

Pendampingan Calon Investor dalam Memahami Transparansi Risiko Trading Forex dan Emas melalui Aktivitas Contacting Berbasis Whatsapp di PT Glori Investama Berjangka Surabaya

Frendy Putra Maesru Pratama*¹, Zumrotul Fitriyah²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia
23012010392@student.upnjatim.ac.id¹, zumrotulf.ma@upnjatim.ac.id²

Submitted: 29th June 2026 | **Edited:** 27th July 2026 | **Issued:** 01st September 2026

Cited on: Pratama, F. P. M., & Fitriyah, Z. (2026). Pendampingan Calon Investor dalam Memahami Transparansi Risiko Trading Forex dan Emas melalui Aktivitas Contacting Berbasis Whatsapp di PT Glori Investama Berjangka Surabaya. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 6(3), 1540-1552.

ABSTRACT

Low financial literacy regarding commodity futures trading has contributed to persistent public distrust of forex and gold investment, largely due to the widespread occurrence of illegal investment schemes and previous financial losses. This community service project aimed to assist prospective investors in understanding risk transparency in forex and gold trading through WhatsApp-based educational communication while identifying the main barriers encountered during the assistance process. The activity was conducted during the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) internship program at PT Glori Investama Berjangka Surabaya from February to May 2026 using a participatory educational approach. The implementation consisted of three stages: preparation of educational materials, WhatsApp-based assistance, and evaluation through descriptive analysis of communication records and participant responses. A total of 160 prospective investors were contacted. Of these, 141 did not respond, 9 declined further communication, 8 stopped responding after receiving supporting documents, and 2 demonstrated interest in learning more about regulated futures trading. The main communication barriers included concerns about fraud, negative experiences from previous investments, and perceptions of high trading risk. These findings indicate that WhatsApp can serve as an accessible medium for financial literacy, although its effectiveness depends on building trust through transparent, educational, and multi-channel communication strategies.

Keywords: Financial Literacy, Risk Transparency, Futures Trading, Whatsapp, Investor Education

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memperluas akses masyarakat terhadap berbagai instrumen investasi, termasuk perdagangan berjangka komoditas pada instrumen forex dan emas. Kemudahan memperoleh informasi melalui media digital mendorong meningkatnya partisipasi masyarakat dalam aktivitas investasi, namun peningkatan tersebut belum sepenuhnya diimbangi oleh kemampuan memahami karakteristik produk, legalitas penyelenggara, maupun risiko yang melekat pada setiap instrumen investasi. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat lebih mudah terpapar

informasi yang tidak tervalidasi dan berpotensi terjebak pada praktik investasi ilegal yang merugikan. Menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 49,68%, sedangkan tingkat inklusi keuangan telah mencapai 85,10%, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara penggunaan layanan keuangan dan pemahaman terhadap risiko yang menyertainya (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa peningkatan akses investasi perlu diikuti dengan penguatan literasi risiko agar masyarakat mampu mengambil keputusan investasi secara lebih rasional (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi, 2022; Van der Crujsen, et al., 2021).

Rendahnya literasi risiko turut memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap industri perdagangan berjangka komoditas. Maraknya kasus investasi ilegal menyebabkan sebagian masyarakat sulit membedakan perusahaan pialang berjangka yang berizin resmi dengan entitas yang beroperasi tanpa pengawasan regulator. Akibatnya, persepsi negatif terhadap aktivitas trading masih sangat kuat meskipun perusahaan telah memenuhi aspek legalitas yang ditetapkan pemerintah (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi, 2024a). Di sisi lain, penelitian menunjukkan bahwa transparansi informasi mengenai legalitas perusahaan, karakteristik produk, serta penyampaian risiko secara terbuka merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan calon investor sebelum mereka mengambil keputusan investasi (Hia & Setyanto, 2024; Prior, Buttle, & Maklan, 2024). Oleh karena itu, pendekatan edukatif yang menempatkan transparansi sebagai fokus utama menjadi semakin relevan dalam meningkatkan kualitas literasi keuangan masyarakat.

Pemanfaatan aplikasi WhatsApp sebagai media komunikasi memberikan peluang untuk menyampaikan edukasi secara personal, cepat, dan mudah diakses oleh berbagai kelompok masyarakat. Berbeda dengan komunikasi pemasaran yang berorientasi pada penjualan, pendekatan edukatif melalui WhatsApp memungkinkan penyampaian informasi mengenai legalitas perusahaan, keanggotaan bursa, regulator, serta transparansi risiko secara bertahap tanpa memberikan tekanan kepada calon investor untuk melakukan transaksi (Mrad, Farah, & Mehdi, 2022). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa komunikasi digital yang bersifat personal dan berbasis kepercayaan lebih efektif dalam membangun hubungan awal dibandingkan pendekatan promosi secara langsung (Zarouali et al., 2021; Dwivedi et al., 2021). Dengan demikian, WhatsApp tidak hanya berfungsi

sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai sarana peningkatan literasi keuangan apabila digunakan dengan pendekatan yang edukatif dan bertanggung jawab.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas literasi keuangan, komunikasi digital, dan strategi membangun kepercayaan pelanggan, sebagian besar masih berfokus pada aspek pemasaran, perilaku konsumen, atau keputusan investasi. Penelitian yang secara khusus mengangkat pendampingan literasi risiko bagi calon investor melalui aktivitas contacting berbasis WhatsApp dalam konteks perdagangan berjangka komoditas masih relatif terbatas, terutama pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menekankan proses edukasi tanpa orientasi penjualan. Oleh karena itu, artikel ini menawarkan kebaruan berupa penerapan model pendampingan berbasis komunikasi digital yang menempatkan transparansi risiko sebagai inti proses edukasi sekaligus memetakan hambatan komunikasi yang muncul selama pelaksanaan kegiatan. Temuan tersebut diharapkan dapat menjadi alternatif strategi edukasi bagi perusahaan pialang berjangka maupun pelaksana program literasi keuangan di masa mendatang.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk (1) melaksanakan pendampingan kepada calon investor dalam memahami transparansi risiko trading forex dan emas melalui aktivitas contacting berbasis WhatsApp di PT Glori Investama Berjangka Surabaya serta (2) mengidentifikasi hambatan komunikasi yang muncul selama proses pendampingan sebagai dasar penyusunan rekomendasi strategi komunikasi edukatif yang lebih adaptif dan efektif.

LANDASAN TEORI

Literasi Keuangan dan Transparansi Risiko

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk memperoleh, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi keuangan sebagai dasar dalam mengambil keputusan yang tepat. Dalam konteks perdagangan berjangka komoditas, literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pemahaman terhadap potensi keuntungan, tetapi juga mencakup kemampuan mengenali legalitas penyelenggara, mekanisme transaksi, serta risiko yang melekat pada setiap aktivitas perdagangan. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan lebih baik cenderung mampu melakukan verifikasi informasi secara kritis sehingga lebih siap menghadapi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan investasi (OECD, 2023; Morgan, Huang, & Trinh, 2019).

Transparansi risiko menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses edukasi investasi. Penyampaian informasi mengenai peluang keuntungan tanpa diimbangi penjelasan mengenai potensi kerugian dapat menimbulkan ekspektasi yang tidak realistis dan meningkatkan risiko terjadinya kesalahan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, transparansi risiko dipandang sebagai bentuk perlindungan kepada calon investor sekaligus upaya membangun hubungan yang berlandaskan kepercayaan. Dalam industri jasa keuangan, penyampaian informasi yang jujur, terbuka, dan mudah dipahami terbukti berkontribusi terhadap peningkatan kredibilitas penyedia layanan di mata masyarakat (World Bank, 2022; Organisation for Economic Co-operation and Development, 2023).

Komunikasi Edukatif Berbasis WhatsApp

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara organisasi membangun hubungan dengan masyarakat. Salah satu media yang banyak dimanfaatkan adalah WhatsApp karena mampu mendukung komunikasi dua arah yang bersifat cepat, personal, dan mudah diakses. Dalam kegiatan edukasi, WhatsApp tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun interaksi, memberikan klarifikasi, serta memfasilitasi proses belajar yang lebih fleksibel sesuai kebutuhan penerima informasi (Rambe & Bere, 2021; Alshurideh et al., 2022).

Efektivitas komunikasi melalui WhatsApp tidak hanya ditentukan oleh media yang digunakan, tetapi juga oleh kualitas pesan yang disampaikan. Komunikasi yang bersifat edukatif menempatkan kebutuhan informasi penerima sebagai prioritas, sehingga isi pesan diarahkan untuk meningkatkan pemahaman, bukan mendorong keputusan transaksi secara langsung. Pendekatan semacam ini lebih berpotensi membangun kepercayaan, terutama pada sektor jasa keuangan yang memiliki tingkat risiko relatif tinggi. Oleh karena itu, penyampaian informasi mengenai legalitas perusahaan, regulator, serta karakteristik produk secara bertahap menjadi bagian penting dalam membangun komunikasi yang kredibel (Kumar, Gupta, & Sharma, 2022; Chatterjee, Rana, Tamilmani, & Sharma, 2021).

Pendampingan sebagai Upaya Peningkatan Literasi Investor

Pendampingan merupakan proses pemberian bantuan yang dilakukan secara sistematis agar individu mampu memahami suatu informasi dan mengambil keputusan secara mandiri. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pendampingan tidak diarahkan untuk memengaruhi pilihan seseorang, melainkan membantu peserta

memperoleh informasi yang objektif sehingga mampu melakukan penilaian secara rasional. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip perlindungan konsumen yang menempatkan edukasi sebagai bagian dari upaya meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menghadapi berbagai risiko keuangan (United Nations, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, hubungan antar konsep dalam artikel ini dapat dijelaskan bahwa pendampingan melalui komunikasi edukatif berbasis WhatsApp berfungsi sebagai media penyampaian informasi mengenai legalitas perusahaan dan transparansi risiko, yang selanjutnya diharapkan mampu meningkatkan literasi keuangan calon investor. Peningkatan literasi tersebut menjadi dasar terbentuknya pemahaman yang lebih baik terhadap karakteristik perdagangan berjangka sehingga calon investor dapat melakukan verifikasi informasi dan mempertimbangkan keputusan investasi secara lebih bijaksana. Dengan demikian, keberhasilan pendampingan tidak diukur dari banyaknya transaksi yang terjadi, melainkan dari meningkatnya akses masyarakat terhadap informasi yang akurat, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di PT Glori Investama Berjangka Surabaya selama pelaksanaan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) pada periode Februari–Mei 2026. Pendekatan yang digunakan adalah participatory educational approach, yaitu model pendampingan yang menempatkan calon investor sebagai subjek kegiatan melalui penyampaian informasi, diskusi, dan klarifikasi mengenai legalitas perusahaan serta transparansi risiko dalam perdagangan berjangka komoditas. Sasaran kegiatan adalah 160 calon investor yang telah terdaftar dalam basis data perusahaan dan belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai mekanisme trading forex dan emas. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu (1) persiapan berupa penyusunan materi edukasi dan pemetaan calon investor, (2) pelaksanaan pendampingan melalui aktivitas contacting berbasis WhatsApp secara personal dan bertahap, serta (3) evaluasi hasil pendampingan berdasarkan respons peserta, bentuk hambatan komunikasi yang muncul, serta tingkat keterbukaan calon investor dalam menerima informasi edukatif. Pendekatan ini dipilih karena memberikan ruang komunikasi yang lebih fleksibel sehingga proses edukasi dapat berlangsung sesuai

kebutuhan dan karakteristik masing-masing calon investor (Redwood-Brown, 2020; George, 2022).

Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan analisis deskriptif kualitatif terhadap dokumentasi percakapan WhatsApp, catatan aktivitas pendampingan, dan rekapitulasi respons calon investor. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi tingkat keterjangkauan komunikasi, respons awal calon investor terhadap pesan edukatif, kesediaan menerima informasi mengenai legalitas dan risiko trading, serta kemampuan mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat proses komunikasi. Analisis dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh gambaran mengenai efektivitas proses pendampingan tanpa mengukur keberhasilan berdasarkan jumlah transaksi investasi yang dihasilkan. Seluruh data komunikasi digunakan hanya untuk kepentingan evaluasi kegiatan dengan menerapkan prinsip kerahasiaan melalui anonimisasi identitas peserta dan tidak menyebarluaskan isi percakapan di luar kepentingan akademik. Penerapan prinsip etik tersebut sejalan dengan praktik penelitian dan pengabdian yang menekankan perlindungan terhadap privasi partisipan penggunaan data komunikasi digital (American Psychological Association, 2020; Resnik, 2020).

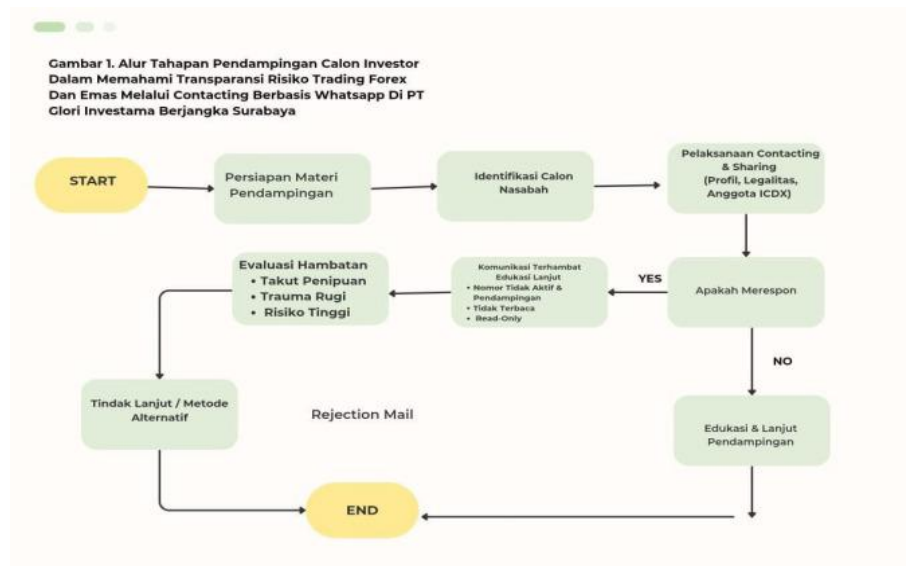
HASIL PENELITIAN

Pelaksanaan Pendampingan Literasi Risiko melalui WhatsApp

Kegiatan pendampingan dilaksanakan secara daring melalui aplikasi WhatsApp selama periode Februari–Mei 2026 sebagai bagian dari Program Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di PT Glori Investama Berjangka Surabaya. Sebelum proses contacting dilakukan, tim pelaksana menyusun materi edukasi yang memuat profil perusahaan, legalitas usaha, keanggotaan bursa berjangka, regulator yang mengawasi kegiatan perdagangan, serta penjelasan mengenai karakteristik dan risiko perdagangan forex serta emas. Penyusunan materi tersebut bertujuan agar informasi yang diterima calon investor tidak hanya berorientasi pada peluang keuntungan, tetapi juga memberikan pemahaman yang seimbang mengenai potensi risiko sehingga calon investor memiliki dasar untuk melakukan verifikasi secara mandiri sebelum mengambil keputusan investasi.

Tahapan komunikasi diawali dengan memperkenalkan identitas pelaksana sebagai peserta Program Magang MBKM di PT Glori Investama Berjangka, kemudian

menjelaskan tujuan komunikasi, memberikan edukasi mengenai mekanisme perdagangan berjangka, serta menyampaikan dokumen legalitas perusahaan sebagai bentuk transparansi informasi. Selanjutnya, calon investor diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan tanpa adanya dorongan ataupun tekanan untuk melakukan transaksi. Pendekatan tersebut sejalan dengan prinsip literasi keuangan yang menempatkan penyampaian informasi yang objektif dan transparan sebagai fondasi dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan keuangan (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2023). Di sisi lain, komunikasi yang bersifat personal melalui WhatsApp dinilai mampu menciptakan interaksi yang lebih fleksibel dibandingkan media komunikasi satu arah karena memungkinkan terjadinya dialog serta klarifikasi secara langsung sesuai kebutuhan penerima informasi (Mrad, Farah, & Mehdi, 2022).



Gambar 1. Alur Tahapan Pendampingan Calon Investor melalui Aktivitas Contacting Berbasis WhatsApp

Sumber: Hasil observasi pelaksana pengabdian (2026)

Alur pelaksanaan pendampingan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1 menggambarkan bahwa proses edukasi tidak berhenti pada penyampaian informasi awal, tetapi dilanjutkan dengan evaluasi terhadap respons calon investor untuk menentukan tindak lanjut yang sesuai. Bagi calon investor yang menunjukkan ketertarikan, komunikasi diteruskan melalui pendampingan lanjutan, sedangkan bagi calon investor yang tidak memberikan respons atau menolak komunikasi dilakukan evaluasi terhadap hambatan yang muncul sebagai dasar penyusunan strategi komunikasi berikutnya. Pola tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini berorientasi pada proses

pembelajaran masyarakat, bukan pada pencapaian target penjualan, sehingga keberhasilan program lebih ditentukan oleh kualitas penyampaian informasi daripada jumlah calon investor yang akhirnya melakukan investasi.

Capaian Kegiatan Pendampingan

Pelaksanaan pendampingan berhasil menjangkau 160 calon investor yang menjadi sasaran komunikasi melalui WhatsApp. Variasi respons yang diperoleh selama kegiatan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Capaian Kegiatan Pendampingan Literasi Risiko melalui WhatsApp

Kategori Respons	Jumlah (Orang)	Keterangan
Tidak merespons (pesan tidak terbaca/centang dua abu-abu)	141	Pesan terkirim, namun tidak dibuka oleh calon investor.
Menyatakan tidak berminat	9	Calon investor memberikan respons, namun menolak untuk mengetahui informasi lebih lanjut.
Komunikasi terhenti setelah menerima dokumen pendukung	8	Calon investor menerima <i>company profile</i> , dokumen legalitas, dan Fatwa DSN-MUI, namun tidak mengajukan pertanyaan lanjutan serta tidak merespons tindak lanjut.
Terbuka untuk belajar (belum menjadi prospek aktif)	2	Calon investor menunjukkan ketertarikan untuk memahami produk dan mekanisme perdagangan berjangka, namun belum mengindikasikan keputusan untuk berinvestasi.
Total calon investor yang dihubungi	160	Seluruh calon investor yang menjadi sasaran komunikasi melalui WhatsApp.

Sumber : Hasil Penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 1, sebanyak 141 orang (88,1%) tidak memberikan respons terhadap pesan yang dikirimkan. Sebanyak 9 orang (5,6%) menyatakan tidak berminat untuk memperoleh informasi lebih lanjut, 8 orang (5,0%) menerima dokumen pendukung namun tidak melanjutkan komunikasi, sedangkan 2 orang (1,3%) menunjukkan ketertarikan untuk mempelajari mekanisme perdagangan berjangka tanpa menyatakan keinginan untuk segera berinvestasi. Distribusi respons tersebut memperlihatkan bahwa tantangan utama dalam kegiatan pendampingan bukan terletak pada penyampaian materi, melainkan pada keberhasilan membangun komunikasi awal dengan calon investor.

Tingginya proporsi calon investor yang tidak merespons menunjukkan bahwa komunikasi melalui media digital sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan terhadap pengirim pesan. Kondisi tersebut sejalan dengan penelitian Zarouali et al. (2021) yang

menjelaskan bahwa pengguna aplikasi perpesanan cenderung mengabaikan pesan dari pihak yang belum dikenal apabila belum memiliki keyakinan terhadap identitas maupun kredibilitas pengirim. Temuan serupa juga disampaikan oleh Alalwan (2020), yang menyatakan bahwa keberhasilan komunikasi digital pada sektor jasa keuangan dipengaruhi oleh persepsi keamanan, kredibilitas informasi, dan tingkat kepercayaan terhadap penyedia layanan. Dengan demikian, rendahnya tingkat respons dalam kegiatan ini tidak dapat secara langsung diartikan sebagai kegagalan program, melainkan mencerminkan karakteristik komunikasi digital pada sektor investasi yang memiliki tingkat sensitivitas tinggi terhadap isu keamanan dan penipuan.

Sebanyak delapan calon investor yang menerima company profile, dokumen legalitas BAPPEBTI, keanggotaan Indonesia Commodity and Derivatives Exchange (ICDX), serta Fatwa DSN-MUI menunjukkan bahwa sebagian peserta bersedia menerima informasi awal sebagai bahan verifikasi, meskipun belum melanjutkan komunikasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa penyampaian dokumen legalitas dapat menjadi langkah awal dalam membangun kredibilitas perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Prior, Buttle, dan Maklan (2024) yang menegaskan bahwa transparansi informasi merupakan faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara organisasi dan calon pelanggan, terutama pada sektor yang memiliki tingkat risiko tinggi.

Meskipun hanya dua calon investor yang menunjukkan keterbukaan untuk mempelajari perdagangan berjangka, capaian tersebut memiliki makna penting dalam konteks pengabdian kepada masyarakat. Kedua calon investor telah memperoleh pemahaman mengenai mekanisme perdagangan, legalitas perusahaan, serta karakteristik risiko yang melekat pada aktivitas trading. Temuan ini memperlihatkan bahwa indikator keberhasilan kegiatan tidak hanya diukur berdasarkan jumlah calon investor yang bersedia berinvestasi, tetapi juga melalui peningkatan akses masyarakat terhadap informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Perspektif tersebut sejalan dengan tujuan literasi keuangan yang menempatkan peningkatan kemampuan masyarakat dalam memahami informasi sebagai hasil utama kegiatan edukasi (OECD, 2023; World Bank, 2022).

Hambatan Komunikasi dalam Proses Pendampingan

Hasil observasi dan dokumentasi percakapan menunjukkan bahwa terdapat tiga hambatan utama yang memengaruhi efektivitas pendampingan, yaitu kekhawatiran

terhadap penipuan, pengalaman kerugian investasi sebelumnya, serta persepsi bahwa perdagangan forex dan emas memiliki tingkat risiko yang sangat tinggi.

Kekhawatiran terhadap praktik penipuan menjadi hambatan yang paling sering muncul selama proses komunikasi. Sebagian calon investor menyampaikan keraguan terhadap identitas pengirim meskipun telah diberikan informasi mengenai legalitas perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa maraknya investasi ilegal masih memberikan dampak terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap industri perdagangan berjangka secara keseluruhan. Kondisi tersebut sejalan dengan laporan BAPPEBTI (2024a) yang menunjukkan bahwa tingginya jumlah entitas investasi ilegal menyebabkan masyarakat semakin berhati-hati dalam merespons penawaran investasi melalui media digital. Penelitian Hia dan Setyanto (2024) juga menjelaskan bahwa transparansi informasi perlu diikuti dengan komunikasi yang konsisten agar kredibilitas organisasi dapat terbentuk secara bertahap.

Hambatan berikutnya berasal dari pengalaman kerugian investasi yang pernah dialami oleh sebagian calon investor. Pengalaman tersebut membentuk persepsi negatif sehingga informasi yang diterima cenderung dinilai berdasarkan pengalaman masa lalu dibandingkan isi pesan yang disampaikan. Fenomena ini sesuai dengan teori pengaruh pengalaman terhadap pengambilan keputusan yang menjelaskan bahwa individu cenderung menghindari pilihan yang diasosiasikan dengan pengalaman kerugian sebelumnya meskipun informasi yang tersedia telah berubah (Kahneman, Sibony, & Sunstein, 2021). Oleh karena itu, proses pendampingan membutuhkan waktu yang lebih panjang untuk membangun kembali rasa percaya calon investor.

Hambatan terakhir berkaitan dengan persepsi bahwa aktivitas trading identik dengan risiko kerugian yang tinggi. Persepsi tersebut tidak sepenuhnya keliru karena perdagangan berjangka memang memiliki karakteristik high risk, high return. Namun demikian, hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar calon investor belum memahami keberadaan mekanisme manajemen risiko, regulasi pemerintah, maupun kewajiban perusahaan pialang dalam menyampaikan informasi risiko kepada nasabah. Temuan ini menguatkan hasil penelitian OECD (2023) yang menyatakan bahwa rendahnya pemahaman mengenai risiko keuangan merupakan salah satu penyebab utama munculnya keputusan investasi yang kurang rasional. Oleh sebab itu, kegiatan

pendampingan yang menempatkan transparansi risiko sebagai materi utama menjadi relevan untuk meningkatkan kualitas literasi keuangan masyarakat.

Implikasi Kegiatan Pendampingan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa efektivitas pendampingan berbasis WhatsApp tidak hanya ditentukan oleh media komunikasi yang digunakan, tetapi juga oleh kemampuan membangun kepercayaan sejak interaksi pertama. Penyampaian dokumen legalitas perusahaan secara proaktif memberikan kesempatan kepada calon investor untuk melakukan verifikasi secara mandiri sehingga membedakan pendekatan edukatif dengan komunikasi promosi yang berorientasi pada penjualan. Strategi tersebut memperkuat prinsip perlindungan konsumen melalui penyediaan informasi yang lengkap, akurat, dan transparan.

Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan pendampingan selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan komunikasi multikanal dengan mengombinasikan WhatsApp, webinar, video edukasi, media sosial resmi perusahaan, maupun kunjungan langsung ke kantor perusahaan. Pendekatan tersebut dinilai lebih mampu meningkatkan keterlibatan calon investor karena menyediakan ruang interaksi yang lebih luas dan bertahap. Pereira et al. (2024) menjelaskan bahwa strategi komunikasi digital yang memadukan beberapa saluran komunikasi cenderung menghasilkan tingkat kepercayaan dan keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan penggunaan satu media komunikasi saja. Oleh karena itu, pengembangan model pendampingan berbasis komunikasi multikanal berpotensi menjadi strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan literasi risiko masyarakat pada sektor perdagangan berjangka komoditas.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan literasi risiko melalui aktivitas contacting berbasis WhatsApp menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman calon investor tidak hanya bergantung pada penyampaian informasi mengenai produk investasi, tetapi juga pada kemampuan membangun kepercayaan melalui komunikasi yang transparan dan edukatif. Penyampaian informasi mengenai legalitas perusahaan, mekanisme perdagangan berjangka, serta karakteristik risiko memberikan kesempatan kepada calon investor untuk melakukan verifikasi secara mandiri sebelum mengambil keputusan investasi. Dengan demikian, kegiatan pendampingan tidak berorientasi pada peningkatan jumlah transaksi,

melainkan pada penguatan kapasitas masyarakat dalam memahami informasi investasi secara lebih kritis dan bertanggung jawab.

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa rendahnya respons calon investor lebih dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial, seperti kekhawatiran terhadap penipuan, pengalaman kerugian investasi sebelumnya, serta persepsi negatif terhadap aktivitas trading, daripada oleh keterbatasan media komunikasi yang digunakan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa tantangan utama dalam program literasi keuangan bukan sekadar memperluas akses informasi, tetapi membangun kredibilitas dan rasa percaya melalui proses komunikasi yang dilakukan secara bertahap, konsisten, dan mengutamakan transparansi. Oleh karena itu, pendekatan edukatif berbasis komunikasi personal perlu dipandang sebagai bagian dari strategi perlindungan konsumen dalam industri perdagangan berjangka komoditas.

Hasil kegiatan ini memberikan implikasi praktis bahwa program literasi investasi akan lebih efektif apabila dikembangkan melalui pendekatan komunikasi multikanal yang mengintegrasikan WhatsApp dengan media edukasi lainnya, seperti webinar, media sosial resmi, maupun kegiatan tatap muka. Sinergi berbagai saluran komunikasi tersebut diharapkan mampu memperluas jangkauan edukasi sekaligus memperkuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A. (2020). Mobile instant messaging applications in business: An empirical study of customer adoption and engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 102089.
- Alshurideh, M. T., Al Kurdi, B., Alzoubi, H. M., Ghazal, T. M., Said, R. A., & Masa'deh, R. (2022). The effect of information and communication technologies on digital marketing and customer engagement: A systematic review. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 269-284.
- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). American Psychological Association.
- Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. (2022). *Pedoman perlindungan konsumen perdagangan berjangka komoditi*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. (2024a). *Laporan tahunan perdagangan berjangka komoditi Indonesia tahun 2024*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Chatterjee, S., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Sharma, A. (2021). The effect of AI-based communication on customer engagement and trust in digital services. *Journal of Business Research*, 129, 138-148.

- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., Duan, Y., Dwivedi, R., Edwards, J., Eirug, A., Galanos, V., Ilavarasan, P. V., Janssen, M., Jones, P., Kar, A. K., Kizgin, H., Kronemann, B., Lal, B., Lucini, B., ... Williams, M. D. (2021). Artificial intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 57, 101994.
- George, G. (2022). Responsible management research in the digital age. *Journal of Management Studies*, 59(7), 1731-1738.
- Hia, P. V. J., & Setyanto, Y. (2024). Strategi komunikasi pemasaran perusahaan trading dalam membangun kepercayaan konsumen. *Kiwari*, 3(1), 45-52.
- Kahneman, D., Sibony, O., & Sunstein, C. R. (2021). *Noise: A flaw in human judgment*. Little, Brown Spark.
- Kumar, V., Gupta, S., & Sharma, A. (2022). Managing customer relationships in the digital era: Challenges and opportunities. *Journal of Business Research*, 141, 796-808.
- Morgan, P. J., Huang, B., & Trinh, L. Q. (2019). The need to promote digital financial literacy for the digital age. *ADB Working Paper Series*, No. 1006. Asian Development Bank Institute.
- Mrad, M., Farah, M. F., & Mehdi, N. (2022). WhatsApp communication service: A controversial tool for customer engagement. *Journal of Customer Behaviour*, 21(3-4), 235-255.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion 2023*. OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022*.
- Pereira, V., Hadjielias, E., Christofi, M., & Vrontis, D. (2024). Digital customer engagement: A systematic literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 176, 114596.
- Prior, D. D., Buttle, F., & Maklan, S. (2024). *Customer relationship management: Concepts, applications and technologies* (5th ed.). Routledge.
- Rambe, P., & Bere, A. (2021). Using mobile instant messaging to leverage learner participation and transform pedagogy at a South African university of technology. *British Journal of Educational Technology*, 52(2), 896-912.
- Redwood-Brown, A. (2020). Participatory approaches in community engagement: Principles and practice. *Journal of Community Practice*, 28(3), 265-281.
- Resnik, D. B. (2020). What is ethics in research and why is it important? *National Institute of Environmental Health Sciences*.
- United Nations. (2020). *United Nations guidelines for consumer protection*. United Nations.
- Van der Cruysen, C., de Haan, J., & Roerink, R. (2021). Financial knowledge and trust in financial institutions. *Journal of Consumer Affairs*, 55(2), 680-714.
- World Bank. (2022). *Global Findex Database 2021: Financial inclusion, digital payments, and resilience in the age of COVID-19*. World Bank.
- Zarouali, B., Brosius, A., Helberger, N., & de Vreese, C. H. (2021). WhatsApp brand communication and the role of trust in self-disclosure. *International Journal of Communication*, 15, 252-276.