

## Pengaruh Webinar Mahadana Asta Berjangka terhadap Minat Masyarakat Bergabung di Bisnis *Trading* Internasional

Gabrielle<sup>1</sup>, Moehammad Gafar Yoedtadi<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumangara, Jakarta

*Emai: gabrielle.915180223@stu.untar.ac.id*

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*

*Email: gafary@fikom.untar.ac.id*

*Masuk tanggal: 15-12-2021, revisi tanggal: 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal: 16-01-2022*

---

### **Abstract**

*Webinars are seminar activities conducted online, using certain internet-based websites or applications. Interest is defined of liking or pleasure and being interested in an object or activity without orders from other people. Mahadana Asta Futures is including the oldest brokerage firms in Indonesia that has been certified by CoFTRA. In this era of the covid-19 pandemic, many people want to know about trading because during this pandemic, many people have their economy hampered. With that, Mahadana held a webinar through the Zoom application to meet the public's need for trading. This study uses a quantitative research approach with survey research methods using questionnaires as a method of collecting data distributed to respondents who are participants of the Zoom webinar. Based on resarchist research, it's found that there is a big significant effect of the existence of the webinar on public interest in joining the international trading business.*

**Keywords:** *public interest, trade, webinar*

### **Abstrak**

*Webinar* adalah seminar yang biasanya dilakukan oleh sebagian orang menggunakan sebuah aplikasi yang rata-rata orang di Indonesia menggunakan aplikasi Zoom untuk medianya. Minat diartikan suka atau senang dan tertarik terhadap sebuah objek atau aktivitas tanpa perintah dari orang lain. Mahadana Asta Berjangka termasuk perusahaan pialang tertua di Indonesia yang telah mendapatkan legalitas oleh Bappebti. Pada era pandemi ini, tentunya para masyarakat yang ingin mengetahui tentang *trading* dikarenakan terhambatnya perekonomiannya masyarakat. Dengan itu pihak Mahadana menyelenggarakan *webinar* melalui aplikasi Zoom untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan *trading*. Penelitian ini peneliti teliti dengan pendekatan penelitian kuantitatif menggunakan metode survei menggunakan kuisioner sebagai salah satu cara untuk mengumpulkan data yang peneliti sebar kepada responden yang menjadi peserta *Zoom webinar*. Berdasarkan penelitian ini, didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan dari *webinar* terhadap minat masyarakat untuk bergabung kedalam bisnis *trading* internasional yang didapat dari hasil uji koefisien korelasi sebesar 0,725.

**Kata Kunci:** *minat masyarakat, trading, webinar*

### **1. Pendahuluan**

Pada era pandemi ini, masyarakat yang memiliki bisnis konvensional merasakan dampak yang negatif. Karena para pemilik bisnis lebih sulit mendapatkan keuntungan di era pandemi ini, timbullah minat untuk mengetahui tentang *trading*. Karena *trading* menjadi salah satu pilihan untuk memutarakan uang untuk

berlangsungnya kehidupan masyarakat. Maka dari itu, pihak Mahadana Asta Berjangka menyelenggarakan edukasi dalam seminar yang diadakan secara daring (*webinar*). Pada penelitian ini, peneliti memilih meneliti tentang perusahaan Manadana (PT Mahadana Asta Berjangka, 2017) karena perusahaan ini sudah berdiri selama 23 tahun dan telah mendapatkan legalitas dari pemerintah, menjual produk yang sedang dicari oleh masyarakat, dan spesifikasi produk yang bagus untuk dijual kepada masyarakat. Komunikasi adalah proses sebagian orang untuk saling bertukar informasi atau bisa dilakukan antar kelompok (Prof. Dr. Alo Liliweri, 2017). Menurut Lilawati (n.d.) minat adalah yang mengarahkan seseorang untuk melakukan kegiatan dengan kemauan sendiri dengan rasa ketertarikan yang dibuat oleh visual atau audio atau bisa juga dengan audiovisual yang ditimbulkan dari orang lain (Maesaroh, 2013). *Trading* adalah aktivitas pertukaran yang dilakukan dalam jual beli pada pasar finansial (Tjendra et al., 2016).

Seminar adalah pertemuan berkala yang diadakan oleh seseorang yang sedang melaksanakan tugasnya. Dalam arti lain, seminar adalah tempat benih-benih kebijaksanaan (Ir. Diarsi Eka Yani, n.d.). Menurut Webster's Dictionary of Unabridged, seminar ialah sekelompok mahasiswa yang dibimbing untuk melakukan suatu penelitian atau pembelajaran secara mendalam. Menurut Oxford Advanced Dictionary, seminar merupakan suatu bentuk pembelajaran di sekolah atau universitas yang dilakukan dengan cara mengkaji permasalahan dan mendiskusikannya dengan seorang profesor atau orang yang ahli di bidangnya. Secara terminologi, seminar adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seorang ahli atau peneliti untuk menyampaikan atau mempresentasikan suatu karya ilmiah kepada para peserta, yang berguna dalam hal membantu mengambil keputusan.

Menurut Rusland Ahmadi, seminar merupakan salah satu kegiatan yang dapat dilakukan sebagai proses untuk memecahkan suatu masalah, atau proses menemukan solusi yang biasanya diangkat dari hasil sebuah penelitian atau literatur. Saat ini, banyak orang-orang yang membuat seminar secara daring atau biasa disebut dengan *webinar*. *Webinar* merupakan salah satu solusi dari berbagai penelitian yang ada tentang efektivitas penggunaan *webinar* sebagai pendagogi *online*, Mansyur (n.d.). Tren penyampaian informasi dan pesan pembelajaran saat ini sudah memanfaatkan media komunikasi berbasis internet melalui *web-based* seminar atau lebih dikenal dengan *webinar* dengan pemanfaatan *webinar* yang juga menjadi salah satu metode komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien di masa pandemi Covid-19, Gogali (n.d.). *Webinar* adalah suatu seminar, presentasi, ataupun *workshop* yang dilakukan secara daring, dapat diartikan sebagai pertemuan tatap muka secara daring yang disampaikan melalui media internet yang dapat dihadiri oleh banyak orang yang berada di lokasi yang berbeda-beda.

*Trading* adalah aktivitas yang dilakukan di pasar finansial. Kegiatan ini bukan sekadar proses jual beli barang atau jasa biasa (Tjendra et al., 2016). Dilansir dari Investopedia, *trading* secara umum merupakan konsep ekonomi dasar yang meliputi kegiatan jual beli barang dan jasa. Keuntungan dari aktivitas tujuan aktivitas ekonomi ini adalah melakukan jual beli dalam waktu singkat untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Keuntungan dari aktivitas *trading* didapat dari kompensasi yang dibayarkan seorang pembeli pada penjual, atau pertukaran barang maupun jasa antara dua pihak. *Trading* tidak hanya bisa dilakukan dengan orang-orang dari negeri yang sama, tetapi juga secara global yang disebut dengan perdagangan internasional. Pasar perdagangan internasional menawarkan kompetisi yang lebih sengit. Hal ini pun berdampak pada terciptanya harga yang lebih kompetitif. Dalam konsep finansial,

*trading* merujuk pada proses jual beli sekuritas, contohnya saham. Selain itu *trading* juga sering dilakukan di pasar berjangka dan pasar valuta asing atau sering disebut dengan Forex (*foreign exchange*) (Amhalmad & Irianto, 2019). Keuntungan *trading* di antaranya:

- a. Fleksibel, *trading* disukai karena tak peduli kapan dan dimana seseorang, hal ini dapat dilakukan dengan hanya mengakses ke internet. Selain itu, *trading* bukan kegiatan yang menyita waktu, sehingga dapat dilakukan di sela-sela kesibukan tanpa mengganggu prioritas utama.
- b. Praktis, karena kecanggihan teknologi saat ini, *trading* dapat diakses melalui broker *trading* secara *online*.
- c. Biaya terjangkau dan data aman, meskipun keuntungan yang dijanjikan besar, bukan berarti dibutuhkan modal besar untuk memulai *trading*. Dengan memilih broker *online* yang terpercaya, nasabah tidak perlu khawatir tentang keamanan data pribadi yang harus disertakan untuk memulai *trading*.
- d. Akun *demo* untuk pemula, jika seseorang masih ragu untuk memulai *trading*, nasabah dapat memulai dengan mencoba akun *demo* yang juga memberikan informasi serat bimbingan strategi *trading*.

Dalam seminar/*webinar* yang diadakan oleh Mahadana Asta Berjangka, meliputi masyarakat se-Indonesia yang minimal berusia 17 tahun atau sudah memiliki KTP. Dalam 1x *webinar* ada 184 peserta *webinar*. Penelitian ini penulis lakukan untuk mengetahui minat masyarakat bergabung kedalam bisnis *trading* internasional dengan adanya *webinar* yang diadakan oleh Mahadana Asta Berjangka.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan cara survei. Metode survei adalah metode riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data, dengan tujuan untuk memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dianggap mewakili sejumlah populasi tertentu (Kriyantono, 2007).

Populasi dalam penelitian ini yaitu para peserta yang bertotalkan 184 peserta yang mengikuti *webinar* yang diselenggarakan oleh PT Mahadana Asta Berjangka. Sampel dalam penelitian ini ialah laki-laki dan perempuan berjumlah 65 responden dari segala kelompok umur, mulai dari usia 17 tahun. Teknik *non probability sampling* menjadi pilihan peneliti untuk mengambil *sample*. Dengan *purposive sampling*, peneliti memilih anggota sampel dengan kriteria tertentu agar mendapat informasi yang diperlukan. Pengumpulan data pada penelitian ini dengan penyebaran kuisioner berskala likert. Kuisioner menjadi data primer, sedangkan jurnal relevan menjadi data sekunder. Uji validitas, uji realibilitas, dan uji normalitas digunakan sebagai keabsahan data. Untuk analisis dan pengolahan digunakan uji keofisien korelasi, uji analisis linier sederhana dan uji T.

**Tabel 1.** Operasionalisasi Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
(X) Pengaruh Webinar	Materi Webinar	Materi yang disampaikan oleh komunikator dalam <i>webinar</i> terdapat seluruh informasi yang dibutuhkan khalayak	Likert

(Efektivitas <i>Webinar</i> , Dwiyanti, 2021)	Metode <i>Webinar</i>	Metode yang digunakan adalah <i>talkshow</i> , terdapat sesi-sesi untuk komunikator berbicara dan terdapat juga sesi untuk audiens bertanya	Likert
	Kualitas Narasumber	Narasumber yang mengikuti kegiatan <i>webinar</i> merupakan masyarakat yang ingin mengetahui tentang <i>trading</i> dari PT Mahadana	Likert
	Koneksi Internet	Koneksi internet disesuaikan dan sudah melakukan uji coba kurang lebih tiga kali percobaan agar tidak menghambat proses <i>webinar</i> saat berlangsung	Likert
(Y) Minat Masyarakat (Komunikasi Persuasif, Suadnyana, 2020)	Atensi	Khalayak memperhatikan seluruh informasi yang disampaikan oleh komunikator serata melontarkan pertanyaan kepada komunikator	Likert
	Ketertarikan	Khalayak tertarik untuk bergabung dalam <i>trading</i> dengan menghubungi pihak yang mengajak untuk mengikuti <i>webinar</i> yang diselenggarakan	Likert

Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

PT Mahadana Asta Berjangka berdiri tahun 1998, telah diresmikan secara legal sejak tahun 2005 dan menjadi salah satu perusahaan teraktif dan tertua di Indonesia. PT Mahadana Asta Berjangka merupakan pialang berjangka/broker legal di Indonesia diawasi langsung oleh BAPPEBTI (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka dan Komoditi). PT Mahadana Asta Berjangka adalah perusahaan pialang yang bergerak di bidang perdagangan berjangka derivatif keuangan dalam bentuk *Foreign Exchange (Forex)*, *Stock Index*, dan Emas Loco London. Sejak adanya pandemi Covid-19 pihak Mahadana Asta Berjangka memutuskan untuk mempublikasikan *trading* melalui Zoom yang diadakan setiap minggu di hari Kamis. Diadakannya Zoom setiap minggu ini, agar masyarakat yang ingin mengetahui tentang *trading* dari PT Mahadana Asta Berjangka tetapi takut untuk keluar rumah dan bertemu dengan marketing dapat mengetahui. Karena *market* dari *trading* bergerak setiap hari, sehingga masyarakat tidak tertinggal.

Sejak adanya pandemi Covid-19 juga banyak masyarakat yang lebih terbuka tentang perdagangan dipasar internasional ini, semakin banyak masyarakat yang ingin mengetahui tentang perdagangan internasional ini namun tidak mengerti cara memulainya, maka pihak Mahadana Asta Berjangka menjelaskan dari perusahaan yang sudah legal, spesifikasi dari setiap produk yang dijual di Mahadana, dan cara memulai bahkan cara untuk melakukan transaksi pun dijelaskan dalam Zoom tersebut. Dalam setiap Zoom yang diadakan terdapat 2 pembicara atau *host* yang membawakan acara Zoom tentang *trading* tersebut. Didalam Zoom tersebut para *host* membahas tentang profil perusahaan Mahadana Asta Berjangka, produk yang dijual di Mahadana Asta Berjangka, spesifikasi dari setiap produk yang dijual, cara memulai aktivitas *trading* di PT Mahadana Asta Berjangka, cara melakukan aktivitas *trading*, dan juga

membuka sesi pertanyaan bagi masyarakat yang memiliki pertanyaan atau kurang mengerti dengan materi yang telah disampaikan oleh para *host*. Dalam Zoom ini, kategori masyarakat yang dapat mengikuti Zoom tersebut adalah masyarakat yang ingin mengetahui tentang *trading*, yang telah memiliki KTP atau berusia minimal 17 tahun, dan telah mendaftar kepada *marketing*. Dengan adanya Zoom yang diadakan PT Mahadana Asta Berjangka serta maraknya *trading* ditengah masyarakat menjadi alasan penulis untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *webinar* via Zoom yang diadakan PT Mahadana Asta Berjangka terhadap minat masyarakat untuk bergabung kedalam bisnis *trading* internasional (PT Mahadana Asta Berjangka, 2017).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Rachmat (2006) penelitian kuantitatif adalah riset yang menjelaskan mengenai suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan, dengan demikian hal-hal mengenai kedalaman maupun analisis tidak perlu menjadi pertimbangan penting.

Penulis menggunakan metode penelitian survei dengan menyebarkan kuisisioner dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini. Pembentukan pertanyaan serta pengisian kuisisioner menggunakan Google Form yang disebar kepada 65 responden. Setelah data terkumpul, peneliti menggunakan uji validitas, dan reliabilitas untuk mengukur ketepatan dari pertanyaan yang telah disebar kepada para responden, kemudian dilanjutkan peneliti menggunakan uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji regresi linear sederhana dan uji T untuk mengelola data yang telah peneliti kumpulkan sebagai penelitian.

Berdasarkan uji validitas yang telah diuji setiap pernyataan adalah valid, nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Dari hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel. Berdasarkan hasil uji normalitas, penelitian ini menunjukkan nilai signifikan  $>$  0.05 maka penelitian ini terdistribusi normal. Setelah melakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas dilakukan dan dinyatakan valid, reliabel, normal, maka semua pernyataan tersebut dinyatakan layak untuk disebar kepada jumlah responden yang telah ditentukan sebanyak 65 responden, yang merupakan peserta dari *webinar* Zoom yang diselenggarakan oleh Mahadana, dari seluruh kelompok usia mulai dari usia 17 tahun.

Berdasarkan hasil uji analisis linear sederhana, terdapat persamaan yang hasilnya adalah koefisien konstanta bernilai negatif yang berarti jika tidak adanya pengaruh *webinar* PT Mahadana Asta Berjangka, maka minat masyarakat untuk bergabung kedalam aktivitas *trading* akan berkurang dan koefisien pengaruh *webinar* bernilai positif yang berarti pengaruh *webinar* memberikan nilai positif terhadap minat masyarakat bergabung kedalam aktivitas *trading* PT Mahadana Asta Berjangka. Jika pengaruh *webinar* semakin tinggi, maka minat masyarakat akan terus mengalami peningkatan, dan sebaliknya semakin rendahnya pengaruh *webinar* maka akan membuat minat masyarakat semakin menurun. Diketahui dari hasil koefisien korelasi dari variabel pengaruh *webinar* terhadap variabel minat masyarakat dalam penelitian ini sebesar 0.725 yang menandakan bahwa variabel pengaruh *webinar* dengan minat masyarakat memiliki korelasi yang kuat.

Berdasarkan hasil penelitian secara menyeluruh yang telah dilakukan, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen (Pengaruh *webinar* PT Mahadana Asta Berjangka), terhadap variabel dependen (Minat Masyarakat Bergabung Kedalam Aktivitas *Trading*). Hal ini ditunjukkan melalui hasil Uji signifikansi pengaruh parsial (Uji T) pada tabel 4.20 yang menandakan bahwa hipotesa yang berbunyi “Adanya pengaruh yang signifikan antara pengaruh *webinar* PT Mahadana Asta Berjangka terhadap minat masyarakat untuk bergabung kedalam aktivitas *trading*” dalam penelitian ini diterima. Hal tersebut memiliki arti bahwa

minat masyarakat yang dimiliki oleh para peserta Zoom *webinar* terhadap aktivitas *trading*, secara signifikan dipengaruhi oleh Zoom *webinar*.

Melalui hasil Uji koefisien korelasi yang memiliki nilai 0,725 diketahui bahwa terdapat korelasi yang kuat antara pengaruh *webinar* PT Mahadana Asta berjangka terhadap minat masyarakat bergabung kedalam bisnis *trading* Internasional.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa variabel independen pada penelitian ini yaitu pengaruh *webinar* PT Mahadana Asta Berjangka memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat untuk bergabung kedalam bisnis *trading* internasional.

Berdasarkan hasil dari pengujian regresi linear sederhana, terdapat pengaruh positif yang diberikan oleh variabel pengaruh *webinar* Mahadana Asta Berjangka terhadap minat masyarakat untuk bergabung kedalam bisnis *trading* internasional. Hal tersebut didasarkan pada nilai positif dari koefisien regresi sederhana yang didapat dari hasil uji regresi linear sederhana.

Merujuk pada jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuisioner yang disebar dalam penelitian ini, jawaban dari para responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju adanya pengaruh *webinar* Mahadana Asta Berjangka terhadap minat masuk untuk bergabung kedalam bisnis *trading* internasional. Pada variabel Y terdapat 2 dimensi yaitu ketertarikan dan atensi. Dilihat dari kedua dimensi tersebut, menurut data yang telah diperoleh dan diolah oleh peneliti, didapatkan hasil berupa 33,8% responden menjawab sangat setuju dan 26,3% responden menjawab setuju pada pernyataan "Materi yang dibawakan oleh para pembicara menarik perhatian masyarakat untuk melakukan aktivitas *trading*". Kemudian 33,8% responden menjawab sangat setuju dan 24,6% responden menjawab setuju pada pernyataan "Cara *host* membawakan *webinar* mempengaruhi masyarakat untuk melakukan aktivitas *trading* di Mahadana. Kedua pernyataan tersebut merupakan pernyataan dalam dimensi atensi dan ketertarikan.

Berdasarkan dari pemaparan kedua dimensi yang terdapat pada variabel minat masyarakat tersebut, terbukti bahwa adanya pengaruh positif yang diberikan oleh pembicara PT Mahadana Asta Berjangka terhadap minat masyarakat untuk bergabung kedalam bisnis *trading* internasional.

Berdasarkan berbagai hasil analisa dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Zoom *webinar* yang diselenggarakan dan pembicara *webinar* PT Mahadana Asta Berjangka memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat masyarakat untuk bergabung kedalam bisnis *trading* internasional, hal tersebut didasarkan dari hasil pengujian koefisien korelasi serta uji pengaruh sinifikansi parsial (uji T) yang menyatakan bahwa minat masyarakat untuk bergabung kedalam bisnis *trading* internasional dipengaruhi oleh pembicara dan materi yang dibawakan.

#### 4. Simpulan

Era pandemi ini membuat sebagian masyarakat sulit untuk mendapatkan uang karena bisnis konvensional sulit untuk mendapatkan keuntungan. Berdasarkan penelitian yang telah peneliti teliti, peneliti mengambil kesimpulan bahwa Zoom *webinar* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat untuk bergabung kedalam bisnis *trading* internasional. Hal tersebut dibuktikan dengan diterimanya hipotesa adanya pengaruh yang signifikan antara pengaruh Zoom *webinar* terhadap minat masyarakat untuk bergabung kedalam bisnis *trading* internasional yang didapatkan dari hasil pengujian parsial (uji T).

Berdasarkan hasil penelitian ini, dari pengolahan data peneliti mengambil kesimpulan bahwa Zoom *webinar* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat untuk bergabung kedalam bisnis *trading* internasional. Pentingnya penelitian ini dilakukan oleh peneliti agar masyarakat Indonesia semakin mengetahui tingkat minat masyarakat dalam *trading*. Peneliti berharap penelitian ini dapat dikembangkan lagi dengan menggunakan aspek-aspek lain dalam komunikasi.

Berdasarkan uji koefisien korelasi yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan hasil bahwa pengaruh Zoom *webinar* memiliki korelasi yang kuat dengan minat masyarakat untuk bergabung kedalam aktivitas *trading* internasional yang dilihat dari perolehan *pearson correlation*. Berdasarkan penghitungan dari pengujian parsial didapatkan nilai signifikansi yaitu 0,000 atau  $< 0,05$  yang menyatakan bahwa variabel independen (X) Pengaruh Zoom *webinar* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) Minat masyarakat untuk bergabung kedalam aktivitas *trading* internasional. Maka dapat peneliti simpulkan bahwa *webinar* yang diadakan oleh Mahadana Asta Berjangka berhasil menarik minat masyarakat untuk melakukan aktivitas *trading*.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan rekan-rekan yang telah mendukung setiap proses penelitian yang telah dilalui sampai penelitian ini selesai dengan baik.

## 6. Daftar Pustaka

- Kriyantono, R. (2007). Pemberdayaan konsumen televisi melalui keterampilan media literacy dan penegakan regulasi penyiaran. *Jurnal Penelitian Komunikasi, Media Massa Dan Teknologi Informasi*, 10(21).
- Maesaroh, S. (2013). Peranan metode pembelajaran terhadap minat dan prestasi belajar pendidikan agama Islam. *Jurnal Kependidikan*, 1(1), 150–168.
- Prof. Dr. Alo Liliweri, M. S. (2017). *Komunikasi Antar-Personal*. [info:yt8RbGn84twJ:scholar.google.com/](https://scholar.google.com/info:yt8RbGn84twJ)
- PT Mahadana Asta Berjangka. (2017). *Tentang Mahadana*. 2017. <https://www.mahadana.co.id/tentang-kami/>
- Tjendra, I. J., Suwasono, A. A., & Cahyadi, J. (2016). Perancangan Buku Panduan Dasar *Trading* Untuk Pemula. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 9.