

B-MAGGZ

BUSINESS MAGAZINE

EDISI 4, SEPTEMBER 2019 MAJALAH ENAM BULANAN

Economic Lifestyle Nowadays

**E-Money:
Tangga Menuju
Cashless Society**

**Bekal Masa
Depan Dengan
Investasi Saham**



Daftar Isi



TIM PENYUSUN

Pelindung:

- Prof. Dr. Hj. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak.

Penanggung Jawab:

- Muhammad Hanif Ichwanudin

Pembimbing:

- Pandu Dwi Putranto

- Yustafad Yaniel Anwar

Mentor:

- Nuri Hermawan

Ketua Tim Redaksi:

- Tiara Eva Tresna

Layouter:

- Nurul Fitriani

- Ika Oktavia

Editor:

- Rhisna Arvintyani

Penulis:

- Safira Nabila

- Salsabila Rif'at Hidayat

- Khofifah N.

- Selliansyah A. D. S. - Radicha Arnanda

- Arka Prabaswara - Bryant Richie

- Karimah Tri Lestari - Tarisa Wulan Anggraeni

- Nova Meliana Idfriani - Talitha Prima Wafi Sahda

- Astrid Nadya - Nevinda Yogastyawan

Halaman Sampul	1
Daftar Isi	2
Salam Redaksi	3
Salam Dekan	4
Fokus Utama	5
Kabar Bisnis	9
Info Lomba	11
Potret Bisnis	12
Karya Bisnis	16
Inovasi Bisnis	20
Infografis	24
Tips Investasi Saham	26

salam redaksi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Salam hangat dan selamat bersua lagi dari kami, selaku redaksi dari B-Magazine untuk para pembaca setia. Alhamdulillah atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, B-Magazine edisi keempat dapat terbit secara tepat waktu.

B-Magazine merupakan majalah bisnis enam bulanan yang diterbitkan oleh Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Pihak yang terlibat dalam pembuatan majalah adalah mahasiswa-mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, mulai dari proses kepenulisan sampai dengan layouter. Tentu saja jalan yang ditempuh untuk sampai ke edisi ini tidaklah mudah. Perjuangan kami tidak selalu mulus, bahkan terdapat banyak rintangan untuk menyusun majalah ini. Rasa lelah dan kerja keras yang kami rasakan dalam menyusun B-Magazine akhirnya terbayar dengan terbitnya edisi keempat.

Dewasa ini, kegiatan ekonomi sudah sangat berkembang pesat. Hal ini disebabkan dengan adanya teknologi yang membuat semua terasa mudah hanya dalam satu sentuhan. Karena fenomena tersebut, pada edisi kali ini B-Magazine mengangkat tema "Economic Lifestyle Nowadays". Arti dari "Economic Lifestyle Nowadays" sendiri adalah kegiatan perekonomian pada zaman sekarang. Tentu ada banyak hal yang berbeda dibandingkan dengan kegiatan ekonomi zaman dulu. Misalkan dulu masih banyak toko konvensional, sekarang sudah banyak yang beralih ke toko online.

Dalam kegiatan perekonomian zaman sekarang, terdapat banyak topik yang bisa diangkat. Pada edisi kali ini, terdapat dua fokus utama yang akan kita bahas. Fokus utama yang pertama adalah "E-Money: Tangga Menuju Cashless Society" yang tentunya akan membahas tentang fenomena *cashless*, terutama yang terjadi di Indonesia. Tentu terdapat banyak pihak yang belum mengetahui tentang apa itu fenomena *cashless*. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini kami ingin mengulas tentang *Cashless*. Selain tentang *Cashless*, fokus utama kedua yang akan kita bahas kali ini adalah "Bekal Masa Depan dengan Investasi Saham" yang tentunya akan membahas tentang investasi saham. Pada kesempatan kali ini, kita juga akan mengulas dan membagikan tips tentang investasi saham yang sedang digandrungi oleh kaum milenial. Harapan kami bagi para pembaca setelah membaca majalah ini adalah untuk memberikan pengetahuan serta dapat memberikan gambaran lebih dalam tentang kedua fokus utama tersebut.

Akhir kata, kami ucapkan terima kasih untuk semua pihak yang terkait. Dengan adanya kekurangan dan kesalahan pada penulisan majalah ini, tentunya kami dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun agar kami mampu memperbaiki kekurangan dan kesalahan kami menjadi lebih baik lagi pada edisi B-Magz selanjutnya. Semoga informasi yang kami sajikan dapat bermanfaat bagi civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Demikian salam sapa dari kami, FEB Satu, Airlangga Jaya!!

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Redaksi



salam dekan



Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, B-MAGZ (Business Magazine) 2019 edisi ke-4 dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga dapat dirilis kembali dengan baik. Hal ini adalah suatu kebanggaan dan kehormatan bagi saya untuk kembali memperkenalkan majalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Airlangga kepada para mahasiswa. Majalah ini tidak dapat terwujud tanpa ide-ide kreatif yang muncul dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Hal ini juga karena didukung oleh mahasiswa yang unggul, mandiri, inovatif, dan berkarya secara profesional baik dalam skala nasional maupun internasional yang berdasarkan moral agama.

Tema yang diangkat B-MAGZ (Business Magazine) dalam edisi ke-4 ini adalah “Economic Lifestyle Nowadays”. Sub bahasan yang dibahas kali ini adalah tentang “E-Money: Tangga Menuju Cashless Society” dan “Bekal Masa Depan Dengan Investasi Saham” yang saat ini sedang tren di kalangan masyarakat khususnya anak muda. Majalah ini mengulas tentang kemajuan teknologi saat ini yang begitu pesat berkembang sehingga membuat transaksi keuangan menjadi semakin mudah dan keuntungan yang didapatkan begitu banyak yakni kepraktisannya dan promo-promo yang sangat disukai oleh generasi millennial dalam menggunakan e-money dan cashless, serta saham yang menghasilkan banyak keuntungan nantinya dimasa depan. Sehingga mereka pun akan terlatih mengalokasikan uang mereka untuk hal yang bermanfaat dan melatih mereka untuk berani mengambil resiko dalam berinvestasi meskipun di usia yang terbilang masih muda.

Sebagai sebuah harapan, semoga tema yang diangkat dari majalah B-MAGZ kali ini dapat bermanfaat dan membuka wawasan dan pengetahuan bagi para mahasiswa lainnya tentang keuntungan yang didapat dari cashless dan investasi saham di usia muda, sehingga para mahasiswa termotivasi menerapkannya dalam kehidupan sehari-harinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surabaya, 27 September 2019
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Airlangga

Dekan,
Prof. Dr. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak.



**"Duh, aku gak bawa uang!"
"Pake OVO ku aja nih!"**

Percakapan singkat tapi mencerminkan *life style* masyarakat sekarang. Tentu pembaca sudah tidak asing dengan OVO. Produk e-money yang sedang booming saat ini.

Menurut laporan dari Bank for International Settlement (BIS) bulan Oktober 1962, **e-money** adalah produk di mana sejumlah uang disimpan secara elektronik dalam suatu peralatan elektronik yang dimiliki seseorang. Sedangkan pengertian **cashless** secara harfiah berarti tidak menggunakan uang tunai.

Hadirnya *cashless e-money* ini cukup membantu masyarakat dalam bertransaksi sehingga efisiensi waktu untuk menyelesaikan suatu transaksi menjadi lebih singkat. Apalagi proses transaksi cukup mudah dan tidak memerlukan otorisasi pada proses transaksinya. Era cashless ini juga membawa angin segar bagi para generasi milenial. Gerakan nontunai memang tidak bisa dijauhkan dengan para milenial. Sebagai generasi yang melek dengan teknologi dan internet, mereka dianggap lebih dapat menyesuaikan diri dengan budaya baru, seperti membayar secara nontunai ini. Apalagi, sifatnya yang sangat praktis dan mudah. Hal ini cocok dengan karakteristik generasi milenial yang menginginkan segala sesuatunya itu praktis, dan bisa dikerjakan melalui ponsel.

Proses pengembangan di berbagai negara telah berimplikasi terhadap kebijakan Bank Sentral pada sektor pengawasan sistem pembayaran dan efektifitas kebijakan moneter. Bank Indonesia pun mencanangkan Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT). Gerakan ini sebagai cara meningkatkan masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai agar membentuk masyarakat beralih menggunakan instrumen non tunai (*cash less society*) pada kegiatan ekonominya masing-masing. Kebijakan yang lahir dari gerakan ini salah satunya adalah pemerintah mewajibkan pembayaran semua pintu tol di Indonesia menggunakan e-toll. Kebijakan ini merupakan cara pemerintah untuk mendorong ke arah masyarakat digital. Selanjutnya, dilansir dari portal media bahwa dengan menggunakan pembayaran non tunai dapat menghemat biaya ongkos percetakan uang tunai sebanyak dua puluh persen. Keuntungan lain yaitu dapat mengurangi peredaran uang palsu di masyarakat serta dapat menghemat waktu antrian seperti di halte bus dan di jalan tol.

lanjut halaman 6...

Referensi :
kumparan.com
idntimes.com
tirto.id

Fokus Utama

Saat ini sudah banyak bermunculan produk cashless yang berbasis *e-money*. Adanya produk ini disambut gembira oleh masyarakat *zaman now* yang menginginkan segala sesuatu serba cepat dan tanpa ribet. Yuk, kita bahas beberapa produk cashless yang sedang *ngetrend* saat ini.

1. OVO

OVO, *digital payment* milik Lippo Group ini termasuk yang paling banyak digunakan. Sudah banyak *merchant* yang bekerjasama dengan OVO, mulai dari bisnis *food & beverages* (F&B), *fashion*, *beauty*, *entertainment*, *transportation*, *travel* dan banyak lainnya. Bahkan, tidak sedikit bisnis rumahan dan UMKM yang menerima pembayaran lewat OVO. Tak hanya itu, *cashback* yang ditawarkan pun membuat kita tergiur. OVO rutin memberi *cashback* 60 persen pada tanggal tertentu. *Cashback* itu nantinya menjadi OVO Point dan dapat kita gunakan lagi di kesempatan yang lain.

2. GO -PAY

Layanan Go-Pay menjadi satu dengan aplikasi Go-Jek. Tidak hanya dipakai untuk membayar layanan di aplikasi Go-Jek, mulai dari Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, dsb. Tak jauh beda dengan OVO, Go-Pay juga rutin memberi *cashback* lewat GO-PAY Pay Day tiap akhir bulan.

3. Link Aja

LinkAja merupakan transformasi dari T-Cash milik operator seluler Telkomsel. FYI aja nih, LinkAja merupakan layanan keuangan elektronik yang dimiliki oleh BUMN, loh. LinkAja bisa dipakai untuk berbagai keperluan, mulai dari membayar *merchant*, membeli pulsa atau paket data, *online shopping* dan lain sebagainya. Kamu bisa mengisi saldo hingga limit Rp2 juta untuk kategori *basic service* dan Rp10 juta untuk kategori *full service*.

sumber: harga-promo.net



sumber: dailysocial.id



sumber :blibli.com



Nah, sebagai reminder aja nih *good people*, meskipun *cashless e money* memberi banyak kemudahan kita sebagai pengguna juga harus tetap berpikir ekonomis ya. Misalnya, jangan sampai adanya *e-money* yang menawarkan banyak promo membuat kita justru semakin boros membelanjakan uang. Tanpa mengesampingkan euforia *cashless e money*, ini merupakan langkah yang baik untuk menui *cashless society* di Indonesia.

(Selliansyah A.D.S.)

Most Active Stock by Change (Rp)

	Prev	Bid	Offer	High	Low	Last	Change	Freq	Volume	Value
1 CPIN	7,200	7,450 775 lot	7,475 455 lot	High 7,550	Low 7,350	7,450 ▲	250 3.47%	844	15,172	11.3 B
2 JSMR	4,990	5,200 3,054 lot	5,225 974 lot	High 5,300	Low 4,950	5,225 ▲	235 4.71%	2	1,047	48.1 B
3 GGRM	84,500	84,625 11 lot	84,650 34 lot	High 84,950	Low 84,425	84,650 ▲	150 0.18%		421	18.3 B
4 ISAT	3,150	3,270 35 lot	3,280 328 lot	High 3,330	Low 3,090	3,280 ▲	130 1.3%		15	3.4 M
5 GDYR	2,200	2,300 8 lot	2,300 558 lot	High 2,380	Low 2,270	2,300 ▲	100 5%		3 M	135.5 B
6 WTON	466	545 30,811 lot	550 8,978 lot	High 560	Low 470	550 ▲			2	45.8 M
7 UNIC	4,420	4,500 1 lot	4,490 9 lot	High 4,580	Low 4,390	4,500 ▲				457.0 M
8 SGRO	2,260	2,340 3,195 lot	2,350 66 lot	High 2,340	Low 2,270	2,340 ▲				158.6 B
9 BBKA	27,775	27,825 970 lot	27,850 1,284 lot	High 27,950	Low 27,730	27,850 ▲				
10 DLTA	6,600	6,675 3 lot	6,600 5 lot	High 6,700	Low 6,500	6,675 ▲	75 1.1%			

CNN
indonesia.com

<https://images.app.goo.gl/PEqFb4WdfiLMCXEeA>

Bekal Masa Depan Dengan Investasi Saham

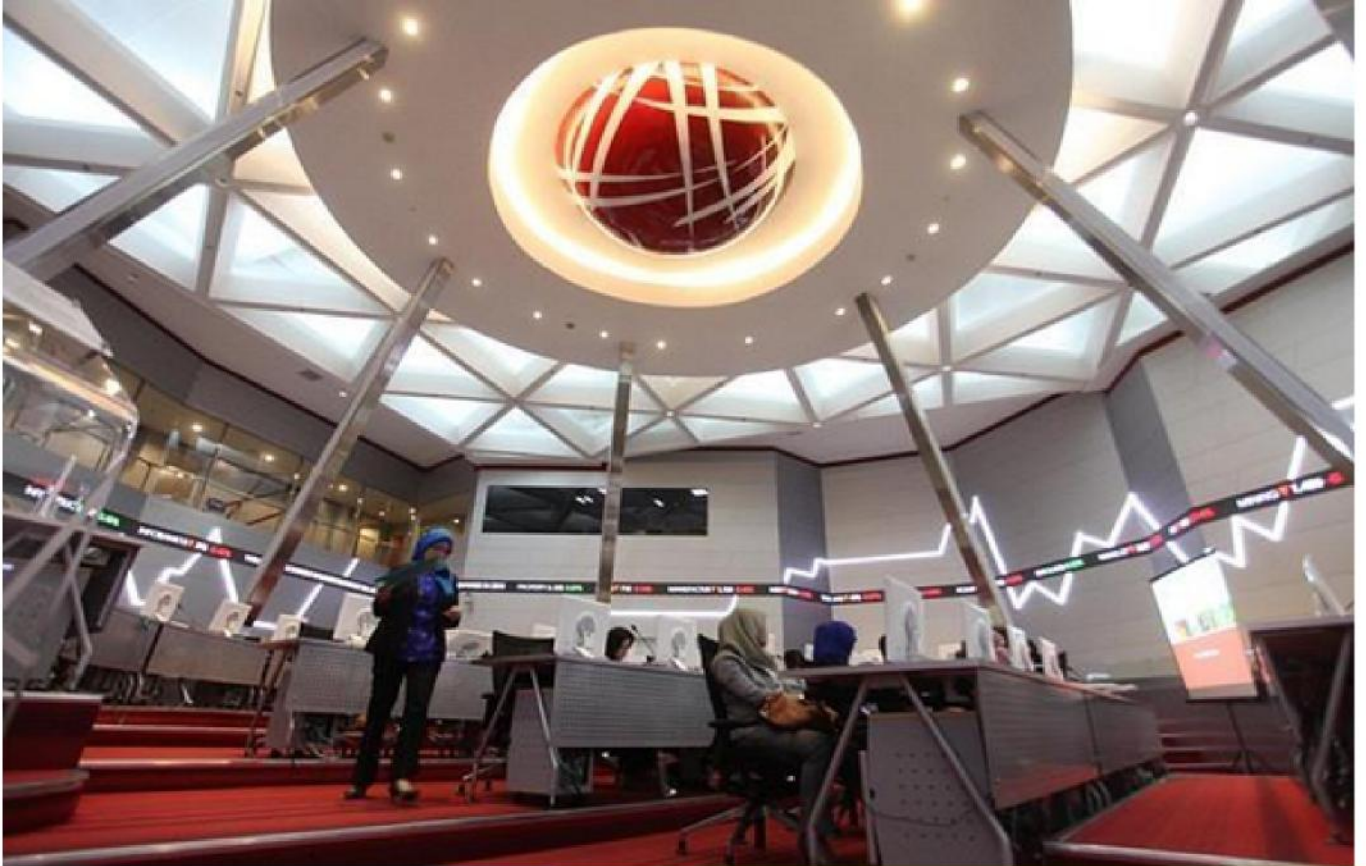
Saat ini kata saham tidak lagi asing untuk sebagian besar mahasiswa, namun dengan mengetahui saham itu sendiri masih banyak kalangan mahasiswa belum tahu cara memulai investasi saham itu sendiri. Dengan B-Magz edisi ke-4 ini. Kita akan membahas mengenai apa itu saham, bagaimana pasar saham saat ini hingga cara memulai investasi saham itu sendiri. Menurut KBBI (2019) Saham sendiri memiliki arti hak yang dimiliki oleh orang (pemegang saham) terhadap perusahaan berkat penyerahan bagian modal sehingga dianggap berbagi dalam pemilikan dan pengawasan. Sehingga dengan menerbitkan saham secara tidak langsung kita menjadi bagian dari pemilik dari perusahaan tersebut dengan kata lain kita menjadi pemilik perusahaan tersebut.

Saham sendiri memiliki banyak sekali manfaat bagi para investor (pemilik) mulai dari mendapatkan dividen hingga mendapat keuntungan melalui capital gain. Dividen sendiri adalah pembagian keuntungan yang diberikan perusahaan dan berasal dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Dividen diberikan setelah mendapat persetujuan dari pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Jika seorang pemodal ingin mendapatkan dividen, maka pemodal tersebut harus memegang saham tersebut dalam kurun waktu yang relatif lama yaitu hingga kepemilikan saham tersebut berada dalam periode dimana diakui sebagai pemegang saham yang berhak mendapatkan dividen. Sedangkan capital gain sendiri adalah selisih antara harga beli dan harga jual. Capital gain terbentuk dengan adanya aktivitas perdagangan saham di pasar sekunder.

Misalnya Investor (pemilik) membeli saham perusahaan A dengan harga per saham Rp 2.000 kemudian menjualnya dengan harga Rp 2.800 per saham yang berarti pemodal tersebut mendapatkan capital gain sebesar Rp 800 untuk setiap saham yang dijualnya. Namun dengan keuntungan yang sangat menarik minat tersebut. Para investor harus juga memperhatikan akan risikonya sebagai pemilik perusahaan antara lain terdapat *Capital Loss* yang merupakan kebalikan dari *Capital Gain* hingga terdapat resiko likuidasi yaitu ancaman akan perusahaan bangkrut yang kerugiannya dibagi secara proporsional oleh pemegang saham.

Menurut laman resmi Bursa Efek Indonesi (BEI) saham dapat diklasifikasikan yaitu *agriculture, Mining, Basic Industry & Chemical, Miscellaneous Industry, Consumer Goods Industry, Property & Building Construction, infrastructure, finance, dan trade*. Dalam klasifikasi tersebut setiap hari di pasar sekunder terjadi fluktuasi harga tergantung akan *supply & demand* sehingga setiap saat harga pasar saham selalu berubah. Untuk awal bulan September hingga pertengahan September 2019 Indeks Harga Saham Gabungan diperkirakan akan menguat seiring dengan potensi penurunan suku bunga THE FED, namun masih perlu diwaspadai dengan adanya perang dagang AS-CHINA hingga isu mengenai Brexit. Hingga awal pekan kedua September support harga IHSG berada dikisaran 6.269,66 hingga 6.239,00 sedangkan untuk resistance-nya berada dikisaran 6.341,12 hingga 6.381,54, ujar Muhammad Nafan Aji sebagai Analis Binaartha Sekuritas. Sehingga dengan IHSG yang senilai tersebut investor masih aman untuk melakukan investasi, tidak terkecuali dengan mahasiswa itu sendiri.

lanjut halaman 6...



Untuk para calon investor baru sebelum memulai menanamkan modalnya di pasar saham harus memperhatikan akan beberapa hal ini agar dapat mengetahui strategi mengambil profit melalui trading saham. Ada 3 istilah strategi untuk trading saham yaitu *scalping*, *swing trading* dan *super trader*. *Scalping* sendiri adalah strategi trading saham dimana trader mengambil keuntungan yang kecil secara berkala dengan cara membeli dan menjual sahamnya dalam satu hari. Sedangkan *swing trading* adalah trading dengan memanfaatkan siklus naik turunnya harga saham dalam hitungan beberapa hari, dan yang terakhir adalah *Super Trader* di mana dalam strategi ini tidak terlalu sering melakukan transaksi dalam waktu jangka pendek namun dilakukan dalam beberapa bulan untuk mencari keuntungan. Sehingga strategi *super trader* para investor dapat melakukan aktivitas lain dibanding dengan strategi lain.

Dengan mengetahui strategi tersebut para calon investor dapat melakukan trading saham dengan berbagai strategi tersebut. Investasi saham sendiri saat ini dapat dilakukan dengan mudah melalui beberapa platform digital penyedia jasa investasi saham seperti IPOT (Indo Premier Sekuritas), MOST (Mandiri Sekuritas Online Trading), Zaisan-BNI Sekuritas, dan sebagainya sehingga saat ini sudah banyak layanan penyedia investasi saham bagi para mahasiswa yang melek akan dunia digitalisasi sehingga mahasiswa saat ini haruslah berinvestasi saham untuk bekal masa depan mereka di dunia serba virtual dan digital.

(Arka Prabaswara)

Sumber :

- <https://www.idx.co.id/produk/saham/>
- <https://bisnis.tempo.co/read/1243382/hari-ini-ihsg-ditutup-melemah-seiring-memasnya-perang-dagang>
- <https://insight.kontan.co.id/news/proyeksi-ihsg-kembali-ke-atas-6300>
- <https://finance.detik.com/perencanaan-keuangan/d-4226129/ketahui-3-strategi-ini-sebelum-mulai-trading-saham/4>
- <https://www.finansialku.com/investasi-online-di-indonesia/>
- <https://www.finansialku.com/investasi-online-di-indonesia/>

TRANSAKSI NON TUNAI MEMPERMUDAH SEGALANYA

Berawal dari melihat peluang bubble tea yang sedang hype untuk pasar menengah ke atas, Irfan Handiliastawan atau pemuda yang kerap disapa Irfan berkeinginan untuk mempopulerkan bubble tea di segmen kelas menengah ke bawah, karena pasar tersebut sangat potensial di Indonesia dan untuk saat ini masih sedikit kompetitornya. Irfan memberi brand bubble teanya dengan nama Suweger.



Suweger berdiri pada bulan Juli 2019, brand ini merupakan anak usaha dari CV.

SINERGITAS INDONESIA MUDA (SIM). Lokasinya berada di Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 25 Keputih, Surabaya. Lokasi yang berada pada lingkungan kampus Institut Teknologi sepuluh Nopember (ITS), Politeknik Elektro Negeri Surabaya (PENS), Universitas Hang Tuah (UHT) membuat Suweger disukai mahasiswa terlebih terletak di area padat penduduk. Produk yang ditawarkan sangat terjangkau, anda bisa menikmati thai tea yang segar hanya dengan Rp 5.000,- untuk ukuran medium. Tidak lupa menyajikan topping untuk minumannya.

lanjut halaman 10...

Saat ini Suweger telah menggunakan transaksi non tunai sebagai bentuk Indonesia menuju cashless society, pentingnya transaksi non tunai dapat meningkatkan inklusi keuangan dan membuat transaksi yang jauh akan lebih mudah. Dari sisi penjualpun akan mempermudah dalam melakukan pembukuan, tidak perlu menyediakan uang untuk kembalian, mengurangi intensitas pergi ke bank untuk penyetoran, dan untuk laporan penjualan dapat dipantau langsung melalui aplikasi smartphone, selain itu untuk konsumen juga sering mendapatkan promo berupa cashback yang dapat digunakan lagi untuk transaksi lainnya. Namun, untuk pembayaran menggunakan mesin EDC beberapa kali terjadi gangguan sinyal, sehingga harus menunggu dan me-restart mesin EDC, tetapi masalah tersebut sangat jarang terjadi sehingga konsumen dapat melakukan transaksi dengan aman dan nyaman.

(Salsabila Rif'at Hidayat)



INFO LOMBA.

Tanggal Pendaftaran	Lomba	Informasi
16-29 September	Business Plan Competition	www.ecwepunair.com
1-30 September	Sayembara Kreasi Panji Milenial 2019	Ig: @panji_milenial
10 Agustus-20 September	Lomba Puisi Nasional	Ig: @analogikataofficial
1 September-10 Oktober	Lomba Video Iklan Layanan Masyarakat	Ig: @kpidjakarta
1-26 September	Lomba KTI	Ig: @ecodevsummit
1 Agustus-8 November	Debate Competition Debat Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris MAUL (Mahasiswa Unggulan)	Ig: @ecodevsummit BEM FEB UNAIR BEM FEB UNAIR
12 Agustus-20 September	Soedirman Technophoria Web Development Competition	Ig: @soedirmantechnophoria
3 September-5 Oktober	Smart Accounting Competition	Ig: @lcca_feuny
11 Oktober (deadline)	Deloitte M&A Challenge 2019	Ig: @deloitte_indonesia

(Ika Oktavia)



CXSUAL.CO

Owner: Muhammad Daffa

POTRET BISNIS



IG: @cxusual.co



POTRET BISNIS

Owner: Ayu Maharani



IG: @batikkalem



POTRET BISNIS

Owner: Syafira Refora Danindya



NINE NINE NEUN

FASHION STORE
Est. 2014

POTRET BISNIS

Owner: Renita



IG: @nineneun



Owner: Faiz N.R.

(Nurul Fitriani)



“Kuliah dan Jadi Agen Properti, Why Not”

Mungkinkah seorang mahasiswa bisa membeli mobil dengan hasil kerja kerasnya sendiri? Bagi sebagian besar orang itu jawabannya tidak mungkin, namun ada cukup segelintir orang yang mau untuk terus bekerja keras sehingga bisa memungkinkan hal itu. Salah satu orang itu adalah Tan Putra, begitulah nama panggilan saat dia di kampus. Seorang mahasiswa jurusan Akuntansi yang sudah cukup lama tergabung dalam sebuah agen properti. Dirinya mengaku jika memang mulai terjun ke bisnis properti sejak tahun 2017 alias saat dia masih maba (mahasiswa baru). Ceritanya pun cukup tidak terduga, karena hanya berawal dari sebuah "pengangguran" menjadi "supervisor". Untuk pejuang SBMPTN, Tan sangat tidak menyukai hal-hal yang membuang waktu, jadi setelah SBMPTN yang dirasa dia memiliki waktu luang selama 2 bulan berlibur untuk menunggu waktu masuk kuliah itulah yang membuatnya berpikir untuk "ayolah harusnya bisa lebih produktif lagi, but harus ngapain?". Tidak lama setelah itu, tante nya mencoba mengenalkannya di bisnis properti Xavier Marks. Berawal dari situlah, Tan memulai dunia barunya yaitu bisnis properti.

Saat awal-awal menjadi agen properti, dia merasakan masa-masa yang sulit. Dimana masih perlu mencari orang-orang yang "trust" ke dia untuk masalah properti, mencari list properti yang akan ditawarkan, juga tugas-tugasnya yang banyak karena baru menjadi maba. Namun hal itu tidak membuatnya patah semangat. Karena Sebastian Tan Putra telah menetapkan "goals" nya, maka dia akan fokus untuk bisa meraihnya. Fokusnya hanya 3, yaitu kuliah, properti, dan organisasi di kampus (UKF Webs). Dengan fokus pada 3 hal tersebut, Tan harus bisa benar-benar membagi waktunya. Di kampus sendiri, dia masih bisa untuk mempertahankan nilai yang bagus dan tetap aktif juga dalam organisasinya. Selain itu, dia juga masuk dalam kelas EC (English Class) dimana dalam mata kuliah dan segala sesuatunya *full of english*.

Untuk dunia bisnis nya juga dia benar-benar fokus karena dia ingin meraih "goals" yang telah dia tetapkan. Menurut Tan, hal yang paling penting untuk menjadi agen properti adalah cara membangun mental orang itu sendiri. Karena di awal-awal, pasti masih merasa kesusahan dalam menarik minat pembeli dengan harga rumah yang selangit dan pangsa pasarnya yang masih salah. Namun, dia sadar akan adanya istilah "tabur-tuai"

Lanjut Halaman 17...



Strategi pemasaran pun juga perlu dipikirkan akan sudah tepat dan sesuai dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, dulu waktu mulai terjun ke bisnis ini Tan hanya bermodalkan brosur, flyer, dan sejenisnya. Bahkan dia juga sempat memasarkan dengan cara door knocking hanya untuk mengenalkan "nama" nya ke orang banyak. Namun hal itu tidak diperlukan lagi sekarang, dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat. Maka manusia seharusnya memikirkan strategi pemasaran yang bisa menjangkau lebih luas. Salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan media sosial, begitupun dengan yang Tan lakukan. Untuk menjual suatu properti itu tersedia suatu portal bisnis seperti olx, rumah123, rumahku.com, dan lain-lain sebagai fasilitasnya. Nah dengan memanfaatkan situs tersebut dan berani berinvestasi lebih agar bisa menaikkan rating produknya maka iklan dari properti itu bisa memiliki jangkauan yang lebih luas. Karena Tan berpikir bahwa siapa yang bisa menguasai pasar, maka dialah yang bisa menarik minat banyak orang. Selain itu, seiring berkembangnya teknologi yang saat ini telah menjadi salah satu hal pokok bagi manusia, Tan juga memiliki rencana untuk membuat sebuah channel youtube yang berisikan suatu review akan properti karena dirasa hal itu akan bisa menarik minat orang-orang untuk 2-3 tahun ke depan. Dengan dia fokus pada 3 hal diatas, membuatnya mendapat begitu banyak manfaat yang telah dirasakan. Salah satunya pasti bisa memiliki penghasilan sendiri, lalu dengan bisnis properti itu bisa melatih softskill kepemimpinan. Tak bisa dipungkiri di zaman sekarang softskill sangat dibutuhkan. Oleh karena itu, Tan berpesan kepada teman-teman untuk mengasah softskill lebih luas dan untuk yang ingin memulai bisnis tentukan *goals* nya dari awal, fokus satu bidang, disiplin, kerja keras, dan niat karena hal-hal ini merupakan kunci untuk bisa mencapai apa yang diinginkan.

(Nova M. & Nevinda Y.)

Dari Lingkungan yang Tepat Mental Bisnis Mahasiswa akan Mencuat!



Makin tingginya permintaan, menjadi salah satu pemicu terus bertumbuhnya layanan jasa cuci sepatu. Termasuk bisnis yang dilakukan Bagas Penangsang.

Pria remaja itu memang masih terbilang sebagai pemain baru di bisnis laundry sepatu. Usahanya sudah dijalankan selama 7 tahun. Banyak cerita suka dan duka yang Bagas sendiri alami.

Bagas menggenarkan layanan jasa mencuci sepatu dengan cara pemasaran konvensional, online, dan informasi dari mulut ke mulut. Mahasiswa yang bisa meraup keuntungan jutaan rupiah dengan bisnisnya laundry sepatu. Hal ini dibuktikan banyaknya omzet yang diraih Bagas, mahasiswa FEB Universitas Airlangga asal Surabaya. Tidaklah mudah mendirikan bisnis itu semua, ia memulai bisnisnya dari nol. Pada saat masa era milenial ini, banyak sekali pengusaha muda yang berlomba meraih kesuksesan. Bagi mereka usia bukan menjadi salah satu indikator kesuksesan seseorang, sangat banyak pengusaha muda sekarang ini yang pandai menangkap peluang bisnis, sehingga pada saat umur 20 tahunan mereka sudah bisa meraih kesuksesannya dimulai dari bisnis kecil. Pada artikel ini menceritakan bahwa Bagas mencoba untuk terjun ke dunia bisnis, Bagas pun memilih memulai bisnisnya di bidang cuci sepatu. Bisnis Bagas sudah berjalan 7 tahun dimulai dari tahun 2013 hingga saat ini. Semua ide bisnis ini berawal dari ia mengikuti komunitas pecinta beberapa brand sepatu, dan pengalamannya mencuci sepatu ke tempat cuci sepatu, tetapi sepatunya malah jadi kaku dan rusak. Bagas memulai bisnisnya karena ia mengalami pengalaman yang tidak mengenakan yang ia dapatkan. Bagas dan teman-temannya pun mulai mencari ide untuk bisa mencuci sepatu dengan baik dan benar. Melihat makin banyaknya remaja yang tidak sempat mencuci sepatunya, Bagas pun berpikir bahwa ini peluang bisnis yang menjanjikan banyak keuntungan dan perlahan ia mulai mempelajari cara mencuci sepatu dengan baik dan benar. Bisnis yang di dirikan Bagas bersama dengan satu temannya di awal tahun 2013 mengawali bisnis tersebut dan berjalan dengan baik dan sesuai target, tetapi rekan bisnis nya tersebut tidak terlalu mendalami bisnis ini atau bukan sesuai bidangnya. Akhirnya seiring berjalannya waktu Bagas memulai bisnis kembali tanpa teman nya tersebut.

Lanjut Halaman 19...

Bagas sudah memiliki 3 karyawan dan 2 cabang bisnis nya dengan nama @glamourcleansub. Bagas merintis dan terus berkarya di bidang bisnis tersebut dengan tidak hanya cuci sepatu saja, tetapi sudah merambat ke custom tas dan semua produk yang berbahan kulit. Bagas sudah memiliki omzet jutaan rupiah. Ia sudah pernah merasakan jatuh bangun berkali-kali, mulai dari kurangnya target penjualan yang berdampak pada biaya untuk karyawan nya, dan juga kesalahan tempat cabang yang membuat nya tidak bisa memenuhi target *customer*. Bagas tidak pernah menyerah karena ia memiliki kemampuan sistem keuangan dengan sangat baik sehingga permasalahan-permasalahan tersebut bisa dan mudah teratasi. Sistem *marketing* yang Bagas lakukan ada berbagai cara, mulai dari promosi lewat *paid promote*, sponsor instagram sampai membagikan brosur. Target pasar yang dituju adalah remaja kebanyakan diserbu oleh mahasiswa dan anak SMA. Dengan berkembangnya bisnis tersebut kalangan pekerja pun sekarang menjadi *customer* nya. Selain itu Bagas juga memiliki kurir penjemputan dan pengantaran agar *customer* lebih murah untuk mengeluarkan ongkos kirim. Ia mengemukakan cara jemput dan antar kembali, juga sekaligus bisa menjadi cara untuk mengetahui apa yang diinginkan pelanggan karena bisa menanyakannya langsung ke konsumen. Untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen, Bagas memberikan servis mencuci sepatu sebersih mungkin, dan selalu berusaha tepat waktu dalam penyelesaiannya. Kunci sukses dari Bagas untuk mahasiswa atau mahasiswi adalah generasi milenial harus tekun terus berkarya untuk meraih kesuksesan.

(Radicha A. dan Tarisa W.)

Bisnis Baru di Dunia Kreativitas & Estetika Bisnis



Pada era digital saat ini tentunya dunia bisnis sangat lah dituntut untuk berkembang dengan pesat. Begitu juga dari segi kreativitas dalam berbisnis untuk pemasaran. Tentunya itu menjadi poin utama dari sebuah usaha bisnis. Salah satu indikator dalam hal kreativitas adalah sebuah sentuhan seni yang estetik. Dari kreativitas dalam berbisnis ini menjadikan sebuah peluang bisnis baru, yaitu bisnis creative agency. Creative agency ini merupakan suatu bisnis baru yang sedang berkembang di Indonesia dan digandrungi oleh para milenial saat ini. Salah satunya seperti bisnis “Alphabet Creative”.

Alphabet creative merupakan usaha yang berdiri pada September 2018 dan dibentuk oleh M. Vicky Firmansyah, mahasiswa unair prodi manajemen tahun 2018 bersama dengan temannya yang bernama Irfan Nashshar. Ide bisnis itu berawal dari kegemaran yang sama saat duduk di bangku SMA bersama 7 temannya. Bisnis yang digeluti oleh mereka ini merupakan creative agency yang melayani segala hal berhubungan dengan semua hal dalam bidang kreatif, seperti contohnya menjadi *content creator*, *content visual*, *creative consultant*, *social media expert* dan sebagainya. Visi yang ingin dicapai dari usaha ini adalah untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang dialami masyarakat dengan cara yang kreatif, baik itu suatu perusahaan ataupun bisnis perseorangan. Sementara untuk misinya sendiri yakni menghasilkan output kreatif yang bernilai atau mempunyai value yang dapat membantu menyelesaikan permasalahan kreatifitas masyarakat, baik dalam dunia bisnis atau kegiatan lainnya.

Tawaran project pertama yang dikerjakan oleh ALPHABET CREATIVE adalah acara *sweet seventeen* di salah satu hotel di Surabaya. Dalam acara *sweet seventeen* ini Alphabet Creative berperan di bidang fotografi dan videografi. Lalu *project* yang dikerjakan selanjutnya adalah menjadi *creative consultant* dan *content creator* pada *event* salah satu SMA di Surabaya. Dalam menjadi *creative consultant* ini Alphabet Creative sebagai pemberi saran dan solusi dalam sebuah *event*. Selain itu *project* lain yang juga pernah dikerjakan oleh Alphabet Creative adalah *yearbook organize*, *event organize*, *photography*, *videography*, *graphic desain*, *branding product*, *social media managing*, *pemegang digital content marketing coffee shop* dan *event*, melakukan *branding company*, serta *collaboration project* dengan *agency* lain.

Namun, tak semudah yang dibayangkan dalam merintis sebuah bisnis yang baru berkembang di Indonesia ini. Tentunya banyak sekali tantangan yang didapatkan oleh Alphabet Creative dalam merintis bisnisnya.

Lanjut Halaman 21...



Tantangan yang pernah atau sering dirasakan oleh Alphabet Creative ini adalah saat ide yang diberikan kepada klien bertolak belakang dengan yang dimaksud klien itu sendiri karena beberapa klien tidak paham dengan maksud dari estetika itu sendiri, sehingga perlu dilakukan edukasi lebih lanjut terlebih dahulu agar klien bisa memahami ide yang telah dibuat dan diberikan. Dengan adanya tantangan bisnis tentunya membuat sebuah bisnis yang sedang berkembang atau dijalankan akan lebih mengerti kelemahan serta kelebihan dari bisnisnya itu sendiri.

Selama setahun berkarir dibidang *creative agency* ini Alphabet Creative memiliki beberapa pencapaian yang terhitung dari September 2018 hingga sekarang. Pencapaian mereka salah satunya adalah telah mencapai omset 100 juta lebih selama bisnis ini berjalan. Selain itu mereka juga telah mempekerjakan beberapa temannya yang *expert* di bidangnya, serta *freelance* untuk membantu *project* bisnis yang sedang berjalan.

Menurut Vicky, "Agar bisnis kreatif bisa lebih berkembang, maka sdm-nya harus dapat berpikir *out of the box*, memahami apa yang dibutuhkan oleh masyarakat saat ini. Serta lebih peka terhadap kebutuhan estetika, baik untuk kebutuhan individual maupun perusahaan, baik dalam setiap kegiatan ataupun aktivitas lainnya. Jangan dianggap sepele, karena memiliki dampak yang besar.

Selanjutnya Vicky juga menambahkan dan memberikan kiat-kiat agar tetap dapat produktif dalam menciptakan kreatifitas, yaitu dengan saling terbuka satu sama lain, sering melakukan riset, melakukan *brainstorming*, *brainwriting* bareng-bareng, mencari referensi, bertemu dengan orang baru, menemukan berbagai sudut pandang baru, dan masih banyak lagi yang dapat dilakukan untuk menciptakan kreatifitas itu sendiri.

(Astrid Nadya)

Kejar Konsumen dengan



Narasumber:

Dinda Thalia Dewita.

Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Airlangga.

Dewasa ini, metode pembayaran nontunai (*cashless payment*) semakin populer dan digunakan oleh masyarakat modern, khususnya di Indonesia. Metode pembayaran tersebut dianggap lebih efektif dan efisien dibanding dengan pembayaran tunai. Jika metode pembayaran tunai mengharuskan masyarakat untuk membawa uang tunai yang cukup untuk berbelanja, metode pembayaran nontunai ini tidak demikian. *Cashless payment* memudahkan masyarakat untuk tidak membawa uang tunai terlalu banyak. Pemerintah pun mendukung adanya transaksi *cashless*, seperti mulai diberlakukannya *e-money* untuk membayar akses jalan tol pada tahun 2017 lalu.

Di era digital seperti saat ini, kemudahan akses internet dan menjamurnya *e-commerce* mampu mengubah perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi. Metode pembayaran nontunai menjadi solusi bagi pembeli ketika tidak membawa uang yang cukup saat berbelanja atau melakukan transaksi online yang tidak memungkinkan pembeli bertemu dengan penjual. Peralihan pembayaran tunai menjadi nontunai secara tidak langsung menuntut para pelaku usaha untuk mampu mengikuti tren ini agar tidak tertinggal.

Salah satunya ialah Dinda Thalia Dewita, atau akrab dipanggil Dinda. Sebagai pemilik “Deenscarf.id”, bisnis hijab yang diproduksi sendiri, Dinda merasakan banyak manfaat yang diperoleh dengan adanya metode *cash payment*. Transaksinya dengan konsumen dapat dilakukan di manapun dan kapanpun asal memiliki akses internet dan saldo yang tersedia (bagi konsumen) untuk melakukan pembayaran.

“Kita *nggak* perlu makan waktu banyak untuk bertemu pembeli. Cukup pilih warna dan model hijab (secara) online, terus transfer sesuai total harga ke rekeningku, sudah. Barang siap dikirim.” Kata Dinda.

Meski tergolong bisnis yang baru dirintis pada Februari 2019 lalu, Deenscarf.id telah mampu meraup omset yang cukup besar, yakni sekitar tiga hingga empat jutaan rupiah perbulan. Ketika menerima pesanan hijab sesuai keinginan konsumen dalam jumlah banyak, omset yang diperoleh tentu meningkat. Perlu diketahui, Dinda juga menerima pesanan pembuatan hijab sesuai keinginan konsumen. Besarnya keuntungan yang diperoleh juga karena kemudahan yang diberikan pada konsumen dengan membayar melalui ATM atau *mobile banking*, sehingga tidak perlu menunggu waktu lama agar produk terjual.

“*Cashless payment* ini benar-benar jadi solusi buat kita. Gak perlu ketemu langsung, uang dan barang bisa sampai ke tangan kita (pembeli dan penjual).” lanjut halaman 23...

Kemudahan Cashless Payment



Sumber: Instagram: deenscarf.id

Proses produksi produk Deenscarf.id dilakukan dengan sistem setor kain, dimana kain yang sudah ada diserahkan ke para penjahitnya, kemudian dijahit sesuai model yang ditentukan di rumah masing-masing penjahit tersebut. Untuk kegiatan pemasarannya, dilakukan secara online dan offline. Menurut Dinda, pemasaran online seperti di Instagram dan Shopee berguna agar target pasar yang berlokasi jauh dari Surabaya dan Sidoarjo tetap terjangkau.

Meski menjadi solusi karena kemudahannya, namun tidak semua masyarakat mampu menggunakan atau tidak terlalu suka dengan metode pembayaran nontunai (*cashless payment*). Ada beberapa alasan yang menyebabkan mereka lebih senang melakukan transaksi tunai, misalnya karena merasa lebih nyaman bertemu penjual dan memilih produk lalu membayarnya langsung atau karena tidak memiliki saldo yang cukup untuk membayar.

Karena minat masyarakat terhadap transaksi tunai juga tinggi, Dinda pun membuka toko offline yang berlokasi di Dupak Grosir Surabaya untuk menjangkau masyarakat Surabaya dan sekitarnya, serta untuk masyarakat Sidoarjo dan sekitarnya bisa datang langsung ke rumahnya di Kedungturi, Taman, Sidoarjo. Selain itu, di Hari Minggu, Deenscarf juga berjualan di *Car Free day* (CFD) area Masjid Al-Akbar Surabaya.

“Kami juga biasanya berjualan saat CFD supaya target pasar tercapai, seperti ibu-ibu yang tidak sempat bermain media sosial dan belanja online. Kami menyediakan toko offline untuk konsumen yang tidak suka belanja online atau malas menggunakan *cashless*.” ujar mahasiswa semester 5 Ekonomi Islam Universitas Airlangga tersebut.

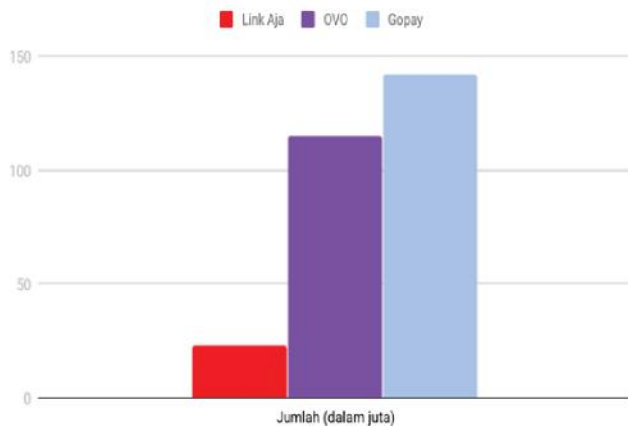
Di balik kelebihan metode pembayaran nontunai, ada beberapa kelemahannya yang dirasakan oleh Dinda sebagai pemilik usaha. Salah satunya, yaitu ketika calon pembeli tidak kunjung menransfer sesuai total harga dan berakhir batal beli padahal barang sudah disediakan. “Aku sudah *keep* barangnya tinggal kirim, ternyata *gak* jadi transfer.”

(Karimah Tri Lestari)

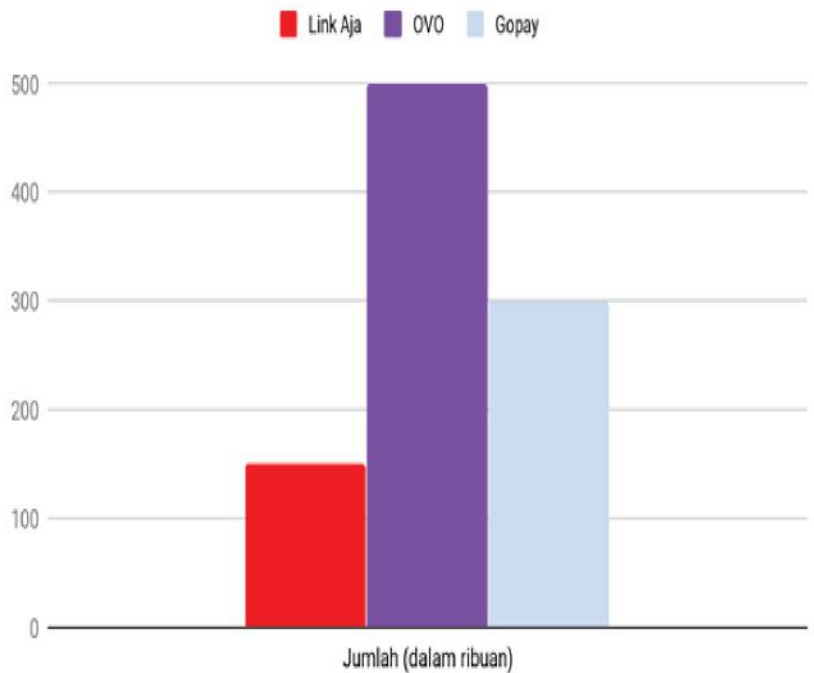
Pengguna LinkAja, OVO, Go-Pay

INFOGRAFIS

Pengguna Per-2018



Outlet/Merchant Per-2018



Sumber: Katadata GO-JEK, LinkAja, OVO, Gopay, Grab

Kesimpulan yang didapat dari infografis di atas masing-masing aplikasi, baik LinkAja, OVO, dan Go-Pay memiliki keunggulannya masing-masing. Mulai dari tempat mengisi saldo (top up), berbagai metode tarik tunai, cara pembayaran, dan layanan pembayarannya. Dan dari ketiga aplikasi tersebut Go-Pay lah yang paling unggul terbanyak dipakai masyarakat di Indonesia saat ini dengan total kurang lebih 142 juta orang dan posisi kedua diduduki oleh OVO yakni dengan total pengguna kurang lebih 115 juta orang, serta yang terakhir diduduki oleh Link aja dengan pengguna total kurang lebih 23 juta orang.

LinkAja, aplikasi dompet digital yang dibesut sejumlah perusahaan negara (BUMN), telah dirilis pada akhir Juni lalu. LinkAja menambah pilihan dompet digital bagi masyarakat, selain OVO dan Go-Pay.

Hal ini juga menjadi metode untuk membudayakan cashless, meminimalisasi penggunaan uang tunai oleh masyarakat dengan memanfaatkan uang elektronik. Aplikasi dompet digital milik perusahaan negara (BUMN), LinkAja, telah resmi diluncurkan oleh Wakil Presiden Jusuf Kalla di Gelora Bung Karno, akhir pekan lalu.

Platform pembayaran digital tersebut digawangi oleh tujuh perusahaan plat merah yakni Telkomsel, Bank Mandiri, BRI, BNI, BTN, Pertamina, dan Jiwasraya.

Kehadiran Linkaja menambah persaingan di aplikasi dompet digital seperti Go-Pay, OVO, Dana, serta Paytren. Berdasarkan data "Fintech Report 2018" yang diluncurkan DailySocial dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Go-Pay saat ini masih menjadi aplikasi paling populer. Tercatat, 79,4 persen responden pengguna dompet digital menggunakan aplikasi milik Go-jek tersebut.

Sedangkan OVO berada di posisi kedua dengan porsi 58,4 persen. Seluruh aplikasi mengandalkan fitur khas masing-masing hingga kemudahan berbeda dalam menggaet pengguna.

Ada beberapa perbedaan antara LinkAja dengan dompet digital lainnya. Danu memamerkan keunggulan aplikasinya memiliki CICO (Cash In Cash Out) di lebih dari 100 ribu titik di seluruh Indonesia.

Lanjut Halaman 25...

Layanan untuk mengisi saldo dan menarik tunai ini tersebar di minimarket (Indomaret, Alfamart, Alfamidi, dan lain-lain), Grapari Telkomsel, puluhan ribu ATM Link Himbara dan jaringan ATM Bersama, serta lebih dari 100 ribu jaringan outlet Mitra LinkAja (MiLA). Dalam hal pengisian saldo, LinkAja dapat dilakukan di empat bank milik negara, CIMB Niaga, Digibank, Jenius serta ATM Bersama. Adapun pengisian dompet OVO melingkupi Mandiri, BNI, BRI, BCA, Bank Nobu, CIMB Niaga, BRI Syariah, Bank Permata, Bank Sinarmas, hingga Bank Mega. Pengisian di lokasi lain dapat dilakukan di SPBU Shell, Cinemaxx, Alfamart, serta beberapa lokasi OVO Booth.

Sementara Go-Pay mengandalkan pengisian lewat mengandalkan Bank Himbara, BCA, Permata, BRI Syariah, Bank Mega, CIMB Niaga, Maybank, hingga DBS. Pengisian saldo juga dapat dilakukan di sejumlah ritel seperti Alfamart, Alfamidi, Dan Lawson, hingga pegadaian.

Perbedaan lainnya, lantaran terkoneksi dengan aplikasi transportasi online, OVO dan Go-Pay melayani pembayaran pemesanan online di beberapa retail. Salah satu contohnya, pembayaran Go-Food dan Go-Shop. Begitu pula OVO yang melayani Grab Food dan Grab Groceries yang mengandalkan Happy Fresh.

LinkAja pun tak mau kalah. Selain pembayaran sejumlah layanan BUMN seperti BBM, listrik, elpiji, gas rumah tangga, dan internet, transportasi juga menjadi sasaran dompet digital ini. Chief Marketing Officer (CMO) LinkAja Edward Kilian Suwignyo mengatakan nantinya aplikasi ini membayar tiket kereta (KRL) Jabodetabek dengan menggunakan sistem QR Code. Saat ini LinkAja sudah digunakan untuk transportasi Kereta Bandara Soekarno Hatta. Bahkan, ke depannya aplikasi ini dapat digunakan untuk pembayaran tiket Moda Raya Terpadu (MRT), TransJakarta, hingga jalan tol. Layanan RFID atau stiker yang ditempelkan pada lampu depan mobil yang dapat tersambung dengan platform LinkAja. Caranya dengan menyambungkan teknologi radiofrequency identification (RFID) yang disambungkan dengan platform LinkAja. Nantinya mobil tidak perlu berhenti saat masuk di gerbang tol.

(Safira Nabilah & Bryant Ritchie)

Investasi Saham, Siapa Takut?



2	SKRN	700	1,099 3,051 lot	753 lot	Low	700	
3	LPIN	965	905 2 lot	1,180 50 lot	High Low	1,200 990	1,200
4	DUCK	755	940 51,666 lot	0 lot	High Low	940 830	940
5	SURE	505	630 6,672 lot	0 lot	High Low	630 550	630
6	PRDA	2,690	2,650 1 lot	2,710 1 lot	High Low	2,770 2,770	2,770
7	TFCO	705	690 4 lot	785 2 lot	High Low	785 705	785
8	SMCB	1,280	1,350 1,710 lot		High Low	1,400 1,280	1,355
9	DIGI	970	1,040 32 lot		High Low	1,080 890	1,040
10	CNTX	500	500 2 lot				575

<https://www.cnbcindonesia.com/market/20181124135228-17-43532/meroket-hingga-307-ini-5-saham-paling-cuan-sepekan>

Sebagai generasi muda alias millenials, tentunya kita ingin membangun Indonesia menjadi negara yang lebih maju lagi bukan? Salah satu caranya adalah dengan berinvestasi saham. Sebelum membeli saham, kalian harus tahu cara untuk membuka rekening efek terlebih dahulu. Mau tahu langkah-langkahnya? Yuk, cek lebih lengkap langkah-langkahnya di bawah ini!

- ✓ Kunjungi perusahaan sekuritas terdekat
List perusahaan sekuritas bisa dilihat di <http://yuknabungasaham.idx.co.id/perusahaan-sekuritas> atau <http://idx.co.id/anggota-bursa-dan-partisipan/profil-anggota-bursa/>.
- ✓ Isi formulir pembukaan rekening efek
Siapkan juga dokumen pribadimu seperti KTP, fotokopi buku tabungan, fotokopi kartu keluarga, materai 6000 dan NPWP (jika ada).
- ✓ Menyetor deposit awal
Hanya dengan Rp100.000,00 kalian bisa menyetor deposit awal pada perusahaan sekuritas yang sudah kalian pilih. Selain itu, kalian akan mendapatkan kartu akses KSEI, ID dan PIN untuk dapat login ke akun saham online kalian.
- ✓ Download aplikasi trading
Setelah mendapatkan ID dan PIN dari perusahaan sekuritas, kalian bisa mendownload aplikasi trading yang telah disediakan oleh perusahaan sekuritas.

Setelah membuka rekening efek, kalian sudah bisa membeli saham. Eitss, tapi tunggu dulu. Apakah kalian sudah tahu bagaimana tips untuk memilih saham? Jika jawabannya masih belum, yuk cari tahu langkah-langkahnya!

1. Perhatikan indeks yang ada

Saking banyaknya saham di BEI, maka tentu tak mudah memilih investasi. *Nah* investor bisa mengacu kepada indeks saham dengan karakteristik tertentu yang dibuat BEI. Indeks saham atau Indeks Harga Saham adalah ukuran statistik perubahan gerak harga dari kumpulan saham yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu dan digunakan sebagai sarana tujuan investasi. Saat ini BEI memiliki 22 jenis indeks saham yang tercatat di bursa saat ini. Indeks-indeks tersebut memiliki karakteristiknya masing-masing yang dapat digunakan untuk membaca pergerakan saham secara umum. *Nah*, salah satu indeks yang banyak dibicarakan adalah IHSG. IHSG merupakan indeks utama yang dijadikan acuan pokok untuk mengukur pergerakan semua saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. IHSG sendiri sering dijadikan pembanding (*benchmark*) kinerja reksa dana saham sebagai tolak ukur kinerja. Selain IHSG, ada juga beberapa indeks yang sering dijadikan acuan dan cukup umum digunakan dalam berinvestasi pada saham yakni: Indeks LQ45, IDX 30, Indeks Sektoral, Jakarta Islamic Index (JII), dan indeks lainnya.

lanjut halaman 27...

▲	235	24.35%	8
▲	185	24.50%	1,076
▲	125	24.75%	729
▲	80	2.97%	1
▲	80	11.35%	3
▲	75	5.86%	3,58
▲	75	7.73%	43
▲	75	15.00%	

2. Belajar Analisis

Untuk menghindari kerugian investasi, seorang investor perlu mengetahui saham apa yang dibelinya dengan cara melakukan analisis. Ada dua analisis utama yang biasanya dipergunakan seorang investor dalam melakukan analisis, yaitu analisis fundamental dan teknikal.

a. Analisis Fundamental

Secara umum, kondisi fundamental perusahaan tercermin melalui laporan keuangan perusahaan. Melalui laporan keuangan biasanya didapat nilai wajar harga suatu saham. Pelajari juga lingkungan bisnis perusahaan, manajemen yang tepat dapat membawa perusahaan berkembang lebih baik dalam menciptakan laba, serta pangsa pasar dan potensi bisnis perusahaan ke depan juga dapat menjadi pertimbangan. Biasanya saham dengan fundamental baik akan ikut turun ketika fundamental ekonomi di dalam negeri sedang kurang baik, namun ketika situasi kembali normal maka saham-saham berfundamental hampir dipastikan akan kembali naik karena banyak diburu pelaku pasar.

b. Analisis Teknikal

Setelah menemukan saham yang tepat dengan fundamental cukup baik, seorang investor perlu mengetahui kemana arah tren dari saham tersebut. Secara umum tren hanya digolongkan menjadi dua, yakni tren naik (uptrend) dan tren turun (down trend). Sebaiknya, investor berinvestasi pada saham-saham yang mempunyai tren naik. Saham dengan fundamental baik biasanya harga sahamnya akan bergerak naik dalam jangka panjang, meskipun terlihat berfluktuasi dalam jangka pendek. Analisis teknikal sendiri digunakan untuk memprediksi tren suatu harga saham dengan cara mempelajari data pasar masa lampau, terutama pergerakan harga dan volume.

3. Perbaharui Informasi

Bekal selanjutnya dalam memilih saham ialah, terus perbaharui pengetahuan terkait dengan isu pasar yang biasanya juga berpengaruh ke harga saham. Informasi ini bisa juga berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi, utang pemerintah, depresiasi rupiah, ekspor impor, inflasi, hingga kebijakan yang berpengaruh ke harga saham.

4. Yuk realisasikan untuk membeli saham!

(Tiara Eva Tresna & Tarisa Wulan Anggraeni)

Official Account of BEM FEB Universitas Airlangga

LINE

@BEMFEBUNAIR



BEM.FEB.UNAIR.AC.ID



@BEMFEBUNAIR

