

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sebagai manusia yang hidup berdampingan, tak mungkin untuk tidak berbicara. Kemajuan jalinan temani individu sehingga berakibat dalam metode orang berbicara. Perihal ini disebabkan tingkatan keakraban yang dipunyai seorang dengan orang lain tidak cuma bisa diamati dari catatan yang di informasikan, namun pula dalam cara serta cara komunikasi yang legal dalam tiap orang. Tiap kegiatan yang kita jalani bagus disengaja atau tidak disengaja, tentu kita memakai komunikasi. Komunikasi ialah perihal yang amat berarti serta tidak dapat dipisahkan pada kehidupan.

Bentrokan dapat terjalin bila tidak dikomunikasikan dengan bagus, permasalahan yang timbul pada komunikasi sebagian besar sebab komunikasi susah menguasai catatan yang di informasikan oleh komunikator. Disisi lain, pada saat cara komunikasi berjalan dengan bagus sehingga bakal pengaruhi efisien serta efektifitas dari komunikasi yang di informasikan, alhasil misi dari komunikasi itu sukses dicoba. Khalayak terdiri dari individu- individu, tiap orang merupakan istimewa. sehingga memunculkan persoalan pokok mengenai gimana membina komunikasi yang rukun?

Salah satu perihal yang wajib diprioritaskan pada dunia bisnis merupakan memelihara ikatan bagus dengan klien, suatu ikatan merupakan cara interaksi konsisten antara 2 pihak. Ikatan terjalin tidak cuma antara pendamping serta keluarga, namun pula antara industri serta pelanggan. Misi perawatan ikatan klien merupakan buat membina ikatan yang berkepanjangan serta profitabel dengan klien. Penjualan tidak bakal sempat terbebas dari faktor kompetisi.

Umumnya, tidak terdapat satu bidang usaha juga, yang dengan lapang bermalasan- malasan menikmati pemasaran serta profit.

Oleh sebab itu tiap marketing wajib cerdas buat membuat kedekatan dengan orang terkini ataupun membina ikatan dengan klien lama dengan memakai pola- pola komunikasi antarpribadi yang pas supaya cocok dengan sasaran yang mau digapai, bila sesuatu industri melalaikan perihal ini sehingga akan berakibat parah untuk keberlangsungan sesuatu industri itu. Ikatan yang diatur dengan bagus menciptakan keakraban. Kenyataannya, banyak riset membuktikan kalau membina ikatan klien yang hebat lebih efisien dari menciptakan klien terkini.

Wujud pembinaan ikatan dengan klien ini bisa membagikan sarana data yang lebih komplit pada pelanggan. Dari data itu, industri bisa mengikuti keluh kesah pelanggan serta berupaya membagikan jasa yang terbaik pada pelanggan. Dengan membina ikatan bagus serta menjaga klien akan membolehkan pembelian kesekian, Melindungi klien konsisten loyal pada industri dengan melindungi ikatan klien yang bagus sehingga akan kurangi kehabisan klien sebab ikatan dengan klien yang kurang baik.

Membina hubungan baik dengan klien tidaklah perihal yang gampang. Membuat serta mengatur hubungan baik dari seluruh perspektif pula bisa menunjang kita memelihara nama baik yang bagus buat industri atau bidang usaha kita. Terdapat banyak metode untuk membuat ikatan dengan klien. Sebab klien, daur bidang usaha kita berjalan mudah. Terlebih bila kita mempunyai klien loyal, yang wajib kita jalani merupakan memelihara ikatan bagus dengan mereka. Pada pemasaran, ada manager marketing pemasaran, yang dimana mempunyai tanggung jawab besar buat menaikkan profit perusahaan.

Manajer Marketing wajib sanggup memandang kesempatan era depan serta meningkatkan dan melaksanakan bermacam program penjualan alhasil bisa menggapai misi yang sudah diresmikan perusahaan. Pada menjual sesuatu produk pastinya dibutuhkan

sebagian metode. Tidak hanya wajib bersaing dengan produk lain, penjualan menginginkan produk yang bisa diyakini oleh warga. Diperlukan keahlian buat membuat produk yang dijual di pasaran. Nah, buat itu seseorang manajer marketing wajib dapat mempertanggungjawabkan sebagian produk di industri yang dijual ke khalayak.

Dalam perkembangan di dunia dalam hal ekonomi saat ini mengalami kemajuan di dunia transaksi perdagangan, sama halnya perdagangan yang dilakukan oleh PT. Mahadana Asta Berjangka terdapat sebuah produk indeks, forex dan komoditi dengan menarik sejumlah margin sebagai jaminan transaksinya. Maksudnya adalah perdagangan ini hanya memperdagangkan selisih nilai harga pembuka dan penutup yang mengikuti pergerakan kumpulan nilai saham-saham unggulan dunia. Oleh karena itu perdagangan ini tidak disertai pengiriman atau penerimaan barang yang diperdagangkan, tidak ada bentuk fisik dari barang yang diperjualkan.

Pialang ataupun broker merupakan orang yang jadi perantara pada perdagangan saham, surat pinjaman, ataupun efek. dalam investasi, kerap diucap selaku prinsip Terus menjadi besar tingkatan profit yang diharapkan, terus menjadi Terdapat pula tingkatan resiko yang bisa jadi dialami, sedemikian itu pula kebalikannya. Di masa globalisasi, Banyak orang dikala ini membutuhkan profit serta Pemasukan bonus dari trading sebab keuntungan yang besar Menarik. Tetapi khalayak kurang mencermati metode dari industri tempat beliau melaksanakan bisnis apakah industri itu telah sah ataupun belum.

Banyaknya penipuan yang dialami oleh nasabah sehingga ketika ditawarkan kembali mengenai trading, rata-rata nasabah menjadi takut karena adanya trauma yang ia rasakan. Trading adalah aktivitas yang dilakukan di pasar mata uang, Dirancang untuk short sell dan buy untuk mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin. Transaksi tidak hanya untuk mereka yang berasal dari negara yang sama, tetapi juga berdagang secara global, Inilah yang disebut

perdagangan internasional. Transaksi tersebut ditandai dengan Investor harus bekerja sendiri untuk mengejar keuntungan tertentu di perusahaan.

Perusahaan yang ingin peneliti teliti adalah perusahaan yang bergerak di bidang market derivatif atau biasa dikenal dengan trading. PT. Mahadana Asta Berjangka jadi salah satu pialang teraktif yang terdapat di Indonesia, PT. Mahadana Asta Berjangka memiliki keunikan yang menjadi pembeda antara PT. Mahadana dengan pialang lain, ketika nasabah ingin melakukan transaksi, maka nasabah menggunakan aplikasi metatreder yang mana aplikasi tersebut merupakan sebuah rekomendasi atau rujukan para treder profesional di dunia. karena aplikasi metatreder broker ataupun pialang di dunia harus memiliki izin lisensi.

Ada beberapa pialang lain yang memiliki pendirian dengan menggunakan web sedangkan yang kita tahu web itu merupakan buatan dari perusahaan itu sendiri, yang mana hal ini memicu prasangka kalau perusahaan tersebut bukan hanya sebagai broker saja namun juga sebagai pedagang. Selain itu, spread yang ada di PT.Mahadana dengan pialang lain lebih rendah sehingga itu menjadi bahan pertimbangan nasabah untuk join trading. PT.Mahadana bekerja sama dengan nusantara trade, nusantara trade merupakan sebuah komunitas yang mengedukasi nasabah dan membaca pergerakan market secara teknikal dan fundamental.

Peneliti merupakan karyawan di PT. Mahadana Asta Berjangka lebih tepatnya peneliti bekerja di divisi Account Executive, salah satu urgensi membina hubungan yang baik dengan pola komunikasi antarpribadi yang tepat adalah karena di PT. Mahadana Asta Berjangka ini, ketika nasabah mengalami kerugian maka perusahaan tidak bertanggung jawab atas kerugian yang di terima oleh nasabah tersebut, yang mana sebelum nasabah join maka nasabah dengan perusahaan sudah memiliki perjanjian atas hal tersebut. Namun, nasabah bisa keluar kapan pun dia mau,tidak ada hal yang mengikat untuk nasabah tetap join di dalam trading ini, maka dari itu perkembangan ekonomi dalam hal investasi ini banyak, dari yang legal sampai yang bodong, serta menawarkan keuntungan yang lebih baik juga, sehingga nasabah perlu di bina

hubungannya dengan baik agar nyaman salah satu caranya yaitu dengan pola komunikasi yang baik.

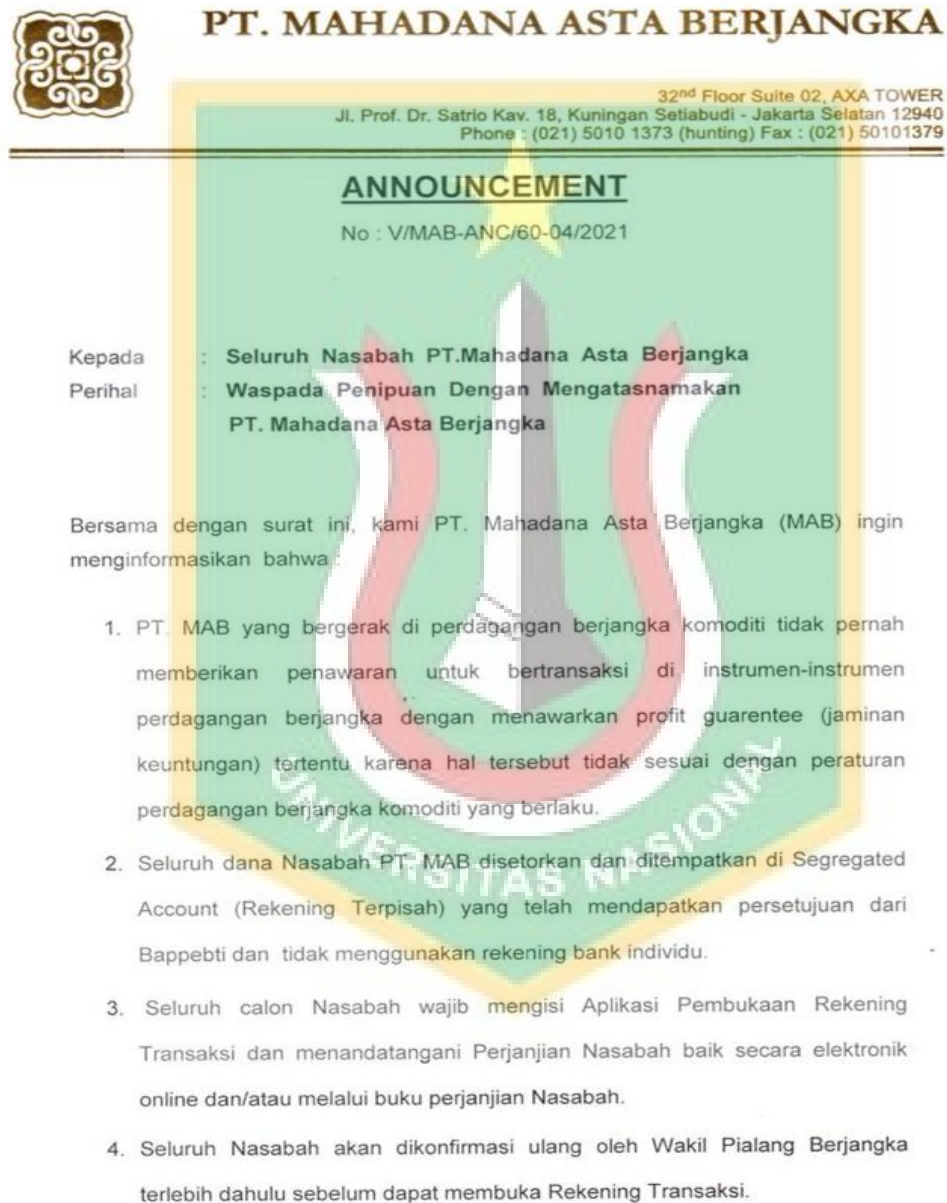
Bisnis trading tidak selalu mengalami profit namun ada juga loss yang disebabkan karena banyak faktor seperti kondisi market yang tidak menentu dilihat dari fundamental dan teknikalnya, dan juga bisa karena psikologis dari trader itu sendiri, oleh sebab itu nasabah bisa mengalami loss yang jumlahnya tidak sedikit, ada yang jutaan, puluhan juta bahkan milyaran, namun tergantung bagaimana nasabah tersebut mengambil posisi, ketika hal itu terjadi maka akan dapat menimbulkan konflik antara perusahaan dengan nasabah, apalagi ketika nasabah mengalami kerugian perusahaan tidak bertanggung jawab atas loss nya uang nasabah, karena ketika profit pun perusahaan tidak meminta hasil profit yang nasabah tersebut dapatkan, melainkan hanya memotong pajak dari setiap satu kali transaksi dan setiap produk memiliki potongan yang berbeda-beda.

Maka dari itu membina hubungan baik dengan nasabah yang mengalami kerugian merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan, begitupun membina hubungan baik dengan nasabah yang belum join maupun yang baru bergabung dalam bisnis ini, maka dari itu pola komunikasi merupakan kunci untuk manajer membina hubungan baik dengan nasabahnya.

PT. Mahadana Asta Berjangka mempunyai kasus yang dapat dikatakan menyita perhatian, seperti adanya oknum yang mengatasnamakan PT. Mahadana sehingga apabila kasus ini tidak segera diselesaikan maka akan berakibat fatal dan kemungkinan tingkat kepercayaan nasabah terhadap PT. Mahadana Asta Berjangka akan berkurang. Tentunya akan banyak strategi yang dilakukan yang bertujuan untuk meminimalisir terjadinya kesalahpahaman antara nasabah dengan marketing maupun perusahaan mahadana, salah satu cara yang dilakukan oleh PT. Mahadana Asta Berjangka yaitu dengan memberitahu kepada masyarakat mengenai oknum yang mengatasnamakan mahadana, agar masyarakat lebih bijak

dalam menerima informasi dan tim yang bekerja harus memiliki rasa kerja sama yang tinggi karena harus memberikan informasi sebanyak-banyaknya.

Strategi yang dilakukan oleh PT. Mahadana Asta Berjangka dalam merespon kasus diatas adalah sebagai berikut :



**PT. MAHADANA ASTA BERJANGKA**

32<sup>nd</sup> Floor Suite 02, AXA TOWER  
Jl. Prof. Dr. Satrio Kav. 18, Kuningan Setiabudi - Jakarta Selatan 12940  
Phone : (021) 5010 1373 (hunting) Fax : (021) 50101379

**ANNOUNCEMENT**  
No : V/MAB-ANC/60-04/2021

Kepada : **Seluruh Nasabah PT.Mahadana Asta Berjangka**  
Perihal : **Waspada Penipuan Dengan Mengatasnamakan PT. Mahadana Asta Berjangka**

Bersama dengan surat ini, kami PT. Mahadana Asta Berjangka (MAB) ingin menginformasikan bahwa :

1. PT. MAB yang bergerak di perdagangan berjangka komoditi tidak pernah memberikan penawaran untuk bertransaksi di instrumen-instrumen perdagangan berjangka dengan menawarkan profit guarantee (jaminan keuntungan) tertentu karena hal tersebut tidak sesuai dengan peraturan perdagangan berjangka komoditi yang berlaku.
2. Seluruh dana Nasabah PT. MAB disetorkan dan ditempatkan di Segregated Account (Rekening Terpisah) yang telah mendapatkan persetujuan dari Bappebti dan tidak menggunakan rekening bank individu.
3. Seluruh calon Nasabah wajib mengisi Aplikasi Pembukaan Rekening Transaksi dan menandatangani Perjanjian Nasabah baik secara elektronik online dan/atau melalui buku perjanjian Nasabah.
4. Seluruh Nasabah akan dikonfirmasi ulang oleh Wakil Pialang Berjangka terlebih dahulu sebelum dapat membuka Rekening Transaksi.

**gambar 1.1 announcement dari PT. Mahadana**





## PT. MAHADANA ASTA BERJANGKA

32<sup>nd</sup> Floor Suite 02, AXA TOWER  
Jl. Prof. Dr. Satrio Kav. 18, Kuningan Setiabudi - Jakarta Selatan 12940  
Phone : (021) 5010 1373 (hunting) Fax : (021) 50101379

Sumber

:

5. Nasabah, Calon Nasabah, dan Masyarakat dapat menghubungi nomor telepon **021-50101370** dan email **mahadanaasta21@gmail.com** untuk menginformasikan/mengkonfirmasi pihak-pihak yang mengatasnamakan PT. MAB.

Demikian yang dapat kami sampaikan, selalu tingkatkan kewaspadaan terkait penawaran investasi yang mengatasnamakan PT. Mahadana Asta Berjangka, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Jakarta, 15 April 2021

Hormat kami,

PT. Mahadana Asta Berjangka

**Wawan Kuswandi**

Direktur Utama

**gambar 1.2 announcement dari PT. Mahadana**

<https://mahadana.co.id/waspada-penipuan-yang-mengatasnamakan-pt-mahadana-asta-berjangka/>

diakses pada 2 November 2022 pukul 01.05 WIB.

Melalui website PT. Mahadana Asta Berjangka memberikan himbawan kepada seluruh masyarakat untuk lebih waspada serta bijak sebelum melakukan transaksi, himbauan tersebut terkait oknum yang mengatasnamakan PT. Mahadana Asta Berjangka, PT. Mahadana Asta Berjangka berharap dengan diterbitkannya informasi mengenai hal ini melalui website

mahadana dapat mengurangi tingkat kerugian masyarakat yang dilakukan oleh oknum yang mengatasnamakan PT. Mahadana Asta Berjangka.

Setiap bisnis pastinya tidak selalu untung namun ada juga rugi, pada bisnis market derivatif ini atau yang biasa disebut dengan trading, setiap nasabah memiliki karakter yang berbeda-beda ketika mengalami kerugian akibat trading. Hal ini menjadi salah satu tantangan terberat untuk perusahaan membina hubungan baiknya dengan nasabah yang mengalami kerugian, karena tidak semua nasabah dapat menerimanya begitu saja, karena ketika nasabah sudah tidak berinvestasi lagi maka akan mempengaruhi keberlangsungan dari perusahaan tersebut, karena perusahaan akan kehilangan pelanggannya.

Lahirnya bumi cyber pada ruang telekomunikasi membagikan ranah terkini pada kehidupan warga modern. Ruang ini merupakan internet, yang sanggup membagikan sarana pada konsumennya berselancar di bumi maya tanpa batas ruang serta durasi buat berikan serta menyambut data dengan cara leluasa. Sehingga dari itu amat berarti buat membina ikatan bagus dengan pelanggan yang telah tercampur pada bidang usaha trading ataupun dengan warga yang belum berasosiasi buat di bina ikatan bagus nya oleh industri, sebab nyatanya akibatnya semacam dalam ini.

Oknum bisa saja menggunakan media sosial untuk melakukan pencemaran nama baik, melakukan penipuan mengatasnamakan perusahaan dan lain sebagainya. PT. Mahadana Asta Berjangka sudah berusaha semaksimal mungkin untuk mengedukasi namun hal buruk masih bisa terjadi, bagaimana kalau perusahaan tidak membina hubungan baik kepada masyarakat maka akan semakin buruk dan dapat mempengaruhi sebuah keberhasilan perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : pola komunikasi antarpribadi manajer marketing dalam membina hubungan baik dengan nasabah untuk berinvestasi di PT. Mahadana asta berjangka.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah yaitu :

Bagaimana pola komunikasi antarpribadi manajer marketing dalam membina hubungan baik dengan nasabah untuk berinvestasi di PT. Mahadana Asta Berjangka?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Bersumber pada kesimpulan permasalahan di atas, sehingga misi dari riset ini, guna mengetahui pola komunikasi antarpribadi manajer marketing dalam membina ikatan baik dengan nasabah untuk berinvestasi di PT. Mahadana Asta Berjangka.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Bersumber pada hasil riset yang penulis sampaikan, diharapkan riset ini bisa membagikan untuk pihak- pihak selanjutnya:

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Hasil riset ini diharapkan bisa berguna untuk pengembangan patuh ilmu komunikasi khususnya dibidang public relation serta menaikkan uraian hal berartinya membina hubungan baik dengan nasabah
- b. Selaku dasar guna meningkatkan riset yang lebih besar lagi mengenai pola komunikasi antarpribadi manajer marketing pada membina hubungan baik dengan nasabah untuk berinvestasi..

### 1.4.2 Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Hasil riset ini bisa menaikkan pengetahuan dan pengalaman periset pada melaksanakan riset, sertax bermanfaat pada penuhi sebagian persyaratan buat mendapatkan titel ahli Jenjang 1.

b. Bagi Universitas Nasional

Hasil riset ini diharapkan sanggup membagikan guna selaku materi rujukan buat riset berikutnya.

c. Bagi PT. Mahadana Asta Berjangka

Hasil Riset ini diharapkan sanggup membagikan guna untuk PT. Mahadana Asta Berjangka selaku masukan pada menaikkan pandangan positif PT. Mahadana Asta Berjangka

## 1.5 Sistematika Penulisan

### **BAB I PENDAHULUAN**

menerangkan mengenai kerangka balik permasalahan dari riset ini serta kesimpulan permasalahan, pembatas permasalahan, setelah itu misi riset yang hendak dicoba oleh penulis untuk mengenali gimana pola komunikasi yang dipakai oleh manajer marketing dalam membina hubungan baik dengan nasabah untuk berinvestasi di PT. Mahadana Asta Berjangka. Dan ada guna riset dimana guna nya terdapat buat akademisi serta efisien.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

bab II bermuatan mengenai kajian pustaka. Yang mana pada tinjauan pustaka ini bermuatan mengenai riset terdahulu yang mempunyai kepala karangan nyaris berhubungan dengan riset yang hendak di cermat oleh pengarang, ialah pola komunikasi antarpribadi manajer marketing pada membina hubungan baik dengan nasabah buat berinvestasi di PT. Mahadana Asta Berjangka. Setelah itu amatan pustaka yang bermuatan teori mengenai teori sistem. serta menjabarkan kerangka pandangan hal riset yang hendak dicoba pengarang.

### **BAB III      METODOLOGI PENELITIAN**

Bermuatan mengenai Metodologi Riset, dimana menerangkan gimana cara yang dipakai penulis pada melaksanakan riset yang dipaparkan merupakan pendekatan kualitatif, tipe riset yang dipakai deskriptif serta pengumpulan informasi memakai tanya jawab tertata serta pemantauan, setelah itu narasumber riset dari PT. Mahadana Asta Berjangka, metode pengerjaan serta analisa informasi yang hendak dicoba sampai memperoleh informasi akhir di informasikan pada wujud informasi, dan posisi serta agenda riset yang hendak dicoba pengarang.

### **BAB IV      HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan penjabaran mengenai hasil penelitian keseluruhan terhadap fokus penelitian yang akan di bahas selama ini.

### **BAB V      KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab V sebagai penutup dari skripsi yang dibuat oleh peneliti yang berisikan dari hasil penelitian serta saran-saran yang diberikan oleh peneliti mengenai penelitian yang telah diteliti.

