

PERAN *ACCOUNT EXECUTIVE* DALAM MENGELOLA HUBUNGAN DENGAN KLIEN DI PT DUABELAS MULTIKREASI INDONESIA

Putri Aliefiya¹ Dewi Winarni Susyanti²

¹Program Studi MICE Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta,
putri.aliefiya.an19@mhs.wpnj.ac.id

²Program Studi MICE Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta,
dewi.winarni@bisnis.pnj.ac.id

ABSTRACT

Account Executive has an important role as client service or client-side in a company such as an agency. Not only being a liaison between the agency and client, Account Executive must be able to represent their company, and have certain skills. The purpose of this research is to know the criteria and roles of Account Executive, as well as ways to overcome obstacles to clients. This research uses qualitative methods by conducting observations, interview, and direct practice. The results of research using this method is that the author understands the criteria of a good Account Executive, the roles, and the constraints and solutions faced by Account Executive in dealing with clients and being a company representative.

Keywords: *Account Executive, Agency, Klien*

ABSTRAK

Account Executive memiliki peranan yang penting sebagai *client service* atau *client-side* dalam sebuah perusahaan *agency*. Tugas dari *Account Executive* tidak hanya menjadi perantara antara perusahaan dengan klien saja, namun *Account Executive* juga harus mampu menjadi representatif perusahaannya dengan baik, dan memiliki beberapa kemampuan tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kriteria dan peran *Account Executive*, serta cara untuk mengatasi kendala terhadap klien. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara, dan praktik langsung. Hasil dari penelitian menggunakan metode tersebut yaitu Penulis memahami kriteria *Account Executive* yang baik, peran dari *Account Executive*, dan kendala serta solusi yang dihadapi oleh *Account Executive* dalam berhubungan dengan klien dan menjadi representatif perusahaan.

Kata Kunci: *Account Executive, Agency, Klien*

PENDAHULUAN

Era globalisasi diikuti dengan teknologi digital yang semakin mendominasi telah menjadikan perkembangan berbagai perusahaan di tanah air semakin berkembang secara signifikan. Hal ini mengakibatkan perusahaan memerlukan strategi untuk mendongkakan keunggulan produk yang dimiliki agar mampu diterima dan bersaing di pasar. Perkembangan ini diiringi dengan bentuk pengemasan produk serta strategi

konsep yang menarik dan kreatifitas unik, sehingga menonjolkan keunggulan dan perbedaan produk dengan kompetitor di mata pasar.

Maka dari itu, kebutuhan akan promosi merek dan produk mendorong berkembangnya keberadaan perusahaan yang bergerak dalam *Below the Line Agency* (BTL), untuk mampu menyampaikan pesan dan nilai produk ke pasar. Saat ini, banyak perusahaan *agency* kompetitor yang menggunakan strategi

dengan mendekati klien dari *agency* lain. Namun, dibalik strategi tersebut tentunya ada peran dari *Account Executive* yang harus mampu merepresentasikan perusahaannya serta mampu menjual keunggulan dari perusahaan tersebut.

Tidaklah mudah menjadi seorang *Account Executive*, yang dimana harus memiliki wawasan luas, kemampuan berkomunikasi yang baik, berkepribadian baik, serta memiliki pemahaman mendalam terhadap perusahaan dan ide atau konsep yang digagasnya kepada calon klien. *Account Executive* merupakan salah satu divisi yang berperan aktif sebagai *client service* atau *client-side* yang dimiliki perusahaan, termasuk PT Duabelas Multikreasi Indonesia – duabelas communication.

Account Executive memiliki peran dan tugas yang terbilang banyak, serta mengharuskan seorang *account executive* tersebut sebagai representatif dari perusahaannya. Selain bermemiliki tugas sebagai representatif perusahaan, *account executive* juga memiliki tugas mendapatkan klien baru. Tentunya, sebagai representatif perusahaan dan memiliki peran sebagai *client service*, tugas dari *account executive* tidaklah selalu berjalan mulus, ada kendala dan tantangan yang dihadapi dan harus bisa cepat tanggap dalam menghadapi rintangan tersebut.

Dari latar belakang tersebut, Penulis akan membahas lebih lanjut mengenai *account executive* pada perusahaan *agency* di duabelas communication. Penelitian ini memiliki perumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana kriteria dan peran *account executive* sebagai representatif perusahaannya dalam berhubungan dengan klien?

- b. Bagaimana kendala dan solusi yang dihadapi *account executive* dalam tugasnya menangani klien?

LANDASAN TEORI

Menurut Robbins dan Llyod (2016), *Account Executive* memiliki peran untuk mencari perusahaan yang akan mengisi ruang iklan yang dimiliki suatu *agency* dan sebagai jembatan antara klien dengan pihak *agency*.

Handayani (2022) juga berpendapat mengenai pengertian *account executive*, bahwa *account executive* adalah individu yang bertanggung jawab untuk mengembangkan dan mempertahankan kemitraan klien jangka panjang. *Account executive* bertugas sebagai perantara antara tim kreatif dan klien perusahaan, mulai dari perencanaan hingga eksekusi atau pelaksanaan.

Tugas *account executive* yaitu mencari klien agar kelangsungan hidup *agency* tetap ada, menjadi penghubung antara calon klien dan klien dengan *agency*, serta menjalin hubungan baik antara *agency* dengan klien, dan dapat memahami kebutuhan-kebutuhan klien sekaligus menginformasikan keinginan klien kepada rekanan kerja di *agency* tempat ia bekerja (Tampubolon dan Agustiningih, 2019).

Pada dasarnya, *account executive* merupakan divisi dalam suatu perusahaan yang bertanggung jawab dalam menangani klien perusahaan. Selain itu, *account executive* juga memiliki tanggung jawab untuk memperluas dan mencari klien, serta menjaga hubungan bisnis yang berkepanjangan (Widiatmoko, 2022)

Account executive berbeda dengan *sales*, dikarenakan tidak berhubungan langsung dengan barang yang dijual dan menggunakan surat penawaran dalam

usaha menawarkan produk ataupun jasa perusahaan (Rahmayani, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Jenis penelitian kualitatif memiliki sifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Berbeda dengan penelitian kuantitatif, jenis penelitian ini melibatkan Penulis dalam peristiwa atau kondisi atau objek yang ditelitinya. Secara umum, penelitian ini memperoleh data utama dari wawancara dan observasi (Ramdhan, 2021).

Fokus penelitian terdapat dalam divisi *account executive* di perusahaan BTL, yaitu duabelas communication. Penelitian ini dilakukan pada bulan September sampai dengan Desember 2021.

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode observasi, wawancara, serta praktik secara langsung dalam divisi *account executive* di perusahaan *agency*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penulis menemukan kriteria serta kemampuan yang wajib dimiliki seorang *Account Executive*. Kriteria serta kemampuan tersebut berguna bagi seorang *Account Executive* terlebih mereka berhubungan dan berkomunikasi langsung dengan klien. Komunikasi tersebut penting dikarenakan untuk menjaga relasi dengan klien agar terjadi *repeat order* dengan *agency* perusahaan dimana *Account Executive* tersebut bekerja.

Pembahasan

1. Kriteria dan Peran *Account Executive*

Sebagai ujung tombak dari perusahaan *agency*, seorang *Account Executive* diwajibkan memiliki wawasan luas, kemampuan berkomunikasi yang baik, memiliki pemahaman mengenai *Below the Line Agency*, berkepribadian baik, dan wajib memiliki kemampuan 7M untuk mendukung perannya dalam sebuah perusahaan, yaitu:

a. Mengenal

Seorang *Account Executive* harus mampu mengenal dan memahami perusahaan atau *agency* tempat ia bekerja. Hal tersebut merupakan bekal dari *Account Executive* untuk mampu mempresentasikan dan merepresentasikan perusahaannya dengan klien.

Selain mengenal dan memahami *agency* tempat bekerja, seorang *Account Executive* juga diharuskan untuk mampu mengenal perusahaan klien yang bekerja sama. Hal tersebut merupakan bekal *Account Executive* untuk nanti mengemas keinginan aktivasi dari klien tersebut.

b. Menemukan

Tugas utama dari seorang *Account Executive* adalah mencari perusahaan atau *brand* potensial untuk melakukan kerja sama dengan *agency* tempatnya bekerja, oleh karena itu seorang *Account Executive* diwajibkan memiliki *network* yang luas dengan berbagai referensi yang tepat di setiap lini industri untuk mampu menentukan target kliennya.

c. Menerima

Setelah hubungan dengan klien dapat terbangun dengan baik, saatnya *Account Executive* atas nama Duabelas Communication diberikan kesempatan oleh klien untuk menerima undangan berkenaan program yang akan dilaksanakan. Pada tahap inilah kepiawaian seorang *Account Executive* mulai teruji kemampuannya untuk dapat menerima materi poin *briefing* atas objektif program terhadap keunggulan produk dengan seksama.

d. Menganalisa

Kemudian, *Account Executive* mulai mencatat dengan detail mengenai *briefing* yang dilakukannya dengan klien yang bersangkutan. Pada tahap ini, *Account Executive* diharapkan memiliki *sense of product*.

Analisa yang dimaksud disini merupakan yang harus dimiliki oleh *Account Executive*, yaitu melakukan pendekatan dengan klien atas produk ataupun keunggulannya dengan berbagai tren yang digemari oleh masyarakat.

e. Mengolah atau Menyusun

Momentum *brainstorming* bersama tim internal Duabelas Communication menjadi dasar untuk menyusun rangkaian program dari produk untuk dikemas menjadi sebuah proposal konsep yang menarik.

f. Mengemas

Rangkaian program dalam proposal yang telah terkemas selanjutnya akan dipresentasikan kepada klien. Proposal yang telah

inline dengan tujuan klien dan telah melalui beberapa diskusi menjadi konsep yang selanjutnya akan dieksekusi oleh tim Duabelas Communication atau *agency*.

g. Mengeksekusi

Tibalah saatnya seorang *Account Executive* mempersiapkan seluruh materi program dan produksi yang telah diproses oleh tim kreatif dan produksi. *Account Executive* diharapkan memahami setiap materi secara keseluruhan yang dipersiapkan sesuai dengan ide konsep yang telah disetujui.

2. Kendala dan Solusi yang dialami oleh *Account Executive*

Dalam menjalani kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) sebagai *Account Executive* di perusahaan *agency* duabelas Communication, Penulis mengalami beberapa kendala antara lain:

- a. Sulit untuk mencapai dan mendapatkan target klien. Hal tersebut dikarenakan minimnya informasi yang diberikan oleh *supervisor* mengenai proses pencarian klien, target klien, dan tidak diberikan *database* klien yang sudah pernah dihubungi sebelumnya.
- b. Kendala dalam menghubungi klien. Hal tersebut dikarenakan sulitnya mendapatkan alamat *email* dari tim marketing dari perusahaan yang dituju, yang mengakibatkan Penulis hanya menghubungi perusahaan tersebut melalui *contact person* yang tersedia pada *website* perusahaan.

- c. Dalam proses pengerjaan konsep, sering kali klien memberikan *feedback* yang membingungkan, sehingga harus melakukan revisi berkali-kali.

Saat terjadi kendala-kendala selama masa Praktik Kerja Lapangan (PKL), dilakukanlah beberapa cara untuk mengatasi hambatan tersebut, antara lain:

- a. Membuat *database* pribadi berisikan perusahaan target yang akan dihubungkan dan status dari respon perusahaan tersebut.
- b. Melakukan *follow up* secara berkala kepada perusahaan yang dituju. Selain itu, penulis juga menghubungi perusahaan dengan cara lain, yaitu mencari tahu tim marketing atau *partnership* perusahaan melalui *platform* LinkedIn dan menghubungkannya dengan mengirimkan *personal message* di LinkedIn.
- c. Melakukan pengecekan ulang atau *double checking*, sebelum hasilnya dipresentasikan kepada klien. Selain itu, penulis harus menguasai konsep yang diajukan, apabila klien bertanya kita tidak perlu untuk berdiskusi lagi dan dapat menjawab pertanyaan tersebut dengan mudah.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan oleh penulis, berikut merupakan kesimpulan yang dapat disampaikan:

1. *Account executive* merupakan representatif dari sebuah perusahaan dalam bertemu dan menghadapi klien. Maka dari itu, seorang *account executive* harus memiliki kemampuan komunikasi

yang baik, presentasi, berpikir kreatif, *problem solving*, dan kemampuan *salesmanship*. Tidak hanya itu saja, *account executive* juga harus berani berbicara, bersifat persuasif, dan memiliki penampilan menarik. Berdasarkan kriteria tersebut, *account executive* diharapkan mampu melaksanakan 7M, yaitu: Mengenal, Menemukan, Menganalisa, Mengolah, Mengemas, dan Mengeksekusi.

2. Tentunya terdapat kendala menjadi seorang *account executive*, diantaranya adalah tidak adanya balasan atau respon saat melakukan *approaching* klien baru, adanya persaingan dengan *agency* lain dalam mencari klien, dan terjadi *miscommunication* antara *agency* dengan klien. Namun, sebagai *account executive* harus mampu bertindak cepat tanggap dalam menghadapi kendala tersebut, dengan cara melakukan *follow up* secara berkala kepada calon klien, melakukan *approaching* melalui *media sosial* atau *platform* lain seperti LinkedIn, melakukan *double checking* sebelum presentasi dihadapan klien, dan membuat *database* calon klien untuk mempermudah *tracking*.

SARAN

Berdasarkan penjelasan dan kesimpulan yang dijabarkan, penulis memiliki beberapa saran terhadap perusahaan, yaitu mau menerima dan memberi kesempatan bagi mahasiswa yang ingin dan berminat untuk terjun ke dunia *event*, dapat memberikan pengalaman

profesional sebagai pekerja dalam dunia kreatif dan *event* bagi mahasiswa yang sedang melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan memberikan *mentorship* kepada mahasiswa tersebut, dan diharapkan perusahaan memiliki agenda untuk mahasiswa yang mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) agar lebih tertata.

Uhai, S. dkk. 2022. *Manajemen Event di Desa Wisata*. CV Literasi Nusantara Abadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwitiyas, N. A., dkk. 2021. "Peran dan Aktivitas Komunikasi Divisi Account Executive pada Digital Agency". *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(2), 188-202.
- Hasanti, I. D. 2019. "Hambatan Komunikasi Event Project Team dengan Account Executive pada Perusahaan Jasa Event Organizer Twibless." *Journal of Servite*, 1(2), 37-48.
- Ramdhan, M. 2021. *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rijanto, A. 2018. "Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi di Divisi Account Executive PT Agrodana Futures)". *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(2), 35-47.
- Rijanto, A. 2018. "Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Di Divisi Account Executive PT Agrodana Futures)". *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(2), 35-47.
- Sukoco, S. A. 2018. *New Komunikasi Pemasran Teori dan Aplikasinya*. Pustaka Abadi.
- Tampubolon, A., & Agustiniingsih, G. 2019. "Peran Account Executive di Era Digital dalam Proses Perencanaan Iklan". *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 7(2).