



IMPLEMENTASI PENGUATAN HUBUNGAN NASABAH DAN MANAJEMEN RISIKO DI PT AGRODANA FUTURES

Tsabita Cendikia Susanto¹, Supriyono²

^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional "Veteran", Indonesia

Email: cendikiatsabita@gmail.com



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v10i4.1406>

Sections Info

Article history:

Submitted: 20 October 2025

Final Revised: 23 November 2025

Accepted: 25 November 2025

Published: 29 December 2025

Keywords:

Customer Relationship

Management

Risk Management

Account Executive

Futures Marketing



ABSTRACT

Futures trading is a financial instrument that offers high profit potential but also carries significant risks, such as price fluctuations, leverage, and market volatility. This study aims to analyze how Customer Relationship Management (CRM) and risk management are applied in futures marketing activities. The focus of the research is on the role of an Account Executive in building relationships with clients and guiding them to understand trading risks. The study employs a qualitative descriptive approach, with Account Executives at PT Agrodana Futures as the research subjects. Data were collected through in-depth interviews, direct observation, and literature review as supporting data. The findings indicate that Account Executives play an active role in delivering market information, assisting clients in using stop loss features as a risk management tool, and ensuring that clients understand transaction risks. The impact of the study shows that the integration of CRM and risk management enhances client satisfaction and loyalty. The innovation of this research lies in providing a comprehensive understanding of how Account Executives simultaneously implement client relationship strategies and risk management practices, enabling more responsible futures trading.

ABSTRAK

Perdagangan berjangka merupakan instrumen keuangan yang menawarkan peluang keuntungan tinggi namun juga memiliki risiko signifikan, seperti fluktuasi harga, leverage, dan risiko pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Customer Relationship Management (CRM) dan manajemen risiko diterapkan dalam kegiatan pemasaran berjangka. Fokus penelitian adalah peran seorang Account Executive dalam membangun hubungan dengan nasabah dan mendampingi mereka memahami risiko trading. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan subjek penelitian berupa Account Executive PT Agrodana Futures. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi literatur sebagai data pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Account Executive berperan aktif menyampaikan informasi pasar, membimbing nasabah dalam penggunaan fitur stop loss sebagai manajemen risiko, serta memastikan nasabah memahami risiko transaksi. Dampak penelitian menunjukkan integrasi CRM dan manajemen risiko meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Inovasi penelitian terletak pada pemahaman menyeluruh tentang praktik Account Executive yang menggabungkan strategi hubungan nasabah dan pengelolaan risiko secara bersamaan, sehingga perdagangan berjangka dapat dilakukan secara lebih bertanggung jawab.

Kata kunci: Manajemen Hubungan Nasabah; Manajemen Risiko; Account Executive, Pemasaran Berjangka

PENDAHULUAN

Perdagangan berjangka merupakan salah satu instrumen investasi yang semakin diminati oleh masyarakat Indonesia dalam beberapa tahun terakhir seiring meningkatnya kesadaran akan diversifikasi portofolio dan peluang keuntungan jangka pendek hingga menengah. Instrumen ini menawarkan kesempatan kepada investor untuk melakukan transaksi komoditas, valas, dan instrumen derivatif lainnya melalui kontrak berjangka. Namun, volatilitas yang tinggi dalam perdagangan berjangka membutuhkan pemahaman lebih mendalam dari para pelaku pasar. Dalam konteks ini, aspek hubungan antara perusahaan pialang dan nasabah menjadi krusial untuk menjaga kepercayaan dan keberlanjutan bisnis pialang berjangka di Indonesia.

Strategi pemasaran dan manajemen hubungan pelanggan (Customer Relationship Management/CRM) memiliki peran yang penting dalam sektor jasa keuangan untuk membangun loyalitas dan kepuasan nasabah. Penerapan CRM tidak hanya untuk meningkatkan efektivitas pemasaran perusahaan tetapi juga memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan melalui pendekatan berbasis data, komunikasi yang saling terhubung, serta layanan yang dipersonalisasi. Sebuah studi pemasaran menunjukkan bahwa CRM mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang dalam berbagai sektor jasa.

Meskipun begitu, dalam literatur akademik Indonesia, penelitian mengenai implementasi CRM dalam industri pialang berjangka masih sangat terbatas. PT Agrodana Futures sebagai salah satu pialang berjangka yang telah beroperasi secara legal di Indonesia sejak tahun 2000 memiliki komitmen kuat dalam menyediakan layanan perdagangan berjangka yang profesional dan transparan. Agrodana Futures juga dikenal aktif menjalankan program edukatif bagi nasabah demi meningkatkan literasi investasi dan pemahaman risiko pasar berjangka, sehingga literasi risiko menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi layanan nasabah.

Peran Account Executive (AE) dalam perusahaan pialang berjangka sangat penting, karena AE menjadi penghubung langsung antara perusahaan dan nasabah. AE bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi produk, menjelaskan mekanisme risiko perdagangan, membantu nasabah memahami kondisi pasar, serta membangun hubungan jangka panjang yang berbasis kepercayaan. Interaksi AE dengan nasabah secara efektif dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas klien, yang pada akhirnya memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan industri jasa keuangan yang kompetitif.

Melihat peran strategis CRM dan manajemen risiko, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dan observasi di kantor PT Agrodana Futures untuk mengevaluasi bagaimana strategi CRM diterapkan dalam praktek sehari-hari, serta bagaimana AE mengelola risiko dan hubungan dengan nasabah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kontekstual yang lebih jelas mengenai upaya perusahaan pialang dalam membangun kepercayaan nasabah di pasar berjangka Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai penerapan penguatan hubungan nasabah dan manajemen risiko dalam kegiatan pemasaran perdagangan berjangka. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman terhadap proses, pengalaman, serta praktik yang dijalankan oleh Account Executive dalam konteks operasional perusahaan,

khususnya di PT Agrodana Futures.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam dengan Account Executive PT Agrodana Futures sebagai informan utama penelitian, serta melalui observasi langsung selama empat bulan di kantor PT Agrodana Futures. Wawancara dilakukan secara fleksibel untuk menggali informasi terkait penerapan Customer Relationship Management (CRM), strategi pemasaran perdagangan berjangka, serta praktik penyampaian dan pengelolaan risiko kepada nasabah. Sementara itu, observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas kerja Account Executive, bagaimana cara AE berinteraksi dengan nasabah, serta proses operasional yang mendukung penguatan hubungan nasabah.

Adapun data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung, seperti materi pemasaran, laporan internal yang relevan, serta literatur berupa jurnal ilmiah, buku, dan regulasi terkait perdagangan berjangka. Data sekunder tersebut digunakan untuk memperkuat analisis dan memberikan konteks teoritis terhadap temuan lapangan. Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif melalui proses pengelompokan data, penafsiran makna, serta penarikan kesimpulan guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai implementasi penguatan hubungan nasabah dan manajemen risiko di PT Agrodana Futures.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil



Gambar 1 Wawancara dengan AE PT Agrodana Futures

Penelitian ini dilakukan melalui wawancara kepada dua Account Executive PT Agrodana Futures dan pengamatan langsung selama empat bulan di lingkungan kantor. Dalam wawancara tersebut, terdapat delapan pertanyaan yang telah diajukan kepada masing-masing Account Executive yang berkaitan dengan tugas, pola komunikasi dengan nasabah, penyampaian informasi produk, serta pengelolaan risiko perdagangan berjangka. Hasil wawancara menunjukkan bahwa Account Executive tidak hanya berperan dalam menawarkan produk, tetapi juga mendampingi nasabah sejak tahap pengenalan perdagangan berjangka hingga pelaksanaan transaksi.

Hasil observasi menunjukkan bahwa hubungan dengan nasabah dibangun melalui komunikasi yang berkelanjutan dan bersifat personal. Account Executive menjaga interaksi dengan nasabah melalui komunikasi rutin, pertemuan langsung, serta pemberian informasi pasar yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman nasabah. Selain itu, perusahaan secara konsisten menyediakan berita dan analisis pasar harian yang disampaikan oleh Account

Executive sebagai bahan pertimbangan nasabah sebelum melakukan transaksi.

Dalam aspek manajemen risiko, hasil penelitian menunjukkan bahwa Account Executive secara aktif menyampaikan risiko perdagangan berjangka kepada nasabah sebelum transaksi dilakukan. Risiko dijelaskan secara terbuka, termasuk kemungkinan terjadinya kerugian dan faktor yang memengaruhi pergerakan pasar. Perusahaan juga menerapkan aturan pengelolaan risiko, seperti penggunaan stop loss, batas transaksi, serta sistem pemantauan, yang didukung oleh arahan kerja dan pengawasan internal. Temuan ini menunjukkan bahwa penyampaian risiko merupakan bagian dari prosedur pelayanan kepada nasabah di PT Agrodana Futures.

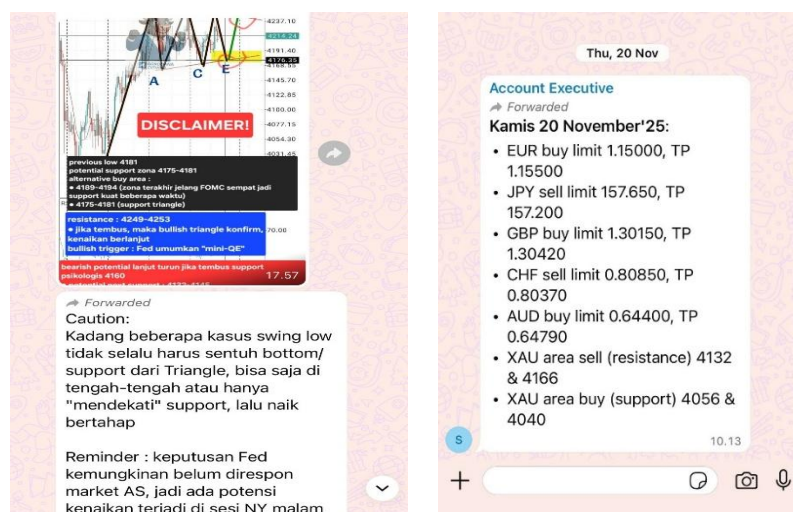
Pembahasan

Penguatan Hubungan Nasabah di PT Agrodana Futures

Penguatan hubungan nasabah di PT Agrodana Futures dilakukan melalui peran aktif Account Executive yang menerapkan prinsip Customer Relationship Management (CRM). CRM digunakan sebagai strategi untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku nasabah secara mendalam. Dengan pendekatan ini, Account Executive dapat membangun komunikasi yang berkelanjutan dan personal, termasuk melalui komunikasi rutin, pertemuan langsung (appointment), dan pengawasan terhadap aktivitas trading nasabah. Pendekatan personal ini memungkinkan Account Executive menyesuaikan layanan dengan karakteristik masing-masing nasabah, sehingga interaksi menjadi lebih efektif dan hubungan jangka panjang dapat terjaga.

Selain komunikasi personal, CRM juga diterapkan dalam penyampaian informasi yang relevan dan mudah dipahami oleh nasabah. Account Executive menyesuaikan materi edukasi dan informasi pasar dengan tingkat pengetahuan dan kebutuhan setiap nasabah. Strategi ini tidak hanya mempermudah nasabah dalam mengambil keputusan, tetapi juga meningkatkan rasa nyaman dan percaya terhadap perusahaan, terutama saat menghadapi fluktuasi dan risiko tinggi dalam perdagangan berjangka. CRM di sini berperan sebagai alat untuk memantau kepuasan nasabah sekaligus membangun loyalitas secara berkesinambungan.

PT Agrodana Futures juga mendukung praktik CRM melalui penyediaan informasi pasar harian, analisis kondisi pasar, dan berita ekonomi yang relevan. Informasi ini disampaikan oleh Account Executive sebagai bahan pertimbangan sebelum nasabah melakukan transaksi. Strategi ini memungkinkan nasabah untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi, sekaligus memperkuat citra Perusahaan.



Gambar 2 Sinyal dan analisis pasar harian yang dikirim AE untuk nasabah

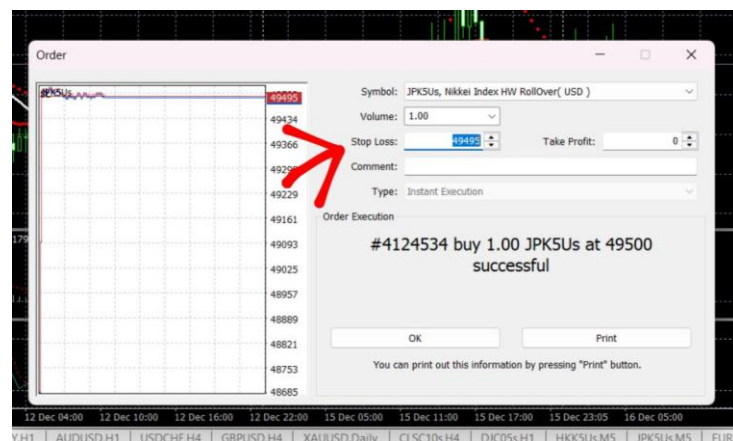
Secara keseluruhan, integrasi CRM dalam penguatan hubungan nasabah menjadikan pendekatan Account Executive lebih strategis. CRM tidak hanya membantu dalam membangun komunikasi dan kepercayaan, tetapi juga menjadi dasar untuk menyesuaikan layanan dengan profil risiko nasabah. Dengan demikian, CRM mendukung terciptanya interaksi yang berkelanjutan, loyalitas nasabah yang meningkat, serta praktik perdagangan berjangka yang lebih bertanggung jawab dan profesional.

Peran Seorang Account Executive dalam Manajemen Risiko Perdagangan Berjangka

Dalam konteks manajemen risiko, peran Account Executive di PT Agrodana Futures sangat penting untuk memastikan bahwa nasabah memiliki pemahaman yang memadai mengenai risiko yang melekat pada perdagangan berjangka. Account Executive bertugas memberikan penjelasan secara transparan mengenai kemungkinan kerugian yang bisa terjadi sebelum nasabah memulai transaksi. Pendekatan ini bertujuan agar setiap keputusan trading yang diambil oleh nasabah didasari oleh pemahaman yang jelas, sehingga risiko dapat dikelola dengan lebih efektif.

Salah satu praktik manajemen risiko yang diterapkan adalah penggunaan fitur stop loss, yang berfungsi untuk membatasi potensi kerugian dalam aktivitas trading. Penggunaan stop loss tidak dilakukan secara otomatis, tetapi didampingi oleh edukasi dan bimbingan dari Account Executive agar nasabah dapat memanfaatkan fitur ini dengan tepat. Pendampingan ini mencakup penjelasan tentang kapan dan bagaimana mengatur stop loss sesuai strategi trading yang diterapkan oleh nasabah, sehingga risiko dapat diminimalkan tanpa mengorbankan peluang keuntungan yang realistis.

Melalui praktik pengelolaan risiko yang konsisten ini, PT Agrodana Futures menunjukkan komitmen tidak hanya pada aktivitas transaksi semata, tetapi juga pada perlindungan dan kesadaran risiko nasabah. Dengan strategi yang jelas dan transparan, kepercayaan nasabah terhadap profesionalisme perusahaan dapat terjaga. Pendekatan ini mendukung terciptanya perdagangan berjangka yang bertanggung jawab sekaligus memperkuat citra perusahaan sebagai pialang yang mengutamakan kesejahteraan dan keamanan kliennya.



Gambar 3 Contoh pemasangan Stop Loss

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan Customer Relationship Management (CRM) di PT Agrodana Futures berperan strategis dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabah. Account

Executive berfungsi sebagai penghubung utama antara perusahaan dan klien, dengan menyesuaikan komunikasi, edukasi, serta penyampaian informasi pasar sesuai kebutuhan dan profil masing-masing nasabah. Pendekatan personal ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan nasabah, tetapi juga memperkuat loyalitas terhadap perusahaan.

Dalam aspek manajemen risiko, penelitian menunjukkan bahwa Account Executive berperan aktif dalam mendampingi nasabah memahami risiko perdagangan berjangka. Praktik yang diterapkan, seperti penggunaan fitur stop loss dan penjelasan transparan mengenai kemungkinan kerugian, memungkinkan nasabah mengambil keputusan trading secara lebih bijaksana. Kombinasi edukasi, pendampingan, dan pengawasan risiko ini mendukung terciptanya aktivitas perdagangan berjangka yang lebih aman, bertanggung jawab, dan profesional.

Secara keseluruhan, integrasi strategi CRM dengan manajemen risiko di PT Agrodana Futures memberikan dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Pendekatan holistik yang dilakukan oleh Account Executive memungkinkan perusahaan tidak hanya fokus pada transaksi, tetapi juga pada perlindungan, pemahaman, dan pengalaman nasabah secara menyeluruh. Temuan ini menegaskan pentingnya peran AE sebagai garda terdepan dalam membangun kepercayaan nasabah dan memperkuat posisi perusahaan di pasar berjangka Indonesia.

REFERENSI

- Angelina, H., Angel, A., Alexander, J., Widyastuti, M., & Ekonomi, F. (n.d.). *ANALISIS MINAT TRADING ONLINE MAHASISWA MELALUI MANFAAT DAN LAYANAN PADA PT AGRODANA FUTURES*. http://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB_ekonomi
- Dyah Pramesty, G., Prima Rini, H., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, U. (n.d.). *PEMBERDAYAAN GEN Z MELALUI EDUKASI TRADING DAN INVESTASI BERJANGKA DI PT. AGRODANA FUTURES SURABAYA*. *Batara Wisnu Journal: Indonesian Journal of Community Services*, 5(2), 2025. <https://doi.org/10.53363/bw.v5i2.408>
- Erawati, L. (2025). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AHASS JUWANA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*. In *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan* (Vol. 6, Issue 3). <https://ejournals.com/ojs/index.php/jkmt>
- Guniwa, P., Awangga, A., & Supriyoso, P. (n.d.). *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima Volume V, Nomor II FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA PERENCANAAN PENGEMBANGAN MODAL MENGGUNAKAN AKUN REGULER PERDAGANGAN BERJANGKA Di PT. AGRODANA FUTURES BANDUNG*.
- Ichtiari1, P., Subandoro2, A., Ichtiari, P., Tinggi, S., & Mahardhika, I. E. (2025). *ANALISIS MANAJEMEN RESIKO DUNIA INVESTASI BERJANGKA PADA PT EQUITY WORLD FUTURES SURABAYA*. *Business, Management, Accounting and Social Sciences (JEBMASS)*, 3(4). <http://putrajawa.co.id/ojs/index.php/jebmass>
- Iswara, R., Yahanan, A., & Syaifuddin, D. M. (n.d.). *PERLINDUNGAN HUKUM NASABAH PERDAGANGAN BERJANGKA KOMODITI ATAS WANPRESTASI PIALANG PERDAGANGAN BERJANGKA KOMODITI BERBASIS ONLINE*. <http://journal.fh.unsri.ac.id/index.php/LexS>
- Lawrence, O. :, & Hutabarat, H. (2010). *ANALISA MANAJEMEN RESIKO DAN STRATEGI INVESTASI PADA FOREX ONLINE TRADING DAN PENGARUHNYA TERHADAP*

- VALUE ADDED INVESTOR DI PT. MONEX INVESTINDO FUTURES. In *Sujoko DIE-Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen* (Vol. 6, Issue 2).
- Magang, A. L., Keuangan, A., Rizaldi, I., & Nahda, K. (2023). *Value at Risk Perdagangan Komoditas Berjangka Emas dan Minyak Mentah di PT Valbury Asia Futures Semarang Menggunakan Simulasi Monte Carlo* (Vol. 02, Issue 04). <https://journal.uii.ac.id/selma/index>
- Manajemen, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Umar, U. T. (2025). *eISSN 0000-0000 : pISSN 0000-0000 Analisis Customer Relationship Management (CRM) dalam Perspektif Manajemen Pemasaran Yusnita*. <https://doi.org/10.63822/33vhjf97>
- Panditayana Pranadilla, K., Astutty Mochtar, D., Aju, D. W., & Ghufro Az, M. (n.d.). Kajian Yuridis Terhadap Binary Option Trading Dalam Perdagangan Berjangka Komoditi Di Indonesia. In *Bhirawa Law Journal* (Vol. 5). <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/blj/>
- Purwanto, A., Nugroho, A., Bahy, L. M., Santoso, J., & Hanief, S. (2025). Implementation of a Cloud-Based CRM System to Improve Customer Loyalty in Digital Startups in Indonesia Article Info ABSTRACT. In *West Science Information System and Technology* (Vol. 3, Issue 02).
- Puspitasari, U. (n.d.). *THE IMPLEMENTATION OF RISK MANAGEMENT OF FOREIGN EXCHANGE INVESTMENT AT PT. BEST PROFIT FUTURES MALANG*. <http://www.seputarforex.com>
- Riza, A. A., & Rini, H. P. (2025). *PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN EDUKATIF PADA PERUSAHAAN PIALANG DI PT.AGRODANA FUTURES* (Vol. 5, Issue 1).
- Rizki, A., & Wening, N. (2024). ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) AT PT. MILENIAL AGRI NUSANTARA. In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* (Vol. 7, Issue 2).
- Waruwu, S. A. (2010). *VALUE AT RISK ANALYSIS FOR VOLATILITY AND MARKET RISK MEASUREMENT AS THE BASE FOR DECISION MAKING ON OLEIN FUTURES CONTRACT AT JAKARTA FUTURES EXCHANGE FOR PERIOD 2010-213*. <http://www.indonesia->

Copyright holder:
© Author

First publication right:
Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:
CC-BY-SA