

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
MINAT NASABAH TERHADAP INVESTASI SAHAM PADA  
PT. PHINTRACO SEKURITAS INDONESIA CABANG  
ACEH**



**Disusun Oleh:**

**WIWI SANDESI  
NIM: 150601124**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2018 M/1439 H**



**KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Situs: [www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis](http://www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis)

### LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Wiwi Sandesi  
NIM : 150601124  
Program Studi : Diploma III Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan LKP ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagias terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 28 Juni 2018

Yang Menyatakan



*Wiwi Sandesi*  
Wiwi Sandesi

**LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR HASIL LKP**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Diploma III Perbankan Syariah

Dengan Judul:

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT  
NASABAH TERHADAP INVESTASI SAHAM PADA PT.  
PHINTRACO SEKURITAS INDONESIA CABANG ACEH**

Disusun Oleh:

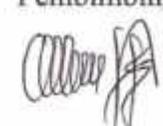
Wiwi Sandesi  
NIM: 150601124

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya  
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi  
pada Program Studi Diploma III Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

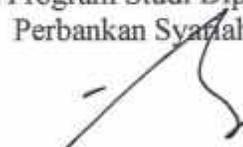
Pembimbing I.

  
Abrar Amri, SE., S.Pd.I., M.Si  
NIDN: 0122078601

Pembimbing II.

  
Cut Elfida, S.HI., MA  
NUPN: 9920100237

Mengetahui  
Ketua Program Studi Diploma III  
Perbankan Syariah,

  
Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP: 19710317 200801 2 007

**LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**

Disusun Oleh:

Wiwi Sandesi

NIM: 150601124

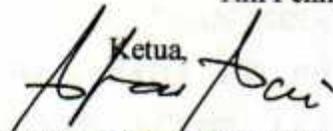
Dengan Judul:

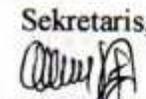
**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT  
NASABAH TERHADAP INVESTASI SAHAM PADA PT.  
PHINTRACO SEKURITAS INDONESIA CABANG ACEH**

Telah Diseminarkan Oleh Program Studi Diploma III Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus  
Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan  
Program Studi Diploma III dalam Bidang Perbankan Syariah

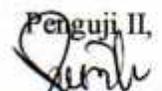
Pada Hari/Tanggal: Rabu, 11 Juli 2018  
27 Syawal 1439 H

Di Darussalam, Banda Aceh  
Tim Penilai Laporan Kerja Praktik

Ketua,  
  
Abzar Amri, SE., S.Pd.I., M.Si  
NIDN: 0122078601

Sekretaris,  
  
Cut Elfida S.HI., MA  
NUPN: 9920100237

Penguji I,  
  
Seri Murni, SE., M.Si, Ak  
NIP: 1972101 1201411 2 001

Penguji II,  
  
Jalilah, S.HI., M.Ag

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry, Darussalam Banda Aceh

  
  
Prof. Dr. Nazrudin A. Wahid, MA  
NIP: 1931 198703 1 031

## KATA PENGANTAR



**Assalamu'alaikum Wr, Wb.**

*Alhamdulillah* rabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik (LKP) ini. Selanjutnya tak lupa pula shalawat beserta salam kepada baginda Rasulullah Nabi Muhammad SAW serta keluarga dan sahabat beliau yang telah mengantarkan umat manusia dari alam kebodohan kealam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Syukur Alhamdulillah atas izin Allah yang Maha Kuasa, penulis telah dapat menyelesaikan penyusunan laporan kerja praktik (LKP) ini yang berjudul: **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH TERHADAP INVESTASI SAHAM PADA PT. PHINTRACO SEKURITAS INDONESIA CABANG ACEH”**. LKP ini adalah salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Diploma III Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.

Dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktik, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, dan jauh dari kata kesempurnaan, hal ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Di samping itu, juga menyadari bahwa ini tidak mungkin terlaksana tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh

karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya terutama kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku Ketua Prodi Diploma III Perbankan Syariah.
3. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku Sekretaris Prodi Diploma III Perbankan Syariah sekaligus Penasehat Akademik (PA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Abrar Amri, SE.,S.Pd.I.,M.Si selaku pembimbing I dan Cut Elfida, S.HI.,MA selaku pembimbing II yang telah memberikan banyak ilmu kepada saya dan meluangkan waktu dalam menyelesaikan LKP ini.
5. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Seluruh dosen dan staf akademik Jurusan Diploma III Perbankan yang selama ini telah membimbing, membagikan ilmu, dan pengalaman. Terimakasih telah mendidik kami.
7. Fathir Maulana selaku *Branch Manager* dan Fauzaturrahman selaku *Equity Sales* PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh terima kasih telah berbagi pengalaman dan ilmunya selama penulis melaksanakan kegiatan kerja praktik.
8. Teristimewa untuk Ayahanda M. Sabar dan Alm. Ibunda Sadaria yang telah membekali dan mengiringi setiap langkah ananda dalam doa yang selalu Ayahanda dan Ibunda hantarkan kepada-Nya untuk ananda dalam menempuh studi dan juga memberi dorongan dan semangat untuk ananda dalam menyelesaikan Program Studi

Diploma III Perbankan Syariah. Tak lupa pula untuk saudara laki-laki dan saudara perempuan kandung yang telah memberikan dukungan serta seluruh kerabat yang telah memberikan semangat motivasi untuk penulis.

9. Sahabat istimewa Dini Selvia, Cyntia Ayuti Ningsih, Wiethya Rahmi Mulyani H, Sara Nadila, Novi Ulliani yang telah membantu memberikan semangat dan dukungan dalam segala hal sehingga dapat menyelesaikan (LKP) ini.
10. Semua teman-teman di Program Diploma III Perbankan Syariah angkatan 2015 dari unit I sampai VI yang telah memberikan semangat dan membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan (LKP) ini.

Penulis menyadari, bahwa dalam penulisan laporan ini masih sangat banyak kekurangan baik dari isi maupun pembahasan yang ada di Laporan Kerja Praktik ini. oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun demi kesempurnaan Laporan Kerja Praktik (LKP) ini nantinya, sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak pembaca.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Banda Aceh, 28 Juni 2018

Penulis,

Wiwi Sandesi

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ظ	
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ		24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

## 2. Konsonan

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fat ah</i>	a
◌ِ	<i>Kasrah</i>	i
◌ُ	<i>Dammah</i>	u

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
	<i>Fat ah</i> dan ya	ai
	<i>Fat ah</i> dan wau	au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ / اِ	<i>Fath ah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	
اِ / اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	
اِ / اِ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	

Contoh:

قَالَ : *q la*

رَمَى : *ram*

قِيلَ : *q la*

يَقُولُ : *yaq lu*

### 4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* ( ) hidup

*Ta marbutah* ( ) yang hidup atau mendapat harkat *fat ah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah *t*.

b. *Ta marbutah* ( ) mati

*Ta marbutah* ( ) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah *h*.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* ( ) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* ( ) itu ditransliterasikan dengan *h*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rau ah al-a f l / rau atul a f l*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Mad nah al-Munawwarah/  
al-Mad natul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *al ah*

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: amad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR TRANSLITERASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>RINGKASAN LAPORAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB SATU : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Laporan Kerja Praktik .....	3
1.3 Kegunaan Laporan Kerja Praktik .....	3
1.4 Sistematika Penulisan Laporan Kerja Praktik .....	4
<b>BAB DUA : TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK .....</b>	<b>6</b>
2.1 Sejarah Singkat PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.....	6
2.1.1 Visi PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh .....	9
2.1.2 Misi PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.....	9
2.2 Struktur Organisasi PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.....	9
2.3 Kegiatan Usaha PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh .....	11
2.3.1 Penjamin Emisi Efek.....	11
2.3.2 Perantara Pedagang Efek.....	12
2.3.3 Manajer Investasi .....	12
2.4 Keadaan Personalia PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.....	13

<b>BAB TIGA : HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK.....</b>	<b>15</b>
3.1 Kegiatan Kerja Praktik .....	15
3.1.1 Bagian <i>Marketing</i> .....	15
3.1.2 Bagian Operasional .....	16
3.2 Bidang Kerja Praktik .....	16
3.2.1 Strategi Pemasaran yang Digunakan PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh dalam Meningkatkan Minat Nasabah terhadap Investasi Saham .....	17
3.3 Teori Yang Berkaitan .....	20
3.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran Saham .....	20
3.3.2 Konsep Pemasaran .....	28
3.3.3 Landasan Pemasaran dalam Islam .....	30
3.3.4 Tujuan Pemasaran.....	31
3.3.5 Konsep Investasi Saham .....	32
3.4 Evaluasi Kerja Praktik.....	33
 <b>BAB EMPAT : PENUTUP.....</b>	 <b>36</b>
4.1 Kesimpulan .....	36
4.2 Saran.....	36
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>38</b>
<b>SK BIMBINGAN .....</b>	<b>40</b>
<b>LEMBAR KONTROL BIMBINGAN.....</b>	<b>41</b>
<b>LEMBAR KONTROL BIMBINGAN.....</b>	<b>42</b>
<b>LEMBAR NILAI KERJA PRAKTIK.....</b>	<b>43</b>
<b>SURAT KETERANGAN KERJA PRAKTIK.....</b>	<b>44</b>
<b>FORMULIR PEMBUKAAN REKENING EFEK.....</b>	<b>45</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>46</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.....	9
--	---

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Bimbingan .....	40
Lampiran 2 Lembar Kontrol Bimbingan.....	41
Lampiran 3 Lembar Kontrol Bimbingan.....	42
Lampiran 4 Lembar Nilai Kerja Praktik.....	43
Lampiran 5 Surat Keterangan Kerja Praktik .....	44
Lampiran 6 Formulir Pembukaan Rekening Efek.....	45
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	46

## RINGKASAN LAPORAN

Nama : Wiwi Sandesi  
Nim : 150601124  
Falkutas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Diploma III  
Perbankan Syariah  
Judul laporan : Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan  
Minat Nasabah terhadap Investasi Saham Pada  
PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang  
Aceh  
Tanggal Sidang : 11 Juli 2018  
Tebal LKP : 46 Halaman  
Pembimbing I : Abrar Amri, SE.,S.Pd.I.,M.Si  
Pembimbing II : Cut Elfida, S.HI.,MA

Adapun kegiatan usaha PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh adalah penjamin emisi efek, perantara pedagang efek, dan manajer investasi. Salah satu kegiatan penjamin emisi efek yang dilakukan PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh adalah melalui tabungan saham. Tabungan saham hanya digunakan sebagai sarana menyimpan dana dan tidak dapat ditarik sewaktu waktu seperti tabungan biasa. Tujuan penulisan Laporan Kerja Praktik adalah untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh dalam memasarkan produk tabungan saham. Hal ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis dengan menyaksikan secara langsung praktik yang terjadi di lapangan. Strategi yang diterapkan oleh PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh adalah melalui strategi bauran pemasaran atau *marketing mix* yang mana strategi ini harus mengkombinasikan antara satu komponen dengan komponen lainnya. Namun, PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh hendaknya memperluas jaringan pemasarannya seperti lebih mengencar membuat inovasi-inovasi baru, dan melakukan promosi melalui berbagai media, seperti media cetak (koran, brosur, dan lain-lain), media elektronik (televisi, radio, dan *website*) agar masyarakat luas dapat lebih mengenal produk tabungan saham yang ditawarkan tersebut dan tak kalah saing dengan pelayanan perusahaan sekuritas lainnya.

## **BAB SATU PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pasar modal sering diartikan sebagai pasar untuk berbagai instrumen keuangan (surat berharga) jangka panjang (usia jatuh tempohnya lebih dari 1 tahun). Selain pengertian itu, pasar modal juga sering dikaitkan sebagai tempat transaksi pihak yang membutuhkan dana (perusahaan) dan pihak yang kelebihan dana (pemodal).

Undang-undang No. 8 tahun 1995 mendefinisikan pasar modal sebagai “kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek, yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek”. Pasar modal bertindak sebagai penghubung antara para investor dengan perusahaan ataupun institusi pemerintah melalui perdagangan instrument keuangan jangka panjang. Sebagai upaya dalam mendukung terwujudnya pasar modal Indonesia menjadi penggerak ekonomi nasional yang tangguh dan berdaya saing global sebagaimana tertuang dalam cetak biru pasar modal Indonesia, perlu dilakukan secara terus menerus untuk menyempurnakan dan mengembangkan infrastruktur pasar modal menuju ke arah yang lebih baik lagi. (Sutedi, 2011: 73).

Langkah awal perkembangan pasar modal syariah di Indonesia dimulai dengan diterbitkannya reksa dana syariah pada 25 juni 1997 diikuti dengan diterbitkannya obligasi syariah pada akhir 2002, kemudian diikuti pula dengan hadirnya *Jakarta Islamic Index* (JII) pada juli 2000. Adapun surat berharga yang diperdagangkan di Bursa Efek meliputi

saham, obligasi, dan reksadana. Surat berharga sering disebut juga sebagai ‘instrumen keuangan’ atau ‘efek’ atau ‘sekuritas’ (*securities*).

Bursa Efek bekerja sama dengan perusahaan efek dalam meningkatkan minat masyarakat dalam berinvestasi, salah satu perusahaan efek yang ada di Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan (KP) Aceh adalah PT. Phintraco Sekuritas. PT. Phintraco Sekuritas merupakan salah satu anak perusahaan Phintraco Group yang bergerak di bidang investasi, memiliki 8 kantor cabang dan telah bekerja sama dengan lebih dari 40 perguruan tinggi di seluruh Indonesia untuk mendirikan Galeri Investasi BEI. PT. Phintraco Sekuritas menyediakan layanan jasa transaksi saham secara konvensional dan online melalui *Profits Online Trading*. (<http://www.Phintraco.com>, 2018).

Sebagai salah satu anggota Bursa Efek Indonesia (BEI) PT. Phintraco Sekuritas yang menyediakan layanan jasa *Broker-Dealer* dan *online trading*. PT. Phintraco Sekuritas saat ini melayani lebih dari 24.000 investor. PT. Phintraco Sekuritas telah mendapat izin untuk menyajikan data atau informasi dari PT. Bursa Efek Indonesia sesuai dengan peraturan perundang-undangan hak atas kekayaan intelektual dan ketentuan peraturan perundang lainnya yang terkait dengan penyebaran informasi, dengan mengambil sumber dari berbagai pihak termasuk tetapi tidak terbatas dari PT. Bursa Efek Indonesia. (<http://www.Phintraco.com>, 2018).

PT. Phintraco Sekuritas menyediakan aplikasi *profits*, *profits* merupakan produk *online trading*. Dengan aplikasi *profits*, nasabah dapat melakukan transaksi *online* atas saham-saham di Bursa Efek Indonesia, kapanpun dan di manapun. Dalam menambah nasabah, PT. Phintraco Sekuritas sebagai perusahaan perantara perdagangan efek

melakukan kegiatan pemasaran. Faktor pemasaran menjadi penentu suatu perusahaan dapat tumbuh dan berkembang. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajemen dari aktivitas usaha dalam mendistribusikan suatu barang/jasa kepada masyarakat. Pemasaran pada perusahaan sekuritas bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat dalam berinvestasi pada sektor riil. Oleh karena itu, upaya pemasaran produk sangat diperlukan, agar masyarakat lebih mengenal Phintraco Sekuritas. Agar produk yang tersedia pada perusahaan tersebut lebih diminati, tentu perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat. (<http://www.Phintraco.com>, 2018).

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk membuat Laporan Kerja Praktik dengan judul: ***“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Investasi Saham Pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh”***.

## **1.2 Tujuan Kerja Praktik**

Tujuan kerja praktik ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap investasi saham pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.

## **1.3 Kegunaan Kerja Praktik**

### **1. Khazanah Ilmu Pengetahuan**

Hasil Laporan Kerja Praktik ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Diploma III Perbankan Syariah dalam mengetahui tentang bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan minat nasabah terhadap investasi saham pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.

## 2. Masyarakat

Laporan ini diharapkan dapat menjadi referensi bacaan bagi masyarakat mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap investasi saham pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.

## 3. Instansi Tempat Kerja Praktik

Laporan ini diharapkan bisa menjadi masukan yang konstruktif bagi pihak PT. Phintraco sekuritas Indonesia Cabang Aceh mengenai hal-hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah terhadap investasi saham serta dapat digunakan sebagai salah satu bahan evaluasi untuk memperoleh hasil yang lebih optimal lagi.

## 4. Penulis

Laporan Kerja Praktik (LKP) ini merupakan salah satu persyaratan akademisi untuk menyelesaikan studi pada Prodi Program Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry. Di samping itu, melalui penulisan LKP ini akan menambah wawasan dan memahami situasi dunia kerja.

### **1.4 Sistematika Penulisan Laporan Kerja Praktik**

Untuk menjadikan pembahasan Laporan Kerja Praktik ini terarah dan terstruktur, maka penulis akan menyusun sistematika pembahasan ke dalam empat bab yang saling berkaitan dan mendukung satu sama lain, sebagai berikut: bab pertama, merupakan bab pendahuluan sebagai pengantar secara garis besar mengenai Laporan Kerja Praktik ini.

Dimulai dari latar belakang, tujuan kerja praktik, kegunaan kerja praktik dan sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik.

Bab kedua, membahas tinjauan lokasi kerja praktik yang akan dibagi dalam sub bahasan yaitu sejarah singkat PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh, struktur organisasi PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh, kegiatan usaha PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh, dan keadaan personalia PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.

Bab ketiga, membahas hasil kegiatan kerja praktik, yang dibagi dalam sub bahasan yaitu kegiatan kerja praktik, bidang kerja praktik, teori yang berkaitan, dan evaluasi kerja praktik.

Bab keempat, merupakan kesimpulan yang di peroleh dari hasil kegiatan kerja praktik yang telah dilakukan serta kesimpulan dari seluruh rangkaian pembahasan yang telah dijelaskan dan diuraikan penulis. Pada bab ini juga disajikan saran penulis untuk pihak yang terkait sekiranya saran tersebut dapat bermanfaat bagi PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.

## **BAB DUA**

### **TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTEK**

#### **2.1 Sejarah Singkat dan Gambaran Umum PT. Phintraco Sekuritas Indonesia**

PT. Phintraco Sekuritas pada mulanya didirikan pada tahun 1999 dengan nama PT. Aneka Arthanusa Sekurindo sebagai perusahaan perantara pedagang efek. Kemudian PT. Aneka Arthanusa Sekurindo berganti nama menjadi PT. Phintraco Securities pada tanggal 1 September 2008 dan pada tahun 2016 telah berganti nama kembali menjadi PT. Phintraco Sekuritas.

Sepanjang bulan Oktober 2016, PT. Phintraco Sekuritas atau PhinTas meraih satu rekor dari Museum Rekor Indonesia (MURI) dan meresmikan tiga galeri investasi bekerja sama dengan tiga Perguruan Tinggi dan Bursa Efek Indonesia (BEI), serta membuka Kantor Cabang ke-8 di Palangka Raya.

Pada tanggal 1 Oktober 2016, PhinTas menghadiri acara Gebyar Syariah di Purwokerto yang diselenggarakan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) bersama dengan Kliring Penjaminan Efek Indonesia (KPEI) dan Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). Acara tersebut bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan di Kabupaten Banyumas sekaligus memperingati hari ulang tahun Kabupaten Banyumas yang ke 445. dalam acara tersebut, Phintraco Sekuritas menerima penghargaan Rekor MURI Syariah sebagai Penyelenggara Pendukung Penciptaan investor saham syariah terbanyak dalam satu Perguruan Tinggi. Bersamaan dengan itu, PhinTas juga meresmikan galeri investasi syariah BEI di Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Galeri investasi ini menjadi galeri investasi

syariah BEI ke-3, sekaligus menjadi galeri investasi BEI ke-42 yang diresmikan Phintraco Sekuritas.

Pada 4 Oktober 2016, PhinTas meresmikan galeri investasi BEI di Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Galeri Investasi ini menjadi Galeri Investasi BEI ke-43 yang diresmikan Phintraco Sekuritas. Pada 24 Oktober 2016, PhinTas membuka Kantor Cabang yang ke-8 di Palangka Raya yang diikuti peresmian Galeri Investasi Syariah BEI di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada 25 Oktober 2016. Galeri Investasi ini menjadi Galeri Investasi Syariah BEI ke-4, sekaligus menjadi Galeri Investasi ke-44 yang diresmikan PhinTas.

Sebagai salah satu anak perusahaan Phintraco Group yang bergerak di bidang investasi, PT. Phintraco Sekuritas Indonesia memiliki 8 Kantor Cabang dan telah bekerja sama dengan lebih dari 40 Perguruan Tinggi di seluruh Indonesia untuk mendirikan galeri investasi BEI. PhinTas menyediakan layanan jasa transaksi saham secara konvensional dan *online* melalui *profits online trading*. (<http://www.phintraco.com>, 2016).

PT. Phintraco Sekuritas mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) Rekor Muri PT. Sritex kategori pendukung penciptaan investor terbanyak di satu perusahaan. Pada tahun 2015 atau tepatnya di HUT RI yang ke 70 tahun, PT. Sri Rejeki Isman berhasil memecahkan rekor MURI penciptaan investor terbanyak di satu perusahaan yaitu sekitar 10.000 investor baru. dalam hal ini Phintraco Sekuritas turut berpartisipasi menjadi satu dari 10 AB yang terlibat dalam pencapaian rekor MURI tersebut. Hal ini juga merupakan langkah dalam rangka memacu angka pertumbuhan jumlah investor lokal khususnya di daerah Solo Raya. (<http://www.facebook.com/phintracosekuritas>, 2018).

Sebagai salah satu anggota Bursa Efek Indonesia PT. Phintraco Sekuritas Indonesia juga menyediakan layanan jasa *Broker-Delaer*, dan merupakan salah satu perusahaan sekuritas yang memiliki jaringan yang luas di Indonesia dengan kantor Cabang dan galeri investasi tersebar dari Aceh hingga Papua. Saat ini Phintraco Sekuritas telah bekerja sama dengan 87 perguruan tinggi di Indonesia, tersebar dari Aceh hingga Papua serta melayani lebih dari 27000 investor.

PT. Phintraco Sekuritas telah mendapatkan izin untuk menyajikan data atau informasi dari PT. Bursa Efek Indonesia. Data atau informasi yang tersaji dalam *website* ini dilindungi serta tunduk pada ketentuan peraturan perundang-undangan hak atas kekayaan intelektual dan ketentuan peraturan perundangan lainnya yang terkait dengan penyebaran informasi, dengan mengambil sumber dari berbagai pihak termasuk tetapi tidak terbatas dari PT. Bursa Efek Indonesia. Setiap orang / badan / pihak dilarang dengan cara dan bentuk apapun baik secara langsung maupun tidak langsung melakukan penggandaan atau mempergunakan untuk kepentingan komersial tanpa persetujuan tertulis terlebih dahulu dari pihak tersebut atau dari PT. Bursa Efek Indonesia. (<http://www.phintracosekuritas.com>, 2018).

PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh diresmikan pada tanggal 3 juni 2017 dan mulai beroperasi pada tanggal 4 Juni 2017 yang beralamat di jl. Tengku Imeum Leung Bata No. 84 Blang Cut, Leung Bata, kota Banda Aceh.

### **2.1.1 Visi PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh**

Adapun visi PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh adalah: Menjadi salah satu penyedia jasa investasi terbaik bagi masyarakat.

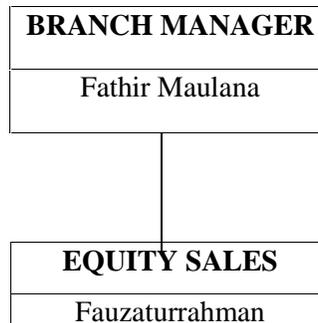
### **2.1.2 Misi PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.**

Adapun misi PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh adalah: Turut serta dalam pengembangan pasar modal Indonesia, dengan memberikan pendidikan dan pelayanan investasi secara profesional bagi masyarakat Indonesia, terutama investor individu. (<http://www.phintracosekuritas.com>, 2018).

## **2.2 Struktur Organisasi PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh**

Struktur organisasi dalam sebuah perusahaan diperlukan keberadaannya karena struktur organisasi ini dapat dijadikan pedoman dalam pembagian tugas oleh setiap bagian sesuai dengan fungsinya masing-masing agar lebih mengarah pada pelaksanaan pedoman kerja yang telah disusun sebelumnya, jika pembagian tugas tidak jelas atau rancu, maka dapat menghambat pencapaian tujuan perusahaan yang telah direncanakan. Adapun struktur organisasi karyawan PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Struktur Organisasi Karyawan PT. Phintraco Sekuritas Indonesia**  
**Cabang Aceh**



*Sumber: PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh, 2018.*

Berdasarkan Gambar 2.1 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Branch Manager* berjumlah satu orang yang menjabat sebagai ketua. Tugas *Branch Manager* yaitu menyusun rencana kerja kantor cabang, memberikan arahan dan melakukan sosialisasi visi dan misi perusahaan kepada seluruh karyawan. Memberikan laporan berkala kepada direksi mengenai aktivitas kegiatan pemasaran kantor cabang dan melakukan komunikasi secara rutin dengan nasabah-nasabah potensial yang ada di kantor cabang.
- b. *Equity Sales* berjumlah satu orang. Tugas *Equity Sales* yaitu melayani pembukaan rekening efek, meneliti setiap persyaratan pembukaan rekening efek, membuat laporan kegiatan penjualan, kepada *team supervisor* setiap bulan, membuat laporan kegiatan *equity sales* kepada *team supervisor*, menjaga

kredibilitas dan reputasi perusahaan dan membantu memberikan *advice* kepada nasabah.<sup>1</sup>

### **2.3 Kegiatan Usaha PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh**

PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh melakukan kegiatan usaha yaitu penjamin emisi efek, perantara pedagang efek dan manajer investasi. Untuk menarik minat para nasabah agar mau bergabung, maka PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh melakukan kegiatan-kegiatan antara lain:

#### **2.3.1 Penjamin Emisi Efek**

Penjamin emisi efek adalah pihak yang membuat kontrak emiten untuk melakukan penawaran umum bagi kepentingan emiten atau tanpa kewajiban untuk membeli sisa efek yang tidak terjual.

Kegiatan usaha penjamin emisi efek yaitu:

- a. Mematuhi semua ketentuan dalam kontrak penjamin emisi.
- b. Mengungkapkan dalam prospektus adanya hubungan afiliasi atau hubungan lain yang bersifat material antara perusahaan efek dan emiten. (Suteja dan Gunardi, 2016: 11-12).
- c. Memberikan nasihat mengenai jenis efek yang sebaiknya di keluarkan, harga yang wajar untuk efek tersebut dan jangka waktu efek.
- d. Membantu menyelesaikan tugas administrasi dalam pengajuan pernyataan pendaftaran emisi efek yakni pengisian dokumen

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Fathir Maulana bagian *branch manager* pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh pada tanggal 23 April 2018.

pernyataan pendaftaran emisi efek, penyusunan prospektus, merancang *specimen* efek.

- e. Mengorganisasikan penyelenggaraan emisi dan mendampingi emiten selama proses evaluasi yakni pendistribusian efek dan menyiapkan sarana-sarana penunjang. (Basri dan Sulfitri, 2012: 18).

### **2.3.2 Perantara Pedagang Efek**

Perantara Pedagang efek (broker) adalah pihak yang melakukan kegiatan usaha jual-beli efek untuk kepentingan sendiri atau pihak lain.

Kegiatan usaha perantara pedagang efek yaitu:

- a. Mendahulukan kepentingan nasabah sebelum melakukan transaksi untuk kepentingan sendiri.
- b. Dalam memberikan rekomendasi kepada nasabah untuk membeli dan menjual efek wajib memerhatikan keadaan keuangan dan maksud serta tujuan investasi dari nasabah.
- c. Membubuhi jam, hari, dan tanggal atas semua pesanan nasabah pada formulir pemesanan. (Suteja dan Gunardi, 2016: 11)
- d. Menerima order jual dan order beli investor untuk kemudian ditawarkan ke bursa efek. Atas jasa keperantaraan tersebut, broker mengenakan *fee* kepada investor. (Basri dan Sulfitri, 2012: 29).

### **2.3.3 Manajer Investasi**

Manajer investasi adalah pihak yang kegiatan usahanya mengelola portofolio efek untuk para nasabah atau mengelola portofolio investasi kolektif untuk sekelompok nasabah, kecuali perusahaan asuransi, dana

pensiun, dan bank yang melakukan sendiri kegiatan usahanya berdasarkan perundang-undangan yang berlaku.

Kegiatan usaha manajer investasi yaitu:

- a. Mengadakan riset.
- b. Menganalisa kelayakan investasi.
- c. Mengelola portofolio efek untuk investor atau mengelola portofolio investasi kolektif untuk sekelompok investor. (Suteja dan Gunardi, 2016: 12).

#### **2.4 Keadaan Personalia PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh**

Menurut pengamatan penulis selama melakukan kerja praktik di PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh, karyawan PT. Phintraco Sekuritas telah bekerja pada bagian yang telah ditetapkan. Hal ini dapat dilihat dari kedisiplinan mereka dalam bekerja, melalui beberapa indikator seperti masuk kerja tepat pada waktunya, serta fokus terhadap tugasnya masing-masing tanpa ada ikut campur dalam tugas yang lainnya. Namun, mereka tetap saling membantu sesamanya ketika yang lainnya mengalami kesulitan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kerjasama mereka cukup baik antara satu dengan yang lainnya. PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh mempunyai 2 orang karyawan yang mengisi berbagai posisi kerja. Penjelasan mengenai keadaan personalia berdasarkan beberapa kategori yaitu, berdasarkan umur, tingkat pendidikan terakhir, jenis kelamin, deskripsi posisi kerja dan lama bekerja, yang akan dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut:

1. Umur

Karyawan PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh terdapat 2 orang. 1 orang yang berusia 23 tahun, 1 orang yang berusia 29 tahun sehingga total karyawan berjumlah 2 orang.

2. Tingkat Pendidikan Terakhir

Karyawan yang berkerja di PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh mempunyai *background* pendidikan. Karyawan yang berpendidikan terakhirnya S1 sebanyak 2 orang.

3. Jenis Kelamin

PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh mempunyai 2 orang yang terdiri 2 karyawan laki-laki.

4. Deskripsi Posisi Kerja

Karyawan yang berkedudukan di bagian *Branch Manager* berjumlah 1 orang dan *Equity Sales* berjumlah 1 orang.

5. Lama Bekerja

Pengalaman kerja karyawan di PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh juga berbeda-beda. Jumlah karyawan yang mempunyai pengalaman kerja selama 10 bulan 1 orang dan 5 bulan 1 orang.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Fathir Maulana bagian *branch manager* pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh pada tanggal 23 April 2018.

## **BAB TIGA**

### **HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK**

#### **3.1 Kegiatan Kerja Praktik**

Selama menjalani kerja praktik di PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh lebih kurang dua bulan atau 45 hari kerja, dihitung mulai tanggal 26 Februari 2018 sampai dengan 13 April 2018 yang aktivitasnya dari jam 08.00 - 17.00 WIB, setiap hari kerja (senin sampai jumat). Adapun bagian yang pernah ditempatkan yaitu bagian *marketing*, bagian operasional dan bagian edukasi. Kegiatan atau tugas-tugas tersebut adalah:

##### **3.1.1 Bagian *Marketing***

Bagian *marketing* merupakan bagian penting dalam suatu perusahaan, yayasan maupun institusi. Apabila tidak ada bagian *marketing* maka perusahaan tidak akan dikenal oleh masyarakat luas. Adapun kegiatan penulis pada bagian *marketing* yaitu :

1. Membantu nasabah mengisi data pada formulir pembukaan rekening efek / perorangan.
2. Menghitung jumlah setoran nasabah.
3. Memeriksa kembali formulir nasabah agar dapat diinput datanya.
4. Mengisi data nasabah yang belum dilengkapi datanya pada saat membuka rekening baru.

### 3.1.2 Bagian Operasional

Bagian operasional merupakan bagian yang bertanggung jawab terhadap operasional suatu perusahaan. Adapun kegiatan penulis pada bagian operasional yaitu:

1. Menjelaskan syarat-syarat pembukaan rekening efek/perorangan yang ada pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.
2. memasukkan berkas sesuai dengan mapnya masing-masing.
3. Mencatat data nasabah pembukaan rekening efek/perorangan yang belum lengkap.

### 3.2 Bidang Kerja Praktik

Setelah mendapat rekomendasi dari program studi, kemudian penulis menjalani kerja praktik pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh. Penulis mengikuti peraturan serta kegiatan yang berlaku di PT. Phintraco Sekuritas. Adapun kegiatan yang dilakukan di PT. Phintraco Sekuritas di antaranya yaitu bagian *marketing* penulis banyak melakukan kegiatan seperti menerima setoran saham nasabah, memperkenalkan produk saham, menghitung uang setoran nasabah, serta melayani nasabah yang ingin membuka saham. Karena itulah, penulis mengambil fokus untuk menyusun Laporan Kerja Praktik yang berhubungan dengan strategi pemasaran investasi saham.

Investasi adalah kegiatan memanfaatkan waktu, uang atau tenaga dengan harapan mendapatkan keuntungan dan manfaat di masa depan. Jadi pada dasarnya investasi adalah “membeli” sesuatu yang diharapkan biasa “dijual kembali” di masa yang akan datang dengan nilai yang lebih

tinggi. dalam konteks finansial, yang dibeli ini berupa aset, biasa berupa properti, emas, saham dan lain sebagainya. (Wira, 2015:).

### **3.2.1 Strategi Pemasaran yang Digunakan PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh dalam Meningkatkan Minat Nasabah terhadap Investasi Saham**

Strategi pemasaran pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh yang dilakukan untuk meningkatkan minat nasabah terhadap investasi saham yaitu melalui strategi bauran pemasaran atau *marketing mix* yang mana strategi ini harus mengkombinasikan antara satu komponen dengan komponen lainnya, yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *People* (orang).

1. *Product* (produk) merupakan sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh nasabah. Produk saham merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.
2. *Price* (harga) merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku atau tidaknya suatu produk atau jasa. Penetapan harga produk dana saham pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh mengambil suatu kebijakan harga yang dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Setoran awal untuk pembukaan rekening saham adalah senilai Rp. 100.000,- dan selanjutnya bisa melakukan setoran harian, mingguan, atau bulanan sesuai dengan pilihan target yang disepakati nasabah dengan pihak perusahaan. Apabila nasabah memiliki rejeki lebih maka pihak

perusahaan memperbolehkan nasabah untuk menyetorkan dana tersebut ke tabungan sahamnya.

3. *Place* (tempat) merupakan bagian yang sangat penting. Hal ini disebabkan agar nasabah dapat menjangkau lokasi tersebut. Untuk memasarkan produk atau jasa produk perusahaan, maka PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh menyediakan lokasi yang strategis yaitu berada di pusat kota Banda Aceh, lalu lintas yang ramai, serta adanya transportasi umum yang melewati jalan raya didepan kantor sehingga mudah dijangkau oleh nasabah dari kalangan pegawai, mahasiswa, pelajar, maupun pekerja biasa yang berasal dari daerah Pasar Aceh, Batoh, Jambo Tape, Lueng Bata maupun Lampeneurut.
4. *Promotion* (promosi) merupakan salah satu strategi penting yang harus dilaksanakan oleh PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh khususnya dalam memasarkan produk saham, karena tanpa kegiatan promosi sudah tentu nasabah tidak mengenal saham. Adapun cara yang dilakukan PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh dalam mensosialisasikan saham adalah sebagai berikut:
  - a. Mempromosikan produk saham melalui periklanan yaitu dengan penyebaran brosur-brosur, pemasangan spanduk dan *banner* di posisi strategis.
  - b. Melalui metode penjualan tatap muka (*personal selling*) yaitu pembicaraan langsung dengan nasabah atau calon nasabah tentang produk saham yang ada di PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh itu sendiri.

- c. Melalui pemasaran dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) yaitu apabila nasabah merasa suka dan puas terhadap produk saham yang digunakannya, maka ia akan cenderung menginformasikan kepada calon nasabah lain tentang pengalamannya dan menyarankan untuk menggunakan produk saham. Sehingga mereka berminat untuk membuka tabungan saham pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.
5. *People* (orang) merupakan unsur penting baik dalam produksi maupun penyampaian kebanyakan jasa. Orang yang melayani ataupun orang yang merencanakan pelayanan terhadap para nasabah. Karena sebagian besar jasa dilayani oleh karyawan maka karyawan PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh tersebut perlu diseleksi, dilatih, dimotivasi sehingga dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Karyawan PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh harus berbuat kebaikan terhadap nasabah dengan sikap, perhatian, responsive, inisiatif, kreatif, pandai memecahkan masalah, sabar dan ikhlas.

1

Berdasarkan pemaparan di atas strategi pemasaran pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh yang dilakukan untuk meningkatkan minat nasabah terhadap investasi saham yaitu memberitahukan keuntungan yang akan diperoleh nasabah dari produk saham tersebut, PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Fathir Maulana bagian *branch Manager* pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh pada tanggal 30 April 2018.

menawarkan produk yang diinginkan oleh nasabah. Untuk harga produk PT. Phintraco Sekuritas Indonesia mengambil suatu kebijakan harga yang dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat dan bisa melakukan setoran harian, mingguan, atau bulanan sesuai dengan pilihan target yang disepakati nasabah dengan pihak perusahaan. Tempat produk saham yang ditawarkan pun mudah diakses sehingga dapat menemukan karyawan dengan mudah untuk berkonsultasi tentang saham.

PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh telah mensosialisasikan saham dengan melakukan promosi produk melalui periklanan, melalui metode penjualan tatap muka dan melalui pemasaran dari mulut ke mulut. Karyawan yang ada di perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan menjelaskan tentang produk sehingga nasabah dengan mudah memahaminya. Kemampuan seorang karyawan yang berpengalaman akan memberikan dampak positif kepada perusahaan.

### **3.3 Teori yang Berkaitan**

#### **3.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran Saham**

##### **a. Pengertian Strategi**

Strategi merupakan suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. (Chatab, 2007: 10).

Definisi strategi menurut Henry Mintzberg yaitu:

- Strategi adalah perencanaan (*Plan*) konsep pemasaran tidak terlepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai tujuan di masa depan.
- Strategi adalah posisi (*Position*) menempatkan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi ini cenderung melihat penentuan posisi dalam konteks persaingan.
- Strategi adalah perspektif (*Perspective*) dalam strategi ini melihat bagaimana suatu organisasi menjalankan kegiatannya.
- Strategi adalah permainan (*Play*) strategi sebagai suatu *manuver* untuk memperdaya lawan atau pesaing. (Suryana, 2006: 173)

Penetapan strategi ini juga dilakukan dalam hal kegiatan pemasaran. Strategi pemasaran sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan karena merupakan ujung tombak mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dari mewujudkan rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. (Anoraga, 2004: 230).

#### **b. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan mendapatkan laba. Keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya tergantung pada kemampuan mereka dalam bidang pemasaran, keuangan maupun bidang-bidang lainnya. (Kotler, 2000: 19).

Menurut Kotler dan Keller (2009: 38) Pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi,

dan distribusi gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Peran pemasaran sangat penting untuk mengetahui keinginan konsumen dan perusahaan berusaha untuk memenuhinya. Perusahaan harus penuh tanggung jawab tentang kepuasan produk yang ditawarkan tersebut.

Pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang bisa memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus dan juga konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan tersebut. (Stanton, 2001: 7).

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka dapat disimpulkan pemasaran merupakan suatu kegiatan usaha bisnis yang dilakukan dalam suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dengan proses perencanaan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Keberhasilan atau kegagalan perusahaan tergantung pada kegiatan pemasaran perusahaan dalam memenuhi keinginan konsumen dan pertanggung jawaban terhadap produk yang ditawarkannya sehingga konsumen mempunyai pandangan yang baik pada perusahaan tersebut.

### **c. Strategi Pemasaran**

Untuk menghadapi pasar sasaran yang ada, perusahaan menghadapi banyak kesulitan, seperti munculnya perusahaan baru, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi dan promosi yang

ditawarkan oleh perusahaan. untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah, stabilitas dan kemampuan laba, maka pemasaran dapat melakukan dua cara yaitu dengan tetap fokus pada pasar yang sudah ada dan memperbanyak promosi produk kepada calon nasabah. Selain itu perusahaan juga harus meningkatkan strategi pemasaran yang dapat diterapkan adalah “*Marketing Mix*” atau bauran pemasaran.

*Marketing Mix* atau bauran pemasaran merupakan kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan. hampir dari semua perusahaan menerapkan strategi ini, guna mencapai pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang demikian ketat saat ini. Penggunaan *marketing mix* dalam dunia perusahaan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. dalam praktiknya konsep *marketing mix* untuk produk yang merupakan barang dan jasa.

Kotler menyebutkan konsep *marketing mix* terdiri dari 4P, yaitu

1. *Produk* (produk) secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Produk dapat berupa barang dan jasa.
2. *Price* (harga) salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga sangat penting diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perusahaan. salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.
3. *Place* (lokasi) adalah penentuan lokasi menjadi sangat penting agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang dan jasa.
4. *Promotion* (promosi) merupakan kegiatan setiap perusahaan untuk mempromosikan produk dan jasa yang dimilikinya baik

langsung maupun tidak langsung. Ada macam-macam sarana promosi yang digunakan oleh setiap perusahaan seperti periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan sebagainya.

Sedangkan Boom dan Bitner menambah dalam bisnis jasa, bauran pemasaran disamping 4p seperti yang dikemukakan diatas, ada 3 tambahan dengan 3p, yaitu:

1. *People* (orang) yaitu semua orang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi persepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan dan pelanggan-pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan. *People* meliputi kegiatan untuk karyawan, seperti kegiatan rekrutmen, pendidikan, pelatihan, motivasi, balas jasa, dan kerja sama, serta pelanggan yang menjadi nasabah atau calon nasabah.
2. *Physical evidence* (bukti fisik) terdiri adanya logo atau symbol perusahaan, moto, fasilitas yang dimiliki, seragam karyawan, laporan, kartu nama, dan jaminan perusahaan
3. *Process* (proses) merupakan keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan atau kompleksitas prosedur kerja yang ada di perusahaan yang bersangkutan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan penggunaan konsep *marketing mix* (bauran pemasaran) jika digabungkan menjadi 7p, yaitu (Kasmir, 2008:119-120):

- a. *Product* (produk)
- b. *Price* (harga)
- c. *Place* (tempat)

- d. *Promotion* (promosi)
- e. *People* (orang)
- f. *Physical evidence* (bukti fisik)
- g. *Process* (proses)

#### **d. Pengertian Saham**

Saham adalah tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan tertentu pada perusahaan penerbit saham bersangkutan. Bentuk fisik saham berupa selembar kertas yang menjelaskan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan kertas tersebut. Pemilik saham mendapatkan keuntungan dari pernyataan perusahaan, namun hal tersebut sangat tergantung pada perkembangan perusahaan penerbit saham. (Zabdi dan Pandu, 2017: 22).

Saham merupakan salah satu instrumen pasar keuangan yang paling populer. Menerbitkan saham merupakan salah satu pilihan perusahaan ketika memutuskan untuk pendanaan perusahaan. Maka saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas, dengan menyertakan modal tersebut maka pihak tersebut memiliki klaim atas pendapatan perusahaan. (Martalena dan Malinda, 2011: 12).

Menurut Huda dan Nasution (2007: 59) saham adalah surat bukti kepemilikan atas sebuah perusahaan yang melakukan penawaran umum (*go public*) dalam nominal ataupun persentase tertentu. Para pemegang saham merupakan pemilik perusahaan yang dapat menikmati keuntungan perusahaan sebanding dengan modal yang disetorkannya. Selain dari dividen yang dapat diperoleh para pemegang saham, nilai keuntungan yang merupakan selisih positif harga beli dan harga jual saham juga

merupakan *benefit* selanjutnya yang dapat dinikmati oleh para pemegang saham.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka dapat disimpulkan saham merupakan surat bukti tanda kepemilikan suatu perusahaan yang melakukan penawaran umum (*go public*) dalam bentuk fisik saham berupa selebar kertas, yang menyatakan bahwa pemilik saham merupakan bagian dari perusahaan yang menerbitkan saham tersebut. Dari saham tersebut nasabah akan memperoleh deviden dan juga nilai keuntungan dari selisih positif dari harga jual dan harga beli saham. Dengan menyertakan modalnya di perusahaan tersebut, maka nasabah akan menjadi bagian dari perusahaan dan dapat menikmati keuntungan perusahaan sebanding dengan modal yang disetornya.

Konsep penyertaan modal dengan hak bagian hasil usaha ini merupakan konsep yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Prinsip syariah mengenal konsep ini sebagai kegiatan *musyarakah* atau *syirkah*. Berdasarkan analogi tersebut, maka secara konsep saham merupakan efek yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Namun demikian, tidak semua saham yang diterbitkan oleh Emiten dan Perusahaan Publik dapat disebut sebagai saham syariah. Suatu saham dapat dikategorikan sebagai saham syariah jika saham tersebut diterbitkan oleh:

1. Emiten dan Perusahaan Publik yang secara jelas menyatakan dalam anggaran dasarnya bahwa kegiatan usaha Emiten dan Perusahaan Publik tidak bertentangan dengan Prinsip-prinsip syariah.
2. Emiten dan Perusahaan Publik yang tidak menyatakan dalam anggaran dasarnya bahwa kegiatan usaha Emiten dan

Perusahaan Publik tidak bertentangan dengan Prinsip-prinsip syariah, yaitu tidak melakukan kegiatan usaha:

1. Perjudian dan permainan yang tergolong judi.
2. Perdagangan yang tidak disertai dengan penyerahan barang/jasa.
3. Perdagangan dengan penawaran/prmintaan palsu.
4. Berbasis bunga.
5. Jual beli risiko yang mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*) atau judi (*maisir*).
6. Memproduksi, mendistribusikan, memperdagangkan atau menyediakan barang atau jasa haram zatnya (*haram li-dzatihi*), barang atau jasa haram bukan karena zatnya (*haram li-ghairihi*) yang ditetapkan oleh DSN-MUI, dan barang atau jasa yang merusak moral dan bersifat mudarat.
7. Melakukan transaksi yang mengandung unsur suap (*risywah*).
  - a. Rasio total hutang berbasis bunga dibandingkan total ekuitas tidak lebih dari 45%.
  - b. Rasio total pendapatan bunga dan total pendapatan tidak halal lainnya dibandingkan total pendapatan usaha dan total pendapatan lainnya tidak lebih dari 10%. (Susyanti, 2016: 204 - 205).

Rasulullah SAW telah bersabda,

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ:  
الْخِرَاجُ بِالضَّمَانِ (رواه أحمد وأبو داود والترمذي والنسائي وحسنه  
الألباني)

Dari sahabat ‘Aisyah radhiallahu ‘anha bahwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam berkata: “ *keuntungan adalah imbalan atas kesiapan menanggung kerugian.*” (Hr. Ahmad, Abu Daud, at-Tirmidzi, dan an-Nasai; oleh al-Albani dinyatakan sebagai hadist hasan).

Menurut Heri Sudarsono, adapun tahapan atau seleksi untuk saham yang masuk dalam indeks syariah antara lain:

- a. Memilih kumpulan saham dengan jenis usaha utama yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- b. Memilih saham berdasarkan laporan keuangan tahunan atau tenaga tahun terakhir yang memilih rasio kewajiban terhadap aktiva maksimal 90%.
- c. Memilih 60 saham dari susunan saham di atas berdasarkan urutan rata-rata kapitalisasi pasar terbesar selama satu tahun terakhir.
- d. Memilih 30 saham dengan urutan berdasarkan tingkat likuiditas rata-rata nilai perdagangan regular selama satu tahun terakhir. (Manan, 2009: 115).

### 3.3.2 Konsep Pemasaran

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep dasar yang melandasi kegiatan-kegiatan pemasaran suatu perusahaan pada

umumnya. Adapun konsep-konsep yang dimaksud adalah: (Kasmir, 2008: 58).

a. Konsep Produksi

Konsep ini merupakan konsep yang paling tua. Konsep ini mengemukakan bahwa konsumen akan memilih produk yang mudah didapat dengan harga yang murah.

b. Konsep Produk

Konsep ini berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk-produk yang menawarkan mutu, kinerja, dan ciri-ciri yang terbaik.

c. Konsep Penjualan

Menurut konsep ini bila konsumen dibiarkan begitu saja, maka konsumen tidak akan membeli produk perusahaan dalam jumlah yang cukup. Perusahaan harus melakukan kegiatan penjualan dan promosi yang agresif.

d. Konsep Pemasaran

Menurut konsep ini, kunci untuk mencapai tujuan organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari yang dilakukan pesaing.

e. Konsep Pemasaran Masyarakat

Merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar serta memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat. (Kasmir, 2008: 59)

Berbagai macam konsep ini timbul dari satu periode ke periode lainnya akibat perkembangan pengetahuan baik produsen maupun

konsumen. Penggunaan konsep-konsep ini tergantung kepada perusahaan yang juga dikaitkan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan.

Pada konsep pemasaran syariah bukan hanya sebuah pemasaran yang ditambahkan syariah karena ada nilai-nilai lebih pada pemasaran syariah saja, tetapi lebih jauhnya pemasaran berperan dalam syariah dan syariah berperan dalam pemasaran. Pemasaran berperan dalam syariah diartikan perusahaan yang berbasis syariah diharapkan dapat bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis, karena dengan profesionalitas dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen. Syariah berperan dalam pemasaran bermakna suatu pemahaman akan pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas pada pemasaran, perusahaan tidak serta merta menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi saja, ia juga harus berusaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan dapat merubah suatu *values* kepada para *stakeholders* sehingga perusahaan tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya menjadi bisnis yang bertahan lama. (Al Arif, 2012: 22).

### **3.3.3 Landasan Pemasaran Dalam Islam**

Segala aktivitas kehidupan didasari dengan perencanaan yang baik termasuk dalam hal perencanaan pemasaran. Pada kegiatan pemasaran tentu terlebih dahulu menyusun perencanaan strategi untuk memberi arahan tentang kegiatan perusahaan yang menyeluruh agar mencapai tujuan sasaran pemasaran. (Kartajaya dan Sula, 2006: 58)

Di dalam Islam, bukanlah suatu larangan bila seorang hamba mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya. Namun dengan syarat, rencana itu tidak bertentangan dengan ajaran

(syariat) Islam. Sesuai dengan firman Allah SWT. Dalam surat an Najm ayat 24:

أَمْ لِلْإِنْسَانِ مَا تَمَنَّى

*Artinya: “atau apakah manusia akan mendapatkan segala yang dicita-citakannya?.”*

Bila dikaitkan dengan strategi pemasaran, maksud dari ayat di atas merupakan suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan atau mencapai sasaran pemasaran seperti yang diharapkan untuk mencapai keberhasilan. Sudah menjadi *sunnatullah* bahwa apapun yang sudah kita rencanakan, berhasil atau tidaknya, ada pada ketentuan Allah SWT. dalam pelaksanaan strategi pemasaran dalam Islam haruslah konsisten dengan jiwa Islam yang tidak terlepas dengan tuntunan al-Quran dan Hadits, juga sesuai dengan kode etik ekonomi Islam.

Selain itu, dalam kegiatan pemasaran, Islam melarang adanya unsur manipulasi (penipuan), Islam menganjurkan umatnya untuk memasarkan atau mempromosikan produk dan menetapkan harga dengan jujur. Karena, salah satu karakter pemasaran yang terpenting dan diridhai oleh Allah SWT adalah kebenaran. Pemasaran dalam bisnis Islami juga harus mengedepankan konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual maupun pembeli. (Kartajaya, Sula, 2006: 59).

### **3.3.4 Tujuan Pemasaran**

Setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dengan tujuan tertentu. penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dilakukan

dengan berbagai pertimbangan matang. Kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Suatu perusahaan/lembaga yang melakukan kegiatan pemasaran tentu saja memiliki beberapa tujuan. Secara umum, tujuan pemasaran adalah:

1. Memaksimumkan konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan secara berulang-ulang.
2. Memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang merasa puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya.
3. Memaksimumkan pilihan dalam arti perusahaan menyediakan berbagai produk perusahaan sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
4. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien. (Kasmir 2005: 66).

### **3.3.5 Konsep Investasi Saham**

Konsep berinvestasi saham adalah melakukan investasi pada saham yang memungkinkan nasabah untuk mengawasi perkembangan uang dan perdagangan saham telah terbukti secara konsisten menjadi salah satu bentuk investasi paling menguntungkan yang tersedia. Namun setiap halnya investasi, keuntungan dan risiko selalu ada.

#### 1. Keuntungan:

- a. Nasabah dapat membeli dan menjual sebagian dari investasi (saham) sewaktu-waktu. Berinvestasi pada saham memberikan likuiditas yang lebih besar (mengubah saham menjadi uang tunai) dibandingkan dengan jenis investasi lainnya.
- b. Mudah diakses – login untuk memantau pasar dari lokasi mana pun di dunia melalui hp, laptop dan media canggih lainnya.
- c. Laba yang lebih besar. Dengan banyaknya pengalaman berinvestasi nasabah akan memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai saham baik itu risiko maupun keuntungan.

#### 2. Risiko

- a. Pasar saham merupakan suatu tempat yang tidak menentu dengan harga saham yang dapat naik maupun turun pada waktu yang tidak tertentu.
- b. Nasabah harus bisa memantau portofolio investasi dengan cermat untuk memastikan agar tidak terjadinya kerugian.<sup>2</sup>

### 3.4 Evaluasi Kerja Praktik

Selama penulis mengikuti kerja praktik di PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh, penulis banyak mendapat pengalaman baru tentang saham dan banyak kegiatan yang dapat penulis lakukan selama kerja praktik. Penulis membantu pegawai dalam mengerjakan tugasnya,

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Fathir Maulana bagian *branch Manager* pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh pada tanggal 30 April 2018.

maka dari itu banyak pengetahuan yang baru penulis dapatkan ketika melaksanakan kerja praktik.

Berdasarkan hasil kerja praktik yang penulis dapatkan tentang strategi pemasaran yang digunakan PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh dalam menghimpun dana, khususnya tabungan saham sudah sesuai dengan teori yang penulis dapatkan. Strategi pemasaran produk saham yang telah dilakukan oleh PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh dalam memasarkan produknya sangat baik dan terarah. Hal ini dilihat dari perkembangan nasabah pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh setelah menggunakan strategi pemasaran tersebut mulai meningkat setiap tahunnya, karena jumlah nasabah menjadi tolak ukur keberhasilan dari usaha pemasaran dalam rangka mempengaruhi calon nasabah, dalam melakukan strategi pemasaran tabungan saham ada beberapa kendala- kendala yang dihadapi PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh yaitu:

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk tabungan saham yang dikeluarkan oleh PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh, sehingga diperlukan upaya perusahaan untuk memberikan penjelasan dan pemahanan dengan bahasa yang mudah dimengerti tentang produk tabungan saham yang digunakan PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh.
2. Persaingan antar perusahaan sekuritas Kota Banda Aceh merupakan wilayah yang luas dan padat dengan penduduk yang memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) memadai, sehingga banyak berdiri perusahaan-perusahaan sekuritas di kota ini, hal ini mengakibatkan terjadilah persaingan yang ketat antar perusahaan sekuritas dalam menarik antusias masyarakat disekitarnya. Maka cara yang dilakukan untuk

bersaing dengan sehat adalah dengan melakukan pengenalan secara langsung kepada calon nasabah bahwa PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh mempunyai karakteristik produk yang berbeda dengan perusahaan-perusahaan sekuritas yang berada disekitar kota Banda Aceh, seperti tata cara penyampaian produk kepada nasabah untuk meyakinkan nasabah terhadap produk yang ditawarkan.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan Fathir Maulana bagian *branch Manager* pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh pada tanggal 30 April 2018.

## **BAB EMPAT PENUTUP**

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan kerja praktik yang telah penulis lakukan seperti yang dibahas dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh untuk meningkatkan nasabah terhadap tabungan saham adalah melalui strategi bauran pemasaran yang terdiri dari lima P, yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), dan *people* (orang).
2. PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh menawarkan produk yang diinginkan oleh nasabah. Untuk harga produk PT. Phintraco Sekuritas Indonesia mengambil suatu kebijakan harga yang dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat dan juga telah mensosialisasikan saham dengan melakukan promosi, periklanan, dan tatap muka. Karyawan yang ada di perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan menjelaskan tentang produk sehingga nasabah dengan mudah memahaminya.

### **4.2 Saran**

Berdasarkan hasil pengamatan penulis pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh selama melakukan kegiatan kerja praktik maka penulis memberikan beberapa rekomendasi berikut:

- a. Mendirikan kantor cabang di setiap kabupaten sehingga tidak hanya warga sekitar Banda Aceh saja yang menjadi nasabah PT. Phintraco Sekuritas.

- b. Hendaknya PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Cabang Aceh memberikan motivasi kepada nasabah yang ingin menabung saham, agar lebih giat menabung saham guna untuk kelanjutan hidup yang sejahtera di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basri, Yuswar Zainul dan Virna Sulfitri. 2012. *Investasi Saham, Obligasi, Reksadana & Instrumen Pasar Uang Lainnya*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Chatab, Nevizand. 2007. *Diagnostic Management*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.
- Huda, Nurul dan Mustafa Edwin Nasution. 2007. *Investasi pada Pasar Modal Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kartajaya, Hermawan dan Hermawan Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Media Grafika.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Manajemen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Manan, Abdul. 2009. *Aspek hukum dalam Penyelenggaraan Investasi di*

*Pasar Modal Syariah Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Matalena dan Maya Malinda. 2011. *Pengantar Pasar Modal*. Yogyakarta: Andi Offset.

<http://www.phintracosecurities.com/about-compani.php>. Diakses pada tanggal 24 April 2018.

<http://www.facebook.com/phintracosekuritas/posts/1324790787540053:0>, n.d, diakses pada tanggal 24 April 2018.

<http://www.profits.co.id/faq.php>, n.d. diakses pada tanggal 25 April 2018.

Sutedi, Adrian. 2011. *Pasar Modal Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.

Suteja, Jaja dan Ardi Gunardi. 2016. *Manajemen Investasi Dan Portofolio*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Suryana. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat Patria.

Susyanti, Jeni. 2016. *Pengelolaan Lembaga Keuangan Syariah*. Malang: Wisma Kalimetro.

Wira, Desmond. 2015. *Memulai Investasi Saham*. Exceed.

Zabdi, Aria dan Dian Pandu. 2017. *Tinjauan Pasar Modal*. Yogyakarta: Pusat Edukasi dan Informasi Pasar Modal.

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**

Nomor :1430/Un.08/FEBI/PP.00.9/08/2017

**T E N T A N G**

**Penetapan Pembimbing Laporan Kerja Praktik  
Mahasiswa Program Studi D-III Perbankan Syariah**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS IS  
LAM UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**

- Menimbang** :
- a. Bahwa untuk kelancaran penulisan LKP (Laporan Kerja Praktik) Praktik Kerja Lapangan mahasiswa Prodi D-III Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing LKP tersebut;
  - b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing LKP Prodi D-III Perbankan Syariah.
- Mengingat** :
1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
  2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
  3. Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
  4. Peraturan Presiden No. 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
  5. Peraturan Menteri Agama RI No. 12 Tahun 2014, tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry;
  6. Peraturan Menteri Agama RI No. 21 Tahun 2015, Tentang Statuta UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
  7. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur PPs UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

**MEMUTUSKAN**

**Menetapkan** :

**P e r t a m a** :

Menunjuk Saudara (i) :

- a. Abrar Amri, SE.,S.Pd.I.,M.Si
- b. Cut Elfida, S.HI.,MA

Sebagai Pembimbing I

Sebagai Pembimbing II

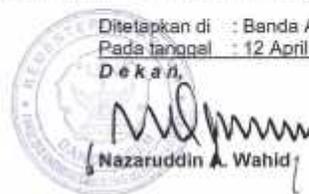
untuk membimbing LKP Mahasiswa (i) :

**N a m a** : Wiwi Sandesi  
**N I M** : 150601124  
**Prodi** : D-III Perbankan Syariah  
**J u d u l** : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Investasi Saham di PT. Phintraco Sekuritas Indonesia Pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh

- K e d u a** : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini. Kutipan Surat Keputusan ini dibenarkan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
 Pada tanggal : 12 April 2018

**D e k a n,**



Nazaruddin A. Wahid

**Tembusan** :

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.

## LEMBAR KONTROL BIMBINGAN

Nama/NIM : Wiwi Sandesi /150601124  
 Jurusan : D-III Perbankan Syariah  
 Judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Investasi Saham Pada PT. Phintraco Sekuritas Indonesia cabang Banda Aceh  
 Tanggal SK : 12 April 2018  
 Pembimbing I : Abrar Amri, SE.,S.Pd.I.,M.Si  
 Pembimbing II : Cut Elfida, S.HI.,MA

NO	TANGGAL PENYERAHAN	TANGGAL BIMBINGAN	BAB YANG DIBIMBING	CATATAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	28 Mei 2018	28 Mei 2018	Bab I	-Perbaiki -tambahkan foto barang	<i>Hafiz Fauzi</i>
2.	30 Mei 2018	30 Mei 2018	Bab I Bab II	-Perbaiki -daftar gambar	<i>Hafiz Fauzi</i>
3.	04 Juni 2018	04 Juni 2018	Bab II Bab III	-Perbaiki kesalahan -tambahkan foto barang	<i>Hafiz Fauzi</i>
4.	25 Juni 2018	25 Juni 2018	Bab III Bab IV	-Perbaiki -perhatikan kulpipan	<i>Hafiz Fauzi</i>
5.	26 Juni 2018	26 Juni 2018	Bab III dan IV	-Perbaiki	<i>Hafiz Fauzi</i>
6.	28 Juni 2018	28 Juni 2018	semua	Perbaiki ACC stempel	<i>Hafiz Fauzi</i>

Mengetahui,  
 Ketua Prodi  
  
 Dr. Nilam Sari, M.Ag  
 NIP. 197103172008012007

## LEMBAR KONTROL BIMBINGAN

Nama/NIM : Wiwi Sandesi /150601124  
 Jurusan : D-III Perbankan Syariah  
 Judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Investasi Saham Pada PT. Plintrato Sekuritas Indonesia cabang Banda Aceh  
 Tanggal SK : 12 April 2018  
 Pembimbing I : Abrar Amri, SE., S.Pd.I., M.Si  
 Pembimbing II : Cut Elfida, S.HI., MA

NO	TANGGAL PENYERAHAN	TANGGAL BIMBINGAN	BAB YANG DIBIMBING	CATATAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	16 April 2018	19 April 2018	Bab I	Perbaiki latar belakang masalah	
2.	27 April 2018	09 Mei 2018	Bab II	lengkapi sejarah singkat PT. Plintrato sekuritas	
3.	04 Mei 2018	14 Mei 2018	Bab III	Perbaiki strategi pemasaran yang digunakan	
4.	22 Mei 2018	23 Mei 2018	Bab IV	Perbaiki kesimpulan dalam Penulisan	

Mengetahui,  
 Ketua Prodi,



Dr. Nilma Sari, M.Ag

NIP. 197103172008012007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
 Situs : www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis

FORMULIR PENILAIAN

1. MAHASISWA YANG DINILAI

NAMA : WIWI SANDESI  
 NIM : 150601124

2. UNSUR PENILAIAN

NO	UNSUR YANG DINILAI	NILAI HURUF (NH)	NILAI ANGKA (NA)	KETERANGAN
1	Kepemimpinan (Leadership)	A	89	
2	Kerja Sama (Cooperation)	A	98	
3	Pelayanan (Public Service)	A	97	
4	Penampilan (Performance)	A	95	
5	Ketelitian dan Kecermatan (Incredible Detail)	A	96	
6	Tanggung Jawab (Responsibility)	A	99	
7	Kedisiplinan (Discipline)	A	100	
8	Pengetahuan Ekonomi Syari'ah (Islamic Economic Knowledge)	A	93	
<b>Jumlah</b>			<b>767</b>	
<b>Rata-rata</b>			<b>95,87</b>	

3. KRITERIA PENILAIAN

SKOR (% PENCAPAIAN)	NILAI	PREDIKAT	NILAI BOBOT
86-100	A	ISTIMEWA	4
72-85	B	BAIK SEKALI	3
60-71	C	BAIK	2
50-59	D	KURANG	1
0-49	E	GAGAL	0

BANDA ACEH, 17 APRIL .....2018

Penilai,

  
 (.....) **FATMA MAGLANA**  
 Jabatan **BRANCH MANAGER**  
  
 Bursa Efek Indonesia

Mengetahui,

Ketua Prodi D-III Perbankan Syari'ah

  
  
 Dr. Nilahy Sari, M. Ag  
 NIP. 197103172008012007



## PT. PHINTRACO SEKURITAS

Jl. T. Imuem Leung Bata No. 84, Banda Aceh | Aceh 23246

Telp. (0651) 35103

www.phintracosekuritas.com

### SURAT KETERANGAN

PT. Phintraco Sekuritas cabang Aceh dengan ini menerangkan bahwa yang tersebut di bawah ini:

Nama : Wiwi Sandesi  
 No. Mahasiswa : 150601124  
 Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Benar telah mengikuti Kerja Praktek Lapangan (PKL) di kantor Phintraco Sekuritas cabang Aceh pada tanggal 26 Februari s/d 12 April 2018

Demikianlah surat keterangan ini kami keluarkan agar dipergunakan seperlunya, atas kerja samanya selama ini kami ucapkan terima kasih.

Banda Aceh, 8 Juli 2018  
 PT. Phintraco Sekuritas

Fathir Mustafa, SE  
 Branch Manager  
 Indonesia Stock Exchange  
 Bursa Efek Indonesia

Kantor Pusat: The East Tower 16th, Jl. Dr. Ide Anak Agung Gde Agung Kav. E3.2 No.1, Kuningan, Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12950

**Cust. No** : \_\_\_\_\_

**Name** : \_\_\_\_\_

**Initial** : \_\_\_\_\_

**Reguler**

**Syariah**

**TASPRO Reguler**

**TASPRO Syariah**

## **PHINTRACO SEKURITAS**

### **FORMULIR PEMBUKAAN REKENING EFEK - PERORANGAN**

**Branch** : \_\_\_\_\_

**AO** : \_\_\_\_\_

**MO** : \_\_\_\_\_

**Referral** : \_\_\_\_\_

**Event** : \_\_\_\_\_

**Campaign** : \_\_\_\_\_

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Wiwi Sandesi  
 Tempat/Tgl Lahir : Luan Balu, 09 Mei 1997  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan/Nim : Mahasiswa/150601124  
 Agama : Islam  
 Kebangsaan : Indonesia  
 Status : Belum kawin  
 Alamat : Desa Luan Balu.  
 No HP : 081269160038  
 Email : wiwisandesi@gmail.com

### Riwayat Pendidikan

SDN 1 Teluk Dalam : Tamatan Tahun 2009  
 SMPN 1 Teluk Dalam : Tamatan Tahun 2012  
 SMKN 1 Sinabang : Tamatan Tahun 2015  
 Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Program Studi DIII Perbankan Syariah  
 UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

### Data Orang Tua

Nama Ayah : M. Sabar  
 Nama Ibu : Alm. Sadaria  
 Pekerjaan Ayah : Nelayan  
 Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga  
 Alamat Orang Tua : Desa Luan Balu

Demikian daftar riwayat hidup singkat ini saya buat dengan sebenarnya agar dapat digunakan seperlunya.

Banda Aceh, 28 Juni 2018  
 Penulis,

Wiwi Sandesi