Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2026, Page: 18049-18054

Implementasi Strategi Pemasaran dan Analisis Trading Emas dalam Meningkatkan Partisipasi Nasabah di PT Agrodana Futures

Patrick Nicholas Sutanto[1], Hery Pudjoprastyono[2]

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Corresponding Author : Patrick Nicholas Sutanto E-mail: 23012010368@student.upnjatim.ac.id

Published: March, 2026

ABSTRAK

Tujuan dari program magang pengabdian ini adalah untuk melihat bagaimana menerapkan strategi pemasaran dan bagaimana analisis trading emas dapat membantu meningkatkan partisipasi pelanggan PT Agrodana Futures. Seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap investasi, perusahaan pialang berjangka harus memberikan edukasi dan strategi pemasaran yang kuat untuk menarik dan mempertahankan klien. Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif kualitatif digunakan. Penelitian ini menggunakan observasi langsung dan wawancara dengan karyawan perusahaan, serta dokumentasi aktivitas pemasaran dan pendidikan selama periode magang. Studi menunjukkan bahwa pendekatan pemasaran berbasis edukasi, yang mencakup pendampingan akun demo, webinar, dan media sosial, dapat meningkatkan jumlah pelanggan potensial dan meningkatkan pengetahuan mereka tentang barang perdagangan berjangka. Secara teratur memberikan analisis trading emas membantu pelanggan membuat keputusan transaksi yang lebih baik, meningkatkan kepercayaan diri, dan mendorong aktivitas trading yang lebih terkontrol. Terbukti bahwa kombinasi analisis pasar dan pemasaran edukatif meningkatkan partisipasi pelanggan, baik dalam jumlah maupun kualitas aktivitas transaksi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang informatif dan analisis pasar yang konsisten menjadi komponen penting dalam mendukung peningkatan partisipasi pelanggan di perusahaan pialang berjangka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dan pihak terkait mengoptimalkan proses edukasi dan pemasaran di industri perdagangan berjangka.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Trading Emas, Analisis Pasar, Partisipasi Nasabah.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Industri perdagangan berjangka Indonesia berkembang karena peningkatan minat investasi dan kemajuan teknologi digital. Karena dianggap sebagai aset yang aman dan memiliki likuiditas tinggi, trading emas adalah salah satu instrumen yang sangat diminati. Namun, strategi pemasaran dan edukasi yang efektif diperlukan untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi pelanggan karena tingkat pengetahuan masyarakat tentang perdagangan berjangka masih rendah.

PT Agrodana Futures, perusahaan pialang berjangka yang berizin resmi dari Bappebti, bertanggung jawab untuk memberikan calon nasabah pelatihan dan layanan profesional. Seiring dengan meningkatnya persaingan di industri yang akan datang, perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang inovatif dan informatif untuk menarik dan mempertahankan klien. Selain itu, pelanggan mendapat manfaat dari menyediakan analisis pasar, terutama analisis trading emas, yang dapat membantu mereka membuat keputusan trading yang lebih akurat dan tepat.

Melalui program magang pengabdian ini, penulis memiliki kesempatan langsung untuk terlibat dalam aktivitas pemasaran, pendidikan, dan penyusunan analisis pasar PT Agrodana Futures. Pengalaman ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana strategi pemasaran dan analisis trading emas dapat digunakan untuk menarik perhatian dan aktivitas nasabah. Oleh karena itu, sangat penting bahwa penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan bagaimana strategi ini diterapkan dan bagaimana hal itu berdampak pada peningkatan partisipasi nasabah.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pemasaran

Perusahaan melakukan berbagai langkah untuk mendapatkan keunggulan kompetitif melalui penetapan target pasar, menentukan segmentasi pasar, dan membuat bauran pemasaran (Kotler & Keller, 2016). Strategi pemasaran yang efektif tidak hanya meningkatkan pengetahuan konsumen tentang merek, tetapi juga mempengaruhi pilihan mereka saat membeli barang atau jasa. Karena produk yang ditawarkan memiliki risiko tinggi dan membutuhkan pemahaman mendalam, strategi pemasaran berbasis edukasi sangat penting dalam industri jasa keuangan, terutama dalam perdagangan berjangka. Edukasi konsumen dapat meningkatkan kepercayaan dan kesetiaan produk, menurut Tjiptono (2015), karena memberikan pemahaman yang lebih baik tentang manfaat dan risiko produk. Pemasaran berbasis konten, seperti artikel, video instruksional, dan analisis pasar, menjadi salah satu pendekatan yang efektif untuk menarik minat calon konsumen saat teknologi berkembang. Hal ini sejalan dengan ide Pulizzi (2014) bahwa pemasaran konten dapat membangun hubungan jangka panjang dengan audiens dengan memberikan informasi yang relevan dan berharga

Trading Emas

Trading emas adalah transaksi di mana kontrak emas dibeli dan dijual sesuai dengan pergerakan harga di pasar internasional. Instrument ini sangat disukai karena emas dianggap sebagai aset yang aman dengan nilai yang stabil. Dua pendekatan utama dalam analisis trading emas adalah:

1. Analisis Teknologi
   Analisis teknikal menggunakan tren harga untuk memprediksi pergerakan harga selanjutnya. Trader sering menggunakan indikator teknikal seperti moving average, support and resistance (RSI), dan candlestick pattern untuk menentukan waktu yang tepat untuk melakukan transaksi
2. Analisis Fundamental: Analisis fundamental menilai harga emas dengan melihat suku bunga, inflasi, kebijakan bank sentral, kondisi geopolitik, dan nilai tukar dolar AS.

   Trader dapat membuat keputusan yang lebih terukur dengan menggabungkan kedua metode. Analisis Pasar dan Keputusan Trading Nasabah: Analisis pasar sangat penting untuk aktivitas trading karena membantu dalam menentukan entry, exit, dan manajemen risiko. Analisis teknikal membantu trader memahami psikologi pasar selain mengamati pola harga (Pring 2014).

   Studi sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan dan aktivitas trading dapat meningkat ketika perusahaan pialang berjangka menyediakan analisis harian (Hidayat, 2020). Dengan analisis yang relevan dan mudah dipahami, pelanggan lebih percaya diri untuk melakukan transaksi.

Peran Strategi Pemasaran dan Analisis Trading terhadap Partisipasi Konsumen

Analisis trading emas yang mudah dipahami dan strategi pemasaran yang tepat akan meningkatkan keterlibatan nasabah di PT Agrodana Futures. Analisis trading yang akurat dapat membantu pelanggan merasa lebih percaya diri saat melakukan transaksi, sedangkan edukasi yang baik dapat mengurangi persepsi risiko. Nilai yang dihasilkan oleh kedua komponen ini mendorong partisipasi pelanggan baru dan lama.

METODE

Penelitian deskriptif kualitatif dipilih karena memungkinkan eksplorasi perspektif subjektif, proses kerja, dan praktik lapangan perusahaan serta nasabah terkait strategi pemasaran dan trading emas, sebagaimana dijelaskan Sugiyono (2019, hlm. 18) bahwa pendekatan ini menjelaskan proses secara rinci dalam setting riil tanpa kesimpulan numerik. Pendekatan ini juga menekankan pemahaman holistik dan induktif terhadap fenomena sosial, sesuai dengan Sudaryono (2021) yang membahas prosedur kualitatif untuk mengungkap makna mendalam dari data naratif. Selain itu, Emzir (2021) menegaskan bahwa metode ini ideal untuk analisis data kualitatif yang fokus pada interaksi dan konteks nyata, sementara Creswell dan Poth (2018) merekomendasikannya untuk desain riset yang mengeksplorasi pengalaman partisipan secara kontekstual.

Instrumen utama adalah peneliti sebagai human instrument, didukung teknik pengumpulan data primer melalui observasi partisipan terhadap aktivitas pemasaran digital, webinar edukasi, pendampingan akun demo, penyusunan analisis trading emas, serta pola interaksi perusahaan-nasabah; wawancara mendalam dengan staf marketing, analis trading, dan nasabah aktif; serta dokumentasi internal seperti laporan bulanan, materi promosi, analisis harian emas, catatan webinar, dan foto kegiatan magang. Data sekunder diperoleh dari laporan perusahaan, literatur strategi pemasaran dan trading emas, serta regulasi Bappebti. Analisis data mengikuti tahap reduksi data (ringkasan temuan observasi, wawancara, dokumentasi), penyajian dalam tabel, bagan, dan narasi alur proses, serta penarikan kesimpulan bertahap dengan verifikasi terhadap teori, sebagaimana diuraikan Sugiyono (2019) dan Emzir (2021). Sudaryono (2021) melengkapi dengan penekanan pada triangulasi sumber dan metode untuk validitas, sementara Creswell (2018) menyarankan analisis induktif untuk membangun pola makna dari data kualitatif.

Populasi penelitian mencakup seluruh staf divisi pemasaran dan trading PT Agrodana Futures serta nasabah aktif yang terlibat dalam trading emas selama periode magang. Sampel diambil secara purposive dan snowball, fokus pada informan kunci seperti staf marketing, analis trading, dan nasabah representatif yang memiliki pengalaman langsung dengan strategi pemasaran dan analisis trading, sesuai teknik sampling kualitatif yang direkomendasikan Sugiyono (2019) untuk kedalaman data. Pendekatan ini juga didukung Sudaryono (2021) dan Emzir (2021) yang menekankan purposive sampling untuk menjangkau subjek ahli dalam konteks spesifik, serta Creswell (2018) untuk memastikan saturasi data dalam studi deskriptif.

Penelitian dilaksanakan di PT Agrodana Futures, khusus divisi pemasaran dan trading, selama periode magang 7 Juli hingga 7 November, dengan urutan sistematis: persiapan (studi literatur dan izin), pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi secara simultan, analisis bertahap, serta validasi. Validitas data dijamin melalui triangulasi sumber (bandingkan wawancara, observasi, dokumen), triangulasi metode (multi-teknik), dan member check untuk konfirmasi interpretasi informan, sesuai Sugiyono (2019). Prosedur ini selaras dengan Sudaryono (2021) untuk prosedur kualitatif iteratif, Emzir (2021) untuk pengujian kredibilitas, dan Creswell (2018) untuk verifikasi bertahap dalam desain kualitatif.

HASIL

Hasil dari Pelaksanaan Strategi Pemasaran PT Agrodana Futures

1. Strategi Pemasaran Dilaksanakan

   Sebagai hasil dari kegiatan magang yang dilakukan dari 7 Juli hingga 7 November, PT Agrodana Futures melihat perkembangan positif dalam minat dan partisipasi nasabah baru. Beberapa temuan penting adalah:

   a. Peningkatan Lead dan Calon Pelanggan Baru: Penggunaan taktik pemasaran digital seperti penggunaan media sosial (seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp untuk bisnis), konten pendidikan tentang trading emas, dan kampanye pemasaran akun demo yang berhasil meningkatkan jumlah prospek.
      1) Selama periode observasi, jumlah calon klien meningkat.
      2) Berita harga emas dan analisis pasar harian adalah topik utama interaksi di media sosial.
   b. Edukasi Webinar dan Offline tentang Trading Emas Meningkatkan Minat Calon Pelanggan dan Nasabah untuk Memahami Trading Emas.
      1) Saat webinar berlangsung, tingkat kehadiran rata-rata adalah delapan puluh peserta. Sekitar lima belas hingga dua puluh lima persen peserta kemudian beralih ke tahap pendaftaran akun demo.
   c. Program pendampingan untuk pemula yang menggunakan akun demo dan mengkonversinya ke akun real meningkatkan aktivitas trading mereka.
      1) Banyak pengguna akun demo yang aktif sekarang menjadi pelanggan akun real.
      2) Klien yang menerima pendampingan individu menunjukkan retensi yang lebih tinggi
2. Hasil Analisis Trading Emas

a. Selama magang, pola pergerakan harga emas dipelajari dengan menggunakan indikator seperti Moving Average (MA 50 dan MA 200).
b. Candlestick pattern,Stochastic Oscillator,Fibonacci Retracement, Parabolic SAR-Fractals



Menunjukkan bahwa tren harga emas yang lebih tinggi atau lebih rendah dalam jangka menengah disebabkan oleh faktor-faktor penting di seluruh dunia, seperti:

1) penurunan indeks dolar AS,
2) ketegangan geopolitik,
3) Besar permintaan untuk investasi keamanan

Nasabah banyak memanfaatkan kesempatan trading intraday karena volatilitas harga emas yang tinggi dalam jangka pendek.

c. Dampak Analisis terhadap Aktivitas Pelanggan Analisis harian yang diposting melalui:
    1) Tiktok
    2) Instagram
    3) Grup WhatsApp dan
    4) konten media sosial Agrodana

    Membantu pelanggan memahami kondisi pasar dan menemukan posisi entry-exit yang lebih terukur.
    1) Hasilnya:
    2) Analisis harian meningkatkan tingkat keputusan.
    3) Selama rilis data ekonomi global seperti NFP, CPI, dan FOMC, frekuensi transaksi konsumen meningkat.
    4) Panduan strategi yang lebih terstruktur memberi klien keyakinan yang lebih besar untuk melakukan transaksi.

PEMBAHASAN

Strategi pemasaran yang berfokus pada edukasi telah terbukti lebih efektif daripada promosi langsung dalam meningkatkan partisipasi konsumen. Hal ini sejalan dengan sifat produk berjangka yang membutuhkan pemahaman mendalam sebelum transaksi.

Faktor-faktor yang memastikan bahwa pendekatan edukasi berhasil:

1) Memberi calon nasabah rasa aman.
2) Meningkatkan kredibilitas perusahaan, dan meningkatkan kepercayaan dan minat jangka panjang.
3) Mengurangi jumlah nasabah yang tidak aktif karena mereka lebih memahami risiko dan peluang.

Oleh karena itu, metode edukasi tidak hanya meningkatkan jumlah nasabah baru, tetapi juga meningkatkan kualitas dan retensi nasabah.

Hubungan Analisis Trading Emas dengan Keputusan Nasabah: Analisis yang disajikan secara teratur menjadi komponen penting dalam membantu nasabah membuat keputusan yang lebih tepat. Mereka lebih siap menghadapi volatilitas pasar dengan analisis fundamental dan teknikal yang mudah dipahami.

Manfaat langsung bagi nasabah:

1) Mengurangi risiko open posisi secara implusif.
2) Memperbaiki akurasi analisis pribadi mereka.
3) Meningkatkan kedisiplinan dalam menentukan target profit dan stop loss.

Pengamatan yang dilakukan selama magang menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan analisis harian melakukan transaksi dengan tingkat stabilitas yang lebih tinggi dibandingkan klien yang bertransaksi tanpa bantuan.

Memanfaatkan Analisis Pasar dan Pemasaran untuk Meningkatkan Partisipasi: Kombinasi strategi pemasaran edukatif dan analisis harian menciptakan lingkungan nasabah yang ramah. Analisis trading emas mempertahankan loyalitas dan meningkatkan aktivitas transaksi nasabah saat ini, sementara edukasi menarik minat calon nasabah baru**.**

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan magang dan pengabdian yang dilakukan oleh PT Agrodana Futures, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran berbasis edukasi dan penyediaan analisis trading emas secara konsisten berkontribusi pada peningkatan partisipasi nasabah.

Pertama, telah terbukti bahwa pendekatan pemasaran edukatif seperti pendampingan akun demo, webinar, dan media sosial berhasil menarik klien baru. Metode ini dapat membangun kepercayaan perusahaan dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk perdagangan berjangka. Akibatnya, jumlah prospek, aktivitas akun demo, dan konversi ke akun real meningkat.

Kedua, analisis trading emas yang disampaikan secara konsisten membantu pelanggan membuat keputusan transaksi yang lebih terarah dan terukur. Penyampaian analisis teknikal dan fundamental yang konsisten meningkatkan rasa percaya diri pelanggan dan meningkatkan frekuensi transaksi mereka.

Ketiga, sinergi analisis pasar dan edukasi pemasaran menciptakan lingkungan yang mendukung peningkatan partisipasi pelanggan dan kualitas. Analisis harian meningkatkan aktivitas trading nasabah saat ini dan menarik minat awal, sedangkan edukasi berfungsi menarik minat awal. Secara keseluruhan, program yang dilaksanakan selama magang ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat dan relevan dalam industri perdagangan berjangka adalah pendekatan yang informatif, transparan, dan berfokus pada kebutuhan nasabah. Strategi ini tidak hanya akan meningkatkan jumlah nasabah tetapi juga akan meningkatkan kualitas pengalaman mereka bertransaksi.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.

Pulizzi, J. (2014). *Epic content marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less*. McGraw-Hill.

Philip, K., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Murphy, J. J. (1999). *Technical analysis of the financial markets*. New York Institute of Finance.

Pring, M. J. (2014). *Technical analysis explained: The successful investor's guide to spotting investment trends and turning points* (5th ed.). McGraw-Hill.

Schwert, G. W. (2003). Anomalies and market efficiency. *Handbook of the Economics of Finance*, 1, 939–974.

Hidayat, R. (2020). Pengaruh penyediaan analisis harian terhadap kepercayaan dan aktivitas trading nasabah pada perusahaan pialang berjangka. *Jurnal Manajemen Keuangan dan Investasi*, 8(2), 115–128.

Lee, C. M., & Swaminathan, B. (2000). Price momentum and trading volume. *Journal of Finance*, 55(5), 2017–2069.

Baker, H. K., & Nofsinger, J. R. (2010). *Behavioral finance: Investors, corporations, and markets*. Wiley.

Bappebti. (2020). *Peraturan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi tentang Ketentuan Teknis Perdagangan Berjangka*. Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi, Kementerian Perdagangan RI.

PT Agrodana Futures. (2024). *Laporan aktivitas pemasaran dan edukasi* (Dokumen internal perusahaan).

PT Agrodana Futures. (2024). *Laporan analisis harian emas* (Internal report).