

PENERAPAN PELATIHAN *PRODUCT KNOWLEDGE* SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KOMPETENSI KARYAWAN DI PT AGRODANA FUTURES SURABAYA

Bethari Febriana Putri^{1*}, Hery Pudjoprastyono²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jl. Rungkut
Madya, Gn. Anyar, Kec. Gn Anyar, Surabaya, Jawa Timur

*Corresponding Author E-mail: 23012010346@student.upnjatim.ac.id

Received: 16 Desember 2025 Accepted: 23 Agustus 2026 Published: 23 Agustus 2026

Abstrak

Penerapan pelatihan pengetahuan produk di PT Agrodana Futures Surabaya menjadi langkah strategis dalam meningkatkan kompetensi karyawan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Pelatihan ini dirancang agar karyawan tidak hanya memahami aspek teknis perdagangan berjangka, tetapi juga memiliki pemahaman menyeluruh mengenai produk, dinamika pasar, serta kebijakan perusahaan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara rutin melalui *morning briefing* untuk membahas kondisi pasar terkini, penyampaian materi trading, simulasi trading menggunakan data pasar nyata, serta *evening briefing* sebagai sarana evaluasi dan penguatan pemahaman. Hasil dari pelatihan tersebut menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pengetahuan produk, penerapan strategi perdagangan, kemampuan dalam mengelola risiko, serta kesiapan mental dan motivasi kerja karyawan. Dampaknya terlihat pada peningkatan kinerja yang lebih konsisten dan profesional. Melalui pelatihan ini, perusahaan berhasil membentuk tenaga kerja yang lebih percaya diri, sigap dalam mengambil keputusan, serta mampu memberikan pelayanan yang lebih baik, sehingga turut berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Pelatihan, Karyawan, Kompetensi, Kinerja, Trading

PENDAHULUAN

Dalam era bisnis yang semakin kompetitif saat ini, kualitas sumber daya manusia menjadi kunci keberhasilan perusahaan. Tidak hanya dibutuhkan kemampuan teknis dari karyawan, tetapi mereka juga harus memahami produk dan layanan yang ditawarkan perusahaan. Pengetahuan produk adalah pemahaman menyeluruh tentang fitur, keunggulan, manfaat, dan cara penggunaan produk yang dapat membantu komunikasi yang efektif dengan pelanggan dan calon pelanggan Ruli Kurniawati, (2004).

Sebagai penyedia jasa keuangan dan perdagangan berjangka, PT Agrodana Futures Surabaya menghadapi tantangan untuk memastikan setiap pekerjanya mampu memberikan informasi yang akurat dan meyakinkan kepada kliennya Restaurants et al., (2025). Oleh karena itu, pelatihan pengetahuan produk menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan kompetensi karyawan sehingga mereka dapat bekerja secara profesional dan berorientasi pada kepuasan pelanggan hal ini

diperkuat oleh penelitian Perusahaan & Media, (2025).

Pelatihan yang dirancang dengan baik memungkinkan karyawan memahami tidak hanya fitur teknis produk, tetapi juga pasar dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, pelatihan berfungsi sebagai cara untuk meningkatkan kemampuan kognitif, afektif, dan psikomotorik seseorang. Pada akhirnya, ini meningkatkan kinerja baik seseorang maupun organisasi Mariam et al., (2025).

Perusahaan dapat menciptakan tenaga kerja yang lebih fleksibel, berkomunikasi, dan mampu mengikuti perkembangan industri keuangan yang cepat berubah dengan menerapkan pelatihan pengetahuan produk Ramadhan et al., (2024). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana pelatihan pengetahuan produk digunakan di PT Agrodana Futures Surabaya dan sejauh mana pelatihan tersebut berkontribusi pada peningkatan kompetensi karyawan.

Pelatihan pengetahuan produk di PT Agrodana Futures Surabaya terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan karyawan



melalui pemahaman mendalam tentang fitur produk keuangan, kemampuan komunikasi yang meyakinkan dengan klien, dan adaptasi cepat terhadap dinamika pasar berjangka. Metode ini tidak hanya meningkatkan profesionalisme karyawan, tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung pertumbuhan perusahaan secara konsisten di tengah persaingan industri.

Pelatihan kerja didefinisikan sebagai yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap karyawan agar mampu bekerja lebih efektif, efisien, dan produktif. Jurnal relevan yang dilakukan oleh Muhamad Ridwan, (2025) menunjukkan bahwa program pelatihan yang dirancang sesuai kebutuhan pekerjaan dapat meningkatkan kompetensi karyawan, yang kemudian berdampak positif pada kinerja dan keselamatan kerja. Pelatihan yang inovatif dan berkelanjutan menjadi strategi penting untuk mempersiapkan karyawan menghadapi perubahan lingkungan bisnis kedepannya.

Product knowledge adalah pemahaman tentang karyawan yang memiliki karakteristik, manfaat, risiko, dan cara penggunaan produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan. Dari referensi yang dilakukan oleh Wulandari et al., (2025) menyebutkan bahwa sektor jasa menunjukkan pengetahuan produk yang baik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, karena karyawan lebih percaya diri menjelaskan produk dan menjawab pertanyaan pelanggan. Di perusahaan keuangan berjangka, *product knowledge* sangat krusial karena produk memiliki risiko tinggi dan memerlukan penjelasan yang akurat kepada nasabah.

Pengabdian yang dilakukan oleh Glen Andre Yusuf T & Noya, (2025) menemukan bahwa pelatihan yang terstruktur dan berkelanjutan mampu meningkatkan kompetensi inti karyawan, seperti pengetahuan, keterampilan komunikasi, dan kemampuan pemecahan masalah. Riset juga menunjukkan bahwa pelatihan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kompetensi, dan kompetensi tersebut dapat memediasi pengaruh pelatihan terhadap kinerja karyawan Divisi et al., (2019). Dengan demikian, pelatihan *product knowledge* dapat diposisikan sebagai bentuk pengembangan kompetensi yang fokus pada penguasaan informasi produk dan kemampuan mengkomunikasikannya kepada pelanggan Lestari, (2024).

METODE PELAKSANAAN

Proses ini termasuk perencanaan, pelaksanaan secara langsung kepada karyawan, dan evaluasi hasil pelatihan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan karyawan, terutama dalam hal produk yang diperdagangkan. PT Agrodana Futures Surabaya biasanya mengadakan pelatihan melalui sesi pembelajaran yang komprehensif yang mencakup materi tentang produk, teknik pemasaran, dan praktik langsung. Tujuan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman karyawan tentang produk dan meningkatkan kinerja mereka.

Proses ini terdiri dari beberapa rangkaian kegiatan yang terstruktur seperti, Kegiatan pembelajaran diawali dengan *morning briefing* yang berfungsi memberikan pengantar materi sekaligus membangun kesiapan mental peserta. Pada sesi ini, fasilitator menyampaikan tujuan pembelajaran, garis besar materi yang akan dipelajari, serta instruksi awal agar peserta memiliki orientasi yang jelas sebelum memasuki kegiatan inti. Tahap selanjutnya adalah pelatihan materi trading yang mencakup pemahaman teori dasar trading, analisis pasar, serta teknik membaca berita *fundamental* di bidang keuangan.

Sesi ini dirancang untuk memberikan landasan konseptual yang kuat sehingga peserta mampu memahami dinamika pasar dan menilai faktor-faktor yang memengaruhi pergerakan instrumen keuangan. Setelah memperoleh pemahaman teoritis, peserta mengikuti pelatihan simulasi trading yang menggunakan data pasar aktual. Melalui kegiatan ini, peserta memiliki kesempatan untuk menerapkan konsep yang telah dipelajari, melatih kemampuan analitis, serta mengevaluasi strategi trading dalam kondisi yang menyerupai situasi pasar nyata.

Seluruh rangkaian kegiatan diakhiri dengan *evening briefing* yang berfungsi sebagai sesi refleksi atas materi dan praktik yang telah dilakukan pada hari tersebut. Pada tahap ini, peserta diajak untuk meninjau kembali pemahaman yang diperoleh, mengidentifikasi tantangan yang muncul, dan merumuskan strategi peningkatan untuk sesi pembelajaran selanjutnya Perusahaan & Media, (2025).



HASIL KEGIATAN

Pelatihan yang dilaksanakan secara menyeluruh dan didukung oleh motivasi psikologis membantu karyawan mengontrol emosi ketika menghadapi ketidakpastian dalam aktivitas trading sehingga risiko kesalahan dapat diminimalkan. Hasil evaluasi pascapelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh untuk meningkatkan kinerja harian secara signifikan. Data perolehan nasabah dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Perolehan Nasabah

No.	Nama Karyawan	Perolehan Nasabah Sebelum Pelatihan	Perolehan Nasabah Setelah Pelatihan
1.	Ricky	0	5
2.	Nungki	0	3
3.	Deo	0	3
4.	Agnes	0	2
5.	Enike	0	2
6.	Tsabita	0	2

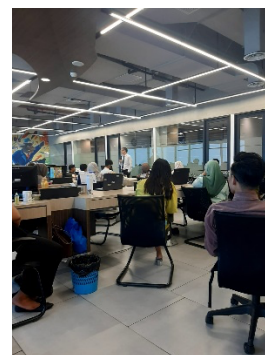
Tabel 1 menyajikan data perolehan nasabah sebelum dan sesudah pelatihan. Sebelum mengikuti pelatihan, seluruh karyawan yang menjadi peserta belum memiliki perolehan nasabah sama sekali (0 nasabah). Setelah pelatihan dilaksanakan, seluruh peserta menunjukkan peningkatan tanpa terkecuali, dengan perolehan berkisar antara 2 hingga 5 nasabah per karyawan. Ricky mencatatkan perolehan tertinggi dengan 5 nasabah, disusul Nungki dan Deo dengan masing-masing 3 nasabah, serta Agnes, Enike, dan Tsabita dengan masing-masing 2 nasabah, sehingga total perolehan keenam karyawan mencapai 17 nasabah baru pasca pelatihan. Peningkatan yang merata pada seluruh peserta ini menjadi indikator kuat bahwa pelatihan *product knowledge* mampu diterjemahkan secara langsung menjadi hasil kerja yang terukur di lapangan.

Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman serta kemampuan karyawan tentang pengetahuan produk dan strategi perdagangan. Pelatihan memberi karyawan pengetahuan tambahan tentang produk yang diperdagangkan, analisis pasar, dan manajemen risiko. Kegiatan pelatihan perolehan nasabah dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pelatihan perolehan nasabah

Pentingnya pelatihan pengetahuan produk, yang tidak hanya memberikan informasi teknis tentang produk, tetapi juga membangun aspek psikologis dan motivasi karyawan untuk menghadapi tantangan pekerjaan di perusahaan perdagangan berjangka seperti PT Agrodana Futures. Pelatihan ini meningkatkan kemampuan soft dan hard skills karyawan Fahrezy et al., (2026). Secara konsisten, metode pelatihan yang melibatkan *briefing*, simulasi, dan evaluasi telah terbukti efektif. Hal ini sesuai dengan temuan bahwa pelatihan yang dikombinasikan dengan motivasi internal dan eksternal membuat karyawan lebih sigap, percaya diri, dan produktif saat melayani pelanggan dan membuat keputusan trading Permadani & Izaak, (2025).



Gambar 2. Pelatihan *Product Knowledge*

Pelatihan pengetahuan produk tidak hanya memberikan informasi teknis tentang produk, tetapi juga menanamkan semangat dan psikologi kerja, yang keduanya sangat penting untuk kinerja yang efektif. Terbukti bahwa PT Agrodana Futures dapat meningkatkan kualitas karyawannya melalui pelaksanaan pelatihan yang terorganisir dengan sesi *morning briefing*, diskusi teori akademik, simulasi trading, dan *evening briefing* sebagai evaluasi Wisada, (2026). Metode ini sesuai dengan prinsip manajemen risiko dan perilaku keuangan yang diterapkan oleh trader profesional dan pemula di perusahaan tersebut. Oleh karena itu, pelatihan berperan ganda meningkatkan kemampuan



teknis dan mental karyawan. Kegiatan pelatihan trading dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Pelatihan simulasi trading

Setelah mengikuti pelatihan *product knowledge* di PT Agrodana Futures Surabaya, karyawan dijamin akan merasa lebih baik dalam berbagai aspek kemampuan dan kesiapan kerja mereka. Secara khusus, pelatihan ini memberi karyawan pemahaman mendalam tentang karakteristik produk, analisis pasar, dan teknik manajemen risiko yang sangat relevan dan relevan dalam situasi nyata di lapangan, sehingga mereka dapat menyampaikan informasi produk dengan lebih baik.

Ketika materi pelatihan sesuai dengan prospek pekerjaan atau kondisi pasar, karyawan akan mampu menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah mereka pelajari. Ini akan terlihat dalam peningkatan produktivitas, kemampuan beradaptasi, dan ketelitian dalam menjalankan tugas (Rosmegawati, S.E, n.d.) Selain itu, kepercayaan diri yang diperoleh dari pelatihan akan mendorong karyawan untuk berinovasi dan berkontribusi lebih aktif dalam pengembangan perusahaan Marquerette, (2024).

Dampak yang dirasakan ini mendukung kelangsungan karier karyawan di perusahaan maupun di industri sejenis, karena kompetensi yang dimiliki menjadi modal utama untuk menghadapi tantangan di pasar kerja. Oleh karena itu, pelatihan *product knowledge* tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek dalam meningkatkan kinerja, melainkan juga memperkuat daya saing sumber daya manusia secara berkelanjutan dalam menghadapi peluang dan prospek pekerjaan sesuai bidang yang telah dilatih.

Pelatihan pengetahuan produk tidak hanya meningkatkan kinerja dalam jangka pendek, tetapi juga meningkatkan daya saing sumber daya manusia secara berkelanjutan untuk menawarkan peluang pekerjaan di bidang yang telah ditingkatkan.

KESIMPULAN

Untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan karyawan di PT Agrodana Futures Surabaya, pelatihan pengetahuan produk sangat penting. Pelatihan membantu karyawan memahami produk secara lebih mendalam dan lebih percaya diri saat melayani pelanggan atau membuat keputusan kerja yang berkaitan dengan produk tersebut. Pelatihan juga membantu motivasi dan kesiapan mental karyawan, sehingga mereka tidak merasa stres saat menghadapi tantangan Wulandari et al., (2025).

Hasil pelatihan ini sangat dirasakan oleh karyawan, terutama ketika mereka bekerja dalam lingkungan kerja yang sesuai dengan materi yang telah dipelajari. Karyawan dapat beradaptasi dengan lebih cepat, lebih teliti, dan lebih produktif. Dengan menggabungkan sesi *briefing*, simulasi, dan evaluasi, pelatihan menjadi lebih efisien dan lebih mudah digunakan dalam pekerjaan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Divisi, K., Kspss, P., & Nganjuk, T. A. M. (2019). Hubungan Antara Product Knowledge Dengan Kinerja Karyawan Divisi Perkembangan Kspss Tam Nganjuk. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 2(2), 110–116.
- Fahrezy, R. A., Setyaningrum, R. P., Jurnal, B., & Dan, E. (2026). Training And Knowledge Sharing On Competency With Management Knowledge As Mediation At Pt Patriot Selaras Teknik Bekasi. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen (JEKMA)*, 5(1), 1–9.
- Glen Andre Yusuf T, & Noya, R. S. (2025). Optimalisasi Kinerja Karyawan melalui Kompetensi dan Pelatihan: Penelitian pada PT. Wujud Rama Abadi. *ECo-Fin*, 7(2), 975–992. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2326>
- Lestari, N. F. (2024). Pelatihan Karyawan Terkait Product Knowledge Pada PT Topindo Atlas Asia (Top 1 Oil). 7(2), 199–208.
- Mariam, I., Wartiningsih, E., Purwinarti, T., Abidin, Z., Putro, E., Latianingsih, N., & Fiana, P. (2025). Penerapan Collaborative Knowledge Creation dan Pentahelix dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Depok dan DKI Jakarta. 11(2), 60–66.
- Marquerette, L. U. (2024). Pengaruh Rekrutmen



- , *Seleksi , Dan Penggajian Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT . Agrodana Futures Cabang Kota Bandung*. 4, 12301–12315.
- Muhamad Ridwan. (2025). the Influence of Work Environment on Employee Productivity At Pt Adinda Permata Mulia. *Jurnal ASIK: Jurnal Administrasi, Bisnis, Ilmu Manajemen & Kependidikan*, 3(1), 41–49.
- Permadani, K. A., & Izaak, W. C. (2025). Pelatihan Broker Melalui Simulasi Roleplay dan Penerapan Strategi Marketing Mix 4P Untuk Meningkatkan Keberhasilan Prospek Nasabah Perusahaan Berjangka. 4(4), 1419–1426.
- Perusahaan, C., & Media, S. (2025). *Peran Kinerja dan Motivasi Mahasiswa Magang dalam Meningkatkan*. 5(2), 453–460.
- Ramadhan, R., Fauzi, A., Setyawati, N. W., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2024). *Pengaruh Pelatihan Kerja dan Pengembangan Karir terhadap Kinerja Karyawan di Bank Mandiri Cabang Cikarang*. 2(3).
- Restaurants, M., Wicaksono, A., & Suratman, A. (2025). *Sustainable service through product knowledge delivery in*. 5(3), 929–948.
- Rosmegawati, S.E, M. (n.d.). Pengaruh Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT Berkah Logam Makmur Plant II Kawasan Mm2100 Cibitung. x.
- Kurniawati, R. (2004). Evaluasi Program Pelatihan Product Knowledge Departemen Marketing Delta Pada Pt Phapros, Tbk Semarang. *Admisi dan Bisnis*, 15(1), 11–22.
- Wisada, P. D. (2026). *Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan Development of Demonstration-Based Tutorial Video Media to Improve Restaurant Employees ' Product Knowledge Competence*. 5(2), 198–212.
<https://doi.org/10.58723/finger.v5i2.684>
- Wulandari, N. P. D., Mertayasa, I. G. A., & Krismawintari, N. P. D. (2025). The Effect of Product Knowledge, Skills, and Attitudes on Employee Performance at Padma Resort Legian-Bali. *Jakadara: Jurnal Ekonomika, Bisnis, Dan Humaniora*, 4(2), 185–194.

