

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, transaksi keuangan merupakan kegiatan yang tak terpisahkan dalam kegiatan sehari-hari. Transaksi keuangan merupakan suatu kegiatan yang berkaitan dengan pemindahan sejumlah nilai uang dari satu pihak ke pihak lain. Media yang digunakan untuk pemindahan nilai uang tersebut sangat beragam, mulai dari penggunaan alat pembayaran yang sederhana sampai pada penggunaan sistem yang kompleks dan melibatkan berbagai lembaga berikutan aturan mainnya. Seiring dengan berkembangnya teknologi, proses dan media untuk melakukan transaksi keuangan pun semakin banyak dan canggih dengan tujuan untuk mempermudah masyarakat yang melakukan kegiatan tersebut.

Salah satu media dan sarana dalam melakukan transaksi keuangan adalah melalui jasa perbankan. Jasa perbankan kerap digunakan oleh masyarakat yang tinggal di daerah ibu kota. Jasa perbankan menawarkan kemudahan bertransaksi dimanapun, kemanapun dan kapanpun. Untuk dapat menggunakan jasa tersebut pelanggan diwajibkan memenuhi persyaratan administrasi dan diwajibkan memiliki tabungan atau rekening baik bagi pengirim maupun penerima. Hal ini akan menimbulkan permasalahan terutama bagi penyedia layanan yang belum memiliki kantor cabang di berbagai daerah, khususnya bagi masyarakat yang tinggal di daerah pelosok.

Selain itu menurut data yang didapat oleh penulis, Jumlah penduduk Indonesia yang berumur di atas 15 tahun sekitar 239,9 juta, namun pemilik rekening di Indonesia hanya 60 juta

orang. Selain itu, masih ada 120 juta orang yang layak memiliki rekening tetapi tetap memilih tidak memiliki rekening di bank (Soepratjitno 2012). Berdasarkan data tersebut dapat terlihat bahwa masih banyak pangsa pasar yang masih belum disentuh oleh bisnis perbankan dalam transaksi keuangan.

Karena adanya kendala-kendala tersebut, maka jasa serta teknologi transaksi keuangan di luar perbankan pun mulai bermunculan. Salah satu alternatif yang ditawarkan adalah transaksi keuangan atau pengiriman uang tunai yang dapat dilakukan tanpa perlunya rekening bank. Selain tidak dibebatkan oleh sistem administrasi dan perbankan, jasa transaksi keuangan alternatif yang ditawarkan juga aman serta efisien.

Jasa ini diciptakan pertama kali oleh perusahaan *Western Union* pada tahun 1851. *Western Union* menawarkan layanan transaksi serta pengiriman uang yang cepat, handal dan aman khususnya bagi masyarakat kelas menengah ke bawah. Saat ini *Western Union* memiliki lebih dari 500.000 lokasi agen di lebih dari 200 negara termasuk Indonesia (westernunion.co.id 2008).

Layanan *Western Union* telah hadir di Indonesia selama lebih dari 18 tahun sejak *Money Transfer* (tunai ke tunai) domestik dan *internasional* melalui 18.000 lokasi agen di 33 provinsi di Indonesia. Beberapa lokasi agen bahkan buka selama 365 hari dalam setahun, malam hari dan akhir pekan. Indonesia merupakan negara ke 18 yang menerima kiriman uang dari luar negeri secara global, dengan total lebih dari 6,9 miliar uang yang masuk pada tahun 2010 (Yoga 2011).

PT Quattro Inti Indonesia merupakan perusahaan yang didirikan dengan landasan pemikiran yang sama dengan *Western Union*. Sebagai salah satu agen *Western Union* di Indonesia, PT Quattro Inti Indonesia berdedikasi untuk melayani kebutuhan masyarakat yang

memerlukan, yaitu masyarakat dari golongan menengah ke bawah yang tidak memiliki rekening bank khususnya para Tenaga Kerja Indonesia yang bekerja di luar negeri.

Berdasarkan kutipan yang disampaikan oleh Kepala Badan Nasional Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BNP2TKI) Juhur Hidayat,

“Rata-rata selama satu tahun remiten yang masuk ke Indonesia mencapai Rp120 triliun atau Rp 10 triliun per bulan. Namun, berbeda dengan Ramadan yang mengalami peningkatan hingga 100 persen. Perkiraan mencapai Rp20 triliun.” (MetroTvNews.com 2013).

Jumlah transaksi pengiriman uang para TKI yang begitu besar adalah salah satu alasan mengapa PT Quattro Inti Indonesia ingin membantu untuk memberikan edukasi serta menawarkan layanan jasa transaksi keuangan yang aman dan dapat diandalkan. PT Quattro Inti Indonesia ingin agar target pasar mereka dapat merasakan kenyamanan bertransaksi uang yang dirasakan oleh masyarakat golongan menengah ke atas.

Sebagai perusahaan yang baru didirikan pada awal tahun 2013, PT Quattro Inti Indonesia perlu melakukan kegiatan promosi. Dalam tahun-tahun pertama bisnisnya seperti saat ini kegiatan promosi difokuskan pada upaya untuk menciptakan *brand awareness*, menjalin relasi serta membangun kepercayaan dengan publik dan *investor* serta mencapai target penjualan (Pangalila 2013). Pengertian *investor* menurut PT Quattro Inti Indonesia adalah suatu perusahaan atau organisasi baik profit maupun non-profit yang mau bekerja sama dengan menyediakan fasilitas transaksi keuangan PT Quattro Inti Indonesia di outlet atau cabang atau kantor yang dimiliki oleh investor tersebut.

Upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai hal-hal tersebut adalah dengan menerapkan fungsi serta strategi *Public Relations* pada internal serta eksternal perusahaan. Adapun fungsi-fungsi *Public Relations* yang utama adalah menyelenggarakan hubungan dengan publiknya guna memperoleh dukungan dan simpatik publik, dengan mengamati dan

menganalisis masalah, menarik perhatian, mempengaruhi opini, serta menjalin hubungan dan suasana saling percaya (Seinfeld 2009).

Fokus utama PT Quattro Inti Indonesia adalah untuk menjalin hubungan yang baik dengan para calon *investor* agar mereka mau bekerjasama dan mendukung program dari perusahaan. Menjaln asosiasi dengan *investor* yang tepat serta memiliki citra yang positif tentu akan membantu mencapai tujuan perusahaan dalam membangun *brand awareness*. Untuk mewujudkan hal tersebut maka diperlukan penerapan fungsi dan strategi *Public Relations* khususnya *Marketing Public Relations* (MPR) dalam setiap presentasi juga kunjungan yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam hal ini menciptakan kepercayaan merupakan kunci penting bagi para calon *investor* dari perusahaan agar dapat mempercayai jasa dari perusahaan serta meningkatkan citra positif perusahaan. Tujuan lain dari penerapan startegi MPR adalah antara lain untuk meyakinkan calon *investor* bahwa sebagai perusahaan baru, PT Quattro Inti Indonesia sudah memiliki fondasi yang kuat dalam jasa pengiriman uang.

PT Quattro Inti Indonesia memilih *Website* sebagai salah satu bentuk promosi perusahaan karena Internet tetap menjadi tempat yang baik untuk publikasi dan penjualan.

”Ada banyak kesempatan yang tidak terhitung dan sebagian besar dari mereka berhubungan dengan Public Relations yang dimana sebuah perusahaan bisa mengambil keuntungan dari *website*, mereka bisa meningkatkan kesadaran akan perusahaan, menyatakan identitas dan integritas perusahaan sama atau lebih baik dari bentuk lain media komunikasi untuk upaya meningkatkan *Brand awareness*.” (Levine 2003,125). Oleh karena alasan tersebut memiliki *website* perusahaan yang efektif dan efisien dalam menjamin kualitas jasa pengiriman uang amatlah penting bagi suatu perusahaan.

Dari sekian banyak perusahaan yang ada, PT Quattro Inti Indonesia ini merupakan tempat yang dipilih oleh penulis untuk melaksanakan kegiatan magang. Seperti yang disebutkan di atas bahwa PT Quattro Inti Indonesia adalah perusahaan yang masih baru, sehingga merupakan tantangan bagi penulis untuk dapat bersama-sama membantu untuk membangun citra positif serta membangun relasi yang baik dengan calon *investor* dan *investor* dari perusahaan ini.

Kegiatan magang ini juga memberi kesempatan kepada penulis untuk mendapatkan pelajaran langsung dari *supervisor* dalam penerapan Strategi *Marketing Public Relations* dalam tugas-tugas yang diberikan.

I.2. Tujuan Magang

Tujuan penulis melakukan kerja magang di PT Quattro Inti Indonesia adalah:

1. Penulis ingin mempelajari dan menerapkan fungsi Marketing Public Relations untuk menciptakan *brand awareness* dalam upaya menarik calon *investor* untuk bekerja sama dengan PT Quattro Inti Indonesia..
2. Penulis ingin mempelajari dan menerapkan fungsi *Public Relations* di PT Quattro Inti Indonesia pada ruang lingkup *Internal Public Relations* khususnya *Employee* dan *Investor Relations*.
3. Penulis ingin mempelajari dan menerapkan fungsi *Public Relations* dalam proses pembuatan *company website* PT Quattro Inti Indonesia sebagai sarana informasi bagi para *investor* maupun publik terkait dari PT Quattro Inti Indonesia.

I.3. Ruang Lingkup dan Batasan Magang

Penulis melaksanakan magang di PT Quattro Inti Indonesia (QII) yang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan. Pada pelaksanaan magang ini, penulis ditempatkan pada Divisi Pemasaran. Divisi Pemasaran merupakan divisi yang bertugas melakukan semua proses kegiatan promosi dan upaya menciptakan *brand awareness* serta menjalin relasi dengan publik dari perusahaan mulai dari membuat *marketing plan*, menentukan alat komunikasi yang digunakan seperti *Public Relations*, *website* dan lain sebagainya.

Dalam divisi ini, penulis bertugas sebagai Public Relations di bawah pengawasan Michael Tanong selaku *CEO* dan *General affair*. Adapun tugas yang diberikan oleh PT Quattro Inti Indonesia kepada penulis selama pelaksanaan magang antara lain adalah membuat menerapkan fungsi Marketing Public Relations dalam pembuatan materi presentasi, melakukan presentasi kepada calon *investor* dari *pipeline* yang sudah diberikan, menjalin relasi yang positif dengan para investor dan karyawan PT Quattro Inti Indonesia, Mengatur jadwal untuk internal meeting, membuat weekly progress, membuat *company profile*, menjadi salah satu Person in Charge dalam membuat isi serta konsep *website* perusahaan, membantu mencari vendor untuk pembuatan website. Adapun berbagai kegiatan *Marketing Public Relations* serta operasional dan administrasi selama pelaksanaan magang di divisi *Marketing & Public Relations*, PT Quattro Inti Indonesia tersebut akan menjadi batasan penulis dalam laporan magang ini.

I.4. Lokasi dan Waktu Magang

Pelaksanaan magang dimulai dari tanggal 22 Juli – 22 November 2013 atau setara dengan 640 jam kerja. Perusahaan yang dipilih penulis untuk melakukan kegiatan magang adalah PT Quattro Inti Indonesia yang berlokasi di One Pacific Place level 11, Sudirman Central Business District, Jl. Jend. Sudirman kav. 52-53, Jakarta 12190. Waktu operasional kerja yang dilaksanakan penulis adalah setiap hari Senin sampai Jumat pukul 08.00 – 17.00 WIB.