

LAPORAN MAGANG

DEPARTEMEN DIGITAL MARKETING DAN MARKET ANALYST

PT. VALBURY ASIA FUTURES YOGYAKARTA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

ACC, 27/01/2026



ARIF BUDIARTO



ANDY GUNAWAN

2122 31911

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2025

arifb

2026-01-27 18:03:11

arifb

ACC, 27/01/2026

2026-01-27 18:03:28

- ARIF BUDIARTO

LAPORAN MAGANG

DEPARTEMEN DIGITAL MARKETING DAN MARKET ANALYST

PT. VALBURY ASIA FUTURES YOGYAKARTA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



ANDY GUNAWAN

2122 31911

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

LAPORAN MAGANG

DEPARTEMEN DIGITAL MARKETING DAN MARKET ANALYST PT. VALBURY ASIA FUTURES YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ANDY GUNAWAN

Nomor Induk Mahasiswa: 212231911

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 29 Januari 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Drs. M. Arif Budiarto, M.Si, Ak., CA.

Penguji

Olivia Barcelona Nasution, SE., M.Sc., CDMS

Yogyakarta, 20 Februari 2026
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Dr. Wisnu Prajogo, M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Laporan hasil magang ini membahas mengenai kegiatan penulis selama melakukan program magang di PT Valbury Asia Futures Yogyakarta dan ditempatkan pada posisi Digital Marketing dan Market Analyst. Penulis diberikan tanggung jawab langsung untuk menangani pembuatan konten, strategi untuk push konten yang menarik, dan juga melakukan analisa pergerakan pasar komoditas dan mata uang. Kegiatan magang ini memiliki tujuan agar penulis mendapatkan pengalaman praktis dalam dunia kerja, terutama pada bagian bidang analisis pasar dan strategi digital marketing. Dengan adanya pelaksanaan magang ini, penulis juga mendapatkan keahlian baru pada bidang analisis pasar, memperkuat dan meningkatkan pemahaman mengenai strategi digital marketing, dan juga pengalaman dalam menjalani dunia kerja yang bermanfaat bagi penulis di masa mendatang.

Kata Kunci : Valbury Asia Futures, Digital Marketing, Market Analyst, Pasar, Magang, Komoditas, Forex, Mata Uang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri jasa keuangan di Indonesia terus berkembang seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis teknologi, termasuk perdagangan berjangka sebagai alternatif investasi. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga memberikan edukasi pasar yang efektif.

PT Valbury Asia Futures Yogyakarta memanfaatkan **digital marketing** yang didukung **market analysis** dalam kegiatan pemasaran dan edukasi. Oleh karena itu, perusahaan ini menjadi tempat magang yang relevan bagi mahasiswa Manajemen untuk memahami penerapan strategi pemasaran digital dan analisis pasar di dunia kerja.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan strategi digital marketing PT Valbury Asia Futures Yogyakarta berdasarkan tahapan AIDA dalam kegiatan edukasi & promosi?
2. Bagaimana peran market analyst dalam mendukung strategi digital marketing, khususnya dalam penyusunan konten edukasi dan pemasaran?
3. Bagaimana kesesuaian antara teori digital marketing berbasis AIDA dengan praktik kerja yang diterapkan selama magang?

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1.3 Tujuan Magang

1. Menganalisis penerapan strategi digital marketing berdasarkan tahapan AIDA melalui pembuatan konten edukasi, strategi live edukasi keuangan, dan promosi kepada calon nasabah.
2. Memahami peran market analyst dalam mendukung digital marketing melalui penyediaan analisis pasar terkait forex, commodities, index, dan isu ekonomi seperti cut rate.
3. Mengkaji keterkaitan antara teori digital marketing dan praktik kerja di industri jasa keuangan.

1.4 Manfaat Magang dan Kontribusi Penelitian

Bagi mahasiswa, magang memberikan pengalaman dalam penerapan digital marketing berbasis AIDA, pembuatan konten edukasi, promosi, dan analisis pasar sehingga meningkatkan kemampuan teknis, analitis, dan komunikasi.

Bagi PT Valbury Asia Futures Yogyakarta, magang mendukung kegiatan digital marketing dan edukasi pasar melalui konten berbasis analisis serta kegiatan promosi.

Bagi Program Studi Manajemen STIE YKPN Yogyakarta, laporan ini menjadi referensi penerapan teori digital marketing dan market analyst di industri jasa keuangan sekaligus bahan evaluasi pengembangan kurikulum.

Dengan demikian, laporan magang ini tidak hanya memenuhi tugas akademik, tetapi juga menjadi kontribusi dalam menghubungkan teori dengan praktik di bidang manajemen pemasaran dan analisis pasar.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Magang

Magang atau praktik kerja lapangan merupakan bagian dari proses pembelajaran di perguruan tinggi yang bertujuan memberikan pengalaman kerja nyata sebagai pelengkap pembelajaran teoritis. Konsep ini sejalan dengan *experiential learning* yang menekankan pembelajaran melalui pengalaman langsung, refleksi, dan penerapan pengetahuan dalam situasi nyata (Kolb, 1984).

Melalui magang, mahasiswa dapat memahami penerapan konsep akademik dalam lingkungan kerja sehingga mampu menghubungkan teori dengan praktik secara lebih konkret (Merriam & Bierema, 2014). Selain sebagai kegiatan operasional, magang juga memiliki nilai akademik yang dianalisis melalui laporan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan refleksi terhadap pengalaman kerja untuk mendukung pengembangan kompetensi profesional.

2.2 Industri Keuangan dan Perdagangan Pasar Berjangka

Industri jasa keuangan mencakup layanan seperti perbankan, pasar modal, asuransi, dan perdagangan berjangka. Industri ini memiliki regulasi yang ketat, risiko tinggi, serta bergantung pada kepercayaan masyarakat, sehingga transparansi dan edukasi kepada nasabah menjadi faktor penting (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

Perdagangan berjangka merupakan transaksi kontrak komoditas atau instrumen keuangan untuk penyelesaian di masa mendatang yang berfungsi sebagai sarana *hedging*, *price discovery*, dan alternatif investasi. Pergerakannya dipengaruhi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kondisi ekonomi dan sentimen pasar, sehingga perusahaan pialang berjangka perlu menyediakan analisis pasar yang akurat dan edukatif (Hull, 2018).

2.3 Digital Marketing

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital seperti internet, media sosial, mesin pencari, email, dan situs web untuk menyampaikan nilai produk atau jasa kepada konsumen (Desai, 2019).

Perkembangan teknologi telah mengubah pemasaran menjadi lebih interaktif, terukur, dan berbasis data, termasuk melalui pemanfaatan *Customer Relationship Management* (CRM). Dalam industri jasa keuangan, digital marketing tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga pada edukasi dan pembangunan kepercayaan calon nasabah melalui penyampaian informasi pasar secara berkelanjutan. Oleh karena itu, integrasi digital marketing dengan analisis pasar menjadi dasar penerapan model AIDA dalam kegiatan magang ini.

2.4 Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)

Model AIDA merupakan model komunikasi pemasaran yang menjelaskan tahapan respons audiens terhadap pesan pemasaran, mulai dari perhatian hingga tindakan. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Elias St. Elmo Lewis pada tahun 1898 dan masih relevan digunakan dalam pemasaran modern.

Model AIDA terdiri atas empat tahapan, yaitu *Attention* (menarik perhatian audiens), *Interest* (membangun ketertarikan), *Desire* (menumbuhkan keinginan), dan *Action* (mendorong tindakan nyata) (Strong, 1925). Dalam digital marketing, model ini digunakan untuk menganalisis efektivitas komunikasi pemasaran,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

khususnya pada industri jasa keuangan yang menekankan edukasi dan pembangunan kepercayaan calon nasabah (Kotler & Keller, 2016).

2.5 Market Analyst

Market analyst bertugas menganalisis kondisi pasar, pergerakan harga, serta faktor ekonomi yang memengaruhi pasar keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi. Menurut Kumala & Susanti (2019), pengetahuan keuangan yang baik mendukung kualitas keputusan, sehingga hasil analisis juga berfungsi sebagai media edukasi bagi calon nasabah.

Selain mendukung keputusan investasi, hasil market analysis menjadi sumber konten edukasi yang meningkatkan kredibilitas perusahaan dan mendukung strategi digital marketing.

2.6 Kerangka Peikiran

Kerangka pemikiran laporan ini didasarkan pada keterkaitan antara **digital marketing**, model **AIDA**, dan peran **market analyst** dalam industri jasa keuangan. Digital marketing berfungsi sebagai media komunikasi dan edukasi, sedangkan market analyst menyediakan analisis pasar sebagai dasar penyusunan konten pemasaran.

Analisis tersebut dimanfaatkan untuk menarik perhatian, membangun minat, menumbuhkan keinginan, hingga mendorong tindakan sesuai tahapan AIDA. Kerangka pemikiran ini menjadi dasar analisis pada BAB IV untuk membandingkan teori dengan praktik selama pelaksanaan magang di PT Valbury Asia Futures Yogyakarta.

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Profil Umum PT Valbury Asia Futures

PT Valbury Asia Futures merupakan perusahaan jasa keuangan yang bergerak di bidang perdagangan berjangka dan menyediakan layanan transaksi kontrak berjangka serta derivatif dengan mengedepankan profesionalisme, transparansi, dan edukasi kepada nasabah.

Dalam menjalankan usahanya, perusahaan memanfaatkan informasi dan analisis pasar sebagai bagian penting dalam pelayanan dan pembangunan kepercayaan nasabah. PT Valbury Asia Futures Yogyakarta berfokus pada kegiatan pemasaran, edukasi, dan pelayanan nasabah, khususnya dalam memberikan pemahaman mengenai perdagangan berjangka kepada masyarakat.

3.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT Valbury Asia Futures Yogyakarta mendukung efektivitas kegiatan pemasaran, edukasi, dan pelayanan nasabah melalui pembagian tugas yang jelas. Selama magang, penulis ditempatkan pada Departemen **Digital Marketing** dan **Market Analyst**.

Digital Marketing bertanggung jawab atas pemasaran digital dan pembuatan konten edukasi, sedangkan Market Analyst melakukan analisis pasar serta menyediakan *insight* sebagai dasar penyusunan konten dan strategi pemasaran. Kedua

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

departemen saling terintegrasi untuk menyampaikan informasi pasar kepada calon nasabah secara efektif.

3.3 Aktivitas Bisnis Perusahaan

Aktivitas bisnis PT Valbury Asia Futures Yogyakarta meliputi pemasaran, edukasi pasar, dan pelayanan nasabah. Perusahaan menggabungkan pemasaran digital melalui media sosial dan platform digital dengan promosi langsung untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat.

Dalam digital marketing, perusahaan menitikberatkan pada konten edukatif berbasis analisis pasar yang bertujuan memberikan pemahaman mengenai kondisi pasar, faktor ekonomi, serta risiko dan peluang dalam perdagangan berjangka. Pendekatan ini sesuai dengan karakteristik industri jasa keuangan yang menuntut tingkat literasi dan kepercayaan yang tinggi.

Market analysis menjadi bagian penting dalam aktivitas bisnis perusahaan, baik sebagai dasar pengambilan keputusan internal maupun sebagai materi edukasi dan komunikasi pemasaran. Dengan demikian, strategi pemasaran perusahaan tidak hanya berorientasi pada pencapaian target, tetapi juga pada peningkatan pemahaman dan kesadaran calon nasabah terhadap dinamika pasar keuangan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB IV

PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN MAGANG

4.1 Deskripsi Pelaksanaan Kegiatan Magang

Pelaksanaan magang di PT Valbury Asia Futures Yogyakarta dilakukan pada Departemen **Digital Marketing** dan **Market Analyst** dengan fokus pada edukasi pasar, analisis pergerakan harga, serta promosi produk dan jasa perusahaan.

Penulis terlibat dalam pembuatan konten video edukasi mengenai pengaruh harga emas, inflasi, dan kebijakan suku bunga The Federal Reserve terhadap pasar keuangan. Selain itu, penulis melakukan analisis pasar menggunakan pendekatan **Top-Down Analysis** yang mencakup analisis makroekonomi, sektoral, dan teknikal sebagai dasar pengambilan keputusan transaksi.

Penulis juga mengikuti kegiatan promosi langsung kepada calon nasabah untuk memperkenalkan layanan, produk, dan edukasi yang disediakan perusahaan.

4.2 Analisis Kegiatan Magang Berdasarkan Model AIDA

Berdasarkan model AIDA, konten edukasi dan promosi langsung berperan menarik perhatian (**Attention**) calon nasabah melalui isu ekonomi yang relevan. Penyampaian edukasi dan analisis pasar meningkatkan ketertarikan (**Interest**) terhadap pasar keuangan.

Penyajian analisis yang kredibel mendorong munculnya keinginan (**Desire**) calon nasabah untuk memanfaatkan layanan perusahaan. Selanjutnya, promosi langsung dan komunikasi lanjutan mendorong tindakan (**Action**) seperti mengikuti edukasi atau membuka akun perdagangan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4.3 Peran Market Analyst dalam Mendukung Strategi Digital Marketing

Market analyst berperan sebagai penyedia analisis makroekonomi, sektoral, dan teknikal yang menjadi dasar penyusunan konten edukasi. Integrasi antara market analysis dan digital marketing meningkatkan kredibilitas informasi sekaligus mendukung efektivitas strategi pemasaran perusahaan.

4.4 Temuan Permasalahan dan Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan Magang

Selama magang, ditemukan beberapa hal yang masih dapat ditingkatkan, yaitu:

1. Strategi distribusi konten masih didominasi pendekatan organik sehingga jangkauan audiens baru belum optimal.
2. Evaluasi performa konten belum dilakukan secara sistematis menggunakan metrik digital marketing.
3. Materi edukasi masih cukup teknis sehingga perlu penyederhanaan agar lebih mudah dipahami masyarakat umum.
4. Segmentasi audiens digital belum spesifik sehingga efektivitas penyampaian konten belum maksimal.
5. Lokasi promosi langsung dinilai kurang sesuai dengan karakteristik target pasar jasa perdagangan berjangka.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan magang di PT Valbury Asia Futures Yogyakarta, kegiatan magang memberikan pengalaman aplikatif dalam bidang manajemen, khususnya digital marketing dan market analysis pada industri jasa keuangan.

PT Valbury Asia Futures mengintegrasikan market analysis dengan digital marketing sehingga informasi yang disampaikan kepada calon nasabah bersifat edukatif dan berbasis analisis. Penerapan model **AIDA** terlihat melalui konten edukasi, analisis pasar, dan promosi yang mampu menarik perhatian, membangun minat, menumbuhkan keinginan, hingga mendorong tindakan calon nasabah.

Peran **market analyst** menjadi dasar penyusunan konten edukasi sekaligus pengambilan keputusan transaksi, sehingga mendukung efektivitas strategi pemasaran perusahaan. Secara keseluruhan, kegiatan magang berhasil menghubungkan teori manajemen dan digital marketing dengan praktik di lapangan, sehingga tujuan magang yang dirumuskan pada BAB I telah tercapai.

5.2 Saran

Bagi PT Valbury Asia Futures Yogyakarta

- Mengoptimalkan digital marketing melalui pemanfaatan iklan berbayar untuk memperluas jangkauan audiens.
- Melakukan evaluasi performa konten secara sistematis menggunakan metrik seperti reach dan engagement.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Menyederhanakan materi analisis pasar dan mengembangkan segmentasi audiens yang lebih spesifik.
- Memilih lokasi promosi langsung yang lebih sesuai dengan karakteristik target pasar jasa keuangan.

Bagi Mahasiswa

- Mempersiapkan pemahaman dasar mengenai pasar keuangan, analisis makroekonomi, dan digital marketing sebelum magang.
- Meningkatkan kemampuan analisis dan komunikasi agar dapat berkontribusi lebih optimal dalam kegiatan edukasi dan pemasaran.

Bagi Institusi Pendidikan

- Terus mendorong program magang yang terintegrasi dengan kebutuhan industri.
- Menyelaraskan kurikulum akademik dengan praktik lapangan agar mahasiswa lebih siap menghadapi dunia kerja.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy and implementation*. Pearson Education.
- Desai, V. (2019). Digital marketing: A review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, Special Issue (Fostering Innovation, Integration and Inclusion Through Interdisciplinary Practices in Management), 196–200.
- Hull, J. C. (2018). *Options, futures, and other derivatives* (10th ed.). Pearson Education.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Kumala, A. N., & Susanti. (2019). Pengaruh pembelajaran manajemen keuangan, literasi keuangan, dan risk finance terhadap perilaku berinvestasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 7(2), 197–203.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Merriam, S. B., & Bierema, L. L. (2014). *Adult learning: Linking theory and practice*. Jossey-Bass.

Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Peran industri jasa keuangan dalam perekonomian nasional*. <https://www.ojk.go.id/id/Default.aspx>

Strong, E. (1925). *The psychology of selling*. McGraw-Hill.

