

## EDUKASI INDUSTRI KOMODITI BERJANGKA KEPADA MASYARAKAT SEBAGAI SARANA MEMPERKUAT BRANDING PERUSAHAAN

Aging Sarana Mukti<sup>1</sup>, Sulastri Irbayuni<sup>2</sup>

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Email: agingsaranamukti@gmail.com<sup>1</sup>, sulastrii.ma@upnjatim.ac.id<sup>2</sup>

### Abstrak

Di masa sekarang perdagangan komoditi berjangka masih belum dikenal oleh masyarakat luas. Kurangnya kepercayaan dari masyarakat terhadap perusahaan pialang menjadi salah satu penyebabnya. Oleh karena itu perlu ada nya inovasi yang ditujukan untuk meningkatkan kepercayaannya dan kesadaran masyarakat terhadap perusahaan pialang. Cara yang dapat dilakukan yaitu memberi edukasi mengenai industri komoditi berjangka kepada masyarakat sebagai sarana memperkuat branding perusahaan. Dengan branding perusahaan yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan dan kesadaran dari masyarakat mengenai perusahaan pialang. Metode yang digunakan pada pengabdian masyarakat ini adalah identifikasi masalah, pelaksanaan dan penilaian. Adapun hasil dari pengabdian masyarakat yang dilakukan yaitu pelaksanaan edukasi kepada masyarakat dapat meningkatkan kepercayaan dan antusias dari masyarakat terhadap perusahaan pialang.

**Kata Kunci:** Edukasi, Perusahaan Pialang, Branding Perusahaan

### Abstrack

*At present, commodity futures trading is still not widely recognised by the public. Lack of trust from the public towards brokerage companies is one of the causes. Therefore, there is a need for innovation aimed at increasing public trust and awareness of brokerage companies. The way that can be done is to provide education about the commodity futures industry to the public as a means of strengthening company branding. With strong company branding, it can increase public trust and awareness of brokerage companies. The methods used in this community service are problem identification, implementation and assessment. The results of the community service carried out are the implementation of education to the community can increase the trust and enthusiasm of the community towards brokerage companies.*

**Keywords:** Education, Brokerage Company, Company Branding

## **Pendahuluan**

Saat ini, salah satu indikator utama kemajuan suatu negara dan peningkatan kesejahteraan masyarakat dapat dilihat dari kemajuan di bidang perdagangan. Aktivitas perdagangan di dunia sangat beragam, termasuk perdagangan domestik, ekspor dan impor barang, bahan baku, jasa, serta jenis perdagangan lainnya (Keadilan and Arfani, 2024). Selain itu, ada juga jenis perdagangan yang masih belum dikenal oleh masyarakat luas, yaitu perdagangan berjangka komoditi. Perdagangan Berjangka Komoditi merujuk pada segala bentuk aktivitas jual beli komoditi yang dilakukan dengan sistem yang melibatkan penarikan Margin, di mana transaksi tersebut akan diselesaikan pada suatu waktu yang telah ditentukan di masa depan. Penyelesaian transaksi ini berdasarkan pada Kontrak Berjangka yang telah disepakati antara pihak-pihak yang terlibat. Selain itu, dalam perdagangan ini juga dapat digunakan Kontrak Derivatif Syariah dan berbagai jenis Kontrak Derivatif lainnya, yang bertujuan untuk mengatur dan mengelola risiko serta memastikan kesepakatan yang adil antara pembeli dan penjual. Kegiatan ini memiliki mekanisme yang mengatur baik dari segi harga, jumlah komoditi yang diperjualbelikan, serta waktu penyelesaiannya, dengan mengikuti regulasi yang berlaku di pasar global maupun domestic (BAPPEBTI, 2022). Salah satu perusahaan yang bergerak di perdagangan berjangka komoditi adalah PT Victory Internastional Future.

PT. Victory International Futures adalah perusahaan yang fokus pada sektor investasi, khususnya dalam forex trading, indeks saham, mata uang, serta komoditi dan CFD. Sejak didirikan pada tahun 2003, perusahaan ini telah berfungsi sebagai broker di pasar keuangan global dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung operasional dan meningkatkan layanan kepada klien. Saat ini, PT. Victory International Futures memiliki 22 cabang yang tersebar di berbagai kota di Indonesia, dengan kantor pusat yang terletak di Tunjungan City Office Building lantai 15, Surabaya. PT. Victory International Futures yang berlokasi di Ciputra World Office Building lantai 8, Surabaya. Kantor ini baru saja dibuka pada 25 Oktober 2024, sebagai pengganti kantor cabang sebelumnya yang terletak di Marvel Surabaya. Pembukaan kantor baru ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat posisi perusahaan dalam pasar investasi Indonesia, serta memberikan kemudahan akses bagi nasabah dalam memperoleh informasi dan layanan terkait produk investasi yang ditawarkan oleh Perusahaan (PT victory, 2024). Sebagai perusahaan yang sudah berdiri 20 tahun lebih perlu ada nya branding perusahaan untuk bertahan di tengah ketatnya persaingan antar perusahaan sejenis.

Branding mencakup berbagai kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan dan memperkuat identitas suatu merek, termasuk elemen seperti nama perusahaan, logo, karakteristik, dan bagaimana konsumen memandang merek tersebut. Di samping itu, branding juga berperan sebagai strategi perusahaan

untuk menarik serta menjaga loyalitas konsumen (Sulistio, 2023). Hingga saat ini, istilah branding atau pelabelan lebih dikenal dalam dunia pemasaran. Pelabelan dilakukan untuk membedakan produk yang satu dengan produk lainnya, mengingat banyaknya produk serupa yang beredar di pasar. Tujuan dari pelabelan ini adalah agar produk tersebut lebih mencolok dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Prinsip dasar ini kemudian diterapkan dalam konteks personal branding (Afrilia, 2018). Branding perusahaan sangat penting untuk seluruh sektor perdagangan, begitu juga di sektor perdagangan komoditi berjangka, khususnya di PT. Victory International Future. Namun saat ini citra dari perusahaan pialang di kalangan masyarakat masih belum cukup baik.

Industri pialang sering kali terhubung dengan citra negatif akibat berbagai skandal, penipuan, atau kegagalan dalam memenuhi tanggung jawab kepada investor. Reputasi buruk perusahaan pialang dapat merusak kepercayaan investor, menyebabkan penurunan jumlah klien, bahkan mengancam kelangsungan bisnis mereka dalam jangka panjang. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan pialang perlu mengambil langkah-langkah yang tepat guna memperkuat citra merek mereka. Branding yang solid dapat membantu membangun kembali kepercayaan, memperluas pangsa pasar, dan membedakan perusahaan dari para pesaing di industri yang sangat kompetitif ini (Wardhani dan Irbayuni, 2024). Citra perusahaan pialang yang buruk salah satu faktornya yaitu karena lemahnya branding perusahaan pialang di kalangan masyarakat. Untuk mengatasi citra buruk dari perusahaan pialang atau lemahnya branding perusahaan dapat dilakukan dengan memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai perusahaan pialang.

Edukasi merupakan proses penambahan pengetahuan dan keterampilan individu melalui metode pembelajaran atau pengajaran, dengan tujuan untuk mengingat fakta atau situasi yang nyata (Yunus, 2015). Edukasi yang diberikan kepada masyarakat mengenai perusahaan pialang dapat diberikan melalui sosialisasi. Sosialisasi merupakan salah satu cara yang mempengaruhi pembentukan kepribadian seseorang. Proses ini sering disebut sebagai teori peran (*role theory*), karena dalam sosialisasi, individu diajarkan untuk menjalankan berbagai peran yang harus mereka laksanakan (Murtani, 2019). Sosialisasi yang diberikan kepada masyarakat dapat berupa edukasi mengenai perusahaan pialang khususnya mengenai trading. Dengan pemberian edukasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan pialang.

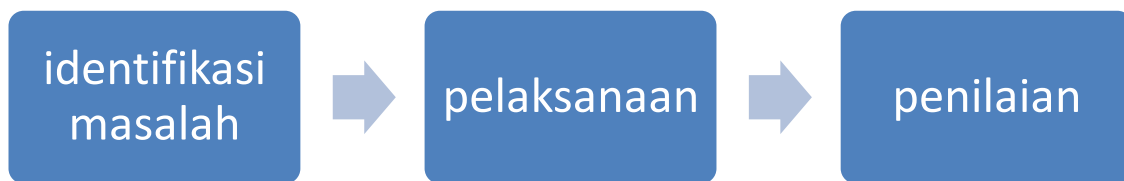
### **Metode Pemberdayaan**

Kegiatan sosialisasi mengenai trading dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama yaitu mengidentifikasi masalah yang terjadi. Mengidentifikasi masalah dalam hal ini yaitu mencari tahu masalah yang terkait di PT. Victory International Future untuk dilakukan pencarian solusi lebih lanjut. Identifikasi masalah

dilakukan dengan melakukan pengamatan pada saat proses *contacting* dan mengacu pada beberapa literasi jurnal mengenai kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan pialang.

kedua yaitu tahap pelaksanaan pendampingan sosialisasi mengenai trading. Sosialisasi pada tahap pelaksanaan memberikan materi mengenai tutorial membaca pasar trading. Pemberian materi ini bertujuan agar masyarakat lebih memahami mengenai trading dan menghilangkan stigma negatif tentang perusahaan pialang.

Ketiga yaitu tahap penilaian hasil dari kegiatan yang sudah dilaksanakan. Setelah identifikasi masalah dan pelaksanaan pendampingan sosialisasi selesai maka perlu adanya penilaian pribadi supaya mengetahui hasil dari solusi yang diberikan sudah sesuai atau perlu ada perbaikan Kembali. Selain itu kegiatan penilaian juga dilakukan supaya dapat menjadi evaluasi kegiatan jika ingin dilaksanakan kembali.



**Gambar 1.** Tahapan Pendampingan Sosialisasi

## Hasil

Hasil dari kegiatan pendampingan sosialisasi mengenai trading kepada masyarakat didapat melalui beberapa tahapan yaitu identifikasi masalah, pelaksanaan dan penilaian. Melalui tahap identifikasi masalah mendapat hasil sebagai berikut:

### 1. Buruknya citra perusahaan pialang di pandangan masyarakat

Perusahaan pialang di Indonesia telah berkembang cukup lama, namun perkembangan tersebut tidak disertai dengan citra yang positif. Citra pialang di Indonesia sering kali dianggap buruk oleh masyarakat, sehingga perusahaan-perusahaan pialang di Indonesia mengalami kerugian dalam hal reputasi dan kepercayaan pelanggan. Hal ini pada akhirnya berdampak negatif pada kinerja bisnis perusahaan pialang tersebut (2023). Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat diidentifikasi bahwa adanya masalah mengenai buruknya citra perusahaan pialang di kalangan masyarakat. Salah satu hal yang dapat

memengaruhi citra perusahaan adalah *branding* perusahaan. *Branding* perusahaan menunjukkan gambaran perusahaan di mata pihak luar termasuk masyarakat. Dengan branding perusahaan yang baik akan menarik perhatian dari klien maupun seseorang yang sedang mencari pekerjaan yang cocok. Selain itu *Branding* perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan dari masyarakat jika dibangun dengan baik.

## 2. Kurangnya Edukasi Mengenai Perusahaan Pialang Khususnya Trading Di Kalangan Masyarakat

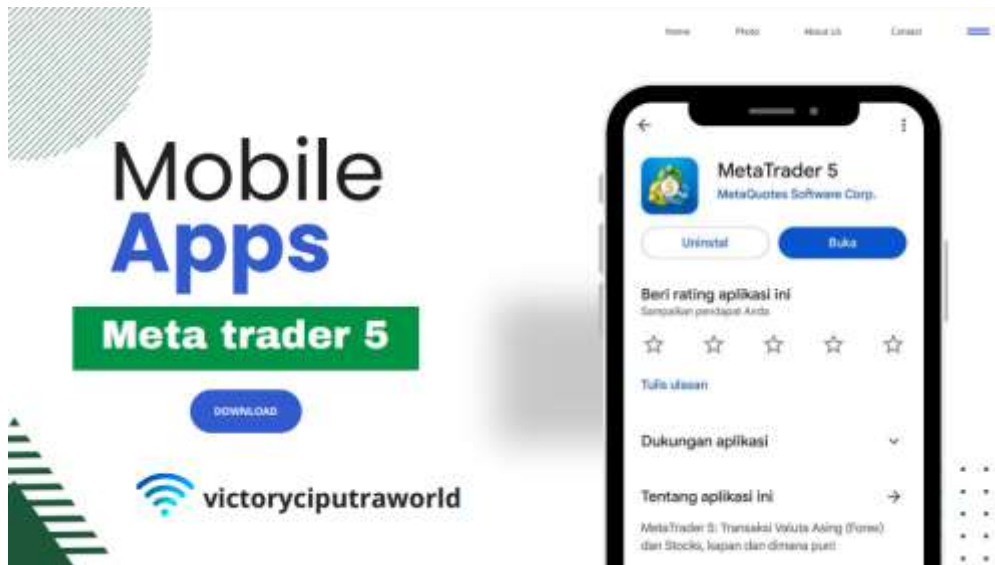
Citra perusahaan yang kurang baik dapat disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat mengenai industri komoditi berjangka. Dengan pendekatan kepada masyarakat mengenai teori dasar atau dasar ilmu trading diharapkan mampu membuat masyarakat lebih mengerti industri komoditi berjangka. Edukasi yang diberikan kepada masyarakat dapat berupa sosialisasi dan simulasi penggunaan aplikasi trading. Dengan pendampingan sosialisasi trading dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap industri komoditi berjangka, selain citra yang baik maka perusahaan pialang juga dapat lebih mudah jika ingin mendapatkan nasabah. Edukasi mengenai trading selain bermanfaat untuk perusahaan juga bermanfaat untuk masyarakat supaya memiliki wawasan yang lebih luas dan terhindar dari oknum penipuan yang mengatasnamakan trading. Selain itu edukasi trading memiliki peran yang sangat krusial dalam mencapai kesuksesan seorang trader di pasar keuangan yang penuh risiko dan ketidakpastian. Tanpa pemahaman yang cukup, trading bisa menjadi kegiatan yang berisiko tinggi, bahkan bagi mereka yang memiliki modal yang cukup besar. Melalui edukasi, trader dapat memperoleh pengetahuan yang diperlukan untuk memahami cara kerja pasar serta berbagai strategi dan teknik untuk mengelola risiko secara efektif. Tanpa edukasi yang tepat, banyak trader pemula yang sering kali bertindak berdasarkan emosi atau spekulasi, yang bisa berujung pada kerugian yang besar. Oleh karena itu, sangat penting bagi seorang trader untuk memahami alat analisis seperti analisis teknikal dan fundamental, yang membantu mereka membuat keputusan yang lebih rasional dan terinformasi.

Penulis melakukan tahap pelaksanaan sebagai solusi dari identifikasi masalah yang terjadi dengan pendampingan sosialisasi kepada masyarakat mengenai trading. Kegiatan pelaksanaan dilaksanakan di kantor PT Victory International Future cabang Ciputra World Surabaya. Dihadiri oleh 29 peserta dari masyarakat dan kegiatan pemberian edukasi ini diisi oleh Bapak Arie Nurdiansyah S.Pd selaku wakil pialang berjangka sebagai pemberi materi trading. Kegiatan ini dilaksanakan pada Jumat, 6 Desember 2024 pukul 15.00-17.00 WIB. Materi yang diberikan pada saat sosialisai



**Gambar 2.** Kegiatan pendampingan sosialisasi (2024)

Pada saat pelaksanaan kegiatan sosialisasi diberikan edukasi mengenai tutorial menggunakan aplikasi MetaTrader 5. MetaTrader 5 (MT5) adalah platform trading yang dikembangkan oleh MetaQuotes Software, dirancang untuk perdagangan berbagai instrumen keuangan seperti forex, saham, komoditas, dan indeks. MT5 menawarkan fitur canggih dibandingkan versi sebelumnya, MT4, dengan dukungan untuk analisis teknis lebih lengkap, indikator tambahan, dan grafik interaktif. Platform ini memungkinkan penggunaan Expert Advisors (EA) untuk trading otomatis, serta memiliki berbagai jenis order dan pengelolaan posisi yang lebih fleksibel. MT5 juga dilengkapi dengan kalender ekonomi untuk analisis fundamental dan eksekusi order yang lebih cepat. MT5 dapat diakses di desktop (Windows dan Mac) serta perangkat mobile (Android dan iOS), memungkinkan trader untuk bertransaksi kapan saja dan di mana saja. Dengan fitur-fitur yang lebih lengkap dan efisien, MT5 menjadi pilihan utama bagi banyak trader profesional.



**Gambar 3.** Aplikasi MetaTrader 5

Setelah pemberian edukasi mengenai tutorial menggunakan aplikasi MetaTrader 5, diberikan juga edukasi mengenai pentingnya trading. Edukasi mengenai trading sangat penting karena memberikan pemahaman yang mendalam tentang cara kerja pasar keuangan dan risiko yang terlibat. Dengan edukasi yang tepat, trader dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pergerakan harga dan membuat keputusan yang lebih cerdas. Selain itu, edukasi mengajarkan cara mengelola risiko dengan bijak, seperti penggunaan stop-loss dan diversifikasi portofolio. Edukasi juga membantu trader mempelajari strategi efektif dan menghindari penipuan serta masalah psikologis dalam trading. Secara keseluruhan, edukasi trading meningkatkan keterampilan keuangan dan membantu individu mencapai tujuan keuangan dengan cara yang lebih terinformasi dan terstruktur.

Selain pemberian materi, para peserta sosialisasi juga diberikan kesempatan melakukan simulasi menggunakan aplikasi MetaTrader 5 dengan akun demo. Simulasi penggunaan MetaTrader 5 (MT5) memiliki beberapa fungsi penting yang sangat bermanfaat bagi trader diantaranya yaitu, latihan tanpa risiko, di mana trader dapat berlatih menggunakan akun demo tanpa mempertaruhkan uang nyata, sehingga mereka bisa mengasah keterampilan trading dengan aman. Kedua, memahami fitur platform; simulasi memberi kesempatan untuk mengenal berbagai alat dan fitur yang ada di MT5, seperti indikator teknikal, grafik, dan eksekusi order, yang penting untuk memaksimalkan potensi trading. Pengujian strategi trading menjadi lebih mudah dilakukan. Trader dapat menguji berbagai strategi dalam kondisi pasar yang berbeda tanpa risiko kerugian, memungkinkan mereka menilai efektivitas strategi tersebut sebelum menerapkannya di pasar riil. Meningkatkan kepercayaan diri juga merupakan fungsi penting dari simulasi, karena latihan berulang dalam simulasi akan membuat trader merasa lebih yakin

dalam membuat keputusan trading yang lebih baik. Pengelolaan risiko dapat dipelajari dengan lebih efektif. Trader bisa mengasah kemampuan untuk menggunakan fitur seperti stop-loss dan mengatur ukuran posisi yang tepat, untuk melindungi modal mereka. Dengan demikian, simulasi di MT5 sangat membantu trader dalam mempersiapkan diri menghadapi pasar nyata dengan pengetahuan dan keterampilan yang lebih matang.

Setelah pelaksanaan kegiatan pendampingan sosialisasi dilaksanakan maka selanjutnya yaitu tahap penilaian. Hasil dari penilaian kegiatan sosialisasi trading adalah sebagai berikut:

1. Pemberian edukasi mengenai trading kepada masyarakat efektif dalam mengubah perspektif mengenai perusahaan pialang karena masyarakat menjadi lebih paham mengenai teori dasar dari trading.

Pemberian edukasi mengenai trading kepada masyarakat memiliki dampak signifikan dalam mengubah perspektif mereka terhadap perusahaan pialang. Dengan memahami dasar-dasar trading, seperti analisis pasar, pengelolaan risiko, dan strategi yang efektif, masyarakat menjadi lebih percaya diri dalam berpartisipasi di pasar finansial. Sebelumnya, banyak yang melihat perusahaan pialang hanya sebagai penyedia platform transaksi, tanpa memahami peran mereka dalam mendukung trader. Namun, setelah mendapatkan edukasi, masyarakat menyadari bahwa perusahaan pialang juga menyediakan layanan penting seperti informasi pasar, alat trading, dan pengelolaan risiko, yang membantu trader membuat keputusan yang lebih tepat. Edukasi ini juga meningkatkan kesadaran tentang pentingnya regulasi dan transparansi yang diterapkan oleh perusahaan pialang, sehingga masyarakat lebih percaya dan merasa aman. Dengan pemahaman yang lebih baik, hubungan antara masyarakat dan perusahaan pialang menjadi lebih positif, menciptakan pasar yang lebih transparan dan terinformasi, serta membuka peluang lebih besar bagi semua pihak yang terlibat.

2. Pelaksanaan sosialisasi mengenai trading berjalan dengan antusias tinggi dari peserta kegiatan.

Pelaksanaan sosialisasi mengenai trading berjalan dengan antusias tinggi dari peserta kegiatan, yang menunjukkan adanya minat dan rasa ingin tahu yang besar terhadap dunia trading. Para peserta terlihat aktif dalam mengikuti setiap sesi, mengajukan pertanyaan, dan berdiskusi mengenai topik-topik yang berkaitan dengan dasar-dasar trading, analisis pasar, serta strategi yang dapat diterapkan dalam bertransaksi. Antusiasme ini mencerminkan pentingnya edukasi dalam memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai cara kerja pasar finansial dan bagaimana memanfaatkan peluang yang ada. Dengan keterlibatan yang tinggi dari peserta, sosialisasi ini tidak hanya berhasil menarik perhatian, tetapi juga membekali mereka dengan pengetahuan yang berguna untuk dapat memahami

dan mempraktikkan trading dengan lebih bijak. Keberhasilan sosialisasi ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbuka untuk mempelajari dan terlibat dalam aktivitas pasar yang sebelumnya mungkin terasa rumit atau menakutkan.

### Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pendampingan edukasi dengan sosialisasi mengenai industri komoditi berjangka dapat meningkatkan antusias dari masyarakat mengenai trading. Dengan teori dasar dan ilmu yang diberikan mengenai trading dapat mengubah perspektif masyarakat mengenai citra dari perusahaan pialang yang sebelumnya kurang baik menjadi lebih baik.

Dengan antusias yang tinggi dari peserta kegiatan terhadap pelaksanaan edukasi dengan sosialisasi mengenai industri komoditi berjangka, diharapkan dapat dilaksanakan Kembali atau diteruskan oleh perusahaan. Kegiatan ini dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk mendapat kepercayaan masyarakat dan meningkatkan kesadaran mengenai perusahaan pialang. Dengan pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini dapat menjadi media perusahaan untuk berkembang di masa mendatang.

### Daftar Referensi

Abdimas, Jurnal, and Indonesia Vol. "1,2 1 , 2" 1, no. 4 (2023).

Afrilia, Ascharisa Mettasatya. "Personal Branding Remaja Di Era Digital." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 11, no. 1 (2018): 20–30. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3626>.

Ahmad Budi Sulistio. "BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS Oleh Ahmad Budi Sulistio Branding Adalah Berbagai Kegiatan Yang Bertujuan Untuk Membangun Dan Membesarkan Identitas Sebuah." *Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun Branding*, 2019, 1–16. <https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/Branding-Sebagai-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf>.

BAPPEBTI. "Perdagangan Berjangka Komiditi," 2022.

Keadilan, Mimbar, and Ahmad Muflikh Arfani. "HUBUNGAN HUKUM DAN PERTANGGUNGJAWABAN WAKIL PIALANG BERJANGKA DI BIDANG PERDAGANGAN BERJANGKA KOMODITI | Mimbar Keadilan" 15 (2022): 216–28. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/mimbarkeadilan/article/view/6748>.

Murtani, Alim. "Sosialisasi Gerakan Menabung." *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019 Sindimas* 1, no. 1 (2019): 279–83.

PT victory. "Tentang Kami." PT victory, 2024. <https://vifx.co.id/tentang-kami/>.

Wardhani, Nadya Puspita, and Sulastri Irbayuni. "Strategi Memperkuat Branding Dalam Menghadapi Citra Buruk Perusahaan Pialang (Sosialisasi Ke Masyarakat)." *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2024): 47–51. <https://doi.org/10.58184/mestaka.v3i1.256>.

Yunus, Mursid, Indah Fitri Astuti, and Dyna Marisa Khairina. "Game Edukasi Matematika Untuk Sekolah Dasar." *Informatika Mulawarman: Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer* 10, no. 2 (2015): 59. <https://doi.org/10.30872/jim.v10i2.192>.