR	124
5.3. ANALISIS PESAING	128

5.4. ANALISIS KONSUMEN	132
5.5. STRATEGI PEMASARAN	134
5.5.1. Segmentasi	135
5.5.2. Targeting	136
5.5.3. Positioning	137
5.6. PENGEMBANGAN PROGRAM PEMASARAN	138
5.6.1. Strategi Produk	138
5.7. MENCIPTAKAN CITRA PELAYANAN	139
5.8. METODE SELLING	141
5.8.1. Direct Sales	141
5.8.2. Indirect Sales	141
BAB 6. PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA	
6.1. PENDAHULUAN	143
6.2. STRUKTUR ORGANISASI	145
6.3. URAIAN JOB DESCRIPTION & DESIGN	145
6.3.1. Direktur	146
6.3.2. Bagian Compliance	146
6.3.2.1. Kepala Bagian Compliance	146
6.3.2.2. Risk Management	147
6.3.2.3. Know Your Costumer	147
6.3.3. Bagian Operasi	148
6.3.3.1. Kepala Bagian Operasi	148
6.3.3.2. Personil IT	149
6.3.3.3. Personil Operasional	149
6.3.3.4. Karyawan Finance & Accounting	149
6.3.4. Broker	150
6.3.4.1. Boker	150
6.3.4.2. Sales	151
6.3.5. Business Development	151
6.3.5.1. Kepala Bagian Business Development	152
6.4. PEREKRUTAN	152

6.5. SELEKSI	154
6.6. TRAINING & DEVELOPMENT	155
6.7. <i>HUMAN CAPITAL MANAGEMENT</i>	155
6.8. PENILAIAN UNJUK KERJA	157
6.9. KOMPENSASI	159
6.10. <i>EMPLOYEE STOCK OWNERSHIP PROGRAM</i>	159
6.11. BUDAYA PERUSAHAAN	160
BAB 7. PERENCANAAN OPERASI	
7.1. PENDAHULUAN	165
7.2. JOB ORDER	166
7.3. SEGMENT PASAR	167
7.4. JAM PERDAGANGAN	169
7.5. KEGIATAN OPERASI	169
7.6. LAYANAN KHUSUS	173
7.7. LAYANAN PURNA JUAL	173
7.8. PEMBERIAN UMPAN BALIK	174
7.9. RENCANA KEBUTUHAN ALAT	174
7.10. PENGELOLAAN PERSEDIAAN <i>MAINTANANCE</i>	174
7.11. <i>STANDARD OPERATION PROSEDURE</i>	175
7.12. INTERNAL CONTROL & AUDIT	175
7.12.1. Prinsip Mengenal Nasabah	177
BAB 8. PERENCANAAN KEUANGAN	
8.1. MODAL AWAL	178
8.1.1. Kebutuhan Dana	178
8.1.2. Sumber Dana	179
8.1.3. Perkiraan Pendapatan Pelayanan	180
8.2. ANGGARAN BIAYA OPERASIONAL	182
8.3. PROYEKSI LAPORAN LABA-RUGI	184
8.4. PROYEKSI ARUS KAS	185
8.5. PROYEKSI LABA DI TAHAN	186
8.6. PROYEKSI LAPORAN NERACA KEUANGAN	187

8.7. ANALISIS KEUANGAN	189
8.7.1. Perhitungan Titik Impas	189
8.7.2. Perhitungan NPV	191
8.7.3. Profitability Index	192
8.7.4. Perhitungan IRR	192
8.8. RASIO KEUANGAN	193
BAB 9. KESIMPULAN DAN SARAN	
9.1. KESIMPULAN	195
9.1.1. Faktor-Faktor Kunci Keberhasilan	198
9.2. SARAN	201

DAFTAR PUSTAKA dan RUJUKAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Transaksi Saham di BEJ Tahun 1985 Sampai dengan May 2007.....	7
Tabel 1.2. Nilai Transaksi Saham Rata-rata Harian di BEJ 2002-13 Juli 2007.....	8
Tabel 2.1. Modal Disetor dan MKBD per 31 Desember 2004 (Juta Rp)	31
Tabel 2.2. Sumber Daya Berwujud (<i>Tangible Asset</i>)	40
Tabel 2.3. Sumber Daya Tidak Berwujud (<i>Intangible Asset</i>)	41
Tabel 2.4. <i>Major Segmentation Variables for Business Markets</i>	45
Tabel 2.5. <i>Services Are Different</i>	52
Tabel 2.6. Perbedaan Antara <i>High Contact System</i> dan <i>Low Contact System</i>	54
Tabel 2.7. Rincian Biaya <i>Start-up</i> dan Operasi	57
Tabel 3.1. Mobilisasi Dana Masyarakat Melalui Perbankan dan Pasar Modal 1996-2006	68
Tabel 3.2. IHSG & Tingkat Suku Bunga (1988-2007)	70
Tabel 3.3. Alasan Utama Konsumen Memilih Lembaga Keuangan Tempat Berinvestasi	78
Tabel 3.4. Cara Mengetahui Keberadaan Perusahaan Sekuritas	82
Tabel 3.5. Aliran Dana Investor Asing, Januari 2006 – Juni 2007 (bulanan)	92
Tabel 3.6. Penyebaran Investasi Dana Pensiun (dalam Rp Milliar)	94
Tabel 3.7. Penyebaran Investasi Perusahaan Asuransi (dalam Rp Juta)	94
Tabel 3.8. 10 Besar Market Kapitalisasi Februari 2008.....	96
Tabel 3.9. 10 Besar Saham Teraktif dari Volume Perdagangan.....	96
Tabel 3.10. 10 Besar Saham Teraktif dari Total Trading Value Perdagangan	97
Tabel 3.11. 10 Besar Saham Teraktif dari Total Frekuensi Perdagangan	97
Tabel 3.12. 10 Obligasi Pemerintah Teraktif dari Value Perdagangan.....	98
Tabel 3.13. 10 Obligasi Pemerintah Teraktif dari Frekuensi Perdagangan.....	98
Tabel 3.14. 10 Obligasi Perusahaan Teraktif dari Value Perdagangan.....	99
Tabel 3.15. 10 Obligasi Perusahaan Teraktif dari Frekuensi Perdagangan.....	99
Tabel 3.16. 20 Besar Perusahaan Sekuritas Teraktif dari Total Value Perdagangan	101
Tabel 3.17. 20 Besar Perusahaan Sekuritas Teraktif dari Total Frekuensi Perdagangan	102
Tabel 3.18. 10 <i>Most Active Participant in Bonds Trading by Value</i>	103
Tabel 3.19. 10 <i>Most Active Participant in Bonds Trading by Frequency</i>	103

Tabel 5.1. Asumsi Perubahan Komposisi Struktur Pasar Modal (dalam Rp Triliun)..	126
Tabel 5.2. 10 Besar Perusahaan Sekuritas Yang Menjadi Top Of Mind	128
Tabel 5.3. Tingkat Respon Penyebutan Nama Perusahaan Sekuritas	129
Tabel 5.4. Lembaga Keuangan Yang Menjadi Prioritas Responden	130
Tabel 5.5. Alasan-alasan Memilih Investasi, Lembaga Keuangan, dan Penilaian Perusahaan Tempat Berinvestasi	131
Tabel 5.6. Alasan Utama Dalam Memilih Lembaga Keuangan Tempat Berinvestasi	133
Tabel 5.7. Bentuk Investasi Yang Menjadi Pilihan Utama Responden	134
Tabel 6.1. Tahapan Perumusan Seleksi Sumber Daya Manusia	154
Tabel 6.2. Kompensasi Karyawan	159
Tabel 8.1. Rincian Dana Investasi dan Modal Kerja	178
Tabel 8.2. Sumber Dana	180
Tabel 8.3. Pendapatan Kegiatan Pelayanan	181
Tabel 8.4. Anggaran Biaya Operasional	183
Tabel 8.5. Proyeksi Laporan Laba Rugi	184
Tabel 8.6. Anggaran Perusahaan	185
Tabel 8.7. Proyeksi Laba Di Tahan	186
Tabel 8.8. Neraca Keuangan	187
Tabel 8.9. Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP)	189
Tabel 8.10. Perhitungan <i>Net Present Value</i>	192
Tabel 8.11. Analisis Rasio Keuangan	194

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Mekanisme Perdagangan Saham di Bursa Efek.....	15
Gambar 2.2. Mekanisme Perdagangan Pasar Perdana	16
Gambar 2.3. Mekanisme Perdagangan Pasar Kedua	17
Gambar 2.4. Mekanisme Perdagangan Pasar Ketiga (OTC)	19
Gambar 2.5. Mekanisme Perdagangan Pasar Keempat	20
Gambar 2.6. Fungsi Perusahaan Efek	27
Gambar 2.7. <i>Component of Internal Analysis</i>	42
Gambar 2.9. Tiga Tipe Pemasaran Dalam Industri Jasa	48
Gambar 3.1. <i>Porter's Value Chain For Finansial Services</i>	84
Gambar 3.2. <i>Five Forces Michael Porter</i>	89
Gambar 5.1. Gerakan Indeks Harga Saham Gabungan Bursa Efek Jakarta (IHSG)	127
Gambar 5.2. <i>Five-level-of Marketing</i>	139
Gambar 6.1. Struktur Organisasi Perusahaan	145
Gambar 7.1. <i>Input-Output Proses Jasa Perusahaan</i>	166
Gambar 7.2. Mekanisme Pedagangan Efek	172

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KALKULASI ESTIMASI PENDAPATAN & PENGELUARAN

A.	Estimasi Total Pendapatan Tahunan	1
B.	Lampiran Rincian Estimasi Pendapatan Kegiatan Perantara Saham	2
C.	Lampiran Rincian Estimasi Pendapatan Kegiatan Agen Penjual Reksa Dana Saham	4
D.	Lampiran Anggaran Biaya Operasional	6

LAMPIRAN 2

RISET PASAR JASA PENDIRIAN PERUSAHAAN SEKURITAS

A.	PERMASALAHAN	11
B.	DATA	12
C.	METODE	13
D.	RENCANA TABULASI	13
E.	HASIL SURVEY	14
	NAMA PERUSAHAAN EFEK YANG PERNAH DI SEBUT RESPONDEN	16
	TABEL-TABEL HASIL SURVEY	17
	KUESIONER	20

LAMPIRAN 3

A.	<u>DAFTAR PERUSAHAAN EFEK ANGGOTA BURSA EFEK</u>	25
B.	<u>DAFTAR PERUSAHAAN EFEK NONANGGOTA BURSA EFEK</u>	28

LAMPIRAN 4

DAFTAR PERTANYAAN INTERVIEW

A.	Bapak Yudi Promono, Staff Humas Bapepam	30
B.	Bapak Edi Broto Suwarno, Kepala Seksi IV Biro TLE Babepam	31
C.	Ibu Carolina Kusuma, Pemilik Sarijaya Sekuritas <i>branch</i> Ancol	32

LAMPIRAN 5

KONTRAK PEMBUKAAN REKENING (PERORANGAN) SARJAYA SECURITIES

- Formulir Pembukaan Rekening Perorangan *Individual Account Opening Form*
- Kontrak Pembukaan Rekening *Opening Account Contract*

LENDER FORM

SURAT KUASA

LEMBAR CONTOH TANDA TANGAN NASABAH / SIGNATURE SPECIMEN

FORMULIR PERSETUJUAN REKENING / ACCOUNT APPROVAL FORM

DAFTAR LAMPIRAN

FORMULIR KONFIRMASI PENGIRIMAN LAPORAN TRANSAKSI

SURAT PERNYATAAN KUASA

Persyaratan dan Ketentuan Perdagangan Efek Rekening Reguler / *Reguler Account Trading Terms and Conditions*

USER ADMINISTRATION FORM SP ON ONLINE

ON LINE Trading, Persyaratan dan Ketentuan Tambahan / *Additional Terms and Conditions*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Business plan ini memuat perencanaan untuk mendirikan suatu unit bisnis jasa dalam bidang keuangan, yaitu sebuah perusahaan sekuritas di Indonesia. Perusahaan sekuritas merupakan bagian dari industri sekuritas yang sangat berperan penting dalam mata rantai kegiatan di pasar modal. Perusahaan sekuritas adalah pihak yang membawa emiten masuk ke pasar modal, memasarkan efek yang dikeluarkan dan setelah dana terkumpul oleh emiten, perusahaan sekuritas akan beralih peran dengan memberikan jasa kepada *investor* sebagai perantara dalam perdagangan efek. Perusahaan sekuritas akan membuat aktif pasar dengan menjadi "penengah", antara pihak yang menjual dengan pihak yang akan membeli efek. Dengan demikian dapat dikatakan tugas yang dilakukan perusahaan sekuritas berjalan dari hulu ke hilir.

Perusahaan sekuritas membantu mencarikan dana bagi perusahaan, memberikan jasa perantara bagi *investor* untuk berinvestasi. Perusahaan sekuritas dapat dianggap sebagai ujung tombak dari pasar modal. Bukan saja karena perusahaan sekuritas merupakan perantara (*intermediary*), yang membawa emiten ke pasar modal (dengan menjadi perantara antara perusahaan atau emiten dengan *investor*), ketika efek telah sampai ditangan masyarakat pemodal perusahaan sekuritas akan menjalankan fungsi perantara. Yaitu ketika efek-efek tersebut ditransaksikan dari satu *investor* kepada *investor*-lainnya di dalam pasar.

Dengan fungsi pemerantaraan ini maka emiten akan mendapatkan modal yang dicari dengan menjual efek perusahaan, dan efek-efek yang telah diperdagangkan menjadi mudah dipindah-tangankan (*liquid*) sehingga akhirnya resiko berinvestasi menjadi lebih diperhitungkan.

Perusahaan Sekuritas menjalankan fungsi yang hampir sama dengan kegiatan yang dilakukan oleh industri perbankan, karena sama-sama menjadi perantara (*financial intermediaries*) diantara pihak pemilik dana (*investor*) dan pihak pemakai atau pencari dana (emiten).¹

Perbedaannya adalah di dalam pasar modal ada instrument atau efek yang menjadi sarana dalam penarikan dana tersebut untuk diperjual-belikan. Fungsi Perantara-Perdagangan Efek ini memberikan likuiditas² kepada pasar.

Karena fungsinya yang hampir sama dengan fungsi yang dijalankan oleh industri perbankan maka di beberapa negara, industri perbankan dapat menjalankan fungsi yang dijalankan oleh perusahaan sekuritas. Tetapi dilain pihak, karena sifatnya yang banyak menanggung resiko, maka di beberapa negara lain kedua bidang usaha ini dipisahkan dengan sangat tegas.³ Pemisahan ini, ditegaskan oleh pasal 10 UU No. 7/1992 (sebagaimana diubah) tentang perbankan yang menyatakan bahwa bank umum dilarang melakukan kegiatan sebagaimana yang telah ditentukan (termasuk larangan untuk terlibat sebagai penjaminan emisi efek atau melakukan penyertaan dalam perusahaan non keuangan).⁴

¹ Pasal 1 angka 2 dari Undang-undang No.7 tahun 1992 tentang Perbankan (sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No. 10 tahun 1998) menyatakan bahwa "bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak." Lihat juga mengenai ini Theodore Baums, "Universal Banks and Investment Companies in Germany" dalam Anthony Saunders dan Ingo Walter, *UNIVERSAL BANKING, Financial System Design Reconsidered*, New York University, 1996, hal. 124. Dalam tulisannya tersebut penulis mengatakan bahwa: "As financial intermediaries, bank and investment companies have one trait in common: they both transform the capital of investors (depositors and shareholders in investment funds respectively) that are channeled to other firms. So why should a regulation forbid these transformation tasks to be combined in one institution or group, and why should the law not allow banks to establish investment companies and provide all kinds of financial services to them in addition to their banking services?"

² Lihat mengenai ini Hamud M. Balfas, SH., LL.M., "HUKUM PASAR MODAL INDONESIA, Regulasi Perusahaan Efek", hal. 314

³ Lihat mengenai ini Alfred Steinherr, "PERFORMANCE OF UNIVERSAL BANKS, historical review and appraisal" dalam Anthony Saunders dan Ingo Walter, *UNIVERSAL BANKING*, hal.2 dstnya.

⁴ Pasal 10 ini menyatakan bahwa:

Bank Umum dilarang:

- a. Melakukan penyertaan modal, kecuali sebagaimana dimaksud dalam pasal 7 huruf b dan c;
- b. Melakukan usaha perasuransian;
- c. Melakukan usaha lain diluar kegiatan usaha sebagaimana dimaksud dalam pasal 6 dan pasal 7; penjelasan atas pasal 10 c menyatakan bahwa usaha lain yang dilarang pada huruf c ini antara lain melakukan kegiatan sebagai penjamin emisi efek (underwriter)

Business plan ini akan membahas aspek-aspek yang tercakup dalam perencanaan suatu unit bisnis seperti aspek strategik, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek produksi dan operasional, serta aspek keuangan.

Disisi lain investasi dewasa ini menjadi suatu hal yang terlihat seperti sulit dan ditakuti oleh masyarakat, karena banyaknya lembaga keuangan yang menawarkan produk-produk investasi namun ternyata merupakan suatu skema penipuan secara besar-besaran. Industri sekuritas yang sehat dan pasar yang semakin tereduksi akan menciptakan dunia investasi menjadi lebih baik.

Lembaga keuangan seperti perusahaan sekuritas yang akan dibuat ini jumlahnya sudah cukup banyak (*highly competitive*) atau berdarah-darah (*red ocean*), hingga Januari 2005 tercatat oleh Bapepam ada sebanyak 172 Penjamin Emisi Efek (PEE), 122 Perantara Pedagang Efek (PPE) yang berperan sebagai Anggota Bursa & 47 Perantara Pedagang Efek yang Non Anggota Bursa, serta 100 Manajer Investasi (MI) di Indonesia. Akan tetapi penulis yakin bahwa potensi pasar Indonesia sangat besar dan belum sepenuhnya digarap.

Penulis percaya bahwa inovasi-inovasi yang akan dilakukan dalam metode strategi bersaing dan pemasaran perusahaan sekuritas ini akan mencapai keberhasilan dalam menghadapi persaingan dengan lembaga-lembaga sejenis yang sudah terlebih dahulu hadir di Indonesia. Dengan menciptakan suatu langkah inovatif, sehingga menciptakan suatu *blue ocean* baru dari industri ini, yaitu dengan selalu melakukan terobosan-terobosan baru. Inovasi yang akan terus dilakukan oleh perusahaan ini nantinya akan bertumpu pada pengembangan teknologi, dimana teknologi adalah sarana pendukung utama untuk melakukan kegiatan transaksi efek di bursa. Seperti langkah awal yang akan dilakukan adalah dengan menawarkan transaksi *on-line*, di

Indonesia baru tercatat 3 perusahaan sekuritas yang menggunakan teknologi ini dalam bertransaksi efek.

Keyakinan di atas juga didukung dengan data SES (*Socio-Economic Status*) dari hasil survey media Index diberbagai kota. Yang kemudian data tersebut diolah oleh lembaga riset AC Nielsen dengan melakukan pengelompokan berdasar belanja rutin bulanan rumah tangga. Hal yang mendasari penggunaan belanja rutin bulanan sebagai patokan ialah karena orang Indonesia cenderung merasa tidak nyaman jika ditanya tentang berapa pendapatannya. Berdasar data dengan *update* terakhir Oktober 2003, SES dibagi dalam beberapa kelas:

- A1: Rp 2,25 juta ke atas (6%)
- A2: Rp 1,75 juta - Rp 2,25 juta (6%)
- B: Rp 1,25 juta - Rp 1,75 juta (13%)
- C1: Rp 800 ribu - Rp 1,25 juta (24%)
- C2: Rp 600 ribu - Rp 800 ribu (19%)
- D: Rp 400 ribu - Rp 600 ribu (21%)
- E: Rp 400 ribu ke bawah (11%)

Apabila kita menggunakan data ini sebagai gambaran kasar dari masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Maka kita bisa melihat bahwa ada sekitar 12% masyarakat Indonesia disegmen A1 dan A2 yang bisa dijadikan target market. Apabila kita kalikan dengan jumlah penduduk Indonesia yaitu $238,452,952^5 \times 12\% =$ ada 28,614,354 orang yang bisa menjadi potensial konsumen.

Namun apabila ditelaah lebih lanjut lagi dari riset pemasaran yang telah dilakukan oleh penulis terhadap 100 orang responden dari segmen konsumen yang sama. Maka dapat kita lihat

⁵ http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_negara_menurut_jumlah_penduduk, di akses pada tanggal 4-10-2007. Data ini dikeluarkan oleh lembaga CIA di tahun 2004

dari hasil survey terhadap pertanyaan akan seberapa sering dalam 1 tahun terakhir responden menggunakan jasa perusahaan efek, terlihat bahwa :

71 %	tidak menggunakan sama sekali
2 %	hanya 1x menggunakan
7 %	2x menggunakan
2 %	3x menggunakan
0 %	4x menggunakan
8 %	< 4x menggunakan
10 %	Tidak menjawab

Dengan data ini terlihat bahwa sekitar 81 % responden tidak pernah menggunakan layanan dari perusahaan efek. Hanya 19 % dari responden yang pernah menggunakan, dan hanya 8 % dari responden yang merupakan pengguna aktif dari layanan yang diberikan oleh perusahaan efek. Apabila kita kalikan dengan potensial konsumen yang ada maka kita temukan bahwa sekitar kurang lebih 23,1 juta orang (81%) yang belum mempunyai minat untuk menggunakan jasa perusahaan efek dan yang perlu diberikan edukasi tentang keberadaan dan fungsi dari sebuah perusahaan efek. Kurang lebih 5,4 juta orang (19%) yang pada saat ini dapat diutamakan menjadikan potensial konsumen dari industri sekuritas ini.

Angka 5,4 juta orang ini saja sudah merupakan angka yang fantastis. Dimana kini kurang dari 500 ribu orang dan korporasi yang tercatat sebagai *investor* di Bursa Efek Indonesia baik domestik maupun asing. Dengan jumlah ini saja sudah dapat menghasilkan transaksi harian sekitar Rp. 4-5 Triliun. Bayangkan apabila jumlah dari *investor* yang tercatat di bursa dapat ditingkatkan sebanyak 10 kali lipat dari angka jumlah *investor* bursa efek yang ada sekarang. Maka dapat kita bayangkan pasar akan meningkat berkali lipat dari yang ada sekarang ini. Ini merefleksikan sangat besarnya potensi dari pasar Indonesia yang belum tergarap dan tersentuh.

Mengingat Angka yang sangat besar ini, maka seandainya bisa diraih sekitar 0,01% saja dari jumlah angka potensial konsumen utama yang ada dan dapat diraih. Maka perusahaan yang ini sudah bisa memiliki basis konsumen individu kurang lebih 5400 jiwa, ini adalah jumlah yang cukup *significant* apabila kita kalikan dengan minimal investasi, yaitu Rp 25 juta maka setidaknya akan ada Rp.130 miliar uang yang beredar setiap hari di dalam perusahaan yang akan dibuat ini. Belum terhitung pendapatan atau dana yang dikelola dalam *Discretionary Funds* dan Reksa Dana yang dikelola perusahaan nantinya.

Dengan sendirinya kesempatan untuk memperoleh keuntungan cukup besar untuk ukuran bisnis yang baru akan dibangun ini (*New entrant*). Dikemudian hari jika bisnis yang didirikan di Jakarta ini berhasil, akan didirikan cabang di beberapa daerah besar di Indonesia yang menjadi sentra bisnis seperti Surabaya dan Medan.

Pertimbangan lain yang juga digunakan dalam pembuatan *business plan* ini adalah dengan terintegrasinya BEJ (Bursa Efek Jakarta) dan BES (Bursa Efek Surabaya) dibulan Desember 2007, menjadi BEI (Bursa Efek Indonesia). Dimana hal ini akan menciptakan suatu struktur pasar yang terintegrasi dan lebih kuat, *flow of capital* pun akan lebih besar dan menarik lebih banyak *investor*, baik domestik maupun asing. Hal ini juga akan sangat mempengaruhi perkembangan industri jasa finansial seperti perusahaan sekuritas untuk terus bertumbuh. karena permintaan akan perusahaan yang menjadi perantara (*financial intermediaries*) diantara pihak pemilik dana (*investor*) dan pihak pemakai atau pencari dana (emiten) akan terus meningkat. Ditahun 2008 saja diperkirakan akan ada 18 emiten baru dari perusahaan BUMN yang akan melakukan *Initial Public Offering* (IPO).

Bagi *investor* sendiri, pasar modal telah dijadikan salah satu alternatif investasi dari dana yang mereka miliki. *Investor* bisa menikmati hasil investasi mereka berupa *dividen* dari saham

yang mereka miliki. Dan selain itu pemegang saham juga bisa menikmati *capital gain* dari investasi yang mereka lakukan dengan menjual saham ketika harga saham tersebut meningkat.

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh Bapepam, sampai dengan akhir Juli 2007 telah tercatat setidaknya ada 347 perusahaan yang telah mengeluarkan emisi saham. Peningkatan jumlah *listed company* ini memang tidak terlalu banyak apabila dibandingkan dengan angka tahun 2006 yaitu 340 emiten. Namun apabila ditelaah lebih lanjut, terjadi peningkatan yang sangat *significant* baik pada total volume perdagangan maupun pada total kapitalisasi pasar. Hal tersebut dapat dilihat dari Tabel 1.1 sebagai berikut.

Tabel 1.1 Transaksi Saham di BEJ Tahun 1985 Sampai Dengan May 2007

Year	Average Volume of Trading Daily (in thousand)	Market Capitalization (in million Rupiah)	IHSG
1985	7.32	89,330.00	66.53
1990	2,891.31	14,186,633.98	417.79
1995	43,278.23	152,246,463.30	513.85
2000	562,892.61	259,620,957.67	416.32
2005	1,653,777.92	801,252,702.09	1,162.64
2007- May	5,750,573.38	1,44,055,052.00	2,084.32

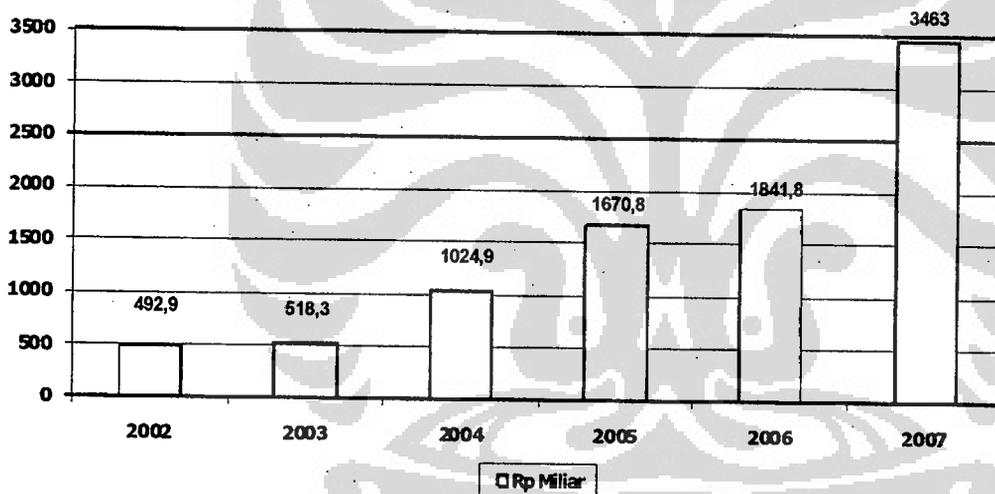
Sumber: diolah dari data JSX

Volume total transaksi saham yang terjadi sampai dengan akhir May 2007 menunjukkan peningkatan yang cukup pesat. Dari 60,445 juta saham yang diperdagangkan pada May 2006 telah meningkat menjadi 120,762 juta saham yang diperdagangkan pada May tahun 2007. Perubahan tersebut berdampak langsung pada *return* dari *Jakarta Composite Indeks* atau IHSG yang mengalami peningkatan sebesar kisaran 56.7% dari tahun lalu. Pada tahun ini, IHSG telah sampai pada angka fantastis kisaran Rp 2150,- bandingkan dengan angka tahun lalu yang hanya

berkisar pada Rp 1,204. Indikator kenaikan IHSG ini akan terus berlangsung karena sampai dengan Juli 2007, IHSG telah mencapai angka Rp 2300,-.

Kapitalisasi pasar juga mengalami peningkatan yang cukup drastis dalam satu tahun belakangan. Pada May 2007 nilai kapitalisasi pasar telah mencapai angka Rp 1,444 Triliun, dibandingkan dengan angka tahun sebelumnya yaitu pada May 2006 yang baru mencapai angka Rp 914 Triliun. Semua indikator pertumbuhan dalam pasar modal Indonesia ini tentunya akan terus mengugah para *investor* lokal maupun *investor* asing untuk berkecimpung lebih dalam lagi di pasar modal Indonesia.

Tabel 1.2 Nilai Transaksi Saham Rata-rata Harian di BEJ 2002 – 13 Juli 2007



Sumber : BAPEPAM dan LK

Seperti yang dapat kita lihat juga dari Tabel 1.2 di atas dimana dari tahun-ketahun semenjak 2002 hingga 13 Juli 2007, nilai transaksi saham rata-rata harian di BEI memperlihatkan tren yang terus meningkat.

Beberapa pemikiran yang dapat dikemukakan sebagai pertimbangan untuk mendirikan perusahaan sekuritas ini adalah sebagai berikut :

- 1) Masih lemahnya edukasi akan investasi yang baik dan benar di Indonesia, Khususnya edukasi tentang kegunaan dan aktivitas dari berbagai macam lembaga keuangan untuk berinvestasi yang ada di Indonesia. Sehingga hanya segelintir orang yang mendapatkan benefit dari berinvestasi di lembaga-lembaga keuangan ini.
- 2) Program-program yang menjadi prioritas dari Bapepam dan LK yang akan mendorong iklim investasi untuk terus berkembang seperti di bawah ini :
 - a) Memperkuat Bapepam-LK sebagai lembaga supervisi yang efektif:
 - Perbaikan struktur organisasi dan kapasitas SDM
 - Penerapan *Risk-based supervision*
 - Penegakan Hukum (*law enforcement*)
 - b) Mengembangkan **Pasar Obligasi** yang *liquid* dan stabil
 - c) Memperkuat kembali industri reksa dana
 - d) Meningkatkan efisiensi dan daya saing bursa
 - Restrukturisasi Bursa Efek (Merger BEJ – BES)
 - Implementasi *Remote Trading*
 - Mengembangkan *Straight Through Processing*
 - e) Memperluas basis *investor* dan jenis produk pasar modal, Meningkatkan Peran Lembaga Keuangan Non Bank (asuransi, dana pensiun, perusahaan pembiayaan, modal ventura) dlm menyediakan dana investasi jangka panjang.
- 3) Perusahaan sekuritas ini mempunyai tujuan mulia, yaitu untuk bahu-membahu dengan pemerintah untuk mengembangkan pasar obligasi yang *liquid* dan stabil. Untuk mengurangi peran perbankan dalam sistem finansial negara kita ini. Karena negara yang

menjalankan sistem finansialnya yang menitik beratkan pada *Bank-Based Economy* akan menghadapi konsekuensi kerapuhan sistem.⁶

- 4) Dengan mendirikan perusahaan sekuritas ini diharapkan dapat ikut serta memberikan kontribusi dalam membuka kesempatan kerja bagi para pelaku pasar modal untuk bernaung dalam suatu institusi.

Source : Bapepam dan LK

Seperti yang dapat kita lihat di atas dari keseluruhan prioritas kerja Bapepam dan LK (no.2) ini akan meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat untuk ber-investasi maupun pihak asing. Karena dengan dikembangkannya pasar obligasi, diperkuat kembali industri Reksa Dana dan melakukan efisiensi serta memperkuat daya saing dengan mengintegrasikan BEJ dan BES. Pasti akan meningkatkan permintaan akan perusahaan-perusahaan efek yang berperan sebagai *intermediaries*.

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Business plan ini dibuat untuk mempertajam analisa terhadap peluang dan kesempatan mendirikan perusahaan sekuritas di Indonesia yang masih terbuka lebar. Seperti regulasi pasar modal yang akan menggabungkan BEJ (Bursa Efek Jakarta) dan BES (Bursa Efek Surabaya) menjadi BEI (Bursa Efek Indonesia) bulan Desember 2007, yang dapat menjadi momentum untuk masuk kembali ke pasar dengan mendirikan perusahaan sekuritas ini.

⁶ Seperti yang Alan Greenspan pernah katakan tentang "*Lessons from the Global Crises*" di tahun 1999, yaitu:
" *This leads one to wonder how severe East Asia's problems would have been during the past eighteen months had those economies not relied so heavily on banks as their means of financial intermediation. Had a functioning capital market existed, the outcome might well have been far more benign.* "

Pernyataan ini pun kemudian di perkuat oleh Dr. Masaru Yashitomi, dari ADBI Institute di bulan March tahun 2001, dengan mengatakan statemen nya tentang penting nya pasar obligasi, yaitu :

"Since the Asian financial crisis, strong and increasingly prevalent views have emerged that banks are no more functional and the economic development should rely on capital markets, particularly corporate bond markets. These views conclude that policies should place less emphasis on bank loans and that Asian countries should develop capital markets as alternative more important sources of financing."

1.3. METODA PENELITIAN

Dalam menyelesaikan *business plan* ini, penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan cara :

- *Library Research*

Yaitu dengan mengumpulkan serta menyusun rangkaian konsep yang logis serta sistematis yang akan memberikan panduan pada proses eksternal, serta analisa dan formulasi strategi. Cara yang ditempuh adalah dengan membaca secara seksama *text books* yang relevant, beberapa jenis laporan, maupun berita.

- Wawancara dan Diskusi

Yakni melakukan wawancara dan diskusi dengan eksekutif-eksekutif perusahaan sekuritas, bahkan bila dimungkinkan dengan komisaris, serta beberapa pejabat Bapepam dan Departemen Keuangan.

- Analisis

Dengan berbekal temuan-temuan yang diperlukan dari hasil wawancara dan pengamatan, serta dari data sekunder, maka akan dilakukan analisis yang akan menghasilkan bentuk struktur organisasi yang tepat, sistem informasi dan pengendalian manajemen.

1.4. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Business plan ini disusun dalam sembilan bab, dengan rincian sebagai berikut.

BAB 1. LATAR BELAKANG

Bab ini akan menerangkan sejarah singkat usaha yang akan didirikan berdasarkan identifikasi kesempatan pasar yang ada.

BAB 2. TELAAH KEPUSTAKAAN

Bab ini berisi kutipan dan telaah sumber-sumber pustaka yang menjelaskan sejumlah pengertian istilah dalam karya akhir ini mengenai industri perusahaan, penjelasan mengenai perusahaan efek, konsep-konsep analisis strategi, konsep pemasaran mulai dari analisis pasar sampai teknik pemasaran, konsep sumber daya manusia, manajemen operasi, dan perencanaan keuangan.

BAB 3. ANALISIS STRATEGIK

Bab ini akan menerangkan analisis eksternal melalui konsep analisis industri, dan faktor-faktor *eksternal* yang mempengaruhi. Analisis *internal* yang digambarkan dalam analisis *value chain* dari perusahaan sebuah perusahaan sekuritas terhadap kegiatan utama yang terdiri dari operasi, pemasaran, pelayanan purna jual, serta kegiatan pendukung, sumber daya manusia, keuangan dan infrastruktur perusahaan. Juga peluang serta ancaman di dalam bisnis sekuritas.

BAB 4. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini akan menjabarkan seperti apa bentuk dari perusahaan yang akan dibuat ini, dasar pendirian dan misi perusahaan, wilayah operasi, kegiatan apa saja yang akan dilakukan, strategi pertumbuhan, serta seperti apa program CSR dari perusahaan ini kedepannya.

BAB 5. PERENCANAAN PEMASARAN

Bab ini berisi uraian konsep pemasaran, analisis pasar, analisis pesaing, analisis konsumen, konsep *segmenting – targeting – positioning* (STP), dan teknik-teknik pemasaran yang akan digunakan.

BAB 6. PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA

Bab ini berisi uraian tentang karyawan, struktur organisasi, uraian *job description*, *recruitmen*, seleksi, *training & development*, penilaian unjuk kerja, sistem kompensasi, *employee stock ownership program*, serta budaya perusahaan.

BAB 7. PERENCANAAN OPERASI

Bab ini berisi rencana pelaksanaan operasi mulai dari *job order*, segmen pasar, jam perdagangan, kegiatan operasi, layanan khusus, layanan purna jual, pemberian umpan balik, rencana kebutuhan alat, pengelolaan persediaan, *maintanances*, *standard operation procedure*, *internal control & audit*.

BAB 8. PERENCANAAN KEUANGAN

Bab ini berisi rencana modal awal, anggaran biaya operasional, proyeksi laporan laba-rugi, proyeksi arus kas, proyeksi laba ditahan, proyeksi laporan neraca keuangan, analisis keuangan, rasio keuangan.

BAB 9. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup dari *business plan* ini, di dalamnya penulis akan menyampaikan kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan di bab-bab sebelumnya.

BAB 2 TELAAH KEPUSTAKAAN

2.1. INDUSTRI SEKURITAS

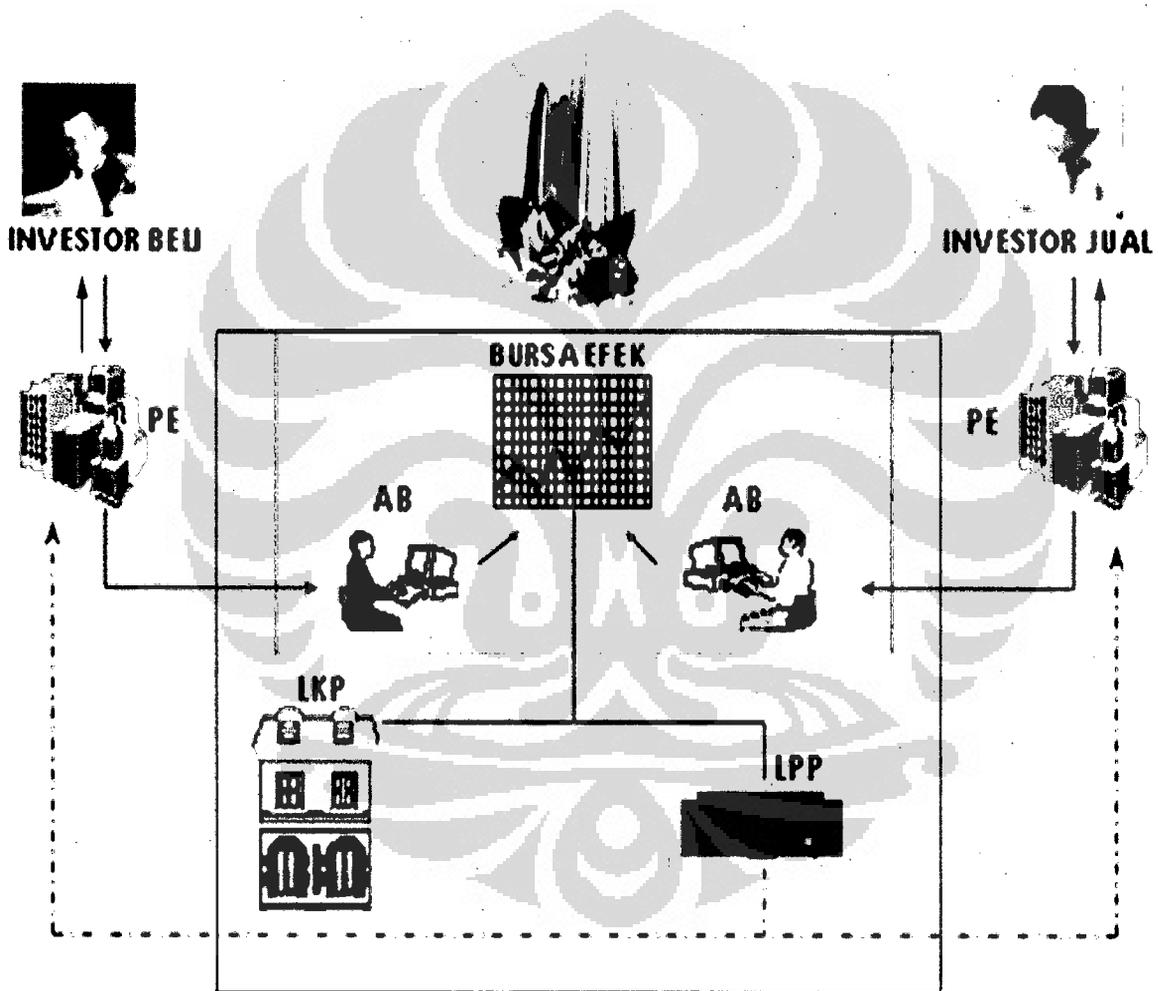
Industri sekuritas merupakan aktivitas yang berkaitan dengan jual-beli dana jangka panjang atau biasa dikenal dengan pasar modal. Bagi perusahaan yang membeli dana dengan menjual sekuritas, motif utamanya adalah mendapatkan dana bagi pengembangan usaha ataupun untuk memperbaiki kinerja usahanya. Sedangkan motif utama pemilik modal yang menjual dana dengan membeli sekuritas adalah mendapatkan tambahan penghasilan yang berasal dari modal yang diinvestasikannya.

Aktivitas yang berkembang sejak awal zaman industri di Eropa dan Amerika tersebut telah melahirkan berbagai ragam mekanisme perdagangan sekuritas, berbagai ragam produk turunan sekuritas dan juga melahirkan institusi dan profesi yang terlibat baik langsung maupun tidak langsung dengan perdagangan sekuritas yang terjadi. Di Indonesia, pihak-pihak utama yang terlibat dalam industri sekuritas adalah :

- 1) Bapepam, merupakan kepanjangan tangan pemerintah yang berlaku sebagai wasit yang adil.
- 2) Bursa efek dan lembaga kliring penyelesaian dan penyimpanan, merupakan tempat perdagangan efek dan penyelesaian administrasi fisik efek.
- 3) Emiten (*issuer*), merupakan perusahaan yang menerbitkan efek saham, obligasi, ataupun reksa dana.
- 4) Perusahaan efek, merupakan perusahaan yang memperoleh ijin usaha untuk melakukan kegiatan sebagai penjamin emisi efek, perantara-pedagang efek, manajer investasi, atau penasihat investasi.

- 5) Lembaga penunjang pasar modal, adalah : tempat penitipan harta (*Custodian*), Biro Administrasi Efek, Wali Amanat (*Trustee*) dan Penanggung (*Guarantor*).
- 6) Profesi penunjang pasar modal, adalah : Akuntan, Notaris, Penilai dan konsultan hukum.
- 7) *Investor*, adalah orang atau badan hukum usaha yang menanamkan dananya dengan membeli efek.

Gambar 2.1. Mekanisme Perdagangan Saham Di Bursa Efek



Sumber : Bapepam dan LK

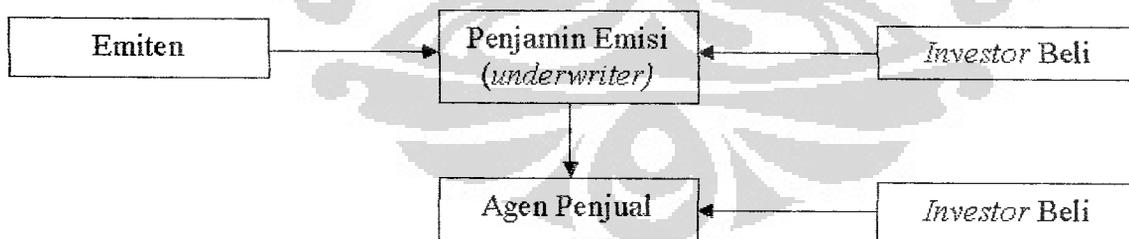
2.1.1. Klasifikasi Pasar

Seperti komoditi lainnya sekuritas juga diperdagangkan disuatu pasar. Dalam hal ini pasar modal yang mempunyai fungsi khusus, yaitu untuk menjamin berlangsungnya perdagangan yang berkesinambungan dengan transaksi yang adil. Dalam perkembangannya pasar modal dapat dibagi dalam 4 klasifikasi utama⁷, yaitu :

1) Pasar Perdana

Pasar ini adalah tempat atau sarana bagi perusahaan untuk pertama kali menawarkan saham atau obligasi kepada masyarakat umum. Disini dikatakan "tempat", karena secara fisik masyarakat pembeli dapat bertemu dengan penjamin emisi ataupun agen penjual untuk melakukan pesanan sekaligus membayar uang pesanan. Dan dikatakan "sarana" karena si pembeli dapat memesan melalui telepon di rumah dan membayar dengan mentransfer uang melalui bank ke rekening agen penjual. Dikatakan pertama kali karena sebelumnya perusahaan ini milik perorangan atau beberapa pihak saja, dan sekarang menawarkan kepada masyarakat umum. Penawaran awal ini yang disebut juga *initial public offering* (IPO).

Gambar 2.2. Mekanisme Perdagangan Pasar Perdana



Sumber : Dr. Mohammad Samsul, M.Si., Ak. ; PASAR MODAL DAN MANAJEMEN PORTOFOLIO (Ciracas, Jakarta 13740 : ERLANGGA), hal 47

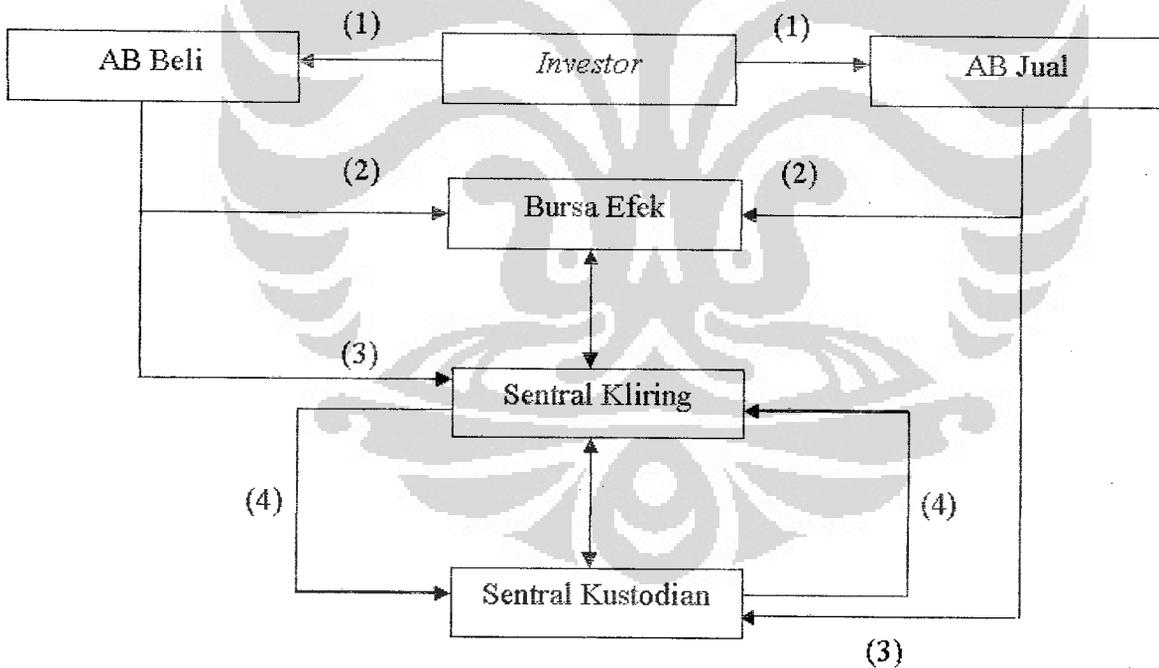
⁷ Dr. Mohammad Samsul, M.Si., Ak. ; PASAR MODAL DAN MANAJEMEN PORTOFOLIO (Ciracas, Jakarta 13740 : ERLANGGA, 2006), hal 46-50

Amling, Frederick, *Investments : An Introduction to Analysis & Management*, (New York : Prentice Hall, 1989), Hal. 275

2) Pasar Sekunder

Pasar sekunder adalah pasar yang terjadi segera setelah sekuritas diterbitkan untuk umum dan dicatatkan dalam suatu bursa efek (*stock exchange*). Pasar kedua ini adalah tempat atau sarana transaksi jual-beli efek antar *investor*, dan harga dibentuk oleh *investor* melalui perantara efek. Dikatakan "tempat" karena secara fisik para perantara efek berada dalam satu gedung di lantai perdagangan (*trading floor*), seperti di Bursa Efek Indonesia. Dikatakan "sarana" karena para perantara efek tidak berada dalam satu gedung, tetapi dalam satu jaringan sistem perdagangan, dan kantor perantara efek tersebar di beberapa kota. Terbentuknya harga pasar oleh tawaran jual dan tawaran beli dari para *investor* ini disebut juga dengan istilah *order driven market*.

Gambar 2.3. Mekanisme Pedagangan Pasar Ke-dua



Sumber : Dr. Mohammad Samsul, M.Si., Ak. ; PASAR MODAL DAN MANAJEMEN PORTOFOLIO (Ciracas, Jakarta 13740 : ERLANGGA), hal 48

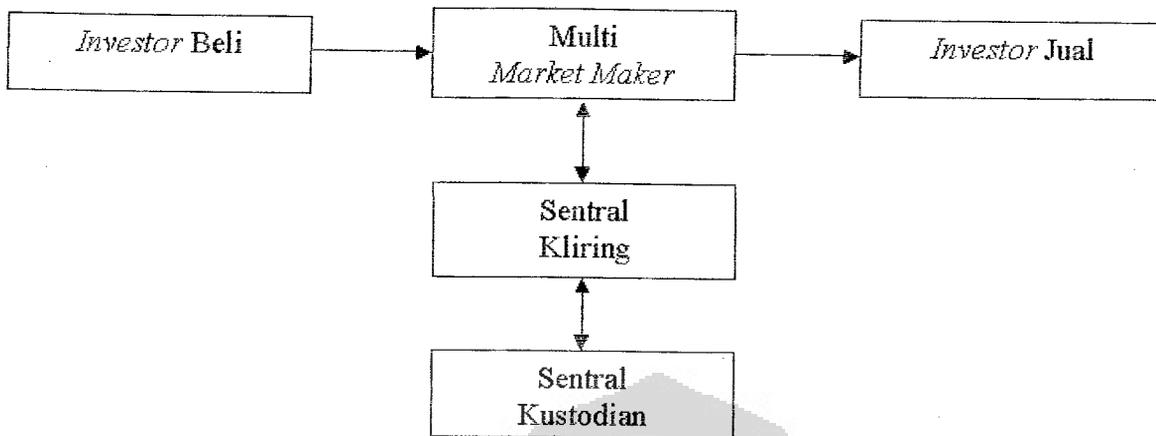
3) Pasar Ketiga

Pasar ketiga adalah sarana transaksi jual-beli efek antara *market maker* serta *investor* dan harga dibentuk oleh *market maker*. *Investor* dapat memilih *market maker* yang memberi harga terbaik. *Market maker* adalah anggota bursa. Para *market maker* ini akan bersaing dalam menentukan harga saham, karena satu jenis saham dipasarkan oleh lebih dari satu *market maker*. Misalnya, jenis saham "ABC" dipasarkan oleh 50 *market maker*, sedangkan jenis saham "RST" dipasarkan oleh 30 *market maker*. Setiap *market maker* dapat memasarkan lebih dari satu jenis saham. *Investor* dapat melihat harga yang ditawarkan oleh *market maker* pada komputer informasi yang ada di perusahaan efek, yang tersebar di kota-kota besar diseluruh negeri. Sampai saat ini, Indonesia belum memiliki pasar ketiga. Pasar ketiga ini sudah sangat maju di Amerika Serikat, yaitu *NASDAQ* (*National Association of Securities Dealers Automated Quotation*) sebagai Bursa Efek terbesar nomer dua di dunia setelah *New York Stock Exchange* (*NYSE*). *NASDAQ* memiliki jaringan perdagangan di 50 negara bagian Amerika Serikat.

Pada tahun 1998, Cina telah mendirikan *STAQ* (*Securities Trading Automated Quotation System*) yang menggunakan *market maker* dalam satu sistem jaringan perdagangan antarkota-kota besar diseluruh negeri.

Jadi pasar ketiga, atau OTC, bukan merupakan Bursa Efek berskala kecil, tetapi berskala besar bahkan sangat besar. Memang OTC pada abad ke-17, yaitu pada awal perdagangan efek muncul, transaksi dilakukan dengan sangat sederhana dan berskala kecil serta dilakukan di luar gedung. Akan tetapi, OTC sekarang sudah sangat besar, dilakukan dalam gedung yang megah dengan teknik perdagangan paling canggih.

Gambar 2.4. Mekanisme Perdagangan, Pasar Ke-tiga (OTC)



Sumber : Dr. Mohammad Samsul, M.Si., Ak. ; PASAR MODAL DAN MANAJEMEN PORTOFOLIO (Ciracas, Jakarta 13740 : ERLANGGA), hal 49

Berikut ini adalah ciri-ciri pasar ketiga, yaitu:

1. Harga dibentuk oleh *market maker* atau disebut *dealer driven market*.
2. *Investor* membeli dan menjual dari dan ke *market maker*.
3. Jumlah *market maker* banyak sehingga *investor* dapat memilih harga terbaik.
4. Perdagangan dilaksanakan di kota-kota besar dalam satu jaringan nasional.
5. *Market maker* berdagang dari kantor masing-masing melalui jaringan komputer.
6. Mesin utama ada di *OTC market* pusat yang terhubung dengan mesin di kantor *Market maker* di kota-kota lain.
7. Mesin *OTC* terintegrasi dengan mesin di sentral kliring/sentral kustodian.
8. *Market maker* menyelesaikan pembayaran dengan sentral kliring dan menyelesaikan penyimpanan efek dengan sentral kustodian.
9. *Market maker* menjadi anggota bursa *OTC market* dan anggota kliring/kustodian.
10. Pasar ketiga disebut juga *Over The Counter (OTC) market*.

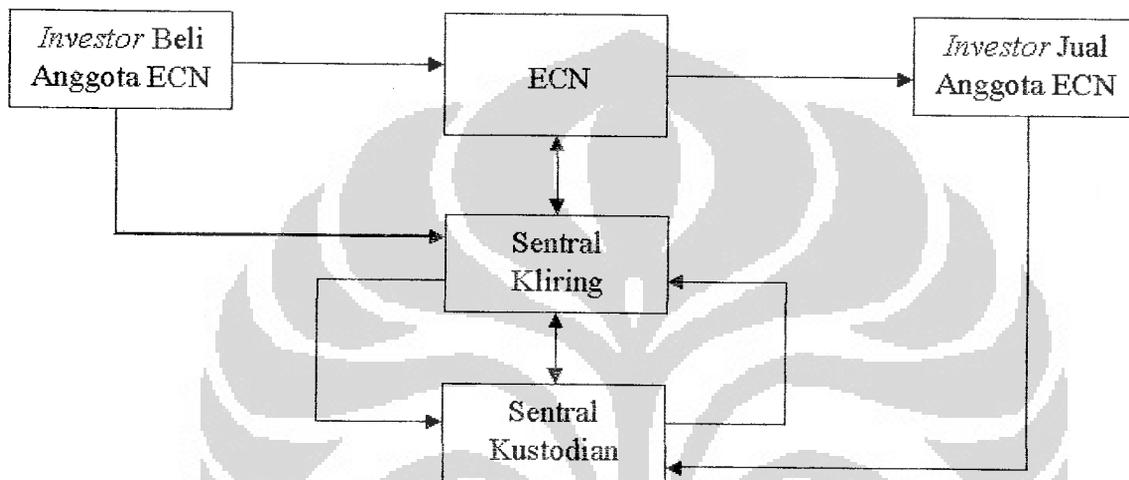
4) Pasar ke Empat

Penjualan sekuritas dalam jumlah besar (*block sales*) dapat dilakukan oleh perantara-pedagang efek dengan nasabahnya melalui tatap muka. Mekanisme ini pernah terjadi pada awal-awal perdagangan efek diabad ke-17. Dengan kemajuan teknologi, mekanisme ini dapat dilakukan melalui *electronic communication network (ECN)* asalkan para pelaku memenuhi syarat, yaitu memiliki efek dan dana di *central custodian*, dan *central clearing house*. Pelaku

pasar keempat akan menjadi anggota dari *ECN*, *central custodian*, dan *central clearing house*. Pasar keempat ini hanya dilaksanakan oleh pasar *investor* besar.

Nasabah semacam ini biasanya adalah *investor* institutional yang besar seperti *dana pensiun* atau *mutual fund*. Keuntungan perdagangan semacam ini adalah keuntungan ekonomis dan keuntungan dalam hal kecepatan transaksi.

Gambar 2.5. Mekanisme Perdagangan Pasar Ke-empat



Sumber : Dr. Mohammad Samsul, M.Si., Ak. ; PASAR MODAL DAN MANAJEMEN PORTOFOLIO (Ciracas, Jakarta 13740 : ERLANGGA), hal 50

2.1.2. Klasifikasi Perusahaan Efek

Adapun kegiatan bisnis penjaminan emisi (*underwriting*), Perantara-Pedagang Efek (*Broker dan Dealer*) dan Pengelola Aset (*Fund Manager*), yang akan dibahas dalam *business plan* ini, berawal dari kegiatan *Merchant Banking*⁸ yang berkembang pada abad XIII di daratan Eropa. *Merchant banking* yang berasal dari daratan Eropa mengilhami evolusi *Investment Banking* di Amerika yang memiliki aktivitas serupa.

⁸ Verma JC. , *Merchant Banking : Organization and Management*, (New Delhi: Tata McGraw-Hill, 1990), hal.1.

Bentuk kegiatan *merchant bank* yang berawal dari jual beli dengan resiko tinggi (*highly venture risk*) terus berkembang hingga seperti ditemui dewasa ini, seperti membeli saham dari suatu perusahaan yang memiliki prospek yang baik dan berada pada sektor usaha yang berkembang dan selanjutnya menjual kepada pihak ketiga yang berminat.

Perbedaan antara *Clearing* atau *Commercial Bank* dengan *Merchant Bank* adalah bahwa *Clearin* atau *Commercial Bank* pada umumnya bergerak dalam pendanaan jangka pendek, seperti modal kerja dan kredit jangka pendek. Selain itu *Clearing* atau *Commercial Bank* menerima deposito nasabah, dengan demikian sebagian besar sumber dananya dijaga dalam bentuk *assets* yang *liquid* atau yang mendekati bentuk tunai. Sedangkan *Merchant Bank* tidak menekankan pada segi simpan-pinjam dana, namun lebih kepada segi penanaman modal dan upaya peningkatan nilai sehingga dapat memberikan nilai *return* ataupun nilai investasi yang lebih besar. Sehingga dalam pada umumnya *Merchant Bank* menawarkan paket jasa berupa peningkatan dan pengembangan proyek industri yang di dalamnya termasuk kegiatan *corporate counseling, project advisory services, corporate restructuring and financial engineering, managing mergers or amalgation, investment advisory services, fund management and portofolio management, acceptance credit and bill discounting.*

Berkenaan dengan perusahaan efek di Indonesia, kegiatan-kegiatan yang diatur dalam peraturan mengenai pasar modal (antara lain SK Menteri Keuangan No. 1548/KMK.013/1990) adalah: Penjamin Emisi Efek, Perantara-Pedagang Efek, Manajer Investasi, atau Penasihat Investasi.

2.1.3. Penjamin Emisi Efek (Underwriting)

Fungsi pokok Penjamin Emisi Efek adalah menjamin terjualnya efek yang diterbitkan oleh Emiten sesuai dengan perjanjian Penjaminan Emisi (*Underwriting Agreement*) yang

disepakati. Di Indonesia, jenis perjanjian penjaminan emisi yang digunakan adalah yang bersifat *full or firm commitment*, yaitu penjaminan emisi wajib menjualkan seluruh efek yang diterbitkan dan harus membeli sisa efek yang tidak terjual.

Dengan demikian profesi Penjamin Emisi Efek sarat dengan resiko. Selain itu ada pula ketentuan Bapepam yang lebih membatasi, yaitu bahwa dalam hal terjadi kelebihan permintaan beli (*oversubscribe*), Penjamin Emisi tidak diperkenankan membeli efek untuk kepentingan dirinya. Sebaliknya jika terjadi kekurangan permintaan beli (*undersubscribe*) Penjamin Emisi wajib membeli efek tersebut terlebih dahulu.

Sebagai kompensasi atas potensi resiko yang ditanggungnya, Penjamin Emisi memperoleh imbalan jasa penjaminan (*underwriting fee*). Selain itu, Penjamin Emisi juga memperoleh imbalan jasa pengelolaan (*management fee*) atas jasanya mempersiapkan proses emisi dan melakukan distribusi efek. Dengan demikian, tugas Penjamin Emisi mencakup tiga aspek, yaitu :

1. Aspek Manajemen :

- Saran mengenai jenis dan jumlah efek yang akan diterbitkan.
- Perhitungan harga wajar efek.
- Kebijakan umum perusahaan seperti strategi perusahaan, kebijakan pembagian deviden, masalah perpajakan, rencana ekspansi perusahaan.
- Membantu proses persiapan penawaran umum (*go public*) dengan menyelesaikan semua persyaratan yang telah ditetapkan oleh pihak-pihak yang berwenang.

2. Aspek Finansial :

Mencari dana yang berasal dari calon *investor* yang berminat untuk menanamkan modalnya pada sekuritas yang ditawarkan, dan apabila calon *investor* belum diperoleh

maka Penjamin Emisi harus menyiapkan sejumlah dana yang sudah disepakati sesuai dengan Perjanjian Penjaminan Emisi untuk dibayarkan kepada emiten.

3. Aspek Distribusi :

Menghubungi Perantara-pedagang Efek yang berminat sebagai agen penjual. Segera setelah pasar perdana selesai, maka penjaminan emisi bertanggung jawab menyalurkan fisik efek yang telah dipesan oleh *investor*. Dari segi kepentingan perusahaan efek, aspek-aspek yang harus diperhatikan :

- Bauran Pemasaran (*marketing mix*), mencakup :
 - Konsep produk yang akan diluncurkan, yaitu jenis efek, sektor industri, kondisi fundamental emiten apakah akan menghasilkan efek yang *quick yield* tetapi fluktuatif atau *slow yield* tetapi lebih stabil. Kesemuanya harus disesuaikan dengan target pasar yang dituju.
 - Sasaran *investor* yang dituju, apakah hanya *investor* domestik atau juga *investor* asing, *investor* institusi atau individual.
 - Cara melakukan promosi, apakah perlu diadakan *road show*, yaitu presentasi kepada calon-calon *investor* potensial, atau cukup dengan melalui iklan dimedia cetak atau televisi.
 - Penetapan harga efek yang tepat, sehingga cukup adil dirasakan baik oleh emiten maupun oleh calon *investor*.
- Persiapan sumber dana yang akan digunakan untuk cadangan pembelian efek yang dijamin.
- Penentuan waktu yang tepat untuk saat emisi, mengingat komoditi ini sangat sensitif terhadap faktor *timing* (waktu).

Dari segi pengamanan kepentingan Penjamin Emisi terlihat bahwa tuntutan akan kepiawaian analis dalam menilai potensi return dan potensi resiko memegang peranan penting, selain dari segi penguasaan pasar sebagaimana terjadi pada jenis usaha lainnya.

2.1.4. Perantara-Pedagang Efek

Broker Efek (Perantara Perdagangan Efek) berbentuk suatu perusahaan yang berfungsi melaksanakan perintah beli dan jual atas permintaan nasabah, sedangkan Pedagang Efek (*Dealer*) melaksanakan transaksi jual beli atau menahan efek untuk kepentingan dirinya sendiri. Sehingga suatu perusahaan *Broker* Efek dapat melaksanakan transaksi atas efek baik atas permintaan nasabahnya atau kepentingan dirinya sendiri akan tetapi dengan ketentuan apabila harus melakukan transaksi atas efek yang sama, harus mendahulukan kepentingan nasabah.

Sebagai Perantara Efek, perusahaan efek memperoleh pendapatan yang berasal dari komisi, sedangkan sebagai Pedagang Efek perusahaan efek memperoleh pendapatan dari *capital gain* yang didapat dari selisih harga beli dan jual suatu efek.

Perantara-Pedagang Efek dapat menerima *cash* ataupun *margin account* apabila dikehendaki oleh nasabahnya dengan memberikan kewenangan kepada Perantara-Pedagang Efek untuk mengelola portfolionya, sejumlah deposit, atau sejumlah kelipatan dari deposit yang diinvestasikannya.

Perantara-Pedagang Efek dapat menerima *cash* ataupun *margin account* apabila dikehendaki oleh nasabahnya dengan memberikan kewenangan kepada Perantara-Pedagang Efek untuk mengelola portfolionya, yaitu sejumlah deposit atau sejumlah kelipatan dari deposit yang diinvestasikannya.

Disisi lain, khususnya pada saat pasar perdana, Perantara-Pedagang Efek dapat bertindak selaku agen penjual efek yang mewakili Penjamin Emisi. Untuk kegiatan ini Perantara-Pedagang Efek memperoleh imbalan berupa *selling fee*.

Dari uraian kegiatan bisnis Perantara-Pedagang Efek, maka terlihat bahwa faktor yang memegang peranan dalam keberhasilan usahanya adalah kemampuan dalam menilai potensi hasil dan resiko suatu efek, penguasaan pasar dan kemampuan teknis manajemen portofolio.

2.1.5. Pengelola Dana

Mirip dengan kegiatan Perantara-Pedangan Efek yang menerima titipan dana nasabah untuk dikelola, perusahaan Pengelola Dana (*Fund Management*) biasanya mengkhususkan diri pada *investor* institusi, atau paling tidak nasabah individu yang mempercayakan dana dalam jumlah besar. Kontrak pengelolaan kedua belah pihak antara lain memuat pokok-pokok berupa jumlah dana yang dikelola, jangka waktu pengelolaan, batas minimum hasil, batasan komoditi yang diperbolehkan sebagai instrumen investasi dan penilaian besaran biaya dari jasa yang diberikan.

Perusahaan pengelolaan dana juga dapat menerbitkan reksadana, yaitu sekumpulan efek dalam jumlah besar yang kemudian dibagi-bagi menurut nilai tertentu berupa saham atau instrumen lainnya. Saham reksadana ditawarkan kepada umum dengan harga perdana tertentu dan selanjutnya diperjual-belikan di pasar sekunder sesuai dengan harga pasar yang terjadi.

Reksadana bisa bersifat terbuka (*open-end*) atau tertutup (*close-end*). Bersifat terbuka jika pihak pengelola dana dapat mengubah-ubah jenis maupun komposisi efek pendukungnya. Sebagai contoh adalah sertifikat Danareksa dimana PT (Persero) Danareksa selalu mengubah efek pendukung sesuai dengan perkembangan harga efek di pasar sekunder untuk mendapatkan komposisi terbaik. Selain itu selaku penerbit PT (Persero) Danareksa juga menjamin likuiditas

jenis investasi tersebut dengan membeli setiap sertifikat yang dijual kembali kepadanya dengan harga di atas harga perdana atau paling tidak mendekati harga perdana. Sedangkan reksadana tertutup adalah apabila jenis dan komposisi efek pendukung tidak diubah-ubah sehingga sama dengan pada saat diterbitkan.

Dari uraian kegiatan Pengelola Dana, maka terlihat bahwa faktor yang memegang peranan dalam keberhasilan usahanya adalah kemampuan dalam menilai potensi hasil dan resiko suatu efek dan kemampuan teknis manajemen portofolio.

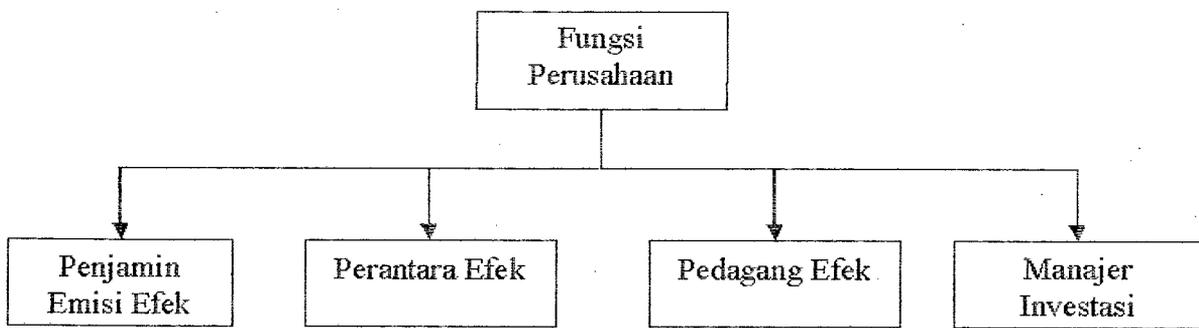
2.2. PERUSAHAAN EFEK

Menurut UUPM nomor 8 tahun 1995, *Perusahaan efek adalah pihak yang melakukan kegiatan usaha sebagai Penjamin Emisi Efek Perantara Pedagang Efek, atau Manajer Investasi.*⁹ Apa yang dimaksud dengan pihak di atas tidak lain adalah perusahaan yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT).

Penjamin Emisi Efek adalah pihak yang membuat kontrak dengan emiten untuk melakukan penawaran umum bagi kepentingan emiten dengan atau tanpa kewajiban membeli sisa efek yang tidak terjual. Perantara efek adalah pihak yang melakukan kegiatan membeli atau menjual efek untuk kepentingan pihak lain. Pedagang efek adalah pihak yang melakukan kegiatan membeli atau menjual efek untuk kepentingan perusahaan efek itu sendiri. Perusahaan efek memperoleh izin usaha dari Bapepam.

⁹ Undang-undang Pasar Modal Nomor 8 tahun 1995, pasal 1 angka 21

Gambar 2.6. Fungsi Perusahaan Efek



Sumber : Dr. Mohammad Samsul, M.Si., Ak. ; PASAR MODAL DAN MANAJEMEN PORTOFOLIO (Ciracas, Jakarta 13740 : ERLANGGA), hal 50

2.2.1. Anggota Bursa

Menurut UUPM Nomor 8 Tahun 1995 dan peraturan perundangan lainnya, Anggota Bursa adalah perusahaan efek yang telah memperoleh izin usaha dari Bapepam dan mempunyai hak untuk mempergunakan sistem dan atau sarana bursa efek sesuai dengan peraturan bursa efek.¹⁰ Perusahaan efek yang ingin melakukan perdagangan sebagai perantara dan atau pedagang efek wajib memiliki Surat Persetujuan Anggota Bursa (SPAB). Perusahaan efek yang belum memiliki SPAB dapat bertindak sebagai pedagang efek yang melakukan jual beli efek layaknya sebagai *investor*. Mereka tidak dapat melakukan transaksi langsung di Bursa Efek, tetapi pesanan beli dan jual dilakukan melalui Anggota Bursa lain.

Perusahaan efek tidak selalu menjadi Anggota Bursa, tetapi Anggota Bursa pasti perusahaan efek. Pihak yang berdagang di bursa efek adalah Anggota Bursa yang diwakili oleh Wakil Perantara Pedagang Efek (WPPE). Anggota Bursa adalah cerminan dari perusahaan efek, sedangkan WPPE adalah orang perorangan yang dapat melakukan perdagangan. Semua tindakan

¹⁰ Ibid, pasal 1 angka 2

WPPE beserta dampak keuangan dari perdagangan efek menjadi tanggung jawab Anggota Bursa, bukan pribadi WPPE.

Pedagang efek di bursa hanya dapat dilakukan oleh Anggota Bursa Efek yang juga menjadi anggota kliring penjaminan efek di Indonesia (KPEI).¹¹

2.2.2. Anggota Kliring

Anggota Bursa (AB) yang ingin melakukan sendiri pembayaran dana dan penyerahan efek dengan Sentral Kliring dan Sentral Kustodian diwajibkan untuk menjadi anggota kliring. Untuk menjadi anggota kliring, AB wajib memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Sentral Kliring dan Sentral Kustodian. Di Indonesia, Sentral Kliring Efek diselenggarakan oleh Kliring Penjaminan Efek Indonesia (KPEI) dan Sentral Kustodian diselenggarakan oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). Anggota Bursa yang tidak menjadi anggota kliring (*nonclearinghouse member*) tidak dapat melakukan transaksi secara langsung di Bursa Efek, tetapi dapat menitipkan pesanan dan penyelesaiannya kepada Anggota Bursa lainnya yang menjadi anggota kliring (*clearinghouse member*) melalui perjanjian atau kesepakatan diantara mereka.

2.2.3. Penggabungan Fungsi yang memiliki *Conflict of Interest*

Fungsi perantara dan fungsi pedagang yang digabung dalam suatu Perusahaan Efek dapat membahayakan *investor*, karena *investor* mungkin akan menanggung resiko kerugian apabila perantara tidak jujur atau *investor* tidak terus-menerus memonitor order yang dipasang selama jam perdagangan. Misalnya, *investor* memasang order beli sebanyak 100 lot pada saham ASII pada harga Rp 4.000 pada jam 11.00 siang. Perantara segera melaksanakan order tersebut dan transaksi terjadi, tetapi perantara tidak segera mengkonfirmasi kepada *investor*. Pada sesi

¹¹ Direksi BEJ No.; Kep-318/BEJ/12-2004 tertanggal 7/12/2004, butir II.1.2.

kedua yang dimulai pada pukul 13.00, harga saham ASII merangkak naik menjadi Rp 4.500 dan perantara menjual saham ASII tersebut serta memperoleh keuntungan sebesar $100 \times 500 \times \text{Rp } 500 = \text{Rp } 25 \text{ juta}$. Keuntungan ini dapat masuk ke rekening perusahaan efek (karena merangkap sebagai *trader*) atau rekening direksi perusahaan efek melalui penggunaan rekening nasabah yang pasif. Kemungkinan ini dapat terjadi apabila *investor* tidak terus memonitor order beli yang dipasangnya.

Kasus semacam ini sering terjadi di Indonesia sepanjang order *investor* masih dibukukan sebagai order Anggota Bursa dalam sistem perdagangan. Untuk mengatasi hal yang merugikan *investor* itu, sudah waktunya sistem nama Anggota Bursa sebagai pemilik saham (*street name*) diganti dengan nama *investor* sebagai pemilik saham (Anggota Bursa qq nama *investor*). Selanjutnya, setiap *investor* secara rutin, tanpa diminta, harus mendapatkan rekening koran mengenai status sahamnya sehingga dapat mengecek semua transaksi satu bulan yang lalu. Di Inggris, penggabungan fungsi perantara dan pedagang dalam satu Perusahaan Efek sangat dilarang, dan hanya diizinkan satu fungsi saja, perantara atau pedagang efek.

2.2.4. Kepemilikan Perusahaan Efek

Di Indonesia, pihak asing dapat mendirikan perusahaan efek secara patungan dengan pihak Indonesia (*joint venture*) dengan komposisi kepemilikan asing maksimal 35%. Pihak asing yang dimaksud adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan, sementara yang bergerak dibidang nonkeuangan dilarang menjadi pemegang saham perusahaan efek. Pemegang saham perusahaan efek dari pihak Indonesia dapat bersifat orang perorangan, koperasi, yayasan atau perseroan. Pemegang saham perusahaan efek dapat memiliki lebih dari satu perusahaan efek asalkan kepemilikannya pada setiap perusahaan itu dibawah 20% dari modal disetor.

2.2.5. Wakil Perusahaan Efek

Dalam menjalankan semua fungsi-fungsi itu, Perusahaan Efek diwakili oleh perorangan yang memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh Bapepam dan Bursa Efek. Fungsi emisi efek dijalankan oleh Wakil Penjamin Emisi Efek (WPEE), fungsi perantara dan perdagangan efek dijalankan oleh Wakil Perantara Pedagang Efek (WPPE), dan fungsi manajer investasi dijalankan oleh Wakil Manajer Investasi (WMI). Untuk dapat melakukan kegiatan sebagai WPEE, WPPE, dan WMI harus mendapat izin tertulis dari Bapepam, yang biasa disebut izin perorangan (IP). Persyaratan utama untuk mengurus izin perorangan, orang perorangan tersebut harus memiliki sertifikat profesi pasar modal melalui ujian yang diselenggarakan oleh Panitia Ujian Profesi Pasar Modal di Jakarta atau Surabaya. Ketentuan lain yang penting adalah :

1. Orang perorangan yang sudah memiliki izin untuk bertindak sebagai Wakil Penjamin Emisi Efek dapat bertindak sebagai Wakil Perantara Pedagang Efek.
2. Orang Perorangan yang sudah memiliki izin untuk bertindak sebagai WPE, WPEE, atau WMI dilarang bekerja pada lebih dari satu Perusahaan Efek.

Dalam prakteknya banyak dijumpai istilah mengenai WPPE ini. *Floor broker or floor trader* adalah WPPE yang ditempatkan di lantai perdagangan bursa. *Firm manager* adalah koordinator para *floor broker or floor trader* di lantai perdagangan, maka salah satu diantara mereka akan ditunjuk sebagai *firm manager* dan yang mewakili Anggota Bursa ketika berurusan dengan bursa efek. *Dealer* adalah WPPE yang bertugas mengirim order jual atau order beli para nasabah dari kantor broker ke *floor broker* di lantai perdagangan bursa. *JATS trader* adalah WPPE yang sudah memiliki sertifikat *Jakarta Automated Trading System* yang dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia. Hanya *JATS trader* yang berhak mengoperasikan komputer perdagangan.

2.2.6. Modal Perusahaan Efek

Modal disetor dan modal kerja bersih disesuaikan (MKBD) Perusahaan Efek tergantung pada fungsi-fungsi yang dimilikinya, seperti Perantara Pedagang Efek (PPE), Penjamin Emisi Efek (PEE), atau Manajer Investasi (MI). PPE dipisahkan menjadi dua, yaitu PPE yang mengadministrasikan rekening nasabah (PPE-ARN), dan yang tidak mengadministrasikan rekening nasabah (PPE-TARN). Jumlah modal perusahaan Efek seringkali berubah-ubah sesuai dengan keputusan Menteri Keuangan. Tabel 2.1. menyajikan jumlah modal Perusahaan Efek menurut Keputusan Menteri Keuangan nomor : 179/KMK.010/2003 yang harus dipenuhi sebelum 31 Desember 2004.

Tujuan dari modal kerja bersih disesuaikan (MKBD) adalah untuk mengetahui kemampuan Anggota Bursa dalam membayar utang jangka pendek yang formulanya diatur oleh Bapepam.

Tabel 2.1. Modal Disetor dan MKBD per 31 Desember 2004 (Juta Rp)

Fungsi	Modal Disetor	MKBD
1. PEE	Rp 50.000	Rp 25.000
2. PPE-TARN	Rp 500	Rp 200
3. PPE-ARN	Rp 30.000	Rp 25.000
4. MI	Rp 5.000	Rp 200
5. PEE + MI	Rp 55.000	Rp 25.200
6. PPE-ARN + MI	Rp 35.000	Rp 25.200

Semakin besar MKBD semakin besar transaksi yang dapat dilakukan oleh Anggota Bursa pada hari bersangkutan. Oleh karena itu, laporan MKBD ke Bursa Efek pada setiap pagi hari sebelum perdagangan dimulai adalah untuk memberi batas maksimum nilai perdagangan yang dapat dilakukan oleh Anggota Bursa tersebut pada hari bersangkutan.

2.3. STRATEGI USAHA

Strategi dalam perusahaan terbagi menjadi *corporate strategy* dan *business strategy*. Dimana strategi pada tingkat *corporate* adalah sebuah rencana untuk menggunakan dan mengembangkan kompetensi inti, sehingga tidak hanya dapat melindungi dan membesarkan bidangnya saja tetapi dapat juga diperluas kepada bidang yang baru.¹²

Strategi pada tingkat unit bisnis adalah sebuah rencana untuk mengkombinasikan kompetensi inti fungsi dalam rangka memposisikan organisasi sehingga memiliki keunggulan kompetitif dalam bidangnya (Jones, 2001, hal 204). Strategi bisnis menurunkan strategi pemasaran yang dibuat pada tingkatan unit bisnis, yang berperan membantu pengembangan perpektif strategi dalam mengarahkan unit menghadapi masa depan.

Subhask (1997) mengemukakan bahwa pembuatan strategi pemasaran erat hubungannya dengan tiga pilar kekuatan : *Customer, Competition, Corporate*. Unsur-unsur kunci dalam merumuskan strategi pemasaran adalah :

- Menganalisa lingkungan bisnis yang ada
- Menganalisis unsur 3 C.
- Melakukan penilaian dan membuat strategi pemasaran.

Suatu organisasi, jika ingin mempertahankan atau meningkatkan produktivitas harus mampu beradaptasi dengan lingkungan dimana organisasi tersebut berada. Demikian juga hal selanjutnya, organisasi harus memperhatikan lingkungan dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.

¹² Jones, 2001, hal 204

Membagi lingkungan suatu organisasi atas lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Lingkungan eksternal adalah lingkungan yang berada diluar perusahaan sedangkan lingkungan internal adalah situasi dan kondisi yang berada di dalam perusahaan¹³.

2.3.1. Lingkungan Eksternal

Lingkungan Eksternal adalah faktor-faktor yang pada dasarnya terlepas dari dan berada di luar kendali suatu entitas usaha, yang terdiri dari faktor-faktor ekonomi, sosial, politik, teknologi dan ekologi. Lingkungan eksternal terbagi atas tiga bagian yaitu, Lingkungan Umum (*general*), Lingkungan Industri, Lingkungan Operasi atau Lingkungan Pesaing¹⁴.

- 1) **Lingkungan Umum** : mencakup elemen dalam masyarakat luas yang dapat mempengaruhi suatu industri dan perusahaan didalamnya. Element-element tersebut dikelompokkan menjadi beberapa segmen lingkungan sebagai berikut :
 - a) **Demografi** : Kondisi demografi berkaitan dengan ukuran populasi, struktur usia, distribusi geografi, kondisi etnis dan distribusi pendapatan. Perubahan dari faktor demografi bisa menerangkan beberapa fenomena yang terjadi, misalnya suatu segmen.
 - b) **Ekonomi** : Trend ekonomi suatu negara merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam menyusun suatu strategi. Trend ekonomi bisa mempengaruhi segmen industri yang langsung ataupun tidak langsung akan mempengaruhi pola konsumsi dari segmen tersebut. Hal-hal yang perlu diperhatikan antara lain, pendapatan perkapita, pertumbuhan GNP, Tingkat suku bunga dan tingkat inflasi.
 - c) **Politik dan Hukum** : Perkembangan situasi politik dan perangkat hukum merupakan hal yang juga penting diperhatikan oleh perusahaan. Misalnya undang-undang anti

¹³ Pearce II, John A. & Richard B. Robinson, Jr., *Strategic Management : Formulation, Implementation, and Control*, (Illinois : Richard D), 1994

¹⁴ Michael A. Hitt, R Duane Ireland & Robert E Hoskisson (*Strategic Management*, 1999, hal. 47)

monopoli, undang-undang dibidang perpajakan, undang-undang perburuhan, dan sebagainya.

d) Sosial Budaya : Kondisi sosial yang berubah akan dapat mempengaruhi suatu perusahaan melalui perubahan yang ditimbulkannya terhadap permintaan barang atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Perubahan ini berkaitan dengan faktor-faktor yang berubah pada nilai-nilai masyarakat, kepercayaan, sikap, gaya hidup dan pendapatan. Kondisi sosial ini merupakan suatu faktor yang bersifat dinamis.

e) Teknologi : Suatu "*breakthrough or innovation*" dari teknologi dapat membuat perubahan yang dramatis dari lingkungan perusahaan. Adaptasi teknologi yang kreatif memungkinkan perusahaan dapat menciptakan produk baru, menambah atau meningkatkan teknik-teknik baru sehingga produk yang dihasilkan lebih bermutu dengan harga yang lebih rendah.

f) Global : merupakan suatu kejadian-kejadian penting yang ada dibelahan negara lain yang saling berhubungan dan mempengaruhi keseluruhan tatanan dari pasar yang ada. Faktor global ini berpengaruh terhadap kondisi pasar terkait tersebut. Sebagai contoh kesepakatan AFTA, NAFTA, dst.

2) **Lingkungan Industri** : Menurut Michael E. Porter ada lima kekuatan yang mempengaruhi peluang dan ancaman suatu perusahaan di dalam lingkungan industri dan menentukan keunggulan daya saing, yaitu:

a) Ancaman terhadap masuknya pesaing baru.

Masuknya pendatang baru dapat mengubah kondisi lingkungan industri suatu perusahaan. Dengan masuknya pendatang baru yang sudah tentu akan merebut bagian pasar yang sudah ada dan seringkali mengakibatkan penurunan harga serta

meningkatkan biaya yang pada akhirnya dapat menurunkan kemampuan perusahaan dalam mencetak laba. Banyak pendatang baru yang tertarik untuk masuk ke dalam industri akan bergantung pada besar-kecilnya hambatan-hambatan (*barier to entry*) untuk memasuki industri tersebut. Hambatan-hambatan tersebut merupakan kondisi yang menghalangi perusahaan lain untuk masuk ke dalam industri, antara lain:

- Skala Ekonomi, pencapaian skala ekonomi oleh para pemain lama yang menyebabkan dicapainya biaya produk atau jasa yang rendah, akan membuat pemain baru berfikir dua kali untuk masuk ke pasar karena tantangan yang berat.
- Diferensiasi produk, menciptakan hambatan dengan memaksa pendatang baru mengeluarkan biaya yang besar untuk mengatasi kesetiaan pelanggan yang ada. Intensitas merek yang ada telah menciptakan suatu loyalitas ("*brand loyalty*").
- Kebutuhan modal, makin besar modal yang dibutuhkan oleh pemain baru untuk masuk ke industri tersebut, makin besar pula hambatannya. Kebutuhan modal ini meliputi berbagai rantai aktivitas perusahaan seperti produksi, penelitian dan pengembangan, pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia dan lain-lain.
- Biaya untuk beralih (*switching cost*), merupakan biaya yang harus dikeluarkan pembeli untuk berpindah dari suatu produk ke produk lainnya. Jika biaya ini rendah maka akan memudahkan pesaing baru untuk masuk ke dalam industri, sebaliknya, bila biaya untuk beralih tinggi, maka pembeli akan berfikir lebih lanjut untuk pindah ke produk pemasok lainnya.
- Keunggulan biaya yang tidak tergantung dari skala ekonomi, seperti akses ke saluran distribusi, adanya kebutuhan dari pendatang baru untuk mengamankan distribusi produknya, dimana saluran distribusi untuk produk tersebut telah

ditangani oleh pemain lama, sehingga pesaing baru harus berusaha untuk mendapatkan saluran lainnya atau harus berbagi dengan saluran yang telah ada dengan cara menurunkan harga, yang pada akhirnya mengurangi laba. Selain itu lokasi yang strategis dan adanya subsidi dari pemerintah justru turut berpengaruh.

- Respon para pesaing. Respon yang keras terhadap pendatang baru akan menjadi halangan bagi masuknya pendatang baru ke dalam suatu industri.

b) Kekuatan tawar-menawar dengan pemasok.

Pemasok yang kuat dapat menjadi ancaman serius bagi perusahaan, dengan cara menaikkan harga produk atau jasa yang dibeli, dimana pada akhirnya dapat mengurangi laba perusahaan. Posisi pemasok dikatakan kuat bilamana:

- Produk pemasok merupakan input penting bagi perusahaan;
- Perusahaan pembeli bukanlah pelanggan utama bagi pemasok;
- Para pemasok didominasi oleh beberapa perusahaan dan lebih terkonsentrasi ketimbang industri dimana mereka menjualnya;
- Produk yang digunakan tidak bersifat standar dan diperlukan biaya tinggi untuk beralih;
- Pemasok tidak memiliki saingan dari produk pengganti lain untuk dijual ke industri; dan
- Kelompok pemasok memperlihatkan ancaman yang meyakinkan untuk melakukan integrasi vertikal.

c) Kekuatan tawar-menawar dengan pembeli

Pembeli dapat memaksa menurunkan harga yang diikuti peningkatan yang lebih tinggi dan pelayanan yang lebih baik, yang pada akhirnya dapat mengurangi laba perusahaan. Posisi pembeli dikatakan kuat bilamana:

- Kelompok pembeli terpusat dan membeli dalam jumlah relatif besar;
- Produk yang dibeli dari industri merupakan produk standar, sehingga dengan mudah pembeli mendapatkan pemasok lain;
- Biaya yang relatif rendah untuk beralih dari satu pemasok ke pemasok lainnya (*switching cost*);
- Pembeli mempunyai kapasitas untuk melakukan integrasi vertikal ke belakang sehingga mempunyai kekuatan untuk mengancam dan dapat menuntut konsensi; dan
- Pembeli memiliki informasi lengkap tentang kondisi penawaran dan permintaan pasar, harga aktual pasar, bahkan harga pemasok.

d) Ancaman terhadap produk substitusi

Produk substitusi merupakan produk yang dapat menggantikan produknya maupun fungsinya dengan produk lain. Hal ini akan menjadi ancaman serius jika produk tersebut memiliki keunggulan dibandingkan produk yang ditawarkan perusahaan. Makin tinggi "*competitive advantage*" suatu produk, maka ancaman produk substitusi makin lemah. Produk pengganti tersebut merupakan ancaman besar jika:

- Memiliki harga yang cenderung makin murah; dan
- Merupakan bagian dari industri yang berskala besar dan menguntungkan.

- e) Kekuatan persaingan diantara pesaing.

Persaingan sesama pemain dalam lingkungan industri sangat ditentukan oleh struktur industri dan pasar. Dalam pasar persaingan sempurna, persaingan sangat tajam, sedangkan dalam pasar monopoli persaingan relatif kecil dan produsen sering melakukan kerjasama. Tinggi rendahnya tingkat persaingan dipengaruhi oleh 4 faktor lainnya.

3) **Lingkungan Operasi atau Lingkungan Pesaing** : Faktor-faktor yang langsung mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mendapatkan sumber daya dan dalam memasarkan produknya adalah :

- a) Posisi persaingan perusahaan, dapat dilihat dengan indikator besarnya pangsa pasar, harga yang bersaing, lokasi yang strategi operasi, antisipasi perubahan pangsa pasar dan alokasi sumber daya. Dalam menentukan profil pelanggan perlu diperhatikan aspek demografi.
- b) Profil pelanggan, mengidentifikasi pelanggan saat ini maupun pelanggan potensial sangat bermanfaat dalam perencanaan strategi operasi, antisipasi perubahan pangsa pasar dan alokasi sumber daya. Dalam menentukan profil pelanggan perlu diperhatikan aspek demografi.
- c) Pemasok, hubungan yang baik dan mesra dengan pemasok sangat menentukan posisi persaingan. Pemasok yang dipilih adalah pemasok yang loyal dan mampu memenuhi kebutuhan perusahaan, harga bersaing dan reputasi yang baik.
- d) Kreditur, pihak yang membantu perusahaan dalam mengusahakan perolehan sumber daya seperti keuangan dan material.

- e) Tenaga kerja, sangat bergantung pada tersedianya pasar tenaga kerja, kemampuan untuk menghargai karyawan dan reputasi perusahaan. Jika faktor-faktor di atas baik maka perusahaan dapat memperoleh tenaga kerja yang terdidik, ahli dan berkepribadian baik.

Faktor ekonomi terkait dengan karakter dasar dan kecenderungan sistem ekonomi dimana suatu entitas usaha berada. Keduanya secara langsung mempengaruhi bentuk dan mekanisme operasi suatu entitas usaha. Beberapa hal yang termasuk faktor ekonomi adalah pola konsumsi, ketersediaan kredit, tingkat pendapatan yang dibelanjakan, tingkat bunga, tingkat inflasi.

Faktor sosial yang mempengaruhi suatu entitas usaha antara lain adalah keyakinan, nilai-nilai, perilaku, opini, gaya hidup yang tumbuh dari kondisi budaya, demografis, ekologis, keagamaan, pendidikan, etnis. Faktor-faktor tersebut secara terus-menerus mengalami perubahan. Perubahan tersebut disebabkan oleh usaha dari masing-masing individu untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya dengan cara mengendalikan atau melakukan adaptasi atas faktor-faktor lingkungan.

Faktor politik menentukan hukum serta parameter-parameter aturan dalam batas-batas mana suatu entitas usaha harus beroperasi. Bentuk-bentuk praktis dari faktor politik dapat ditemukan dalam kebijakan dan aturan tentang perdagangan, pajak, upah minimum, dan lain-lain. Lebih lanjut, faktor politik menempatkan pemerintah pada posisi yang sangat signifikan dalam lingkungan usaha, terkait dengan tiga fungsi yang dilakukannya yaitu : *supplier function*, *customer function* dan *competitor function*.

Faktor keempat yaitu faktor teknologi adalah faktor yang menuntut antisipasi secepat mungkin dari entitas usaha. Entitas usaha harus menyadari sejauh mana kemajuan teknologi yang digunakan di dalam industri dan dapat meramalkan kecenderungannya dimasa depan.

Faktor ekologi, adalah faktor yang berbicara tentang hubungan antara sesama manusia dan makhluk hidup lainnya serta lingkungan yang mendukung keberadaan keduanya.

2.3.2. Lingkungan Internal

Pentingnya Analisis Internal adalah untuk dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Analisa lingkungan internal perlu dilakukan, karena perusahaan dapat mengetahui tindakan apa yang dapat dilakukan, yang dimungkinkan oleh sumber daya yang dimiliki, dengan kemampuan dan kompetensi inti yang dimiliki. Analisa lingkungan internal terdiri dari tiga komponen utama, yaitu:

- 1) **Sumber Daya** : Sumberdaya adalah input-input dalam proses produksi perusahaan. Sumberdaya berwujud (*tangible assets*) adalah aktiva-aktiva yang dapat dilihat dan diukur.

Tabel 2.2. Sumber Daya Berwujud (*Tangible Asset*)

Sumberdaya Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> - Kapasitas perusahaan untuk mendanai & meminjam. - Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan dana-dana internal.
Sumberdaya Organisasi	<ul style="list-style-type: none"> - Struktur pelaporan formal perusahaan dan perencanaan formalnya, sistem kontrol dan sistem koordinasi.
Sumberdaya Fisik	<ul style="list-style-type: none"> - Kecanggihan teknologi dan lokasi gedung kantor perusahaan dan peralatan lainnya. - Akses ke pasar.
Sumberdaya Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> - Persediaan teknologi, seperti hak paten, hak cipta, merek dagang, rahasia dagang.

Sumberdaya tidak berwujud (*Intangible Assets*) meliputi aktiva-aktiva yang berakar dalam perusahaan. Pada kenyataannya, kesuksesan perusahaan lebih terletak pada kapabilitas intelektual dan sistemnya daripada aktivitas fisik yang dilakukan perusahaan.

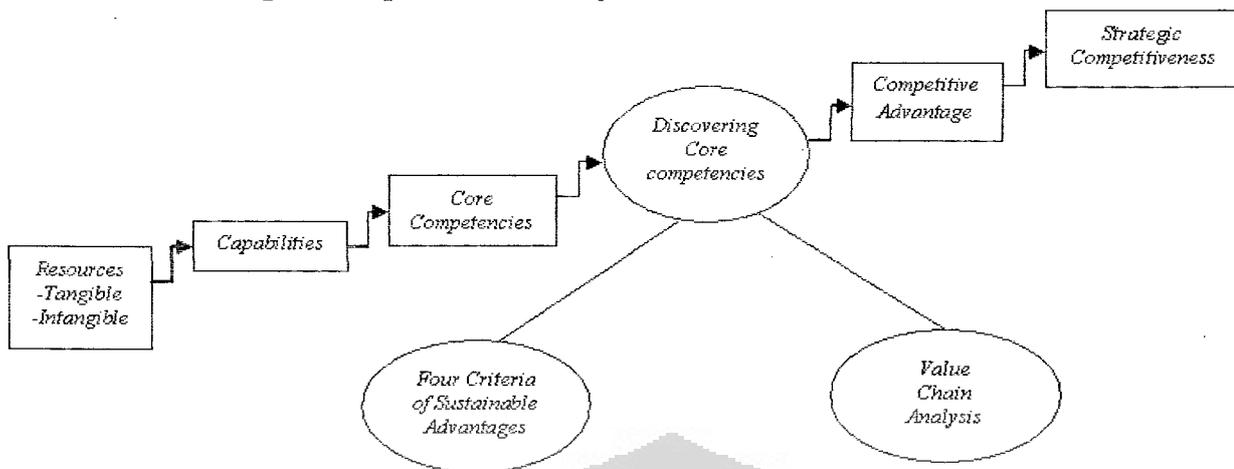
Tabel 2.3. Sumber Daya Tidak Berwujud (*Intangible Assets*)

Sumberdaya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> - Ilmu Pengetahuan - Kepercayaan - Kemampuan karyawan - Kapabilitas Manajerial
Sumber Organisasi	<ul style="list-style-type: none"> - Gagasan - Kapabilitas Saintifik - Kapasitas Untuk Melakukan Inovasi - Budaya Perusahaan
Sumberdaya Reputasi	<ul style="list-style-type: none"> - Reputasi Dengan Para Pelanggan - Nama Merek - Persepsi Terhadap Kualitas, daya tahan, dan Reabilitas Produk. - Reputasi Dengan Para Supplier

Semakin sebuah sumberdaya tidak dapat diamati, yaitu tidak berwujud, semakin keunggulan kompetitif yang didasari oleh sumberdaya tersebut memiliki daya tahan. Manfaat lain adalah sumberdaya tidak berwujud penggunaan mereka dapat didayagunakan.

- 1) **Kemampuan** : merupakan cermin kapasitas perusahaan dengan menggunakan sumber daya yang terintegrasi, untuk mencapai apa yang diharapkan. Kemampuan timbul dan berkembang dari proses interaksi yang kompleks dari waktu ke waktu, dari sumber daya yang ada, baik yang berwujud maupun yang tak berwujud.
- 2) **Kompetensi inti** : yakni sumber daya dan kemampuan yang merupakan sumber dari keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Keunggulan bersaing yang berkesinambungan dihasilkan dari kemampuan yang bernilai, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat digantikan.

Gambar 2.7. *Component of Internal Analysis*



Sumber : (Hitt, Ireland & Hoskisson, Strategic Management, 1999, Page 89)

4 kriteria dari *Sustainable Competitive advantage*, yaitu:

- 1) **Bernilai** : Kapabilitas yang menciptakan nilai bagi suatu perusahaan dengan mengeksploitasi peluang-peluang atau menetralsir ancaman-ancaman dalam lingkungan eksternal perusahaan.
- 2) **Langka** : Kapabilitas yang dimiliki oleh sedikit, jika ada, pesaing saat ini atau potensial. Keunggulan kompetitif dihasilkan hanya ketika perusahaan mengembangkan dan mengeksploitasi kapabilitas yang berbeda dari para pesaingnya
- 3) **Terlalu Mahal untuk Ditiru** : Kapabilitas yang tidak mudah dikembangkan oleh perusahaan-perusahaan lain. Terjadi karena kombinasi dari tiga alasan, yaitu :
 - Bersifat historis : budaya organisasi atau nama merek yang berharga dan unik.
 - Penyebab bersifat ambigu : penyebab dan pemakaian kompetensi inti tidak jelas.
 - Komplexitas sosial : relasi antar pribadi, kepercayaan dan persahabatan diantara manajer, supplier dan pelanggan.
- 4) **Tidak Ada Produk Pengganti** : Kapabilitas yang tidak dimiliki ekuivalen strategis.

2.3.3. Mengenali Potensi Keunggulan Bersaing

Untuk menerapkan konsep *value chain* pada diagnosis suatu keunggulan bersaing perusahaan, maka masing-masing mata rantai nilai aktivitas harus didefinisikan. Masing-masing kategori umum dapat dipilah dalam beberapa aktivitas yang lebih konkret. Pemilihan ini tergantung pada beberapa hal, seperti : jenis industri, strategi perusahaan dan derajat atau tingkat kerincian yang dibutuhkan.

Umumnya kurang praktis untuk membagi mata rantai nilai ke dalam kategori yang lebih kecil apabila justru menimbulkan kerancuan, dengan kata lain, tidak semua pemilahan memberikan hasil. Pedoman untuk memilah aktivitas adalah :

- 1) Memiliki perbedaan secara ekonomi (*different economics*).
- 2) Memiliki dampak yang besar pada differensiasi atau.
- 3) Merupakan proporsi yang cukup besar dari total biaya.

Aktivitas utama terdiri dari : *Asset Manajement, Back Office Administration, Marketing, Front-end and Post Sales Services, Distribution, .*

Aktivitas Pendukung terdiri dari : Pengadaan, Pengembangan Teknologi, Pengelolaan Sumber Daya Manusia, Adiministrasi Umum.

2.3.4. Lingkungan Operasional

Lingkungan operasional adalah faktor-faktor yang relatif dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh perusahaan, terdiri dari pesaing, kreditur, pelanggan, tenaga kerja dan pemasok.

2.4. PEMASARAN

Kotler mengemukakan bahwa pemasaran memiliki inti konsep dimulai dari adanya kebutuhan, keinginan dan permintaan.¹⁵ Analisis pasar dilakukan untuk mengetahui berapa besar permintaan pasar, serta pasar mana yang diukur. Kotler mengemukakan bahwa sebuah pasar adalah sebuah kelompok pembeli potensial dan semua nyata bagi sebuah produk atau jasa.¹⁶ Potensial market adalah sekelompok konsumen yang tertarik dengan penawaran pasar. *Available market* adalah sekelompok konsumen yang memiliki minat, penghasilan dan akses kepenawaran pasar. *Served market* adalah bagian dari *available market* yang memutuskan untuk membeli.

Analisis pesaing dilakukan dengan cara membandingkan kekuatan dan kelemahan kompetitor melalui data sekunder, pengalaman pribadi, dan desas-desus yang terdengar.¹⁷ Pengetahuan dapat ditambah dengan melakukan penelitian pasar primer terhadap pelanggan, *suplier* dan *dealer*.

Analisis konsumen dilakukan berdasarkan faktor utama yang berpengaruh. Kottler (2001) membaginya ke dalam empat group utama : lingkungan, organisasi, interpersonal, dan individu.

Penentuan pasar yang dilayani adalah dengan pendekatan segmentasi. Pandangan segmentasi ini beranggapan bahwa tidak semua pasar memiliki perilaku dan respon yang homogen. Hal ini sesuai dengan definisinya, segmentasi pasar adalah suatu proses untuk membagi-bagi untuk mengelompok-kelompokkan konsumen ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen.¹⁸ Kotler mengemukakan bahwa basis segmentasi pasar bisnis terdiri dari beberapa variabel utama yang tertera dalam tabel berikut :

¹⁵ Kotler 2001:8

¹⁶ Kotler 2001:146

¹⁷ Kotler 2001 : 251

¹⁸ Rhenald Kasali, 2001 : 118

Tabel 2.4. *Major Segmentation Variables for Business Markets*

Segmen utama	Karakter Perusahaan yang akan dilayani
Demografi	<ul style="list-style-type: none"> • Industri : jenis industri mana yang akan dilayani/ • Ukuran : perusahaan sebesar apa dan masyarakat kelas yang mana yang akan dilayani. • Lokasi : area geografis mana yang akan dilayani?
Variabel cara beroperasi	<ul style="list-style-type: none"> • Teknologi : teknologi apa yang akan kita fokuskan? • Status pengguna/bukan pengguna : <i>heavy user, medium user, light user, non user.</i> • <i>Customer capabilities</i> : butuh banyak atau sedikit jasa?
Pendekatan pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Organisasi dengan fungsi pembelian : organisasi pembelian yang terpusat atau desentralisasi? • <i>Power structure</i> : apakah perusahaan didominasi bagian finansial, atau lainnya? • <i>Nature of existing relationship</i> : hubungan kuat atau hubungan sederhana? • Kebijakan pembelian umum : sistem membeli? • Kriteria pembelian : apakah perusahaan mencari mutu pelayanan? Jasa? Harga?
Faktor-faktor berdasarkan situasi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Urgency</i> : apakah perusahaan butuh jasa yang cepat? • <i>Specific application</i> : apakah fokus pada aplikasi tertentu dari jasa kita. • <i>Ukuran order</i> : order besar atau order kecil?
Karakter Pribadi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Buyer – seller similarity</i> : apakah kita akan melayani perusahaan atau individu yang memiliki karakter yang sama dengan kita? • <i>Attitudes toward risk</i> : apakah kita akan melayani pelanggan pengambil resiko atau penghindar resiko? • <i>Loyalty</i> : apakah kita melayani perusahaan atau individu yang setia?

Sumber : Kotler, *Marketing Management – an Asian Perspective*, 2001, hal 128

Selain itu telah dikenali juga tiga segmen bisnis berdasarkan tahapan mereka dalam proses memutuskan untuk membeli, yaitu :

- 1) *First – time prospect* : Mereka ingin membeli atau dari seorang sales yang mengerti bisnis mereka, dapat menerangkan baik dan dapat dipercayai.
- 2) *Novices* : pelanggan jenis ini sudah membeli, mereka ingin kemudahan dalam bertaransaksi, kontak telephone, pelatihan, dan sales representatif.
- 3) *Shopisticated* : Pelanggan jenis ini ingin mendapatkan *high technical support*. Namun banyak pembeli yang menjadi canggih dan lebih suka saluran yang berbeda. Ada empat segmen bisnis yang dikenali, yaitu :

- a. *Programmed buyers* : Pembeli memandang produk/jasa kita tidak terlalu penting bagi operasi mereka. Mereka membayar penuh dan bisa menerima pelayanan di bawah rata-rata.
- b. *Relationship buyers* : Pembeli jenis ini cukup memperhatikan pentingnya produk/jasa yang ditawarkan dan tahu banyak yang ditawarkan kompetitor. Mereka minta sedikit discount dan pelayanan yang banyak.
- c. *Transaction buyers* : Pembeli jenis ini melihat produk atau kita sangat penting bagi operasi mereka. Mereka sensitif dengan harga dan pelayanan. Mereka tahu banyak tentang penawaran kompetitor dan siap berpindah ke harga yang lebih baik meskipun mengorbankan pelayanannya.
- d. *Bargain hunters* : Pembeli ini memandang produk sangat penting dan menuntut discount paling banyak dengan pelayanan paling tinggi. Mereka tahu alternatif suplier, negosiasi gigih, dan siap pindah manakala sedikit saja tidak puas.

2.4.1. Strategi Pemasaran Jasa.

Industri jasa pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh dengan pesat. Pertumbuhan tersebut selain diakibatkan oleh munculnya jenis jasa baru, sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Dari konteks globalisasi, pesatnya pertumbuhan bisnis jasa antar negara ditandai dengan meningkatnya intensitas pemasaran lintas negara serta terjadinya aliansi sebagai penyedia jasa di dunia. Perkembangan tersebut pada akhirnya mampu memberikan tekanan yang kuat terhadap perombakan regulasi, khususnya pengenduran proteksi dan pemanfaatan teknologi baru yang secara langsung berdampak kepada menguatnya kompetisi dalam industri.¹⁹ Kondisi ini secara langsung menghadapkan para pelaku

¹⁹ Lovelock, 2004 : 2

bisnis kepada permasalahan persaingan usaha yang semakin tinggi. Mereka dituntut untuk mampu mengidentifikasi bentuk persaingan yang akan dihadapi, menetapkan berbagai standar kinerja serta mengenali secara baik para pesaingnya.

Jasa adalah tindakan atau unjuk kerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud fisik (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan terhadap sesuatu. Produk jasa bisa berkait atau tidak dengan produk fisik.²⁰

Selanjutnya Kotler mengemukakan bahwa dalam kenyataannya, suatu penawaran dapat bervariasi dari dua kutub ekstrim, yaitu murni penawaran barang disatu sisi dan murni penawaran jasa tanpa barang disisi lainnya. Berdasarkan kriteria ini ada lima macam penawaran:

- 1) Produk fisik murni. (mie instant, beras, dll)
- 2) Produk fisik dengan jasa pendukung. (produsen mobil dan motor yang juga menyediakan jasa reparasi, pemasangan suku cadang, layanan purna jual, dsb).
- 3) *Hybrid* (penawaran barang dan jasa sama porsinya, contohnya : Bengkel, restaurant, dll)
- 4) Jasa utama didukung barang dan jasa minor. (Misalnya : perusahaan kereta api yang didukung dengan gerbong kereta serta lokomotifnya sebagai alat utamanya, beserta makanan, minuman, majalah, dan pelayanan pramugari selama menempuh perjalanan).
- 5) Jasa murni (konsultasi dokter).

Pemasaran jasa adalah mengenai janji-janji, janji yang dibuat kepada pelanggan dan harus dijaga.²¹ Kerangka kerja strategik diketahui sebagai *service triangle* (Gambar 2.9.) yang memperkuat pentingnya orang dalam perusahaan menjaga janji mereka dan sukses dalam membangun *customer relationship*. Segitiga menggambarkan tiga kelompok yang saling berhubungan yang bekerja sama untuk mengembangkan, mempromosikan dan menyampaikan

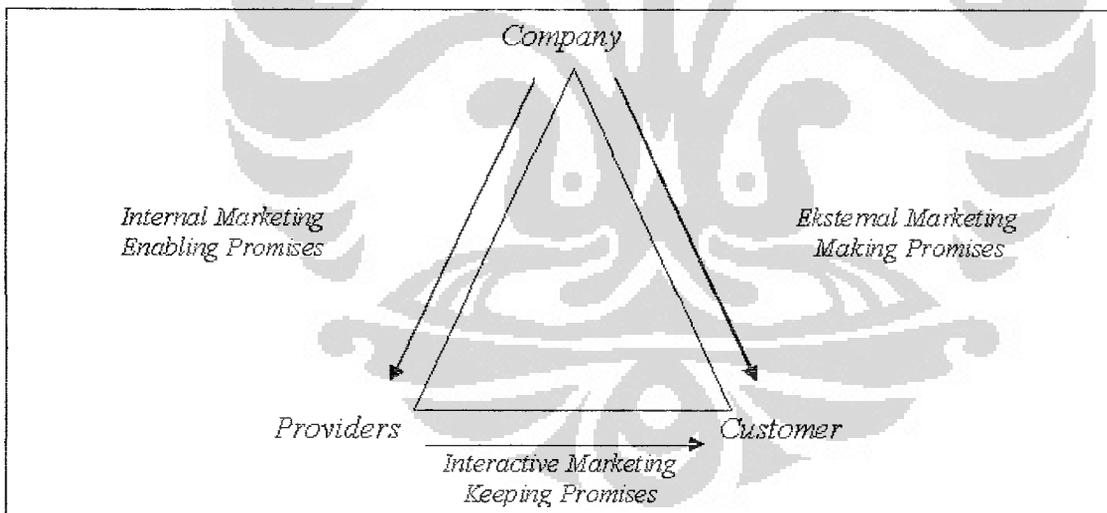
²⁰ Kotler 2001

²¹ Zeithaml & Bitner, 2003 : 319

jasa. Ketiga pemain utama ini diberi nama pada poin segitiga: perusahaan (SBU atau departemen atau manajemen), pelanggan dan *provider* (pemberi jasa). *Provider* dapat pegawai perusahaan, subkontraktor, atau pihak luar yang menyampaikan jasa perusahaan. Antara ketiga poin segitiga ini, tiga tipe pemasaran harus dijalankan agar jasa dapat disampaikan dengan sukses: pemasaran eksternal (*eksternal marketing*), pemasaran interaktif (*interactive marketing*), dan pemasaran internal (*internal marketing*).

Pada sisi kanan segitiga adalah usaha pemasaran eksternal yaitu membangun harapan pelanggan dan membuat janji kepada pelanggan mengenai apa yang akan disampaikan. Sesuatu atau seseorang yang mengkomunikasikan kepada pelanggan sebelum menyampaikan jasa dapat dipandang sebagai bagian dari fungsi pemasaran eksternal. Pemasaran eksternal yang merupakan permulaan dari pemasaran jasa adalah janji yang dibuat harus ditepati.

Gambar 2.9. Tiga Tipe Pemasaran Dalam Industri Jasa



Sumber : Kotler *Marketing Management – an Asian Perspective*, 2001, hal 128

Pada dasar segitiga adalah akhir dari pemasaran jasa yaitu pemasaran interaktif atau *real time marketing*. Disini janji ditepati atau dilanggar oleh karyawan, subkontraktor atau agen. Ini merupakan titik kritis. Apabila janji tidak ditepati pelanggan akan tidak puas dan seringkali

meninggalkan perusahaan. Sisi kiri segitiga menunjukkan peran kritis yang dimainkan pemasaran internal. Ini merupakan kegiatan manajemen untuk membuat *provider* memiliki kemampuan untuk menyampaikan janji-janji yaitu perekrutan, pelatihan, motivasi, pemberian imbalan, menyediakan peralatan dan teknologi. Apabila *provider* tidak mampu dan tidak ingin memenuhi janji yang dibuat, perusahaan akan gagal, dan segitiga jasa akan runtuh.

2.4.1.1. Pengertian Jasa

Kotler & Keller mengemukakan pengertian jasa (*service*) sebagai berikut :

"A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product."

(Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik).²²

Selanjutnya Staton mengemukakan definisi jasa sebagai berikut²³ :

"Services are identifiable, intangible activities that are the main object of a transaction designed to provide want-satisfaction to customers. By this definition we exclude supplementary services that support the sale of goods or other services."

Zeithaml & Bitner mengemukakan definisi jasa sebagai berikut²⁴ :

"Include all economic activities whose output is not a physical product or construction, is generally consumed at the time it is produced, and provided added value in forms (such as convenience, amusement, timeliness, comfort, or health) that are essentially intangible concerns of its first purchaser."

²² Kotler & Keller, 2006 : 372

²³ Staton 2002 : 537

²⁴ Zeithaml & Bitner 2003 : 3

Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya.

Berdasarkan beberapa definisi di atas maka jasa pada dasarnya adalah sesuatu yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Suatu yang tidak berwujud, tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
- 2) Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan suatu produk fisik.
- 3) Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.
- 4) Terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.

2.4.1.2. Karakteristik Jasa

Jasa memiliki empat ciri utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran,²⁵ yaitu sebagai berikut:

- 1) Tidak berwujud : hal ini menyebabkan konsumen tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar dan merasakan hasilnya sebelum mereka membelinya. Untuk mengurangi ketidakpastian, konsumen akan mencari informasi tentang jasa tersebut, seperti lokasi perusahaan, para penyedia dan penyalur jasa, peralatan dan alat komunikasi yang digunakan serta harga produk jasa tersebut. Beberapa hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan calon konsumen, yaitu sebagai berikut :
 - a. Meningkatkan visualisasi jasa yang tidak berwujud
 - b. Menekankan pada manfaat yang diperoleh
 - c. Menciptakan suatu nama merek (*brand name*) bagi jasa; atau
 - d. Memakai nama orang terkenal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

²⁵ Zeithaml & Bitner 2003 : 20

- 2) Tidak terpisahkan (*Inseparability*). Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu perusahaan jasa yang menghasilkannya. Jasa produksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika konsumen membeli suatu jasa maka ia akan berhadapan langsung dengan sumber atau penyedia jasa maka ia akan berhadapan langsung dengan skala operasi terbatas. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan dapat menggunakan strategi-strategi, seperti bekerja dalam kelompok yang lebih besar, bekerja lebih cepat, serta melatih pemberi jasa supaya mereka mampu membina kepercayaan konsumen.
- 3) Bervariasi (*variability*). Jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung siapa yang menyajikannya, kapan dan dimana penyajian jasa tersebut dilakukan. Ini mengakibatkan sulitnya menjaga kualitas jasa berdasarkan suatu standar. Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan dapat menggunakan tiga pendekatan dalam pengendalian kualitasnya, yaitu sebagai berikut:
- a. Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personil yang baik
 - b. Melakukan standarisasi proses produksi jasa
 - c. Memantau kepuasan pelanggan melalui sistem saran dan keluhan, survei pelanggan, dan *comparison shopping*, sehingga pelayanan yang kurang baik dapat diketahui dan diperbaiki
- 4) Mudah musnah (*perishability*). Jasa tidak dapat disimpan sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang. Keadaan mudah musnah ini bukanlah suatu masalah jika permintaannya stabil, karena mudah untuk melakukan persiapan pelayanan sebelumnya. Jika permintaan berfluktuasi, maka perusahaan akan menghadapi masalah yang sulit dalam melakukan persiapannya. Untuk itu perlu dilakukan perencanaan

produk, penetapan harga, serta program promosi yang tepat untuk mengantisipasi ketidaksesuaian antara permintaan dan penawaran jasa.

2.4.1.3. Perbedaan Barang dan Jasa

Beberapa perbedaan dan implikasinya dalam bidang pemasaran dapat dilihat pada Tabel

2.5. di bawah ini.

Tabel 2.5. *Services are Different*

<i>Goods</i>	<i>Services</i>	<i>Resulting Implications</i>
<i>Tangible</i>	<i>Intangible</i>	<i>Service cannot be inventoried Service cannot be patented Service cannot be readily displayed or communicated Pricing is difficult</i>
<i>Standardized</i>	<i>Heterogeneous</i>	<i>Service delivery and customer satisfaction depend on employee actions Service quality depends on many uncontrollable factors There is sure knowledge that service delivered matches what was planned and promoted</i>
<i>Production separate From consumption</i>	<i>Simultaneous production and consumption</i>	<i>Customers participate in and affect the transaction Customers affect each other Employees affect the service outcome Decentralization may be essential Mass production is difficult</i>
<i>Nonperishable</i>	<i>Perishable</i>	<i>It is difficult to synchronize supply and demand with services</i>

Sumber : Zeithaml & Bitner (2003 : 20)

Produk yang dihasilkan dibidang jasa sangat berbeda dengan produk dalam bentuk fisik. Perbedaan antara produk dan jasa menyebabkan strategi pemasaran yang digunakan juga berbeda. Pemasaran jasa akan menghadapi tantangan. Tantangan ini berhubungan dengan pemahaman mengenai keinginan dan harapan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan, menawarkan jasa yang tidak nyata menjadi nyata, dan memenuhi janji kepada pelanggan.

2.5. PERENCANAAN OPERASI & SUMBER DAYA MANUSIA

Chase, Aquilano dan Jacob (2001) mengemukakan model manajemen operasi bagi keunggulan kompetitif, yang terdiri dari tahap berikut :

- 1) Strategi operasi dan mengelola perubahan.
- 2) Desain produk dan seleksi proses. Terdiri dari :
 - Analisis Proses
 - Desain proses dan seleksi proses
 - Manajemen mutu
- 3) Desain *Supply Chain*, yang terdiri dari :
 - Strategi *supply chain*
 - Manajemen Kapasitas Strategis
 - *Just in time, outsourcing.*
- 4) Perencanaan dan Pengendalian *Supply Chain*
- 5) Revisi system

Khusus untuk bidang jasa, pengelolaan lebih banyak pada desain produk dan proses seleksi, langkah yang dilakukan antara lain :

- Analisa Proses
- Flowcharting*
- Pemilihan type proses
- Mengukur unjuk kerja proses

Pada tahap desain produk inilah akan dihasilkan keputusan yang menyangkut penetapan

- ✓ Job design
- ✓ Pertimbangan perilaku dalam *job design*

- ✓ Pertimbangan fisik dalam *job design*
- ✓ Metoda kerja
- ✓ Standard dan pengukuran kerja.
- ✓ *Financial Incentive Plan*

Satu system jasa dibedakan dari sistem lainnya berdasarkan tingkat kontak pelanggan dalam penciptaan jasa.²⁶ Kontak pelanggan mengacu pada kehadiran fisik pelanggan dalam sistem. Dari konsep ini sistem jasa dengan derajat kontak pelanggan yang tinggi lebih sulit dikontrol dibanding dengan kontak pelanggan berderajat rendah. Keputusan desain harus memperhatikan dua kelompok sistem seperti dalam tabel berikut:

Tabel 2.6. Perbedaan Besar Antara *High Contact System* dan *Low Contact System*.

Keputusan desain	<i>High Contact System</i>	<i>Low Contact System</i>
Lokasi fasilitas	Operasi dekat pelanggan.	Operasi dekat supply, transport / pekerja.
Tata letak fasilitas	Mengakomodasi harapan dan kebutuhan fisik dan psychology.	Fokus pada efisiensi produksi.
Desain produk	Fisik produk sealamiah jasanya.	Pelanggan tidak dilingkuangan jasa.
Schedulling	Pelanggan dalam jadwal kerja.	Pelanggan hanya peduli pada hasilnya saja.
Perencanaan produksi	Order tidak dapat disimpan.	Memungkinan untuk menurunkan atau menimbun order yang belum dikerjakan.
Keterampilan pekerja	Karyawan harus mampu berinteraksi baik dengan publik.	Pekerja hanya perlu keterampilan teknik.
Quality control	Standard mutu nampak didepan mata.	Standard mutu terukur dan tetap.
Standard waktu	Waktu jasa tergantung kebutuhan pelanggan.	Pekerjaan dilaksanakan atas sesuatu yang mewakili pelanggan (formulir) Standard waktu dapat diketatkan.
Pembayaran upah	Output bervariasi perlu sistem upah berbasis waktu.	Output yang tetap memungkinkan sistem upah berbasis output.
Perencanaan kapasitas	Kapasitas harus disetel cocok pada puncak permintaan.	Kapasitas disetel pada tingkat permintaan rata-rata.

Sumber : Kotler, Marketing Management – an Asian Perspective, 2001

²⁶ Chase, Aquilano, Jacob, 2001 : 210

Dalam desain organisasi, perusahaan yang akan berkembang dihadapkan pada situasi untuk menjaga keseimbangan antara :²⁷

- Diferensiasi dan integrasi
- Sentralisasi dan desentralisasi
- Standarisasi dan *mutual adjustment*

Selanjutnya Jones mengemukakan bahwa dalam mendesain struktur organisasi, perusahaan akan dihadapkan pada pilihan : struktur mekanistik atau struktur organik.²⁸ Jones juga mengungkapkan bahwa dalam perkembangan bentuk organisasi, yang perlu selalu diperhatikan adalah efeknya terhadap : otoritas dan pengendalian.²⁹

Sedangkan untuk menciptakan keunggulan kompetitif, pengelompokan karyawan yang akan berkembang harus memperhatikan arah spesialisasi dan koordinasi diantara mereka.³⁰

Sebuah usaha yang baru dimulai biasanya berbentuk organisasi yang sederhana. Ketika usaha tersebut berkembang, maka bentuk organisasi akan menjadi lebih kompleks. Bagi usaha yang memiliki satu jenis produk atau satu jenis pelanggan, struktur pertama yang terpilih biasanya bentuk struktur fungsional. Selanjutnya Jones mengemukakan juga bahwa apa bila dalam perkembangannya perusahaan menghasilkan produk yang lebih bervariasi, dengan type pelanggan yang bervariasi pula, maka pilihannya adalah bentuk :

- Struktur berdasarkan produk (struktur divisi produk, struktur multi-divisi, struktur tim produk)
- Struktur berdasarkan geografi.
- Struktur berdasarkan pasar.

²⁷ Jones 2001

²⁸ Jones 2001 : 53

²⁹ Jones 2001 : 63-70

³⁰ Jones 2001 : 92

Dalam mengelola sumber daya manusia, perusahaan sekuritas ini akan memfokuskan diri untuk mengembangkan *Human Capital Management*. Dimana era manusia sebagai sumber daya perlahan mulai tergeser dengan paradigma baru, yaitu manusia sebagai modal. Manusia bukan lagi menjadi objek, seperti sumber daya air, minyak atau apapun. Manusia adalah subyek yang harus dikelola seperti layaknya mengelola modal. Pelatihan terhadap peningkatan kompetensi manusia sudah dilakukan tidak berdasarkan analisa *gap*, tapi sudah berdasarkan analisa talenta.

2.6. PERENCANAAN KEUANGAN

Pengelolaan keuangan perusahaan secara efektif sangat membutuhkan rencana anggaran yang realistis. Kita dapat menyusun rencana tersebut dengan cara menentukan secara aktual *start-up cost* yaitu jumlah dana yang dibutuhkan untuk memulai kegiatan bisnis, dan *operating cost* yaitu dana yang diperlukan untuk kegiatan operasional perusahaan.³¹ Biaya operasional harus dapat memenuhi pengeluaran operasional selama tiga sampai enam bulan kegiatan operasional perusahaan, dengan rincian sebagai berikut :

³¹ Rangkuti 2001 : 32

Tabel 2.7. Rincian Biaya *Start – up* dan Operasi

Tahap Biaya	Item Biaya
<i>Start – up Cost</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Perizinan • Sewa tempat • Peralatan • Rekrutmen tenaga kerja • Asuransi • Iklan dan Promosi • Utilitas • Supplies • Sistem dan operasional prosedur • Akuntansi
<i>Operating Cost</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tenaga kerja • Asuransi • Sewa • Penyusutan • Bunga pinjaman • Iklan dan promosi • Supplies • Pengupahan • Utilitas • Pajak • Perawatan

Sumber : Rangkuti, "Business Plan – Teknik Membuat Perencanaan Bisnis & Analisis Kasus", 2001, hal. 32

Neraca adalah gambaran sesaat dari sebuah bisnis yang menunjukkan pada pemilik ; nilai bisnis pada tanggal tertentu. Neraca disusun dari persamaan dasar akuntansi, yaitu :

$$\text{Harta} = \text{ekuitas} + \text{kewajiban pemilik}$$

³²

Laporan laba – rugi (*income statement*) membandingkan pengeluaran terhadap pendapatan untuk menunjukkan laba bersih atau rugi bersihnya. Laporan laba rugi adalah gambaran bergerak yang menggambarkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Kalau neraca bagaikan potret sesaat, maka laporan laba-rugi bagaikan rekaman video akan apa yang telah dilakukan orang diantara dua potret.³³

³² Zimmer 2002 : 247

³³ Ross 1999

1) Laba-rugi

a. Pendapatan Usaha

- Komisi dan Transaksi Perantara Pedagang Efek

Ini merupakan penghasilan komisi yang berkaitan dengan transaksi perantara pedagang efek (transaksi beli dan transaksi jual) diakui pada saat transaksi.

- Jasa Manager Investasi

Ini merupakan pendapatan dari jasa manajer investasi nasabah diakui pada saat jasa diberikan sesuai dengan ketentuan dalam kontrak.

- Jasa Penjaminan Emisi dan Penjualan Efek

Ini merupakan pendapatan sehubungan dengan penjaminan emisi diakui pada saat aktivasi penjaminan emisi secara substansi telah selesai dan jumlah pendapatan dapat ditentukan.

- Pendapatan dari Perdagangan Efek

Ini akibat dari kenaikan harga pasar dari portofolio efek yang dimiliki perusahaan dengan tujuan untuk diperdagangkan, baik yang telah maupun yang belum direalisasi.

b. Beban Usaha

- Rugi dari perdagangan Efek dan penyisihan penurunan nilai. Hal ini dilakukan terhadap kerugian akibat penurunan harga pasar dari portofolio efek yang dimiliki perusahaan dengan tujuan untuk diperdagangkan. Sedangkan jika portofolio efek dimiliki perusahaan hingga jatuh tempo, maka penyisihan penurunan nilai dicatat dalam laba rugi tahun berjalan.
- Beban transaksi Efek

Beban-beban ini dicatat dari transaksi efek yang dilakukan perusahaan.

- Penjamin Emisi

Biaya yang timbul sehubungan proses penjaminan emisi diakumulasi dan dibebankan pada saat pendapatan penjaminan emisi diakui. Dalam hal kegiatan penjaminan emisi tidak diselesaikan dan emisi efek dibatalkan, maka biaya penjaminan emisi tersebut dibebankan pada tahun berjalan.

- Jasa Manager dan Penasehat Investasi

Biaya yang terjadi sehubungan dengan kegiatan manajer investasi dan penasehat investasi dibebankan pada saat terjadinya.

- Biaya Gaji karyawan

Biaya yang dikeluarkan untuk mengaji para karyawan, baik yang berperan sebagai *dealer, trader, reasercher, hingga office boy, satpam dan cleaning service* yang dimiliki oleh perusahaan.

- Biaya *Over Head* Perusahaan

Yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membayar kewajiban-kewajiban terhadap pihak ketiga. Seperti tagihan telephone, tagihan listrik, *petty cash*, biaya operational.

Laporan arus kas (*statement of cashflow*) menunjukkan perubahan modal kerja perusahaan dari awal tahun dengan menunjukkan sumber – sumber dana dan penggunaan dana tersebut.

2.6.1. Perhitungan Titik Impas

Sebelum melakukan perhitungan titik impas (BEP), perlu diketahui lebih dahulu pengertian mengenai total biaya (*total cost*), biaya tetap (*fix cost*) dan biaya variable (*variable cost*).³⁴ Formulasnya adalah sebagai berikut :

$$TC = FC + VC$$

Dimana:

TC = Total biaya.

FC = Biaya tidak langsung atau biaya yang tidak berubah berapapun produk yang dihasilkan (gaji, sewa bangunan, asuransi, dll).

VC = Biaya langsung atau biaya yang bervariasi tergantung jumlah yang dihasilkan (bahan baku, listrik, dll).

Untuk mencapai kondisi *break even* :

$$Total Cost = Total Revenue$$

Rumus Break Even Point :

$$BEP \text{ (unit)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}}$$

Perhitungan Net Present Value :

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+K)^t} - C_0$$

³⁴ Rangkuti 2001 : 177

Dimana :

- C_t dimulai dari C_1, C_2, \dots, C_n , merupakan *net cash flow* mulai dari tahun 1,2 sampai dengan tahun ke k .
- C_0 adalah initial cost atau biaya investasi yang diperlukan.
- n adalah perkiraan umur proyek.

$NPV > 0$ berarti proyek tersebut dapat menciptakan *cash inflow* dengan persentase lebih besar dibandingkan *opportunity cost* modal yang ditanamkan.

Apabila $NPV = 0$ proyek kemungkinan dapat diterima karena *cash inflow* yang akan diperoleh sama dengan *opportunity cost* dari modal yang ditanamkan.

Perhitungan Internal Rate of Return

Internal rate of return adalah *rate* yang menyebabkan NPV proyek menjadi nol.³⁵

Perhitungan Rate of return :

$$r = \frac{C_1 - C_0}{C_0}$$

Dimana:

- r = *rate or return*
- C_1 = investasi setelah satu periode yang akan datang
- C_0 = investasi awal

Masalah yang sering kita hadapi dalam perhitungan IRR adalah menentukan berapa besarnya nilai r pada kondisi NPV sama dengan nol. Nilai r ini dapat diketahui dengan cara manual yaitu melakukan *trial and error*. Caranya adalah dengan menentukan sembarang nilai r untuk dasar perhitungan *discount rate*, sehingga kita dapat menghitung nilai present value dari *cash inflow*. Apabila hasil perhitungan *present value cash inflow* tersebut lebih rendah dari

³⁵ Ross 199 : 141

present value cash outflow, maka tingkat bunga sebagai dasar perhitungan *discount factor* harus diturunkan.³⁶ Namun kini perhitungan NPV dapat dipermudah dengan menggunakan *Windows Excell* maupun *financial calculator*, hingga kita bisa mendapatkan hasil yang maksimal.

$$IRR = i_1 + \frac{PV(i_2 - i_1)}{PV_{positif} + PV_{negatif}}$$

Dimana :

- IRR adalah *internal rate of return*
- $PV_{positif}$ adalah *present value positif dengan discount rate tertentu yang lebih rendah (i_1)*.
- $PV_{negatif}$ adalah *present value negatif dengan discount rate tertentu yang lebih rendah (i_2)*.

Perhitungan Profitabilitas Index

Kriteria lain untuk mengukur rencana investasi adalah dengan menggunakan metode *profitabilitas Index*. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$PI = \frac{PV \text{ dari } cash \text{ inflow}}{Initial \text{ cash outlay}}$$

$$PI = \frac{PV(C_i)}{C_o}$$

Pada saat nilai PI lebih besar dari 1, rencana investasi tersebut akan memiliki *net present value* positif. Rencana investasi kemungkinan dapat dilanjutkan apabila nilai PI sama dengan nol. Hal ini berarti bahwa total nilai *present value* dari *cash inflow* selama umur proyek memiliki jumlah yang sama dengan biaya investasi (*initial investment*).

³⁶ Rangkuti 2001 : 210

BAB 3 ANALISIS STRATEGI

3.1. SEJARAH SINGKAT PASAR MODAL INDONESIA

Berawal disekitar abad XIX ketika pemerintah Kolonial Belanda mengeksploitasi dengan intensif perkebunan di Indonesia. Kegiatan tersebut membutuhkan dana dalam jumlah yang besar. Diilhami pasar modal Belanda, untuk memenuhi kebutuhan dana yang besar tersebut, maka didirikan bursa efek di Batavia (yang menjadi cikal bakal kota Jakarta).

Vereniging voor Effectenhandel, demikian nama bursa tersebut, memulai perdagangan efeknya pada tanggal 14 Desember 1912 dengan anggota bursa sebanyak 13 agen yang merupakan makelar efek.

Perkembangan bursa tersebut mendorong terbentuknya bursa serupa di Surabaya dan Semarang. Bursa efek Surabaya berdiri pada tanggal 11 Januari 1925 dan bursa Semarang berdiri tanggal 1 Agustus 1925. Namun demikian, Perang Dunia II menyebabkan terhentinya aktivitas pasar modal di Indonesia.

Setelah pengakuan kedaulatan Republik Indonesia oleh Belanda tahun 1949, terdorong oleh kebutuhan dana untuk menyelenggarakan negara, pemerintah Republik Indonesia menerbitkan obligasi. Keadaan ini melahirkan inspirasi pengaktifan kembali bursa efek di Indonesia. Diawali dengan Undang-Undang Darurat No. 13 tanggal 1 September 1951 yang kemudian dijadikan Undang-Undang No. 15/1952 tentang bursa, maka pada tanggal 3 Juni 1952 dibuka kembali bursa efek di Jakarta Setelah terhenti aktifitasnya selama kurang-lebih 12 tahun. Penyelenggara bursa ini adalah PPUE (Perserikatan Perdagangan Uang dan Efek) yang terdiri dari 3 bank negara dan beberapa makelar efek lainnya.

Sejak tahun 1952 pasar modal di Indonesia mengalami pasang surut baik diakibatkan dinasionalisasikannya perusahaan-perusahaan Belanda, kemerosotan ekonomi, menghebatnya inflasi, sehingga pada tahun 1958 aktivitas pasar modal terhenti.

Selanjutnya sejalan dengan perubahan kondisi politik Indonesia dengan lahirnya pemerintahan Orde Baru yang menerapkan REPELITA, maka setahap demi setahap pembangunan disegala bidang semakin mantap. Untuk mendukung pembangunan dan merangsang partisipasi masyarakat, ditahun 1977 Bursa Efek Jakarta kembali dibuka. Bursa Efek diresmikan kembali oleh Presiden Soeharto, yang ditandai dengan *go public* PT. Semen Cibinong sebagai emiten pertama.

Pada saat yang bersamaan dibentuk BAPEPAM selaku penyelenggara sekaligus pengawas jalannya pasar modal. Selain itu juga didirikan PT. DANAREKSA yang menjadi agen pemerintah untuk menggairahkan bursa dan melaksanakan misi merangsang partisipasi masyarakat dengan cara membeli saham perusahaan-perusahaan, khususnya mantan perusahaan asing yang dinasionalisasi. Saham tersebut kemudian dipecah dalam satuan-satuan kecil dengan harga yang relatif terjangkau dan selanjutnya ditawarkan kepada masyarakat.

Namun demikian periode tahun 1977 hingga tahun 1987 kegiatan pasar modal masih relatif sepi. Jumlah emiten baru mencapai 24. Keadaan ini kemungkinan karena kurang menariknya saham saat itu sebagai alternatif investasi mengingat tingkat return yang relatif rendah maupun likuiditasnya masih lambat karena jumlah efek yang diperdagangkan sedikit, selain kondisi ekonomi makro saat itu belum mendukung masyarakat untuk memanfaatkan instrumen pasar modal. Masyarakat lebih memilih instrumen perbankan dibandingkan instrumen pasar modal. Tahun ini juga ditandai dengan hadirnya Paket Desember 1987 (Pakdes 87) yang

memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan penawaran umum dan *investor* asing menanamkan modal di Indonesia.

Keadaan ini berubah saat diterbitkan paket deregulasi bidang keuangan dan pasar modal tahun 1988 yang menarik masyarakat untuk bermain di pasar modal. Jumlah emiten dan nilai kapitalisasi pasar meningkat dengan pesat sehingga pada tahun 1990 Bursa Efek Jakarta (BEJ) oleh kalangan masyarakat keuangan *international* dinyatakan sebagai *the most attractive stocks exchange in the world*. Kondisi yang semarak, meskipun diselingi oleh pasang surut yang wajar, berlangsung hingga saat ini.

Tanggal 16 Juni 1989, Bursa Efek Surabaya (BES) mulai beroperasi kembali, dan dikelola Perseroan Terbatas milik swasta yaitu PT Bursa Efek Surabaya. Kemudian pada 13 Juli 1992, BEJ diswastanisasi. Tanggal ini diperingati sebagai HUT BEJ. Bapepam berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal.

Pada 13 Juli 1992, BEJ diprivatisasi dengan dibentuknya PT. Bursa Efek Jakarta. Tanggal ini diperingati sebagai HUT BEJ. Bapepam berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal.

Tanggal 22 Mei 1995, tak kalah pentingnya, karena sistem otomasi perdagangan di BEJ dilaksanakan dengan sistem komputer yang disebut JATS (*Jakarta Automated Trading Systems*). Enam bulan kemudian, 10 November 1995, pemerintah lahir Undang-Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, yang mulai berlaku Januari 1996.

Lompatan besar pasar modal terjadi lima tahun kemudian (2000). Sistem perdagangan tanpa warkat (*scripless trading*) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia. Sementara perdagangan jarak jauh (*remote trading*) mulai diaplikasikan tahun 2002.

Setelah sempat jatuh ke sekitar 300 poin pada saat-saat krisis, BEJ mencatat rekor tertinggi baru pada awal tahun 2006 setelah mencapai level 1.500 poin berkat adanya sentimen positif dari dilantikannya presiden baru, Susilo Bambang Yudhoyono. Peningkatan pada tahun 2004 ini sekaligus membuat BEJ menjadi salah satu bursa saham kinerja terbaik di Asia pada tahun tersebut.

Pada 1 Desember 2007 Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya melakukan penggabungan usaha yang secara efektif mulai beroperasi pada 1 Desember 2007 yang dengan nama baru Bursa Efek Indonesia. Bursa Efek Indonesia dipimpin oleh Direktur Utama Erry Firmansyah, mantan direktur utama BEJ. Mantan Direktur Utama BES Guntur Pasaribu menjabat sebagai Direktur Perdagangan *Fixed Income* dan *Derivatif*, Keanggotaan dan Partisipan.

Kehadiran entitas baru yang mencerminkan kepentingan pasar modal secara nasional akan memfasilitasi perdagangan saham (*equity*), surat utang (*fixed income*), maupun perdagangan derivatif (*derivative instruments*). Hadirnya bursa tunggal ini diharapkan akan meningkatkan efisiensi industri pasar modal di Indonesia dan menambah daya tarik untuk berinvestasi.

Tahun 2007 ini memang cukup penting, karena bertepatan dengan peringatan 30 tahun diaktifkannya kembali pasar modal di Indonesia. Selain peringatan itu pada tanggal 10 Agustus, BEJ sebagai bursa efek utama, juga meluncurkan indeks harga saham baru, yakni KOMPAS100, untuk melengkapi sejumlah indeks harga saham yang telah ada sebelumnya. Untuk indeks yang terakhir, BEJ bekerja sama dengan surat kabar harian terbesar Kompas dengan tiras rata-rata 550.000 yang beredar secara luas di wilayah nusantara.

Kini, sebanyak 352 emiten asal BEJ dan 30 emiten dari BES akan bergabung menambah pilihan investasi di BEI. Begitu juga produk-produk lainnya, sehingga akan semakin melengkapi dan variasi pilihan investasi.

Bursa Indonesia mencatat kinerja pertumbuhan tertinggi nomer tiga sedunia selama 2 tahun terakhir secara berturut-turut, di bawah China dan Rusia pada tahun 2006, kemudian pada posisi yang sama di bawah China dan India pada tahun 2007. Dilihat dari pertumbuhan bursa se-Asia Pasifik, indeks juga menempati urutan ke tiga. Posisi Indonesia setelah bursa Shanghai dan Shenzen.

Pasar modal Indonesia kini berada pada peringkat ketiga di dunia dan Asia Pasifik, dihitung dari kinerja bursa pada sehari sebelum penutupan akhir tahun atau pada perdagangan pada 27 Desember 2006 ketika indeks ditutup pada posisi 1803,264 atau menguat 640,724 poin (55,1 persen) dibandingkan awal tahun 2006 pada level 1162,64.

Selain penilaian kinerja pertumbuhan bursa, pasar modal Indonesia mendapat apresiasi dalam perlindungan *investor* minoritas dari *World Economic Forum* di Davos, Swiss. Pasar modal Indonesia memperoleh posisi ke 9 dari 125 bursa di dunia. Poin yang diperoleh sebesar 5,7 dari angka 7 sebagai poin tertinggi. Penilaian berdasarkan aturan pasar modal Indonesia yang dinilai memberikan perlindungan pada *investor* minoritas, diantaranya dalam transaksi materi.

Saat ini, rata-rata nilai transaksi harian mencapai Rp 4,1 triliun, bahkan dalam tiga bulan terakhir mencapai Rp 6 triliun dsampai Rp 7 triliun. Sementara kapitalisasi pasar sekitar Rp 1.900 triliun (Desember 2007).

3.2. FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL YANG MEMPENGARUHI

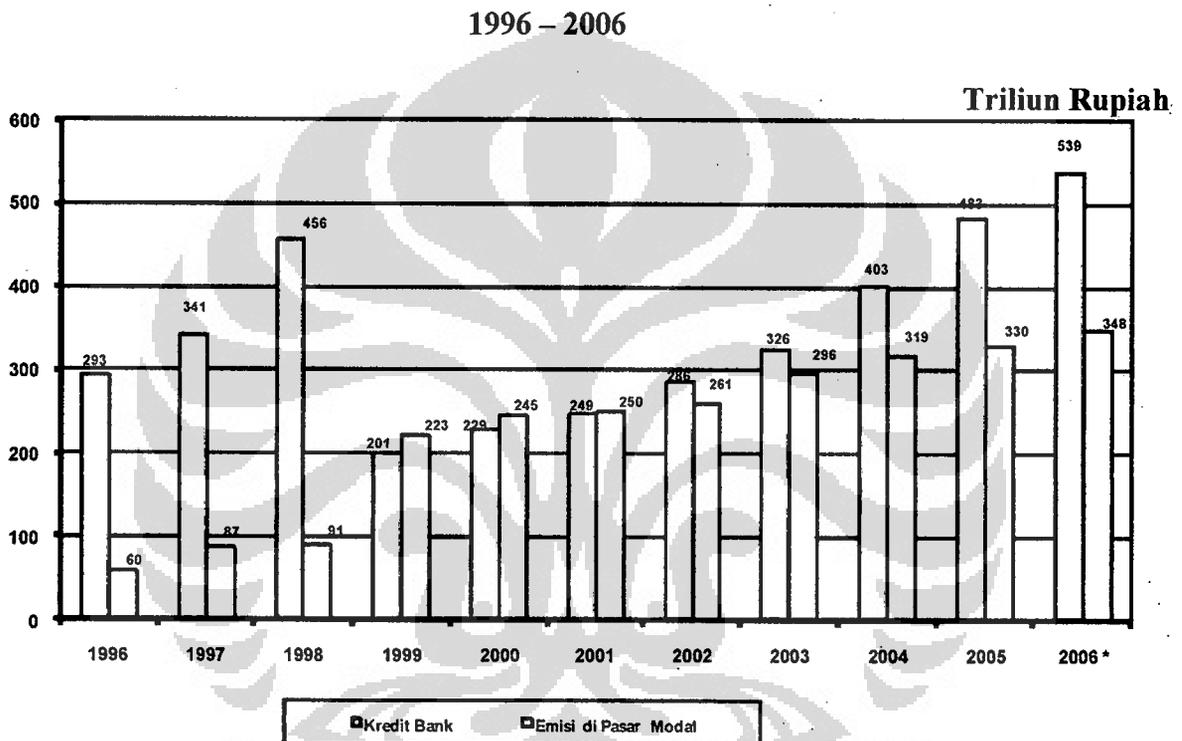
Pada bagian ini akan diuraikan faktor-faktor lingkungan eksternal yang berpegaruh pada perkembangan industri sekuritas di Indonesia

3.2.1. Ekonomi

3.2.1.1. Kesenjangan Kredit Perbankan – Emisi di Pasar Modal

Meningkatnya permintaan dana investasi melalui pasar modal dapat dimengerti antara lain mengingat masih terjadi kesenjangan antara kebutuhan dana investasi dengan Pemberian kredit perbankan. Data tabel 3.1. menggambarkan keadaan tersebut.

Tabel 3.1. Mobilisasi Dana Masyarakat melalui Perbankan dan Pasar Modal



Sumber : BAPEPAM dan LK

Peranan pasar modal dalam menyediakan dana masih kalah jauh dibandingkan dengan dana-dana perbankan, seperti terlihat pada tabel 3.1

Meningkatnya kebutuhan kebutuhan dana investasi serta terbatasnya ketersediaan dana kredit perbankan memacu perusahaan-perusahaan mencari dana pengembangan usahanya melalui pasar modal.

3.2.1.2. Pertumbuhan Ekonomi

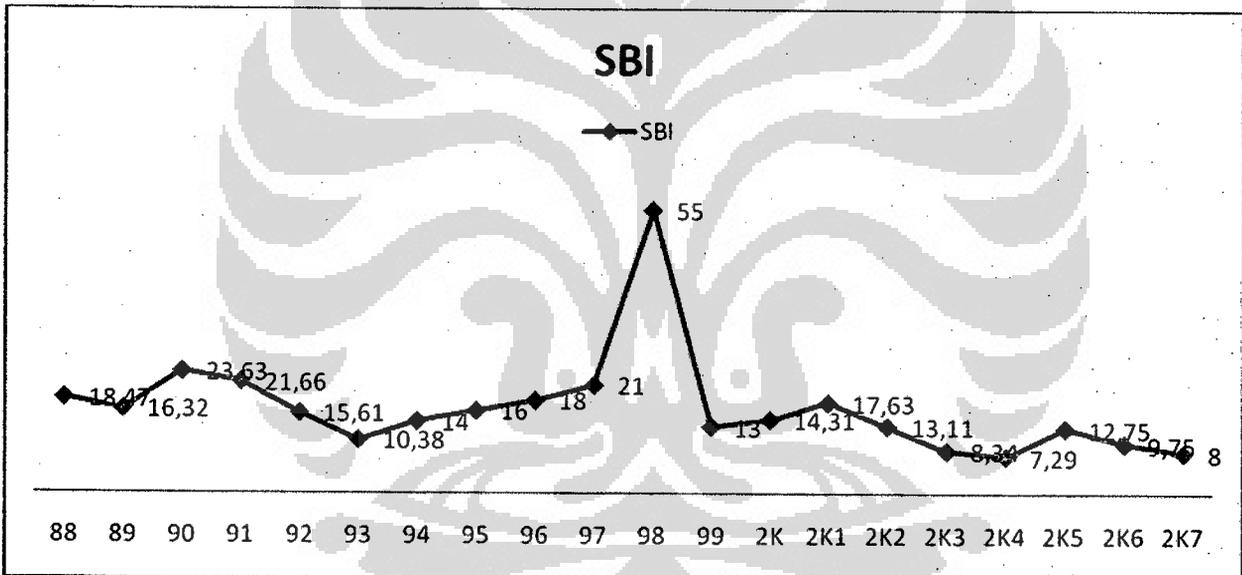
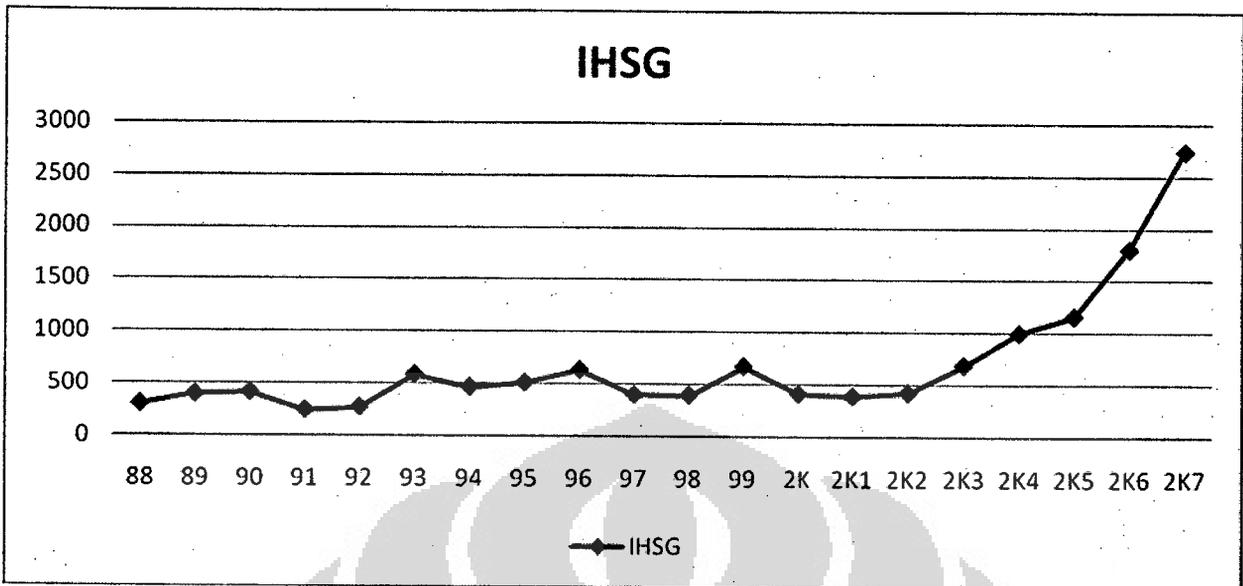
Ditinjau dari presentasi nilai kapitalisasi pasar modal terhadap GDP terlihat bahwa potensi berkembangnya pasar modal Indonesia masih cukup besar. Dengan perkiraan laju pertumbuhan ekonomi sebesar 6%-7% pertahun, maka potensi perkembangan bursa efek Indonesia masih sangat potensial jika dibandingkan dengan negara tetangga atau negara maju lainnya.

3.2.1.3. Tingkat Bunga

Kebijakan uang ketat yang dijalankan pemerintah berdampak bagi pertumbuhan pasar modal melalui dua sisi, pertama melalui tingginya tingkat bunga sehingga banyak *investor* mengalihkan dananya ke pasar uang dan kedua, melalui melambatnya laju pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan yang rendah dan menurunkan kinerja perusahaan-perusahaan, yang akan tercermin pada harga saham.

Seperti yang tercermin pada kedua tabel di bawah ini dapat kita lihat dampak dari pengaruh tingkat suku bunga yang ditetapkan oleh pemerintah terhadap pergerakan IHSG yang menjadi salah satu indikator pertumbuhan pasar saham di Indonesia. Pada tabel di bawah ini terlihat telah terjadi respon positif terhadap penurunan suku bunga terhadap pergerakan harga IHSG yaitu pada kurun waktu 1988-1989, 1992-1993, 1998-1999, 2002- hingga saat ini. Respon negatif terhadap kenaikan suku bunga terhadap harga IHSG pada kurun waktu 1990-1992, 1993-1994, 1996-1998, 1999-2000.

Tabel 3.2. IHSG & Tingkat Suku Bunga (1988-2007)



Dengan arah kebijakan penurunan tingkat suku bunga, pengendalian inflasi dan pengendalian aktivitas ekonomi dengan kebijakan yang lebih mulus. Kesemua hal ini dapat kita lihat memberi dampak positif pada pertumbuhan pasar modal yang notabene juga akan menunjang industri pasar modal.

Hal ini seperti yang dapat kita amati dari pergerakan IHSG yang terus menanjak melampaui level 1000 poin semenjak tahun 2004. Dimana pada saat yang bersamaan suku bunga perbankan pun berada pada posisi di bawah 10% yaitu 8.34%

3.2.1.4. Perekonomian International

Sejalan dengan berkembangnya era-globalisasi, pasar modal Indonesia juga tidak terlepas dari pengaruh yang terjadi dibelahan dunia lain. *Floating fund* yang dikendalikan oleh para *fund manager* kelas dunia, melayang dengan cepatnya berpindah dari satu negara ke negara lain mencari kondisi yang lebih baik. Pada masa ini, Indonesia harus bersaing ketat dengan negara-negara tetangganya untuk menarik dana asing. Sementara itu kinerja bursa efek di Indonesia tampak menunjukkan peningkatan kinerja yang sangat baik dalam beberapa tahun belakangan. Dimana bursa Indonesia mencatat kinerja pertumbuhan tertinggi nomer tiga sedunia selama dua tahun berturut-turut, tahun 2006 di bawah China dan Rusia serta tahun 2007 di bawah China dan India. Dilihat dari pertumbuhan bursa se Asia Pasifik, indeks juga menempati urutan ke tiga. Posisi Indonesia setelah bursa Shanghai dan Shenzhen.

Prospek pertumbuhan ekonomi Indonesia yang berada pada kisaran 6-7% annually adalah salah satu laju pertumbuhan negara tertinggi di dunia di bawah China dan India. Namun nilai kapitalisasi pasar modal Indonesia masih rendah jika dibandingkan dikawasan Asia Tenggara saja. Kesemua faktor ini memperlihatkan akan perlunya peningkatan profil pasar modal Indonesia untuk bersaing dalam menarik modal asing. Salah satu langkah yang diambil oleh pemerintah untuk mengatasi hal ini adalah dengan melakukan penggabungan BEJ dan BES pada Desember 2007 yang lalu.

Selain itu, mengingat kaitan (meskipun tidak secara formal) antara nilai mata uang rupiah dengan dollar Amerika membuat resiko penanaman modal asing di pasar modal Indonesia lebih sensitif terhadap perubahan nilai dolar Amerika di pasar uang dunia.

Melambungnya harga minyak bumi akhir-akhir ini hingga ketitik < \$110/barell ini tentunya banyak menimbulkan kekhawatiran hampir disemua bidang industri, termasuk pada industri sekuritas. Serta didukung dengan melemahnya perekonomian Amerika dikarenakan kebijakan pemerintah Goerge Bush Jr. yang tidak responsive terhadap gejala perekonomian negaranya dengan mempertahankan tingkat bunga kredit. Dimana kini ketika terjadi tingkat inflasi dunia yang tinggi akibat mahalnya biaya produksi dan transportasi karena kenaikan harga minyak dunia maka dibanyak negara diberlakukanlah *thight money policy*. Yang berujung pada permasalahan *subprime morgate* di Amerika dewasa ini. Dan kerena inter-koneksi perekonomian dunia yang sudah sangat berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Maka apabila negara dengan perekonomian terbesar hingga saat ini itu masuk kedalam resesi maka pasar modal Indonesia pun akan turut terpengaruh.

3.2.2. Sosial

Setelah diterbitkannya Pakto dan Pakdes 1988, kinerja pasar modal Indonesia era modern meningkat dengan pesat untuk pertama kalinya pada tahun 1989 dan 1990. Keadaan ini mengundang *investor*, baik yang profesional maupun yang masih awam, membeli berbagai jenis saham yang ditawarkan dengan harga (PER) berapapun yang kadangkala tidak rasional.

Keadaan ini juga dimanfaatkan dengan baik oleh perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan dana murah dengan melakukan penawaran sahamnya.

Disisi lain, disadari atau tidak Penjaminan Emisi juga memanfaatkan momentum ini dengan berlomba-lomba memproses perusahaan yang *go public* dengan cepat, sehingga proses penyaringan sering terabaikan.

Kejadian ini berbalik menjadi boomerang setelah sebagian besar saham mengalami koreksi harga pada saat diperdagangkan di pasar sekunder, dimana banyak saham yang justru bernilai di bawah harga perdana. Selain itu, mulai terungkap pula adanya rekayasa keuangan maupun hukum dengan tujuan untuk keuntungan perusahaan atau pemilik saham lama. Puncak keadaan ini terungkap ketika terjadi kasus Bank Duta. Keadaan ini meruntuhkan kepercayaan masyarakat pada pasar modal.

3.2.3 Politik

Indonesia dimasa Orde Lama (Soekarno, 1945 – 1966) lebih banyak konflik politiknya daripada agenda ekonominya yaitu konflik kepentingan antara kaum borjuis, militer, PKI, parpol keagamaan dan kelompok – kelompok nasionalis lainnya. Kondisi ekonomi saat itu sangat parah dengan ditandai tingginya inflasi yaitu mencapai 732% antara tahun 1964 – 1965 dan masih mencapai 697% antara tahun 1965 – 1966.

Indonesia sejak tahun 1967, di bawah pemerintahan militer (Soeharto, 1965 - 1998), menjadi pelaksana teori pertumbuhan Rostow dalam melakukan pembangunan ekonominya. Dalam teori ini, ada lima tahap pertumbuhan ekonomi yaitu, tahap pertama 'Masyarakat Tradisional' (*The Traditional Society*), tahap kedua 'Pra Kondisi untuk Tinggal Landas' (*The Preconditions for Take-off*), tahap ketiga 'Tinggal Landas' (*The Take-off*), tahap keempat 'Menuju Kedewasaan' (*The Drive to Maturity*) dan tahap kelima 'Konsumsi Massa Tinggi' (*The Age of High Mass-Consumption*). Pembangunan di Indonesia dilaksanakan secara berkala untuk waktu lima tahunan yang dikenal dengan PELITA (Pembangunan Lima Tahunan). PELITA I (1

April 1969 – 31 Maret 1974) memprioritaskan sektor pertanian dan industri, PELITA II (1 April 1974 – 31 Maret 1979) memprioritaskan pembangunan ekonomi dengan dititikberatkan pada sektor pertanian dan peningkatan industri yang mengolah bahan mentah menjadi bahan baku. PELITA III (1 April 1979 – 31 Maret 1984) memprioritaskan pembangunan ekonomi dengan titik berat pada sektor pertanian menuju swasembada pangan dengan meningkatkan sektor industri yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi dalam rangka menyeimbangkan struktur ekonomi Indonesia. PELITA IV (1 April 1984 – 31 Maret 1989) memprioritaskan pembangunan ekonomi dengan titikberat pada sektor pertanian untuk memantapkan swasembada pangan dengan meningkatkan sektor industri yang menghasilkan mesin – mesin industri berat dan ringan, pembangunan bidang politik, sosbud, pertahanan dan keamanan seimbang dengan pembangunan ekonomi. PELITA V (1 April 1989 – 31 Maret 1999) memprioritaskan pembangunan ekonomi dengan titik berat pada sektor pertanian untuk memantapkan swasembada pangan dan meningkatkan produksi pertanian serta industri yang menghasilkan barang ekspor, menyerap tenaga kerja, pegolahan hasil pertanian dan menghasilkan mesin – mesin industri, meningkatkan pembangunan bidang politik, sosial budaya dan pertahanan keamanan. Namun pada tanggal 21 Mei 1998, Indonesia mengalami Krisis Moneter yang membuat Soeharto lengser (runtuhnya rezim Orde Baru). Indonesia belum sempat **tinggal landas** malah kemudian **meninggalkan landasannya** hingga lupa pijakan ekonominya rapuh dan mudah hancur.

Periode Orde Reformasi (1998 – 2007/sekarang) berjalan tak jelas arahnya. Masa tahun 1998 – 2004 adalah masa transisi dari Orde Baru ke Orde Reformasi yang ditandai dengan silih bergantinya Presiden Republik Indonesia dalam waktu relatif singkat. Dari B.J. Habibie (21 Mei 1998 – 20 Oktober 1999), Abdurrahman Wahid (20 Oktober 1999 – 23 Juli 2001) kemudian

Megawati (23 Juli 2001 – 20 Oktober 2004), semuanya belum menunjukkan pembangunan ekonomi yang berarti. Pembangunan ekonominya berjalan terseok – terseok sebagai akibat kebijakan Rezim yang lalu (Orde Baru) yang membuat pijakan/pondasi ekonominya sangat rapuh dan mudah hancur tersebut, disambut dengan gegap gempita euforia politik rakyat Indonesia yang selama masa Orde Baru dikekang kemudian menjadi bebas lepas dimasa Orde Reformasi ini. Dalam masa ini, Indonesia masih mencari jati dirinya kembali dengan mencoba menerapkan demokrasi yang sesungguhnya yang ternyata sangat mahal biayanya. Praktis, dana pembangunan banyak teralokasikan untuk pembiayaan pesta demokrasi tersebut, mulai dari Pemilihan Presiden (PILPRES, periode 2004 - 2009) langsung oleh rakyat, yang menghasilkan Soesilo Bambang Yudhoyono (SBY) sebagai Presiden RI, hingga berbagai Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) yang masih berlangsung silih berganti hingga saat ini diberbagai daerah di wilayah nusantara ini.

Wal hasil, proses pembangunan di Indonesia sudah dilakukan selama 62 tahun, namun masih banyak rakyatnya yang miskin, kebodohan masih banyak ditemui terutama di wilayah pedesaan, pengangguran dimana – mana, nilai rupiah terhadap dolar terpuruk, dan sebagainya. Namun sebaliknya terjadi di pasar modal kita, dimana terjadi lonjakan aliran dana masuk kedalam pasar modal kita. Hal ini bisa kita lihat sebagai signal bahwa masyarakat baik domestik maupun asing merespon positif terhadap perubahan politik di negara Indonesia yang kita cintai ini. Walaupun masih banyak yang harus kita semua perbaiki.

Peningkatan disektor pasar modal ini juga harus didorong dengan adanya pergerakan yang significant pada sektor riil sebagai roda penggerak ekonomi mulai dari *grass root* hingga keseluruhan lapisan masyarakat. Karena pasar modal yang kuat saja tidak akan bisa menopang

perekonomian secara keseluruhan. Apa lagi dengan kondisi sekarang dimana komposisi kepemilikan emisi terbesar di pasar modal kita masih dimiliki pihak asing.

3.2.4. Teknologi

Sejalan dengan meningkatnya jumlah dan nilai transaksi jual beli efek, maka kegiatan administrasi perdagangan efek menjadi *bottle neck* bagi perkembangan transaksi, bahkan dengan meningkatnya beban kegiatan administrasi menyebabkan rawan terhadap kesalahan maupun manipulasi. Dan ini menjadi kenyataan ketika terjadi pemalsuan saham yang lolos dari penyisiran. Keadaan ini menurunkan kepercayaan masyarakat atas pasar modal.

Merespon kendala ini Bursa Efek Jakarta akan menerapkan transaksi efek dengan menggunakan komputer menyusul Bursa Efek Surabaya yang telah lebih dahulu melakukannya pada saat itu. Selain itu juga telah didirikan PT. KDEI (Kliring Deposit Efek Indonesia) yang menjadi badan bersama dari anggota bursa yang berfungsi menyelesaikan masalah administrasi saham, sehingga proses menjadi lebih cepat dengan kapasitas transaksi lebih besar dan *scriptless* (tanpa ada perpindahan fisik saham).

3.3. FAKTOR-FAKTOR INTERNAL YANG MEMPENGARUHI

Pentingnya Analisis Internal adalah untuk dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Informasi mengenai kekuatan dan kelemahan akan dapat menentukan apa yang mereka dapat lakukan. Dengan kapabilitas yang menjadi kompetensi inti dalam perusahaan akan menjadi suatu bentuk daya saing dan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Di tengah situasi kompetisi yang semakin turbulen (*highly competitive*) seperti sekarang ini, untuk mendapatkan suatu strategi pemenang menjadi semakin pelik. Tidak hanya kompetitor

yang semakin banyak dan aktif, tetapi gerakan kompetitor semakin sulit ditebak. Dan juga kompetitor baru yang tidak diperkirakan sebelumnya.

Untuk bisa menang bersaing di tengah kompetisi yang turbulen, perusahaan tidak harus membuat kajian analisis kompetisi yang rumit. Karena bisa saja, waktu kerja staf dan pimpinan habis untuk mendiskusikan studi kasus seperti layaknya kuliah di sekolah bisnis. Bisa jadi perusahaan kehilangan momentum bersaingnya. Sebagai jalan keluar, perusahaan harus berani mengembangkan dan membangun strategi kompetisi yang berdasarkan kemampuan diri sendiri. Kemampuan diri sendiri bisa tercermin dari *resources*, *capabilities* dan *core competencies*.

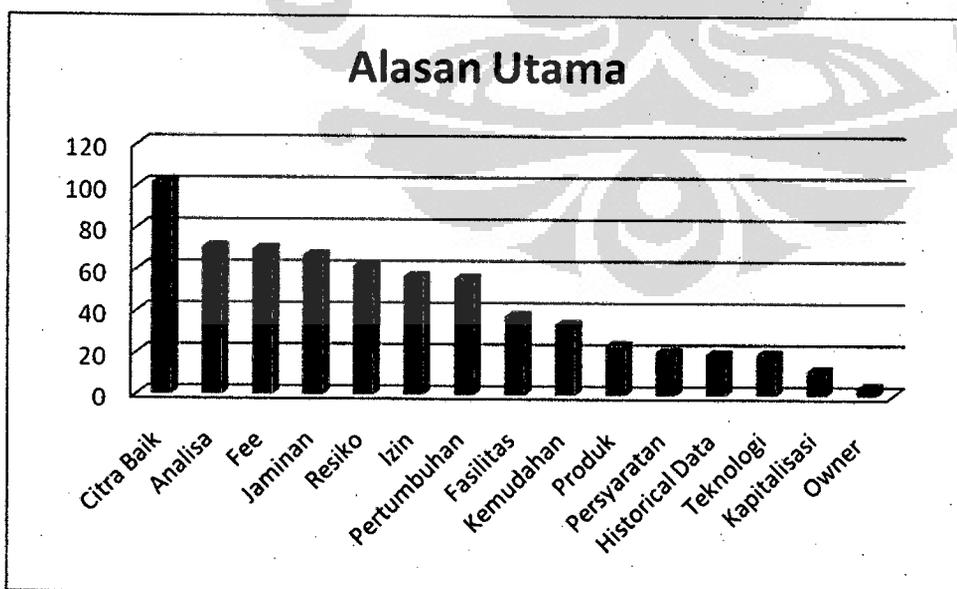
Resources atau sumber daya merupakan input dalam proses produksi, yang bisa *tangible* maupun *intangible*. Efektifitas keunggulan bersaing yang berbasis kemampuan diri sendiri ditentukan oleh keberhasilan mengkombinasikan dari tiga faktor yang saling berintegrasi, yaitu : fisik (peralatan kerja), tenaga kerja, dan modal kerja.

Sumber daya yang *tangible* meliputi sumber daya keuangan, organisasi, fasilitas fisik dan teknologi. Dalam hal perusahaan sekuritas yang akan dibangun ini, sumber daya yang bersifat *tangible* berupa fasilitas fisik yang nyaman dan representatif. Dengan didukung sumber daya keuangan yang cukup untuk menjalankannya. Terutama teknologi yang dapat menjawab kebutuhan konsumen akan mobilitas mereka yang tinggi. Perusahaan sekuritas yang akan dibangun ini mengalokasikan sejumlah keuntungannya untuk terus mengembangkan dan membangun sistem IT yang lebih baik lagi secara berkesinambungan. Hal ini menjadi suatu strategi jangka panjang perusahaan untuk menciptakan *blue ocean* di dalam industri yang sudah menjadi *red ocean*. Perusahaan sekuritas yang akan dibangun ini memilih strategi differensiasi untuk sumber daya yang bersifat *tangible* dengan memfokuskan keunggulannya dalam kemudahan aksesibilitas (*On-line Trading*).

Selain membangun sumber daya yang *tangible* perusahaan juga akan memprioritaskan untuk membangun sumber daya yang bersifat *intangibile* sebagai *core competencies* yang lebih dapat *sustainable*, yaitu meliputi sumber daya manusia, inovasi dan reputasi atau citra. Apabila dibandingkan dengan sumber daya yang bersifat *tangible*, sumber daya yang *intagible* lebih berpotensi untuk menjadi *core competencies*. Karena segala kecanggihan peralatan bisa tidak berguna dan hanya menjadi inventaris perusahaan apabila tidak ada yang mampu untuk mengoprasikannya. Disisi lain, semua hal yang berbentuk fisik atau *tangible* sangat mudah untuk tergantikan atau ditiru oleh yang lain.

Terutama di dalam bisnis yang bersifat jasa seperti perusahaan sekuritas yang akan dibangun ini. Kepuasan dari konsumen akan membuat mereka menjadi loyal dan menciptakan *word of mouth* yang positif oleh konsumen. Hal ini sangat sesuai dengan riset pemasaran yang telah dilakukan oleh penulis untuk mendukung pembuatan *business plan* ini, dimana alasan utama konsumen memilih suatu lembaga keuangan tempat mereka menanamkan uang untuk berinvestasi adalah citra baik dari suatu institusi.

Tabel 3.3. Alasan Utama Konsumen Memilih Lembaga Keuangan Tempat Berinvestasi



Langkah-langkah strategis yang dapat diambil untuk menciptakan suatu citra yang baik dari perusahaan sekuritas ini adalah dengan:

1. **Membangun *Human Capital*** sumber daya manusia dalam perusahaan secara keseluruhan. Untuk mendukung tujuan perusahaan dalam membangun citra yang diinginkan, maka haruslah tepat dalam pengelolaan sumber daya manusianya. Mengingat industri sekuritas yang bersifat jasa dan melayani. Beberapa langkah dalam pengelolaan *Human Capital Management* di dalam perusahaan sekuritas ini, yaitu :
 - a. **Membangun *Knowledge*** para karyawan sesuai dengan talenta masing-masing karyawan. Karena dengan memperkaya *knowledge* maka secara langsung berarti memperkaya perusahaan itu sendiri. Para karyawan-lah yang sebenarnya menjalankan perusahaan. Hal ini dapat dibangun dengan mengikut sertakan para karyawan dalam program-program edukasi terutama yang bersifat peningkatan pemahaman akan pasar modal itu sendiri.
 - b. **Meningkatkan *Skill*** para karyawan sesuai dengan talenta mereka. Pada prinsipnya hal ini sama dengan membangun *knowledge*, namun perbedaannya terletak pada aplikasi. Bermodalkan *knowledge* yang telah dibangun pada para karyawan, maka mereka diharuskan untuk menerapkan apa yang telah dipelajari. Karena *skill* atau kemampuan untuk melakukan sesuatu, tidak bisa didapatkan di dalam ruang kelas namun harus melewati praktek dalam kesehariannya.
 - c. **Membangun Budaya Perusahaan.** Budaya melayani dan rendah hati, jujur, transparan, kekeluargaan dan beragama menjadi bentuk budaya yang akan dibangun oleh perusahaan sekuritas ini guna mendukung terciptanya suatu image atau citra yang baik dimata konsumen. Karena dengan karyawan yang mempunyai pengetahuan

tinggi dan *skill* atau kemampuan yang hebat, tetapi tidak didukung dengan kemampuan interpersonal dari para karyawan tidak akan tercapai bentuk dari citra perusahaan yang diinginkan. Seperti halnya di dalam suatu keluarga berpendidikan tinggi, mempunyai pengalaman hebat, tetapi tidak didukung dengan keharmonisan yang tidak pernah dibangun semenjak kecil maka tidak akan nyaman rasanya berada di dalam keluarga tersebut. Perusahaan adalah sebagai sebuah sosok individu yang mempunyai sifatnya masing-masing. Sifat tidak dapat terbentuk dalam waktu semalam. Suatu sifat yang baik dan dapat diterima oleh lingkungan dimana kita hidup terwujud karena dibangun dan diupayakan semenjak kita kecil.

Satu hal lagi yang tidak kalah pentingnya dalam menciptakan *core competencies* yang berasal dari sumber daya *intangible* adalah inovasi. Dengan mendorong untuk terus berkembangnya inovasi di dalam perusahaan, maka perusahaan akan dapat mencirikan dirinya sendiri dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Inovasi yang dapat dilakukan oleh perusahaan sekuritas ini, tidak hanya terpatok dalam hal yang bersifat produk atau fasilitas yang dapat diberikan secara kasat mata. Namun inovasi ini juga dapat berbentuk dalam pola pemasaran yang dapat menjadi pembeda perusahaan sekuritas ini dengan yang lainnya.

Seperti contoh :

Dalam memasarkan produk reksadana, perusahaan dapat melakukan inovasi untuk melakukan *direct marketing* dengan merekrut ibu-ibu rumah tangga *socialite* yang menginginkan uang sampingan dari hasil jerih payah mereka sendiri. Mereka tidak perlu pemahaman yang mendalam akan sebuah reksa dana, akan tetapi mereka pada awalnya diberikan pengarahan dan

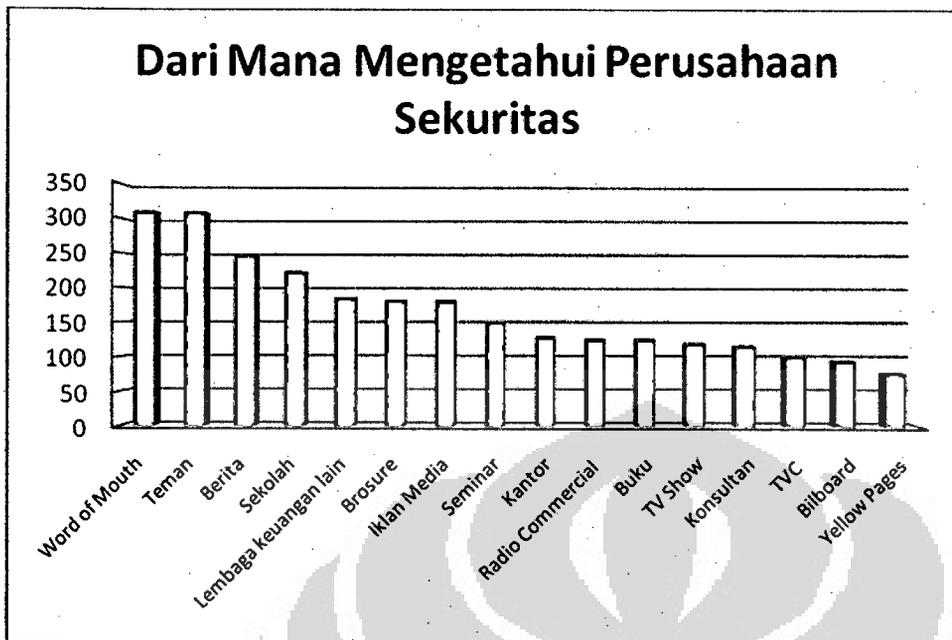
pelatihan untuk menjual reksadana tersebut. Pemahaman akan reksadana diberikan secara terus menerus selama mereka menjadi agen penjual dari perusahaan.

Disisi lain perusahaan dapat mempercepat penjualan reksa dana tanpa harus membayar gaji karyawan baru, karena mereka hanya dibayar sesuai dengan seberapa banyak reksadana yang dapat mereka jual dalam satu bulannya. Untuk memacu semangat mereka dalam melakukan penjualan reksa dana, maka diberikan target-target tertentu dengan bonus di akhir tahun dalam bentuk akomodasi tour keluar negeri.

Dari sisi peluang, cara pemasaran ini penulis melihat ketepatan dalam pemilihan distribusi. Karena kecenderungan dari para ibu rumah tangga socialite yang memiliki banyak uang dari para suami mereka, namun tidak mengetahui bagaimana mengelola uangnya dalam berinvestasi yang baik.

Inovasi dari strategi marketing yang penulis utarakan sebagai contoh ini di dukung oleh riset pemasaran yang dilakukan untuk mendukung karya akhir ini. Dimana para responden menjawab akan pertanyaan "Dari manakah anda mengetahui keberadaan perusahaan sekuritas?". Jawaban utama adalah dengan *Word of Mouth* dan teman sebagai pilihan kedua. Serta didukung citra dari individu yang menjadi agen reksadana dari perusahaan sekuritas ini nantinya. Karena citra seorang yang menjadi *frontliner* reksadana perusahaan akan sangat mempengaruhi penilaian dan pertimbangan calon konsumen untuk melakukan investasi.

Tabel 3.4. Cara Mengetahui Keberadaan Perusahaan Sekuritas



3.4. ANALISIS RANTAI NILAI (*VALUE CHAIN*)

Analisis kekuatan dan kelemahan kelompok usaha industri perusahaan sekuritas ini dilakukan dengan menggunakan kerangka analisis *Value Chain*³⁷ secara sederhana. *Value chain* merupakan bagian dari konsep *Sustainable Competitive Advantage*. Suatu kiat manajemen yang berkenaan dengan peningkatan *shareholder value* dalam jangka panjang pada tingkat unit bisnis. Konsep *Sustainable Competitive Advantage* ini memandang perusahaan sebagai bagian dari suatu sistem yang berfungsi melakukan suatu proses transformasi. Bagian lain dari sistem adalah pemasok sebagai unit memberi masukan dan pemakai sebagai unit yang memanfaatkan hasil keluarannya. Sistem bisnis harus dilihat sebagai suatu rangkaian nilai (*value chain*). Dengan pengamatan yang sistematis terhadap *value activities*, maka dapat dikembangkan keunggulan potensial yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya.

³⁷ Porter, Michael E., *Competitive Advantage*, (New York : The Free Press, 1985), hal. 33.

Nilai (*value*) didefinisikan sebagai sejumlah uang yang bersedia dibayar oleh konsumen. Nilai perusahaan diukur dengan pendapatan total, yaitu jumlah unit yang terjual dikalikan dengan harganya. Perusahaan dikatakan mampu menghasilkan laba apabila nilai totalnya dapat menutup biaya yang dikeluarkan selama aktivitas untuk menciptakan nilai tersebut dilaksanakan. Dari sini bisa dilihat bahwa tujuan dari strategi bersaing adalah untuk menciptakan *users value* yang dapat menutup biaya yang dikeluarkan perusahaan .

Keunggulan bersaing suatu perusahaan tidak hanya tergantung pada rantai nilai perusahaan saja, tetapi juga pada pemasok dan juga pemakai. Untuk itu, disamping mengetahui rantai nilai perusahaan, penting juga mengerti bagaimana hal tersebut berhubungan dan berinteraksi dengan perusahaan lain dalam industri tersebut. Kunci *differentiation* yang berhasil adalah memahami rantai nilai konsumen untuk dapat mengidentifikasi apa sebenarnya yang dibutuhkan oleh pemakai. Demikian pula pemahaman terhadap rantai nilai pemasok dapat memperkuat *bargaining power* perusahaan sebagai pemakai.

Rantai nilai dari tiap-tiap pesaing dalam suatu industri memiliki beberapa komponen yang umum meskipun tentunya memiliki pula perbedaan-perbedaan yang khusus karena perbedaan sejarah, strategi dan implementasinya.

Suatu sistem bisnis apa bila ditelaah melalui *value chain* meliputi 2 aktivitas utama, yaitu *primary activities* dan *support activities*. *Primary activities* (aktivitas utama) adalah yang secara langsung terlibat dalam transformasi masukan menjadi keluaran dan dalam pengiriman serta pendukung pasca penjualan. Hal ini biasanya disebut juga sebagai lintasan aktivitas organisasi. *Support activities* (aktivitas pendukung) berfungsi menunjang aktivitas utama, melalui biaya pengadaan masukan, pengelolaan sumber daya manusia, pengembangan teknologi dan melaksanakan fungsi administrasi umum. Aktivitas pendukung biasanya dipegang oleh staff

fungsi dalam suatu organisasi. Sebagaimana diperlihatkan pada **Gambar 3.3.** (gambar *value chain*), aktivitas pendukung ini berhubungan erat dengan aktivitas utama atau mata rantai nilai secara keseluruhan.

Gambar 3.1. Porter's Value Chain for Financial Services



Sumber : www.google.co.id, diakses pada tanggal 27-01-2008

Setiap aktivitas dalam sistem bisnis atau rangkaian rantai nilai disebut sebagai suatu subsistem, dimana terjadi proses transformasi masukan (termasuk di dalamnya sumber daya manusia) dan teknologi berubah menjadi suatu hasil.

Masing-masing aktivitas menggunakan informasi dari pemasok dan pemesan. *Value chain* yang lengkap sudah memasukkan seluruh nilai aktivitas ditambah dengan margin, yang merupakan perbedaan antara total nilai dan total biaya. Pemasok dan saluran rantai nilai juga termasuk margin yang merupakan bagian dari harga total yang dibayar oleh konsumen.

3.4.1. Aktivitas utama

Sistem bisnis dalam *financial services* yang umum, biasanya memiliki 5 jenis aktivitas utama. Masing-masing meliputi fungsi yang berbeda-beda yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- *Asset Management*, berkaitan dengan penerimaan efek, penyimpanan efek dan pendistribusian portofolio efek.
- *Back Office Administration*, melakukan penganalisaan akan efek yang ada dan data ini yang akan digunakan oleh *Asset Manajement* untuk mengambil keputusan akan proporsi portofolionya terdiri dari efek apa saja.
- Marketing, meliputi aktivitas menyediakan fasilitas dan mendorong terjadinya pembelian, seperti periklanan, promosi, penetapan harga, penjualan, pemilihan saluran distribusi dan pembinaan relasi.
- *Front-end and Post Sales Services*, meliputi aktivitas yang berhubungan dengan aktivitas purna jual untuk mempertahankan persepsi konsumen akan kualitas service yang diberikan.
- *Distribution*, aktivitas yang meliputi pengumpulan pendistribusian keluaran kepada konsumen (*user*), seperti pengiriman efek kepada pembeli, pemrosesan order, penyimpanan efek yang telah dibeli baik secara langsung maupun ke dalam bank kustodian.

Hampir seluruh kategori aktivitas di atas dapat menjadi alat untuk memperoleh *Competitive Advantage*. Prioritas aktivitas masing-masing industri berbeda terhadap aktivitas yang dilakukan. Perbedaan yang sangat berarti dari *value chain* juga tergantung pada strategi bersaing yang dipilih oleh masing-masing perusahaan dalam industri yang sama.

3.4.2. Aktivitas Pendukung

Aktivitas pendukung dikelompokkan ke dalam 4 kelompok besar. Seperti aktivitas utama, masing-masing kelompok/kategori meliputi fungsi-fungsi spesifik yang berbeda, tergantung dari industrinya.

- Pengadaan, berkaitan langsung dengan kegiatan-kegiatan yang mendukung pengadaan masukan, seperti bahan baku, mesin dan peralatan dan bangunan. Aktivitas pendukung ini tidak terbatas pada fungsi pembelian secara tradisional, tetapi juga mendistribusikannya ke seluruh rantai nilai.
- Pengembangan Teknologi, terdiri dari aktivitas-aktivitas yang dibutuhkan untuk memperbaiki proses transformasi dan produk perusahaan. Meliputi proses transformasi dan produk perusahaan. Meliputi proses rekayasa dan kegiatan penelitian dan pengembangan, tetapi cakupannya lebih luas dan berpengaruh terhadap seluruh bagian dari rantai nilai. Contoh yang tepat adalah teknologi informasi, yang dapat menjadi pendukung aktivitas dari mulai masuknya pesanan sampai pada proses manufaktur dan pengembangan produk.
- Pengelolaan Sumber Daya Manusia, meliputi kegiatan-kegiatan seperti rekrutmen, penempatan posisi, pelatihan, pembinaan dan pemberian kompensasi untuk seluruh personel dalam organisasi. Kegiatan ini menopang aktivitas departemen (rekrutmen dan pelatihan bagian penjualan) dan seluruh organisasi (gaji dan upah administrasi).
- Administrasi Umum, melakukan kegiatan administrasi seperti akuntansi, keuangan, manajemen umum, hukum atau perencanaan. Jenis aktivitas ini biasanya terpusat untuk mendukung sistem secara menyeluruh. Pada perusahaan-perusahaan tertentu, aktivitas administrasi umum kadang-kadang terpisah antara kantor pusat dengan divisi-divisi

ataupun unit usaha. Terkadang pula, rantai nilai unit bisnis membagi beberapa aktivitas-aktivitas ini (seperti halnya aktivitas utama dan pendukung) dengan unit bisnis yang lain dalam satu group bisnis.

Aktivitas pendukung juga memegang peranan yang penting dalam strategi bersaing, baik secara langsung maupun tidak. Sebagai contoh, aktivitas pengadaan barang biasanya merupakan bagian kecil dari total biaya, tetapi sebenarnya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap biaya atau kualitas dari input tersebut. Dalam industri seperti kopi dan minyak, biaya atau kualitas dari input dapat menjadi faktor penting dalam strategi diferensiasi dan *cost leadership*.

Pengelolaan Sumber Daya Manusia, seringkali kurang diperhatikan, tetapi sebenarnya sangat penting, memegang peranan penting dalam strategi bersaing, khususnya bagi perusahaan jasa dan yang berteknologi tinggi (dalam hal ini masalah tenaga kerja menjadi masalah yang kritis). Khususnya untuk sebuah perusahaan sekuritas sumber daya manusia adalah bagian paling penting dalam keseluruhan rantai nilai yang ada. Karena baik-buruknya performa dari sebuah perusahaan sekuritas dalam melakukan transaksi efek adalah merupakan keputusan masing-masing pegawai perusahaan.

Kegiatan administrasi perusahaan dapat pula menjadi sumber keunggulan bersaing. Sistem manajemen dan struktur organisasi dapat menjadi strategi perusahaan yang *essensial*. Dengan memiliki kegiatan administrasi yang baik dan efektif maka sebuah perusahaan dapat memantau keadaan yang sebenarnya terjadi di dalam perusahaan. Dan apa bila ada suatu keputusan managerial yang perlu untuk dilakukan, maka keputusan tersebut dapat diambil berdasarkan data perusahaan yang sebenarnya dan bukan dari perkiraan dan dugaan.

3.4.3. Jenis Aktivitas

Dalam kaitannya dengan klasifikasi biaya, aktivitas utama dan pendukung dapat dibedakan dalam tiga jenis. Tiap-tiap jenis aktivitas, memegang peranan yang berbeda dalam *Competitive advantage*. Jenis aktivitas tersebut adalah :

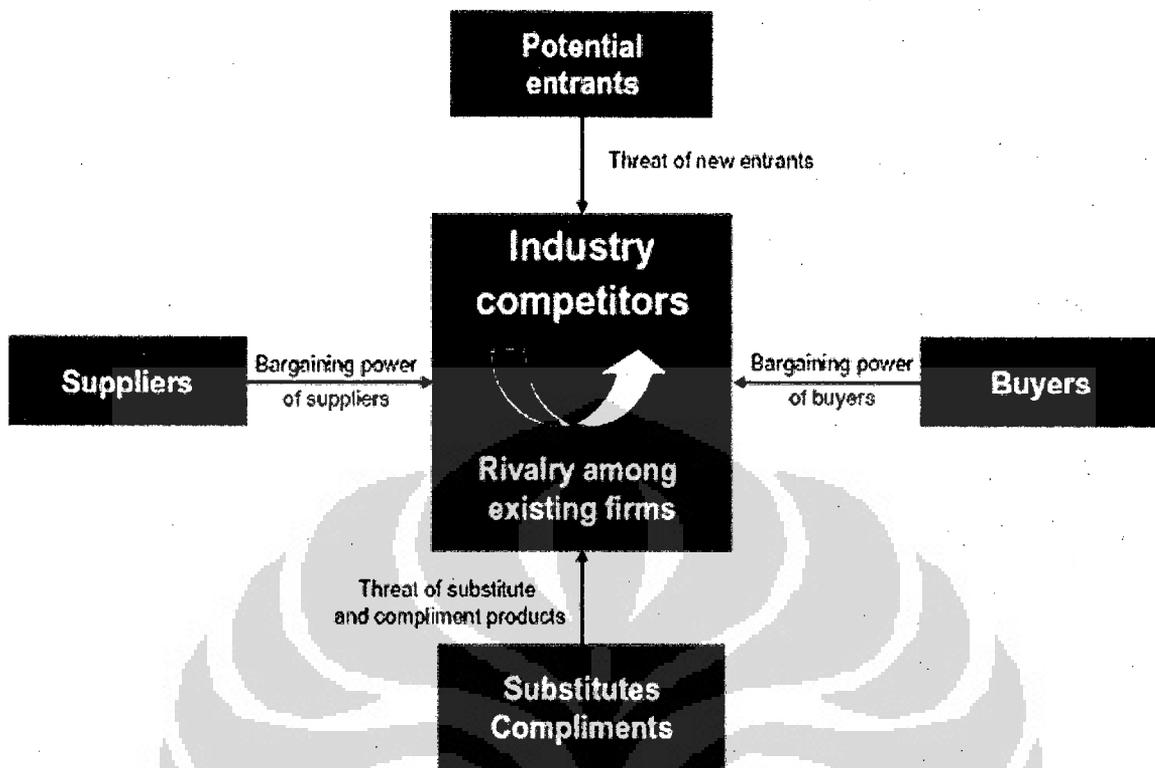
- *Direct*, Aktivitas ini secara langsung terlibat dalam proses *actual value-creation*, dari pembelian dan penjualan.
- *Indirect*, Aktivitas ini, memungkinkan perusahaan untuk melakukan aktivitas langsung, meliputi kegiatan seperti perawatan, penjadwalan, administrasi riset dan penggajian.
- *Monitoring*, Aktivitas-aktivitas ini memastikan kualitas dan kehandalan aktivitas-aktivitas lain, meliputi hal-hal seperti pengujian, pemeriksaan, *reviewing* dan *reworking*.

Sehubungan dengan kepentingan strategis dan penerepan diferensiasi ekonomi, *indirect activities* sering kali tercampur dengan *direct activities*. *Indirect cost* yang bervariasi sering kali diklasifikasikan dalam *general 'overhead'* atau *'burden' accounts*, hal ini berpengaruh pada biaya. Sementara itu, *monitoring activities* (yaitu perbaikan terhadap aktivitas lain) merupakan alat untuk mengembangkan konsep bahwa *'quality can be free'*.

3.5. LINGKUNGAN INDUSTRI

Agar dapat mengalahkan kompetitor dalam arena persaingan dan memungkinkan terus berkembangnya sebuah perusahaan, maka harus didapatkan perspektif dari para kompetitor. Hal ini dapat dibantu dengan konsep analisis industri yang diperkenalkan oleh Michael Porter yang biasa dikenal sebagai *Five Forces Model*.

Gambar 3.2. FIVE FORCES MICHAEL PORTER



Sumber : www.usdoj.gov/atr/public/hearings/single_firm/docs/218691b.gif, diakses 05-02-2008

3.5.1. Investor (Buyers)

Instrumen pasar modal sebagai alternatif investasi yang menguntungkan telah menarik pemilik dana untuk menanamkan modalnya di pasar modal. Instrumen pasar modal menyediakan paling tidak 3 jenis efek yang memiliki karakteristik tersendiri, yaitu dalam bentuk *equity* (saham), *debt* (obligasi) dan bentuk peralihan dari keduanya seperti *convertible bond* (obligasi konversi). Dalam keadaan bunga pasar uang memberi imbalan yang rendah, biasanya investasi dalam instrumen saham akan memberikan imbalan yang lebih menguntungkan berupa deviden maupun peningkatan nilai (*capital gain*), sebaliknya pada saat suku bunga pasar uang meningkat, *investor* dapat mengalihkan dana investasinya dari saham maupun deposito kepada obligasi yang

biasanya memberikan tingkat bunga yang lebih tinggi. Atau jika seorang *investor* menginginkan keunggulan yang dimiliki kedua jenis instrumen tersebut, maka yang bersangkutan dapat menanamkan dananya dalam obligasi konversi.

Pasar modal kita merupakan salah satu bursa yang memberikan tingkat pengembalian yang paling tinggi, naik sekitar 18 persen dalam tiga bulan yaitu bulan juni-september 2006. Likuiditas pasar juga cukup menunjang dengan nilai perdagangan rata-rata Rp 1,2 triliun per harinya. Berita positif karena hal ini memberikan gambaran potensi perekonomian yang cerah dimasa depan.

Namun kalau dicermati lebih jauh, jumlah emiten yang tercatat di pasar modal kita masih relatif rendah. Ini ditunjukkan oleh kapitalisasi pasar kita yang hanya sekitar 30 persen dari total pendapatan domestik bruto. Jumlah IPO dan rights issue sejauh ini hanya sekitar 1 persen dari nilai kapitalisasi bursa. Beberapa sektor strategis, seperti energi, dan utilitas, tidak terwakili secara memadai dalam pasar modal kita. Misalnya, Pertamina dan PLN, merupakan pemain utama yang masih disimpan oleh negara. Dengan kata lain, bursa tidak mencerminkan ekonomi kita yang seutuhnya.

Disamping itu, perusahaan yang mencatatkan diri di Bursa Efek Jakarta (BEJ) hanya 352 perusahaan. Angka ini lebih rendah jika dibandingkan (data september 2006), dengan Thailand (448 perusahaan), Malaysia (745 perusahaan), dan Singapura (693 perusahaan). Ada fenomena lain yang menarik, yakni adanya perusahaan Indonesia yang mencatatkan ekuitas di pasar modal Singapura. Hal ini menggambarkan bahwa pasar modal kita kurang menarik bagi perusahaan untuk mencari dana

Memang harus diakui bahwa faktor utama besarnya kepemilikan saham oleh *investor* domestik di negara lain karena rendahnya tingkat suku bunga yang berlaku di negara tersebut.

Dari segi perdagangan di BEJ diperkirakan transaksi *investor* asing selama tahun 1991 mencapai Rp 3 triliun, atau 52% dari total nilai perdagangan pada tahun tersebut, sedangkan selebihnya Rp. 2,8 triliun atau 48% baru merupakan aktivitas *investor* domestik. Mengingat nilai saham yang dimiliki *investor* asing sebesar Rp 7 triliun pada tahun 1991 maka berarti investor asing telah memutarakan 43% dari portofolionya. Sebaliknya *investor* lokal hanya memutarakan 16% dari portofolionya selama tahun 1991. Sebagai pembandingan, di Tokyo Stock Exchange, total perdangan asing hanya mencapai 13.6% dan selebihnya 26% oleh institusi domesik dan 60,4% oleh *investor* individu³⁸.

Pada akhir tahun 2006 tercatat *investor* asing masih mendominasi kepemilikan saham sebanyak 73 persen dengan nilai aset saham sebanyak Rp 515, 824 triliun. Sisanya dimiliki *investor* lokal sebanyak 27 persen dengan nilai aset Rp 187,537 triliun. Sementara itu, *investor* lokal mendominasi kepemilikan obligasi sebanyak 95 persen dengan nilai Rp 60, 437 triliun. Kepemilikan asing sebanyak 5 persen memiliki aset obligasi dengan nilai Rp 3,285 triliun.³⁹

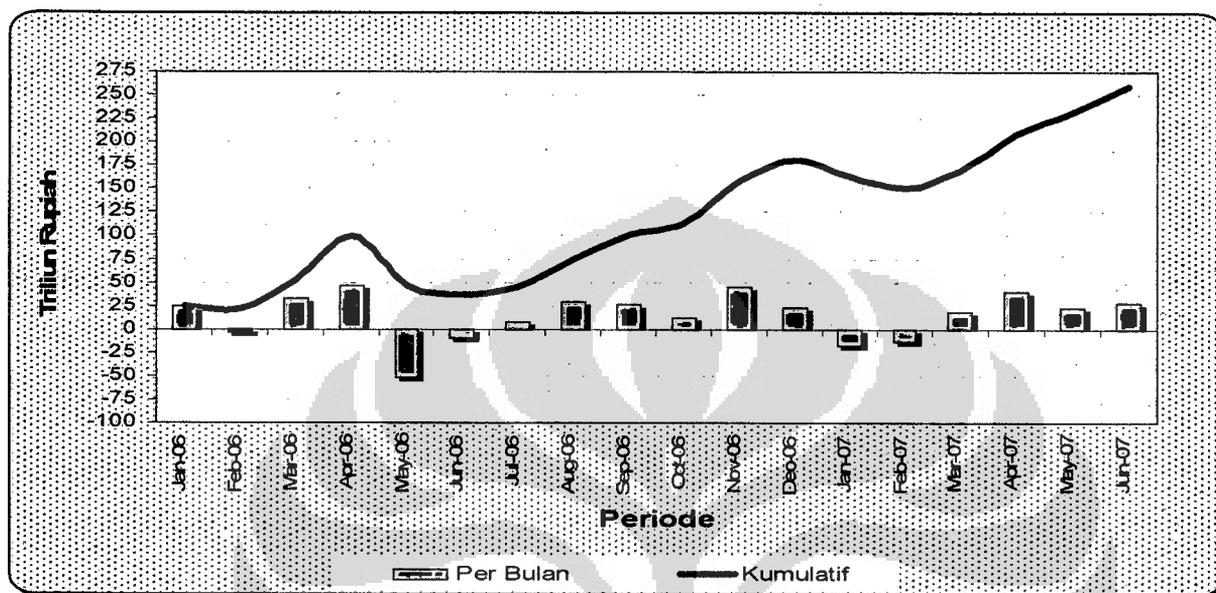
Seperti yang dapat kita lihat pada Tabel 3.5. di bawah, bahwa secara kumulatif hingga Desember 2006 *investor* asing telah menanamkan uangnya lebih dari Rp 175 triliun atau sekitar 50.3% dari keseluruhan emisi di pasar modal Indonesia pada tahun tersebut (Rp 348 triliun, data tabel 3.1). Dengan kata lain, struktur pasar modal kita masih sangat didominasi oleh pemodal asing. Dan ini sangat berbahaya untuk ketahanan perekonomian bangsa kita. Karena hanya

³⁸ Opm Muhammad Teguh, Karya Akhir "ANTISIPASI PT 'X' DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN LINGKUNGAN USAHA (STUDI KASUS MANAJEMEN STRATEGIK PADA INDUSTRI SEKURITAS), hal 49.

³⁹ http://www.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2006/12/28/brk,20061228-90185_id.html, di akses 19-02-2008

dengan menekan satu tombol dari komputer para manajer investasi asing tersebut maka dengan otomatis uang yang mereka tanamkan akan berpindah. Dan hal ini akan berdampak sangat *significant* kepada stabilitas perekonomian bangsa kita.

Tabel 3.5. Aliran Dana *Investor* Asing, Januari 2006 – Juni 2007 (bulanan)



Sumber: KSEI

Negara-negara lain di kawasan ini mempunyai keseimbangan yang lebih baik karena pasar modalnya didukung oleh pemain lokal, terutama oleh *investor* ritel. Jumlah *investor* di BEJ hanya mencapai sekitar 500.000 *sub-account* dan dari jumlah itu *investor* lokal mungkin tidak lebih dari setengahnya. Meski kontribusi lokal terhadap perdagangan mulai meningkat, namun *investor* asing tetap menjadi pemicu pergerakan harga saham di bursa kita.

Tambahan lagi, pasar modal kita masih sering dianalogikan sebagai arena judi dan bukan sebagai sarana investasi. Ini berdampak buruk bagi citra pasar modal karena pola pikir seperti itu meningkatkan fluktuasi pasar yang tidak perlu dan sering merugikan *investor* minoritas.

Dana pensiun dan perusahaan asuransi merupakan pemodal domestik pasar saham yang potensial. Namun, kebijakan investasi dana pensiun yang cenderung konservatif membatasi proporsi penempatan investasi dalam bentuk saham. Saat ini kebanyakan dana pensiun masih

mengandalkan investasi obligasi swasta dan BUMN, surat berharga pemerintah dan penempatan deposito yang memberikan rasa aman. Di samping itu, penilaian kinerja manajer investasi secara absolut tahunan memicu kecenderungan memilih jalan aman daripada investasi saham yang lebih fluktuatif namun dapat memberikan hasil yang jauh lebih tinggi.

Menurut penulis, penilaian kinerja perlu disesuaikan dengan kebijakan investasi sehingga memberikan penilaian prestasi yang wajar. Sebagai contoh, Jamsostek (raksasa *investor* domestik dengan aset lebih kurang sebesar Rp 40 triliun) mengalokasikan investasi dalam saham hanya sekitar 10 persen dari total asetnya. Sebenarnya alokasi investasi saham dapat ditingkatkan sampai lebih dari 50 persen dari total aset yang dikelola.

Hal lain yang menghambat perkembangan pasar modal adalah keterbukaan dan perlindungan terhadap *investor*, terutama *investor* minoritas. Belum cukupnya keterbukaan publik dan perlindungan *investor* minoritas. Banyak kasus yang kepentingan *investor* minoritas dirugikan, tetapi penyelesaiannya masih jauh dari transparan dan adil. Salah satu dampak dari persepsi bursa yang kurang akomodatif terhadap *investor* adalah valuasi perusahaan yang lebih rendah daripada perusahaan sejenis di negara lain. Perusahaan lokal yang ternyata bisa mendapatkan valuasi lebih menarik di negeri jiran. Banyak perusahaan yang basis kegiatan di Indonesia justru mencatatkan diri di bursa Singapura. Karena bursa Singapura mempunyai citra yang relatif bersih (keterbukaan) dan aman (perlindungan *investor*) sehingga valuasi saham lebih merefleksikan nilai perusahaan yang sesungguhnya. Ini merupakan insentif bagi calon emiten untuk mencatatkan diri di Singapura, sekalipun harus memberikan informasi tambahan yang jauh lebih banyak dan rumit.⁴⁰

⁴⁰ Erwan Teguh, *Analisis Danareksa Sekuritas, Memacu Daya Tarik Pasar Modal*, http://perpustakaan.bappenas.go.id/pls/kliping/data_access.show_file_clp?v_filename=F14957/Memacu%20Daya%20Tarik%20Pasar%20Modal.htm, di akses 09-02-2008

Tabel 3.6. Penyebaran Investasi Dana Pensiun (dalam Rp Miliar)

Bentuk Investasi	2002	%	Jun-06	%
Deposito & Sertifikat Deposito	27,521.00	69.40	19,353.00	29.06
SBI	153.00	0.39	328.00	0.49
Saham	1,622.00	4.09	5,070.00	7.61
Obligasi Swasta dan BUMN	4,738.00	11.95	17,558.00	26.37
Surat Berharga Pemerintah	51.00	0.13	16,639.00	24.99
Reksadana	503.00	1.27	1,730.00	2.60
Penyertaan Saham	34.00	0.09	2,630.00	3.95
Surat Pengakuan Hutang	310.00	0.78	449.00	0.67
Tanah dan Bangunan	2,363.00	5.96	2,827.00	4.25
Surat Berharga Lain	2,360.00	5.95	6.00	0.01
Total	39,655.00	100.00	66,590.00	100.00

Sumber : Bapepam – LK

Tabel 3.7. Penyebaran Investasi Perusahaan Asuransi (dalam Rp Juta)

Bentuk Investasi	2002	%	2006	%
Deposito & Sertifikat Deposito	13,064,866.69	43.03	16,638,798.63	21.17
Saham	1,343,428.05	4.42	7,504,415.73	9.55
Obligasi dan MTN	4,023,760.78	13.25	11,372,414.74	14.47
SUN - SBI	4,534,118.12	14.93	18,086,761.04	23.02
Reksadana	1,164,261.78	3.83	13,093,224.09	16.66
Penyertaan Langsung	3,934,445.50	12.96	7,933,140.80	10.09
Bangunan, Tanah dengan Bangunan	1,335,156.59	4.40	1,989,109.01	2.53
Pinjaman Hipotik	114,460.02	0.38	270,741.72	0.34
Pinjaman Polis	675,889.82	2.23	1,159,541.98	1.48
Investasi lain-lain	174,803.86	0.58	538,556.01	0.69
Total	30,365,191.21	100.00	78,586,703.75	100.00

Sumber : Bapepam – LK

3.5.2. Perusahaan Sekuritas Di Indonesia (*Industry Competitors*)

Hingga bulan maret tahun 2008, tercatat sebanyak 169 perusahaan yang bergerak dalam Industri sekuritas terutama yang bergerak dalam jasa Perantara-Perdagang Efek di Indonesia. Yang terdiri dari 122 Perusahaan Efek Anggota Bursa Efek dan 47 Perusahaan Efek Non Anggota Bursa Efek.

3.5.3. Emiten (*Suppliers*)

Meningkatnya kebutuhan dana investasi serta terbatasnya ketersediaan dana kredit perbankan memacu peningkatan kapitalisasi melalui pasar modal sebagaimana tercermin dari meningkatnya perusahaan yang menyerap dana melalui pasar modal. Hal ini juga menjadi salah satu cara pemerintah untuk menciptakan perekonomian bangsa yang tidak terlalu mengandalkan pada pinjaman perbankan, karena dampaknya yang dasyat telah kita rasakan pada priode tahun 1996-1998. Terutama karena hutang yang bangsa kita miliki, baik hutang pemerintah dan hutang swasta yang berasal dari luar negeri dan berbentuk dalam mata uang asing. Maka dari itu pemerintah kini menggalakkan penyerapan dana masyarakat baik melalui emisi saham maupun obligasi.

Untuk pasar modal saja pemerintah, dalam hal ini MENNEG BUMN telah mencanangkan dalam tahun 2008 ini untuk 18 perusahaan BUMN melakukan IPO dan terdaftar di bursa sebagai emiten. Hal ini dapat memacu kinerja bursa kita untuk menjadi lebih baik lagi. Dan pemerintah juga telah meluncurkan Obligasi Negara Republik Indonesia SERI ORI004 yang akan jatuh tempo pada 12 Maret 2012.

Tabel 3.8. 10 Besar Market Kapitalisasi Februari 2008

No.	Listed Stocks	Number of Listed Shares	Market Capitalization	
			(Million Rp)	% of Total
1	Telekomunikasi Indonesia. Tbk	20159999280	197,567,993	9.9
2	Bumi Resources.Tbk	19404000000	149,410,800	7.49
3	Astra International. Tbk	4048335314	112,746,695	5.65
4	International Nikel Ind. Tbk	9936338720	938,98,401	4.71
5	Bank Rakyat Indonesia. Tbk	12201047450	87,847,542	4.4
6	Bank Central Asia. Tbk	24408459120	87,260,241	4.37
7	Bank Mandiri (Persero). Tbk	20602978940	67,474,756	3.38
8	Perusahaan Gas Negara. Tbk	4593437193	63,389,433	3.18
9	H M Sampoerna. Tbk	4383000000	60,923,700	3.05
10	Unilever Indonesia. Tbk	7630000000	51,884,000	2.6

Sumber: IDX Monthly Statistics Februari 2008

Tabel 3.9. 10 Besar Saham Teraktif dari Volume Perdagangan

No.	Listed Stocks	Volume	Total Trading			Trading Days
			%	Volume (Rp)	Freq. (X)	
1	Bakrie & Brothers. Tbk	10,524,998,536	15.67	3,619,672,404,275	32,546	19
2	Bank International Ind. Tbk	6,459,035,249	9.51	2,123,293,196,490	12,172	19
3	Bakrieland Development. Tbk	3,688,528,182	5.49	2,356,536,838,340	19,976	19
4	Bumi Resources. Tbk	3,119,323,178	4.64	22,754,681,627,833	78,161	19
5	Central Proteinaprima. Tbk	2,693,131,700	4.01	859,300,906,000	14,038	19
6	Aneka Tambang (Persero). Tbk	2,454,525,500	3.65	9,766,492,395,000	107,588	19
7	Elnusa. Tbk	1,756,446,500	2.61	852,613,887,000	33,424	19
8	New Century Development. Tbk	1,565,765,500	2.33	119,505,052,000	6,015	19
9	Alam Sutra Realty. Tbk	1,428,084,500	2.13	312,995,480,000	6,171	19
10	Bakrie Telecom. Tbk	1,386,218,070	2.06	506,685,783,190	8,045	19

Sumber: IDX Monthly Statistics Februari 2008

Tabel 3.10. 10 Besar Saham Teraktif dari Total Trading Value Perdagangan

No.	Listed Stocks	Total Trading				Trading Days
		Volume	%	Volume (Rp)	Freq. (X)	
1	Bumi Resources.Tbk	3,119,323,178	22.37	22,754,681,627,833	78,161	19
2	Aneka Tambang (Persero). Tbk	2,454,525,500	9.6	9,766,492,395,000	107,588	19
3	Telekomunikasi Indonesia. Tbk	497,625,476	4.83	4,916,638,465,800	23,233	19
4	Bakrie & Brothers. Tbk	10,524,998,536	3.56	3,619,672,404,275	32,546	19
5	Perusahaan Gas Negara. Tbk	248,687,629	3.28	3,338,926,874,000	24,357	19
6	Astra International. Tbk	123,029,836	3.25	3,306,834,659,300	13,341	19
7	International Nickel Ind. Tbk	356,464,740	3.18	3,233,763,573,000	30,308	19
8	Tambang Batubara Bukit Asam. Tbk	276,431,500	3.11	3,161,508,919,000	25,266	19
9	Bank Mandiri (Persero). Tbk	727,295,804	2.38	2,421,749,887,850	19,251	19
10	Bakrieland Development. Tbk	3,688,528,182	2.32	2,356,536,838,340	19,976	19

Sumber: IDX Monthly Statistics Februari 2008

Tabel 3.11. 10 Besar Saham Teraktif dari Total Frekuensi Perdagangan

No.	Listed Stocks	Total Trading				Trading Days
		Volume	%	Volume (Rp)	Freq. (X)	
1	Aneka Tambang (Persero). Tbk	2,454,525,500	9.91	9,766,492,395,000	107,588	19
2	Bumi Resources.Tbk	3,119,323,178	7.2	22,754,681,627,833	78,161	19
3	Elnusa. Tbk	1,756,446,500	3.08	852,613,887,000	33,424	19
4	Bakrie & Brothers. Tbk	10,524,998,536	3	3,619,672,404,275	32,546	19
5	International Nickel Ind. Tbk	356,464,740	2.79	3,233,763,573,000	30,308	19
6	Tambang Batubara Bukit Asam. Tbk	276,431,500	2.33	3,161,508,919,000	25,266	19
7	Perusahaan Gas Negara. Tbk	248,687,629	2.24	3,338,926,874,000	24,357	19
8	Telekomunikasi Indonesia. Tbk	497,625,476	2.14	4,916,638,465,800	23,233	19
9	Bakrie Sumatra Plantations. Tbk	783,579,776	2.03	1,991,899,002,400	22,065	19
10	Medco Energi International. Tbk	404,303,958	1.99	1,642,710,654,600	21,633	19

Sumber: IDX Monthly Statistics Februari 2008

Tabel 3.12. 10 Obligasi Pemerintah Teraktif dari Value Perdagangan

No.	Bond ID	Bond Name	Value	Frequency
1	FR0027	Obligasi Negara Th. 2005 Seri FR 0027	7,017,273,000,000	369
2	ZC004	Obligasi Negara Seri ZC0004	5,331,228,000,000	111
3	GBRB0019NvBV	Obligasi Pem. Th. 2002 Seri VR0019	4,569,500,000,000	22
4	FR0033	Obligasi Negara Th. 2006 Seri FR0033	3,399,288,000,000	174
5	GBRB0017NvBF	Obligasi Pem. Th. 2002 Seri FR0017	3,113,623,000,000	106
6	FR0034	Obligasi Negara Th. 2006 Seri FR0034	2,776,860,000,000	134
7	FR0023	Obligasi Negara Th. 2003 Seri FR0023	2,683,032,000,000	139
8	GBRB0014MyBV	Obligasi Pem. Mei 1999 Seri VR0014	2,535,997,000,000	27
9	GBRB0019NvBF	Obligasi Pem. Th. 2002 Seri FR0019	2,443,000,000,000	87
10	FR0039	Obligasi Negara Th. 2006 Seri FR0039	2,292,550,000,000	75

Sumber: IDX Monthly Statistics Februari 2008

Tabel 3.13. 10 Obligasi Pemerintah Teraktif dari Frekuensi Perdagangan

No.	Bond ID	Bond Name	Value	Freq.
1	ORI003	Obligasi Negara Republik Indonesia Seri ORI003	1,809,979,000,000	566
2	ORI002	Obligasi Negara Republik Indonesia Seri ORI002	928,214,000,000	426
3	FR0027	Obligasi Negara Th. 2005 Seri FR0027	7,017,273,000,000	369
4	FR0042	Obligasi Negara Th. 2007 Seri FR0042	2,088,302,000,000	207
5	FR0033	Obligasi Negara Th. 2006 Seri FR0033	3,399,288,000,000	174
6	FR0023	Obligasi Negara Th. 2003 Seri FR0023	2,683,032,000,000	139
7	FR0034	Obligasi Negara Th. 2006 Seri FR0034	2,776,860,000,000	134
8	ZC0004	Obligasi Negara Seri ZC0004	5,331,228,000,000	111
9	GBRB0017NvBF	Obligasi Pem. Th. 2002 Seri FR0017	3,113,623,000,000	106
10	FR0026	Obligasi Negara Th. 2004 Seri FR0026	2,192,400,000,000	105

Sumber: IDX Monthly Statistics Februari 2008

Tabel 3.14. 10 Obligasi Perusahaan Teraktif dari Value Perdagangan

No.	Bond ID	Bond Name	Value	Freq.
1	NISP01AXBFSB	Subordinasi I Bank NISP Th. 2003 Seri A	259,000,000,000	25
2	BDMN01A	Bank Danamon I Tahun 2007 Seri A	200,000,000,000	2
3	TUFI05A	Obligasi Tunas Financindo Sarana V Th 2008 Seri A	187,000,000,000	8
4	TUFI04A	Tunas Financindo Sarana IV Tahun 2007 Seri A	131,150,000,000	6
5	ISAT03AXBFTW	Indosat III Tahun 2003 Seri A	105,900,000,000	29
6	WOMF03B	WOM Finance III Thn 2006 Seri B	100,000,000,000	15
7	ISAT05A	Indosat V Tahun 2007 Seri A	86,200,000,000	24
8	BDKI04	Bank DKI IV Tahun 2004	83,000,000,000	12
9	ADMF02A	Adira Dinamika Multi Finance II Thn 2006 Seri A	82,300,000,000	16
10	PNBN02B	Bank Panin II Tahun 2007 Seri B	81,000,000,000	13

Sumber: IDX Monthly Statistics Februari 2008

Tabel 3.15. 10 Obligasi Perusahaan Teraktif dari Frekuensi Perdagangan

No.	Bond ID	Bond Name	Value	Freq.
1	ISAT03AXBFTW	Indosat III Tahun 2003 Seri A	105,900,000,000	29
2	NISP01AXBFSB	Subordinasi I Bank NISP Th. 2003 Seri A	259,000,000,000	25
3	ISAT05A	Indosat V Tahun 2007 Seri A	86,200,000,000	24
4	DNRKO1XXBFTW	Danareksa I Tahun 2003	52,500,000,000	19
5	INDF02XXBFTW	Indofood Sukses Makmur II Tahun 2003	59,700,000,000	18
6	CLPK02	Obligasi Ciliandra Perkasa II Tahun 2007	60,000,000,000	17
7	ADMF02A	Adira Dinamika Multi Finance II Thn 2006 Seri A	82,300,000,000	16
8	EXCL02	Excelcom II Tahun 2007	40,000,000,000	16
9	JMPD11PXBFTW	Jasa Marga XI Seri P Tahun 2003	65,000,000,000	15
10	ADHI02XXBFTW	Adhi Karya II Tahun 2003	38,000,000,000	15

Sumber: IDX Monthly Statistics Februari 2008

3.5.4. Ancaman Pendetang Baru (*Potential of New Entrant*)

Sifat dari Industri sekuritas di Indonesia sangat terbuka, nyaris tidak ada *entry barrier* maupun *exit barrier*. Pendetang baru dalam industri sudah mulai meramaikan pasar Indonesia. Seperti JP Morgan, Merrill Lynch, Kim Eng Sekuritas, dll, mereka masuk dalam ukuran besar. Perusahaan-perusahaan ini hampir selalu menjadi *the most active* dan *top gainer* di bursa. Mereka mempunyai network luas, dan ini menjadi kekuatan mereka. Dimana mereka sudah mempunyai pengalaman yang tinggi dalam melakukan analisa pasar dan *market timing* yang belum dimiliki oleh perusahaan lokal yang baru berkembang.

Dengan modal besar dan jaringan kerja yang luas dan nama besar, pesaing besar nyaris tanpa hambatan dapat menguasai bursa lokal.

3.5.5. Produk Substitusi (*Substitutes Compliments*)

Produk substitusi yang paling dekat dengan saham dan obligasi adalah instrumen pasar uang berupa deposito berjangka. Apabila kinerja bursa menunjukkan penurunan dan tingkat bunga pasar uang menarik, maka hampir dapat dipastikan bahwa dana akan beralih ke pasar uang. Demikian pula halnya dengan alternatif investasi lainnya seperti produk-produk asuransi dan properti seperti apartemen yang saat ini semakin marak, mampu menarik dana masyarakat.

3.6. LINGKUNGAN OPERASI

3.6.1. Perusahaan Pesaing

Perusahaan-perusahaan sekuritas dan lembaga keuangan besar lainnya berdasarkan total *value* dan frekuensi perdagangan saham serta obligasi pada bulan Februari 2008 diperlihatkan pada tabel-tabel di bawah ini.

Tabel 3.16. 20 Besar Perusahaan Sekuritas Teraktif dari Total *Value* Perdagangan

No	Brokerage Firms	Reguler			Non Reg			Total		
		Vol.	Value	Freq.	Vol.	Value	Freq.	Vol.	Value	Freq.
1	Kim Eng Securities (ZP)	7,078	11,582	96,340	627	1,776	1,048	7,704	13,358	97,388
2	CLSA Indonesia (KZ)	3,579	7,205	39,067	914	2,798	299	4,493	10,003	39,366
3	Merrill Lynch Indonesia (RX)	2,751	5,890	38,672	300	1,239	779	3,051	7,128	39,451
4	Macquarie Securities Indonesia (RX)	2,183	4,341	22,041	523	2,750	430	2,706	7,091	22,471
5	Danareksa Securities (OD)	2,932	6,118	88,549	501	881	562	3,432	7,000	89,111
6	Deutsche Securities Indonesia (DB)	3,439	5,219	26,212	476	1,655	568	3,915	6,874	26,780
7	CIMB-GK Securities Indonesia (YU)	3,671	6,670	47,181	58	199	299	3,728	6,870	47,480
8	UBS Securities Indonesia (AK)	1,953	5,043	23,357	356	1,745	646	2,309	6,788	24,003
9	Trimegah Securities. Tbk (LG)	3,452	5,929	93,618	56	37	160	3,507	5,966	93,778
10	JP Morgan Securities Indonesia (BK)	1,649	4,559	25,259	400	1,339	447	2,050	5,898	25,706
11	Bahana securities (DX)	1,705	4,407	31,796	140	1,024	390	1,845	5,431	32,186
12	Mandiri Sekuritas (CC)	2,645	4,411	46,936	443	974	158	3,088	5,385	47,094
13	Optima Kharya Capital Securities (CM)	3,134	4,983	49,246	21	35	76	3,155	5,018	49,322
14	Hortus Danavest. Tbk (HD)	3,207	4,567	51,047	180	201	98	3,387	4,769	51,145
15	Lautandhana Securindo (YJ)	3,721	4,329	41,365	121	106	91	3,843	4,436	41,456
16	Ciptadana Securities (KI)	3,719	4,182	49,246	155	221	383	3,874	4,403	49,549
17	DBS Vickers Securities Indonesia (DP)	2,993	4,207	31,797	199	129	939	3,192	4,336	32,736
18	Credit Suisse Securities Indonesia (CS)	1,168	3,709	19,363	276	599	478	1,444	4,308	19,841
19	Phillip Securities Indonesia (KK)	2,635	4,182	55,615	7	6	47	2,642	4,158	55,662
20	Samuel Sekuritas Indonesia (IF)	2,596	3,914	19,149	17	32	19	2,613	3,946	19,168
	Total dari 20 Perusahaan	60,210	105,420	895,776	5,769	17,745	7,917	65,979	123,165	903,693
	% Of dari Total Transaksi	50,81%	58,88%	41,52%	36,34%	72,66%	56,62%	49,10%	60,54%	41,62%
	Total Transaksi	118,495	179,034	2,157,424	15,877	24,421	13,982	134,372	203,454	2,171,406

Sumber: IDX Monthly Statistics Februari 2008

Catatan : *Volume* dalam Juta Lembar Saham, *Value* dalam Milliar Rp.

Sedangkan jika dilihat dari total frekuensi perdagangan saham per feb 2008, maka 20

besar peringkat perusahaan efek di Indonesia adalah sebagai berikut :

Tabel 3.17. 20 Besar Perusahaan Sekuritas Teraktif dari Total Frekuensi Perdagangan

No.	Brokerage Firms	Reguler			Non Reg			Total		
		Vol.	Value	Freq.	Vol.	Value	Freq.	Vol.	Value	Freq.
1	eTrading Securities (YP)	1,685	1,973	110,507	4	1	75	1,689	1,975	110,582
2	Kim Eng Securities (ZP)	7,078	11,582	96,340	627	1,776	1,048	7,704	13,358	97,388
3	Sarijaya Permana Sekuritas (SP)	1,887	3,622	95,189	39	197	240	1,926	3,819	95,429
4	Trimegah Securities. Tbk (LG)	3,452	5,929	93,618	56	37	160	3,507	5,966	93,778
5	Danareksa Securities (OD)	2,932	6,118	88,549	501	881	562	3,432	7,000	89,111
6	Valbury Asia Securites (CP)	2,445	3,251	74,121	27	23	346	2,472	3,274	74,467
7	Indo Premier Securities (PD)	2,169	2,317	61,136	13	12	103	2,182	2,329	61,239
8	Phillip Securities Indonesia (KK)	2,635	4,152	55,615	7	6	47	2,642	4,158	55,662
9	Horfus Danavest. Tbk (HD)	3,207	4,567	51,047	180	201	98	3,387	4,769	51,145
10	Ciptadana Securities (KI)	3,719	4,182	49,246	155	221	383	3,874	4,403	49,549
11	Mandiri Sekuritas (CO)	2,645	4,411	46,936	443	974	158	3,088	5,385	47,094
12	CIMB-GK Securities Indonesia (YU)	3,671	6,670	47,181	58	199	299	3,728	6,870	47,480
13	Optima Kharya Capital Securities (CM)	3,134	4,983	49,246	21	35	76	3,155	5,018	49,322
14	Lautandhana Securindo (YJ)	3,721	4,329	41,365	121	106	91	3,843	4,436	41,456
15	Merrill Lynch Indonesia (RX)	2,751	5,890	38,672	300	1,239	779	3,051	7,128	39,451
16	CLSA Indonesia (KZ)	3,579	7,205	39,067	914	2,798	299	4,493	10,003	39,366
17	Erdhika Elit (AO)	1,110	1,015	37,691	8	6	47	1,118	1,022	37,738
18	Antaboga Delta Sekuritas Indonesia (SY)	1,672	2,065	36,755	13	8	78	1,685	2,074	36,833
19	Investindo Nusantara Sekuritas (IN)	1,829	2,571	33,943	50	38	132	1,879	2,609	34,075
20	Henan Putihrai (HP)	2,676	3,110	33,626	33	27	104	2,709	3,137	33,730
	Total dari 20 Perusahaan	57,997	89,944	1,179,770	3,569	8,786	5,125	61,566	98,730	1,184,895
	% Of dari Total Transaksi	48,94%	50,24%	54,68%	22,48%	35,98%	36,65%	45,82%	48,53%	54,57%
	Total Transaksi	118,495	179,034	2,157,424	15,877	24,421	13,982	134,372	203,454	2,171,406

Sumber: IDX Monthly Statistics Februari 2008

Catatan : *Volume* dalam Juta Lembar Saham, *Value* dalam Milliar Rp.

Adapun perusahaan efek dan lembaga keuangan lainnya yang teraktif dalam melakukan transaksi perdagangan obligasi/surat hutang di Bursa Efek Indonesia adalah :

Tabel 3.18. 10 Most Active Participant in Bonds Trading by Value

No.	Participant Name	Val (Bill.)	Freq.
1	Deutsche Bank	13,334.20	294
2	Citibank NA	9,634.70	436
3	Standard Chartered Bank	8,964.50	202
4	JP Morgan Chase Bank	7,983.20	215
5	Bank Permata. Tbk	6,570.10	390
6	Bank Negara Indonesia	5,009.30	237
7	Bank Pan Indonesia. Tbk	4,890.60	418
8	Mandiri Sekuritas	3,540.00	102
9	Bank HSBC Kustodian	2,916.00	298
10	DBS Bank Indonesia	2,831.20	99
Total of the 10 Participant		65,673.80	2691
% of Total Transaction		58,7%	40,9%
Total Transaction		111,805	6,580

Sumber: IDX Monthly Statistics Februari 2008

Tabel 3.19. 10 Most Active Participant in Bonds Trading by Frequency

No.	Participant Name	Val (Bill.)	Freq.
1	Citibank NA	9,634.70	436
2	Bank Pan Indonesia. Tbk	4,890.60	418
3	Bank Permata. Tbk	6,570.10	390
4	Bank HSBC Kustodian	2,916.00	298
5	Deutsche Bank	13,334.20	294
6	Bank International Indonesia	2,530.00	270
7	Bank Negara Indonesia	5,009.30	237
8	Bank Mandiri	819.00	223
9	JP Morgan Chase Bank	7,983.20	215
10	Standard Chartered Bank	8,964.50	202
Total of the 10 Participant		62,651.60	2983
% of Total Transaction		59,0%	45,3%
Total Transaction		111,805	6,580

Sumber: IDX Monthly Statistics Februari 2008

3.7. PELUANG

Bedasarkan analisis atas faktor-faktor lingkungan usaha yang mempengaruhi industri sekuritas, dapat dikenali indikasi yang memperlihatkan adanya peluang bagi industri sekuritas untuk berkembang. Indikasi adanya peluang tersebut adalah:

- 1) Catatan pertumbuhan ekonomi nasional dan target pertumbuhan yang cukup tinggi pada tahun-tahun mendatang.
- 2) Kesenjangan tabungan dengan investasi nasional dengan posisi defisit bagi tabungan.
- 3) Terbatasnya pasokan dana perbankan untuk kebutuhan investasi.
- 4) Peningkatan pendapatan perkapita yang juga akan menaikkan tingkat investasi perorangan.
- 5) Tekad pemerintah untuk meningkatkan peran pasar modal sebagai alternatif pendanaan investasi.
- 6) Komitmen otoritas pasar modal dan pelaku dalam pasar modal untuk terus meningkatkan sistem dan prosedur dalam aktivitas pasar modal, khususnya yang berhubungan dengan perlindungan bagi *investor*.
- 7) Semakin tingginya tingkat pendidikan masyarakat dan semakin meluasnya pengetahuan masyarakat mengenai pasar modal akan memperbaiki persepsi masyarakat atas pasar modal.
- 8) Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi turut membantu perkembangan peran pasar modal, khususnya dalam hal kecepatan dan ketepatan proses serta cakupan wilayah aktivitas pasar modal yang semakin meluas

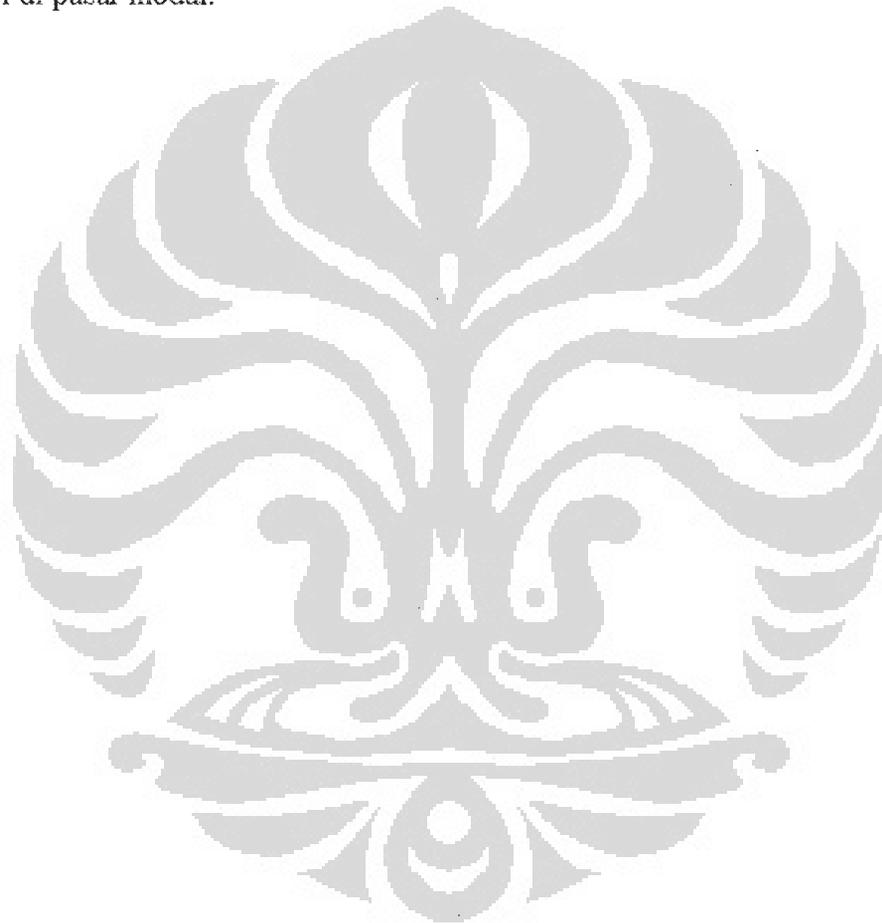
- 9) Bergabungnya BEJ (Bursa Efek Jakarta) dan BES (Bursa Efek Surabaya) menjadi BEI (Bursa Efek Indonesia) ditahun 2008 ini akan mendorong perkembangan pasar modal Indonesia.
- 10) Jumlah *investor* domestik yang kurang dari 500.000 orang namun dapat mengumpulkan transaksi perharinya sekitar Rp 4-5 Triliun.
- 11) Rencana pembentukan bursa regional di ASEAN akan sangat memacu pertumbuhan industri sekuritas di ASEAN terutama Indonesia.

3.8. ANCAMAN

Sedangkan faktor-faktor yang menjadi ancaman bagi perusahaan sekuritas baik secara langsung maupun tidak langsung, adalah sebagai berikut :

- 1) Kondisi politik, ekonomi, hukum, dan sosial nasional yang dapat mempengaruhi *country risk rating*.
- 2) Ekonomi global yang sangat terkoneksi antara satu dengan yang lainnya, mengakibatkan pasar bergerak sesuai dengan pergerakan pasar secara global.
- 3) Semakin meningkatnya harga minyak dunia hingga < \$ 100/barrel yang mengakibatkan dunia terancam akan krisis ekonomi secara global.
- 4) Tingkat bunga dan inflasi di Indonesia yang tinggi dapat menjadi ancaman bagi perkembangan pasar modal.
- 5) Pengenaan pajak atas *capital gain* dapat membuat alternatif investasi pada efek menjadi kurang menarik.
- 6) Kecurangan dan manipulasi yang terjadi di pasar modal akan mempengaruhi kredibilitas pasar modal.

- 7) Keterlambatan dalam mengantisipasi penerapan teknologi sistem informasi dan komunikasi.
- 8) Keterlambatan dalam mengantisipasi perkembangan tuntutan kemampuan sumber daya manusia.
- 9) Pada saat ini, alternatif investasi dibidang *property* dan *real-estate* termasuk apartemen-apartemen sedang marak. Sehingga untuk waktu-waktu tertentu dapat menjadi ancaman investasi di pasar modal.



BAB 4

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. TINJAUAN PERUSAHAAN

Perusahaan Sekuritas ini untuk sementara menjalankan fungsinya sebagai PPE. Ada tiga tahapan Awal yang akan dijalankan dari usaha bisnis ini, yaitu dengan menjadi fasilitator dari perdagangan efek individu maupun korporasi yang berada dalam *inner circle* perusahaan. Karena bisnis di dalam jasa *financial* sangatlah terpengaruh dengan *pass history* suatu perusahaan. Semakin bagus data kinerja masa lalunya maka semakin baik reputasi suatu institusi keuangan. Dan individu maupun institusi yang ada di dalam *inner circle* ini bisa didapat dengan pengaruh karisma dari pendiri perusahaan.

Kedua, setelah belajar dari transaksi yang dapat dari *base consumer* yang berasal dari *inner circle*, maka data dari pengalaman tersebut dapat dipergunakan sebagai *presentation tools* untuk para marketer dalam upayanya memperbesar *base customer* perusahaan baik individu maupun institusi. Pada tahap kedua ini kita dapat melakukan promosi baik dengan *print ad* maupun dengan *marketing public relation* (seminar, dll).

Tahap ketiga melakukan berbagai kerjasama dengan perusahaan-perusahaan sekuritas yang telah ada untuk meningkatkan pemahaman masyarakat akan fungsi pasar modal sebagai *financial leverage* untuk individu dan sebagai penggerak perekonomian bangsa. Dan dengan kerjasama yang terjalin ini maka perusahaan ini kedepan mempunyai keinginan untuk dapat merangkul perusahaan sekuritas lainnya secara bersama-sama mengajukan kepada pemerintah sebagai pencipta regulasi (*invisible hand*) agar mengeluarkan regulasi yang mengatur dan menjadi penjamin dari reksa dana. Hal ini dapat menjadi salah satu solusi untuk menciptakan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia yang sebagai mana tertuang dalam falsafah bangsa,

yaitu Pancasila sila ke 5⁴¹. Dimana sila ke 5 ini adalah *core value* Pancasila yang harus diwujudkan ke dalam kenyataan. Penafsiran ideologi ini akan bermanfaat bukan saja untuk memberi arah yang jelas bagi gerakan reformasi nasional, tetapi juga untuk memberi manfaat yang riil bagi rakyat yang merupakan pemegang kedaulatan tertinggi Republik Indonesia.⁴²

Di negeri Jiran bahkan petani dan guru sekolah pun telah menjadi *investor* reksa dana. Hal ini terjadi karena pemerintah Malaysia memperhatikan kepentingan rakyat kecil agar dapat menikmati keuntungan dari perdagangan saham, bukan hanya para *investor* kelas kakap. Serta sebagai salah satu cara untuk meningkatkan struktur modal domestik selain meningkatkan kesejahteraan rakyat. Lain halnya dengan negara Paman Sam, disana bahkan sudah 50% lebih dari jumlah total penduduknya telah menjadi *investor* reksa dana. Pemerintah Amerika bahkan telah mempergunakan menetapkan bahwa program reksa dana merupakan pengganti dana pensiun bagi pegawai pemerintah dan bagi pegawai swasta. Sehingga beban pemerintah dan perusahaan tidak lagi ditekan oleh dana pensiun yang kian membengkak.

Melihat hal yang terjadi dibanyak negara dalam hal reksa dana, maka negara kita masih jauh dari yang diharapkan. Untuk perusahaan sekuritas yang akan dibangun, penulis melihat hal ini sebagai sebuah peluang untuk yang sangat baik

4.2. BENTUK PERUSAHAAN

Terkait dengan struktur modal yang diperlukan untuk membentuk perusahaan sekuritas ini maka bentuk perusahaan yang dipilih adalah PPE-TARN (Perusahaan sekuritas Non Anggota

⁴¹ Dewasa ini telah terdapat berbagai perangkat lunak untuk menindaklanjuti Sila Kelima ini, seperti konsep *human development index* serta *Millenium Development Goals (MDG) 2015* yang sudah diadopsi oleh Pemerintah Republik Indonesia.

⁴² Dalam bentuknya sekarang ini, yaitu kenyataan bahwa yang menjadi penikmat reformasi terbatas pada kalangan elite dan sama sekali tidak ada manfaatnya bagi rakyat banyak, telah timbul sinisme yang menyatakan bahwa demokrasi telah di bajak oleh kaum elite.

Bursa). Perusahaan tidak dapat melakukan transaksi perdagangan efek secara langsung di bursa, namun perusahaan ini dapat melakukan kerja-sama dengan perusahaan sekuritas yang telah mendapatkan izin sebagai anggota bursa untuk menitipkan order jual-belinya di bursa atas nama perusahaan afiliasi yang telah dipilih. Kerjasama yang terjalin ini dijalankan secara profesional dengan membagi pendapatan komisi dari setiap order yang dilakukan sebesar 70-30.

Kerjasama yang dilakukan juga dapat diperluas dengan menjadi agen penjual produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan yang menjadi afiliasi perusahaan sekuritas ini. Seperti produk reksa-dana, maupun menjadi agen penjual saham-saham IPO yang diemisi oleh Perusahaan Sekuritas Anggota Bursa yang menjadi rekan kerja perusahaan ini.

Ada beberapa hal yang menjadi dasar dari pemilihan bentuk dari Perusahaan Sekuritas ini, yaitu :

- Keterbatasan modal
- Dan keterbatasan pengalaman.

Penulis melakukan langkah-langkah ini dengan pertimbangan dalam berjalannya waktu maka keterbatasan-keterbatasan yang ada dapat diatasi. Dengan tujuan utama adalah agar perusahaan ini dapat berkembang serta bersaing dengan perusahaan-perusahaan sekuritas lainnya yang telah menjadi Anggota Bursa. Bahkan Perusahaan Sekuritas ini juga nantinya diharapkan dapat bersaing tidak hanya secara nasional namun juga secara regional bahkan secara global adalah bagian dari cita-cita besar perusahaan.

4.3. DASAR PENDIRIAN

Sejalan dengan dibukannya kembali pasar modal pada tahun 1977, setelah absen selama dua dekade. Dan melihat perkembangan pasar modal Indonesia yang kini menjadi *emerging*

market dengan peluang yang sangat terbuka lebar untuk masuk kedalam industri sekuritas ini, maka Perusahaan memiliki prospek yang sangat baik. Missi yang diemban oleh perusahaan sekuritas ini sebagaimana tercantum pada pasal 2 Peraturan Pemerintah No. 25 tahun 1976 perihal tujuan pendirian perusahaan adalah :

- 1) Mempercepat proses pengikutsertaan masyarakat dalam pemilikan saham perusahaan-perusahaan dengan jalan membeli saham perusahaan-perusahaan melalui pasar modal dan memecahnya dalam pecahan kecil (sertifikat saham) sehingga dapat terjangkau oleh masyarakat luas.
- 2) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengarahannya dan membeli efek perusahaan-perusahaan untuk diri sendiri dengan tujuan mendapatkan keuntungan dan menjual sertifikat sendiri dengan maksud agar masyarakat luas pembeli sertifikat dapat menikmati keuntungannya.

Dengan demikian terlihat jelas bahwa aktifitas inti perusahaan adalah menerbitkan sertifikat atau usaha reksa dana (*mutual fund*). Untuk itu agar dapat menjalankan fungsinya, maka diperlukan rangkaian kegiatan usaha bidang pasar modal lainnya, dimana hal ini diatur melalui beberapa keputusan Menteri Keuangan sebagai berikut:

- a. Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-460/KMK.06/1977 No. 355/ KMK. 06/KMK. 06/1977 perihal kegiatan usaha sebagai Penjamin Emisi Efek dan Makelar Efek (Broker dan Dealer).
 - b. Surat Keputusan Menteri Keuangan No. 546/KMK.011/1984 perihal kegiatan usaha sebagai Pedagang Efek (trader).
- 3) Membantu menciptakan tujuan BAPEPAM untuk menciptakan pasar yang efisien.

4.4. VISI & MISI PERUSAHAAN

4.4.1. Visi Perusahaan

Menjadi salah satu perusahaan sekuritas terkemuka di Indonesia yang mampu bersaing secara nasional, regional dan international. Berusaha untuk selalu memberikan *return* di atas rata-rata industri secara terus menerus terhadap *stakeholder*, dan menjadi salah satu perusahaan *Blue Chip* diantara perusahaan-perusahaan efek di Indonesia.

4.4.2. Misi Perusahaan

- Menyediakan produk/layanan yang berkualitas dan beretika dibidang *corporate finance*, *trading* dan *fund management* berikut detail produknya sesuai dengan permintaan dan perkembangan pasar, layanan teknologi yang sesuai dengan perkembangan teknologi yang sedang berkembang dalam periode berjalan dan yang akan datang.
- Membentuk dan menjalankan *service* dibidang sekuritas sebagai suatu bentuk kesatuan dan bekerjasama/bersinergi dengan unit terkait.
- Membentuk kerjasama dengan para pihak-pihak internal dan eksternal dalam rangka penciptaan produk baru, layanan baru, bisnis baru yang bertujuan untuk mengembangkan Perusahaan.
- Mempercepat proses pengikutsertaan masyarakat dalam pemilikan saham perusahaan-perusahaan dengan membeli efek perusahaan-perusahaan tersebut melalui pasar modal.
- Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengarahannya dana dan membeli efek perusahaan-perusahaan untuk konsumen dan perusahaan dengan tujuan mendapatkan keuntungan dan menjual layanan yang tersedia dengan maksud agar masyarakat luas dapat menikmati keuntungannya.

- Memberikan kontribusi keuntungan yang optimal kepada Perusahaan melalui pencapaian keuntungan yang optimal dari aktivitas usahanya.

4.5. WILAYAH OPERASI

Wilayah operasi pertama yang dipilih adalah DKI Jakarta dan Bodetabek, dan berkantor dalam salah satu gedung di Jl. Jendral Sudirman. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan kemudahan akses dalam melakukan pekerjaan dan berkoordinasi dengan BEI serta lembaga terkait lainnya, maupun dalam menjangkau konsumen dan calon konsumen di wilayah Jabodetabek. Dipilihnya wilayah Jl. Jend. Sudirman ini sebagai kantor adalah untuk memberikan tingkat kepercayaan pelanggan atau calon pelanggan akan kredibilitas dari perusahaan sekuritas ini. Karena di dalam dunia investasi salah satu hal yang paling penting untuk diperhatikan adalah citra perusahaan dan tingkat kredibilitas dari suatu perusahaan tersebut. Apakah perusahaan itu cukup representative, karena berbanding lurusnya tingkat kepercayaan dengan tingkat representative ini lah dipilihnya lokasi kantor di Jln. Jend. Sudirman.

Pembatasan wilayah operasi dibatasi hanya di Jabodetabek pada tahap awal pendirian ini dimaksudkan agar memungkinkan berada dalam jangkauan pengendalian operasi dilapangan, dan dapat memfokuskan pelayanannya.

4.6. AKTIVITAS USAHA

Berdasarkan Peraturan Pemerintah dan Keputusan Menteri Keuangan di atas dapat dijabarkan bahwa aktivitas bidang usaha pokok yang dijalankan oleh perusahaan ini adalah:

1) Perantara-Pedagang Efek

Sebagai Perantara Perdagangan Efek (*Broker*), Perusahaan ini berfungsi untuk melaksanakan perintah beli dan jual atas efek saham maupun obligasi permintaan nasabahnya. Sedangkan Pedagang Efek (*Dealer*) melaksanakan transaksi jual-beli atau menahan efek untuk kepentingan diri sendiri. Sehingga dengan demikian perusahaan ini dapat melaksanakan transaksi efek atas permintaan nasabah atau berdasarkan kepentingan diri sendiri. Akan tetapi dengan ketentuan apabila harus melakukan transaksi atas efek yang sama, maka harus mendahulukan kepentingan nasabah.

2) Agen Penjual Reksa Dana Perusahaan Afiliasi

Perusahaan sekuritas ini dapat juga melakukan kerjasama dengan perusahaan sekuritas yang menjadi afiliasi untuk menjadi agen penjual produk-produk reksa dana yang dimiliki oleh Perusahaan tersebut. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan menggunakan resources yang ada tanpa harus menambah personil. Karena kegiatan ini dapat dilakukan bersamaan dengan melakukan kegiatan lainnya. Dan sebagai imbalannya perusahaan bisa mendapatkan keuntungan berupa persentase dari keuntungan yang didapatkan dari dana yang diinvestasikan oleh *investor*. Sebagai contoh : Seorang *investor* menanamkan uangnya kedalam reksa dana saham yang dijual oleh perusahaan afiliasi sebanyak Rp 100 juta pada tahun 2008. Maka apabila ditahun tersebut reksa dana tersebut dapat bertumbuh sebesar 60% maka keuntungan totalnya adalah Rp 60 juta. *Investor* akan mendapatkan 75% dari total keuntungan yaitu Rp. 45 juta dan perusahaan sekuritas afiliasi yang menjadi pengelola dana dan agen penjualnya akan mendapatkan pembagian 50% - 50% dari 25% total keuntungan, yaitu Rp 7,5 juta untuk masing-masing perusahaan.

3) Agen Penjual saham IPO

Perusahaan sekuritas yang berperan sebagai Penjaminan Emisi bertanggung jawab menyalurkan efek yang dikeluarkan oleh emiten. Oleh karena itu perusahaan tersebut melakukan kerjasama dengan berbagai perusahaan sekuritas lainnya untuk membantu mendistribusikan efek-efek yang dijual agar mempercepat proses di pasar perdana. Sebagai imbalannya perusahaan yang menjadi agen penjual bisa mendapatkan keuntungan berupa *selling fee* dan juga kapital gain dari kenaikan harga efek tersebut apabila perusahaan agen menjadi *investor* dari efek tersebut.

4) Pemberi Jasa Konsultasi Keuangan (*Corporate Advisory*)

Konsultasi keuangan adalah salah satu jasa yang diberikan dalam rangka membina hubungan baik dengan *investor* individu, institusional maupun perusahaan. Jasa-jasa yang diberikan kepada ketiga kelompok *investor* tersebut berbeda-beda tergantung pada tujuan investasi dan batas menanggung resiko yang ditolerir. Kepada badan-badan usaha yang menjadi kliennya, perusahaan ini dapat memberikan konsultasi terhadap saham-saham yang tercatat di pasar modal maupun *private placement*.

4.6.1. Kegiatan Margin Trading

Sebuah perusahaan yang menjalankan kegiatan sebagai perantara-pedagang efek dapat melakukan kegiatan Margin Trading, namun tidak semua nasabah dapat melakukan margin trading.

4.6.1.1. Syarat Menjadi Nasabah Margin Trading

- Nasabah sudah memiliki Rekening Efek Nasabah (Regular)
- Nasabah mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp 1 milyar.
- Nasabah mempunyai pendapatan lebih dari Rp 200 jt/bulan

- Nilai pembiayaan dari Anggota Bursa maksimum 50%
- Margin call sebesar 65%
- Fasilitas margin ini hanya untuk transaksi saham yang disetujui oleh bursa untuk transaksi margin.

4.6.1.2. Keuntungan Fasilitas Margin

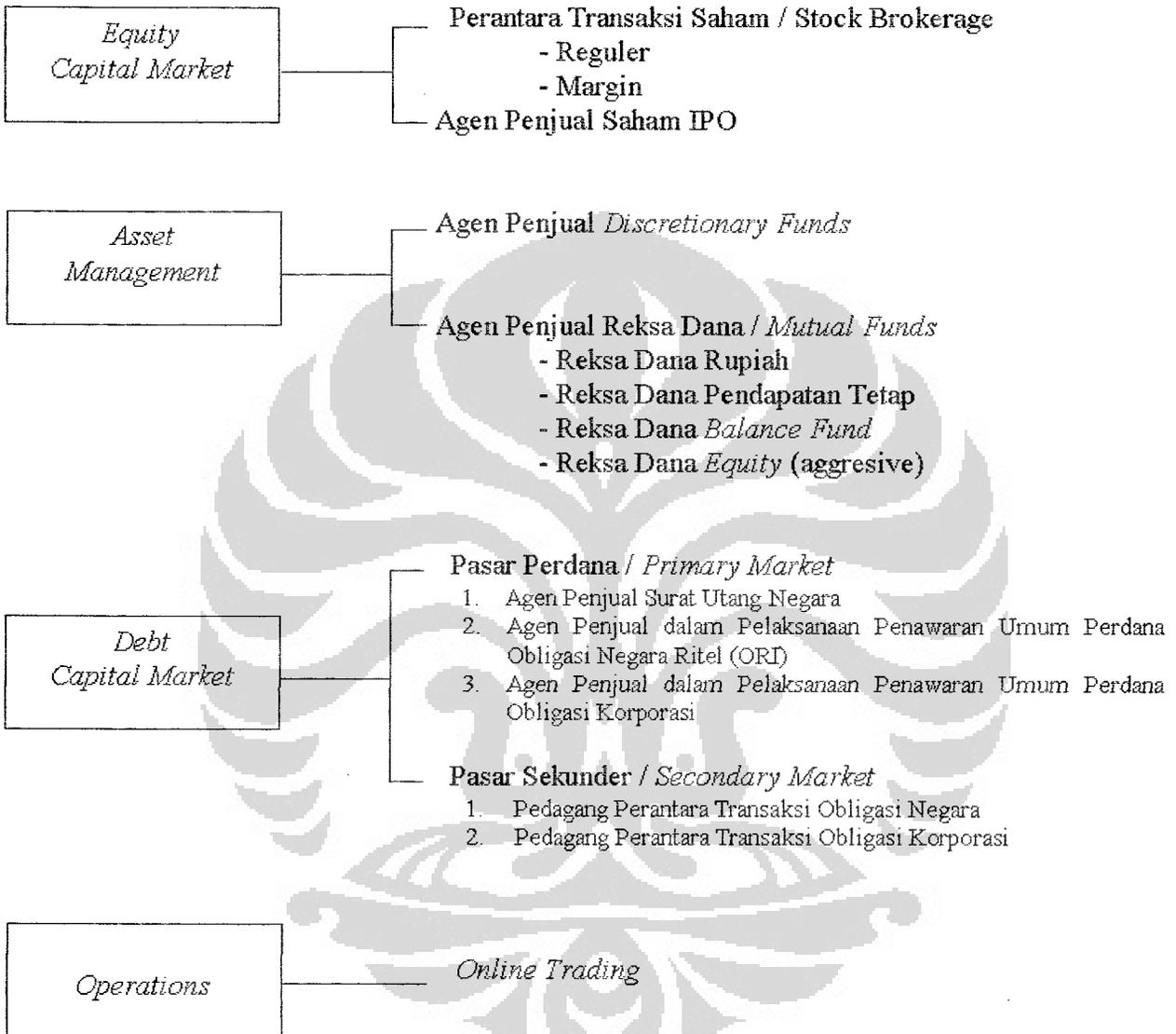
- Nasabah bisa melakukan transaksi saham berlipat kali lebih besar untuk tujuan tertentu, misalnya : memborong saham dalam jumlah besar karena diprediksi harga saham akan naik banyak, dsb.
- Nasabah bisa membiayai transaksi sahamnya dengan bunga dan prosedur yang relatif lebih rendah dan mudah dari bunga pinjaman bank.
- Nasabah bisa menaikkan tingkat pengembalian (return) yang lebih besar atas dana sendiri yang diinvestasikan di saham.
- Dalam tingkatan tertentu nasabah bisa mempengaruhi flutuasi harga saham yang ditransaksikan.

4.6.1.3. Resiko Fasilitas Margin

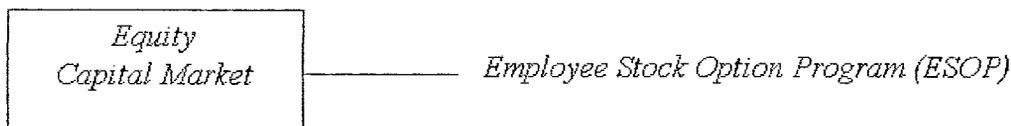
- Nasabah bisa menderita kerugian yang jauh lebih besar apabila kenaikan harga saham yang dibiayai dengan fasilitas margin jauh di bawah perkiraan semula atau bahkan harga saham berbalik turun.
- Nasabah bisa dikenakan bunga margin yang lebih besar apabila masa penguasaan fasilitas diperpanjang.
- Nasabah bisa menderita kerugian besar apabila dikenakan *call margin* oleh Anggota Bursa karena harga sahamnya turun melebihi ukuran yang ada.

4.7. PRODUK & LAYANAN YANG DITAWARKAN

4.7.1. Yang Ditawarkan



4.7.2. Pengembangan Produk dan Layanan



Asset
Management

Discretionary Funds

Reksa Dana / *Mutual Funds*

- Reksa Dana Rupiah
- Reksa Dana Pendapatan Tetap
- Reksa Dana *Balance Fund*
- Reksa Dana *Equity (aggressive)*

Debt
Capital Market

Pasar Perdana / *Primary Market*

4. Peserta Lelang dalam Pelaksanaan Lelang Surat Utang Negara
5. Agen Penjual dalam Pelaksanaan Penawaran Umum Perdana Obligasi Negara Ritel (ORI)
6. Agen Penjual dalam Pelaksanaan Penawaran Umum Perdana Obligasi Korporasi

Pasar Sekunder / *Secondary Market*

3. Pedagang Perantara Transaksi Obligasi Negara
4. Pedagang Perantara Transaksi Obligasi Korporasi
5. Peserta Lelang dalam Pelaksanaan Lelang *buy back* dan *debt switching* Surat Utang Negara

Investment
Banking

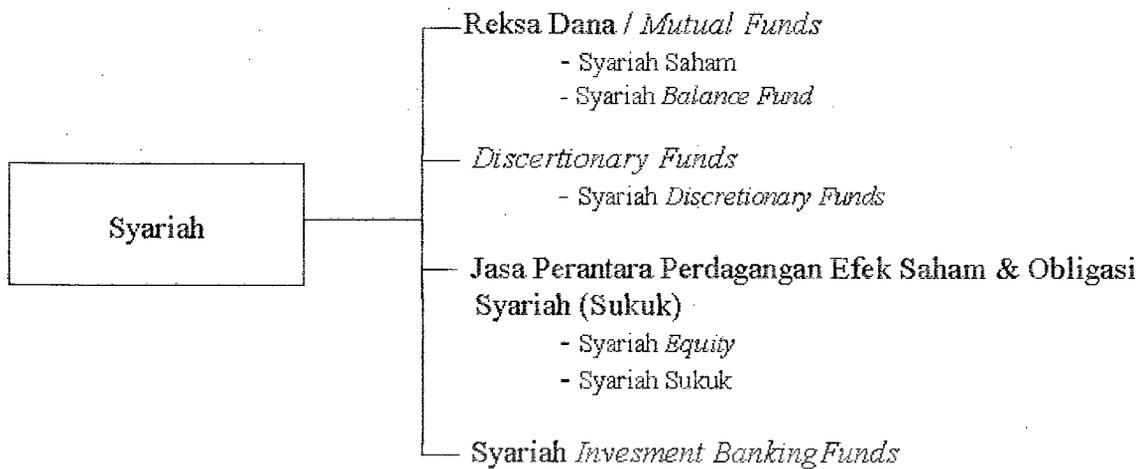
Penjamin Pelaksana Emisi (Saham & Obligasi) /
Underwriting (Equity & Bond)

Arranger

- *Medium-Term Note*
- *Bank Financing*

Financial Advisory :

- *Merger & Acquisition*
- *Tender Offer*
- *Restructuring*
- *Right Issue*
- *Privatizations & Divestments*
- *Asset Disposals*



4.8. STRATEGI PERTUMBUHAN

Perusahaan sekuritas yang dibuat ini akan memulai bisnisnya melalui beberapa tahapan. Tahapan ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa perusahaan harus melalui proses belajar sampai pada akhirnya mendapatkan pengalaman yang cukup agar bisnis ini dapat berjalan dengan optimal.

Tahap pertama, adalah menjalankan fungsinya sebagai Perantara-Pedagang Efek Non Anggota Bursa. Karena pekerjaan ini yang paling mudah dan paling mungkin untuk dilakukan. Dana modal setor yang relatif lebih kecil maupun MKBD dibandingkan sebagai, penjamin emisi efek. Karena dengan hanya menjual fasilitas dan jasa ini saja bisa mendapatkan pendapatan cukup *significant*.

Tahap kedua adalah menjadikan perusahaan ini untuk menjadi Perusahaan sekuritas Perantara-Pedagang Efek Anggota Bursa & ditahap pertumbuhan perusahaan yang kedua ini juga akan dibangun Divisi Syariah. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan calon konsumen, baik muslim maupun non-muslim untuk seluruh jenis produk yang dimiliki perusahaan.

Tahap Tiga adalah merangkap sebagai Manajer Investasi. Sebelum memasuki tahap ini kita berharap bahwa dari kegiatan PPE kita sanggup untuk menyisihkan pendapatan untuk membiayai modal awal. Dengan demikian maka kesulitan dana yang kita butuhkan akan dapat dipenuhi dari simpanan tersebut.

Tahap Empat, selain sebagai PPE dan MI Perusahaan ini juga akan menjalankan fungsinya sebagai Penjamin Emisi Efek. Ini menjadi target pertumbuhan jangka panjang dari perusahaan efek yang akan dibuat.

4.9. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Sebagai sebuah organisasi maka perusahaan ini menyadari bahwa prestasi yang akan diraih dimasa yang akan datang tidak terlepas dari dukungan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) di pasar modal serta tidak lepas dari keterkaitan antara perusahaan dengan masyarakat luas.

Oleh karena itu, untuk menjaga kesinambungan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang, perusahaan ini harus selalu mencari kesempatan dan konteks yang tepat dimana perusahaan dapat mengembalikan sebagian dari kemampuan dan keberhasilan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pasar modal dan kualitas hidup masyarakat luas. Seluruh aktivitas dan kontribusi perusahaan yang bersifat sosial dan fungsional serta tidak bersifat komersial tersebut disatukan dalam Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Sosial Responsibility-CSR*).

Ada dua hal yang akan digunakan sebagai parameter dalam memformulasikan program CSR ini sehingga dapat memberikan kontribusi yang maksimal sesuai dengan kebutuhan pasar modal, perekonomian nasional maupun masyarakat secara luas :

- 2) Program CSR sebisa mungkin terkait dengan keahlian dan pengalaman perusahaan mengenai pasar modal.
- 3) Program CSR ini murni berupa bantuan kepada masyarakat luas dalam situasi yang bersifat musibah (atau sangat tidak normal), dimana kebutuhan tersebut sangat mendesak, seperti membantu masyarakat yang tertimpa musibah bencana alam. Dalam hal ini , program CSR harus mampu memberikan manfaat yang maksimal dalam membantu meringankan kesulitan masyarakat serta dilakukan dengan keterlibatan dan pengawasan langsung dari karyawan perusahaan.

Pada tahun pertama beroperasi, ada tiga tujuan utama dari program CSR yang akan dijalankan ini :

- a) Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pasar, termasuk regulator dan nasabah, dalam meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan pasar modal Indonesia.
- b) Meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat, terutama generasi muda, dalam rangka mendukung kegiatan pembangunan nasional.
- c) Membantu masyarakat yang tertimpa musibah bencana alam.

4.9.1. Program Edukasi Pasar

Sebagai salah satu bentuk layanan dan edukasi perusahaan kepada nasabah dan masyarakat. Perusahaan ini akan secara rutin menggelar *Investors Forum* di Jakarta dan beberapa kota besar lainnya. Acara ini secara keseluruhan ditargetkan akan dihadiri oleh kurang lebih 200 orang peserta. Selain kehadiran staff perusahaan, untuk memperkaya informasi dan wawasan para nasabah dan masyarakat, maka Perusahaan juga akan menghadirkan pembicara-pembicara tamu seperti pengamat politik dan ekonomi terkemuka.

Untuk meningkatkan minat masyarakat dalam berinvestasi, terutama dalam bentuk reksadana. Maka perusahaan akan mencoba membangun persepsi bahwa reksa dana adalah pilihan investasi yang baik. Penulis yakin bahwa sejalan dengan perubahan pola pengelolaan keuangan masyarakat dari *saving society* ke *investing society*, industri reksa dana tetap dan *equity* akan menjadi industri yang semakin penting dan bermanfaat bagi masyarakat.

Untuk itu maka akan dicanangkan bagi perusahaan untuk membuat lomba karya tulis, foto seta melukis yang bertemakan reksa dana. Lomba ini terbuka untuk umum, bahkan sangat terbuka bagi kawan-kawan wartawan untuk ikut serta. Dari masing lomba dan kategori akan dipilih tiga orang pemenang.

Keseriusan dalam menyelenggarakan lomba ini nantinya akan ditunjukkan dengan menggandeng beberapa media nasional terkemuka sebagai mitra penyelenggara. Selain itu, beberapa tokoh terkemuka dari industri keuangan, akademisi, dan jurnalisme dilibatkan sebagai juri. Karya-karya tulis terbaik dalam lomba ini akan didokumentasikan dalam sebuah buku dan dipublikasikan secara cuma-cuma untuk meningkatkan pengetahuan media masa dan masyarakat mengenai reksa dana.

Perusahaan ini nantinya harus dapat secara aktif memberikan masukan kepada pembuat kebijakan mengenai isu-isu terkini yang berkembang di pasar modal Indonesia. Peran aktif ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas kebijakan yang berkaitan dengan perekonomian dan pasar modal untuk mendukung kemajuan pasar modal dan perekonomian Indonesia.

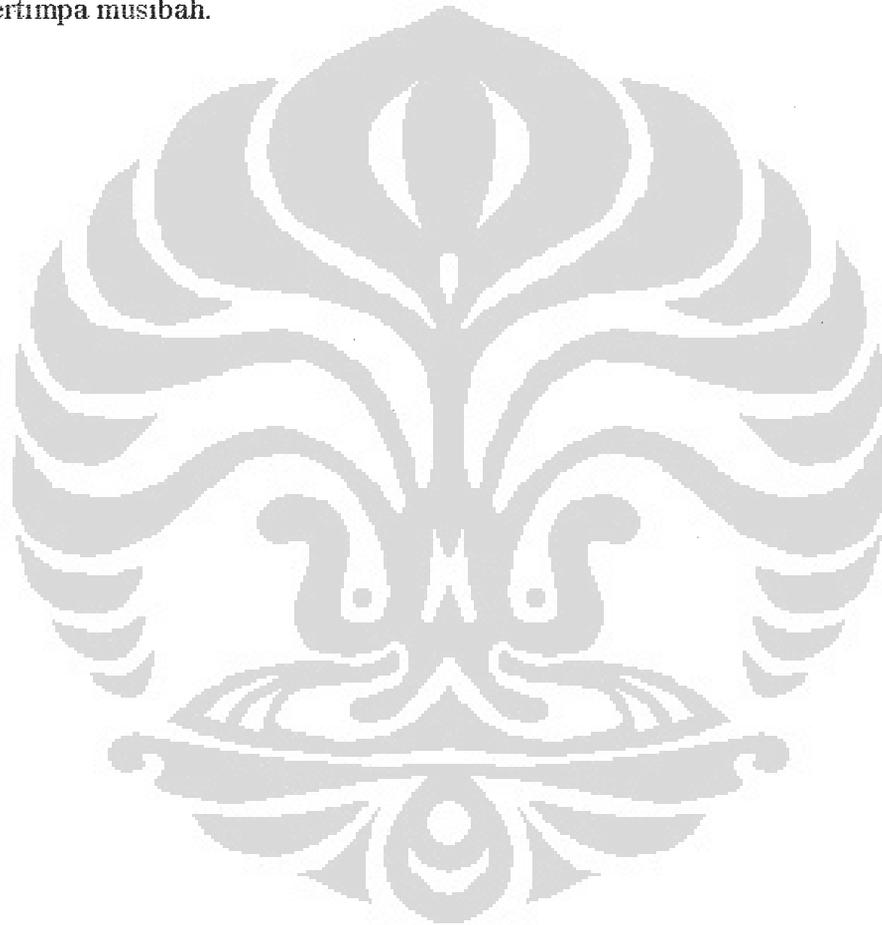
4.9.2. Program Peduli Pembangunan Masyarakat

Selain yang berhubungan langsung dengan pasar modal, Perusahaan ini juga peduli dalam pembangunan kualitas sumber daya manusia Indonesia dengan berbagai pengetahuan dibidang lainnya. Kegiatan yang dapat dilakukan bisa berupa menjadi sponsor dalam acara-acara

yang bertemakan pendidikan hingga pemberian Beasiswa untuk siswa-siswi berprestasi pada semua tingkatan pendidikan.

4.9.3. Program Peduli Bencana

Banyaknya bencana alam yang melanda negeri tercinta ini seperti tsunami, gempa bumi, banjir bandang, dll. Pelaksanaan program ini diharapkan dapat berjalan bahu membahu dengan masyarakat dan pemerintah daerah setempat untuk mengirimkan bantuan secara langsung ke wilayah yang tertimpa musibah.



BAB 5 RENCANA PEMASARAN

5.1. KONSEP PEMASARAN

Strategi pemasaran yang akan diterapkan tidak terlepas dari rencana strategis jangka panjang perusahaan. Strategi pada tingkat *corporate* adalah merebut setiap kesempatan di pasar dan memperkuat sumber daya yang dibutuhkan dalam mengembangkan kemampuan. Kompetensi inti yang akan dikembangkan adalah dalam Analisa pergerakan pasar modal dan *human interaction*. Oleh karena itu, dengan meningkatnya kompetisi ini maka arah pengembangan juga terbuka ke bidang Manajemen Investasi, Penjamin Emisi, Reksa Dana dan *Wealth* Manajemen.

Perusahaan sekuritas ini akan melakukan berbagai aktivitas pemasaran dengan menggunakan berbagai pendekatan seperti *Above the line, below the line, & beyond the line* untuk menjangkau kalangan internal dan eksternal perusahaan.

Strategi pada tingkat unit bisnis adalah fokus pada rencana pengembangan kemampuan yang mengarah pada peningkatan kemampuan menganalisa pergerakan harga saham yang lebih akurat. Pada bisnis ini keunggulan kompetitif dalam bidang perdagangan saham ditekankan pada nilai-nilai yang terjadi dalam operasi, yaitu : *transparansi dan akurasi (ketepatan)*.

Untuk kalangan internal, aktivitas yang dilakukan antara lain penyediaan pedoman pemasaran bagi tenaga *front-liners*. Hal yang dianggap sangat penting untuk meminimalkan resiko operasional dan resiko reputasi yang dapat diakibatkan oleh *misseling* (teknik penjualan yang tidak etis dan profesional). Selain itu untuk memotivasi tenaga *front-liners* maka Divisi Marketing akan memperkenalkan program *sales contest*.

Sedangkan untuk kalangan eksternal perusahaan, terutama nasabah dan masyarakat, program-program marketing perusahaan ditujukan untuk memperbesar *client base*, memperluas *awareness* pasar akan perusahaan dan memperkuat *positioning* perusahaan.

Konsep pemasaran perusahaan sekuritas ini dimulai dari adanya kebutuhan masyarakat akan hadirnya suatu bentuk investasi yang dapat memberikan keuntungan tinggi dengan transparansi terhadap dana yang mereka investasi. Serta semakin banyak nya perusahaan yang menjadikan pasar modal sebagai salah satu jalan keluar untuk mencari bentuk pendanaan dari perusahaan mereka.

Kemampuan sumber daya perusahaan ini, belum memungkinkan untuk melayani semua kelompok konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan terlebih dulu analisis pasar, konsumen dan pesaing.

Setelah gambaran situasi pasar diperoleh, maka selanjutnya akan dirumuskan strategi pemasaran dengan menentukan segmen pasar mana yang akan dimasuki, target konsumen mana yang akan dibidik, *positioning* apa yang akan ditanamkan dalam benak konsumen, dan program pemasaran yang dilengkapi teknik-teknik yang diperlukan.

5.2. ANALISIS PASAR

Seperti yang telah dijelaskan dalam latar belakang bahwa ada sekitar 12% dari masyarakat di Indonesia yang berada pada segmen A1 dan A2 dan Apa bila kita kalikan dengan jumlah penduduk Indonesia yaitu $238,452,952^{43} \times 12\% =$ ada 28,614,354 yang bisa menjadi target konsumen.

⁴³ http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_negara_menurut_jumlah_penduduk, di akses pada tanggal 4-10-2007. Data ini dikeluarkan oleh lembaga CIA di tahun 2004

Hingga akhir Desember 2006 tercatat ada sekitar 344 perusahaan yang terdaftar di Jakarta Stock Exchange dengan market kapitalisasi sekitar Rp 1249 triliun atau sekitar (37.42% dari GDP) dengan rata-rata perdagangan harian sekitar Rp. 1,84 triliun/hari.

Ada sekitar 157 perusahaan asuransi (september 2006), dengan total aset Rp 139,26 triliun (5.65% GDP) serta investasi sebesar Rp 120,86 triliun (4,90% GDP). 307 Dana pensiun (juni 2006) dengan net aset Rp 69,17 triliun (4,33% GDP) dan investasi sebesar Rp 66,59 triliun (4.17% GDP).

Apabila kita ambil perusahaan dana pensiun dan perusahaan asuransi sebagai salah satu contoh pasar yang dapat kita peroleh. Secara rata-rata industri telah dipaparkan bahwa hingga akhir Juni 2006 pada Tabel 3.6. dan 3.7. baru sekitar Rp 5,07 triliun atau (7,61%) dari dana yang dimiliki perusahaan asuransi diinvestasikan kedalam pasar saham untuk dana pensiun dan sekitar Rp 7,50 triliun atau (9.55%).

Dan apabila pasar saham Indonesia dapat meraih 50% dari total asset kedua industri dana pensiun dan Asuransi ini. Maka potensi dana yang dapat ditanamkan dedalam pasar saham Indonesia dengan total investasi yang mereka miliki pada tahun 2006 sebesar Rp 187, 45 triliun adalah sekitar Rp 93.725 triliun atau 745,62% dari realisasi investasi yang mereka lakukan di pasar saham pada tahun tersebut Rp 12,57 triliun (Rp 5,07 triliun + Rp 7.50 triliun).

Apabila kita melihat dari segi stabilitas perekonomian nasional kita, kenaikan investasi dari dua industri ini saja sudah dapat berbuat banyak. Seperti yang telah disampaikan terdahulu bahwa secara kumulatif hingga Desember 2006 *investor* asing telah menanamkan uangnya lebih dari Rp 175 trilyun atau sekitar 50.3% dari keseluruhan emisi dipasar modal Indonesia pada tahun tersebut (Rp 348 trilyun, data tabel 3.1).

Dengan asumsi angka penanaman modal asing tidak berubah namun kedua industri ini menyuntikkan dananya sebesar 50% dari investasi mereka pada pasar saham maka adanya suntikan dana sebesar Rp 81.155 triliun maka komposisi struktur pasar modal kita akan berubah menjadi lebih dominan atau sekitar 59,22%.

Tabel 5.1. Asumsi Perubahan Komposisi Struktur Pasar Modal 2006 (Rp triliun)

<i>Investor</i>	Aktual 2006	%	Asumsi	%
Domestik	173	49,71%	254.155	59.22%
Asing	175	50,29%	175	40.78%
Total	348	100%	429.155	100%

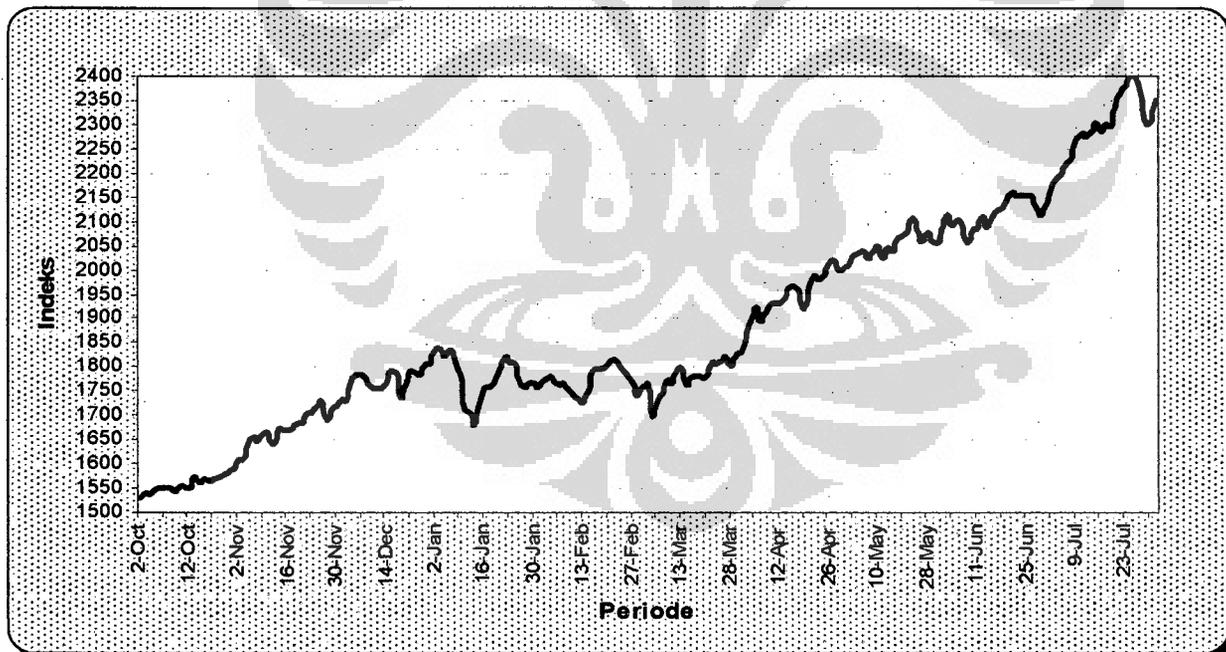
Walaupun hanya sebuah asumsi semata akan tetapi apa bila ini dapat diwujudkan dan sangat memungkinkan hal ini untuk diwujudkan. Maka secara langsung akan berdampak pada perkembangan industri perusahaan sekuritas. Karena kedua perusahaan ini tidak dapat secara langsung melakukan perdagangan saham. Mereka harus menggunakan perusahaan sekuritas sebagai Perantara Pedangan Efek. Angka Rp 81.155 triliun ini bukanlah angka yang kecil. Efek multifliernya baik di dalam industri perusahaan efek maupun perekonomian di Indonesia secara keseluruhan akan sangat *significant*. Terutama karena dana yang beredar di pasar modal ini bukan lagi hanya uang panas yang sewaktu-waktu dapat pergi begitu saja. Karena investasi yang ditanam dengan asumsi yang terjadi sebagian besar berasal dari perusahaan atau individu domestik yang akan menjadi suatu bentuk modal yang bersifat jangka panjang.

Dan hal ini dapat menjadi pemicu untuk membuat gairah perusahaan lainnya menjadi emiten di pasar modal. Kembali lagi secara langsung perusahaan sekuritas akan berdampak, Karena mereka yang melakukan IPO harus mempunyai penjamin emisi sebagai salah satu

langkah dalam memasuki pasar modal. Perusahaan sekuritas dapat bertindak sebagai penjamin emisi secara penuh maupun parsial apabila memiliki fungsi sebagai Penjamin Emisi Efek (PEE).

Pasar saham Indonesia kini sedang berkembang dengan pesatnya, volume total transaksi saham yang terjadi sampai dengan akhir May 2007 menunjukkan peningkatan yang cukup pesat. Dari 60,445 juta saham yang diperdagangkan pada May 2006 telah meningkat menjadi 120,762 juta saham yang diperdagangkan May 2007. Perubahan tersebut berdampak langsung pada *return* dari *Jakarta Composite Indeks* atau IHSG yang mengalami peningkatan sebesar kisaran 56.7% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2007, IHSG telah sampai pada angka fantastis kisaran Rp 2150,- berbanding dengan angka tahun 2006 yang hanya berkisar pada Rp 1,204. Indikator kenaikan IHSG ini akan terus berlangsung karena sampai dengan Juli 2007, IHSG telah mencapai angka Rp 2300,- .

Gambar 5.1. Gerakan Indeks Harga Saham Gabungan Bursa Efek Jakarta (IHSG)



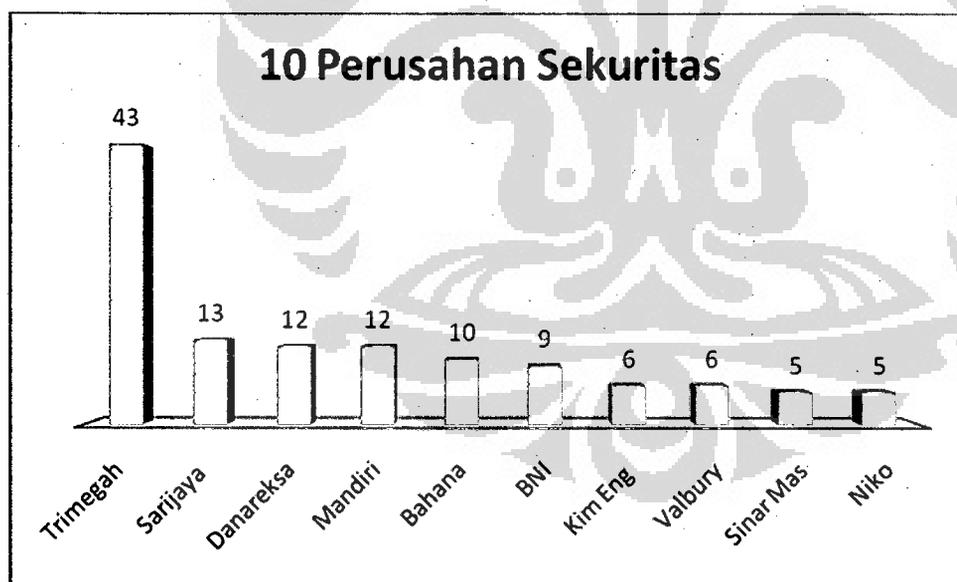
Sumber : Bloomberg

5.3. ANALISIS PESAING

Hasil survey yang telah dilakukan terhadap 100 orang responden, dengan rata-rata umur 30,7 tahun; terdiri dari 50 orang wanita & 50 orang pria; Dengan tingkat pendidikan terakhir 56 orang=S2, 35 orang=S1, 5 orang=Diploma, 3 orang=SMA; untuk mendukung karya akhir ini.

Dari hasil survey yang dilakukan terlihat bahwa hanya 61% yang tahu keberadaannya dan 46% dari responden yang mengetahui fungsi dari perusahaan sekuritas, dan yang lebih significant lagi yaitu dari 71% dari responden tidak pernah menggunakan sama sekali fasilitas perusahaan sekuritas. Nama besar perusahaan memegang menjadi salah satu penentu pemilihan tempat berinvestasi, hal ini pun didukung dengan munculnya mana-mana besar perusahaan sekuritas sebagai *top of mind* dari para responden. Trimegah Sekuritas jauh meninggalkan pesaingnya yang lain dalam hal *top mind* untuk sebuah perusahaan sekuritas.

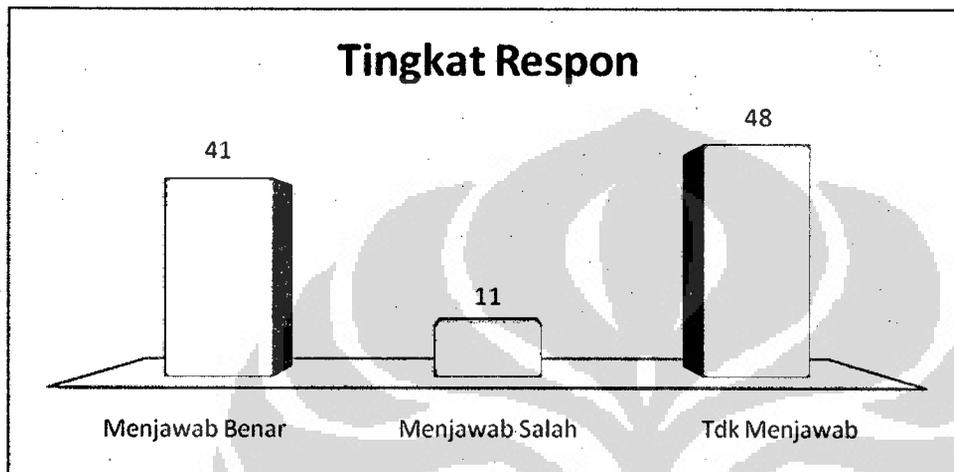
Tabel 5.2. 10 Besar Perusahaan Sekuritas Yang Menjadi Top Of Mind



Namun ironisnya ada beberapa 11 nama perusahaan dari total 41 nama yang disebutkan oleh responden salah. Mulai dari salah mengerti akan arti dari sekuritas yang dengan menyebut

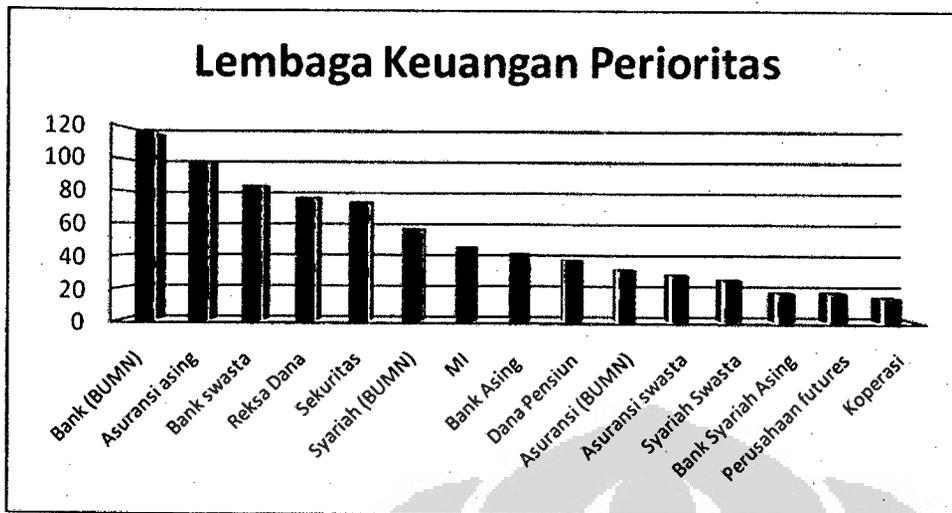
nama **Securicor, TAG, Max Gain, Graha Finesha, Hanil Bakti Finance**. Bahkan ada nama perusahaan yang disebutkan merupakan nama perusahaan sekuritas yang suda tidak beroperasi lagi, yaitu **Syahrir Sekuritas**. Dan yang lebih memprihatinkan lagi yaitu tingkat respon menyebutkan nama perusahaan sekuritas dengan benar hanya 41%.

Tabel 5.3. Tingkat Repon Penyebutan Nama Perusahaan Sekuritas



Dari hasil survey yang dilakukan juga dapat kita lihat bahwa para responden masih memilih lembaga keuangan perbankan sebagai pilihan utama. Namun mereka kini sudah mulai memilih asuransi, reksa dana, dan sekurtias sebagai lembaga keuangan yang menjadi prioritas mereka untuk melakukan investasi. Hal ini sangat positif, terutama untuk mendukung tercapainya tujuan utama perusahaan yang akan didirikan ini. Karena masyarakat sudah mulai memprioritaskan investasi mereka selain menabung di bank.

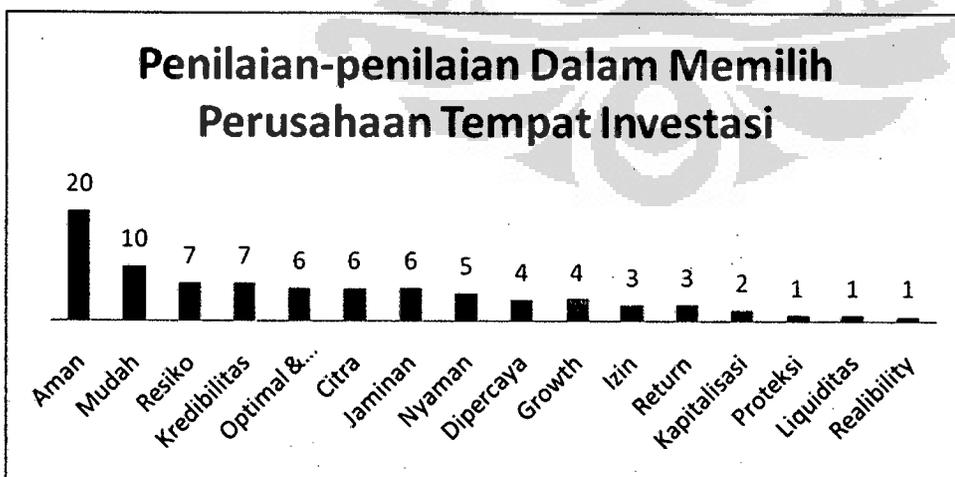
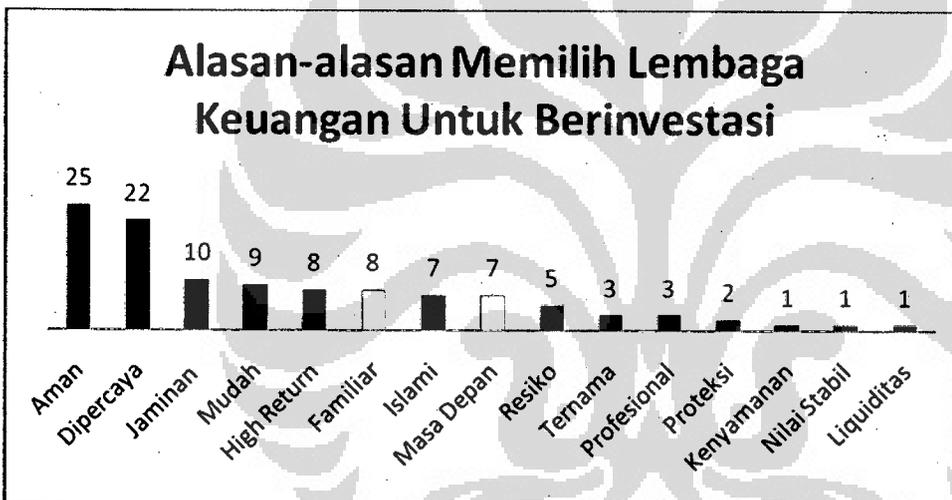
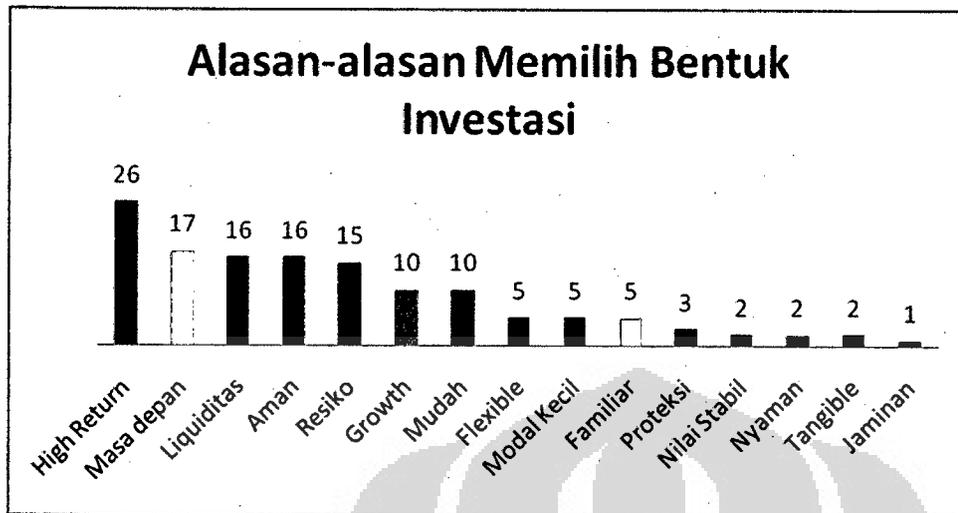
Tabel 5.4. Lembaga Keuangan Yang Menjadi Prioritas Responden



Dari hasil survey yang didapat, karakter umum dari sebuah perusahaan sekuritas yang menjadi alasan-alasan mereka memilih sebuah perusahaan untuk melakukan investasi seperti yang dapat kita lihat pada tabel-tabel di bawah ini bahwa ada beberapa alasan yang selalu muncul disetiap pertanyaan, yaitu

1. High return
2. Liquiditas
3. Aman
4. Tingkat Resiko
5. Kemudahan dalam bertransaksi
6. Proteksi
7. Nyaman
8. Dan Jaminan

Tabel 5.5. Alasan-alasan Memilih Investasi, Lembaga Keuangan, dan Penilaian Perusahaan Tempat Berinvestasi

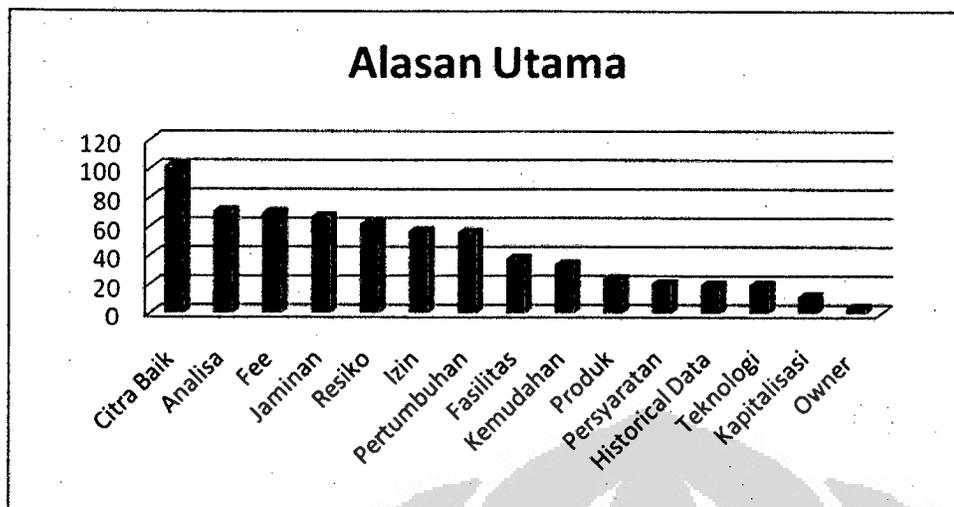


5.4. ANALISIS KONSUMEN

Untuk mengetahui persepsi calon konsumen perusahaan sekuritas yang akan didirikan ini, maka telah dilakukan penelitian berupa kuesioner kepada calon konsumen yang dianggap sesuai dengan segmen pasar yang telah ditetapkan yaitu A1 dan A2. Survey ini dilakukan dengan teknik convenience, dengan jumlah responden 100 orang. Survey ini dilakukan di kampus MM-FEUI salemba, Dewan Ketahanan Nasional (Wantanas), Commonwealth Life arteri pondok indah, PT. Dharma Muda Pratama, dan beberapa individu yang sesuai dengan kriteria segmen tersebut. Hasil riset secara detail dapat dilihat pada lampiran, namun secara umum hasil survey yang telah dilakukan menunjukkan bahwa :

- Konsumen pada umumnya masih lebih memilih perbankan sebagai tempat mereka melakukan investasi
- *Word of Mouth (WOM)* dan teman menjadi pilihan utama para konsumen untuk mengetahui pilihan investasi, terutama perusahaan sekuritas.
- Konsumen belum banyak yang mengerti akan industri sekuritas akan fungsinya dan juga sangat rendahnya tingkat respon para konsumen terhadap penggunaan fasilitas perusahaan sekuritas dimana hanya 29% dari responden yang menggunakan fasilitas perusahaan sekuritas untuk berinvestasi.
- Dari jawaban lainnya dapat kita lihat bahwa 84% responden melakukan investasi dan 52% responden berinvestasi lebih dari 5 juta rupiah pertahunnya.
- Hal yang paling diinginkan dari konsumen terhadap penyedia jasa investasi terutama perusahaan sekuritas adalah citra baik, analisa yang akurat, jaminan atas investasi, tingkat resiko, izin, dan tingkat pertumbuhan investasi. Seperti yang dapat kita lihat pada tabel di bawah ini.

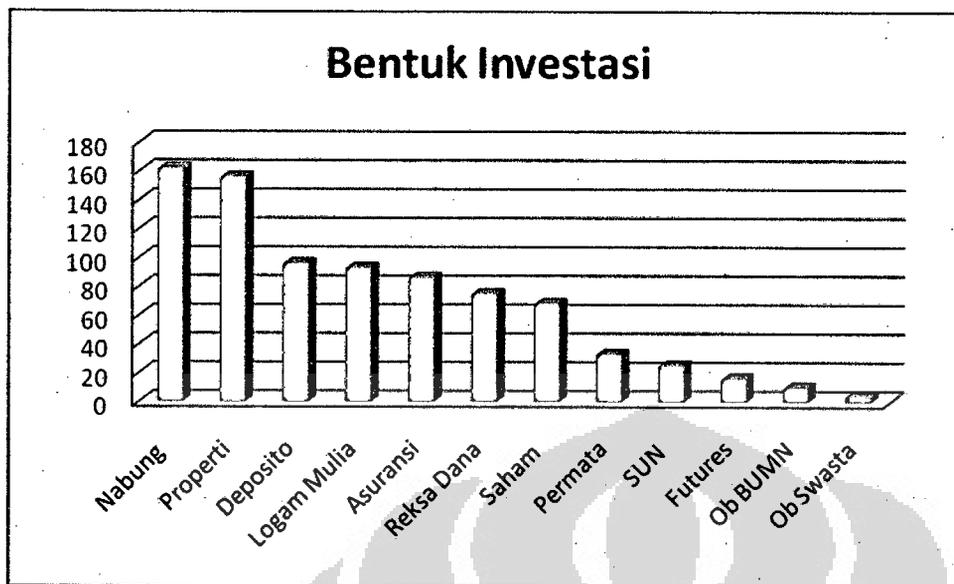
Tabel 5.6. Alasan Utama Dalam Memilih LK Tempat Berinvestasi



Para *investor* dan calon *investor* akan berusaha mencari perusahaan sekuritas yang mempunyai citra yang baik. Karena citra baik dari perusahaan merupakan suatu bentuk jaminan mutu akan sebuah institusi keuangan. Kemudian analisis yang akurat juga menjadi prioritas berinvestasi, hal ini dapat berupa historical data pertumbuhan investasi tahun-tahun sebelumnya. Walaupun hal ini tidak dapat menjadi patokan dalam melakukan investasi namun setidaknya memberikan gambaran umum akan seperti apa pertumbuhan investasi dari uang konsumen pada nantinya.

Masih rendahnya tingkat respon terhadap bentuk-bentuk investasi yang ditawarkan oleh perusahaan sekuritas. Sebagai suatu bukti bahwa perusahaan sekuritas harus dapat melakukan langkah-langkah yang terintegrasi dalam hal mendorong konsumen dan calon konsumen untuk bergeser dari *investor* yang *bank minded* menjadi *investor* yang berorientasi pada pasar. Investasi ini akan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada umumnya.

Tabel 5.7. Bentuk Investasi Yang Menjadi Pilihan Utama Responden



5.5. STRATEGI PEMASARAN

Dalam mendesain strategi pemasaran, hal terpenting yang akan dilakukan adalah penerapan konsep STP (*segmenting, targeting & positioning*). Analisis STP ini dilakukan agar perusahaan dapat memiliki pasar yang kuat, *segment* yang jelas, *Targeting* yang dinamis dan pengembangan produk dan SDM yang serasi dengan pasarnya. Sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dan perusahaan mengerti benar siapa konsumennya dan bagaimana prilakunya.

Dari hasil analisa STP tersebut perusahaan dapat menentukan bagaimana cara menjangkau konsumennya, mengetahui produk apa yang dibutuhkan, berapa harga yang layak dibebankan, serta bagaimana mempertahankan pasar tersebut dari serangan para pesaing.

5.5.1. Segmenting

Segmentasi adalah proses mengkotak-kotakkan pasar kedalam kelompok-kelompok "potential customer" yang memiliki kesamaan kebutuhan atau kesamaan karakter yang memiliki respon yang sama dalam membelanjakan uangnya.⁴⁴

Agar dapat melayani lebih baik dari pesaing, dengan melakukan komunikasi yang lebih persuasif, serta memuaskan kebutuhan dan keinginan pihak yang ingin dituju maka perusahaan harus mampu memberikan atribut-atribut produk yang dianggap konsumen memberikan manfaat yang penting.

Segmentasi berdasarkan mafaat yang diperoleh konsumen dengan mempelajari atribut-atribut yang dianggap konsumen memberikan manfaat yang penting, umumnya dilakukan untuk memberikan value dari konsumen terhadap produk atau jasa yang ia cari.

Fungsi jasa sebagai Perantara-Pedagang Efek yang dimiliki perusahaan ini memiliki keunggulan yang lebih baik dibandingkan jasa sejenis yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Perusahaan sekuritas sebesar Trimegah Sekuritas bahkan belum dapat memberikan pelayanan jasa transaksi perdagangan efek secara *on-line*. Jasa *on-line transaction* yang akan diberikan oleh perusahaan menjadi suatu strategi *blue ocean* untuk berkompetisi di dalam industri sekuritas yang sudah menjadi *red ocean* ini. *On-line transaction* yang akan diberikan ini akan menjadi *strong point* serta *Short Term* dan *Medium Term competitive advantage* dari jasa yang ditawarkan. Karena dalam *Long Term*-nya kemajuan teknologi di dalam perusahaan sekuritas telah berkembang maka hal ini sudah tidak lagi menjadi *competitive advatage*, namun sebagai suatu keharusan. Maka dari itu untuk jangka panjang bagian operational mengemban tugas untuk

⁴⁴ Rhenald Kasali, "Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi-Targeting-Positioning. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1998, hal 27

terus berinovasi dalam menciptakan teknologi baru lagi yang menjawab kebutuhan konsumen di masa yang akan datang.

Selain faktor teknologi yang telah di utarakan di atas ada satu hal lagi yang menjadi pertimbangan, yaitu minimal investasi yang cukup besar (Rp 25 juta) maka jasa ini hanya mampu dikonsumsi oleh masyarakat yang tergolong mampu secara finansial, dalam hal ini yaitu kelompok masyarakat yang tergolong kelas atas. Sehingga Perusahaan Sekuritas pada awal berdirinya akan menetapkan bahwa segment pasar yang dilayaninya adalah masyarakat yang tergolong pada segmen kelas A1 dan A2 (12% dari populasi Indonesia).

5.5.2. Targeting

Mengingat kompetitor yang melayani kebutuhan masyarakat akan investasi sangat banyak dan beragam baik dalam hal produk maupun tingkat resiko yang ditawarkan. Maka perusahaan sekuritas yang akan dibuat ini perlu menjalankan strategi khusus agar dapat bersaing. Strategi yang akan dijalankan adalah dengan membidik segmen kelas atas sebagai target marketnya.

Target market pertama adalah konsumen korporasi, yaitu perusahaan yang memiliki dana berlebih dan hanya menempatkan dana tersebut di dalam investasi yang bersifat *low profit* (tabungan, deposito, surat berharga pemerintah). *Target market* ini lebih diprioritaskan karena dana yang dapat mereka tanamkan bisa bernilai miliaran rupiah dan mereka bisa saja sudah mempunyai *trader* sendiri di dalam perusahaan, sehingga kita hanya sebagai fasilitator untuk mereka bertransaksi. Dan dengan dana yang mereka investasi, mereka dapat melakukan transaksi yang lebih besar dan lebih sering karena *margin* yang mereka miliki juga sangat cukup besar. Mereka bisa kita jadikan *base costomer* yang akan dapat menopang biaya operasional perusahaan.

5.5.3. Positioning

Perusahaan sekuritas ini melakukan *positioning* dalam pikiran konsumennya sebagai :

"Penyedia jasa Perantara Pedagang Efek yang melayani kebutuhan konsumennya secara transparan, akurat, dapat dipercaya, dan memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Semua ini didapatkan dengan fee yang kompetitif dibandingkan dengan kompetitor yang ada tanpa mengurangi mutu dari pelayanan dan fasilitas yang diberikan."

Guna dari sebuah *positioning* perusahaan adalah sebagai suatu alat ukur pembeda, antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Maka agar *positioning* yang telah dibuat ini sampai dan tetap ada di dalam benak konsumen maka perusahaan harus melakukan beberapa langkah-langkah strategis dalam menjalankan perusahaan, Yaitu :

1. Secara terus-menerus di dalam melakukan komunikasi, baik yang berupa komunikasi di media (*above the line*) maupun komunikasi yang dilakukan secara langsung seperti *investor forum* (*below the line*), maka perusahaan haruslah mengulang kembali kepada *audience* akan *positioning* dari perusahaan.
2. Secara terus-menerus di dalam internal perusahaan, pihak manajemen harus melakukan pengkomunikasian ulang kepada seluruh jajarannya akan *positioning* perusahaan. Sehingga dalam benak karyawan pun tertanam *positioning* perusahaan. Sehingga dalam menjalankan tugas sehari-hari mereka melakukannya sesuai dengan *positioning* perusahaan.

5.6. PENGEMBANGAN PROGRAM PEMASARAN

Setelah mendesain strategi pemasaran, langkah selanjutnya adalah mengembangkan program pemasaran yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi komunikasi.

5.6.1. Strategi Produk

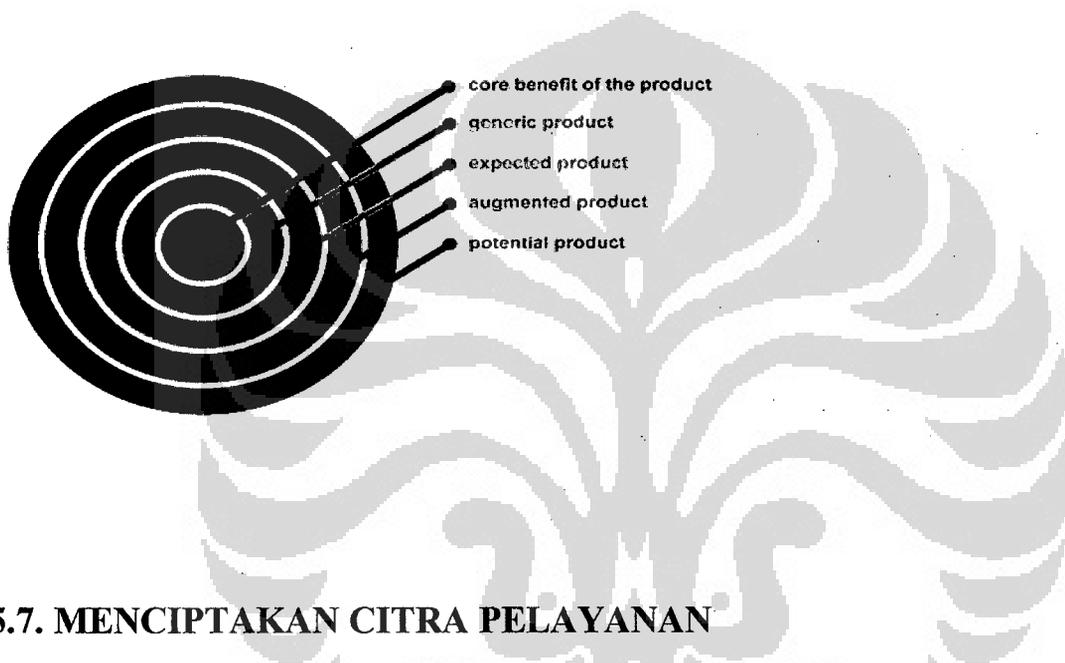
Dalam strategi bauran pemasaran, yang perlu diperhatikan pertama kali sebelum mengembangkan bauran pemasaran lainnya adalah strategi produk. Produk adalah suatu barang atau jasa yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pada rencana penawaran ke pasar, pemasar perlu berfikir melalui lima tingkat produk⁴⁵ seperti pada Gambar 5.2., antara lain :

- *Core benefit* (manfaat inti) : adalah tingkat paling dasar dari produk jasa ini yang dibeli oleh pelanggan, yaitu mendapatkan *Capital Gain & Dividen* dari saham-saham yang dibeli.
- *Basic product* (produk dasar) : adalah tingkat kedua ini, kami memberikan konsumen kemudahan dalam bertransaksi berupa software untuk mengakomodasi transaksi perdagangan efek menggunakan teknologi *online trading*, karena kecenderungan dari masyarakat kita yang memiliki mobilitas tinggi. Maka *online trading* dapat menjawab kebutuhan dari konsumen.
- *Expected product* (produk yang diharapkan) : adalah tingkat ketiga dari produk jasa ini. Dimana perusahaan akan bekerja keras untuk meningkatkan posisi finansial konsumen (*investment growth*).

⁴⁵ Kottler 1999

- *Augmented product* : sebagai sampingan dari *benefit* yang bisa didapatkan oleh konsumen adalah rasa banga akan persentasi kepemilikan saham dengan investasi yang dilakukannya terhadap perusahaan-perusahaan tertentu yang iaa beli sahamnya.
- *Potential product* : terjadi *calpital loss*

Gambar 5.2. Five-level-of Marketing



5.7. MENCIPTAKAN CITRA PELAYANAN

Bedasarkan industrinya sebagai pelayanan *service*, maka selaku perusahaan kami berusaha untuk memberikan citra bahwa setiap transaksi yang diberikan, tanpa mengurangi kualitas pelayanan, maka kami akan selalu berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui kecepatan pelayan, yaitu mempersingkat transaksi, mengedepankan transparansi, dan selalu memberikan analisis yang akurat baik fundamental pasar maupun analisis non-fundamental (makro).

Hal yang dirasakan paling sulit adalah kurang pemahannya masyarakat akan fungsi penting keterlibatan mereka dalam pasar modal yang menjadi salah satu penggerak roda perekonomian

dan juga menjadi *leverage* atau daya ungkit bagi keadaan finansial masyarakat itu sendiri, serta peran serta masyarakat secara *significant* dapat pula mendorong percepatan terciptanya pasar yang efisien.

Pengalam selama ini, keberadaan suatu perusahaan sekuritas bukan diketahui dari media cetak ataupun media elektronik dalam bentuk iklan. Melainkan melalui kegiatan *below the line* seperti seminar-seminar yang dilakukan oleh marketing PR masing-masing perusahaan sekuritas. Serta dari kekuatan *word of mouth* yang dimiliki perusahaan karena *satisfactory level* yang dimiliki oleh konsumen mereka. Hal tersebut biasanya diketahui dari sesama pemain pasar modal dan informasi tersebut hanya dapat diperoleh di outlet-outlet ataupun cabang dari masing-masing perusahaan itu berada.

Oleh karena itu akan sulit menanamkan citra dari kecepatan pelayanan dalam waktu yang singkat mengingat keterbatasan cara memperkenalkan ini kepada masyarakat. Hal ini didukung juga dengan kurang teredukasinya masyarakat kita akan manfaat bagi individu dalam menggunakan pasar modal sebagai *financial leverage* dan juga sebagai roda penggerak perekonomian bangsa. Ini dapat kita lihat dari banyaknya artikel yang membahas perusahaan efek ini yang bersifat memberikan edukasi. Namun masih jarang print-ad yang bersifat iklan digunakan oleh perusahaan efek, dan juga belum adanya *TVC* (*TV commercial*) yang mengiklankan suatu perusahaan sekuritas. Yang ada baru sebatas *co-branding* dari perusahaan asuransi dan sekuritas asing dengan comercial bank kita seperti TVC AXA-Mandiri, akhir-akhir ini dapat kita lihat produk investasi baik syariah dan umum dari Asuransi Prudential yang dengan gencarnya mengiklankan diri di media-media elektronik terutama televisi nasional indonesia. Namun belum pernah ada iklan dari sebuah perusahaan sekuritas yang memberanikan diri untuk

beriklan baik di TV nasional maupun di TV lokal. Bahkan penulis hampir tidak pernah mendengar iklan dari suatu perusahaan sekuritas di radio-radio.

5.8. METODE SELLING

Ada dua metode *selling* yang akan dilakukan oleh perusahaan ini yaitu yang bersifat *Direct selling* dan *Indirect Selling*.

5.8.1. Direct Sales

Kegiatan ini berfungsi sebagai *distribution channel* dari seluruh produk dan layanan perusahaan secara langsung kepada konsumen, baik individu maupun korporasi. Mereka juga mempunyai tanggung jawab untuk meningkatkan kepercayaan nasabah yang sudah ada maupun memperluas *client base*. Hal ini dilakukan dengan terus memberikan alternatif terbaik bagi nasabah seperti pemenuhan permintaan pelanggan yang ingin memindahkan dananya dari suatu produk dengan produk lainnya.

Para *front liners* yang terhimpun dalam ini harus terus mendapatkan pelatihan (*training*) dan lokakarya (*workshops*) untuk meningkatkan kapasitas dan keahlian mereka dalam melayani kebutuhan nasabah.

Kesabaran, pendampingan dan pelatihan adalah modal utama dari para *front liners* di dalam *Direct Sales* dalam memperoleh kepercayaan nasabah.

5.8.2. Indirect Sales

Seperti halnya *direct sales*, *Indirect Sales* berfungsi sebagai *distribution channel* dari seluruh produk dan layanan perusahaan. Namun kegiatan *indirect sales* adalah menjual produk dan layanan tersebut secara tidak langsung melalui aliansi strategis dengan lembaga-lembaga keuangan lain seperti perbankan dan asuransi.

Untuk menjaga reputasi dan memastikan yang terbaik bagi nasabah, maka perusahaan harus sangat selektif dan hanya bekerja sama dengan lembaga-lembaga keuangan bereputasi terbaik, yang memiliki izin resmi dari regulator untuk menjual produk-produk investasi seperti reksa dana.

Untuk meningkatkan kinerjanya kegiatan *indirect sales* akan terus meningkatkan volume penjualan dengan memperluas jaringan. Bersama dengan Divisi *Fund Management*, kegiatan *Indirect Sales* menciptakan produk-produk investasi sesuai dengan kebutuhan nasabah perusahaan. Untuk itu, kepercayaan mitra terhadap komitmen dan kerjasama perusahaan menjadi modal utama.



BAB 6

PERENCANAAN SUMBER DAYA MANUSIA

6.1. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia adalah pencipta, penggerak dan pelaksana dari segala macam jenis usaha atau produk dan jasa baik yang bersifat *tangible* maupun *Intangible*. Maka dari itu sumber daya manusia adalah faktor yang paling penting dari semua unsur yang ada di dalam suatu perusahaan.

Maka dari itu khususnya untuk meningkatkan penjualan produk dan layanan dari perusahaan Divisi HR nantinya harus aktif dalam menyusun program pembinaan dalam meningkatkan pengetahuan dan kemampuan tim untuk mendukung kinerja perusahaan (Pelatihan *technical* dan *tactical* serta *motivating training*) dan pengembangan karir karyawan, yang nantinya dapat berdampak pada keberhasilan perusahaan secara keseluruhan.

Divisi HR ini juga berperan sangat penting dalam mempersiapkan sumber daya manusia untuk kesinambungan kegiatan perusahaan serta untuk menunjang rencana-rencana perusahaan baik untuk melakukan *expansi* maupun hanya sekedar untuk pemenuhan kuota karyawan.

Sejalan dengan meningkatnya kompetisi di pasar modal, Divisi HR juga harus menghadapi tantangan atas 'pembajakan' karyawan yang dilakukan oleh kompetitor terhadap karyawan perusahaan ini nantinya. Untuk mengantisipasinya, Divisi HR terus memperbaiki dan meningkatkan remunerasi perusahaan, menyempurnakan program regenerasi (*succession program*) sebagai upaya meningkatkan *retention capacity* perusahaan.

Tugas lainnya dari Divisi HR adalah untuk memperkuat manajemen internal perusahaan melalui evaluasi dan perbaikan atas peraturan perusahaan, kebijakan perusahaan serta sistem

prosedur HR yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja di perusahaan sekaligus meningkatkan profesionalisme dan daya saing perusahaan.

HR perusahaan dilihat dari sisi karakteristik usaha ini dapat dikategorikan kedalam jenis usaha yang termasuk *Low Contact System* dengan karakteristik sistem seperti berikut :

- Tata letak fasilitas difokuskan pada efisiensi.
- Dalam mendesain proses, pelanggan tidak terlibat disebagaian besar langkah proses.
- Pekerja yang yang beroperasi perlu keterampilan teknik dan non teknik.
- Pekerjaan dilaksanakan atas sesuatu yang mewakili pelanggan (account number), dengan demikian tidak akan terjadi kerancuan.
- Output yang tidak tetap sehingga sistem pengupahan berbasis output.

Usaha jasa yang bersifat *Low Contact System* ini memberi peluang menciptakan proses kerja yang lebih terkendali karena rendahnya kehadiran pelanggan. Hal ini memberikan kesempatan pemrosesan volume kerja dengan skala ekonomis. Mengembangkan kekuatan usaha melalui unsur teknologi dapat meningkatkan skala ekonomis yang diinginkan.

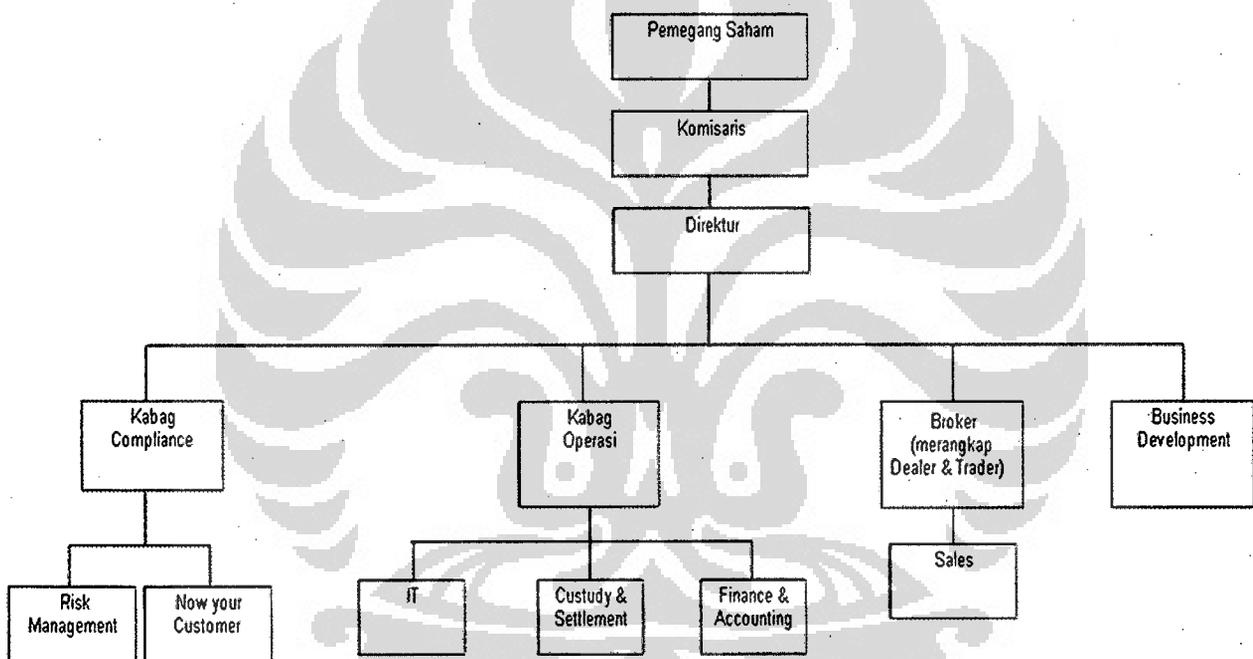
Namun demikian tidak dapat dipungkiri sumber daya manusia tetap merupakan salah satu *key success factor* berkembangnya usaha ini, apalagi para trader dalam usaha ini disyaratkan pemerintah memiliki kualifikasi dengan sertifikat terkreditasi seperti WPPE (Wakil Pialang Pedagang Efek), dan diawasi oleh BAPEPAM. Faktor SDM sangat berperan manakala menghadapi situasi *uncertainty* dari pergerakan harga saham yang sulit untuk diprediksi secara tepat. Terutama di pasar modal seperti Indonesia yang memasuki tahap *Emerging Market* dan bersifat *Semi Strong* ditunjang dengan masih banyaknya *investor* individu yang melakukan transaksi berdasarkan tren maka harga saham belum tentu merupakan indikator value

sesungguhnya dari perusahaan. Banyak pakar yang mengkhawatirkan bubble dari harga saham di Indonesia yang sewaktu-waktu dapat pecah.

6.2. STRUKTUR ORGANISASI

Usaha ini pada awalnya dimulai dengan satu macam produk jasa untuk dua macam pelanggan. Oleh karena itu bentuk organisasi cukup bila berstruktur fungsional, seperti terlihat pada Gambar 6.1. di bawah ini.

Gambar 6.1. Struktur Organisasi Perusahaan



6.3. URAIAN JOB DESCRIPTION & DESIGN

Jumlah kebutuhan tenaga kerja untuk mengisi struktur organisasi di atas sebanyak 19 orang agar maksimal. Namun Pada tahun pertama dan ke dua usaha, bahkan hanya dibutuhkan 13 orang saja.

6.3.1. Direktur

a) Persyaratan minimal yang diperlukan

Orang yang menjabat posisi ini harus :

- Memiliki pengalaman dalam bidang sekuritas selama min 1 thn.
- Memiliki pengalaman manajemen atau kemampuan pengambilan keputusan.
- Memahami kendali keuangan dan memahami laporan keuangan.
- Memiliki kemampuan mengembangkan kemampuan perencanaan strategis.
- Memahami pengelolaan manusia secara efektif.
- Dapat menjaga kondisi kesehatan fisik dan mental.
- Memiliki visi ke depan.

b) Job deskriptor

- Merencanakan arah perkembangan perusahaan.
- Merencanakan arah perkembangan bisnis.
- Memonitor peluang bisnis disekitar usaha jasa yang dijalani.
- Menilai pekerjaan para manajer divisi dan memperbaiki kemampuan mereka.
- Merencanakan suksesi kepemimpinan.

6.3.2. Bagian Compliance

Kepala bagian ini berfungsi melaksanakan penjaminan pemenuhan perusahaan efek terhadap kewajibannya yang sesuai dengan ketentuan yang terkait dengan perusahaan efek itu sendiri.

6.3.2.1. Kabag Compliance

a) Persyaratan minimal yang diperlukan

- Memiliki pengalaman manajemen atau kemampuan pengambilan keputusan.

- Memiliki pengalaman dalam bidang compliance, atau minimal memahami.
- Memahami dunia sekuritas.
- Memahami visi perusahaan dan strategi perusahaan.

b) Job description kabag compliance

- Mengevaluasi jalannya perusahaan dan kemungkinan perubahan yang diperlukan dalam rangka perbaikan guna menunjang terlaksananya semua kewajiban perusahaan.
- Melakukan koordinasi dengan divisi operasi dan broker.

6.3.2.2. Risk Management

a) Persyaratan Minimal yang diperlukan.

- Mengerti transaksi efek
- Mengerti akan resiko MKBD terhadap investasi yang diambil

b) Job Description Risk Management

- Mengevaluasi setiap konsumen terhadap kecenderungannya berinvestasi agar tidak mengganggu kelangsungan perusahaan
- Memperhitungkan tingkat resiko dengan MKBD perusahaan.

3.5.2.1. Know Your Costumer

a) Persyaratan Minimal yang diperlukan.

- Mempunyai pengalaman dibidang ini min 1 tahun.
- Mengerti dengan baik peraturan anti money laundring.
- Lebih diprioritaskan bagi yang memiliki *Certificate of Anti Money laundry*

b) Job Description Risk Management

- Memastikan nasabah yang berinvestasi itu siapa.

- Dan dari mana asal uangnya.

6.3.3. Bagian Operasi

Bagian ini berfungsi melaksanakan operasi perdagangan efek, sesuai order dari konsumen ataupun perusahaan yang diperoleh dan dikoordinasikan dengan bagian broker. Bagian ini dipimpin oleh seorang Kepala Bagian yang dibantu oleh petugas IT, *Operational, Custody and Settlement*, serta *Finance and Accounting*. Khusus untuk *Custody and Settlement*, masih dilakukan oleh perusahaan afiliasi selama masih sebagai perusahaan sekuritas non anggota bursa efek.

6.3.3.1. Kepala Bagian Operasi

a) Persyaratan minimal yang diperlukan

- Memiliki pengalaman manajemen atau kemampuan pengambilan keputusan.
- Memiliki pengetahuan dibidang sekuritas dan perdagangan efek.
- Memahami masalah mengelola manusia.
- Mampu menjaga kesehatan fisik dan energetik.

b) Job Description Manajer Operasi

- Memastikan terlaksananya rencana operasi yang telah dibuat.
- Memastikan kelancaran kerja semua personil operasional dan terlaksananya semua kewajiban operasi yang tertulis dalam surat perjanjian kerjasama dengan pelanggan.
- Memastikan terpenuhinya semua kebutuhan personil yang dibawahinya.
- Melakukan Koordinasi dengan bagian-bagian lainnya, dalam hal pelaksanaan order, settlement, pelayanan purna jual dan keluhan pelanggan.
- Mengawasi personil bagian operasi, menilai pekerjaan mereka, dan memperbaiki kemampuan mereka.

- Melaporkan permasalahan operasi kepada direktur.

6.3.3.2. Personil IT

a) Persyaratan Minimal Yang Diperlukan

- Memiliki latar belakang pendidikan dibidang IT.
- Memiliki pengalaman kerja min 1 tahun dibidang yang sama.

b) Job Deskripsi Personil Operasional

- Membuat sistem operasional dari transaksi efek yang dilakukan
- Memantau sistem operasional yang ada seperti voice recording sistem, Menciptakan *cyber gallery* di atas platform *REMOTE TRADING* dengan *ONLINE TRADING*.

6.3.3.3. Personil Operasional

a) Persyaratan Minimal Yang Diperlukan

- Mengerti akan industri sekuritas.
- Latar belakang pendidikan minimal S1 ekonomi.

b) Job Deskripsi Personil Operasional

- Melakukan pemantauan atas aktivitas yang dilakukan oleh personil perusahaan, terutama dalam melakukan transaksi perdagangan
- Memastikan semua kegiatan terlaksana dengan standard opration prosedur yang ada.

6.3.3.4. Karyawan Finance & Accounting

a) Persyaratan Minimal Yang Diperlukan

- Memahami kendali keuangan dan laporan keuangan.
- Memiliki pengetahuan dalam bidang akuntansi.
- Memahami dunia sekuritas.
- Memahami visi perusahaan.

b) Job Deskripsi Finance & Accounting

- Memastikan terlaksananya *Standard Operation Procedure* dalam kegiatan Keuangan dan Akuntansi perusahaan.
- Merencanakan dan mengatur alokasi *cash* yang ada.
- Melaksanakan sistem akuntansi.
- Menganalisa performa keuangan yang telah berjalan.
- Melakukan koordinasi dengan bagian lainnya untuk mengetahui hal-hal yang menyangkut keuangan.
- Melaporkan permasalahan administrasi dan keuangan kepada Direktur.
- Membuat laporan keuangan secara periodik untuk penyusunan pelaporan kepada BAPEPAM.

6.3.4. Broker

Bagian ini berfungsi untuk melaksanakan urusan transaksi efek secara langsung. Bagian ini dipimpin langsung oleh Direktur yang menjabat. Dengan menggunakan teknologi *remote trading* (yaitu bertransaksi *real-time* dengan menggunakan internet) maka fungsi dari pada *dealer and trader* dapat ditiadakan dan ditumpahkan langsung kepada broker perusahaan.

6.3.4.1. Broker

a) Persyaratan Minimal Yang Dibutuhkan

- Latar belakang pendidikan min S1.
- Mempunyai pemahaman akan industri sekuritas.
- Dapat bekerja dalam tekanan dan jam kerja yang panjang.
- Memiliki baik mental maupun analisis yang kuat.

b) Job Deskripsi Broker

- Melakukan eksekusi dalam perdagangan saham.
- Menganalisa dan memberikan nasihat atau masukan kepada konsumen terhadap transaksi yang mereka inginkan.

6.3.4.2. Sales

a) Persyaratan Minimal Yang Dibutuhkan

- Latar belakang dibidang sales min 1 tahun.
- Mempunyai pemahan akan industri sekuritas.
- Mimiiliki Inter-personal yang baik.
- Berpenampilan menarik.
- Berbahasa Inggris yang aktif.
- Lebih diutamakan apa bila dapat berbahasa asing lainnya.

b) Job Description Sales

- Melakukan penjualan rekening investasi di perusahaan
- Melakukan penjualan reksa dana
- Bertanggung jawab terhadap kelangsungan rekening investasi para nasabah tetap terjaga bahkan untuk dapat ditingkatkan.

6.3.5. Business Development

Bagian ini berfungsi untuk melaksanakan urusan yang menyangkut pembuatan rencana pengembangan usaha. Bagian ini pada awal pedirian usaha hanya dijalankan oleh satu orang saja.

6.3.5.1. Kepala Business Development

a) Persyaratan Minimal Yang Dibutuhkan

- Mempunyai pengalaman bekerja dibidang *Investment banking* perusahaan sekuritas min 5 tahun.
- Berfikiran luas dan mempunyai visi kedepan yang cemerlang.
- Mempunyai latar belakang pendidikan min S2 (diutamakan bagi S2 Pasar Modal)

b) Job Deskripsi Business Development

- Membuat perencanaan pengembangan usaha jangka pendek dan jangka panjang.
- Menciptakan strategi-strategi usaha guna dapat keluar menjadi pemimpin pasar dikedepannya.
- Selalu mengevaluasi sejauh mana tercapainya target-target pertumbuhan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

6.4. PEREKRUTAN

a) Tujuan perekrutan, adalah :

- Mendapatkan orang yang tepat untuk melaksanakan fungsi dalam proses-proses pekerjaan.
- Menghindari seminimal mungkin masuknya orang yang akan menyebabkan masalah-masalah dalam organisasi kerja.

b) Kriteria

Pedoman perekrutan mengacu kepada spesifikasi, deskripsi jabatan dan karakteristik orang yang diperlukan untuk mengembangkan jabatan-jabatan tersebut yang telah disusun pada sub-bab sebelumnya. Pengalaman kerja dapat diketahui dari data

riwayat hidup. Sedangkan karakteristik atau ciri-ciri yang dibutuhkan dari seorang pelamar dapat diperoleh dari wawancara langsung, atau hasil psikotest.

Pertanyaan wawancara dikembangkan berdasarkan karakteristik yang diperlukan untuk tiap jabatan tertentu. Seluruh data yang diperoleh perlu dicek kembali dengan memeriksa referensi setiap pelamar.

e) Tahapan.

- Pencarian tenaga kerja melalui penyebaran informasi kebutuhan dengan cara :
 - Menghubungi rekanan kerja diberbagai perusahaan yang berhubungan dengan bidang pekerjaan
 - Memasang iklan di koran dan internet
 - Menerima dan mengumpulkan surat lamaran baik yang disampaikan lewat dokumen tertulis maupun dokumen elektronik lewat internet.
 - Melakukan direct rekrutmen ke Universitas-universitas ternama.
 - Mengikuti *Carrier Development* seminar yang diselenggarakan baik oleh pihak kampus maupun swasta.
 - Meneliti riwayat hidup dan surat referensi.
 - Tes kondisi tubuh, terutama karena pekerjaan di perusahaan jam kerjanya terkadang tidak menentu.
 - Wawancara kepada kandidat yang berpotensi.

Tabel 6.1. Tahapan Perumusan Seleksi Sumber Daya Manusia

TAHAP I	<i>Corporate/ Project Goal</i>	Keunggulan kompetitif yang diinginkan mengarah pada gambaran kegiatan proses dan sumber daya manusia yang menunjangnya.	
TAHAP II	<i>Job Design</i>	Menspesifikasi kegiatan-kegiatan kerja dari individu dan kelompok dalam organisasi. Perumusan dari berbagai informasi tentang proses kerja apa, dimana terjadinya, siapa pelakunya, kapan dilakukan, dan bagaimana metoda kerjanya serta penghargaannya.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Job qualification</i> ▪ <i>Reward</i>
TAHAP III	<i>Kriteria Success Job</i>	Kehadiran Komitmen terhadap pekerjaan Hasil kerja Sikap kerja	Absensi Loyalitas, kreativitas Kualitas kerja, kuantitas Sopan santun, kerjasama, keselamatan kerja
TAHAP IV	<i>Spesifikasi Jabatan</i>	Mengandung ciri karakteristik personil yang diinginkan guna memenuhi kriteria success job.	Jujur, rajin, kreatif, bertanggung jawab, sikap kerja positif.
TAHAP V	<i>Alat Seleksi</i>	Pengukuran terhadap pelamar untuk mengetahui sejauh mana kesesuaiannya dengan ciri karakteristik yang diinginkan	Psikotest Technical test Wawancara

Sumber : Susan Farianto "*Business Plan : Usaha Jasa Pengeboran Air Tanah CV Kansa Amanda Servico*", MM-FEUI, hal 88.

6.5. SELEKSI

Seleksi dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian paling dekat antara hasil psikotest, *technical test* dan hasil wawancara dengan kebutuhan karakteristik personil, dari setiap pelamar. Hasil seleksi harus segera diberitahukan kepada setiap pelamar. Adapun tahapan merumuskan seleksi sumber daya manusia yang mengacu kepada tujuan perusahaan.

6.6. TRAINING & DEVELOPMENT

Rencana pelatihan disusun dengan memperhatikan pada teori *Human Capital Management*, dimana pelatihan yang diberikan adalah untuk meningkatkan kemampuan atau talenta dari para karyawan. Ada tiga macam pelatihan yang perlu diadakan, pengecualian untuk pelatihan orientasi dan SOP dilakukan kepada setiap karyawan perusahaan. :

- Pelatihan orientasi perusahaan dan pekerjaan.
- Pelatihan *Sistem Operation Procedure* yang digunakan.
- Pelatihan untuk mengembangkan keterampilan-keterampilan tertentu yang masih perlu ditingkatkan.

Jenis pelatihan yang diperlukan untuk setiap jabatan. Sedangkan pelaksanaannya diprioritaskan pada jenis pelatihan prosedur kerja (SOP, peraturan perusahaan, dsb).

6.7. HUMAN CAPITAL MANAGEMENT

Pada era *Human Resources Management*, manusia dilihat kompetensinya dan dibandingkan dengan kompetensi yang dipersyaratkan untuk menduduki jabatan atau posisinya saat ini. Bila kompetensi yang didapat berdasar hasil pengukuran melebihi atau sama dengan kompetensi yang dipersyaratkan, maka pelatihan yang diberikan lebih bersifat sebagai pengembangan diri atau pengkayaan (*enrichment*).

Namun bila hasil pengukuran menunjukkan lebih rendah dari kompetensi yang dipersyaratkan, maka untuk menghilangkan kelemahan ini (*weakness*) diberikanlah pelatihan yang sesuai. Jadi pada kasus ini, ekstrimnya seseorang “dipaksa” untuk bekerja ditempat yang tidak sesuai dengan kompetensinya dan diberi pelatihan agar kompetensinya sesuai dengan yang dipersyaratkan.

Human Capital Management di dalam perusahaan ini dilakukan dengan cara, dicari dulu talentanya dan kemudian pelatihan yang diberikan mengacu pada talenta yang dipunyai oleh manusia tersebut. Jadi pada kasus ini, manusia dikembangkan berdasar talentanya, sehingga talenta yang dimilikinya termanfaatkan secara optimal.

Berdasarkan talenta yang dimilikinya, maka ditempatkanlah karyawan di jabatan/posisi kerja yang sesuai. Disini dikenal dengan istilah *the right man on the right place*. Bila terjadi hal seperti ini, maka secara otomatis perusahaan atau organisasi akan meningkat kapabilitasnya. Setiap tindakan yang dilakukan terhadap karyawan, harus dicari benang merahnya ke hasil apa yang akan ditingkatkan dengan tindakan tersebut. Sebagus apapun tindakan kita terhadap karyawan, bila tidak mempengaruhi hasil atau kinerja perusahaan, maka itu adalah tindakan pemborosan yang sia-sia.

Duit satu rupiah yang dibelanjakan tidak pada tempatnya adalah pemborosan, sedangkan duit satu milyar, jika dibelanjakan sesuai dengan porsinya, maka tidak akan disebut sebagai pemborosan.

Pada era *Human Resources Management* ini, yang dikejar-kejar adalah bagaimana seseorang mempunyai kompetensi sesuai dengan jabatan atau posisi kerjanya. Sementara itu para CEO sudah mulai berpikir bagaimana caranya bersaing dalam bisnis yang semakin ketat. Metode kerja sudah “menthok”, model pemasaran sudah optimal, kompetensi setiap orang sudah sesuai dan kinerja perusahaan masih belum memberikan pertumbuhan yang menggembirakan.

Konsep *Human Capital Management* (HCM) menjawab pemikiran itu dengan menempatkan pekerja yang bertalenta tinggi untuk menempati jabatan atau posisi yang cocok dengan talenta mereka.

Karyawan dalam suatu organisasi sudah bukan dimonopoli oleh bagian personalia saja. Pengelolaan mereka sudah menjadi tanggung jawab semua unsur organisasi. Semua bagian mempunyai peran dalam membina insan pekerjaanya. Urusannya bukan hanya masalah administrasi saja, tetapi sudah lebih luas lagi.

Pimpinan yang baik adalah seseorang yang mampu menunjukkan komitmennya, mampu menjadi “role” model yang baik, mampu member motivasi anak buahnya, memberdayakan anak buahnya dan memberikan hadiah/hukuman sesuai prestasi kerja anak buahnya. Artinya disinilah peran pimpinan, dimanapun dia berada, untuk mengelola manusia yang ada dalam pimpinannya untuk melakukan sinergi, menyelesaikan job load yang ada agar kinerja organisasi meningkat.

Kepuasan pegawai saja dianggap tidak cukup, harus ada proses lain yang membuat karyawan merasa terikat oleh organisasi. Harus ada proses yang menciptakan iklim keterikatan tersebut. Inilah inti dari *workforce engagement*. Semua pekerja merasa terikat secara emosional maupun intelektual dengan perusahaan. Mereka tidak lagi perlu disuruh untuk bekerja, karena mereka merasa bekerja adalah bagian dari kebutuhan hidup, dan kalau bekerja sudah menjadi kebutuhan, maka bila memang pekerja itu adalah termasuk “*the right man on the right place*”, maka kinerja organisasi dipastikan akan meningkat.

6.8. PENILAIAN UNJUK KERJA

Setiap manajer melakukan penilaian terhadap personil yang bekerja untuknya. Untuk mendapatkan data yang baik, sebaiknya jangka waktu penilaian tidak terlalu lama. Data penilaian tercatat secara rutin dan dikumpulkan secara periodik 3 bulan sekali untuk menjadi *data base* personalia.

Data penilaian unjuk kerja tiap personil menjadi bahan pertimbangan dalam rangka memberi penghargaan dan melakukan perbaikan. Penilaian dilakukan pada saat personil bekerja dan wawancara di waktu-waktu tertentu.

6.9. KOMPENSASI

Tujuan utama pemberian kompensasi adalah :

- Untuk meningkatkan kesejahteraan para karyawan, karena karyawan yang sejahtera dan bahagia cenderung akan bersikap loyal terhadap perusahaan.
- Mempertahankan karyawan yang berprestasi.
- Salah satu alat memotivasi karyawan agar lebih produktif

1) Gaji Pokok (*base compensation*).

Gaji pokok disesuaikan dengan nilai yang berlaku di dalam industri. Gaji dibayarkan setiap bulan yang biasanya dapat dilihat pada tabel 6.7

2) Imbalan prestasi

Imbalan prestasi yang diberikan berbentuk insentif atas kinerja masing-masing personil. Untuk broker, besarnya insentif dihitung berdasarkan seberapa banyak transaksi yang dilakukan olehnya dalam kurun waktu satu bulan berjalan. Mereka mendapatkan 30% dari *commision fee* yang dibayar oleh *investor* untuk setiap transaksinya.

Tabel 6.2. Kompensasi Karyawan

Jabatan	Tahun Ke-1 & 2			Tahun ke 3 s/d 5		
	Jumlah (orang)	Gaji Pokok (Rp)	Total Gaji Pokok/bulan (Rp)	Jumlah (orang)	Gaji Pokok (Rp)	Total Gaji Pokok/bulan (Rp)
Direktur	1	10000000	10000000	2	15000000	30000000
Kabag Compliance	1	5000000	5000000	1	6000000	6000000
Kabag Operasi	1	5000000	5000000	1	6000000	6000000
Broker	2	5000000	10000000	2	6000000	12000000
Business Development	1	5000000	5000000	1	6000000	6000000
Risk Management	1	2500000	2500000	2	3000000	6000000
Custudy & Settlement	1	2500000	2500000	2	2500000	5000000
Finance Accounting	1	3000000	3000000	1	4000000	4000000
IT	1	2500000	2500000	1	3500000	3500000
Sales	2	2500000	5000000	5	2500000	12500000
Front office	1	2000000	2000000	1	2000000	2000000
Total	13	45000000	52500000	19	56500000	93000000

6.10. EMPLOYEE STOCK OWNERSHIP PROGRAM

Pegawai akan mempunyai persepsi terhadap program ini sebagai keuntungan dari sisi keuangan mereka. Yang juga diikuti dengan rasa bangga ketika mengetahui mereka bekerja untuk diri sendiri yang nantinya akan mempunyai pengaruh besar terhadap pengambilan suatu keputusan; melihat bahwa mereka bekerja untuk keuntungan mereka sendiri; menjadi bagian dari sesuatu; dan meningkatkan rasa pengertian antara manager dan pegawai⁴⁶.

Program ini akan menciptakan kepada peningkatan performa dari perusahaan. Ketika para pegawai menjadi pemilik perusahaan, mereka akan menjadi lebih peduli terhadap kualitas dan biaya. Keperdulian ini akan dapat menciptakan produktivitas yang lebih tinggi dan keadaan

⁴⁶ Aaron Buchko (1993) of Bradley University, "EMPLOYEE OWNERSHIP" The New Source Of Competitive Advantage, Carol A. Beatty, MBA, PHD & Harvey Schachter, Copyright 2002, halaman 245-250.

finansial yang lebih baik untuk perusahaan. Program ini selain dapat menciptakan pegawai yang berkualitas tinggi namun juga dapat memberikan kemudahan bagi karyawan untuk merubah peraturan yang ada ataupun untuk memberikan kontribusi ide-ide untuk memperbaiki pekerjaan mereka.

6.11. BUDAYA PERUSAHAAN

Budaya perusahaan akan dibentuk sebaik-baiknya semenjak organisasi ini masih kecil sehingga mudah untuk diaplikasikan, dan budaya ini harus terus dipelihara hingga perusahaan ini berkembang. Budaya perusahaan adalah salah satu bentuk pembeda antara perusahaan satu dengan yang lainnya di dalam industri yang sama. Dimana budaya mencerminkan jati diri dari perusahaan. Budaya perusahaan ini sebisa mungkin dibuat ke dalam kode pelaksanaan yang tak tertulis khususnya mengatur tingkah laku, sikap, hubungan antar personil dalam organisasi, antara lain:

- Semua personil adalah keluarga. Meskipun dalam keseharian bekerja ada hierarchy dalam organisasi, namun hubungan informal dengan sesama rekan harus dilakukan seperti di dalam keluarga. Semua harus saling menghormati, seperti: yang muda harus menghormati yang lebih tua. Apabila terjadi masalah di dalam pekerjaan semua harus saling membantu untuk menyelesaikannya. Hal yang musti ditekankan adalah bahwa keberhasilan tim merupakan kemenangan semua anggota, karena semuanya adalah satu keluarga.
- Pelanggan adalah sahabat mu. Sikap yang tidak mendiskriminasikan antara Pelanggan yang mempunyai account yang kecil maupun yang besar. Dan dengan mengepankan pola pikir di perusahaan bahwa mereka adalah seorang sahabat yang membutuhkan nasehat

dan bimbingan. Tugas semua anggota membantu memberi masukan terhadap transaksi yang akan dilakukan oleh pelanggan. .

- Sikap-sikap yang dihargai. **Jujur, Suka bekerja keras, Flexible, Dinamis, Pantang menyerah.**
- Menanamkan kesadaran pada setiap anggota, Keberhasilan usaha dalam bersaing dengan kompetitor merupakan kebanggaan mereka.

Meskipun tak tertulis, tetapi nilai-nilai tersebut diatas tercantum dalam pedoman *quality manual*. Namun hal-hal ini hanya akan menjadi suatu bentuk kebudayaan dalam bekerja apabila nilai-nilai yang akan dibangun ini juga dicerminkan dalam perilaku pemimpin perusahaan, sampai unit operasional terkecil. Perusahaan juga akan mencanangkan ILMU PADI sebagai salah satu *code of conduct*, hal ini menjadi suatu kiasan yang menggambarkan bahwa insan perusahaan semakin berisi (semakin tinggi pengetahuan, kemampuan, kompetensi dan kualitas) semakin rendah hati. Padi merupakan sesuatu yang akrab bagi masyarakat juga merupakan simbol kemakmuran dan sejahteraan.

Penjabaran falsafah ILMU PADI dalam bentuk makna per kata meliputi :

I : Integritas, keberanian moral untuk menyatakan bahwa yang benar adalah benar, yang salah adalah salah serta bertindak dengan benar. Terbuka dalam mengemukakan dan menerima pendapat serta tidak menutupi permasalahan.

L : Loyalitas, terhadap visi, misi, tujuan Perusahaan serta terhadap nilai-nilai kebenaran dan keadilan.

M : Mandiri, yakin atas kemampuan sendiri serta tidak melepaskan tanggungjawab, tapi mencari jalan keluar dalam menghadapi kesulitan. Bekerja keras, cerdas, cepat dalam berpikir,

menganalisa, pengambilan keputusan dan pelaksanaan tugas dengan tetap berpedoman kepada sistem prosedur serta mempertimbangkan risiko.

U : Unggul, meningkatkan kualitas pembiayaan, jasa manajemen dan kualitas SDM secara berkesinambungan.

P : Profesional, bekerja dengan memanfaatkan keahlian untuk pencapaian target-target perusahaan secara efektif, efisien dan optimal. Untuk itu harus didukung dengan kompetensi, bersikap, berpikir dan bertindak hati-hati tanpa meninggalkan unsur kecepatan dengan tidak mengada-ada dan berlebihan.

A : Amanah, bekerja dengan dilandasi kejujuran serta nilai-nilai ajaran agama dalam mengemban tugas dan tanggungjawab.

D : Disiplin, tepat waktu dalam melakukan setiap tugas serta mematuhi sistem dan kebijaksanaan dan menegakkan peraturan yang berlaku.

I : Ikhlas, bekerja tanpa pamrih dengan niat yang tulus, tidak sombong, tidak merendahkan pihak lain dan tetap tegas dalam mengambil keputusan.

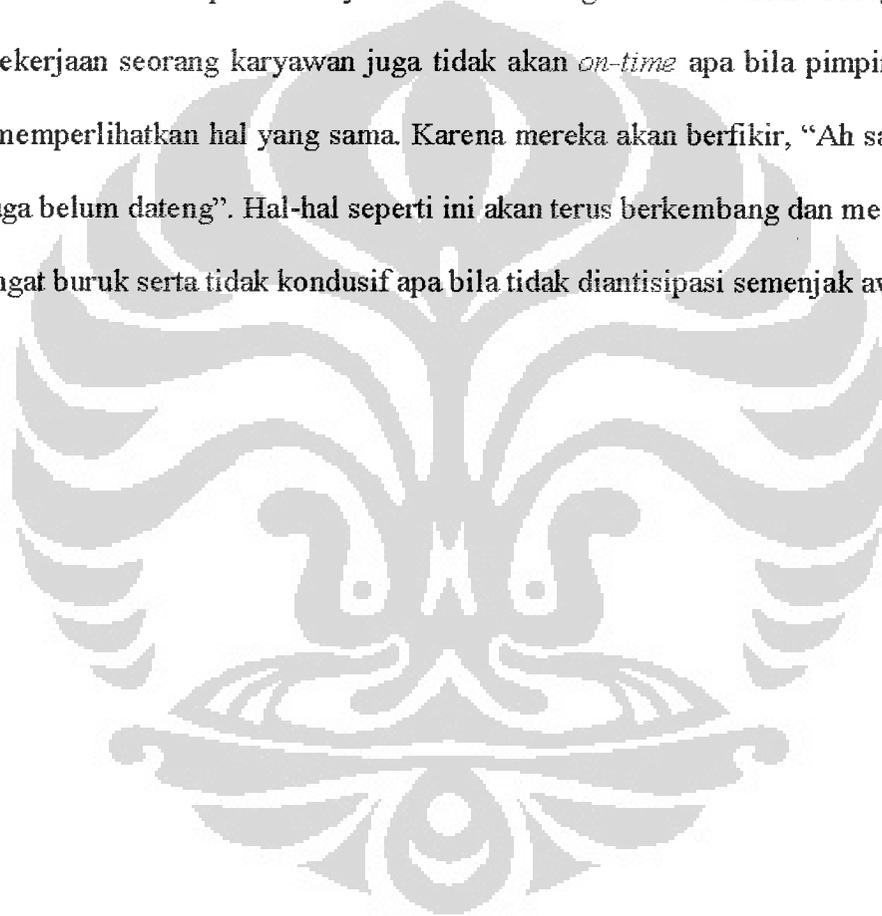
Di dalam pelaksanaan keseharian perusahaan, budaya perusahaan yang telah dibuat dan dicanangkan ini haruslah terus dibangun dan diupayakan untuk tercipta. Apabila tidak, maka budaya perusahaan ini hanya menjadi kata-kata emas yang tergantung di dinding dan menjadi penganganti lukisan, atau hanya menjadi slogan-slogan kosong. Maka dari itu akan diambil langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan :

1. Melakukan *outbond*, dimana ini bisa dijadikan saat yang tepat untuk menciptakan budaya perusahaan yang diinginkan dengan menciptakan suasana kekeluargaan, membangun

teamwork, memberikan bimbingan serta pengarahan akan ILMU PADI seperti apa yang diinginkan tercipta di dalam perusahaan.

2. Melakukan pengulangan dan penekanan di dalam setiap rapat yang dilakukan, karena seperti sebuah keluarga yang mempunyai anak. Dimana sang anak harus terus diberikan bimbingan, pengertian dan pengarahan serta terkadang hukuman karena mereka belum melakukan hal yang sesuai dengan peraturan dan budaya yang diinginkan oleh orang tua. Maka dari itu sesi rapat penulis anggap sebagai saat yang sangat tepat untuk melakukan penekanan kembali akan seperti apa budaya perusahaan yang diinginkan tercipta. Walaupun bentuk dari pembicaraan tidak harus sama namun, mungkin beberapa point yang terasa sekali kurang tercipta dapat di sampaikan kembali dalam rapat.
3. Pertemuan tahunan juga dapat dijadikan saat yang tepat untuk melakukan penekanan kembali akan budaya perusahaan.
4. Yang tidak kalah pentingnya adalah konsumen tahu akan budaya dari perusahaan ini. Selain dapat digunakan sebagai daya pikat marketing dengan mempunyai budaya yang baik dan sesuai dengan keinginan dari konsumen. Namun hal ini juga dapat menjadi sebuah sarana control dari konsumen itu sendiri. Karena konsumen yang merasa tidak puas akan bereaksi terhadap kekuarangan yang dilakukan oleh perusahaan dan mereka akan tidak segan-segan memberikan masukan ataupun dapat di kontrol dari survey konsumen. Hal ini akan dilakukan di dalam setiap investor forum yang dilakukan oleh perusahaan.
5. Namun semua langkah-langkah di atas semua tidak akan ada artinya kalau hanya dilakukan oleh para karyawan namun tidak pernah dicontohkan oleh para pimpinan perusahaan. Karena manusia mempunyai kecenderungan untuk melihat contoh dan

menjadikan contoh-contoh baik sebagai role model dan tolak ukur mereka dalam melakukan dan menjalankan kehidupannya. Hal ini pun akan dilakukan dalam perusahaan sekuritas yang akan dibuat ini. Dimana akan dibangun budaya *Lead By Example*. Kembali lagi kepada contoh di dalam keluarga, orang tua yang tidak pernah memberikan contoh kepada anaknya untuk membaca buku maka anaknya pun tidak akan pernah membaca buku. Orang tua yang selalu mencotohkan keanakanya untuk berbicara kasar, maka akan mendapati anaknya untuk cenderung berbicara kasar. Sebagai contoh di dalam pekerjaan seorang karyawan juga tidak akan *on-time* apa bila pimpinannya tidak pernah memperlihatkan hal yang sama. Karena mereka akan berfikir, “Ah santai saja toh si bos juga belum dateng”. Hal-hal seperti ini akan terus berkembang dan menjadi sesuatu yang sangat buruk serta tidak kondusif apa bila tidak diantisipasi semenjak awal.



BAB 7 PERENCANAAN OPERASI

7.1 PENDAHULUAN

Perusahaan ini dalam operasinya di dasarkan pada *job order* (melaksanakan perintah jual & beli dari konsumen). Para *trader* dapat melaksanakan pekerjaan lebih dari satu nasabah dalam satu harinya. Untuk menjawab tantangan ini maka divisi operasi harus menyediakan dukungan layanan dan produk.

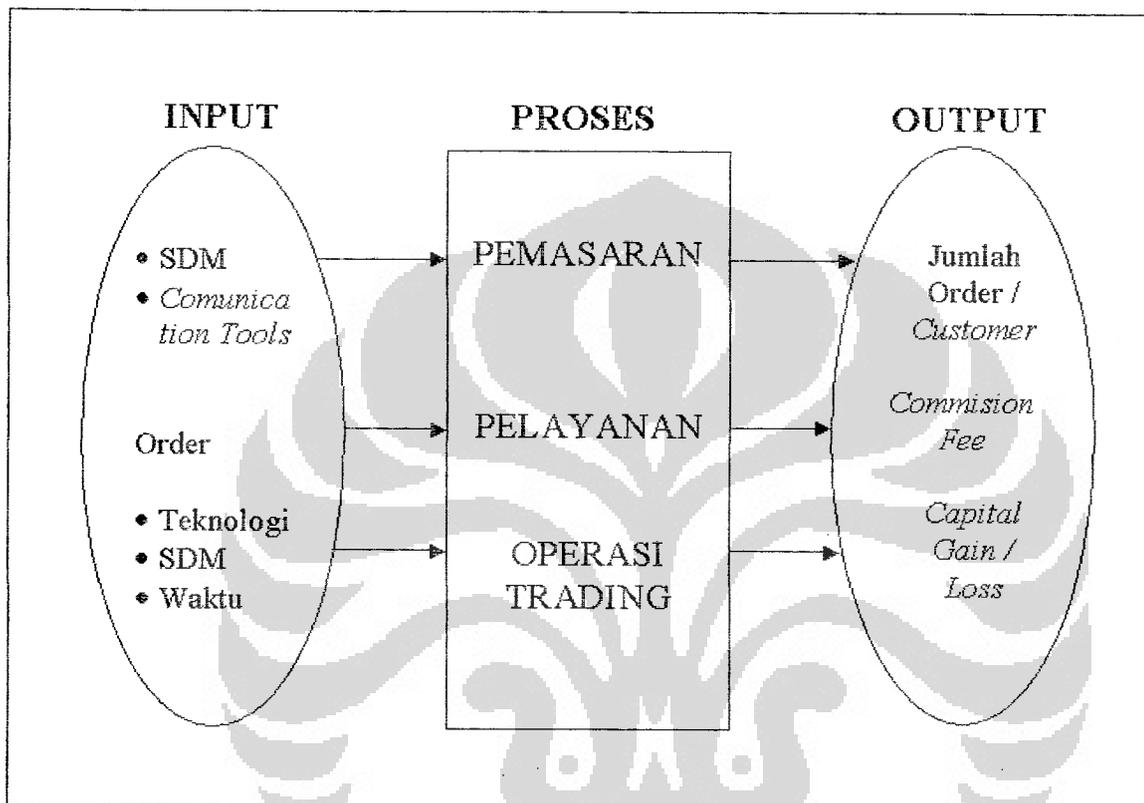
Sebagai salah satu bentuk dukungan Divisi operasi ini nantinya terhadap kegiatan Perdagangan Efek, maka Divisi ini bertanggung jawab untuk mengembangkan sistem yang efektif dan efisien, Seperti *ONLINE Ttrading*, *Mobile Trading*, *Costumer Relationship Management* (CRM). Kesemua hal ini sangat penting untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.

Secara keseluruhan, selain melakukan konsolidasi operasional disemua aspek, Divisi *Operations* juga terus meningkatkan kemampuan *customization* dari operasi perusahaan. Selain untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah, *customization* juga ditunjukkan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional karena *customization* semakin mendekatkan kemampuan *front-liners* dengan kebutuhan nasabah.

Sedangkan untuk aspek keamanan operasional (*operasional security*), segala upaya terus dilakukan untuk mengawasi dan meningkatkan kemandirian nasabah. *Operational risk* harus dapat diminimalkan dengan membangun sebuah sistem yang handal yang terus disempurnakan terutama yang berkaitan dengan rekonfirmasi transaksi kepada nasabah serta hal-hal yang berkaitan dengan otorisasi dari nasabah. Hal ini sangat penting untuk memastikan bahwa nasabah merasa nyaman dan aman bertransaksi dan berinvestasi dengan perusahaan ini.

Kegiatan operasi ini akan dijalankan dengan sebuah sistem, inputnya berupa sumber daya manusia, teknologi, waktu dan outputnya berupa meningkatnya nilai investasi para *investor* (*capital gain*). Seperti pada gambar di bawah ini.

Gambar 7.1. Input Output Proses Jasa Pengeboran



Sumber : Hasil penelitian penulis

7.2. JOB ORDER⁴⁷

Terdapat dua bentuk order, yaitu :

1. *Day order.*
2. *Good till cancelled.*

⁴⁷ Dr. Mohammad Samsul, M.Si., Ak, PASAR MODAL DAN MANAJEMEN PORTOFOLIO, 2006, hal 115

Day order adalah pesanan jual beli efek yang hanya berlaku selama 1 hari. Apabila pesanan tidak berhasil dilaksanakan pada hari itu, maka besok hari harus melakukan pesanan lagi.

Good till cancelled (GTC) adalah pesanan yang berlaku sejak pemesanan dilakukan sampai ada pembatalan. Apabila pada hari itu pesanan belum dapat dilaksanakan, maka keesokan harinya pesanan itu masih berlaku, yang berarti broker masih wajib melaksanakan untuk hari berikutnya, kecuali *investor* membatalkan pesanan tersebut. GTC akan batal secara otomatis apabila telah melampaui 5 hari sejak tanggal order pesanan belum juga terlaksana tanpa menunggu pembatalan dari nasabah. Pesanan akan dilaksanakan dengan menulis langsung pada slip order yang sudah disediakan di kantor broker, atau dilakukan melalui faksimili, atau per-telephone. Apabila dilakukan per-telephone, maka kantor broker wajib merekam suara telephone dan menyimpannya sampai urusan penyelesaian usai. Hal ini penting sebagai bukti apabila ada perbedaan persepsi dari pembicaraan per-telephone. Broker juga wajib mencatat dalam buku order disamping merekam pembicaraan per-telephone.

7.3. SEGMENT PASAR⁴⁸

Dalam Mekanisme perdagangan efek dikenal 3 segmen pasar, yaitu :

1. Pasar Reguler.
2. Pasar Tunai.
3. Pasar Negosiasi.

Pasar reguler adalah pasar dimana perdagangan efek di bursa dilaksanakan berdasarkan proses tawar-menawar secara lelang yang bersinambungan (*contious action market*) oleh

⁴⁸ Dr. Mohammad Samsul, M.Si., Ak, PASAR MODAL DAN MANAJEMEN PORTOFOLIO, 2006, hal 115

Anggota Bursa Efek melalui *JATS* dan penyelesaiannya dilakukan pada hari bursa ke-3 setelah terjadinya transaksi bursa (T+3).

Transaksi terjadi secara lelang dan rebutan dimana pihak yang memberikan tawaran harga terbaik yang dapat duluan. Tawaran harga terbaik adalah tawaran beli tertinggi dan tawaran jual terendah.

Dalam pasar reguler tawaran harga jual Rp. 1.000 adalah untuk 1.000 lot, tetapi ada juga pembeli yang melakukan tawaran beli Rp. 1.000 untuk 2 lot, sehingga transaksi akan terjadi pada harga Rp. 1.000 untuk jumlah 2 lot dan menyisakan tawaran jual sebanyak 998 lot. Pada pasar regule penyelesaian transaksi dilakukan pada T+3, yaitu 3 hari seja tanggal transaksi. Pada pasar reguler, saham diperdagangkan dalam satuan perdagangan *round lot*, yaitu satuan 500 unit saham/lot.

Pasar tunai adalah pasar dimana perdagangan efek di bursa dilaksanakan berdasarkan proses tawar-menawar secara lelang yang berkesinambungan (*continous auction market*) oleh Anggota Bursa Efek melalui *JATS* dan penyelesaiannya dilakukan pada hari bursa sama dengan terjadinya transaksi bursa (T+0). Pada pasar tunai, saham diperdagangkan dalam satuan perdagangan *round lot*, yaitu satuan 500 unit saham/lot.

Pasar negosiasi adalah pasar dimana perdagangan efek di bursa dilaksanakan berdasarkan tawar-menawar langsung secara individual dan bukan secara lelang yang berkesinambungan (*non continous auction market*) dan penyelesaiannya dapat dilakukan berdasarkan kesepakatan diantara Anggota Bursa Efek. Pada pasar negosiasi saham tidak diperdagangkan dalam satuan perdagangan *round lot*.

Keuntungan bagi *investor* jual adalah jumlah saham yang ditawarkan tidak dijual sedikit-sedikit, melainkan sekaligus. Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) diperdagangkan di pasar tunai dan pasar negosiasi pada sesi 1.

7.4. JAM PERDAGANGAN

Pasar reguler dan pasar negosiasi dilaksanakan dalam 2 sesi, yaitu sesi 1 pada pagi hari dan sesi 2 pada siang hari, sementara pasar tunai hanya dilaksanakan pada sesi 1. Perdagangan efek dilaksanakan mulai hari Senin sampai dengan Jum'at, kecuali hari libur. Hari-hari dimana terdapat perdagangan efek disebut sebagai hari bursa. Khusus untuk pasar reguler diadakan harga pra-pembukaan (*pre-opening price*) mulai jam 9.10 – 9.25.

Berikut adalah susunan jam perdagangan yang berlaku :

Senin sampai dengan Kamis

Sesi 1 : jam 09.30 - 12.00 WIB

Sesi 2 : jam 13.30 - 16.00 WIB

Jum'at

Sesi 1 : jam 09.30 - 11.30 WIB

Sesi 2 : jam 14.00 - 16.00 WIB

7.5. KEGIATAN OPERASI

Sebelum melakukan eksekusi dari perintah jual-beli, terlebih para broker atau trader harus melakukan analisis dari analisa yang telah dikeluarkan oleh bagian *risk management* serta melakukan konfirmasi ulang kepada konsumen. Sedangkan pemilihan saham apa yang akan dijual-belikan menjadi pilihan dan tanggung jawab dari konsumen itu sendiri.

A) Kegiatan

Operasi Perdagangan efek terdiri atas kegiatan :

1. **Bagian Marketing & Sales Representative** melakukan komunikasi dan selling product perusahaan.
2. Para **Analisis** yang tergabung dalam risk management team melakukan analisa-analisa fundamental dan non fundamental yang nantinya akan digunakan oleh para trader dalam melakukan analisis ulang sebelum mengambil eksekusi jual-beli.
 - a. Para **Broker** atau **Trader** melakukan analisis fundamental dan non fundamental sebelum melakukan transaksi.
 - b. Sebelum jam perdagangan dibuka, semua **AB (Anggota Bursa)** yang diwakili oleh **WPPE** sudah duduk di depan komputer perdagangan masing-masing dan siap memasukkan order beli dan order jual para nasabahnya.
 - c. Bagi *Investor* yang untuk pertama kalinya melakukan perdagangan wajib membuka rekening dana dan rekening efek pada kantor broker dengan cara mengisi formulir untuk menjadi nasabah pada kantor broker tersebut. Disini *investor* beli akan menyerahkan dan 100% atau sebagian dari nilai order beli. Sementara *investor* jual menyerahkan *slip order* penjualan kepada **AB**.
 - d. *Floor broker* memasukkan order jual dan order beli itu ke dalam komputer perdagangan yang terdiri dari jumlah saham dan harga saham masing-masing order. Pemasukan order ke dalam komputer perdagangan dilakukan begitu order diterima dan tidak menunggu order digabungkan.
 - e. Order jual dan beli yang sudah dimasukkan dalam komputer perdagangan akan diacak oleh sistem agar terjadi transaksi. Jika tawaran harga jual sama dengan tawaran harga beli untuk suatu jenis saham, maka secara otomatis transaksi akan terjadi.

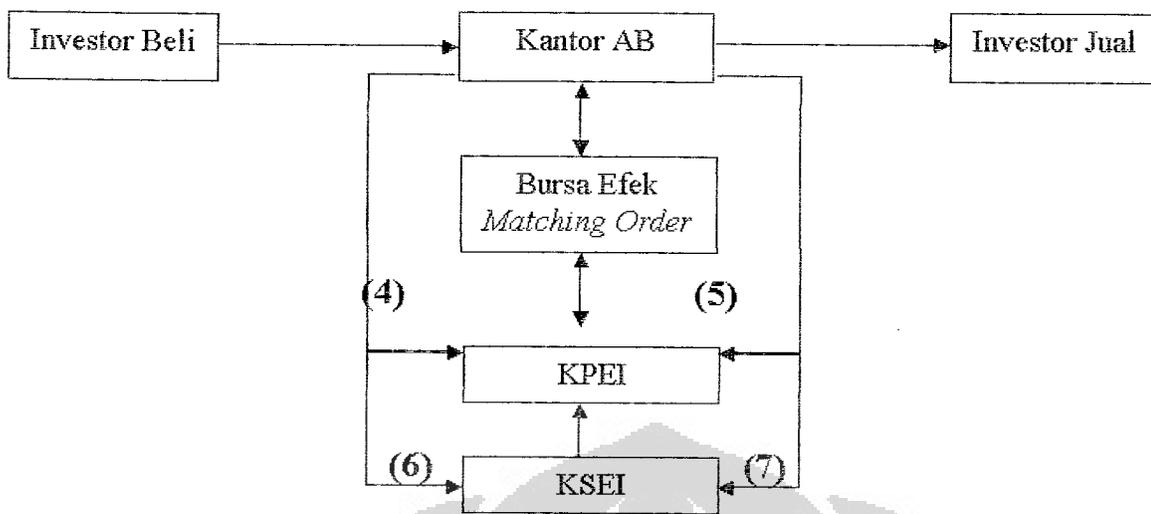
- f. Setelah perdagangan ditutup pada jam 16.00, setiap Anggota Bursa dapat mencetak informasi tentang semua transaksi beli atau transaksi jual, jenis saham, jumlah saham, dan masing-masing harga secara rinci yang disebut Daftar Transaksi Bursa.
- g. Tiga hari bursa berikutnya sebelum jam perdagangan dimulai, semua kewajiban pembayaran sudah harus diselesaikan dengan KPEI dan kewajiban penyerahan efek sudah harus diselesaikan dengan KSEI sesuai dengan Daftar Hasil Kliring Netting (DHK *Netting*) untuk transaksi yang terjadi di pasar reguler, pasar tunai dan pasar negosiasi. Untuk transaksi di pasar negosiasi digunakan Daftar Hasil Kliring Per-transaksi (DHK Per-transaksi).
- h. Bursa Efek menerbitkan Daftar Kurs Efek setiap hari.
- i. Perdagangan obligasi dilakukan di pasar negosiasi.

B) Personil

Jumlah karyawan yang akan dilibatkan dalam kegiatan perdagangan efek pada tahun pertama dan kedua beroperasi terdiri dari :

- 2 Orang Broker.
- 2 Orang Sales.
- 1 Orang Kabag Operasi.
- 1 Orang dibidang IT.
- 1 Orang dibidang Finance & accounting.
- 1 Orang Personil Operasional.
- 1 Orang Kabag Compliance.
- 1 Orang Risk Management.
- 1 Orang Know Your Costumer.

Gambar 7.2. Mekanisme Perdagangan Efek



Sumber : Dr. Mohammad Samsul, M.Si., Ak, PASAR MODAL DAN MANAJEMEN PORTOFOLIO, 2006, Bab 4 : Bursa Efek, hal 102

C) Alat Transportasi

Alat transportasi yang akan disediakan pada awalnya adalah satu unit mobil Mobil Sedan untuk dipergunakan sebagai alat akomodasi kegiatan para sales representative ataupun para trader ketika harus melakukan perjalanan dalam melakukan presentasi ataupun transaksi dengan klien dan calon klien. Kendaraan ini bukan merupakan kendaraan operasional jabatan tertentu.

Pengadaan mobil operasional ini dilakukan fungsi utamanya adalah untuk mempermudah para tenaga *sales representative* dan broker atau trader dalam melakukan kegiatannya. Serta fungsi keduanya adalah untuk menciptakan *first impression yang representative* kepada klien dan calon klien. Kendaraan ini dapat bersifat milik perusahaan, *leasing*, maupun hanya sewa melalui *outsourcing*.

7.6. LAYANAN KHUSUS

Perusahaan sekuritas yang berperan sebagai Perantara Pedagang Efek hanya bertanggung jawab pada pemberian fasilitas sebagai perantara kepada para konsumennya untuk melakukan perdagangan efek. Namun pada kenyataannya secara informal konsumen juga menuntut perusahaan untuk dapat memerankan dirinya sebagai penasehat mereka.

7.7. LAYANAN PURNA JUAL

Layanan purna jual yang dapat diberikan oleh perusahaan terbagi dalam dua jenis kegiatan : yaitu kegiatan yang bersifat membantu pelanggan memenuhi kebutuhannya, dan kegiatan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan.

Kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dari pelanggan diberikan oleh perusahaan dengan bentuk update terhadap informasi pasar yang diberikan kepada konsumen setiap harinya baik terhadap kondisi pasar di Indonesia, Regional & dunia serta kondisi Makro Indonesia, Regional, Maupun kondisi Makro dunia.

Untuk kegiatan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan maka perusahaan akan menjalankan program *Customer Relationship Management (CRM)* yang bersifat sederhana. Seperti Memberikan bunga dan kue pada tanggal ulang tahun konsumen. Serta melakukan pemberlakuan bonus yang dilakukan berdasarkan poin terkumpul dari masing-masing konsumen seperti Frequent Flyer yang diberlakukan oleh perusahaan penerbangan. Bonus-bonus ini dapat berupa *discount rate* untuk periode tertentu, hingga memberikan paket berlibur di dalam negeri dan luar negeri bagi para *most active trader of the month or year*.

7.8. PEMBERIAN UMPAN BALIK

Feed back dari konsumen dalam kurun waktu tertentu atau setelah mereka melakukan withdrawal sangatlah penting untuk memperbaiki kinerja dan citra perusahaan. Masukan itu didapatkan dengan cara memberikan kuesioner kepuasan pelanggan yang akan dibangun seiring dengan berjalannya kegiatan perusahaan.

7.9. RENCANA KEBUTUHAN ALAT

Peralatan utama yang dibutuhkan untuk melakukan operasi bisnis ini adalah *Personal Computer* (PC) sebanyak 7 unit. Monitor LCD sebanyak 9 unit, Printer 3 unit, LCD TV 1 unit, Telephone 7 unit, Recording Sistem 1 unit, Peralatan rapat 1 set, Meubel lainnya. Untuk peralatan elektronik akan diberlakukan peremajaan setiap 2 tahun sekali mengingat kemajuan teknologi yang selalu berkembang dengan cepat.

7.10. PENGELOLAAN PERSEDIAAN DAN *MAINTANANCE*

Dalam hal persediaan alat-alat penunjang seperti ATK (alat tulis kantor) dan persediaan lainnya petugas logistik setiap minggu selalu mengevaluasi jumlah yang masih tersedia untuk setiap macam barang, agar menjadi dasar rencana pembelian yang akan dilakukan.

Karena perusahaan sekuritas sangat tergantung pada perangkat elektronik sebagai alat penunjang kegiatan. Maka untuk menjaga kelangsungan kegiatan perusahaan perlu dilakukan evaluasi akan kondisi perangkat lunak dan hardware agar tidak masalah. Dan kegiatan ini menjadi tanggung jawab petugas IT untuk memastikan semua peralatan dapat berfungsi ketika dibutuhkan.

7.11. *STANDARD OPERATION PROSEDURE*

Sistem kerja didokumentasikan kedalam prosedur-prosedur kerja yang bertujuan untuk :

- Agar menjadi pedoman untuk semua karyawan perusahaan dalam melakukan tugasnya masing-masing.
- Agar menjadi bahan pembelajaran bagi karyawan baru.
- Agar memudahkan untuk melakukan perbaikan terhadap sistem dimasa depan.
- Agar dapat menjadi tolak ukur standard kualitas kerja.

Prosedur kerja dibuat sejelas mungkin, agar mudah untuk dimengerti dan tidak mengurangi koordinasi serta membatasi kerjasama antar fungsi dalam melakukan kegiatan sehari-harinya. Adapun proses kerja yang perlu dibuat antara lain :

- Prosedur kepegawaian pegawai.
- Prosedur pengadaan peralatan.
- Prosedur operasi perdagangan efek.
- Prosedur perawatan alat penunjang.
- Prosedur penerimaan nasabah baru dan penambahan capital nasabah.
- Prosedur pemrosesan transaksi jual-beli efek.
- Prosedur withdrawal.
- Prosedur keluhan pelanggan.
- Prosedur administrasi keuangan.

7.12. *INTERNAL CONTROL & AUDIT*

Untuk meningkatkan kepercayaan nasabah dan pasar secara keseluruhan membutuhkan komitmen dari seluruh unit kerja untuk menjalankan mekanisme pengendalian dan pengawasan

internal. Di dalam setiap aktivitas yang dilakukan, perusahaan harus dapat secara terus menerus meningkatkan kesadaran dan penerapan fungsi pengendalian dan pengawasan internal diseluruh aspek operasional dan unit kerja.

Internal control & audit memiliki peran yang sangat penting, tidak saja dalam menjunjung tinggi kepatuhan, etika dan profesionalisme perusahaan, juga untuk memastikan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan menjadi lebih baik. Dalam praktiknya nanti, tugas *internal control & audit* adalah menjalankan fungsi pengawasan terhadap kegiatan operasional perusahaan termasuk proses yang sedang berlangsung, melakukan evaluasi/audit dan memberikan rekomendasi secara periodik.

Internal control & audit juga mempunyai fungsi melakukan audit untuk memastikan bahwa seluruh pencapaian perusahaan tidak diraih melalui proses yang bertentangan dengan peraturan dan kebijakan perusahaan dan/atau melanggar hukum dan perundangan yang berlaku.

Bila dijabarkan, tanggung jawab *internal control & audit* mencakup :

- Melakukan kontrol dan audit agar semua unit kerja bekerja sesuai fungsinya dalam tujuan untuk mendorong pencapaian target manajemen dan sesuai dengan visi dan misi perusahaan;
- Fungsi-fungsi kontrol yang melakukan evaluasi terhadap;
 - Penerapan sistem teknologi informasi yang menunjang otomasi dan integrasi antar unit kerja di perusahaan untuk tujuan efisiensi kerja;
 - Proses distribusi informasi dan laporan antar manajemen;
- Fungsi-fungsi audit yang bertujuan untuk memastikan pelaksanaan nilai-nilai dasar perusahaan dan pencapaian tujuan perusahaan.

Fungsi audit dilakukan terutama terhadap aspek keuangan, operasional, pengelolaan resiko, sistem pengelolaan informasi serta aspek kepatuhan. Disaat yang sama fungsi kontrol sangat efektif dalam mendeteksi dan mengelola potensi resiko diseluruh lini usaha perusahaan.

7.12.1. Prinsip Mengenal Nasabah

Dalam menerapkan prinsip mengenal nasabah (*Know Your Customer-KYC*), perusahaan ini akan mewajib setiap *front-liners* untuk lebih mengenali calon nasabah dalam konteks melakukan identifikasi karakteristik, minat investasinya, profil usaha dan kemampuan finansialnya dengan melakukan wawancara.

Program KYC merupakan program yang bersifat terus-menerus dan jangka panjang sehingga tidak berhenti hanya disatu tahapan analisa nasabah, namun selalu diperbaharui dan diperdalam. Oleh karena itu, pengkinian data nasabah terus dilakukan, agar selalu update dengan profil terkini nasabah dan analisa nasabah yang dihasilkan dapat digunakan secara optimal untuk membantu *front-liners* dalam menjalankan fungsinya sebagai perencana keuangan yang dapat memberikan alternatif investasi yang cocok dengan kebutuhan nasabah.

Untuk itu perusahaan ini akan berkomitmen selalu menjalankan pelatihan tentang KYC, baik kepada karyawan baru maupun pelatihan yang bersifat penyegaran dan pendalaman bagi karyawan diberbagai tingkatan, unit kerja dan cabang. Selain itu telah dilaksanakan juga training verifikasi dokumen dan data bagi seluruh *costumer sevice* perusahaan dan *back-office*. Hal ini semua dilakukan untuk mendukung kesuksesan program KYC dan bermanfaat untuk tindakan pencegahan terhadap praktik-praktik atau manipulasi yang tidak sesuai dengan prinsip KYC dan peraturan perundangan yang berlaku.

BAB 8 PERENCANAAN KEUANGAN

8.1. MODAL AWAL

8.1.1. Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana untuk pembukaan usaha perusahaan sekuritas ini adalah sekitar Rp. 1.357.000.000,-. Terdiri dari dana investasi Rp. 1.027.000.000,-, Modal kerja selama 3 bulan awal sebesar Rp. 130.000.000,- & dana cadangan sebesar Rp. 200.000.000,- Dengan komposisi modal kerja yaitu :

- Gaji karyawan dan direksi serta Alokasi anggaran dapat dilihat pada rincian dibawah ini.

Tabel 8.1. Rincian Dana Investasi dan Modal Kerja

INVESTASI AWAL	Jumlah	Tahun ke-1 Jumlah (Rp)	Tahun ke-2 Jumlah (Rp)	Tahun ke-3 Jumlah (Rp)	Tahun Ke-4 Jumlah (Rp)
Pra Operasi					
Modal Disetor		500.000.000	0	0	0
MKBD		200.000.000	0	0	0
Dana Cadangan		200.000.000			
Sewa Kantor		120.000.000	120.000.000	0	0
Peralatan Kantor					
Komputer	7	42.000.000	0	0	0
Monitor	9	15.000.000	0	0	0
Printer	3	4.500.000	0	0	0
LCD	1	12.000.000	0	0	0
Telp	7	3.500.000	0	0	0
Recording sistem	1	30.000.000	0	0	0
Peralatan rapat	1	40.000.000	0	0	0
Meubel lain		60.000.000	0	0	0
Modal Kerja					
Biaya operasi 3 bulan		130.000.000	0	0	0
Total		1.357.000.000	120.000.000	0	0

8.1.2. Sumber Dana

Keseluruhan sumber dana investasi awal sebesar Rp 1.027.000.000,- ditahun pertama dengan tambahan dana cadangan Rp 200.000.000,- untuk menjamin selalu terpenuhinya minimal MKBD yaitu Rp. 200.000.000,- . Hal ini adalah salah satu kewajiban perusahaan efek dan dipantau pergerakannya hari-perhari. Terjadinya ketidak pastian jumlah dari MKBD yang telah ada dikarenakan MKBD ini bisa saja berbentuk efek-efek yang harganya selalu berfluktuasi. Serta tambahan dana untuk modal kerja selama 3 bulan awal sebesar Rp. 130.000.000,-. Dimana hal ini dianggarkan untuk mengantisipasi ketidak pastian yang mungkin terjadi dalam masa awal berjalannya perusahaan.

Dalam tahun pertama tidak dianggarkannya secara langsung dalam jumlah tertentu besaran dari biaya promosi yang harus dikeluarkan. Kerena dari rancangan awal business plan ini telah ditetapkan untuk melakukan pemasaran dalam inner circle perusahaan ini sendiri. Dan mengandalkan lebih besar kepada keefektifan dari efek *word of mouth* akan kepuasan mereka terhadap kinerja dan pelayanan dari perusahaan sekuritas ini. Namun apabila dana modal kerja yang telah dianggarkan tidak dipergunakan maka dana tersebutpun dapat dengan flexiblenya dipergunakan untuk melakukan strategi-strategi komunikasi yang terintegrasi (*Integrated Marketing Communication*)

Semua rincian biaya secara keseluruhan akan dibiayai dengan setoran modal sendiri dengan rincian pada tabel 7.2. dibawah ini. Dan ditahun kedua akan dicadangkan dana sebesar Rp. 120.000.000,- untuk biaya sewa gedung. Dana ini bisa saja digunakan untuk biaya modal kerja untuk beberapa bulan pertama ditahun ke dua ataupun untuk melakukan kegiatan pemasaran perusahaan pada tahun tersebut. Dana ini bersifat sebagai dana prefentive untuk menjamin kelangsungan kegiatan perusahaan minimal selama dua tahun pertama perusahaan.

Tabel 8.2. Sumber Dana

Tahun 1			
Kebutuhan Dana	Jumlah (Rp)	Modal Sendiri (%)	Pinjaman (%)
Investasi	1.227.000.000	100%	0%
Modal Kerja	130.000.000	100%	0%
Total	1.357.000.000	100%	0%

Tahun 1			
Kebutuhan Dana	Jumlah (Rp)	Modal Sendiri (%)	Pinjaman (%)
Investasi	-	-	-
Sewa kantor	120.000.000	100%	0%
Total	120.000.000	100%	0%

8.1.3. Perkiraan Pendapatan Pelayanan

Secara estimasi transaksi per-bulan bisa dihasilkan pada semester pertama berjalan rata-rata Rp 900 juta atau 18 milyar/bulan. Dan kemudian pada semester kedua transaksi per-bulan diestimasikan rata-rata 2 milyar/hari atau 40 milyar/bulan. Pada tahun ke 2 rata-rata 4 milyar/hari atau Rp 80 milyar/bulan. Pada tahun ke 3 rata-rata 5 milyar/hari atau 100 milyar perbulan. Pada tahun ke 4 dan kelima diestimasikan terjadi lonjakan yaitu 50% dari total tahun sebelumnya secara-rata. Dengan pola *comission-fee* maksimal 1% dari nilai transaksi dan dengan pembagian 70-30% kepada perusahaan afiliasi, sebagai tempat perusahaan efek ini menitipkan order jual dan belinya di lantai bursa. Kemudian dari 70% pendapatan ini dibagi kembali secara 70-30% dengan broker yang melakukan transaksi. Barulah didapat total pendapatan untuk perusahaan.

Untuk pendapatan lainnya seperti menjadi agen penjual produk-produk reksa dana perusahaan afiliasi diestimasikan pada semester pertama sekitar Rp 3 Miliar dengan rata-rata Rp 500 juta pertumbuhannya dalam satu bulan. Kemudian pada semester kedua terjadi peningkatan sekitar 50% perbulan dan menjadi Rp 750 juta/bulan atau Rp 4.5 Miliar dalam semester tersebut. Untuk kegiatan ini kami mengestimasikan terjadi peningkatan sebesar 50% setiap tahunnya dengan tingkat pertumbuhan investasi secara estimasi sebesar 30% / tahun khusus untuk produk reksa dana saham. Pola pendapatan perusahaan dalam melakukan ini yaitu dengan 100% pendapatan dari hasil investasi dibagi 75-25%, dimana 75% dari hasil menjadi hak *investor* dan 25% menjadi hak perusahaan. Kemudian perusahaan afiliasi dengan perusahaan ini mendapatkan hak 50-50% dari total hak pengelola. Broker penjual reksa dana ini mendapatkan 5% dari total investasi *investor* diawal, maka uang yang diinvestasikan adalah sebesar 95% dari total modal disetor.

Kegiatan menjadi agen penjual saham IPO dimasukkan sebagai pendapatan lain-lain, karena kegiatan ini tidak setiap saat bisa dilakukan. Rincian pendapatan pelayanan diuraikan dalam Tabel 8.3 di bawah ini.

Tabel 8.3. Pendapatan kegiatan pelayanan

Estimasi Total Pendapatan Tahunan

	Tahun Ke-1	Tahun Ke-2	Tahun Ke-3	Tahun ke-4	Tahun ke-5
Gross Revenue	4210419000	9600000000	12000000000	18000000000	27000000000
Net Income	946009500	2776837000	4156785000	6885691500	10991495000

Rincian pendapatan dapat dilihat pada Lampiran

8.2. ANGGARAN BIAYA OPERASIONAL

Biaya operasional terdiri dari dua secara teori dan yang terjadi di dalam perusahaan ini nantinya akan terdiri dari dua macam, yaitu biaya variable dan biaya tetap seperti yang dapat dilihat pada Tabel 8.4. di bawah.

Biaya variabel ini mempunyai dampak secara langsung terhadap produktivitas dalam melaksanakan pekerjaan. Biaya ini terdiri dari biaya-biaya seperti *broker fee*, *selling fee*, dan lain-lain.

Sedangkan biaya tetap adalah semua biaya yang keluar dan bersifat tetap atau tidak terpengaruh oleh jumlah *investor* atau jumlah perdagangan yang dilakukan. Biaya

Sedangkan biaya tetap adalah semua biaya yang keluar dan bersifat tetap atau tidak terpengaruh oleh jumlah *investor* atau jumlah perdagangan yang dilakukan. Biaya

Sedangkan biaya tetap adalah semua biaya yang keluar dan bersifat tetap atau tidak terpengaruh oleh jumlah *investor* atau jumlah perdagangan yang dilakukan. Karena sifat dari kegiatan yang dilakukan bukan manufakturing maka komposisi pembayaran upah langsung ditiadakan. Berarti semua komposisi gaji (diluar *commision fee*) dimasukan dalam perhitungan biaya tetap, sewa kantor, promosi, perawatan, sewa kendaraan dan depresiasi peralatan.

Biaya penyusutan dilakukan dengan menggunakan metode garis lurus (*straight line*) selama 2 tahun untuk peralatan elektronik, 4 tahun untuk furniture dan taksiran nilai residu (terminal value) = 0

Biaya insentif untuk tenaga penjual dan broker telah dihitung secara rincian bulanan dan tahunan berdasarkan asumsi transaksi yang terlampir pada lampiran karya akhir ini. Biaya insentif lainnya untuk seluruh karyawan berupa tunjangan hari raya (THR) yang berjumlah 2 kali gaji untuk setiap karyawan

Sedangkan biaya operasional selama 5 tahun kedepan diasumsikan akan mengalami kenaikan karena dampak inflasi yaitu sebesar 10% per anum. Sementara nilai penjualan secara persentase diperkirakan tetap, akan tetapi meningkat karena adanya peningkatan jumlah dana yang dikelola.

Tabel 8.4. Anggaran Biaya Operasional

		Tahun Ke-1		
Keterangan	Lama	Waktu	(Rp)	Per Tahun
Biaya Tidak Tetap	12	Bulan	3264409500	
Biaya Tetap	12	Bulan	1115000000	
		Total Tahun 1	4379409500	
		Tahun Ke-2		
Keterangan	Lama	Waktu	(Rp)	Per Tahun
Biaya Tidak Tetap	12	Bulan	8869837000	
Biaya Tetap	12	Bulan	1115000000	
		Total Tahun 2	9984837000	
		Tahun Ke-3		
Keterangan	Lama	Waktu	(Rp)	Per Tahun
Biaya Tidak Tetap	12	Bulan	11929285000	
Biaya Tetap	12	Bulan	1654000000	
		Total Tahun 3	13583285000	
		Tahun Ke-4		
Keterangan	Lama	Waktu	(Rp)	Per Tahun
Biaya Tidak Tetap	12	Bulan	18544441500	
Biaya Tetap	12	Bulan	1654000000	
		Total Tahun 4	20198441500	
		Tahun Ke-5		
Keterangan	Lama	Waktu	(Rp)	Per Tahun
Biaya Tidak Tetap	12	Bulan	28629625000	
Biaya Tetap	12	Bulan	1644000000	
		Total Tahun 4	30273625000	

Rincian dapat dilihat pada lampiran

8.3. PROYEKSI LAPORAN LABA-RUGI

Dapat kita lihat bersama bahwa pada tahun pertama beroperasi, perusahaan ini mencatat kerugian operasi sebesar Rp 168.990.500,-. Namun kerugian ini dapat diwajari karena dalam industri *financial*, kepercayaan pelanggan sangat mempengaruhi faktor pemilihan suatu institusi tempat berinvestasi. Seperti yang telah dibahas di dalam penjabaran hasil riset pasar. Dan salah satu faktor diproyeksikannya untuk terus terjadi peningkatan baik dari sisi income maupun dari laba-bersih pada tahun-tahun berikutnya karena diprediksikan *Word of Mouth* dari para konsumen telah bergulir dan Strategi pemasaran yang dilakukan telah memetik hasilnya sedikit demi sedikit.

Tabel 8.5. Proyeksi Laba-Rugi

	DALAM (Rp)				
	TAHUN 1	TAHUN 2	TAHUN 3	TAHUN 4	TAHUN 5
Total Revenue	4210419000	11646674000	16086070000	25430133000	39621120000
Operasional	-300909500	-9906337000	-13498285000	-20113441500	-30198625000
Depresiasi	-78500000	-78500000	-85000000	-85000000	-75000000
EBT	-168990500	1661837000	2502785000	5231691500	9347495000
Pajak 30%	0	-498551100	-750835500	-1569507450	-2804248500
LABA BERSIH	-168990500	1163285900	1751949500	3662184050	6543246500

8.4. PROYEKSI ARUS KAS

Pada proyeksi di bawah ini dijabarkan akan kemampuan dan posisi keuangan perusahaan dalam kurun waktu 5 tahun kedepan.

Tabel 8.5. Anggaran Perusahaan

	TAHUN					
	0	1	2	3	4	5
SUMBER DANA						
Modal Sendiri	1227000000	1300000000	1200000000			
Pinjaman						
Laba Bersih		-168990500	1163285900	2502785000	3662184050	6543246500
Depresiasi		785000000	785000000	850000000	850000000	750000000
Pajak Terhutang		0	498551100	750835500	1569507450	2804248500
TOTAL		39509500	1740337000	3338620500	5316691500	9422495000
PENGGUNAAN DANA						
Investasi	-1027000000		-1200000000	0	0	
Modal Kerja	0	-1300000000	0	0	0	
Penggantian alat		0	0	-1200000000	0	-1500000000
Pajak		0	-498551100	-750835500	-1569507450	-2804248500
TOTAL	-1027000000	-1300000000	-618551100	-870835500	-1569507450	-2954248500
Saldo Awal	0	-90490500	1121785900	2467785000	3747184050	6468246500
Saldo Akhir	0	0	-90490500	1121785900	2467785000	2467785000
KAS KUMULATIF	0	-90490500	1031295400	3589570900	6214969050	8936031500

Proyeksi arus kas ini disusun dengan menggunakan asumsi saldo kas minimum dihitung sebesar biaya operasi untuk jangka waktu 3 bulan untuk tahun pertama dan biaya sewa kantor selama setahun penuh ditahun kedua. Pada perhitungan cash flow ini dapat kita lihat bahwa ditahun kedua terjadi angka minus sebesar Rp. 90.490.500,- . Hal ini diskenariokan sebagai gambaran terburuk yang dapat terjadi pada tahun pertama yang disebabkan oleh masih sedikinya basis konsumen dari perusahaan. Namun dengan memasuki tahun kedua dapat kita lihat dari asumsi proyeksi arus kas di atas, bahwa terjadi peningkatan yang sangat significant. Hal ini juga

8.4. PROYEKSI ARUS KAS

Pada proyeksi di bawah ini dijabarkan akan kemampuan dan posisi keuangan perusahaan dalam kurun waktu 5 tahun kedepan.

Tabel 8.6. Anggaran Perusahaan

	TAHUN					
	0	1	2	3	4	5
SUMBER DANA						
Modal Sendiri	1227000000	130000000	120000000			
Pinjaman						
Laba Bersih		-168990500	1163285900	2502785000	3662184050	6543246500
Depresiasi		78500000	78500000	85000000	85000000	75000000
Pajak Terhutang		0	498551100	750835500	1569507450	2804248500
TOTAL		39509500	1740337000	3338620500	5316691500	9422495000
PENGUNAAN DANA						
Investasi	-1027000000		-120000000	0	0	
Modal Kerja	0	-130000000	0	0	0	
Penggantian alat		0	0	-120000000	0	-150000000
Pajak		0	-498551100	-750835500	-1569507450	-2804248500
TOTAL	-1027000000	-130000000	-618551100	-870835500	-1569507450	-2954248500
Saldo Awal	0	-90490500	1121785900	2467785000	3747184050	6468246500
Saldo Akhir	0	0	-90490500	1121785900	2467785000	2467785000
KAS KUMULATIF	0	-90490500	1031295400	3589570900	6214969050	8936031500

Proyeksi arus kas ini disusun dengan menggunakan asumsi saldo kas minimum dihitung sebesar biaya operasi untuk jangka waktu 3 bulan untuk tahun pertama dan biaya sewa kantor selama setahun penuh ditahun kedua. Pada perhitungan cash flow ini dapat kita lihat bahwa ditahun kedua terjadi angka minus sebesar Rp. 90.490.500,- . Hal ini diskenariokan sebagai gambaran terburuk yang dapat terjadi pada tahun pertama yang disebabkan oleh masih sedikinya basis konsumen dari perusahaan. Namun dengan memasuki tahun kedua dapat kita lihat dari asumsi proyeksi arus kas di atas, bahwa terjadi peningkatan yang sangat significant. Hal ini juga

diskenariokan sebagai dampak baik dari peningkatan kinerja internal perusahaan dan juga dampak dari strategi marketing yang dilakukan serta terutama dampak dari meningkatnya basis konsumen secara keseluruhan.

8.5. PROYEKSI LABA DITAHAN

Proyeksi laba ditahan (*Statement of retained earning*) selama 5 tahun kedepan dapat dilihat pada tabel di bawah. Dimana 80% dari dana yang tersedia akan dipergunakan untuk pengembangan usaha.

Tabel 8.7. Proyeksi Laba Ditahan

		TAHUN					
		0	1	2	3	4	5
AWAL	Laba Ditahan	0	0	0	448009500	1585630900	3288415900
	Net Income	0	-168990500	1163285900	1751949500	3662184050	6543246500
	Deviden		0	715276400	614328100	1959399050	4850416500
AKHIR	Laba Ditahan	0	0	448009500	1585630900	3288415900	4981245900

8.6. Proyeksi Laporan Neraca Keuangan

Dalam proyeksi ini dapat dilihat bahwa jumlah aktiva perusahaan terus meningkat hingga akhir tahun kelima, yaitu Rp 8.861.031.500,-. Proyeksi neraca keuangan perusahaan hingga tahun ke-5 beroperasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 8.8. Neraca Keuangan

	TAHUN					
	0	1	2	3	4	5
AKTIVA						
Aktiva lancar						
Kas dan setara kas	30000000	39509500	811295400	589570900	864969050	936031500
Deposito berjangka	100000000	100000000	200000000	800000000	1500000000	2300000000
Portofolio efek	200000000	100000000	600000000	1500000000	3000000000	5000000000
Total Current Assets	330000000	239509500	1611295400	2889570900	5364969050	8236031500
Aktiva tetap						
Modal Disorong	500000000	500000000	500000000	500000000	500000000	500000000
MKBD	200000000	200000000	200000000	200000000	200000000	200000000
Sewa kantor	120000000	120000000				
Insurance	0	0	0	0	0	0
Land & Building	0	0	0	0	0	0
Office equipment	207000000		120000000		150000000	
Cost	1027000000	820000000	820000000	700000000	850000000	700000000
Acc. Depreciation	0	-785000000	-785000000	-850000000	-850000000	-750000000
Net Book Value	1027000000	741500000	741500000	615000000	765000000	625000000
TOTAL AKTIVA	1357000000	981009500	2352795400	3504570900	6129969050	8861031500

Tabel 8.8. Neraca Keuangan (lanjutan)

	TAHUN					
	0	1	2	3	4	5
LIABILITIES & EQUITY						
Liabilities						
Pinjaman bank	0	0	0	0	0	0
Hutang lembaga kliring & penjamin	0	0	0	0	0	0
Hutang nasabah:						
Hutang margin	0	0	0	0	0	0
Hutang pajak	0	0	0	0	0	0
Imbalan kerja Biaya Masih harus dibayar dan percadangan	0	0	0	0	0	0
Surat hutang jangka pendek	0	0	0	0	0	0
Hutang obligasi	0	0	0	0	0	0
Hutang lain-lain	0	0	0	0	0	0
Total liabilities	0	0	0	0	0	0
Equity						
Capital Stocks						
Modal Dasar	1027000000	741500000	741500000	615000000	765000000	625000000
Tambahan modal	330000000	408500000				
Contribusi modal	1357000000	1150000000	741500000	615000000	765000000	625000000
Acc. Laba / kerugian						
Laba ditahan	0	0	448009500	1137621400	1702785000	1692785000
Laba/kerugian	0	-168990500	1163285900	1751949500	3662184050	6543246500
Total ekuitas	1357000000	981009500	2352795400	3504570900	6129969050	8861031500
Jumlah kewajiban dan Ekuitas	1357000000	981009500	2352795400	3504570900	6129969050	8861031500

8.7. ANALISIS KEUANGAN

8.7.1. Perhitungan Titik Impas

Dalam menghitung titik impas (*Break Even Point*), biaya diklasifikasikan berdasarkan biaya tetap dan variable, seperti yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 8.9. Analisis *Break Even Point* (BEP)

A. Hanya Untuk Kegiatan Perdagangan Saham

	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Revenue	3480000000	9600000000	12000000000	18000000000	27000000000
Total Biaya Tetap	1115000000	1115000000	1654000000	1654000000	1644000000
Biaya variabel					
Perantara Saham :					
Perusahaan Afiliasi	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%
Broker fee	0.49%	0.49%	0.49%	0.49%	0.49%
Harga Jual	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%
Transaksi	3.48E+11	9.6E+11	1.2E+12	1.8E+12	2.7E+12
Biaya transaksi	2749200000	7584000000	9480000000	14220000000	21330000000
BEP Pada Transaksi	5.30952E+11	5.30952E+11	7.87619E+11	7.87619E+11	7.82857E+11
BEP Pada Revenue (Rp)	5309523810	5309523810	7876190476	7876190476	7828571429
BEP Pada Bulan ke 19 dan 23 Hari					

B. Untuk Keseluruhan Kegiatan Perusahaan

	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Revenue	4210419000	11646674000	16086070000	25430133000	39621120000
Total Biaya Tetap	1115000000	1115000000	1654000000	1654000000	1644000000
Biaya variabel					
Perantara Saham :					
Perusahaan Afiliasi	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%
Broker fee	0.49%	0.49%	0.49%	0.49%	0.49%
Harga Jual	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%
Transaksi	3.48E+11	9.6E+11	1.2E+12	1.8E+12	2.7E+12
Biaya transaksi	2749200000	7584000000	9480000000	14220000000	21330000000
Fee RD Perusahaan					
Afiliasi	140209000	610837000	1436790000	2805690000	5021500000
Selling Fee Reksa					
Dana	375000000	675000000	1012500000	1518750000	2278130000
Total Biaya Variabel	3264409000	8869837000	11929290000	18544440000	28629630000
Total Biaya	4379409000	9984837000	13583290000	20198440000	30273630000
BEP Pada Bulan Operasi ke 22 dan 1 Hari					

Berdasarkan pada tabel proyeksi di atas, dapat kita lihat bahwa BEP dalam kegiatan Perantara-Pedagang Efek dapat tercapai dalam waktu yang relatif lebih singkat dibandingkan dengan melakukan kegiatan yang lainnya secara bersamaan. BEP dengan melakukan kegiatan yang lainnya dalam perusahaan sekuritas ini dapat tercapai pada bulan ke 22 dan 1 hari beroperasi dibandingkan dengan hanya satu aktivitas yaitu Perantara-Pedagang Efek dapat dicapai dalam 19 bulan dan 22 hari. Namun jumlah pendapatan yang bisa dihasilkan memang jauh lebih sedikit.

Dengan perbandingan tingkat produktivitas tahun pertama yaitu Rp 348 miliar dan meningkat menjadi Rp 960 miliar pada tahun kedua dalam bentuk transaksi efek. Dengan melakukan kegiatan yang lainnya maka jumlah transaksi efek tersebut ditambah Rp 7,5 miliar penyertaan reksa dana saham pada tahun pertama dan meningkat menjadi Rp 13.5 miliar dalam penyertaan reksa dana saham ditahun berikutnya. Serta ditambah pendapatan lain-lain yang bisa berupa peningkatan nilai portofolio investasi perusahaan maupun hasil dari bunga dan deviden dari investasi perusahaan. Yaitu diproyeksikan pada tahun pertama sebesar Rp 75 juta dan Rp 150 juta pada tahun kedua.

8.7.2. Perhitungan NPV

Net present value dihitung dengan menggunakan tingkat diskonto 28.8%. Tingkat diskonto yang dipergunakan ini merupakan hasil penelitian penulis yang berdasarkan metode

$$COE = R_f + (R_m - R_f)\beta.$$

$R_f = 8\%$ (SBI rate hingga Maret 2008)

$R_m = 29,28\%$ (Rata-rata tingkat pertumbuhan IHSG selama 5 Tahun terakhir 2003-2007)

$\beta = 0.9775$ (Di dapatkan dari rata-rata beta perusahaan efek yang sudah listing di BEJ)

Tabel 8.10. Perhitungan *Net Present Value*

Description	Year 0	1	2	3	4	5
Net Income	-	(168,990,500.00)	1,163,285,900.00	1,751,949,500.00	3,662,184,050.00	6,543,246,500.00
Free Cash Flow Calculation						
Net Income		(168,990,500.00)	1,163,285,900.00	1,751,949,500.00	3,662,184,050.00	6,543,246,500.00
Add Back Depreciation		78,500,000.00	78,500,000.00	85,000,000.00	85,000,000.00	75,000,000.00
Initial Investment	(1,375,000,000.00)	(1,150,000,000.00)	(120,000,000.00)		(150,000,000.00)	
Free Cash Flow	(1,375,000,000.00)	(1,240,490,500.00)	1,121,785,900.00	1,836,949,500.00	3,597,184,050.00	6,618,246,500.00
Terminal Value	(1,375,000,000.00)	(963,113,742.24)	676,204,802.57	859,705,347.47	1,307,071,064.01	1,867,082,995.11
WACC, Discount Factor		28.80%				
IRR by EXEL		58.095%				
		1	2	3	4	5
Discounted Cash Flow (DCF)		1	0.78	0.60	0.47	0.36
PV=DCF X Free Cash Flow	-1375000000	-963113742.2	676204802.6	859705347.5	1307071064	1867082995
TV (Terminal Value)						
NPV= PV selama 5 th + TV		2371950487				
CONCLUSION :		FEASIBLE				

8.7.3. Profitability Index

Dari Tabel 8.10. di atas, telah diketahui PV hingga tahun ke 5 operasi adalah Rp 2.371.950.487,- . Dengan *initial investment* sebesar Rp 1.375.000.000,- maka Profitability indexnya adalah $= 2.371.950.487 / 1.375.000.000,- = 1,725$ atau lebih besar dari 1. Apabila nilai $P1 > 1$, menunjukkan rencana investasi yang akan dilakukan ini memiliki nilai *net present value* yang positif.

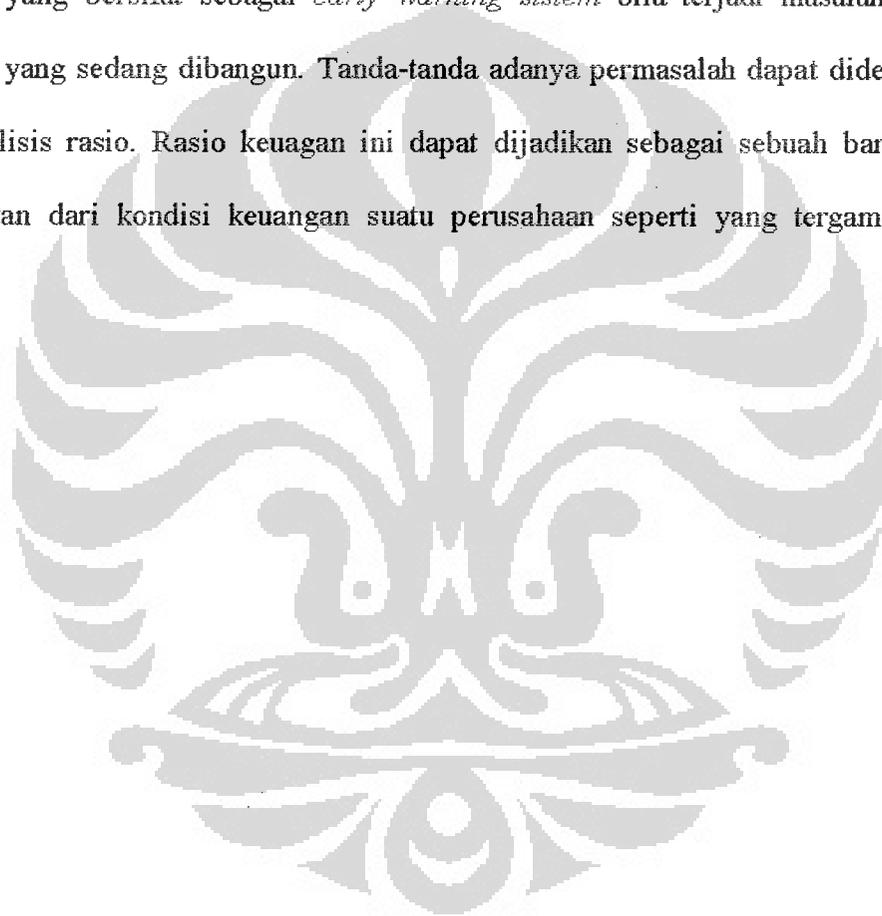
8.7.4. Perhitungan IRR

Internal Rate of Return yang dihasilkan adalah sebesar 58,095%, nilai ini lebih besar dari tingkat diskonto yang dipergunakan yaitu 28.80%. Hal ini menunjukkan bahwa rencana investasi dalam

usaha ini FEASIBLE untuk dilaksanakan. Perhitungan IRR ini dilakukan dengan menggunakan Excel dan dapat dilihat pada Tabel 8.10. di atas.

8.8. RASIO KEUANGAN

Sebuah sistem pengendalian keuangan yang dapat berjalan dengan lancar sangat penting untuk mencapai keberhasilan dari suatu bisnis yang dijalankan. Sistem ini dapat berfungsi sebagai signal yang bersifat sebagai *early warning sistem* bila terjadi masalah yang dapat merusak bisnis yang sedang dibangun. Tanda-tanda adanya permasalahan dapat dideteksi dengan melakukan analisis rasio. Rasio keuangan ini dapat dijadikan sebagai sebuah barometer akan tingkat kesehatan dari kondisi keuangan suatu perusahaan seperti yang tergambaran tabel berikut ini.



Tabel 8.11. Analisis Rasio Keuangan

		TAHUN				
		1	2	3	4	5
GPM	Gross Profit Margin					
	Laba usaha/penjualan	0.05%	0.17%	0.21%	0.29%	0.34%
NPM	Net Profit Margin					
	Laba bersih/penjualan	0.05%	0.12%	0.14%	0.20%	0.24%
	Operasi	4300909500	9906337000	13498285000	20113441500	30198625000
	Revenue	4210419000	11646674000	16086070000	25430133000	39621120000
OER	Operating Expense Ratio					
	Pengeluaran operasi / revenue	102.15%	85.06%	83.91%	79.09%	76.22%
ROI	Return On Investment					
	Investasi	1027000000	1200000000	1200000000		1500000000
	Modal kerja awal	168990500				
	Total Investasi	1195990500	1200000000	1200000000		1500000000
	Laba / investasi	-7.57%	1450.28%	2156.49%		6281.66%
	Asset total	981009500	2352795400	3504570900	6129969050	8861031500
	Rasio perputaran harta total					
	Laba bersih / asset total	-17.23%	49.44%	49.99%	59.74%	73.84%

Berdasarkan rasio profitabilitas di atas yang telah di jabarkan di dalam Tabel 8.11. di atas, dapat kita lihat bahwa usaha ini mempunyai kemampuan untuk mencapai laba dan tingkat pertumbuhan yang besar. Dalam tabel di atas juga dapat kita lihat bahwa *Gross Profit Margin* pada tahun pertama hanya mencapai 0.05%. Ditahun kedua margin perusahaan ini meningkat drastis dengan tajam lebih dari 300% (atau tiga kali lipat dibanding tahun sebelumnya) yaitu 0.17%.

BAB 9 KESIMPULAN DAN SARAN

9.1. KESIMPULAN

Di dalam *business plan* ini penulis mencoba untuk menjabarkan berbagai aspek yang perlu untuk dijadikan pertimbangan sebelum memulai usaha mendirikan perusahaan. Termasuk di dalamnya mengenai gambaran prospek usaha melalui analisa kondisi pasar dan potensi perkembangan dimasa yang akan datang. Apakah masih menarik dan layak untuk dijalankan. Siapa saja pesaing yang akan dihadapi serta strategi-strategi apa saja yang akan dirancang untuk mencapai kesuksesan dan kelancaran dari jalannya usaha, baik yang dimaksudkan untuk menghadapi pesaing maupun untuk mengembangkan usaha. Disisi lain, hambatan selain yang disebabkan karena persaingan, yang mungkin dialami seandainya usaha tersebut dijalankan bisa diidentifikasi lebih awal sehingga bisa dipersiapkan langkah-langkah untuk mengurangi resiko maupun hambatan yang timbul.

Sebuah *business plan* akan memuat secara lengkap kelebihan dan kekurangan dari suatu bidang usaha yang diamati. Dan sebuah *business plan* setidaknya dapat dijadikan tolak ukur akan bagaimana sekiranya kemampuan yang ada pada saat ini sehingga dapat mengurangi potensi akan sebuah kerugian yang dapat timbul dikemudian hari.

Business plan : Pendirian Perusahaan Sekuritas yang dibuat ini sendiri telah dapat menyimpulkan bahwa bisnis ini masih layak untuk buat dan beberapa point pentingnya yaitu :

1. Potensi pasar yang ada masih sangat besar, yaitu ada sekitar +/- 12 % (28 juta jiwa) dari jumlah penduduk Indonesia yang tergolong (*Socio-Economic Status A1 dan A2*) mampu dan bisa dijadikan calon konsumen. Setelah dilakukan *marketing research* oleh penulis ditemukan bahwa +/- 19% (5,4 juta jiwa) dari segmen tersebut yang dapat diutamakan

untuk menjadi potensial konsumen. Hingga kini baru tercatat sebanyak +/- 500.000 investor pasar modal baik individu (domestik maupun asing) dan korporasi. Dengan kata lain baru sekitar 8-9 % dari potensi pasar yang ada yang telah terlayani dan dijangkau oleh perusahaan sekuritas.

2. Dengan sekitar 500.000 investor di Bursa Efek Indonesia dapat menghasilkan transaksi harian sekitar Rp 4-5 triliun. Apa bila jumlah investor ini dapat dilipat gandakan maka transaksi harian dari bursa pun akan berlipat ganda. Untuk perusahaan efek sebagai sarana melakukan transaksi efek di bursa tentu akan berlipat ganda pula. Pendapatan perusahaan sekuritas yang sebagai Perantara-Pedagang Efek, bergantung dari jumlah transaksi para investor pun akan berlipat ganda. Perusahaan efek akan terus menghasilkan pendapatan baik untuk transaksi jual-maupun beli yang dilakukan oleh investor.
3. Masih rendahnya persentase investasi perusahaan asuransi dan dana pensiun yang mempunyai asset untuk diinvestasikan secara industri lebih dari Rp 100 triliun, namun hanya mengalokasikan dananya kurang dari 10% untuk melakukan investasi dalam bentuk saham. Apabila dikedepannya perusahaan sekuritas dan pemerintah dapat bekerja sama menggalakan kedua industri di atas dalam meningkatkan persentasenya ke dalam efek saham maupun obligasi maka bursa secara keseluruhan akan lebih bergairah.
4. Masih rendahnya jumlah emiten di bursa dan masih rendahnya tingkat kapitalisasi pasar (hingga desember 2006 37,42% GDP dibandingkan dengan Singapore yang telah mencapai 150% GDP), merupakan suatu indikasi bahwa belum terlambatnya untuk membuka dan memulai usaha ini. Didukung dengan arah pembangunan yang mendorong agar perusahaan-perusahaan BUMN untuk melakukan *Initial Public Offering* (IPO), serta

rancangan pemerintah untuk memacu pertumbuhan reksa dana saham hingga 50% di tahun 2008 merupakan suatu indikasi akan arah perkembangan industri sekuritas.

5. Makro ekonomi Indonesia turut mendukung untuk perkembangan dari industri ini, dengan tingkat inflasi yang terus menerus berada di bawah 10%, tingkat suku bunga yang dijaga untuk berada di bawah 10%, Serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang fantastis 6-7% per tahun (salah satu tingkat pertumbuhan tertinggi di dunia di bawah China & India).
6. Semua sentimen positif ini, didukung dengan stabilitas politik, perbaikan kepastian hukum, birokrasi, dan pembangunan yang semakin merata. Menjadikan suatu indikator positif yang turut mendukung kelangsungan industri sekuritas.
7. Namun dibalik semua peluang dan signal positif yang dapat disimpulkan terdapat pula tantangan yang cukup besar, seperti masih rendahnya minat dan pengetahuan masyarakat akan pentingnya, kegunaan serta fungsi perusahaan sekuritas. Hal ini juga ditemui oleh penulis dalam riset pemasaran yang telah dilakukan. Di dalam riset tersebut ditemukan bahwa, masyarakat di Jakarta (yang notabene adalah pusat kegiatan pasar modal) hanya 19 % dari segmen pasar yang dituju pernah menggunakan jasa perusahaan sekuritas, dan hanya 41% dari responden yang menyebutkan nama perusahaan sekuritas dengan benar.
8. Dari riset pemasaran yang telah dilakukan oleh penulis, juga ditemukan bahwa masyarakat Indonesia dalam melakukan investasi masih *bank minded*. Dari 3 besar lembaga keuangan yang menjadi prioritas dalam melakukan investasi masih di penuhi oleh perbankan (No1. Bank BUMN, No2. Asuransi Asing, No3. Bank Swasta). Dan 5 besar bentuk investasi yang diinginkan oleh konsumen tidak termasuk satupun produk dari perusahaan sekuritas (No1. Menabung, No2. Properti, No3. Deposito, No4. Logam Mulia, No.5. Asuransi).

9. Tantangan yang tidak kalah pentingnya adalah, masih rendahnya tingkat pembangunan citra sebuah perusahaan sekuritas. Terutama dalam melakukan pencitraan lewat media masa, hal ini dapat terlihat dari hasil riset pemasaran yang dilakukan penulis. Dari hasil riset tersebut terlihat hanya 41% responden yang menjawab dengan benar nama dari perusahaan sekuritas yang mereka sebutkan. Hal ini sangatlah tidak sesuai dengan hasil riset selanjutnya yang mengungkapkan bahwa citra baik dari sebuah lembaga keuangan menjadi alasan utama responden untuk menggunakan jasa dari lembaga tersebut.
10. Menyimpulkan kembali dari kesimpulan akan peluang dan tantangan dari industri sekuritas ini. Maka penulis melihat untuk dapat meraih peluang pasar yang ada maka perusahaan sekuritas, terutama yang akan dibangun ini, harus memfokuskan diri dan mengalokasikan sumber dayanya baik secara finansial maupun waktu dan pemikirannya untuk mengedukasi pasar. Karena dengan demikian maka baik bangsa Indonesia, industri, perusahaan, maupun masyarakat, dan stakeholders yang lainnya akan dapat merasakan dampak yang dari berkembangnya pasar modal di Indonesia.

9.1.1. Faktor-Faktor Kunci Keberhasilan

Sebagai salah satu kesimpulan dalam membuat peta jalan untuk suatu usaha yang akan dibangun, ada baiknya untuk kita membuat catatan atau rincian akan faktor-faktor apa sajakah yang dapat menjadi kunci dari keberhasilan dikedepannya. Oleh karena itu penulis mencoba untuk membuat faktor-faktor kunci keberhasilan untuk usaha pendirian perusahaan sekuritas ini, sesuai dengan analisis dari bab-bab terdahulu, yaitu :

1. Perusahaan harus menggandeng salah satu anggota bursa sebagai partnernya dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Karena perusahaan sekuritas Non AB (anggota bursa)

yang akan dibuat ini, tidak dapat bertransaksi langsung ke bursa tanpa menggandeng sebuah perusahaan sekuritas AB (anggota bursa).

2. Anggota Bursa yang dijadikan partner dalam bekerja setidaknya termasuk dalam 10 besar *top of mind* konsumen dari hasil riset pemasaran yang dilakukan oleh penulis (**Gambar 5.2. 10 besar Perusahaan Sekuritas Yang Menjadi Top Of Mind**). Untuk mempermudah dalam melakukan pemasaran. Karena perusahaan-perusahaan ini sudah mempunyai citra baik yang diinginkan oleh konsumen. Dan untuk mempermudah proses edukasi pasar, karena perusahaan yang akan dipilih setidaknya sudah tidak asing lagi dibenak konsumen.
3. Menciptakan *blue ocean* di dalam industri sekuritas yang sudah berdarah-darah (*red ocean*), dalam hal ini perusahaan memilih untuk menggunakan teknologi *online trading* sebagai strategi *blue ocean*, karena teknologi ini baru digunakan oleh kurang dari 5 perusahaan sekuritas di Indonesia. Hal ini dilakukan untuk menjadi pembeda dari perusahaan pesaing, dan sebagai *competitive advantage* dalam menjalankan usaha.
4. Dalam pengelolaan sumber daya manusia, perusahaan akan memfokuskan strateginya pada *Human Capital Management*. Karena kini sudah bukan lagi eranya melihat pengembangan karyawan dari analisis gap namun sudah kepada kompetensi. Apabila suatu kompetensi seorang karyawan dapat dimaksimalkan maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Karena program pelatihan yang diberikan tepat pada sasaran (Pisau yang sudah tajam tidak perlu diasah terlalu lama untuk menjadikannya sangat tajam). Strategi ini dilakukan selain untuk memaksimalkan sumber daya manusia yang ada, tetapi juga untuk mengikuti perkembangan zaman.

5. Perusahaan harus melakukan edukasi pasar untuk masyarakat. Program edukasi pasar yang akan dilakukan oleh perusahaan melalui beberapa tahapan. Pertama, edukasi pasar akan dilakukan kepada para *existing investor*, agar mereka dapat lebih memahami dan dapat lebih baik dalam melakukan transaksi di bursa efek. Sehingga mereka tidak mudah terpancing oleh isu-isu yang berkembang dan terjebak dalam transaksi saham-saham gorengan sehingga mereka merasa kapok untuk bertransaksi efek. Kedua, melakukan edukasi kepada kaum intelektual kampus. Hal ini dilakukan karena lewat kaum intelektual-lah cara yang paling baik untuk menciptakan *word of mouth* yang positif dengan kecepatan pemahaman akan mekanisme serta manfaat dari bertransaksi efek. Karena tidak menutup kemungkinan mereka dapat menjadi pelaku pasar atau mengajak orang tua dan sanak keluarga untuk ikut serta karena mereka memahami mekanisme dan keuntungan dari bertransaksi efek. Dalam tahap edukasi pasar yang kedua ini, perusahaan akan memberikan kesempatan selebar-lebarnya untuk mereka belajar dan membuka mini account sebagai langkah awal mereka menjadi *investor* di bursa efek. Langkah yang lebih konkret lagi adalah dengan membangun kantor representative di kampus-kampus besar. Namun bisa juga dilakukan program kerja sama dengan menggunakan fasilitas lab komputer setiap kampus menjadi tempat berkomunikasi. Dimana komputer tersebut di *instal software online trading* perusahaan agar para mahasiswa dapat memantau pergerakan saham secara *real time*, yang dapat juga digunakan *software* tersebut untuk pembelajaran serta alat berkomunikasi mereka dengan perusahaan. Tahap ketiga, adalah dengan melakukan edukasi bersifat massal. Dalam tahap ini perusahaan diharapkan sudah mencapai suatu bentuk kemandirian, baik secara finansial maupun sumber daya manusia.

Pelaksanaan tahap ketiga ini akan dilakukan menggunakan media masa elektronik, agar dapat menjangkau khalayak yang lebih luas.

6. Bersamaan dengan edukasi pasar yang dilakukan perusahaan di dalam setiap kegiatannya turut melakukan kegiatan atau aktivitas-aktivitas yang membangun penciptaan citra baik dari perusahaan. Guna terbangunnya *competitive advantage* perusahaan yang bersifat *intangable*. Program-program yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menciptakan citra baik ini seperti : *investor forum*, *campus visit*, maupun program-program CSR.
7. Langkah selanjutnya adalah membangun jaringan atau outlet-outlet di kota-kota lainnya di Indonesia. Langkah ini sebaiknya dilakukan sejalan dengan program-program lainnya. Karena diharapkan ketika perusahaan memasuki langkah ketiga dalam program edukasi pasar. Perusahaan sudah memiliki representative, minimal di kota-kota besar setiap wilayah sentra bisnis di Indonesia.
8. Yang tidak kalah pentingnya adalah melakukan review dan perbaikan dalam pola pelaksanaan aktivitas perusahaan baik secara internal atau dengan *benchmarking* kepada perusahaan sekuritas nasional terkemuka maupun perusahaan sekuritas internasional. Agar perusahaan dapat meningkatkan performanya secara berkesinambungan dengan sebuah cita-cita besar, di suatu saat nanti perusahaan sekuritas inilah yang akan dijadikan *benchmark* oleh perusahaan-perusahaan sekuritas lainnya.

9.2. SARAN

- Bagi Perusahaan Sekuritas Lain :

Perusahaan sekuritas yang telah berdiri, sebaiknya melebihi lagi usahanya dalam mengedukasi pasar. Agar keuntungan yang bisa didapatkan dari pasar modal tidak hanya

dinikmati oleh segelintir orang saja. Serta bila melihat pada stabilitas perekonomian bangsa, perusahaan sekuritas dapat menjadi motor penggerak penstabilan pasar modal. Karena dengan ditingkatkannya jumlah investor domestik, baik secara jumlah investor, nominal, maupun persentase dari kapitalisasi pasar. Hal tersebut kan menjadikan pasar modal Indonesia menjadi lebih stabil dan menggairahkan. Bahkan para emiten pun akan turut merasakan keuntungannya, karena dengan dana yang berasal dari investor domestik cenderung bersifat jangka panjang.

- Bagi Pemerintah :

1. Perlu meningkatkan perannya dalam mendorong perkembangan pasar modal Indonesia sehingga lebih menarik baik untuk investor domestik maupun asing.
2. Harus memberikan sebuah jaminan untuk industri sekuritas, terutama untuk perusahaan sekuritas seperti pemerintah memberikan jaminan kepada industri perbankan. Jaminan yang dapat diberikan tidak perlu berupa jaminan akan mengganti jumlah investasi yang diinvestasikan. Namun lebih kepada ikut serta memberikan sosialisasi kepada masyarakat tentang sistem perdagangan saham ataupun pengelolaan Reksa Dana telah diatur sedemikian rupa, sehingga masyarakat akan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya apa bila ikut melakukan investasi. Pemerintah dapat belajar dari langkah yang diambil oleh Amerika. Di negara tersebut pemerintah mengambil langkah drastis ketika mereka mengalami krisis menangani dana pensiun perusahaan-perusahaan raksasa Amerika yang semakin membengkak dan semakin membebankan perusahaan sehingga mengganggu kelangsungan dari usaha. Maka pemerintah Amerika Serikat turun tangan dengan melakukan sosialisai danareksa sebagai alternatif dana pensiun. Sehingga para pekerja tidak lagi melepaskan

tanggung jawab untuk dana pensiun mereka kepada perusahaan, namun mereka-lah yang bertanggung jawab akan dana pensiun mereka sendiri. Hal ini sangat memberikan dampak positif, baik terhadap pasar modal Amerika Serikat yang kini menjadi pasar modal terbesar di dunia, maupun bagi masyarakatnya (50% dari masyarakatnya adalah pemegang reksa dana). Kini para *baby boomers* yang tengah memasuki masa pensiun mereka sedang asyik memetik hasil dari investasi yang mereka lakukan semenjak dulu. Di dalam riset pemasaran yang telah dilakukan penulis, terlihat bahwa salah satu dari alasan yang paling utama dari responden dalam melakukan investasi di suatu lembaga keuangan adalah karena adanya suatu bentuk jaminan akan investasi mereka. Rasa aman pun selalu menjadi alasan-alasan utama dalam melakukan investasi ataupun dalam memilih lembaga keuangan tempat melakukan investasi

3. Bagi Infrastruktur Pasar Modal :

Law enforcement dari Bapepam Sebagai regulator dan juga *enforcemet* di dalam industri ini harus dapat menciptakan pasar modal Indonesia sebagai pasar yang efisien, aman, serta menarik. Agar tidak hanya jumlah investor dan emiten domestik dari pasar modal Indonesia yang meningkat, namun juga dapat menarik emiten yang berasal dari negara lainnya. Tidak menutup kemungkinan apabila pasar modal Indonesia sudah sedemikian efisiennya dan menarik hingga perusahaan asing pun berminat untuk menjadi emiten di Bursa Efek Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA dan RUJUKAN

BUKU

Besanko, Dranove, Shanley, 2000, "Economic of Strategy", 2nd edition, New York, John Willey & Son.

Carol A. Beatty, MBA, PHD & Harvey Schachter, "EMPLOYEE OWNERSHIP" The New Source Of Competitive Advantage : Copyright 2002 by Carol A. Beatty, MBA, PHD, And Harvey Schachter : by John Wiley & Sons Canada Limited, 22 Worcester Road, Etobicoke, Ontario, Canada, M9W 1L1.

Jeff Madura, Florida Atlantic University, "FINANCIAL MARKET AND INSTITUTION" : 5th Edition : Copyright 2001: by South – Western College Publishing, 5101 Madison Road, Cincinnati, Ohio 45227, <http://www.swcollege.com>

Jones, Garet R, 2001, "Organisational Theory", 3rd edition, New Jersey, Prentice Hall.

Kasali, Rhenald, 2001, "Membidik Pasar Indonesia – Segmentasi, Targeting, Positioning", Jakarta, Gramedia.

Kotler, Ang, Leong, Tan, 1999, "Marketing Management – an Asian Perspective", 2nd edition, Singapore, Prentice Hall.

Mahud M. Balfas, SH., LL.M , "HUKUM PASAR MODAL INDONESIA" : Jakarta: Tatanusa, 2006

Dr. Mohamad Samsul, M.Si., Ak. Dosen Fakultas Ekonomi dan Program Pascasarjana Universitas Airlangga, "PASAR MODAL DAN MANAJEMEN PORTOFOLIO" : Hak Cipta 2006 pada Pengarang : Hak terbit pada Penerbit Airlangga Jl. H. Baping Raya No. 100 Ciracas, Jakarta 13740, <http://www.erlangga.co.id>

Pearce II, John A. & Richard B. Robinson, Jr., "Strategic Management : Formulation, Implementation, and Control", (Illinois : Richard D).

Pratomo, Eko Priyo dan Ubaidillah Nugraha, "Reksa Dana: Solusi Perencanaan Investasi di Era Modern" Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004.

Ross, Waterfield, Jaffe, 1999, "Corporate Finance", 5th edition, Singapore, Mc Graw Hill.

Tjiptono, Fandy., 2001, "Manajemen Jasa", edisi kedua, Yogyakarta, ANDI

Verma JC. , "Merchant Banking : Organization and Management", (New Delhi: Tata McGraw-Hill, 1990).

TESIS DAN BUSINESS PLAN

Mochammad Reza, "BUSINESS PLAN : PENDIRIAN BENGKEL "MPV WORKSHOP" ", MM-FEUI, 2001

Susan Farianto, "BUSINESS PLAN : USAHA JASA PENGEBORAN AIR TANAH CV. KANSA AMANDA SERVICO", MM-FEUI, 2003

Mian Tjun P. Santoso, "BUSINESS PLAN : MENDIRIKAN LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR BAGI SISWA-SISWI SEKOLAH MENENGAH DI JAKARTA", MM-FEUI 2000

Riaji Hendriyawan, "ANALISA MEMULAI USAHA : RIWA ENGINEERING BUSINESS PLAN", MM-FEUI, 2002

Kireina Miranti Vidya, "BUSINESS PLAN : PENDIRIAN USAHA SALON KECANTIKAN WANITA "KIREI-NA" ", MM-FEUI, 2001

Felicia Triwahyuni, "ANALISA MEMULAI USAHA FELICIA MATERNITY BUSINESS PLAN", MM-FEUI, 2003

Opim Muhammad Teguh, KARYA AKHIR "ANTISIPASI PT 'X' DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN LINGKUNGAN USAHA (Studi Kasus Manajemen Strategik Pada Industri Sekuritas)", MM-FEUI, 1994

Suryadi, KARYA AKHIR "EVALUASI KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN EFEK PADA MASA KRISIS EKONOMI (Studi Kasus pada Perusahaan Efek PT XYZ)", MM-FEUI, 2001

ARTIKEL DI JOURNAL, SURAT KABAR dan KERTAS KERJA

Journal:

George Chacko, Colin Mcgrady, Ian Charles, Veeral Rathod, Harvard Business School, "Neeley University Investment Management Company", 21 Juni 2004

Surat Kabar dan Majalah:

Erwan Teguh, *Analisis Danareksa Sekuritas*, Memacu Daya Tarik Pasar Modal, http://perpustakaan.bappenas.go.id/pls/kliping/data_access.show_file_clp?v_filename=F14957/Memacu%20Daya%20Tarik%20Pasar%20Modal.htm, di akses 09-02-2008

Dwi Setiawati, *Peringkat "Sekuritas Mendulang Laba di Tengah Teror Modal"*, Majalah Infobank No. 310 January 2005 hal 54-58, di-digilitasi oleh Perpustakaan MM-Universitas Indonesia, library@mmui.edu

- Eni Rahmawati A., **Fokus Utama** "Raja Sekuritas Berebut Peluang", Majalah Infobank No. 292 Agustus 2003 hal 27-29, di-digitalisasi oleh Perpustakaan MM-Universitas Indonesia, library@mmui.edu
- Komang Darmawan, **Investama** "Ancaman di Balik Kegairahan Bursa", Majalah *Investor*, edisi 120, 2005 Oktober 2005, hal 18-22, di-digitalisasi oleh perpustakaan MM-Universitas Indonesia, library@mmui.edu
- Frans S. Imung, **Investama** "Sekuritas Nakal tak Pernah Mati", Majalah *Investor*, edisi 120, 2005 Oktober 2005, hal 22, di-digitalisasi oleh perpustakaan MM-Universitas Indonesia, library@mmui.edu
- Komang Darmawan, **Investama** "Musim Gugur Perusahaan Sekuritas", Majalah *Investor*, edisi 88, 22 Oktober – 4 November 2003, hal 9-15, di-digitalisasi oleh perpustakaan MM-Universitas Indonesia, library@mmui.edu
- Putu Anggreni, **Investama** "Trimegah, Bahana, Danareksa JAGOAN PASAR OBLIGAST", Majalah *Investor*, edisi 88, 22 Oktober – 4 November 2003, hal 14-15, di-digitalisasi oleh perpustakaan MM-Universitas Indonesia, library@mmui.edu
- Komang Darmawan, **Investama** "Pemerinkatan Perusahaan Sekuritas 2003" edisi 88 22 Oktober – 4 November 2003, hal 18 – 21, di-digitalisasi oleh perpustakaan MM-Universitas Indonesia, library@mmui.edu
- Putu Anggreni, **Investama** "Peringkat Perusahaan Sekuritas Teraktif TRIMEGAH JUARA BERTAHAN" edisi 112, 29 November 2004, hal 28 – 32, di-digitalisasi oleh perpustakaan MM-Universitas Indonesia, library@mmui.edu
- Putu Anggreni, **Investama** "Peringkat Perusahaan Sekuritas Teraktif PASAR MEMBAIK, TRIMEGAH TETAP TERATAS", Majalah *Investor*, edisi 88, 22 Oktober – 4 November 2003, hal 22-26, di-digitalisasi oleh perpustakaan MM-Universitas Indonesia, library@mmui.edu
- Suryo Danisworo, "Amankah Bertransaksi di Perusahaan Efek yang Modalnya Besar?", Majalah TRUST, No. 23 Tahun 2, 8-14 Maret 2004, hal 24-27, di-digitalisasi oleh perpustakaan MM-Universitas Indonesia, library@mmui.edu
- Dwi Setiawati, **Peringkat** "Laba Perusahaan Sekuritas Dibayangi Perang Tarif", Majalah InfoBank No. 321 Desember 2005, hal 66-69, di-digitalisasi oleh perpustakaan MM-Universitas Indonesia, library@mmui.edu
- Kun Wahyu Winasis, Pringgo Sanyoto, dan Marah Sutan Nasution, **fokus** "Biang Kasus BNI Securities", Majalah TRUST, No. 39 Tahun IV, 10-16 Juli 2006, hal 10-12, di-digitalisasi oleh perpustakaan MM-Universitas Indonesia, library@mmui.edu

Mashud Toarik, BURSA "Demam Syariah Melanda Sekuritas", Majalah *Investor*, Edisi 149, 28 juni – 10 Juli 2006, hal 90-91, di-digilitasi oleh perpustakaan MM-Universitas Indonesia, library@mmui.edu

Lain-lain

Video, Dosen Tamu, Fordyanto Widjaja. MBA, Topik "Sekuritas Pendapatan Tetap", MM-FEUI 23 Maret 2004

Hasil Diskusi Kolompok "C-2" Dewan Ketahanan Nasional (WANTANAS), Konsep Strategik Amandemen UUD 1945 Sesuai Dengan Nilai-Nilai Dasar Pancasila dan Amanat Para Pendiri Negara, Jakarta 6-februari-2008

Laporan Tahunan PT. Trimegah Securitas. Tbk 2006

HOME PAGE

<http://nofieiman.com/2005/04/ses-socio-economic-status/>, diakses 24-10-2007

http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_negara_menurut_jumlah_penduduk, diakses 04-10-2007

<http://produkkapitalis.blogspot.com/2007/11/bursa-efek-indonesia.html>, diakses 10-02-2008

<http://www.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2007/10/30/brk.20071030-110412.id.html>, diakses 10-02-2008

<http://www.idx.co.id/MainMenu/TentangBEI/OurProduct/Derivatives/tabid/140/language/id-ID/Default.aspx>, diakses 18-02-2008

http://www.indonesia.go.id/id/index.php?option=com_content&task=view&id=6497&Itemid=695, diakses 18-02-2008

<http://www.idx.co.id/NewsAnnouncements/Headline/tabid/155/articleType/ArticleView/articleId/74/lang/id-ID/language/en-US/Default.aspx>, diakses 18-02-2008

http://id.wikipedia.org/wiki/Bursa_Efek_Indonesia, diakses 19-02-2008

<http://buletinbisnis.wordpress.com/2007/09/11/market-capital-bursa-efek-indonesia-rp2100-t/>, diakses 19-02-2008



LAMPIRAN 1

KALKULASI ESTIMASI PENDAPATAN & PENGELUARAN

A. Estimasi Total Pendapatan Tahunan

Fee 1 = 30% untuk perusahaan afiliasi

RD = Reksa Dana

Fee 2 = 70% dari total fee

Profit 1 = 50% dari total fee untuk perusahaan afiliasi

Broker fee = 70% dari Fee 2

Profit 2 = 50% Untuk Agen Penjual

	Tahun Ke-1	Tahun Ke-2	Tahun Ke-3	Tahun ke-4	Tahun ke-5
Broker Saham					
Gross Revenue	3480000000	9600000000	12000000000	18000000000	27000000000
Less:					
Fee 1	1044000000	2880000000	3600000000	5400000000	8100000000
Gross Internal Revenue	2436000000	6720000000	8400000000	12600000000	18900000000
Less:					
Broker Fee	1705200000	4704000000	5880000000	8820000000	13230000000
Net Fee Based Income	730800000	2016000000	2520000000	3780000000	5670000000
Agen RD Saham					
Gross Revenue	655419000	1896674000	3886070000	7130133000	12321120000
Less:					
Selling fee	375000000	675000000	1012500000	1518750000	2278130000
Profit 1	140209500	610837000	1436785000	2805691500	5021495000
Profit 2	140209500	610837000	1436785000	2805691500	5021495000
Pendapatan lain-lain	75000000	150000000	200000000	300000000	300000000
Total Gross Revenue	4210419000	11646674000	16086070000	25430133000	39621120000
Net Income	946009500	2776837000	4156785000	6885691500	10991495000

B. LAMPIRAN RINCIAN ESTIMASI PENDAPATAN KEGIATAN PERDAGANGAN SAHAM

Total fee = max 1% dari nilai transaksi
 Fee 1 = 30% untuk perusahaan afiliasi
 Fee 2 = 70% dari total fee
 Broker fee = 70% dari Fee 2

Dalam Jutaan Rupiah

	jan	feb	mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Yearly
Tahun 1													
Transaksi	18000	18000	18000	18000	18000	18000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	348000
Total fee	180	180	180	180	180	180	400	400	400	400	400	400	3480
fee 1	54	54	54	54	54	54	120	120	120	120	120	120	1044
fee 2	126	126	126	126	126	126	280	280	280	280	280	280	2436
Broker fee	88.2	88.2	88.2	88.2	88.2	88.2	196	196	196	196	196	196	1705.2
Fee Based Income	37.8	37.8	37.8	37.8	37.8	37.8	84	84	84	84	84	84	730.8
Tahun 2													
Transaksi	80000	80000	80000	80000	80000	80000	80000	80000	80000	80000	80000	80000	960000
Total fee	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9600
fee 1	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2880
fee 2	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	6720
Broker fee	392	392	392	392	392	392	392	392	392	392	392	392	4704
Fee Based Income	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	168	2016

Tahun 3													
Transaksi	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	100000	1200000
Total fee	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
fee 1	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
fee 2	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	8400
Broker fee	490	490	490	490	490	490	490	490	490	490	490	490	5880
Fee Based Income	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	2520
Tahun 4													
Transaksi	150000	150000	150000	150000	150000	150000	150000	150000	150000	150000	150000	150000	1800000
Total fee	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	18000
fee 1	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5400
fee 2	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	12600
Broker fee	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	735	8820
Fee Based Income	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	3780
Tahun 5													
Transaksi	225000	225000	225000	225000	225000	225000	225000	225000	225000	225000	225000	225000	2700000
Total fee	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	27000
fee 1	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	8100
fee 2	1575	1575	1575	1575	1575	1575	1575	1575	1575	1575	1575	1575	18900
Broker fee	1102.5	1102.5	1102.5	1102.5	1102.5	1102.5	1102.5	1102.5	1102.5	1102.5	1102.5	1102.5	13230
Fee Based Income	472.5	472.5	472.5	472.5	472.5	472.5	472.5	472.5	472.5	472.5	472.5	472.5	5670

C. LAMPIRAN RINCIAN ESTIMASI PENDAPATAN KEGIATAN AGEN PENJUAL REKSA DANA SAHAM

Total fee = 25% dr Total Growth

SA = Saldo Awal

Untuk investor = 75% dari total growth

Profit 1 = 50% dari total fee untuk perusahaan afiliasi

Profit 2 = 50% Untuk Agen

Dalam Juta Rupiah

	SA	jan	feb	mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Yearly	Sum
Tahun 1															
Investasi	0	500	500	500	500	500	500	750	750	750	750	750	750	7500	7500
Sales Commision 5%		25	25	25	25	25	25	37.5	37.5	37.5	37.5	37.5	37.5	375	
Transaksi	0	475	958.906	1451.89	1954.11	2465.75	2986.98	3755.49	4538.4	5336	6148.55	6976.33	7819.64		7819.64
Total Growth 30%		11.875	23.9727	36.2971	48.8527	61.6437	74.6745	93.8872	113.46	133.4	153.714	174.408	195.491	1121.68	
Untuk investor		8.90625	17.9795	27.2229	36.6395	46.2328	56.0059	70.4154	85.095	100.05	115.285	130.806	146.618	841.257	
Total fee		2.96875	5.99316	9.07429	12.2132	15.4109	18.6686	23.4718	28.365	33.35	38.4284	43.6021	48.8727	280.419	
Profit 1		1.48438	2.99658	4.53714	6.10659	7.70546	9.33432	11.7359	14.1825	16.675	19.2142	21.801	24.4364	140.209	
Profit 2		1.48438	2.99658	4.53714	6.10659	7.70546	9.33432	11.7359	14.1825	16.675	19.2142	21.801	24.4364	140.209	
Tahun 2															
Investasi	7500	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	1125	13500	21000
Sales Commision 5%		56.25	56.25	56.25	56.25	56.25	56.25	56.25	56.25	56.25	56.25	56.25	56.25	675	
Transaksi	7966.26	9035.01	10273.2	11534.5	12819.6	14128.7	15462.3	16821	18205.1	19615.2	21051.8	22515.3	24006.2		31972.4
Total Growth 30%		225.875	256.829	288.363	320.489	353.217	386.558	420.525	455.129	490.381	526.295	562.881	600.154	4886.7	
Untuk investor		169.406	192.622	216.273	240.367	264.913	289.919	315.394	341.347	367.786	394.721	422.161	450.116	3665.02	
Total fee		56.4688	64.2073	72.0908	80.1222	88.3042	96.6396	105.131	113.782	122.595	131.574	140.72	150.039	1221.67	
Profit 1		28.2344	32.1036	36.0454	40.0611	44.1521	48.3198	52.5656	56.8911	61.2976	65.7868	70.3602	75.0193	610.837	
Profit 2		28.2344	32.1036	36.0454	40.0611	44.1521	48.3198	52.5656	56.8911	61.2976	65.7868	70.3602	75.0193	610.837	

Tahun 3																
Investasi	21000	1687.5	1687.5	1687.5	1687.5	1687.5	1687.5	1687.5	1687.5	1687.5	1687.5	1687.5	1687.5	1687.5	20250	41250
Sales Commision 5%		84.375	84.375	84.375	84.375	84.375	84.375	84.375	84.375	84.375	84.375	84.375	84.375	84.375	1012.5	
Transaksi	24456.3	26059.4	28151.1	30282.1	32453	34664.6	36917.7	39213.1	41551.4	43933.6	46360.5	48832.9	51351.6			75807.9
Total Growth 30%		651.485	703.779	757.053	811.325	866.616	922.943	980.326	1038.79	1098.34	1159.01	1220.82	1283.79	11494.3		
Untuk investor		488.614	527.834	567.789	608.494	649.962	692.207	735.245	779.089	823.756	869.26	915.617	962.843	8620.71		
Total fee		162.871	175.945	189.263	202.831	216.654	230.736	245.082	259.696	274.585	289.753	305.206	320.948	2873.57		
Profit 1		81.4356	87.9723	94.6316	101.416	108.327	115.368	122.541	129.848	137.293	144.877	152.603	160.474	1436.79		
Profit 2		81.4356	87.9723	94.6316	101.416	108.327	115.368	122.541	129.848	137.293	144.877	152.603	160.474	1436.79		
Tahun 4																
Investasi	41250	2531.25	2531.25	2531.25	2531.25	2531.25	2531.25	2531.25	2531.25	2531.25	2531.25	2531.25	2531.25	2531.25	30375	71625
Sales Commision 5%		126.563	126.563	126.563	126.563	126.563	126.563	126.563	126.563	126.563	126.563	126.563	126.563	126.563	1518.75	
Transaksi	52314.5	54719.2	58149.8	61644.8	65205.4	68832.7	72528	76292.5	80127.7	84034.8	88015.1	92070.1	96201.1			148516
Total Growth 30%		1367.98	1453.75	1541.12	1630.13	1720.82	1813.2	1907.31	2003.19	2100.87	2200.38	2301.75	2405.03	22445.5		
Untuk investor		1025.98	1090.31	1155.84	1222.6	1290.61	1359.9	1430.49	1502.39	1575.65	1650.28	1726.31	1803.77	16834.1		
Total fee		341.995	363.437	385.28	407.534	430.204	453.3	476.828	500.798	525.218	550.095	575.438	601.257	5611.38		
Profit 1		170.997	181.718	192.64	203.767	215.102	226.65	238.414	250.399	262.609	275.047	287.719	300.628	2805.69		
Profit 2		170.997	181.718	192.64	203.767	215.102	226.65	238.414	250.399	262.609	275.047	287.719	300.628	2805.69		
Tahun 5																
Investasi	71625	3796.88	3796.88	3796.88	3796.88	3796.88	3796.88	3796.88	3796.88	3796.88	3796.88	3796.88	3796.88	3796.88	45562.5	117188
Sales Commision 5%		189.844	189.844	189.844	189.844	189.844	189.844	189.844	189.844	189.844	189.844	189.844	189.844	189.844	2278.13	
Transaksi	98004.9	101612	107124	112740	118461	124289	130226	136275	142437	148715	155110	161626	168263			266268
Total Growth 30%		2540.3	2678.1	2818.49	2961.52	3107.22	3255.66	3406.88	3560.93	3717.87	3877.76	4040.64	4206.58	40172		
Untuk investor		1905.22	2008.58	2113.87	2221.14	2330.42	2441.74	2555.16	2670.7	2788.41	2908.32	3030.48	3154.94	30129		
Total fee		635.075	669.526	704.624	740.379	776.805	813.914	851.719	890.233	929.469	969.44	1010.16	1051.65	10043		
Profit 1		317.537	334.763	352.312	370.19	388.403	406.957	425.86	445.116	464.734	484.72	505.081	525.823	5021.5		
Profit 2		317.537	334.763	352.312	370.19	388.403	406.957	425.86	445.116	464.734	484.72	505.081	525.823	5021.5		

D. Lampiran Anggaran Biaya Operasional

RD = Reksa Dana

Keterangan	Jml	Satuan	Tahun Ke-1		(Rp)	(Rp) Per Tahun	Sub total
			Lama	Waktu			
Biaya Tidak Tetap							
Broker Fee	2	orang	12	bulan		1705200000	
Bagi hasil Broker Fee			12	bulan		1044000000	
Sales RD Saham			12	bulan		375000000	
Bagi hasil RD Saham			12	bulan		140209500	
							3264409500
Biaya Tetap							
Tenaga Kerja							
Direktur	1	orang	12	bulan	10000000	120000000	
Kabag Compliance	1	orang	12	bulan	5000000	60000000	
Kabag Operasi	1	orang	12	bulan	5000000	60000000	
Broker Business Development	2	orang	12	bulan	5000000	120000000	
Risk Management	1	orang	12	bulan	2500000	30000000	
Custody & Settlement	1	orang	12	bulan	2500000	30000000	
Finance Accounting	1	orang	12	bulan	3000000	36000000	
IT	1	orang	12	bulan	2500000	30000000	
Sales	2	orang	12	bulan	2500000	60000000	
Front office	1	orang	12	bulan	2000000	24000000	
							630000000
Asuransi Kesehatan			12	bulan	1000000	12000000	
THR			1	bulan		52500000	
Sewa Kantor			12	bulan	10000000	120000000	
Promosi			12	bulan	10000000	120000000	
Maintenance			12	bulan	1000000	12000000	
Listrik			12	bulan	1500000	18000000	
Telephone			12	bulan	2000000	24000000	
Internet			12	bulan	2000000	24000000	
Recruitment			12	bulan	1000000	12000000	
Pelatihan			12	bulan	1000000	12000000	
Depresiasi elektronik			12	bulan	4458333.333	53500000	
Depresiasi furniture			12	bulan	2083333.333	25000000	
							485000000
Total Thn 1						4379409500	

Keterangan	Jml	Satuan	Tahun Ke-2		(Rp)	(Rp) Per Tahun	Sub total
			Lama	Waktu			
Biaya Tidak Tetap							
Broker Fee	2	orang	12	bulan		4704000000	
Bagi hasil Broker Fee			12	bulan		2880000000	
Sales RD Saham			12	bulan		675000000	
Bagi hasil RD Saham			12	bulan		610837000	
							8869837000
Biaya Tetap							
Tenaga Kerja							
Direktur	1	orang	12	bulan	10000000	120000000	
Kabag Compliance	1	orang	12	bulan	5000000	60000000	
Kabag Operasi	1	orang	12	bulan	5000000	60000000	
Broker Business Development	2	orang	12	bulan	5000000	120000000	
Risk Management	1	orang	12	bulan	2500000	30000000	
Custody & Settlement	1	orang	12	bulan	2500000	30000000	
Finance Accounting	1	orang	12	bulan	3000000	36000000	
IT	1	orang	12	bulan	2500000	30000000	
Sales Front office	2	orang	12	bulan	2500000	60000000	
	1	orang	12	bulan	2000000	24000000	
							630000000
Asuransi Kesehatan			12	bulan	1000000	12000000	
THR			1	bulan		52500000	
Sewa Kantor			12	bulan	10000000	120000000	
Promosi			12	bulan	10000000	120000000	
Maintenance			12	bulan	1000000	12000000	
Listrik			12	bulan	1500000	18000000	
Telephone			12	bulan	2000000	24000000	
Internet			12	bulan	2000000	24000000	
Recruitment			12	bulan	1000000	12000000	
Pelatihan			12	bulan	1000000	12000000	
Depresiasi elektronik			12	bulan	4458333.333	53500000	
Depresiasi furniture			12	bulan	2083333.333	25000000	
							485000000
Total Thn 2						9984837000	

Tahun Ke-3

Keterangan	Jml.	Satuan	Lama	Waktu	(Rp)	(Rp) Per Tahun	Sub total
<u>Biaya Tidak Tetap</u>							
Broker Fee	2	orang	12	Bulan		588000000	
Bagi hasil Broker Fee			12	Bulan		360000000	
Sales RD Saham			12	Bulan		101250000	
Bagi hasil RD Saham			12	Bulan		143678500	
							11929285000

Biaya Tetap

Tenaga Kerja

Direktur	2	orang	12	Bulan	1500000	36000000	
Kabag Compliance	1	orang	12	Bulan	600000	7200000	
Kabag Operasi	1	orang	12	Bulan	600000	7200000	
Broker Business Development	2	orang	12	Bulan	600000	14400000	
Risk Management	1	orang	12	Bulan	600000	7200000	
Custody & Settlement	2	orang	12	Bulan	300000	7200000	
Finance Accounting	2	orang	12	Bulan	250000	6000000	
IT	1	orang	12	Bulan	400000	4800000	
Sales Front office	1	orang	12	Bulan	350000	4200000	
	5	orang	12	Bulan	250000	15000000	
	1	orang	12	Bulan	200000	2400000	
							1116000000
Asuransi Kesehatan			12	Bulan	150000	1800000	
THR			1	Bulan		9300000	
Sewa Kantor			12	Bulan	1000000	12000000	
Promosi			12	Bulan	1000000	12000000	
Maintenance			12	Bulan	100000	1200000	
Listrik			12	Bulan	150000	1800000	
Telephone			12	Bulan	200000	2400000	
Internet			12	Bulan	200000	2400000	
Recruitment			12	Bulan	100000	1200000	
Pelatihan			12	Bulan	100000	1200000	
Depresiasi elektronik			12	Bulan	500000	6000000	
Depresiasi furniture			12	Bulan	2083333.333	25000000	
							538000000

Total Thn 3	13583285000
--------------------	--------------------

Keterangan	Jml	Satuan	Tahun Ke-4		(Rp)	(Rp) Per Tahun	Sub total
			Lama	Waktu			
Biaya Tidak Tetap							
Broker Fee	2	orang	12	Bulan		8820000000	
Bagi hasil Broker Fee			12	Bulan		5400000000	
Sales RD Saham			12	Bulan		1518750000	
Bagi hasil RD Saham			12	Bulan		2805691500	
							18544441500
Biaya Tetap							
Tenaga Kerja							
Direktur	2	orang	12	Bulan	15000000	360000000	
Kabag Compliance	1	orang	12	Bulan	6000000	72000000	
Kabag Operasi	1	orang	12	Bulan	6000000	72000000	
Broker Business Development	2	orang	12	Bulan	6000000	144000000	
Risk Management	1	orang	12	Bulan	6000000	72000000	
Custody & Settlement	2	orang	12	Bulan	3000000	72000000	
Finance Accounting	2	orang	12	Bulan	2500000	60000000	
IT	1	orang	12	Bulan	4000000	48000000	
Sales	1	orang	12	Bulan	3500000	42000000	
Front office	5	orang	12	Bulan	2500000	150000000	
							1116000000
Asuransi Kesehatan			12	Bulan	1500000	18000000	
THR			1	Bulan		93000000	
Sewa Kantor			12	Bulan	10000000	120000000	
Promosi			12	Bulan	10000000	120000000	
Maintenance			12	Bulan	1000000	12000000	
Listrik			12	Bulan	1500000	18000000	
Telephone			12	Bulan	2000000	24000000	
Internet			12	Bulan	2000000	24000000	
Recruitment			12	Bulan	1000000	12000000	
Pelatihan			12	Bulan	1000000	12000000	
Depresiasi elektronik			12	Bulan	5000000	60000000	
Depresiasi furniture			12	Bulan	2083333.333	25000000	
							538000000
Total Thn 4						20198441500	

Tahun Ke-5

Keterangan	Jml	Satuan	Lama	Waktu	(Rp)	(Rp) Per Tahun	Sub total
Biaya Tidak Tetap							
Broker Fee	2	orang	12	Bulan		13230000000	
Bagi hasil Broker Fee			12	Bulan		8100000000	
Sales RD Saham			12	Bulan		2278130000	
Bagi hasil RD Saham			12	Bulan		5021495000	
							28629625000
Biaya Tetap							
Tenaga Kerja							
Direktur	2	orang	12	Bulan	15000000	360000000	
Kabag Compliance	1	orang	12	Bulan	6000000	72000000	
Kabag Operasi	1	orang	12	Bulan	6000000	72000000	
Broker Business Development	2	orang	12	Bulan	6000000	144000000	
Risk Management	1	orang	12	Bulan	6000000	72000000	
Custody & Settlement	2	orang	12	Bulan	3000000	72000000	
Finance Accounting	2	orang	12	Bulan	2500000	60000000	
IT	1	orang	12	Bulan	4000000	48000000	
Sales Front office	5	orang	12	Bulan	3500000	42000000	
	1	orang	12	Bulan	2000000	24000000	
							1116000000
Asuransi Kesehatan			12	Bulan	1500000	18000000	
THR			1	Bulan		93000000	
Sewa Kantor			12	Bulan	10000000	120000000	
Promosi			12	Bulan	10000000	120000000	
Maintenance			12	Bulan	1000000	12000000	
Listrik			12	Bulan	1500000	18000000	
Telephone			12	Bulan	2000000	24000000	
Internet			12	Bulan	2000000	24000000	
Recruitment			12	Bulan	1000000	12000000	
Pelatihan			12	Bulan	1000000	12000000	
Depresiasi elektronik			12	Bulan	6250000	75000000	
Depresiasi furniture			12	Bulan	0	0	
							528000000
Total Thn 5						30273625000	

LAMPIRAN 2

RISET PASAR JASA PENDIRIAN PERUSAHAAN SEKURITAS

A. PERMASALAHAN

Usaha yang akan didirikan ini sebenarnya telah banyak jumlahnya. Yaitu tercatat hingga hingga Januari 2005 tercatat oleh Bapepam ada sebanyak 172 Penjamin Emisi Efek (PEE), 122 Perantara Pedagang Efek (PPE) yang berperan sebagai Anggota Bursa & 47 Perantara Pedagang Efek yang Non Anggota Bursa, Serta 100 Manajer Investasi (MI) di Indonesia.

Namun dari hasil perbincangan dengan berbagai kalangan yang terlibat dalam industri sekuritas, masih banyak terlonjar keluhan dalam mencari dan menemukan jasa brokerage pada khususnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari para konsumen yang memiliki mobilitas tinggi serta menginginkan akses untuk bertransaksi saham dengan mudah. Hal ini dapat diartikan sebagai sinyal akan adanya permintaan pasar yang belum terpenuhi oleh perusahaan-perusahaan yang ada.

Business Plan yang dibuat ini merupakan suatu hasil perumusan langkah dalam menjalankan suatu usaha dengan lebih serius dan dengan totalitas. Namun masih belum adanya keyakinan, apakah usaha yang akan dibangun ini feasible atau tidak untuk dilaksanakan.

Ada beberapa keraguan yang masih membayangi, seperti masih rendahnya pengetahuan masyarakat akan fungsi dan keuntungan dari suatu perdagangan saham, ancaman substitusi, kebutuhan dan keinginan konsumen yang sebenarnya, gambaran pesaing dalam segmen yang telah ditetapkan, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi seorang konsumen untuk menentukan suatu bentuk investasi yang mereka pilih. Secara garis besar, masih banyak keraguan tentang faktor substitusi, kondisi konsumen itu sendiri, dan kondisi persaingan di pasar. Permasalahan yang telah dijabarkan dapat dirumuskan dalam beberapa pertanyaan berikut:

1. Seberapa besar ancaman substitusi terhadap segmen pasar dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan efek?
2. Apakah proyeksi pendapatan usaha brokerage dan produk-produk lainnya dapat terealisasi seperti harapan?
3. Bagaimanakah tingkat kompetisi di dalam industri ini?
4. Dalam melakukan investasi, seperti apakah pola pencarian informasi yang dilakukan oleh konsumen dan calon konsumen?
5. Bagaimanakah seorang konsumen melakukan penilaian terhadap perusahaan yang menjadi/akan menjadi tempat mereka melakukan investasi terhadap uang yang mereka miliki?
6. Bagaimakah konsumen akan menyikapi apa bila terjadi masalah dalam melakukan investasi?

B. DATA

Data yang dibutuhkan untuk melakukan analisa mencakup:

Data Sekunder

1. Frekuensi dan Value perdagangan saham dan obligasi terbaru?
2. Pertumbuhan ekonomi, jumlah penduduk, Sosial Economic Status?

Data Primer

1. Besarnya potensi substitusi.
2. Gambaran industri sekuritas selama ini.
3. Gambaran perusahaan sekuritas terutama yang beroperasi di wilayah Jabodetabek.

C. METODE

Pengumpulan data akan dilakukan dengan pertanyaan yang dituangkan ke dalam sebuah kuesioner (terlampir), dengan menggunakan metode konvenience, dan ditambah dengan pertanyaan yang bersifat interview ketika tersedia kesempatan untuk mengajukannya. Responden yang dipilih adalah orang-orang yang telah dikategorikan sesuai dengan target market yang dituju dan mempunyai kemampuan untuk melakukan sebuah investasi di dalam perusahaan sekuritas.

D. RENCANA TABULASI

1. Persentase pengguna jasa perusahaan sekuritas.
2. Persentase awareness terhadap keberadaan perusahaan sekuritas.
3. Persentase terhadap pengetahuan konsumen akan fungsi sebuah perusahaan sekuritas
4. Frekuensi penggunaan jasa perusahaan sekuritas dalam 1 tahun terakhir
5. Berapa pengeluaran untuk berinvestasi dalam 1 tahun
6. Persentase melakukan investasi
7. Bentuk investasi yang menjadi pilihan konsumen
8. Lembaga keuangan apa yang menjadi prioritas dalam melakukan investasi
9. Apakah yang sangat diinginkan oleh konsumen dari sebuah perusahaan sekuritas?
10. Cara berkomunikasi apa yang paling efektif?
11. Faktor apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sebuah lembaga keuangan tempat melakukan investasi?
12. Perusahaan sekuritas yang menjadi *top of mind*.
13. Alasan-alasan memilih suatu bentuk investasi.

E. HASIL SURVEY

USIA RESPONDEN

	Frequensi	Percent	Valid Percent	Cumulative %
20-30 Tahun	65	0.65	0.65	0.65
30-40 Tahun	15	0.15	0.15	0.8
40-50 Tahun	18	0.18	0.18	0.98
50-60 Tahun	1	0.01	0.01	0.99
> 60 Tahun	1	0.01	0.01	1
Total	100	1	1	
Rata2 Usia Responden 30,7 Tahun				

PEKERJAAN RESPONDEN

		Frequensi	Percent	Valid Percent	Cumulative %
Valid	Pegawai Bank	5	0.05	0.051020408	0.051020408
	PNS	14	0.14	0.142857143	0.193877551
	TNI	1	0.01	0.010204082	0.204081633
	Wiraswasta	14	0.14	0.142857143	0.346938776
	Pegawai Swasta	21	0.21	0.214285714	0.56122449
	Pegawai Sekuritas	1	0.01	0.010204082	0.571428571
	Mahasiswa	28	0.28	0.285714286	0.857142857
	dll	14	0.14	0.142857143	1
	Total	98	0.98	1	
Missing		2	0.02		
Total		100	1		
Responden terdiri dari 50% Pria & 50% Wanita					

TINGKAT PENDIDIKAN

		Frequensi	Percent	Valid Percent	Cumulative %
Valid	SMA	3	0.03	0.03030303	0.03030303
	DIPLOMA	5	0.05	0.050505051	0.080808081
	S1	35	0.35	0.353535354	0.434343434
	S2	56	0.56	0.565656566	1
	Total	99	0.99	1	
Missing		1	0.01		
Total		100	1		

TINGKAT AWARENESS

		Frequensi	Percent	Valid Percent	Cumulative %
Valid	MENGETAHUI	61	0.61	0.61	0.61
	TIDAK MENGETAHUI	10	0.1	0.1	0.71
	RAGU	17	0.17	0.17	0.88
	TIDAK MENJAWAB	12	0.12	0.12	1
	Total	100	1	1	
Missing		0	0		
Total		100	1		

MENGETAHUI FUNGSI

		Frequensi	Percent	Valid Percent	Cumulative %
Valid	MENGETAHUI	46	0.46	0.46	0.46
	TIDAK MENGETAHUI	15	0.15	0.15	0.61
	RAGU	27	0.27	0.27	0.88
	TIDAK MENJAWAB	12	0.12	0.12	1
	Total	100	1	1	
Missing		0	0		
Total		100	1		

Freq. Menggunakan Jasa Perusahaan Sekuritas Dlm 1 thn terakhir

		Frequensi	Percent	Valid Percent	Cumulative %
Valid	0x	71	0.71	0.788888889	0.788888889
	1x	2	0.02	0.022222222	0.811111111
	2x	7	0.07	0.077777778	0.888888889
	3x	2	0.02	0.022222222	0.911111111
	4x	0	0	0	0.911111111
	>4x	8	0.08	0.088888889	1
	Total	90	0.9	1	
Missing		10	0.1		
Total		100	1		

Berapa Rata-rata Pengeluaran Untuk Investasi dlm 1 thn

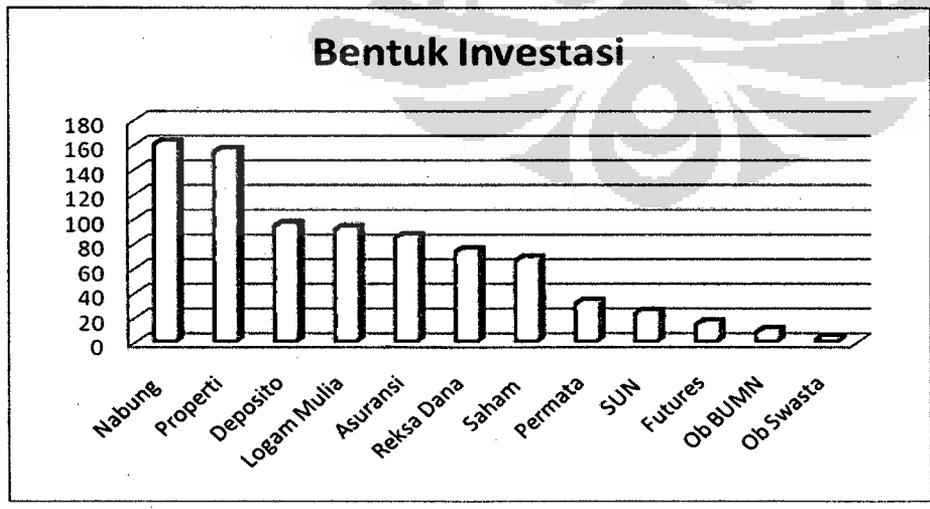
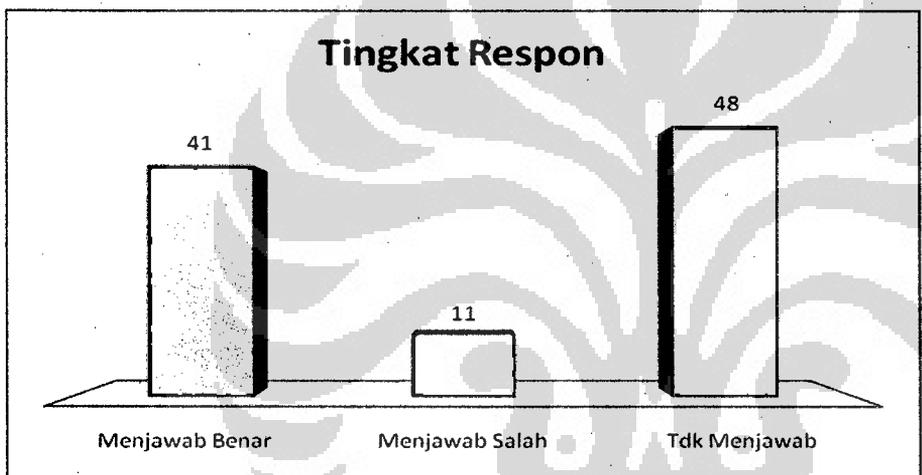
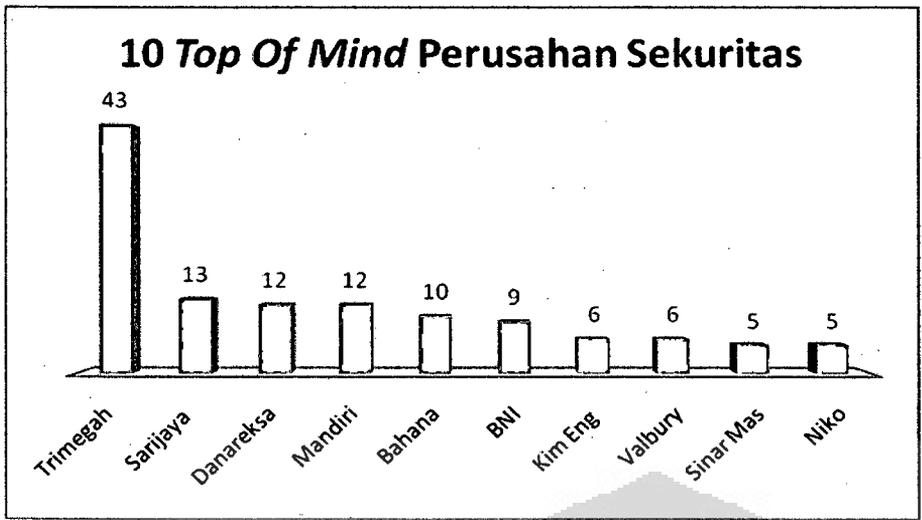
		Frequensi	Percent	Valid Percent	Cumulative %
Valid	>5jt	32	0.32	0.380952381	0.380952381
	5jt-30jt	29	0.29	0.345238095	0.726190476
	30jt-60jt	11	0.11	0.130952381	0.857142857
	60jt-100jt	4	0.04	0.047619048	0.904761905
	<100jt	8	0.08	0.095238095	1
	Total	84	0.84	1	
Missing		16	0.16		
Total		100	1		

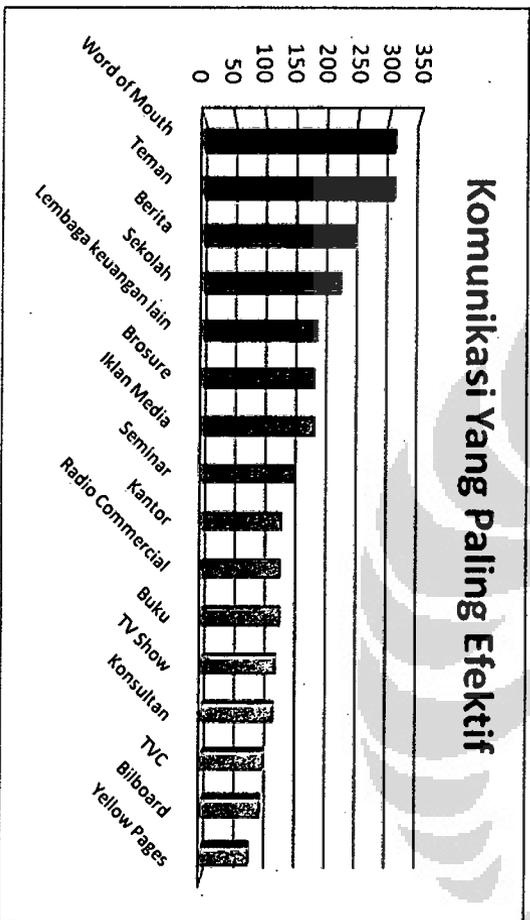
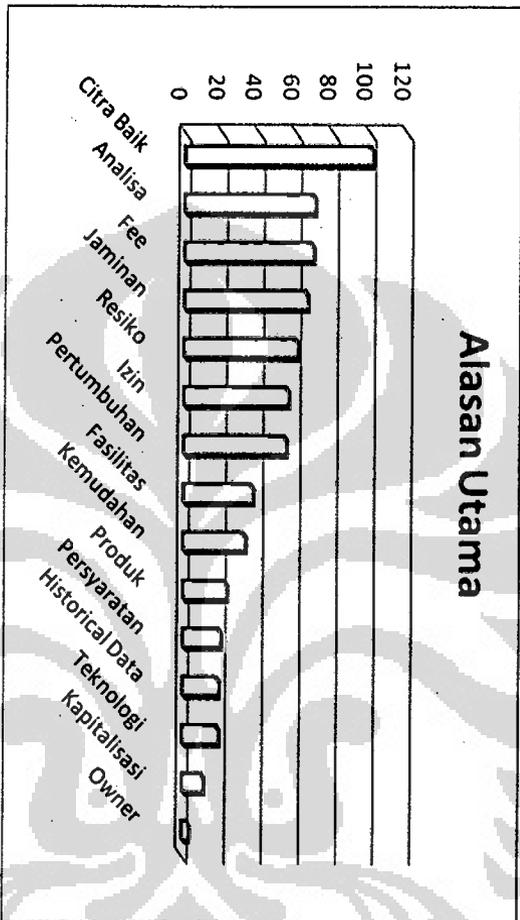
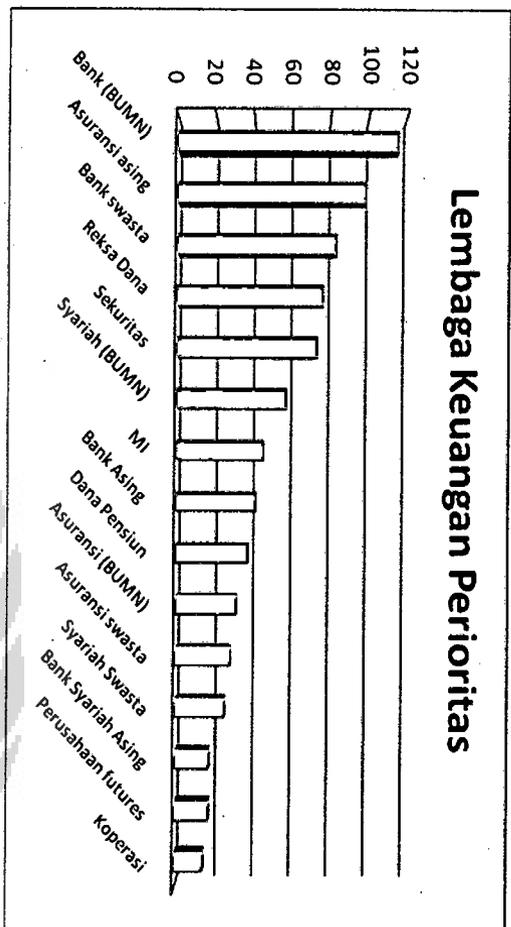
BERINVESTASI ATAU TIDAK

		Frequensi	Percent	Valid Percent	Cumulative %
Valid	YA	77	0.77	0.77	0.77
	TIDAK	23	0.23	0.23	1
	Total	100	1	1	
Missing		0	0		
Total		100	1		

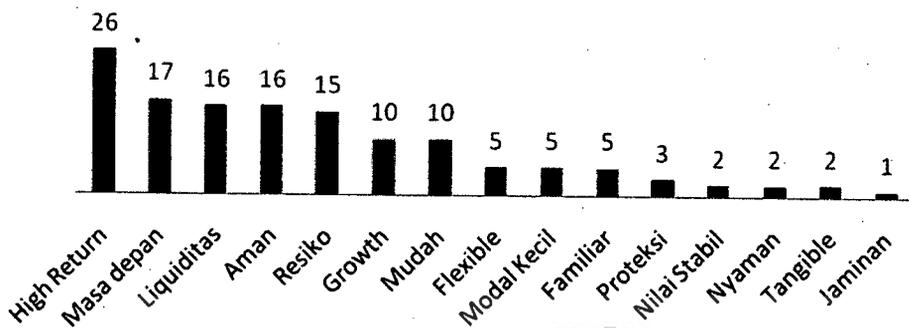
NAMA PERUSAHAAN SEKURITAS YANG PERNAH DI SEBUT RESPONDEN

Trimegah Optima
 Sarijaya Kresna
 Danareksa Recapital
 Mandiri Cipta dana
 Bahana CIMB
 BNI Aspac
 Kim Eng Indo
 Valbury e-trading
 Sinar Mas Samuel
 Niko Relaiance sekuritas
 Panin NISP
 Schroder
 Fortis
 Lippo
 JP Morgan
 Merrill lynch
 Niaga
 Danamon
 Citigroup

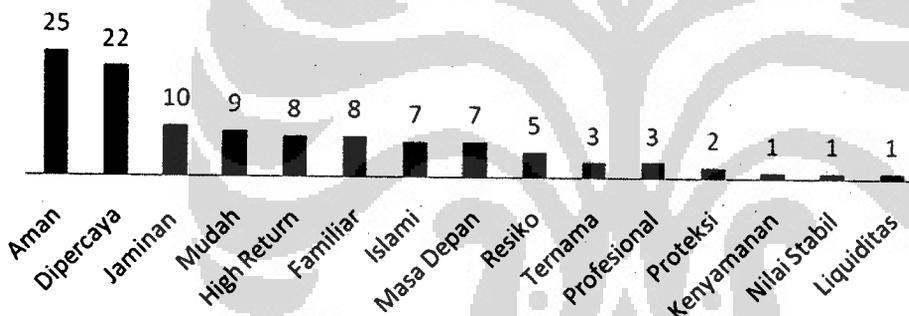




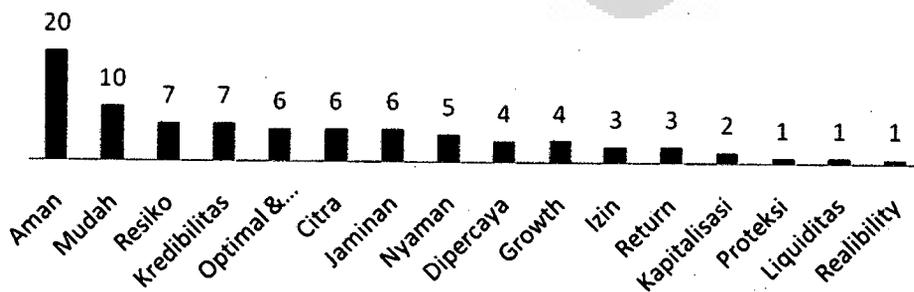
Alasan-alasan Memilih Bentuk Investasi



Alasan-alasan Memilih Lembaga Keuangan Untuk Berinvestasi

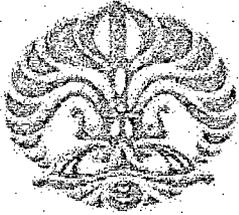


Penilaian-penilaian Dalam Memilih Perusahaan Tempat Investasi



KUESIONER

Pengantar :



Saya mahasiswa MM-FEUI sedang melakukan survey riset pemasaran tentang perusahaan efek. Riset ini kami lakukan untuk memenuhi tugas Karya Akhir. Kesedian Anda untuk mengisi beberapa pertanyaan di bawah ini sangat membantu saya dalam riset yang sedang di lakukan ini dan saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Nama Perusahaan anda tidak perlu dicantumkan

Tandai jawaban anda pada pernyataan yang sesuai (lingkari atau contereng)

1) Usia anda?

.....

2) Jenis Kelamin Anda?

- a) Laki-laki
- b) Perempuan

3) Pekerjaan anda saat ini?

- a) Pegawai bank
- b) Pegawai negri sipil
- c) TNI
- d) Wiraswasta
- e) Pegawai Swasta
- f) Pegawai perusahaan sekuritas
- g) Mahasiswa
- h)

4) Pendidikan terakhir anda?

- a) SMP
- b) SMA / Kejurusan
- c) Diploma
- d) S 1
- e) S 2
- f) S 3

5) Apakah anda saat ini berinvestasi?

- a) Ya
- b) Tidak

6) Alasan Anda ?

.....
.....
.....
.....

Apa bila anda tidak melakukan investasi dalam bentuk apapun maka stop sampai disini !!

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan mencontreng kotak kosong di sebelah kanan pertanyaan : angka 1 untuk paling tidak di sukai, dst. Sampai 7 sebagai yang paling disukai.

7) Jika anda sudah melakukan investasi, biasanya anda melakukannya dalam bentuk apa? Apa bila belum anda akan melakukan investasi dalam bentuk apa? (apa bila anda tidak menyukai jenis investasinya kosongkan saja)

PILIHAN	1	2	3	4	5	6	7
Membeli properti							
Menanamkan di pasar futures							
Menabung							
Deposito							
Membeli logam mulia (emas, perak, dll)							
Produk asuransi							
Membeli surat berharga pemerintah							
Membeli obligasi(surat hutang) BUMN							
Membeli obligasi(surat hutang) swasta							
Menanamkan di pasar saham							
Membeli reksa dana							
Membeli Permata berharga							
Pilihan lainnya jika ada?							
1)							
2)							
3)							

8) Rankinglelah pilihan jawaban anda diatas secara berurutan sesuai degan pilihan utama anda!

- 1)..... 4).....
 2)..... 5).....

9) Alasan Anda Memilih?

.....

.....

.....

.....

.....

10) Lembaga keuangan yang anda pilih atau akan anda pilih dalam melakukan investasi? (apa bila anda tidak memilih / tidak mengetahui suatu lembaga/pilihan yang tertera kosongkan saja)

PILIHAN	1	2	3	4	5	6	7
Perusahaan Asuransi Asing							
Perusahaan Asuransi Domestik (BUMN)							
Perusahaan Asuransi Domestik swasta							
Bank Konvensional Asing							
Bank Konvensional Domestik (BUMN)							
Bank Konvensional Domestik swasta							
Bank Syariah Asing							
Bank Syariah Domestik (BUMN)							
Bank Syariah Domestik swasta							
Perusahaan futures							
Perusahaan sekuritas							
Koperasi (Simpan Pinjam, dll)							
Dana Pensiun							
Reksa Dana							
Perusahaan manajemen Investasi							
Pilihan Lainnya Jika ada?							
1)							
2)							
3)							

11) Rankinglah pilihan jawaban anda diatas secara berurutan sesuai dengan pilihan utama anda!

- 1)..... 3).....
 2)..... 4).....

12) Alasan Anda Memilih?

.....

13) Apakah anda mengetahui keberadaan perusahaan sekuritas?

- a) Ya c) ragu
 b) Tidak

14) Apakah anda mengetahui keberadaan dan fungsi dari perusahaan sekuritas?

- a) Ya c) ragu
 b) Tidak

15) Jika ia, sebutkan 5 nama perusahaan sekuritas yang anda dan perusahaan anda ketahui!

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

Jawablah pertanyaan di bawah ini degan mencontreng kotak kosong di sebelah kanan pertanyaan : angka 1 untuk tidak pernah, dst. Sampai 7 sebagai paling sering.

16) Dari manakah sumber anda / perusahaan anda mengetahui keberadaan perusahaan sekuritas diatas?
(apa bila anda tidak mengetahuinya kosongkan saja)

PILIHAN	1	2	3	4	5	6	7
Yellow Pages Telkom							
Pembicaraan dari Mulut ke Mulut							
Brosur dari Perusahaan Tersebut							
Berita di Media Masa (editorial,dll)							
Iklan di Majalah							
Iklan atau Acara di Radio							
Acara Televisi							
Iklan di Televisi							
Bilboard							
Seminar							
Kampus / Sekolah							
Lembaga Keuangan Lainnya(co: bank)							
Buku							
Teman atau Sahabat							
Konsultan (co: wealth manager)							
Kantor Anda Bekerja							
Pilihan lainnya jika ada?							
1)							
2)							
3)							

17) Selama 1 Tahun terakhir berapa kali anda menggunakan jasa dari perusahaan sekuritas?

- a) 0 b) 1 c) 2 d) 3 e) 4 f) >4

18) Berapa pengeluaran untuk investasi anda selama kurun 1 tahun terakhir dalam bentuk apa pun?

- a) < 5jt b) 5-30 jt c) 30-60jt d) 60-100jt e) > 100jt

Jawablah Pertanyaan di bawah ini dengan mencontreng kotak kosong di sebelah kanan pertanyaan : angka 1 untuk paling tidak di sukai, dst. Sampai 7 sebagai yang paling disukai.

19) Apa yang menjadi penilaian anda terhadap pelaksana / perusahaan tempat anda melakukan investasi, terutama di perusahaan sekuritas. Apa bila anda tidak melakukan investasi di perusahaan sekuritas apa yang anda nilai ketika menentukan di perusahaan apa anda akan menginvestasikan uang anda?

PILIHAN	1	2	3	4	5	6	7
Tinggi-Rendahnya Fee							
Fasilitas Yang Nyaman							
Analisa Yang Akurat							
Memiliki Teknologi Yang Canggih							
Memiliki Surat Izin yang lengkap							
Citra Perusahaan Yang Baik							
Seberapa Tinggi Tingkat Pertumbuhan							
Seberapa Tinggi Tingkat Resiko							
Tingkat Kapitalisasi Perusahaan							
Owner Dari Perusahaan							
Historical Data Perusahaan							
Kemudahan Dalam Bertransaksi							
Karakteristik dan Jenis Produknya							
Peryaratan Investasi							
Jaminan atas Investasi							
Pilihan lainnya jika ada?							
1)							
2)							
3)							

20) Rankinglelah pilihan jawaban anda diatas secara berurutan sesuai dengan pilihan utama anda!

1)..... 3).....
2)..... 4).....

21) Alasan Anda Memilih?

.....
.....

22) Hal-hal lain? (jika ada)

.....
.....

LAMPIRAN 3

A. DAFTAR PERUSAHAAN EFEK ANGGOTA BURSA EFEK

1. PT. ABN Amro Asia Securities Indonesia
2. PT. Aldiracita Corpotama
3. PT. Amantara Securities
4. PT. AmCapital Indonesia
5. PT. Andalan Artha Advisindo Sekuritas
6. PT. Aneka Arthanusa Sekurindo
7. PT. Antaboga DeltaSekuritas Indonesia
8. PT. Anugerah Securindo Indah
9. PT. Artha Securities Indonesia
10. PT. Asia Kapitalindo Securities Tbk.
11. PT. Asjaya Indosurya Securities
12. PT. Bahana Securities
13. PT. Bali Securities
14. PT. Bapindo Bumi Sekuritas
15. PT. Batavia Prosperindo Sekuritas.
16. PT. Bhakti Securities
17. PT. Binaartha Parama
18. PT. BNI Securities
19. PT. BNP Paribas Peregrine
20. PT. Brent Securities
21. PT. Buana Capital
22. PT. Bumipitera Capital Indonesia
23. PT. CIMB-GK Securities Indonesia
24. PT. Ciptadana Securities
25. PT. Citi Pacific Securities
26. PT. Clemont Securities Indonesia (*Suspen BEI*)
27. PT. CLSA Indonesia
28. PT. Credit Suisse Securities Indonesia
29. PT. Danareksa Securities
30. PT. Danasakti Securities
31. PT. Danatama Makmur
32. PT. Danpac Sekuritas
33. PT. DBS Vickers Securities Indonesia
34. PT. Deutsche Securities Indonesia
35. PT. Dhanawibawa Artha Cemerlang
36. PT. Dinamika Usahajaya
37. PT. Dinar Sekuritas
38. PT. Dongsuh Kolibindo Securities
39. PT. Dwidana Sakti Securindo
40. PT. E-Capital Securities
41. PT. Ekokapital Sekuritas
42. PT. Equity Securities Indonesia

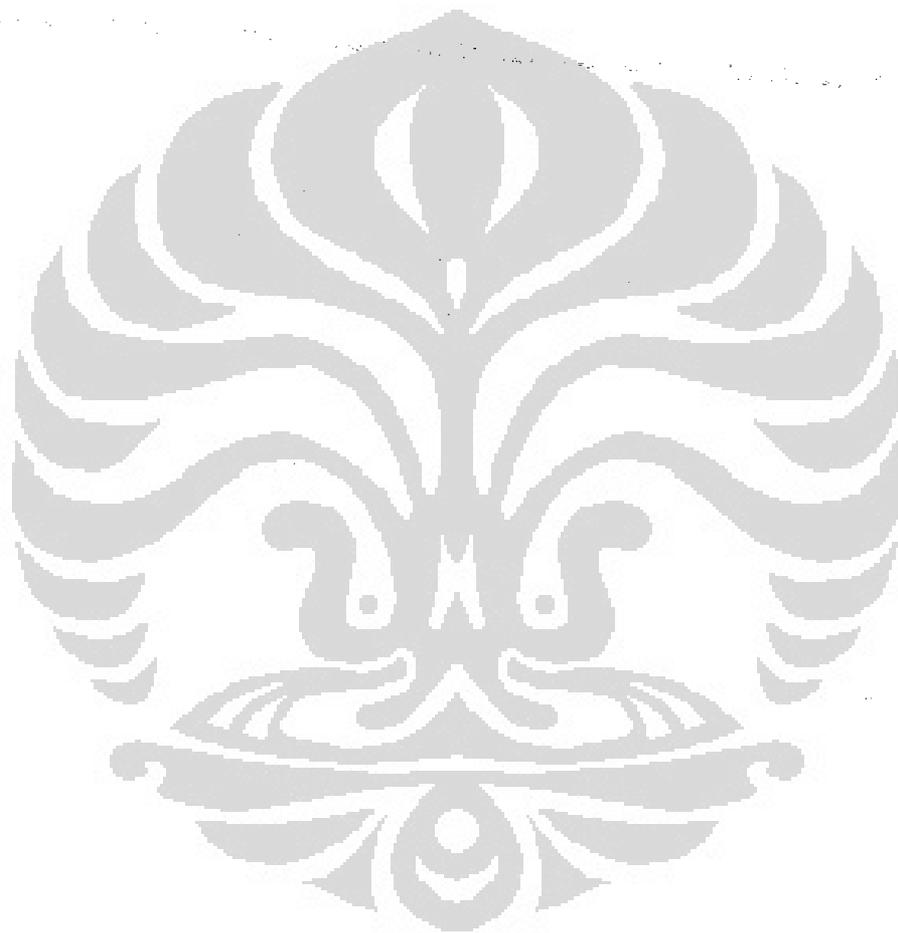
43. PT. Erdhika Elit
44. PT. eTrading Securities
45. PT. Eurocapital Peregrine Securities
46. PT. Evergreen Capital
47. PT. Financorpindo Nusa
48. PT. Harita Kencana Securities
49. PT. Henan Putihrai Securities
50. PT. HD Capital Tbk
51. PT. HSBC Securities Indonesia
52. PT. Indo Premier Securities
53. PT. Indomitra Securities
54. PT. Inovasi Utama Sekurindo
55. PT. Intifikasa Securindo
56. PT. Intiteladan Arthaswadaya
57. PT. Investindo Nusantara Sekuritas
58. PT. JP Morgan Securities Indonesia
59. PT. Kapita Sekurindo
60. PT. Kapitalindo Utama
61. PT. Kim Eng Securities
62. PT. Kresna Graha Sekurindo
63. PT. Signature Capital Indonesia
64. PT. Lautandhana Securindo
65. PT. Macquarie Capital
66. PT. Madani Securities
67. PT. Mahakarya Artha Securities
68. PT. Mahanusa Securities
69. PT. Mahastra Capital
70. PT. Makindo Securities
71. PT. Makinta Securities
72. PT. Mandiri Securities
73. PT. Masindo Artha Securities
74. PT. Overseas Securities
75. PT. Mega Capital Indonesia
76. PT. Mentari Securindo (*suspen BEI*)
77. PT. Merrill Lynch Indonesia
78. PT. Millenium Danatama Sekuritas
79. PT. Millenium Atlantic Securities
80. PT. Minna Padi Investama
81. PT. Namalatu Cakrawala Securities
82. PT. Net Sekuritas
83. PT. Nikko Securities Indonesia
84. PT. NISP Sekuritas
85. PT. Nomura Indonesia
86. PT. Nusadana Capital Indonesia
87. PT. JJ NAB Capital Tbk
88. PT. Optima Kharya Capital Securities

89. PT. Overseas Securities
90. PT. Pacific Capital
91. PT. Pacific Duaribu Investindo
92. PT. Panca Global Securities
93. PT. Panin Capital (suspen BEI)
94. PT. Panin Sekuritas Tbk
95. PT. Paramitra Alfa Sekuritas
96. PT. Phillip Securities Indonesia
97. PT. Pratama Capital Indonesia
98. PT. Primasia Securities
99. PT. Prime Capital Securities
100. PT Recapital Securities
101. PT. Redialindo Mandiri
102. PT. Reliance Securities Tbk
103. PT. Samuel Sekuritas Indonesia
104. PT. Sarijaya Permana Sekuritas
105. PT. Sekuritas Indopasifik Investasi
106. PT. Semesta Indovest Securities
107. PT. Senni Cahaya
108. PT. Sinarmas Sekuritas
109. PT. Sucorinvest Central Gani
110. PT. Supra Securinvest
111. PT. Suprasurya Danawan Sekuritas Tbk (Suspen BEI)
112. PT. Tiga Pilar Sekuritas
113. PT. Transpacific Securindo
114. PT. Trimegah Securities Tbk
115. PT. Trust Securities
116. PT. UBS Securities Indonesia
117. PT. UOB Kay Hian Securities
118. PT. Valbury Asia Securities
119. PT. Victoria Sekuritas
120. PT. Wanteg Securindo
121. PT. Waterfront Securities Indonesia
122. PT. Yulie Sekurindo Tbk

B. DAFTAR PERUSAHAAN EFEK NONANGGOTA BURSA EFEK

1. PT. Anugra Nusantara Asset Management
2. PT. Aspac Uppindo Sekuritas
3. PT. Barclays Capital Securities Indonesia
4. PT. Bepede Jateng Securities
5. PT. Brata Investama
6. PT. Buana Familia Investama
7. PT. Capital One
8. PT. CIC Securities
9. PT. Citigroup Securities Indonesia
10. PT. Deutsche Verdhana Indonesia
11. PT. Eficorp Sekuritas
12. PT. General Capital Indonesia
13. PT. Golden Financial Securities
14. PT. GS Capital Indonesia
15. PT. Indokapital Sekuritas
16. PT. ING Securities Indonesia
17. PT. Inter Pacific Securities
18. PT. Interasia Securitindo
19. PT. Jalurwahana Artha
20. PT. Jasabanda Garta
21. PT. Kependana Mitra Usaha
22. PT. Kuo Jateng Sekuritas
23. PT. Madah Pasifik
24. PT. Makefin
25. PT. Mesana Investama Utama
26. PT. Mitra Tatadhana
27. PT. Modern Sekuritas
28. PT. Monex Securities
29. PT. Muara Securities
30. PT. Multi Sarana Investama Sekuritas
31. PT. Nova Sekuritas
32. PT. Pandurama Sekuritas
33. PT. Patalian Water Securindo
34. PT. Peak Securities
35. PT. Pentasena Arthasentosa
36. PT. Prima Gratia Investama Sekuritas
37. PT. Prisma Pro Investama
38. PT. Ramayana Artha Perkasa
39. PT. Reksa Depok Sekuritas

40. PT. Sekurindo Pratama
41. PT. Standard Chartered Securities Indonesia
42. PT. Star Reksa Sekuritas
43. PT. Summit Nusantara Capital
44. PT. Unisecurindo Abadi
45. PT. United Asia Securities
46. PT. Usaha Bersama Sekuritas
47. PT. Wacana Investama



LAMPIRAN 4

DAFTAR PERTANYAAN INTERVIEW

A. Bapak Yudi Promono, Staff Humas Bapepam

- 1) Peraturan apa yang ada dan berkaitan dengan pendirian perusahaan sekuritas ?

Jawaban : Semua peraturan yang terkait ada di website mulai dari peraturan V

- 2) Sepengatahuan bapak kira-kira berapa emiten baru yang akan IPO di tahun 2008 ini?

Jawaban : Estimasi sekitar 30 emiten baru, Menteri Negara BUMN mencanangkan sekitar 18 emiten baru dari BUMN

- 3) Syarat apa saja yang harus dimiliki untuk mendirikan sebuah perusahaan sekuritas, selain Modal Kerja Bersih Dasar (MKBD) dan Modal disetor?

Jawaban : Perusahaan sekuritas harus memiliki 2 orang yang memiliki izin perorangan (IP) untuk setiap kegiatan yang akan dijalankan oleh perusahaan sekuritas. Minimal 1 orang direksi dan 1 orang karyawan. Untuk fungsi Perantara-Pedagang Efek (PPE), maka satu orang direksi harus mempunyai izin WPPE dan 1 orang karyawan yang mempunyai izin WPPE.

- 4) Seperti apa rencana pemerintah untuk mengembangkan pasar modal?

Jawaban : Pemerintah dan negara-negara ASEAN lainnya berencana untuk membuat bursa efek regional (ASEAN) dikedepannya. Dimana setiap negara anggota akan mendaftarkan 30 perusahaan terbaiknya untuk listing di bursa tersebut. Negara tempat bursa ini berdomisili akan ditentukan melalui pemilihan bursa efek di negara mana yang paling kuat di kawasan ASEAN.

- 5) Seberapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk menjadi anggota bursa efek selain modal disetor dan MKBD ? Jawaban : Rp. 15 juta/tahun untuk papan utama.

B. Bapak Edi Broto Suwarno, Kepala seksi IV Biro TLE Bapepam

- 1) Seperti apa struktur organisasi yang lazim digunakan oleh perusahaan sekuritas, terutama yang menjalankan fungsi sebagai Perantara-Pedagang Efek (PPE)

Jawaban : Kebanyakan dari perusahaan sekuritas ini menggunakan struktur organisasi yang bersifat fungsional.

- 2) Apa fungsi dari bagian compliance dari sebuah perusahaan sekuritas? .

Jawaban : Menjamin pemenuhan kewajiban perusahaan efek terhadap ketentuan yang terkait dengan perusahaan efek, seperti minimal MKBD yang dilaporkan setiap harinya kepada Bapepam.

- 3) Apa yang menjadi *requirement* dari seorang yang menjabat sebagai *risk management*?

Jawaban : Mengerti transaksi efek, memperhitungkan resiko MKBD dari setiap investasi yang dilakukan oleh investor.

- 4) Apa yang menjadi *requirement* dari seorang yang menjabat sebagai *Know Your Customer* ?

Jawaban : Sebaik-baiknya mempunyai sertifikat CMPT (*Certificate of Anti Money Laundry*). Sebagai unit yang memastikan siapa nasabah dan darimana uangnya?

- 5) Ada berapa banyak jumlah perusahaan efek yang terdaftar di Bapepam baik yang Anggota Bursa dan Non Anggota Bursa hingga saat ini

Jawaban :122 Perusahaan Sekuritas Anggota Bursa (AB) dan ada 47 Perusahaan Sekuritas Non Anggota Bursa (Non AB). (daftar perusahaan pada LAMPIRAN 3)

- 6) Seberapa besar pasar Indonesia sekarang ini? Kurang dari 500 ribu investor dengan transaksi harian Rp 4-5 trilliun.

C. Ibu Carolina Kusuma, Pemilik Sarijaya Sekuritas *branch* Ancol

- 1) Job Desk apa saja kah yang dibutuhkan untuk sebuah perusahaan sekuritas yang menjalankan fungsi sebagai Perantara-Pedagang Efek (PPE)?

Jawaban : Terlampir pada **Gambar 6.1. Struktur Organisasi Perusahaan**

- 2) Seberapa besar gaji yang harus dikeluarkan untuk masing-masing jabatan dalam sebuah perusahaan sekuritas?

Jawaban : Terlampir pada **Tabel 6.7. Kompensasi Karyawan**

- 3) Sistem berdagang apa yang sebaiknya digunakan untuk menjawab kebutuhan dari konsumen ?

Jawaban : Online trading, untuk memenuhi transparansi dan kebutuhan konsumen yang semakin hari mobilitasnya semakin tinggi. Dan degan menggunakan sistem ini juga mempersingkat proses kerja dari sebuah transaksi efek.

- 4) Peralatan apa sajakah yang dibutuhkan untuk suatu perusahaan sekuritas ?

Jawaban : Terlampir pada **Tabel 8.1. Rincian Dana Investasi dan Modal Kerja**

- 5) Seperti apakah bentuk kerja sama degan sebuah perusahaan sekuritas Anggota Bursa bagi perusahaan sekuritas Non Anggota Bursa yang ingin menjadi afiliasinya?

Jawaban : Untuk setiap transaksi efek akan dikenakan pembagian hasil degan proporsi 60:40, 70:30 tergantung besarnya dana yang dikelola. Untuk Discretionary Funds dan Reksa dana, perusahaan afiliasi hanya menjadi agen penjual dan bukan pengelola dimana perusahaan mendapatkan selling fee serta pembagian hasil. (Penjelasan lebih rinci pada sub bab **8.1.3. Perkiraan Pendapatan Pelayanan** alinea ke dua.



NAMA : _____
NO. REK. : _____



SARIJAYA
SECURITIES

KONTRAK PEMBUKAAN REKENING (PERORANGAN)



Head Office :

PT. SARIJAYA PERMANA SEKURITAS

PermataBank Tower I - 6th Floor

Jl. Jend. Sudirman Kav. 27-

Jakarta 12920 Indonesia

Phone : (021) 523 7333 (Hunting)

Fax : (021) 523 7748

E-mail : csr@sarijayasecurities.com

Formulir Pembukaan Rekening Perorangan Individual Account Opening Form

Nama Nasabah / Client Name	Kode Nasabah / Client Code	No. Formulir / Form. Number 10461
----------------------------	----------------------------	---

Data Nasabah / Client Data

Kelamin / Sex <input type="checkbox"/> Laki-laki / Male <input type="checkbox"/> Perempuan / Female	No. NPWP / Tax Registration Code.	Status Perkawinan / Marital Status <input type="checkbox"/> Kawin / Married <input type="checkbox"/> Janda / Duda / Widow(er) <input type="checkbox"/> Tidak Kawin / Single <input type="checkbox"/> Cerai / Divorce	
Tanggal lahir / Place Date of Birth	No. KTP atau Paspor / ID Card or Passport No.	Masa Berlaku / Exp Date	Kewarganegaraan / Nationality
Alamat sesuai KTP atau Paspor / Address as mentioned in ID Card or Passport Pos / ZIP Code			
Negara / Country			
Alamat Tempat Tinggal / Residence Pos / ZIP Code			
Negara / Country			
Telepon / Phone No.	No. HP / Mobile Phone No.	No. Facsimile / Fax No.	E-mail

Data Pekerjaan / Occupation Data

Jenis Pekerjaan / Occupation <input type="checkbox"/> Karyawan / Employee <input type="checkbox"/> Wiraswasta / Self Employed <input type="checkbox"/> Lain-lain / Others			
Nama Perusahaan / Company Name		Bidang Usaha / Line of Business	
Alamat / Address Pos / ZIP Code			
Negara / Country			
Jabatan / Position	Lama Bekerja / Length of Employed	No. Telepon / Phone No.	No. Facsimile / Fax No.
Jumlah Penghasilan per tahun / Annual Income <input type="checkbox"/> < Rp. 50.000.000,- <input type="checkbox"/> Rp. 50.000.000,- to Rp. 100.000.000,- <input type="checkbox"/> Rp. 100.000.000,- to Rp. 250.000.000,- <input type="checkbox"/> Rp. 250.000.000,- to Rp. 500.000.000,- <input type="checkbox"/> Rp. 500.000.000,- to Rp. 1.000.000.000,- <input type="checkbox"/> Rp. > Rp. 1.000.000.000,-			

Data Suami atau Istri / Spouse Data

Nama Suami atau Istri / Spouse Name			
Tanggal lahir / Place Date of Birth	No. KTP atau Paspor / ID Card or Passport No.	Masa Berlaku / Exp Date	Kewarganegaraan / Nationality
Alamat Tempat Tinggal / Residence Pos / ZIP Code			
Negara / Country			
Telepon / Phone No.	No. HP / Mobile Phone No.	No. Facsimile / Fax No.	E-mail

Data Pekerjaan Suami atau Istri / Spouse Occupation Data

Jenis Pekerjaan / Occupation <input type="checkbox"/> Karyawan / Employee <input type="checkbox"/> Wiraswasta / Self Employed <input type="checkbox"/> Lain-lain / Others			
Nama Perusahaan / Company Name		Bidang Usaha / Line of Business	
Alamat Perusahaan / Company Address Pos / ZIP Code			
Negara / Country			
Jabatan / Position	Lama Bekerja / Length of Employed	No. Telepon / Phone No.	No. Facsimile / Fax No.

Jumlah Penghasilan per tahun/
Annual Income

<input type="checkbox"/> < Rp. 50.000.000,-	<input type="checkbox"/> Rp. 50.000.000,- to Rp. 100.000.000,-
<input type="checkbox"/> Rp. 100.000.000,- to Rp. 250.000.000,-	<input type="checkbox"/> Rp. 250.000.000,- to Rp. 500.000.000,-
<input type="checkbox"/> Rp. 500.000.000,- to Rp. 1.000.000.000,-	<input type="checkbox"/> Rp. > Rp. 1.000.000.000,-

E. Referensi / Reference

Nama / Name

Nama Perusahaan / Company Name

Jabatan / Position

No. Telepon / Phone No.

No. HP / Mobile Phone No.

No. Facsimile / Fax No.

F. Rekening Bank / Bank Account

Nama Bank dan Cabang / Bank and Branch Name	No. Rekening / Account No.	Atas Nama / Under the Name	Paraf / Sign here
Nama Bank dan Cabang / Bank and Branch Name	No. Rekening / Account No.	Atas Nama / Under the Name	Paraf / Sign here
Nama Bank dan Cabang / Bank and Branch Name	No. Rekening / Account No.	Atas Nama / Under the Name	Paraf / Sign here

G. Latar Belakang Keuangan & Investasi / Financial & Investments Background

Pengalaman Investasi / Experience in Investment

- Saham / Equities
- Obligasi / Fixed Income
- Derivatif / Derivatives
- Lainnya / Others _____

Tujuan Investasi / Investment Objectives

- Pertumbuhan yang cepat / Aggressive Growth
- Pertumbuhan / Growth
- Pendapatan / Income
- Keutuhan Modal / Capital Preservation

H. Jumlah Deposit & Batas Transaksi / Initial Deposit & Trading Limit

Jumlah Deposit Awal / Initial Deposit

Batas Transaksi / Trading Limit

I. Alamat Korespondensi dan Konfirmasi / Correspondence and Confirmation Address

Semua Korespondensi dan Data Rekening harap dikirimkan ke /
All the Correspondence related with the account please sent to

Pelayanan Konfirmasi
Confirmation Service

- Alamat Rumah / Home Address
- Alamat Kantor / Office
- E-mail

- Fax No. _____
- E-mail _____

J. Informasi Lain-lain / Miscellaneous Information

Apakah anda mempunyai saudara atau anggota keluarga (termasuk orang tua/saudara kandung) yang bekerja di PT Sarijaya Permana Sekuritas dan/atau afiliasinya ?
Do you have any relatives working in PT Sarijaya Permana Sekuritas and/or any its affiliated ?

- Ya / Yes
- Tidak / No

Bila ya, sebutkan, Nama

Bagian

If Yes, please mention, Name :

Department :

Apakah anda mempunyai saudara atau anggota keluarga (termasuk orang tua/saudara kandung) yang bekerja pada perusahaan efek lain, Bursa Efek, Perusahaan yang diatur oleh Bursa Efek/ Bapepam, Bank, Asuransi atau Lembaga Keuangan sejenis ?
Do you have any relatives working in other securities company, Stock Exchange, other company under supervised by Stock Exchange or SEC, Bank, Insurance Company or other financial Institution ?

- Ya / Yes
- Tidak / No

Bila ya, sebutkan, Nama :

Perusahaan :

If Yes, please mention, Name :

Company :

Kontrak Pembukaan Rekening Opening Account Contract

No. Formulir Pembukaan Rekening ("Formulir") / Account Opening Form ("Form") No.	No. Kontrak / Contract No.	Hari dan Tanggal / Day dan Date
<p>Kontrak Pembukaan Rekening Efek ("Kontrak") ini, yang merupakan satu Kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dengan Formulir dan Persyaratan dan Ketentuan Perdagangan Efek yang akan dibuat kemudian, dibuat dan ditandatangani oleh dan antara :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. PT SARIJAYA PERMANA SEKURITAS, suatu Perseroan Terbatas berkedudukan di Jakarta, beralamat/berkantor pusat di PermataBank Tower I Lantai 6, Jl. Jend. Sudirman Kav 27, Jakarta 12920 dan atau afiliasinya untuk selanjutnya disebut juga "Perusahaan". 2. Nasabah Perusahaan, yang datanya disebutkan pada Formulir untuk selanjutnya disebut juga "Nasabah". <p>Perusahaan dan Nasabah selanjutnya disebut sebagai "Para Pihak" sepakat untuk mengikatkan diri dalam Kontrak, dengan ketentuan dan persyaratan sebagai berikut :</p> <p>Dalam Kontrak ini yang dimaksud dengan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Efek adalah Surat berharga yaitu Surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti utang, Unit Penyertaan kontrak investasi kolektif, kontrak berjangka atas Efek dan setiap derivatif dari Efek, (vide UU No. 8 Tahun 1995 pasal 1). 2. Bursa Efek adalah Pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli Efek Pihak-Pihak lain dengan tujuan memperdagangkan Efek diantara mereka. (vide UU No 8 tahun 1995 pasal 1). 3. Hari Bursa adalah hari diselenggarakannya perdagangan efek dibursa mulai hari Senin sampai dengan Jum'at, kecuali hari tersebut merupakan hari libur nasional atau dinyatakan sebagai hari libur Bursa oleh Bursa. <p>Nasabah dengan ini memberikan kuasa kepada Perusahaan untuk :</p> <ol style="list-style-type: none"> A. Membuka dan memelihara rekening (-rekening) Efek atas nama Nasabah pada Perusahaan untuk maksud pembelian, penjualan, penukaran, penyerahan ataupun untuk maksud dilakukannya perbuatan-perbuatan hukum lain seumumnya atas, atau sehubungan dengan setiap dan segala jenis Efek. B. Mengoperasikan rekening (-rekening) tersebut sesuai dengan perintah dari Nasabah atau wakil/kuasanya yang sah. C. Menerima, menyerahkan atau menyimpan uang dan/atau Efek untuk dan atas nama Nasabah (apabila Nasabah tidak memiliki jasa kustodian tersendiri) D. Menerima, menyerahkan sejumlah uang dan/atau Efek yang ditransaksikan dari/kepada Bank Kustodi Nasabah untuk dan atas Nama Nasabah (apabila Nasabah memiliki jasa kustodian tersendiri.) E. Membuka, memelihara dan mengoperasikan sub rekening Efek atas nama Nasabah pada Lembaga Penyimpanan dan Penyelesaian ("LPP") untuk kepentingan Nasabah. F. Dapat menyerahkan uang dan/atau Efek Nasabah di Perusahaan dengan cara memindahkan/transfer uang dan/atau Efek Nasabah ke rekening jaminan (collateral) Perusahaan di Lembaga Kliring dan Penjaminan ("LKP") dan/atau LPP sepanjang uang dan/atau Efek tersebut tetap dicatat atas nama Nasabah. G. Menandatangani surat pesanan dalam hal perintah dilakukan secara lisan. Kuasa yang diberikan oleh Nasabah kepada Perusahaan untuk melakukan hal tersebut diatas, tidak diberikan dalam bentuk Surat Kuasa yang terpisah dan Nasabah dengan ini menyetujui pula bahwa setiap pembicaraan yang dilakukan oleh Nasabah dengan Perusahaan (dalam hal ini pejabat yang ditunjuk oleh Perusahaan) direkam oleh Perusahaan dan rekaman tersebut merupakan bukti yang sah dan mengikat Nasabah dan Perusahaan. 	<p><i>This Securities Account Opening, Contract ("Contract"), which is an integral part of the Form and the Trading Terms and Conditions to be made later, is made and signed by and between:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>PT SARIJAYA PERMANA SEKURITAS, a Limited Liability Company domiciled in Jakarta, which have an address in PermataBank Tower I 6th Floor, Jl. Jend. Sudirman Kav 27, Jakarta 12920 and/or its affiliate hereinafter referred to as "the Company".</i> 2. <i>The Client of the Company, which is mentioned in the form hereinafter referred to as the Client".</i> <p><i>The Company and The Client hereinafter retained to as "the Parties" have agreed add committed them selves in a Contract with Terms and Conditions as follows:</i></p> <p><i>In this Contract meant by :</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Securities shall mean promissory notes, commercial paper, shares, bonds, evidences of indebtedness, Participation Units of collective investment contract, futures contracts related to Securities, and all derivatives of Securities (vide Law No. 8 Year 1995 article 1).</i> 2. <i>Securities Exchange shall mean a Party that organizes and provides the system and or facilities that are used to unite sell and purchase offer of the other parties with purposes to trade securities among them (vide Law No. 8 Year 1995 article 1).</i> 3. <i>Exchange Day shall mean a day where the securities trading is organized in the exchange, starting from Monday up to Friday, except the day is a national holiday or stated as the Exchange holiday by the Exchange.</i> <p><i>The Client hereby grants a power of attorney to the Company:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> A. <i>To open and maintain Securities account(s) on behalf of the Client in the Company for the purpose of purchasing, selling, exchanging, transferring or for conducting other legal actions in general on, or in relations to each and all kinds of Securities.</i> B. <i>To operate the account (s) in accordance with the instruction of the Client or its proxy</i> C. <i>To receive, transfer or deposit money and/or Securities for and on behalf of the Client. (if the Client does not have its own custodian service)</i> D. <i>To receive/transfer money and Securities which is transacted from/to the Client's Custodian Bank for and on behalf of the Client. (if the Client has its own custodian service).</i> E. <i>To open, maintain and operate the Securities sub account in the name of the Client on the Depository and Settlement Agency ("LPP") for the interest of the Client.</i> F. <i>May assign the money and/or Clients Securities in the Company by transferring the money and/or Clients Securities to the Company's collateral account at the Clearance and Collateral Agency (LKP) and/or LPP as long as the money and/or Securities are remain recorded in the name of the Client.</i> G. <i>To sign the order letter if the order is made orally. The power of attorney provided by the Client to the Company to do the abovementioned act shall not be given in the form of separated power of attorney and the Client hereby agrees that each conversation which have been conducted between the Client and the Company (in this case the appointed official of the Company) shall be recorded by the Company and the record shall constitute as the legal and binding evidencé for the Client and the Company.</i> 	

H. Menagih, menerima dan mengumpulkan:

- i. Bunga yang didistribusikan/dibayarkan atas Efek milik Nasabah yang disimpan di Perusahaan, atau;
- ii. Efek, uang atau harta lain yang timbul berasal dari atau ditawarkan sebagai bonus, pengembalian (pembayaran kembali), Pemecahan, opsi atau lainnya sehubungan dengan Efek, dan mengkreditkannya ke rekening (-rekening) Nasabah (kecuali diinstruksikan/diperintahkan lain oleh Nasabah).

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, Nasabah dengan ini menunjuk dan membenarkan kuasa kepada Perusahaan dan Perusahaan dengan ini menerima penunjukan dan pemberian kuasa tersebut, untuk bertindak sebagai Kustodian atas setiap dan segala jenis Efek dan/atau uang dalam rekening (-rekening) Nasabah.

- I. Mengkreditkan setiap hasil penjualan, penukaran, atau penyerahan Efek atas nama Nasabah ke rekening (-rekening) Nasabah (kecuali diinstruksikan/diperintahkan lain secara tertulis oleh Nasabah).

- J. Mendebit rekening (-rekening) Nasabah untuk pembayaran dan/atau pelunasan komisi, biaya jasa perusahaan efek lain, pengeluaran biaya bea, ganti rugi, denda, penalti, provisi, pajak, biaya layanan jasa sub rekening, biaya penitipan, biaya lain dan penyelesaian segala kewajiban Nasabah kepada Perusahaan maupun pihak ketiga dan atau pihak lainnya.

- K. Mencairkan deposit, menjual jaminan (collateral) dan/atau Efek-Efek milik Nasabah (dan memperhitungkan hasil penjualan tersebut untuk kepentingan Nasabah dan Perusahaan) atas akibat antara lain dalam hal Nasabah melakukan cidera janji : gagal bayar, melebihi batas transaksi dan lain-lain. Kuasa yang diberikan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Kontrak ini dan karenanya tidak dapat dicabut dan tidak akan berakhir karena sebab-sebab yang tercantum dalam ketentuan pasal 1813, 1814 dan 1816 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Indonesia atau karena sebab apapun juga.

- L. Menyesuaikan, menggabungkan, mengkonsolidasikan atau menutup (tanpa harus menyebutkan suatu alasan apapun juga) rekening (-rekening) Nasabah pada Perusahaan dan melaksanakan kompensasi penjumlahan hak dan/atau kewajiban atau pemindahan jumlah kredit pada rekening (-rekening) tersebut untuk pelunasan setiap kewajiban, tanggung jawab atau hutang Nasabah kepada Perusahaan. Dalam hal penggabungan, konsolidasi, kompensasi penjumlahan hak dan/atau kewajiban atau pemindahan jumlah kredit tersebut diatas memerlukan atau mengharuskan konversi mata uang dari uang yang ada pada rekening (-rekening) tersebut, maka konversi tersebut akan dilaksanakan dengan kurs konversi yang berlaku dipasar untuk mata uang yang bersangkutan pada hari dilaksanakannya penggabungan, konsolidasi, kompensasi penjumlahan hak dan atau kewajiban atau pemindahan jumlah kredit tersebut sebagaimana yang ditentukan sendiri oleh Perusahaan.

Semua hal tersebut diatas beserta segala akibat dan kewajiban yang timbul adalah atas tanggungan dan resiko Nasabah. Dalam melaksanakan segala apa yang diminta atau dikuasakan berdasarkan Kontrak ini, Perusahaan dapat melaksanakannya sendiri ataupun melalui perusahaan lain, agen, mitra Perusahaan atau pihak lain yang dipilih oleh Perusahaan.

Nasabah dengan ini mengakui dan menyetujui bahwa rekening (-rekening) yang dibuka, dipelihara dan dioperasikan atas nama Nasabah akan dibuka, dipelihara dan dioperasikan oleh Perusahaan berdasarkan ketentuan dan syarat dibawah ini :

1. Setiap transaksi atas Efek yang dilakukan atas nama rekening (-rekening) Nasabah, penyelesaian transaksi dan perintah yang diberikan oleh Nasabah akan selalu terikat dan tunduk pada Undang-Undang , Peraturan-peraturan yang berlaku di Indonesia termasuk tetapi tidak terbatas pada ketentuan-ketentuan Pasar Modal, Bursa Efek, dan Lembaga yang berwenang menurut Peraturan Perundang-undangan yang berlaku ("Peraturan") dan tambahan-tambahan atau perubahan-perubahan yang telah dimasukkan ke Peraturan atau yang diumumkan kemudian, kebiasaan, kelaziman yang berlaku di yurisdiksi ataupun Bursa Efek dimana transaksi tersebut dilakukan dan pasal-pasal yang diatur dalam kontrak ini. Apabila Nasabah melanggar ketentuan yang diatur dalam pasal ini, maka Nasabah menyatakan bahwa Perusahaan tidak akan menanggung kerugian yang di derita oleh Nasabah yang disebabkan oleh hal-hal yang telah disebutkan diatas melainkan kerugian akan menjadi tanggung jawab Nasabah sepenuhnya termasuk pula kerugian yang disebabkan karena perubahan kebijaksanaan pemerintah dan/atau lembaga yang berwenang di bidang Pasar Modal.

H. To claim, receive and collect:

- i. Distributed/paid interest on the Securities of the Client which kept in the Company, or,
- ii. Securities, money and other properties which risen/originated from or offered as bonus, re-payment, dividing/splitting, options or other in relation to the Securities and to credit them into the Client's account(s) (unless determined/instructed otherwise by the Client).

In connection with the above matters, the Client hereby appoints and grants a power of attorney to the Company and the Company hereby accepts the appointment and the attorney, to act as Custodian of each and all kind of Securities and/or money in the Client account(s).

- I. To credit each proceed of the sales, exchanges or transfer of the Securities in the name of the Client into the Client's account(s) (unless instructed /ordered otherwise in writing by the Client).

- J. To debit the Client's account(s) for the payment and/or commissions settlement, fees of other Securities Companies, expenditure, duties, compensation, fine, penalty, provision, tax, sub account service fee, depository fee and other costs and settlement of all the Client's obligation to the Company or the third party and/or other party

- K. To liquidate deposits, to sell collateral and/or Securities of the Client (and to calculate the sales proceeds for the interest of Client and Company) on the consequences among other if the Client conduct an event of default; payment failure, exceeding transaction limit and others. This power of attorney is an integral part of this Contract and therefore it is irrevocably and shall not be terminated by causes as stated in article 18 13, 1814 and 1816 of Indonesian Civil Law Code or due to any other seasons.

- L. To adjust, unite, consolidate or close (without any obligation to mention any reason) the Client account(s) at the Company and to carry out/execute compensation by offsetting of rights and/or obligation or to transfer the credit amount into the account(s), for the settlement of all obligation, liabilities or dept of the Client to the Company In Case of unity consolidation, compensation offsetting rights and/or obligations or transferring the abovementioned credit amount, require or oblige currency conversion of the money in the account(s), the conversions shall be carried out based on the prevailing conversion exchange rate at the market for the currency in concerned on the day when conducting unite consolidation, compensation/settlement of right and/or obligations and transferring of the credit amount as determined by the Company.

Any matters as mentioned above including the entire out come and obligation are on the Client's responsibility and risk. In carrying out whatever requested or empowered based on this Contrac, the Company may carry out/execute it by it self or through the other company, agent(s), company partner(s) or other party (ies) which chosen by the Company.

The Client hereby acknowledges and agrees that the account(s) which is opened, maintained and operated in the name of the Client will be opened, maintained, and operated by the Company based on the following terms and conditions:

1. Each transaction on securities conducted in the name of the Client's account (S), transaction settlement and instruction as assigned by the Client shall be always subjected to the prevailing law, regulation in Indonesia, including but not limited to provision of capital market, Securities exchange and the competent institution according to the prevailing law regulations ("Regulation") and their addendum or amendment which have been included into the Regulation or announced later on, the prevailing custom in a jurisdiction Securities Exchange where the transaction is taken place and the provision of this article, then the Client declares that the Company shall not subject to any loss suffered by the Client as a result of the matter mentioned above rather it shall be entirely Client's responsibility and so any loss due to the amendment of the policy of the Government and/or Agency which has authority in capital market.

Nasabah wajib menyerahkan jaminan (collateral) kepada perusahaan, yang jumlahnya ditentukan oleh Perusahaan berdasarkan kebijakan Perusahaan yang dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu, untuk mendapatkan batas transaksi (Trading Limit) sebelum Nasabah memberikan perintah transaksi. Terlepas dari hal tersebut diatas, Nasabah wajib membayar setiap kekurangan dan melunasi setiap jumlah yang terhutang yang timbul dari suatu transaksi Efek atas nama rekening (-rekening) Nasabah, berikut kewajiban lain (jika ada) yang besarnya ditentukan oleh Perusahaan menurut kebijakan dan/atau ketentuan Perusahaan.

Paraf

2. *The Client obligates to submit collateral to the Company, which the amount of collateral determined by the Company based on the Company's policy that may change at anytime without prior notification, for obtaining Trading Limit before the Client assign an instruction. Notwithstanding the above matters, the Client obligate to pay/settle deficiency and pay of all outstanding incurred from the Securities transaction in the name of the Client's accounts, together with other obligation(s) (if any) which is amount determined by the Company according to the Company's policy and provisions.*

Setiap perintah Nasabah, dapat disampaikan secara lisan dan/atau secara tertulis dalam bentuk surat pesanan, melalui media elektronik, dan/atau media komunikasi lain untuk perdagangan Efek termasuk tetapi tidak terbatas pada perdagangan Efek jarak jauh (remote trading), perdagangan Efek secara on-line (on-line trading), perdagangan melalui internet (internet trading), perdagangan Efek secara mobile (mobile trading), melalui sistem elektronik yang telah ditentukan oleh Perusahaan, tidak dibatasi oleh batas-batas wilayah dan/atau negara kepada karyawan yang berwenang di Perusahaan. Jika perintah Nasabah disampaikan secara lisan, Perusahaan berhak untuk meminta surat pesanan, baik yang akan maupun yang sudah dilaksanakan transaksinya dan nasabah wajib untuk memberikan surat pesanan tersebut.

3. *Each Client's instruction, may be given orally and/or in writing in the form of order letter through an electronic media and/or other communication media for the Securities trading including but not limited to remote trading, on-line trading, internet trading, mobile trading, through electronic system which have been determined by the Company, not restricted by area and/or state borders to the authorized employees in the Company. If the Client's instruction is submitted orally, the Company shall be entitled to have the order letter either its transaction of which it will or have been executed and the Client obligate to assign the order letter in concerned.*

Berkenaan dengan perintah Nasabah yang disampaikan melalui media elektronik atau media komunikasi lain dan/atau sistem elektronik yang ditentukan oleh Perusahaan, Nasabah dengan ini menyatakan bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran data perintah yang disampaikan atau ditujukan kepada perusahaan, berdasarkan data perintah yang diterima oleh sistem komputer Perusahaan dan karenanya diakui oleh Nasabah tanpa diperlukan tanda tangan Nasabah dan merupakan satu - satunya bukti tertulis yang sah dan mengikat Nasabah dan perusahaan.

Paraf

4. *In connection with the Client's instruction submitted through an electronic media or other communication media and/or electronic system which is determined by the Company, the Client hereby declares to be responsible on validity and correctness of the instruction data submitted or addressed to the Company based on the instruction data received by the computer system of the Company and therefore it is acknowledged by the Client without necessarily for Client's signature and constituting as the only valid evidence and binding the Client and the Company.*

Perusahaan berdasarkan kebijakan sendiri dapat menentukan suatu transaksi Efek atas perintah Nasabah untuk rekening (-rekening) Efek Nasabah atau atas nama Nasabah melalui Bursa Efek, Perusahaan Efek lain, dilaksanakan melalui media elektronik dan/atau media komunikasi lain termasuk tetapi tidak terbatas pada perdagangan efek jarak jauh (remote trading), perdagangan melalui internet (internet trading), perdagangan Efek secara on-line (on-line trading) dan perdagangan Efek secara mobile (mobile trading) dan/atau melalui sistem elektronik lain yang telah ditentukan oleh Perusahaan, tidak dibatasi oleh batas - batas wilayah dan/atau negara.

5. *The company based on its own discretion may determine a Securities transaction based on the Client instruction for the Client Securities account(s) or in the name of Client through Securities Exchange, other securities company, executed through electronic media, and /or other communication media including but not limited to the remote trading, internet trading, online trading and mobile trading and/or through the other electronic system which have been determined by the Company, not restricted by area and/or state borders.*

Perusahaan (termasuk disini: direksi, karyawan, wakil atau kuasa Perusahaan) dapat tetap melaksanakan transaksi atas nama Perusahaan dan dapat pula mengambil posisi lawan terhadap instruksi atau perintah Nasabah, baik untuk kepentingan perusahaan atau kepentingan Nasabah lain dari perusahaan.

Paraf

6. *The Company (including the board of Directors, employees, representative or proxy of the Company) may remain to carry out/execute the transaction in the name of the Company and may also take position contrary to the instruction or order of the Client, both for the Company's interest or other Client's interest of the Company.*

Dalam hal suatu transaksi tetap dilaksanakan walaupun Nasabah telah membatalkan pesannya, maka Nasabah tetap bertanggung jawab atas transaksi yang bersangkutan kecuali transaksi dilaksanakan 30 (tiga puluh) menit atau lebih sesudah perintah pembatalan pesanan diterima oleh Perusahaan untuk transaksi Efek yang dilakukan di Indonesia, atau 24 (dua puluh empat) jam atau lebih sesudah perintah pembatalan pesanan diterima yang dilakukan diluar negeri.

7. *In case the transaction remains to be carried out although the Client has canceled its order, then the Client shall remains responsible on the transaction except the transaction is carried out 30 (thirty) minutes or more after cancellation instruction received by the Company for Securities transaction in Indonesia, or 24 (twenty four) hours or more after receiving the cancellation instruction conducted abroad.*

Uang dan/atau Efek dalam Rekening Efek atas nama Nasabah dapat disimpan dalam Rekening Efek pada Bank Kustodian atau LPP atas nama Perusahaan untuk kepentingan Nasabah yang bersangkutan dengan biaya yang ditanggung oleh Nasabah, sepanjang terdapat catatan dalam Rekening Efek pada Bank Kustodian atau LPP tersebut bahwa uang dan/atau Efek dimaksud dimiliki oleh nasabah.

Paraf

8. *Money and/or Securities in the Securities account in the name of the Client may be kept in the Securities account at Custodian Bank or LPP in the name of the Company for the interest of the Client upon the expenses born by the client, as far/long as there is a registration in the Securities account at custodian Bank or LPP that the money and/or Securities referred to are possessed by the Client.*

Untuk kepentingan rekening (-rekening) Nasabah pada Perusahaan, Perusahaan berhak untuk membeli Efek (antara lain guna menutup saldo negatif Efek) dengan menggunakan uang yang ada pada rekening (-rekening) Nasabah tersebut ataupun menjual Efek yang ada pada rekening (-rekening) tersebut dan menggunakan hasil penjualan tersebut untuk menutupi saldo negatif dana Nasabah. Apabila dalam hal dana menunjukkan saldo negatif dalam Rekening Efek Nasabah dan terhadap hal tersebut diperlukan dana tanpa menghilangkan jumlah Efek yang terdapat pada Rekening Efek Nasabah, Perusahaan dapat menggunakan Efek dalam Rekening Efek Nasabah tersebut sebagai jaminan atas kredit bank atau lembaga keuangan lainnya.

Paraf

9. *For the interest of the Client's account(s) in the Company, the Company shall be entitled to purchase Securities (among other to cover Securities negatif balance) by using the existing money in the Client's account(s) or to sell the Securities existing in the Client's account(s), and to use the sales proceeds to cover the negative balance of the Client's fund. In case the fund indicate negative balance in the Securities account of the Client and toward that matter, it is necessary to have fund without eliminating the amount of the Securities which available in the securities account of the Client, the Company may use the securities in the Client Securities account concerned as a collateral on the bank credit or other financial Institution.*

0. Terhadap Perusahaan, Nasabah wajib membayar dan menyelesaikan semua kewajiban dan biaya (jasa) lain, termasuk tetapi tidak terbatas pada komisi, bunga, pajak, biaya administrasi, biaya korespondensi, bea, denda, biaya layanan jasa dan/atau biaya penitipan yang dikenakan sehubungan dengan transaksi Efek yang dilakukan atas nama rekening (-rekening) Nasabah, pembukaan, pemeliharaan, pengoperasian, penutupan rekening (-rekening) Nasabah, pembukaan, pemeliharaan dan pengoperasian sub rekening Efek baik yang telah maupun yang akan ditetapkan kemudian oleh Perusahaan dan Lembaga yang berwenang. Pembayaran tersebut harus dilaksanakan oleh Nasabah sesuai dengan waktu dan cara pembayaran yang ditentukan dalam tagihan Perusahaan. Perusahaan dapat dari waktu ke waktu mengubah dan memberitahukannya kepada Nasabah, besarnya kewajiban dan biaya jasa lain tersebut. Nasabah juga wajib mengganti seketika saat ditagih, semua biaya jasa dan pengeluaran yang ditanggung oleh Perusahaan dan/atau pihak lain yang ditunjuk/digunakan oleh Perusahaan sehubungan dengan :

Paraf

10. *The Client obligates to pay and settle to the Company, all obligation and other costs (service) including but not limited to commission, interest, tax, administration fee, correspondence fee, duty, penalty, service fee and/or depository fee which are imposed in relation to the securities transaction carried in the name of the Client's account(s), the opening, the maintenance, the operation, the closing of the Client account(s), the opening, the maintenance and the operation of the Securities sub account which has been or shall be stipulated later by the Company or the competent institutions. The payment has to be made by the Client in accordance with the time schedules and payment method which is determined in the Company's invoice. The Company may, from time to time, modify and notify the Client, the amount of the other obligations and service fees. The Client also obligate to pay immediately when being claimed all service fees and expenditure borne by the Company and/or other party which is appointed/used by the Company in relation with:*

- i. Transaksi Efek yang dilakukan atas nama rekening (-rekening) Nasabah;
- ii. Pembukaan, pemeliharaan, pengoperasian dan penutupan rekening (-rekening) atas nama Nasabah ataupun;
- iii. Pembukaan, pemeliharaan dan pengoperasian sub rekening Efek.

- i. *The Securities transaction conducted in the name of the Client's account(s);*
- ii. *The Opening, the maintenance, the operation and the closing of the account(s) in the name of the Client or;*
- iii. *The Opening, the maintenance and the operation of the Securities sub account.*

1. Apabila Nasabah tidak dapat melakukan pembayaran atas segala biaya termasuk tetapi tidak terbatas pada biaya layanan jasa sub rekening Efek, pajak dan biaya penitipan yang timbul sehubungan dengan proses pembukaan, pemeliharaan dan pengoperasian sub rekening Efek, Perusahaan berhak untuk melakukan penutupan atas sub rekening Efek milik Nasabah yang ada di LPP dengan atau tanpa melakukan pemberitahuan terlebih dahulu kepada Nasabah.

Paraf

11. *In case of the Client cannot pay all fees including but not limited to Securities sub account service fee, tax and depository fee and connection with the process of the opening, the maintenance and the operation of the Securities sub account, the Company has a right to close the Securities sub account owned by the Client in LPP with or without giving a prior notification to the Client*

2. Untuk kepentingan Perusahaan, maka Nasabah dengan ini menjaminkan Efek dan/atau uang dalam rekening (-rekening) Nasabah pada Perusahaan sebagai jaminan pelunasan dan penyelesaian segala kewajiban Nasabah kepada Perusahaan.

Paraf

12. *For the Company's interest, the Client hereby pledges the Securities and/or money in the Client's account (s) at the Company as the collateral of the payment and settlement of all Client's obligation to the Company.*

3. Berdasarkan Peraturan yang berlaku, Nasabah wajib memiliki sub rekening Efek di LPP. Nasabah dengan ini menyatakan membebaskan Perusahaan dari segala tuntutan hukum dan/atau finansial atas :

Paraf

13. *Based on the prevailing Regulation, the Client obligates to have the Securities sub account in LPP. The Client hereby declares that the Client releases the Company from all legal and/or financial suit for:*

- i. dibukanya sub rekening Efek di LPP dan/atau pemberian data-data dan informasi milik Nasabah kepada LPP;
- ii. penyalahgunaan atau pengungkapan atas data-data dan informasi serta aktivitas transaksi yang berkaitan dengan sub rekening Efek yang dilakukan oleh staff, karyawan, maupun pihak lainnya dari LPP; dan/atau;
- iii. transaksi dan/atau aktivitas di sub rekening Efek milik Nasabah.

- i. *the opening of the Securities sub account and/or the grant of the data and information owned by the Client in LPP,-*
- ii. *the misuse or the disclosure of the data and information and transaction activities in connection with the Securities sub account which conducted by staff or the other party of LPP,- and/or;*
- iii. *transaction and/or activities in the Securities sub account owned by the Client.*

Perusahaan akan memberikan upaya terbaiknya untuk melaksanakan setiap perintah Nasabah sehubungan dengan pengoperasian rekening (-rekening) atas nama Nasabah atau melaksanakan transaksi (-transaksi) atas nama Nasabah atau atas nama rekening (-rekening) Nasabah. Namun demikian, Nasabah dengan ini membebaskan Perusahaan dan segala tanggung jawab dan kewajiban apapun dalam hal :

Paraf

14. *The Company shall endeavor its best efforts to carry out/execute each Client's instruction in relation to the account(s) operation in the name of the Client or to execute transaction(s) in the name of the Client or in the name of the Client's account(s). However the Client hereby releases the Company from all responsibilities and obligations in the case of:*

- i. Perusahaan tidak dapat atau gagal melaksanakan Instruksi atau perintah Nasabah karena pelarangan oleh pemerintah, pengaturan oleh Bursa Efek, perubahan peraturan perundang-undangan, penghentian perdagangan, kegagalan sistem perdagangan, gangguan dalam jaringan komunikasi, gangguan dalam sistem elektronik, perang, pemogokan atau sebab-sebab lain diluar kekuasaan Perusahaan;
- ii. Terdapat kerugian yang timbul sebagai akibat dari transaksi dan/atau penyelesaiannya yang mengalami keterlambatan, kesalahan, penundaan, pembatalan, kegagalan yang disebabkan, diumumkan, dilakukan oleh dan/atau melalui Lembaga yang berwenang menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku pada saat terjadinya transaksi dan/atau yang diumumkan kemudian;
- iii. Terjadi kelalaian atau kealpaan yang tidak disengaja dan/atau tidak dilandasi oleh itikad buruk Perusahaan (termasuk disini : direksi, karyawan, wakil, atau kuasa Perusahaan);

- i. *The Company fails to carry out/execute the Client's instruction or order which caused of the Government's prohibition, regulation of Securities Exchange, the changes of legislations, trading suspension, trading system failure, communication network disturbance, electronic system disturbance, war, strike or other matter which beyond the company's control;*
- ii. *There are losses risen as a result of the transaction and/or settlement, which are experiencing delay, fault, cancellation, suspension, failures which are caused, announced, carried out by and/or the competent institution according to the prevailing law regulations at the time of the transaction and/or announced later on;*
- iii. *There is a negligence or unintentional failure and/or not based on bad faith of the Company (including the board of Directors, employees, representative or proxy of the Company);*

iv. Keterlambatan dalam penentuan/pembentukan harga ataupun pelaksanaan transaksi, khususnya yang dikarenakan oleh keterbatasan fisik dilantai bursa, dan/atau sistem perdagangan yang tersedia atau perubahan harga Efek yang cepat, yang mengakibatkan suatu transaksi dilaksanakan tidak pada harga yang dimintakan pada suatu waktu tertentu atau harga terbaik atau harga pasar.

Karenanya, Nasabah dengan ini pula setuju untuk menerima dan terikat pada transaksi (-transaksi) yang telah dilaksanakan dalam keadaan (-keadaan) tersebut.

15. Dalam hal Perusahaan menutup (tanpa harus menyebutkan suatu alasan apapun juga) rekening (-rekening) Nasabah pada Perusahaan atau dalam hal kuasa dan kontrak ini dibatalkan oleh Nasabah, maka Perusahaan berhak (namun tidak berkewajiban) untuk :

- i. Membatalkan semua atau sebagian perintah yang telah diterima namun belum terlaksana, dan/atau;
- ii. Menutup semua atau sebagian kontrak enters Perusahaan dan Nasabah dan/atau;
- iii. Melakukan segala hal yang perlu untuk menutup saldo negatif Efek pada Perusahaan, baik dengan menjual maupun membeli Efek yang ada dalam rekening (-rekening) Nasabah pada Perusahaan, dan/atau;
- iv. Menjual seluruh atau sebagian Efek yang ada dalam rekening (rekening) Nasabah pada Perusahaan dengan harga yang dianggap baik oleh Perusahaan, dan/atau;
- v. Membeli Efek yang diperlukan atau dianggap perlu oleh Perusahaan atas resiko, beban, dan tanggung jawab Nasabah untuk memenuhi kewajiban penyerahan sehubungan dengan penjualan Efek tersebut yang telah dilakukan atas nama rekening (-rekening) tersebut.

16. Dalam memperhitungkan hak dan kewajiban Nasabah yang melakukan transaksi Efek untuk hari yang sama, Perusahaan akan melakukan :

- i. Penjumlahan (offsetting) transaksi beli dan jual Nasabah baik untuk Efek-Efek yang sama maupun berbeda dalam rangka memperhitungkan hak dan kewajiban penyelesaian uang Nasabah terhadap Perusahaan;
- ii. Penjumlahan (offsetting) transaksi beli dan jual Nasabah hanya terhadap Efek-Efek yang sama dalam rangka memperhitungkan hak dan kewajiban penyelesaian Efek Nasabah terhadap Perusahaan.

17. Perusahaan akan memberikan konfirmasi transaksi pada hari bursa yang sama melalui media komunikasi dan/atau media elektronik sebagaimana tersebut di dalam Formulir dan Nasabah dengan ini menyetujui bahwa konfirmasi yang diberikan oleh Perusahaan melalui media komunikasi dan/atau media elektronik tersebut adalah merupakan konfirmasi tertulis yang bersifat akurat dan benar, dan tidak dapat diganggu gugat akurasi dan kebenarannya serta mengikat bagi Nasabah kecuali jika Nasabah tidak menyetujui isi konfirmasi transaksi tersebut maka Nasabah sudah harus memberitahunya kepada Perusahaan secara tertulis selambat-lambatnya pukul 10.00 WIB pada satu (1) hari bursa berikutnya. Jika dalam waktu tersebut tidak terdapat sanggahan dari Nasabah, maka Nasabah dianggap telah menyetujui isi konfirmasi tersebut.

18. Berkenaan dengan pasal 17 tersebut diatas, Perusahaan dapat melakukan koreksi atas konfirmasi transaksi yang telah diberikan oleh Perusahaan. Perusahaan selanjutnya akan membuat dan memberitahukan suatu konfirmasi transaksi terbaru kepada Nasabah.

19. Perusahaan dapat menyampaikan pemberitahuan mengenai posisi rekening (rekening) Nasabah melalui media komunikasi dan/atau media elektronik sebagaimana tersebut di dalam Formulir dan Nasabah dengan ini menyetujui bahwa pemberitahuan mengenai posisi rekening (-rekening) Nasabah yang diberikan oleh Perusahaan melalui media komunikasi dan/atau elektronik tersebut adalah merupakan konfirmasi tertulis yang bersifat akurat dan benar, dan tidak dapat diganggu gugat akurasi dan kebenarannya serta mengikat bagi Nasabah kecuali terdapat koreksi atas pemberitahuan mengenai posisi rekening (-rekening) Nasabah yang telah diberikan oleh Perusahaan. Perusahaan selanjutnya akan membuat dan memberitahukan sesuatu pemberitahuan mengenai posisi rekening (-rekening) terbaru kepada Nasabah.

iv. Delay on determining/stipulating the price or the implementation of the transaction, particularly which is caused by physical limitation in the exchange floor, and/or the availability of the trading system or the fast securities price changing, causing the transaction executed not in the requested price at a certain time or time or at the best price or market price.

Therefore, the Client hereby also agrees to receive and committ to the transaction(s), which have been carried out in such condition(s).

15. In case the Company (without any obligation to mention its reason) close the Client's account(s) at the Company or in case the power of attorney and this Contract is canceled by the Client, the Company shall be entitled (but not obligate):

- i. To cancel all or a part of Instruction which have been received, however they have not been carried out/executed, and/or;
- ii. To close all or a part of the Contract between the Company and the Client, and/or;
- iii. To carry out any matters, which shouldbe conducted to cover negative balance of the Securities in the company, either by selling or purchasing the existing Securities in the Client account(s) at the Company, and/or;
- iv. To sell all or a part of the existing Securities in the Client's account(s) at the Company on the considered best price, and/or;
- v. To purchase the Securities needed or deemed necessary by the Company on the risks, expenses and responsibilities of the Client to meet its obligation of transfer in relation to the Securities purchase, which have been carried out in the name of the account(s).

16. In calculating the rights and obligations of the Client's conducting Securities transaction in the same day the Company shall conduct:

- i. Offsetting the purchasing and selling transaction of the client toward the same Securities as well as for the different Securities for the purpose of calculating the rights and obligations of the Client's money settlement to the Company.
- ii. Offsetting the purchasing and selling transaction of the client toward the same Securities for the purpose of calculating the rights and obligations of the Client's Securities settlement to the Company.

17. The Company shall give the confirmation of the transaction at the same exchange day trough the communication and/or electronic media as mentioned in the Form and the Client hereby agrees that the confirmation provided by the Company through the communication and/or electronic media shall constitute as a written confirmation which accurate and correct, and it shall not be revoked and shall be bound the Client except if the Client disagree on the contents of the transaction confirmation, then the Client should have already notified to the Company in writhing at the latest at 10.00 VVIB, on the next exchange day. In case whlthin such period there is no objection from the Client, the Client shall be considered have already agreed to the contents of the confirmation

18. In connection with article 17 above, the Company may undertake correction toward the transaction confirmation that has been given by the Company. Henceforth, the Company will make and notify the newest transaction confirmation to the Client.

19. The Company may deliver the notification regarding the position of the Client's account(s) through the communication and/or electronic media as mentioned in the Form and the Client hereby agrees that the notification regarding the position of the Client's account(s) provided by the Company through the communication and/or electronic media shall constitute as a written confirmation which accurate and correct, and it shall not be revoked and shall be bound the Client except there is a correction toward the notification regarding the position of the Client's account(s) provided by the Company. Henceforth, the Company will make and notify the notification regarding the newest position of the Client's account(s) to the Client.

20. Catatan dan pembukuan Perusahaan sehubungan dengan rekening (-rekening) Nasabah merupakan bukti yang lengkap dan mengikat Para Pihak mengenai jumlah mutasi kredit, debit, atau hak dan kewajiban yang melekat pada rekening (-rekening) tersebut. Para
20. *Notes and book keeping/record of the Company in relation to the Client account(s) constitute as a complete evidence and shall be bound the parties in the matters of the credit amount mutation, debit or rights and obligations attached to the account(s).*
21. Nasabah wajib menyampaikan dengan segera dan secara tertulis kepada Perusahaan setiap perubahan data atau informasi yang telah disampaikan dalam Formulir dan Perusahaan tidak bertanggung jawab apabila ada kerugian yang diderita oleh Nasabah yang disebabkan tidak disampainya perubahan data atau konfirmasi yang tercantum dalam Formulir.
21. *The Client obligates to submit immediately in writing to the company each amendment to the data or information which have been submitted in the Form and the Company shall not be liable if there is loss suffered by the Client because of no notification on the change of the data or information stated in the Form.*
22. Setiap korespondensi yang ditujukan kepada Nasabah cukup disampaikan pada alamat Nasabah sebagaimana disebutkan dalam Formulir (kecuali) apabila alamat Nasabah berubah maka perubahan tersebut haruslah diberitahukan secara tertulis dan pemberitahuan perubahannya telah diterima dalam bentuk tertulis oleh Perusahaan dan dianggap telah diterima oleh Nasabah sendiri dalam 1 (satu) hari bursa setelah dilakukan pengirimannya oleh Perusahaan.
22. *Each correspondence submitted to a Client shall sufficiently addressed to the Client's address as mentioned in the Form (except if the Client's address has been changed, it should be notified in writing and the notification should be received by the Company in writing and the considered to be received by the Client within 1 (one) exchange day after delivered by the Company*
23. Dalam hal suatu rekening pada Perusahaan dibuka atas nama bersama dua atau lebih Nasabah, maka segala ketentuan dan syarat Kontrak ini berlaku dan mengikat para Nasabah secara tanggung renteng, dan karenanya Perusahaan berhak untuk melaksanakan suatu kuasa, hak, atau upaya hukum yang dimilikinya berdasarkan Kontrak ini maupun ketentuan hukum yang berlaku terhadap salah satu, sebagian atau semua Nasabah tersebut.
23. *In case an account at the Company opened on a joint name of two or more Clients, then all term we conditions of this Contract shall be effective and bound the Client in pro rate, and therefore the Company shall entitled to carry out/execute the power of attorney, rights or legal effort possessed based on this Contract of the prevailing law provision toward one, a part or all Clients.*
24. Keterlambatan Perusahaan untuk melaksanakan suatu kuasa, hak, atau upaya hukum yang dimilikinya berdasarkan Kontrak ini maupun ketentuan hukum yang berlaku tidak merupakan dan tidak dapat dianggap sebagai pelepasan atau pengesampingan atas kuasa, hak, atau upaya hukum tersebut.
24. *The Company's delay to exercise the power of attorney right and legal effort possessed based on this Contract or the prevailing law provisions shall not constitute and being considered as the release or discharge on the power of attorney, right and legal action concerned.*
25. Jika suatu ketentuan atau syarat dalam Kontrak ini dinyatakan tidak berlaku oleh suatu putusan pengadilan atau kekuasaan yang berwenang, atau menjadi tidak berlaku berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku, maka ketentuan dan syarat (-syarat) lain yang bukan termasuk yang dinyatakan tidak berlaku tersebut dalam Kontrak ini tidaklah terpengaruh dan tetap mengikat Para Pihak.
25. *In case a term or condition in this Contract is stated invalid by the court judgment or the competent authority, or inapplicable based on the prevailing law provision, the other term and condition(s) that which is not stated invalid this Contract shall not be affected and remain be effective for the Parties.*
26. Setiap perubahan dan/atau tambahan atas peraturan dan/atau kebijakan Perusahaan yang dapat berhubungan dengan rekening (-rekening) Nasabah, Nasabah dengan ini menyetujui dan tunduk pada setiap perubahan dan/atau tambahan atas peraturan dan/atau kebijakan Perusahaan yang disampaikan oleh Perusahaan dengan cara, antara lain melalui pengumuman yang diumumkan baik di kantor (-kantor) Perusahaan dan/atau kantor (-kantor) mitra Perusahaan. Para
26. *Any amendment and/or addition to the regulation and/or the Company's policy which may related to the Client's account(s), hereby the Client agrees and the subjected to every amendment and/or addition to the regulation and/or the Company's policy which assigned by the Company in the manner, inter alia through the announcement which notified in the Company's office(s) and/or the Company partner office(s).*
27. Segala Perubahan terhadap ketentuan dalam Kontrak ini akan dituangkan dalam suatu Addendum yang akan ditandatangani oleh Para Pihak dan menjadi suatu kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dari Kontrak ini. Perubahan tersebut mengikat Para Pihak sejak tanggal berlakunya.
27. *Any amendment to the provisions in this Contract will be stated in an Addendum which is signed by the Parties and constituting as an integral part of this Contract The amendment shall be binding to the parties since its effective date.*
28. Segala sesuatu yang belum diatur dalam Kontrak ini akan diatur lebih lanjut oleh Perusahaan. Para
28. *Any matter which has not been stipulated in this Contract shall be stipulated later by the Company*
29. Perusahaan dapat mengakhiri atau menghentikan Kontrak ini setiap saat secara sepihak dengan/atau tanpa alasan apapun. Perusahaan dan Nasabah dengan ini melepas ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam pasal 1266 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Indonesia dan Nasabah dengan ini melepas ketentuan yang terdapat dalam pasal 1267 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Indonesia. Para
29. *The Company may unilaterally terminate this Contract at anytime with or without any reason. The Company and the Client hereby waive the provisions in Article 1266 of Indonesian Civil Code and hereby the Client waives the terms as stated in Article 1267 of Indonesian Civil Code.*
30. Kontrak ini diatur dan harus ditafsirkan berdasarkan hukum negara Republik Indonesia. Kontrak ini dibuat dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, yang merupakan terjemahan dari bahasa Indonesia. Apabila terjadi perbedaan penafsiran diantara keduanya maka yang berlaku adalah penafsiran dalam bahasa Indonesia.
30. *This Contract shall be regulated and construed based on the Law of the Republic of Indonesia. This Contract shall be made in Indonesian language and English as the translation of Indonesian language version. If there is a difference on interpretation among them, then the interpretation in Indonesian language shall be prevail.*
31. Segala Perselisihan yang timbul mengenai dan atas pelaksanaan dari Kontrak ini, Para Pihak sepakat untuk menyelesaikan secara musyawarah untuk mufakat. Apabila Perselisihan tersebut tidak dapat diselesaikan dengan cara musyawarah untuk mufakat, maka Para Pihak sepakat untuk menyalakan perselisihan tersebut pada Pengadilan Negeri Jakarta Selatan di Jakarta, dengan tidak mengurangi hak Perusahaan untuk mengajukan tuntutan hukum terhadap Nasabah kepada Pengadilan lainnya.
31. *Any disputes arisen between the parties regarding and as a result of the execution of this Contract, the Parties agree to settle the dispute amicably ("Musyawarah untuk Mufakat"). In the event that the disputes cannot be settled amicably, the Parties agree to submit the abovementioned dispute to the South Jakarta District Court in Jakarta, without reducing the right or the Company to submit the legal suit toward the Client to the other Court..*

32. Nasabah dengan ini pula menyatakan :

- i Mengerti dan menyadari sepenuhnya bahwa pembelian, penjualan, penukaran, penyerahan ataupun untuk maksud dilakukannya perbuatan-perbuatan hukum lain seumumnya atas atau sehubungan dengan setiap dan segala jenis Efek mengandung resiko yang dapat menyebabkan Nasabah mengalami kerugian ataupun kehilangan uang yang diinvestasikannya;
- ii Bahwa semua data dan informasi yang disampaikan dalam Formulir adalah lengkap, tepat dan akurat;
- iii Telah membaca dan memahami sepenuhnya Isi dari Kontrak Ini dan setuju untuk tunduk dan terikat pada ketentuan dan syarat Kontrak ini, dan;
- iv Bahwa Nasabah mempunyai kewenangan penuh untuk menandatangani Kontrak ini dan tidak ada pihak lainnya yang berhak atau mempunyai kepentingan atas rekening (-rekening) yang dibuka, dipelihara dan dioperasikan oleh Perusahaan berdasarkan Kontrak ini.

Paraf

32. The Client hereby also declares:

- i. Understand and fully realize that purchasing, sales, exchange, transfer or for the purpose to carry out other legal actions in general or in relation to each or all kinds of the Securities shall contain risk which may cause the Client suffer a loss or shortfall to client's invested fund;
- ii. That all date and information submitted in the Form are complete, true and accurate;
- iii. After having read and fully understand the contents of this Contract and agree to commit and bind to the terms and conditions of this Contract; and,
- iv. That the Client has full authority to sign this Contract and there is no other party who is entitled and has interest on the account(s) to be opened, maintained and operated by the Company based on this Contract.

33. Kontrak ini berlaku dan mengikat Para Pihak sejak Kontrak ini ditandatangani oleh Para Pihak.

33. This Contract is applicable and binding to the Parties since this Contract is signed by the Parties.

Kontrak ini ditandatangani oleh Para Pihak pada hari dan tanggal tersebut diatas.

This Contract is signed by the Parties on the day and date as mentioned above.

PT SARIJAYA PERMANA SEKURITAS

NASABAH/Client

Meterai

Nama / Name

Nama / Name

Nama / Name

Jabatan / Title

Jabatan / Title



SARIJAYA
SECURITIES

LENDER FORM

A. Data Nasabah

Nama Nasabah: _____	Asal Nasabah : <input type="checkbox"/> Kantor Pusat <input type="checkbox"/> Cabang : _____
No. Rekening Lender di PT Sarijaya: _____	Jenis Rekening: <u>Lender</u>

B. Data Investasi

Jenis Setoran Investasi: <input type="checkbox"/> Investasi Baru	<input type="checkbox"/> Perpanjangan Investasi yang ke _____
Jumlah Dana Investasi: Rp. _____	Tingkat Bunga Pengembalian: Gross : _____ % Net : _____ %
Rollover Pokok Dana Investasi untuk jangka waktu _____ bulan	
Tanggal Masuk Dana: <input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>	Tanggal Jatuh Tempo: <input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>

C. Data Pemberi Referensi

Nama Pemberi Referensi: _____	Komisi Pemberi Referensi: <u>0,5</u> % /thn
-------------------------------	---

D. Tata Cara Pembayaran Bunga

Pembayaran bunga dilakukan pada tanggal 1 (satu) setiap bulan-nya (pada hari kerja berikutnya apabila tanggal 1 tersebut bertepatan dengan hari libur Nasional / Bursa) dengan cara :

- Rollover Bunga ke Rekening Lender Nasabah di Perusahaan
- Dikreditkan langsung ke salah satu Rekening Nasabah di Perusahaan dengan melampirkan surat kuasa / Standing Instruction.
- Ditransfer ke Rekening Nasabah di luar Perusahaan berdasarkan instruksi Nasabah dengan melampirkan Surat Kuasa (Standing Instruction) ke:

 Bank : _____ Cabang: _____

 Atas Nama : _____

 No. Rekening : _____

E. Tata Cara Pembayaran Pokok dana Investasi

Ditisi oleh CSR pada "Periode Rentang Jatuh Tempo" (Setelah pemberitahuan peringatan tanggal jatuh tempo sampai dengan tanggal jatuh tempo)

Pembayaran Pokok dana Investasi dilakukan dengan cara :

- Dikreditkan langsung ke Rekening Lender Nasabah di Perusahaan.
- Ditransfer ke Rekening Nasabah di luar Perusahaan (dengan menggunakan formulir penarikan dana)

_____/_____/_____
 Dibuat oleh : Diketahui oleh : Disetujui oleh :

 CSR Head of CSR Head Sales/BM/SM Dir. Marketing Dir. Treasury



SARIJAYA
SECURITIES

LENDER FORM

A. Data Nasabah

Nama Nasabah:	Asal Nasabah : <input type="checkbox"/> Kantor Pusat <input type="checkbox"/> Cabang : _____
No. Rekening Lender di PT Sarijaya:	Jenis Rekening:

B. Data Investasi

Jenis Setoran Investasi: <input type="checkbox"/> Investasi Baru	<input type="checkbox"/> Perpanjangan Investasi yang ke _____
Jumlah Dana Investasi: Rp. _____	Tingkat Bunga Pengembalian: Gross : _____ % Net : _____ %
Rollover Pokok Dana Investasi untuk jangka waktu : _____ bulan	
Tanggal Masuk Dana: <input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>	Tanggal Jatuh Tempo: <input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>

C. Data Pemberi Referensi

Nama Pemberi Referensi:	Komisi Pemberi Referensi: _____ % /thn
-------------------------	--

D. Tata Cara Pembayaran Bunga

Pembayaran bunga dilakukan pada tanggal 1 (satu) setiap bulan-nya (pada hari kerja berikutnya apabila tanggal 1 tersebut bertepatan dengan hari libur Nasional / Bursa) dengan cara :

- Rollover Bunga ke Rekening Lender Nasabah di Perusahaan
- Dikreditkan langsung ke salah satu Rekening Nasabah di Perusahaan dengan melampirkan surat kuasa / Standing Instruction.
- Ditransfer ke Rekening Nasabah di luar Perusahaan berdasarkan instruksi Nasabah dengan melampirkan Surat Kuasa (Standing Instruction) ke:

Bank : _____ Cabang: _____

Atas Nama : _____

No. Rekening : _____

E. Tata Cara Pembayaran Pokok dana Investasi

Ditrs oleh CSR pada "Periode Rentang Jatuh Tempo" (Setelah pemberitahuan pengalihan tanggal jatuh tempo sampai dengan tanggal jatuh tempo)

Pembayaran Pokok dana Investasi dilakukan dengan cara :

- Dikreditkan langsung ke Rekening Lender Nasabah di Perusahaan.
- Ditransfer ke Rekening Nasabah di luar Perusahaan (dengan menggunakan formulir penarikan dana)

_____/_____/_____
Dibuat oleh :

Diketahui oleh :

Disetujui oleh :

CSR

Head of CSR

Head Sales/BM/SM

Dir. Marketing

Dir. Treasury

SURAT KUASA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama :
KTP No :
Alamat :

untuk selanjutnya disebut sebagai "Pemberi Kuasa",

dengan ini memberi kuasa kepada PT. Sarijaya Permana Sekuritas (untuk selanjutnya disebut sebagai "Sarijaya") untuk mentransfer hasil bunga dari semua dana Pemberi Kuasa di Discretionary Account yang ditempatkan di Sarijaya, ke rekening sebagai berikut:

Bank :
Cabang :
No. Rekening :
Atas Nama :

Demikian surat kuasa ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya dan membebaskan Sarijaya dari segala tuntutan hukum sehubungan hal tersebut diatas.

Jakarta, _____

Yang memberikan kuasa,

Yang menerima kuasa,
PT. Sarijaya Permana Sekuritas

materai

(-----)

Jusuf Rusli

Zulfiyan Alamsyah ZA

Contoh Tanda Tangan / Signature Specimen

No. Formulir Pembukaan Rekening ("Formulir") / Account Opening Form Number	Kode Nasabah / Client Code
--	----------------------------

A. Tanda tangan Nasabah / Client Signature	B. Tanda Tangan Nasabah / Client Signature	Contoh Cap Perusahaan / Speciment of company Stamp
Nama / Name	Nama / Name	
Tanda tangan penerima kuasa (jika ada) / Authorized Person Signature (if any)	Tanda tangan penerima kuasa (jika ada) / Authorized Person Signature (if any)	Tanda tangan disesuaikan dengan / Signature (s) verified with
Nama / Name	Nama / Name	

Kolom ini akan diisi oleh Perusahaan / Filled out by the Company

Tanggal diterima / Date received

Tanda tangan dicocokkan oleh / Signature verified by

Disetujui oleh / Approved by

Tanggal dibuka / Date Opened



SARIJAYA
SECURITIES

Formulir Persetujuan Rekening
Account Approval Form
(Di isi oleh Perusahaan)

No. Form/ Acc. Opening Form Number		No. Rekening/ Acc. No.		No. Sub Rek. / Sub Acc. Number		Kode Nasabah/ Client Code		Kode Sales/ Sales Code	
Nama Nasabah/ Client Name				Jenis Rekening/ Account Type		<input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Traendy <input type="checkbox"/> Traendy Plus		<input type="checkbox"/> Traendy Cash <input type="checkbox"/> LQ 45 <input type="checkbox"/> Spektakuler	
Jenis Nasabah/ Type of Customer <input type="checkbox"/> Retail <input type="checkbox"/> Individual <input type="checkbox"/> Company				<input type="checkbox"/> Institution		<input type="checkbox"/> Efek & Valas <input type="checkbox"/> Lainnya / Other			
Jaminan Tunai Awal/ Initial Cash Collateral				Total Jaminan/ Collateral Value		Jenis Konfirmasi Note/ Type of Confirmation Note (Khusus untuk Nasabah Kelembagaan / Specially for institution Client) <input type="checkbox"/> Netting All <input type="checkbox"/> Trade by Trade <input type="checkbox"/> By Product			
Nilai Jaminan Efek Awal/ Initial Securities Collateral Value									
Trading Limit yang diajukan/ Propose Trading Limit				Trading Limit yang disetujui/ Approved Trading Limit					
Kredit Limit yang diajukan/ Propose Credit Limit				Kredit Limit yang disetujui/ Approved Trading Limit					
Biaya Transaksi/ Transaction Fee		Beli/ Buy 0,25 %		Jual/ Sell 0,35 %		<input type="checkbox"/> Netto <input type="checkbox"/> All-in			
Bunga/ Interest		Saldo Debet/ Debit Balance		Saldo Kredit/ Credit Balance		Overlimit Trading			
Diperiksa oleh/ Checked by			Diketahui oleh/ Acknowledged by			Disetujui oleh/ Approved by			
CSR/Sales)			(Head Sales/ Branch Mgr/Senior Mgr)			(Senior Mgr/ Dir Marketing/Komisaris)			

Lampiran Attachments

Rekening Perorangan

- Fotocopy KTP / Paspor / KIM
- Fotocopy KTP / Paspor / KIMS dari penerima kuasa (bila ada)
- Fotocopy NPWP pribadi (jika ada)
- Surat kuasa kepada siapa yang berhak melakukan transaksi (bila ada)

Individual Account

- Copy of Identity / Passport / KIMS
- Copy of authorized signatory's identity Card / Passport / KIMS (if any)
- Copy of Tax Registration (if any)
- Power of attorney of authorized person for executing transactions (if any)

Rekening Perusahaan

- Fotocopy KTP / Paspor / KIM direksi dan komisaris perusahaan
- Fotocopy KTP / Paspor / KIMS dari penerima kuasa (bila ada)
- Fotocopy NPWP
- Fotocopy SIUP
- Fotocopy Domisili
- Fotocopy Tanda Daftar Perusahaan
- Fotocopy Anggaran Dasar Perusahaan
- Fotocopy akte notaris mengenai pengurus / berita acara RUPS mengenai ketetapan anggota direksi dan komisaris
- Surat kuasa kepada siapa yang berhak melakukan transaksi (bila ada)

Company Account

- Copy of identity Card / Passport / KIMS of company's board of director and board of commissioner
- Copy of authorized signatory's identity Card / Passport / KIMS (if any)
- Copy Tax Registration
- Copy of Trading Business License
- Copy of Legal Domicile
- Copy of Evidence of registration of the company
- Copy of Article of Association
- Copy of notary deed of shareholder meeting minutes on the appointment of board of director and commissioner
- Power of attorney of authorized person for executing transaction (if any)

Semua pembayaran harap ditransfer ke :

All payment by bank transfer, please remit to :

Bank BCA cabang Sudirman

Account No. 035-305165.0 (IDR Account)

Atas nama / beneficiary PT. SARIJAYA PERMANA SEKURITAS

Semua pernyataan efek ditransfer ke :

Please transfer all securities to :

PT. KUSTODIAN CENTRAL EFEK INDONESIA (KSEI)

Account No.

Atas nama / beneficiary PT. SARIJAYA PERMANA SEKURITAS

10X

PT. SARIJAYA PERMANA SEKURITAS

FORMULIR KONFIRMASI PENGIRIMAN LAPORAN TRANSAKSI

Nama Nasabah _____

Nomor Rekening _____ Kode Nasabah _____

Dengan ini saya konfirmasikan bahwa :

1. Laporan konfirmasi Transaksi mohon untuk dikirimkan ke alamat sesuai pilihan saya dibawah ini,

- Di alamat e-mail _____
- Di faksimili nomor _____
- Di alamat surat menyurat via kurir (efektif pada T+1)

- Diambil sendiri
(Apabila sampai dengan T+1 tidak diambil, maka akan dikirimkan ke alamat surat menyurat via kurir pada T+2)

2. Laporan Account Statement dan/atau Portfolio mohon untuk dikirimkan ke alamat sesuai pilihan saya dibawah ini,

- Di alamat e-mail _____
- Di alamat surat menyurat via kurir _____
- Diambil sendiri
(Apabila dalam satu bulan tidak diambil, maka akan dikirimkan ke alamat surat menyurat via kurir, bersamaan dengan Laporan Account Statement dan/atau Portfolio terakhir)

Demikian konfirmasi ini kami berikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Meterai

Nasabah

Ketentuan :

1. Apabila dalam 3 (tiga) hari bursa setelah pengiriman formulir konfirmasi ini Nasabah tidak memberikan jawaban dan tidak mengembalikan kepada PT. Sarijaya Permana Sekuritas, maka nasabah dianggap telah menyetujui bahwa konfirmasi akan dikirimkan oleh PT. Sarijaya Permana Sekuritas melalui Pos tercatat atau Kurir ke alamat surat menyurat sebagaimana tercantum pada Formulir Pembukaan Rekening Nasabah atau sesuai perubahannya.
2. Perusahaan dalam hal ini dibebaskan dari segala upaya tuntutan atau gugatan apapun dari Nasabah berkaitan dengan cara pengiriman yang ditentukan oleh Nasabah.
3. Formulir ini ditandatangani oleh Nasabah atau Kuasanya dan dibubuhi Meterai Tempel jika untuk Konfirmasi Transaksi, Nasabah menyatakan pilihan diambil sendiri atau dikirim via kurir.
4. Formulir ini merupakan satu kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dari kontrak Pembukaan Rekening yang telah ditandatangani oleh Nasabah dan merupakan bukti yang sah dan mengikat secara hukum.

SURAT PERNYATAAN KUASA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : _____
Alamat : _____
: _____
No. KTP/Passport : _____
NO. Rekening : _____

Untuk selanjutnya disebut **Pemberi Kuasa**

Dengan ini memberikan kuasa kepada :

Nama : _____
Alamat : _____
No. KTP : _____

Untuk selanjutnya disebut **Penerima Kuasa**

-----**KHUSUS**-----

Untuk dan atas nama **Pemberi Kuasa** melakukan tindakan-tindakan sebagai berikut :

1. Memberikan / melakukan instruksi, pesanan, order, atau transaksi jual dan / atau beli efek secara lisan atau tertulis di rekening **Pemberi Kuasa**
2. Melakukan pencairan / penarikan / pemindahan / transfer / penyetoran / deposit atas seluruh / sebagian dana dan / atau efek yang terdapat pada rekening **Pemberi kuasa** dari/ke rekening lain atas perintah atau permintaan **Penerima Kuasa** secara lisan atau tertulis.
3. Melakukan registrasi / balik nama / endorsement atas efek yang terdapat dalam rekening **pemberi kuasa**.
4. Melakukan perubahan / penggantian / pembaharuan data / informasi secara tertulis pada Formulir Pembukaan Rekening (Efek) terbatas pada referensi / nomor rekening bank, alamat surat menyurat / e-mail, nomor telepon / fax / pager / handphone, dan (atau) pengiriman konfirmasi.
5. Menerima atau melaksanakan seluruh/sebagian hak atas efek yang terdapat pada rekening **Pemberi Kuasa**.
6. **Pemberi Kuasa** menyatakan bertanggung jawab penuh atas segala transaksi, resiko, kerugian, dan akibat hukum yang dilakukan oleh **Penerima Kuasa**.
7. Sehubungan dengan pemberian kuasa tersebut diatas, **Pemberi Kuasa** dengan ini menyatakan membebaskan PT. Sarijaya Permana Sekuritas dari segala akibat dan tuntutan hukum yang timbul sebagai akibat dilaksanakannya kuasa ini.

Surat pernyataan dan kuasa ini diberikan tanpa hak substitusi (tidak dapat dialihkan) dan berlaku sejak tanggal ditandatangani Surat Pernyataan dan Kuasa ini oleh para pihak sampai dengan adanya pemberitahuan pencabutan secara tertulis oleh **Pemberi Kuasa** kepada PT. Sarijaya Permana Sekuritas.

Demikian Surat Kuasa ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk digunakan sesuai kepentingan.

Jakarta, _____

Penerima kuasa

Pemberi kuasa

Materai
Rp. 6.000,-



SARIJAYA
SECURITIES

Persyaratan dan Ketentuan Perdagangan Efek
Rekening Reguler
Regular Account Trading Terms and Conditions

No. Formulir Pembukaan Rekening (Formulir)/ <i>Account Opening Form (Form) No.</i>	No. Kontrak / <i>Contract No.</i>	No. Rekening / <i>Account No.</i>	Tanggal / <i>Date</i>
---	--------------------------------------	--------------------------------------	-----------------------

Berdasarkan Kontrak Pembukaan Rekening Efek yang telah dibuat dan ditandatangani oleh dan antara PT. SARIJAYA PERMANA SEKURITAS (Perusahaan) dengan Nasabah (yang datanya disebutkan pada Formulir), Nasabah dengan ini membuka Rekening Reguler (Rekening) dengan menyetujui persyaratan dan ketentuan perdagangan Efek yang dibuat oleh Perusahaan sebagai berikut :

Based on the Securities Account Opening Contract, which have been made and signed by and between PT. SARIJAYA PERMANA SEKURITAS (the Company) and the Client (whose data are mentioned in the Form), the Client hereby open Regular Account (the Account) by approving the terms and conditions of the Securities trading which made by the Company as follows :

- Nasabah wajib menyerahkan jaminan (*collateral*) kepada Perusahaan untuk mendapatkan batas transaksi (*Trading Limit*) sebelum Nasabah melakukan perintah transaksi. Perusahaan dapat membukakan Rekening atas nama Nasabah terlebih dahulu, namun demikian Rekening tersebut baru dapat dinyatakan efektif apabila jaminan (*collateral*) Nasabah telah diterima oleh Perusahaan.
- Jaminan (*collateral*) Nasabah dapat berupa uang dan/atau Efek yang jumlah maupun jenisnya dapat diterima oleh Perusahaan. Penilaian atas Efek sebagai jaminan (*collateral*) akan ditentukan oleh Perusahaan berdasarkan kebijakan Perusahaan yang dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.
- Jaminan (*collateral*) Nasabah yang berupa uang wajib disetor dan/atau ditransfer hanya ditujukan ke rekening bank yang ditunjuk oleh Perusahaan atas nama Perusahaan. Jaminan (*collateral*) Nasabah tersebut dinyatakan dapat diterima apabila dana tersebut sudah efektif pada rekening bank yang ditunjuk oleh Perusahaan tersebut.
- Jaminan (*collateral*) nasabah yang berupa Efek wajib ditujukan ke rekening Efek Perusahaan di Lembaga Penyimpanan dan Penyelesaian (LPP). Jaminan (*collateral*) Nasabah tersebut dinyatakan efektif apabila Efek tersebut sudah Efektif di rekening Efek Perusahaan di LPP.
- Perusahaan akan menetapkan batas transaksi (*Trading Limit*) untuk setiap Nasabah. Besarnya batas transaksi (*Trading Limit*) tersebut dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan kebijakan Perusahaan tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada Nasabah.

paraf

- The Client obligates to submit collateral to the Company for obtaining Trading Limit before the Client gives the transaction instruction. The Company may open first the Account in the name of the Client. However, the Account may be stated effective if the Client s collateral have been received by the Company.*
- The Client s collateral may be in the form of money and/or Securities in which its amount and type are acceptable for the Company. The evaluation on collateral Securities shall be determined by the Company based on the Company s policy that may change at anytime without prior notification.*
- The Client s collateral which in the form of money must be deposited and/ or transferred to the bank account designated by the Company in the name of the Company . The Client s collateral shall be stated in Good Fund, if the said fund have been effective in the bank account as appointed by the Company.*
- The Client s collateral which in the form of Securities must be addressed to the Company s Securities account at the Depository and Settlement Agency (LPP). The particular collateral shall be stated effective if the Securities have been effective at the Company s Securities account at LPP.*
- The Company shall stipulate the Trading Limit of each Client. The amount of Trading Limit may change at anytime in accordance with the Company s policy without prior notification to the Client:-*

ini secara sepihak, dengan tidak mengurangi kewajiban Nasabah untuk tetap memenuhi seluruh kewajiban yang belum diselesaikannya terhadap Perusahaan (apabila ada).

Account, without reducing the obligation of the Client to fulfill all of its obligation which have not been settled toward the Company (if there are).

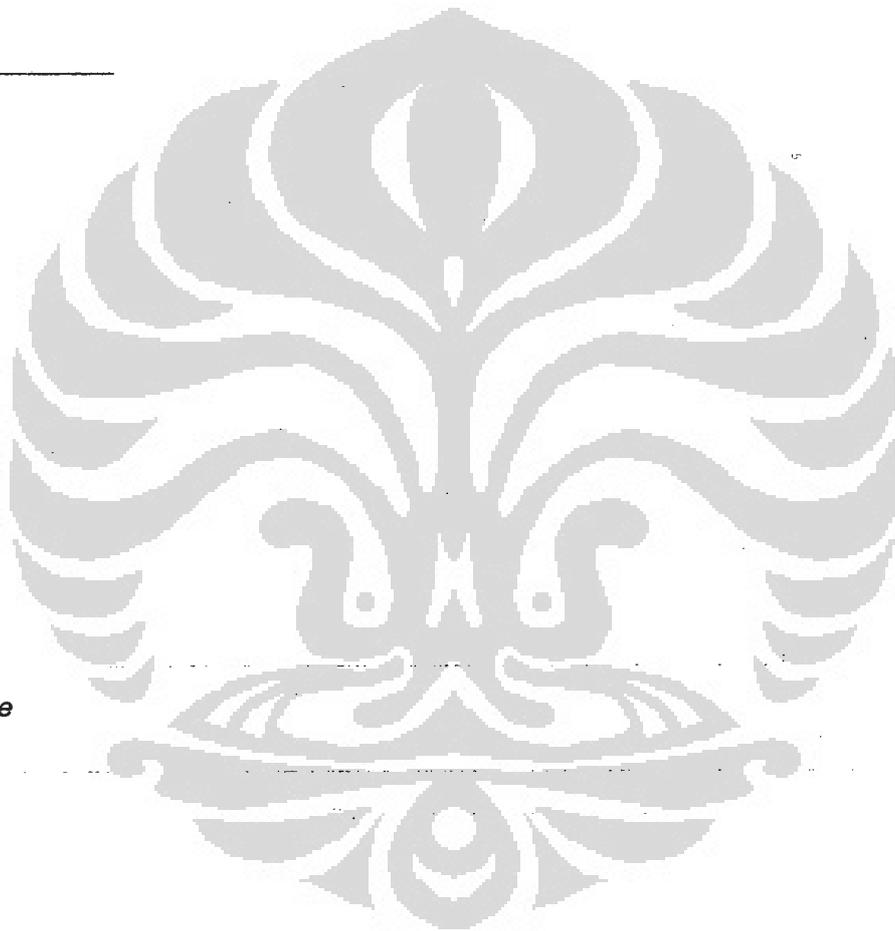
13 Persyaratan dan Ketentuan Perdagangan Efek ini merupakan satu kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dengan Kontrak Pembukaan Rekening Efek yang telah dibuat dan ditanda tangani sebelumnya oleh Perusahaan dan Nasabah, beserta Formulir yang dibuat dan ditanda tangani oleh Nasabah.

13. The Securities Trading Terms and Conditions of this Account is an integral part of the Securities Account Opening Contract which have been made and signed beforehand by the Company and the Client along with the form which has been made and signed by the Client.

NASABAH / Client

Meterai

Nama / Name



PT. SARIJAYA PERMANA SEKURITAS

USER ADMINISTRATION FORM
SP ON LINE

CREATE DELETE CHANGE OTHER

A. User Information

Client Name : Client Code :
 Account Number :
 Address :
 City : Post Code :
 Id Card/Passport :
 Telephone Number : Hand phone :

B. Access Information

User Id :
 User Access level : Client Sales

Effective Date : to

Request by,	Sales	Head Sales/BM	Manager Approval
✓	✓		
Name : Date :	Name : Date :	Name : Date :	Name : Date :

C. Action

ITOS	CSR
Name : Date :	Name : Date :

No. Formulir Pembukaan Rekening ("Formulir")/ Account Opening Form ("Form") No.	No. Perjanjian/ Agreement No.	No. Rekening/ Account No.	Tanggal / Date
--	----------------------------------	------------------------------	----------------

Berdasarkan Kontrak Pembukaan Rekening Efek yang telah dibuat dan ditandatangani oleh dan antara PT. SARIJAYA PERMANA SEKURITAS ("Perusahaan") dengan Nasabah (yang datanya disebutkan pada Formulir), Nasabah dengan ini menyetujui persyaratan dan ketentuan tambahan ("Addendum") yang dibuat oleh Perusahaan sebagai berikut :

Based on the Securities Account Opening Contract, which have been made and signed by and between PT. SARIJAYA PERMANA SEKURITAS ("The Company") and the Client (whose data are mentioned in the Form), the Client hereby approves this additional terms and conditions ("Addendum") which made by Company as follows :

1. Addendum ini berlaku dan mengikat para pihak dalam hal perintah Nasabah disampaikan secara online dengan fasilitas internet atau mobile dan Perusahaan akan menunjuk seorang petugas pesanan dan perdagangan ("Account Officer") untuk membantu Nasabah dalam melakukan hal-hal yang terkait dengan perintah Nasabah, untuk kepentingan Nasabah dan Perusahaan, termasuk namun tidak terbatas pada perintah Nasabah yang disampaikan secara lisan melalui telepon/faksimili/e-mail, apabila fasilitas online tidak dapat berfungsi sebagaimana mestinya.
2. Nasabah dengan ini menyatakan bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran data perintah yang disampaikan atau ditujukan kepada Perusahaan berdasarkan data perintah yang diterima oleh sistem komputer Perusahaan dan karenanya diakui oleh Nasabah tanpa diperlukan tanda tangan Nasabah dan merupakan satu-satunya bukti yang sah dan mengikat Nasabah dan Perusahaan.
3. Administrator Sistem Perusahaan akan membuat User ID dan Password bagi Nasabah, dan User ID tersebut bersifat permanen dan tidak dapat diubah kecuali ditentukan lain dalam Kontrak dan/atau Addendum ini.
4. Setelah menerima User ID dan Password dari Administrator Sistem, Nasabah wajib segera melakukan penggantian password tersebut dan Password baru tersebut mempunyai masa berlaku maksimum (expired) sampai dengan 3 (tiga) bulan terhitung sejak penggantian password dilakukan oleh Nasabah.
5. User ID dan Password yang telah diberikan oleh Perusahaan kepada Nasabah tersebut bersifat rahasia, dan Nasabah wajib menjaga, memelihara, dan mengamankan User ID dan / atau passwordnya dengan cara :
 - a. Tidak memberitahukan dan/atau memberikan User ID dan/atau passwordnya kepada orang lain.
 - b. Tidak menuliskan User ID dan/atau passwordnya, atau menyimpannya dalam bentuk tertulis atau pada aplikasi komputer atau sarana penyimpanan lainnya yang memungkinkan untuk diketahui orang lain.
 - c. Mempergunakannya dengan hati-hati agar tidak terlihat atau dimanfaatkan oleh orang lain.

1. *This Addendum shall prevails and binds parties in case the Client's order submitted by online using internet or mobile facility and the Company shall appoints an officer as Account Officer, to help the Client to carry out any matters in relation to Client's order, for the interest of the Client and the Company as well, including but not limited to Client's order which is submitted by oral using phone/facsimile/e-mail, if the online facility fails.*
2. *The Client hereby declares to be responsible on validity and correctness of the instruction data submitted or addressed to the Company based on the instruction data received by the computer system of the Company and therefore it is acknowledged by the Client without necessity for Client's signature and constituting as the only valid evidence and binding the Client and the Company.*
3. *The System Administrator of the Company shall create the User-ID and Password for the Client, and the User-ID shall constitute as permanent, also shall not be changed unless determined otherwise by the contract and/or this Addendum.*
4. *After received the User-ID and Password from the System Administrator, the Client obligates to change the Password, and the new Password shall expired in 3 (three) months since it is been changed.*
5. *The User-ID and Password which delivered by the Company shall constitute as confidential and the Client shall take a good care, maintain and safety keep the User-ID and/or the Password by :*
 - a. *Shall not disclose and/or submit the User-ID and/or the Password to the other party.*
 - b. *Shall not write the User-ID and/or the Password, or keep them in writing, in the computer applications or other storage form, which easily retrieved by the others.*
 - c. *Shall use the User-ID and the Password carefully, therefore may not visually seen or occupied by the others.*

6. Nasabah bertanggung jawab atas segala akibat yang timbul karena penggunaan User ID dan/atau password yang diberikan kepadanya, termasuk bila terjadi penyalahgunaan oleh pihak ketiga. Berdasarkan permintaan Nasabah, Perusahaan akan melakukan pembekuan sementara terhadap User ID dan/atau password tersebut dan menggantikannya dengan yang baru.
7. Nasabah wajib segera memberitahukan kepada Administrator Sistem Perusahaan apabila merasa dan/atau mengetahui bahwa passwordnya telah diketahui oleh orang lain. Administrator Sistem Perusahaan akan segera menutup akses dan membatalkan password tersebut serta mengeluarkan password yang baru untuk Nasabah.
8. Perusahaan berhak untuk setiap saat menutup akses Nasabah dan membatalkan User ID dan Password Nasabah baik untuk sementara maupun tetap, dalam hal Nasabah melakukan pelanggaran terhadap ketentuan yang diatur dalam Kontrak, Addendum dan atau ketentuan lainnya yang ditetapkan Perusahaan maupun yang diatur dalam perjanjian lain antara Perusahaan dan Nasabah.
 Addendum ini merupakan satu kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dengan Kontrak Pembukaan Rekening Efek yang telah dibuat dan ditanda tangani sebelumnya oleh Perusahaan dan Nasabah, beserta Formulir yang dibuat dan ditanda tangani oleh Nasabah.

6. *The Client declares to be responsible on the consequences because of using the User-ID and the Password, including the misuse conducted by the others. Upon the Client's requisitions the Company may freeze the User-ID and the Password temporarily and change them which the new User-ID and the new password.*
7. *The Client obligates to inform the System Administrator of the Company if the Client discovers that the password is acknowledged by the others. The System Administrator shall immediately shut the Client's access and cancel the Client's Password. and issued the new Password for the Client.*
8. *The Company shall be entitled at any time to shut the Client's access and cancel the Client's User-ID and the Password, either temporarily or permanently, in case the Client violates the terms regulated in the Contract, this Addendum and/or the other terms and Conditions regulated by the Company, including the terms and conditions determined in the other agreement, signed by the Client and the Company.*
9. *This Addendum is an integral part of the Securities Account Opening Contract which have been made and signed beforehand by the Company and the Client, along with the form which has been made and signed by the Client.*

NASABAH / Client

Materai /
 stamp duty

Nama / Name