

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Pemasaran jasa sangat penting untuk dihubungkan dengan kegiatan bisnis apapun. Perusahaan jasa yang berorientasi pada *profit* atau *non profit*, memiliki perbedaan yang mendasari tujuan perusahaan. Perusahaan yang berorientasi cenderung lebih mementingkan hubungan sosial yang dibangun, sedangkan perusahaan dengan orientasi *profit* cenderung mementingkan hubungan sosial dengan tingkat *financial* yang diterima.

Di dalam perusahaan jasa, “*people*” atau orang-orang yang berada di dalamnya sangat berperan dan memiliki pengaruh besar pada kinerja perusahaan (Lovelock, 2007, p20). Pelayanan yang baik dinilai dari sejauh mana kemampuan karyawan dalam memberikan informasi dan menguasai bidangnya masing-masing. Di samping itu, mereka yang berada diluar perusahaan juga memiliki peran yang kuat. Seorang ahli atau *expert* di bidangnya dianggap mampu memberikan masukan atau informasi yang akurat.

Salah satu contoh perusahaan jasa dalam sektor ekonomi di Indonesia adalah PT. Minna Padi Aset Manajemen (PT MPAM). Perusahaan yang bergerak di bidang investasi cukup diminati oleh investor yang memerlukan bantuan untuk mengalokasikan dananya. Namun karena adanya persaingan, investor menanamkan investasi tidak dalam satu keranjang saja. Untuk meningkatkan

efektivitas strategi pemasaran jasa, perusahaan perlu memahami mengapa investor lebih memilih untuk melakukan investasi. Nasehat dan masukan dari seorang konsultan diperlukan untuk memberikan informasi tambahan atau saran untuk menentukan kapan dan bagaimana investor melakukan investasi.

Motif mendasar investor membeli saham atau menanamkan dananya pada investasi saham adalah untuk mendapatkan keuntungan. Investasi saham di pasar modal merupakan jenis investasi dengan risiko yang relatif tinggi. Oleh karena itu, investor yang akan menanamkan dananya atau melakukan investasi melalui kepemilikan atau pembelian saham-saham perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai faktor dan informasi yang mempengaruhi fluktuasi harga saham.

Dengan mengetahui berbagai faktor dan informasi akurat berhubungan dengan fluktuasi harga saham melalui kelompok atau ahli, maka investor dapat menentukan strategi yang tepat dalam memilih perusahaan yang benar-benar dianggap paling menguntungkan sebagai tempat menanamkan dananya dan tidak sampai terjebak pada kondisi yang merugikan. Harga saham selain merupakan indikator nilai perusahaan yang merefleksikan tingkat kemakmuran pemegang saham juga merupakan ukuran yang objektif dari nilai investasi pada suatu perusahaan.

Investor harus mengetahui besaran maupun pola pengaruh dari perubahan-perubahan variabel-variabel ekonomi makro terhadap variasi naik/turunnya tingkat pengembalian investasi saham yang direfleksikan oleh rasio perubahan harga saham.

Lingkungan makro secara sistematis akan mempengaruhi keberhasilan pencapaian laba perusahaan, oleh karena itu kemampuan investor dalam memahami dan meramalkan kondisi ekonomi makro di masa mendatang akan sangat berguna dalam pembuatan keputusan investasi yang menguntungkan. Siegel (1991) dalam Tandelilin (2001), menyimpulkan adanya hubungan yang kuat antara harga saham dan kinerja ekonomi makro dan menemukan bukti bahwa perubahan pada harga saham selalu terjadi sebelum terjadinya perubahan pada variabel-variabel ekonomi makro.

Dalam membantu investor melakukan investasi, keahlian kinerja perusahaan sangat penting dan merupakan salah satu investasi bagi para investor juga. Dikatakan investasi karena apabila kinerja perusahaan tidak maksimal, investor akan kehilangan dana dan juga menurunkan prestasi perusahaan.

Tidak semua investasi menguntungkan, oleh karena itu investor yang tidak paham maupun yang paham sekali mengenai investasi sangat memerlukan nasehat atau petunjuk yang dapat menuntun dan membimbing mereka dalam melakukan investasi agar terhindar dari risiko kerugian dan mendapatkan keuntungan yang diinginkan.

Selain risiko yang dihindari, nasehat dari seorang konsultan dapat meningkatkan kepercayaan investor dan membuat investor mempercayakan secara total untuk menangani dan mengelola investasinya. Setelah investor mendapatkan hasil yang memuaskan, tentunya akan tumbuh rasa bangga dan

kepuasan dalam diri investor maupun perusahaan yang sukses meraih keuntungan.



Gambar 1.1

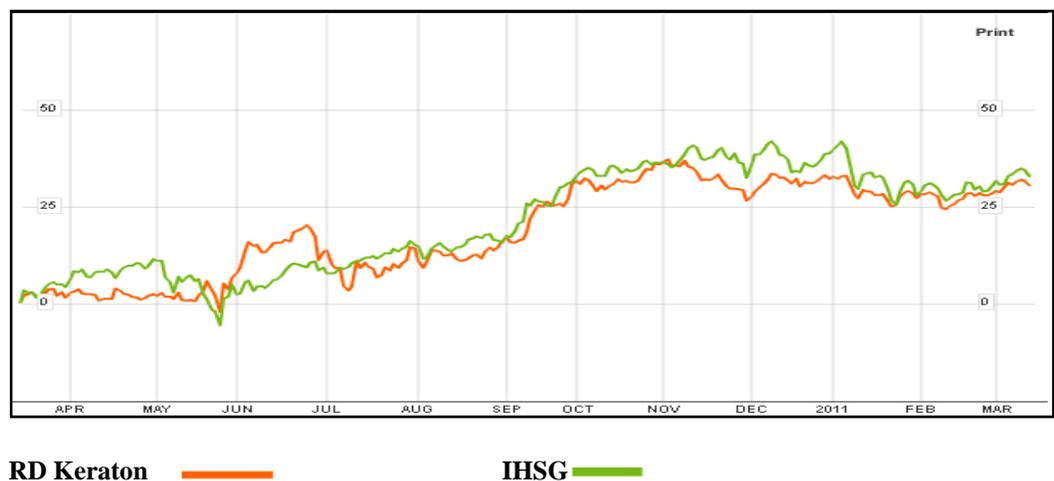
Penggunaan Jasa Manajer Investasi

Sumber : Riset Kontan 2010

Berdasarkan data yang didapat dari tim riset Kontan, masyarakat masih belum tahu mengenai keberadaan manajer investasi dan belum menggunakan jasa manajemen investasi. Hal ini dikarenakan masyarakat kurang percaya dan kurang mendapatkan sosialisasi mengenai manajer investasi. Mereka tidak mengetahui bagaimana kinerja perusahaan investasi dalam mengelola dana investasi sehingga mendapatkan keuntungan dari nilai-nilai saham tersebut.

Sosialisasi mengenai kinerja perusahaan bukan hanya dilakukan kepada masyarakat yang belum mengenal perusahaan, melainkan diberikan juga kepada investor yang sedang menjadi klien sehingga mereka mengetahui kinerja perusahaan secara maksimal kemudian merasa puas dengan hasil yang dicapai dan melanjutkan kerjasama berkelanjutan.

PT. Minna Padi Aset Manajemen (PT. MPAM) merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang manajemen asset atau manajemen investasi. Banyaknya perusahaan yang sejenis dan persaingan yang semakin kompetitif membuat PT. MPAM berusaha mempertahankan konsistensinya dengan memaksimalkan kinerja sehingga konsumen puas.



Gambar 1.2

NAB RD Keraton VS IHSG

Sumber : Data Perusahaan

Perusahaan pengelolaan investasi atau saham sangat bergantung pada kepercayaan konsusmen. Banyak sekali lembaga – lembaga atau perusahaan yang

menawarkan janji dengan hasil meggiurkan akan tetapi hasil yang diterima tidak sesuai dengan harapan atau janji. Fluktuasi harga dari pemegang saham sangat berpengaruh terhadap kepercayaan investor, apalagi perusahaan bukan sebagai pemimpin pasar di bidangnya. Maka kepercayaan dari konsumen terhadap perusahaan maupun nilai investasi sangat penting.

Adanya perusahaan investasi yang sangat banyak dengan kelebihan maupun kekuatan yang ada, maka penting dilakukan penelitian mengenai pengukuran kinerja perusahaan yang akan menciptakan keuntungan investasi seperti nilai saham yang diterima melalui nasehat maupun masukan melalui konsultan investasi yang akan menciptakan pembelian berulang / *upselling* terhadap jasa dengan judul “ PERAN KONSULTAN INVESTASI DALAM MEMPENGARUHI UPSELLING PT. MINNA PADI ASET MANAJEMEN. “

1.2 Identifikasi Masalah

1. Seberapa besar pengaruh Kinerja Lembaga Investasi dan Nasehat Konsultan Investasi terhadap Kepercayaan pada Nilai Investasi pada PT Minna Padi Aset Manajemen secara individual dan simultan?
2. Seberapa besar pengaruh Kinerja Lembaga Investasi, Nasehat Konsultan Investasi, dan Kepercayaan pada Nilai Investasi terhadap *Upselling* pada PT Minna Padi Aset Manajemen secara individual dan simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kinerja Lembaga Investasi dan Nasehat Konsultan Investasi terhadap Kepercayaan pada Nilai Investasi pada PT Minna Padi Aset Manajemen secara individual dan simultan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kinerja Lembaga Investasi, Nasehat Konsultan Investasi, dan Kepercayaan pada Nilai Investasi terhadap *Upselling* pada PT Minna Padi Aset Manajemen secara individual dan simultan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bagi PT MPAM:

- Mengetahui bagaimana efektivitas kinerja perusahaan dan langkah-langkah apa saja yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja yang sudah ada.
- Mengetahui peran nasehat dari konsultan investasi dalam memberikan masukan dan berbagai informasi kepada nasabah.
- Mengetahui langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan penambahan investasi (*Upselling*).

Bagi dunia pendidikan :

- Sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut di masa mendatang mengenai Kinerja Lembaga Investasi.
- Sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut di masa mendatang mengenai Nasehat Konsultan Investasi.
- Sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut di masa mendatang mengenai Kepercayaan terhadap Nilai Investasi.
- Sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut di masa mendatang mengenai *Upselling*.