

**PERAN ISLAMIC PUBLIC RELATION DALAM MENINGKATKAN KINERJA
PADA KOPERASI PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA
MANDIRI SYARIAH DI SURAKARTA**

Ahmat Hidayat¹, Abdul Haris Romdhoni²

^{1,2}Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

Email: achmeathidayat942@gmail.com

Abstract : *Relationships between people (public relations) are communication between individuals humanely. This study aims to find out how to realize Islamic public relations (relationships between communities) at KPRI Mandiri Syariah and the role of Islamic public relations in improving the performance of KPRI Mandiri Syariah. The method used in this research is a qualitative scale field research method, this research is devoted to the type of basic research. The data used is primary data in the form of data recorded at KPRI Mandiri Syariah Surakarta. This research was conducted at KPRI Mandiri Syariah Surakarta which was carried out between February 2021 and July 2021. This study concludes that in realizing Islamic public relations at KPRI Mandiri Syariah, the leader uses several methods including holding build good communication between employees and to customers and the community. general. Regarding the role of Islamic Public Relations in improving the performance of KPRI Mandiri Syariah carried out by the leadership and management, namely by further improving its services and prioritizing the convenience and trust of customers*

Keywords: *Public Relations, Islamic Performance*

PENDAHULUAN

Persaingan serta perubahan yang cepat terjadi mengharuskan upaya-upaya terobosan perusahaan maupun institusi yang secara proaktif mengkonsolidasikan diri dalam rangka penguatan keunggulan bersaing. Perubahan tidak akan berjalan lancar jika tidak ada niat yang baik, serta hubungan antar masyarakat (*public relation*) dari orang-orang yang berada di organisasi, baik itu pada tingkat manajer, pimpinan maupun para karyawan. Hubungan antar masyarakat (*public relation*) yaitu komunikasi antar individu secara manusiawi, yakni komunikasi yang sudah memasuki tahap psikologis yang komunikator serta komunikasinya yaitu saling memahami pikiran, perasaan dan dapat melakukan tindakan bersama. Hal ini berarti apabila kita akan menciptakan suatu komunikasi yang penuh dengan keakraban maka dapat didahului dengan pertukaran informasi tentang identitas serta masalah pribadi yang sifatnya sosial (Alo, 1997).

Public relations diartikan sebagai hubungan antar masyarakat yang lebih ditekankan kepada unsur-unsur rohaniah yang meliputi: sifat, watak, tingkah laku, pribadi dan nilai-nilai kejiwaan yang lain terdapat di dalam diri manusia guna menciptakan kebahagiaan serta puas hati (Widjaja, 2008). Kemudian proses rohaniah dengan diimbangi perasaan bahagia serta puas hati tersebut berlangsung dalam dua atau tiga orang yang berada di dalam hubungan komunikatif yakni komunikasi antar individu yang sifatnya dialogis, maka muncullah dari masing-masing individu sadar, tahu, serta dapat merasakan efeknya. Apabila semua merasa bahagia, maka kegiatan *public relations* itu dapat dikatakan berhasil. Jika tidak menimbulkan rasa puas, maka *public relations* tersebut berarti gagal (Effendy, 2009).

Dengan demikian hal terpenting di dalam mewujudkan *public relations* ialah dimana kita dapat memahami hakekat manusia dan kemanusiaan dan bagaimana kita dapat menerima orang lain dari luar diri kita dengan apa adanya, sehingga tercipta suasana kerja yang harmonis dan baik yang dapat meningkatkan prestasi kerja yang akan mempengaruhi hasil pekerjaan. Walaupun proses pemasangan dan perizinan begitu rumit tetapi *public relations* dalam Lembaga Keuangan Syariah yang berupa KPRI Mandiri Syariah tersebut begitu sangat berperan. Kemudian di setiap satu baliho yang terpasang disetiap jalan dikenakan pembayaran pajak. maka, hal tersebut menjadi salah satu kendala bagi KPRI Mandiri Syariah untuk melakukan pemasangan Baliho tersebut. Kemudian, KPRI Mandiri Syariah ini juga mempunyai sertifikat Halal. Rata-rata 100% muslim dan karyawati menggunakan jilbab. Setiap ada tamu disambut dengan ramahnya. Ini membuktikan bahwa manajemen perusahaan sangat teratur. Sehingga muncullah gagasan untuk mengetahui cara Mewujudkan *Public Relations* (Hubungan Antar Masyarakat) yang Islami pada KPRI Mandiri Syariah dan mengetahui Peran *Public Relation* Islami dalam Meningkatkan Kinerja KPRI Mandiri Syariah.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah general yang terdiri dari: obyek atau subyek yang memiliki kualitas serta karakter tertentu yang ditetapkan oleh penelitian guna dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Yang menjadi populasi di dalam penelitian ini ialah semua karyawan dan masyarakat di sekitar KPRI Mandiri Syariah Surakarta.

Sugiyono (2016) mengatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah maupun karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jadi sampel adalah kelompok kecil (bagian) dari populasi yang diambil dan dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Sedangkan di dalam penelitian ini yang menjadi sampelnya ialah pimpinan, staff marketing dan masyarakat yang menjadi nasabah dari KPRI Mandiri Syariah Surakarta.

Data Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan berskala kualitatif (Singarimbun, dkk. 1985). Penelitian lapangan yang dilakukan langsung di lapangan untuk memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan, penelitian ini dikhususkan pada jenis penelitian *basic research*, di mana yang menjadi tujuan dari penelitian ini ialah untuk menemukan pengetahuan yang baru, yang sebelumnya belum pernah diketahui.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument-instrumen yang telah ditetapkan (Indriantoro, dkk, 2009) Data yang digunakan berdasarkan data yang tercatat di KPRI Mandiri Syariah Surakarta.

Sedangkan Nasution (2003) berpendapat bahwa sumber dari bahan bacaan disebut sumber sekunder, sumber-sumber sekunder terdiri atas dari berbagai macam, dari surat-surat pribadi, kitab harian, catatan rapat perkumpulan, sampai dokumen-dokumen resmi dari pemerintah.

2. Teknik Pengumpulan Data

Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai (Iskandar, 2008). Peneliti dalam penulisan skripsi ini melakukan wawancara dengan pimpinan dan staff marketing KPRI Mandiri Syariah Surakarta, peneliti menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data dalam mencari data mengenai pengaruh dan peran humas relation terhadap meningkatnya KPRI Mandiri Syariah Surakarta. Dan Iskandar (2008) berpendapat bahwa dokumentasi merupakan Teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subyek penelitian. Dokumen yang dapat diteliti berupa berbagai macam, tidak hanya dokumen resmi. Dalam penelitian kualitatif teknik ini berfungsi sebagai alat pengumpul data utama, karena pembuktian hipotesisnya dilakukan secara logis dan rasional melalui pendapat, teori atau dalil-dalil yang diterima kebenarannya, baik yang menolak maupun yang mendukung hipotesis tersebut.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi data yang diperoleh dari hasil pengamatan, data-data dari pimpinan dan staff marketing KPRI Mandiri Syariah Surakarta yang kemudian data-data tersebut akan dianalisis menggunakan metode deduktif, di mana metode berpikir yang akan menerapkan beberapa hal yang umum terlebih dahulu, kemudian dihubungkan pada beberapa bagiannya secara khusus (Sugiyono, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Setelah melakukan wawancara ditemukan beberapa hasil analisis mengenai berbagai cara dan strategi yang ditempuh oleh KPRI Mandiri Syariah guna mewujudkan hubungan antar masyarakat dengan citra islami yakni dengan melakukan teori analisis yaitu: Analisis situasi, Analisis organisasi, Analisis publik, Penetapan tujuan dan sasaran, Struktur perencanaan strategi, dan Pilihan Teknik komunikasi.

Beberapa strategi dan taktik juga dilakukan oleh pengurus KPRI Mandiri Syariah agar terciptanya kinerja karyawan dan lembaga yang konsisten dan semakin maju, beberapa diantaranya yakni dengan melakukan kegiatan keakraban dengan diadakannya pertemuan rutin antar pegawai setiap akhir bulan untuk meningkatkan kemistri antar satu sama lain. Kemudian pada setiap pagi hari pada hari kerja sebelum pelayanan selalu rutin diadakan *morning briefing* yang di sana ada kajiannya mengenai tugas dan tanggung jawab yang baik dan benar menurut syariat, selalu memberikan motivasi kepada para pegawai agar semakin semangat dalam bekerja serta bonus untuk beberapa pegawai teladan.

Apabila ada pegawai yang melakukan kesalahan, maka tidak segan akan di berikan teguran dan jika kesalahan yang diperbuat berat maka akan diberikan sanksi. Selanjutnya apabila ada pegawai yang mengalami kesulitan dalam bekerja, sebisa mungkin akan dibantu untuk menyelesaikan masalahnya yang ada selama ada kaitannya dengan KPRI atau lembaga terkait.

Pembahasan

Hasil yang didapatkan dari teknik analisis yang digunakan oleh peneliti yakni sebagai berikut:

1. Analisis domain

Analisis domain pada hakikatnya adalah upaya peneliti untuk memperoleh gambaran umum tentang data untuk menjawab fokus penelitian. Dalam analisis ini peneliti melakukan wawancara awal (pertama kali) dengan pimpinan KPRI Mandiri Syariah, dalam wawancara awal tersebut peneliti mencoba berinteraksi dan melakukan pendekatan guna mendapatkan data, apakah Koperasi tersebut dapat di jadikan tempat penelitian atau tidak. Selanjutnya didapatkan kesimpulan bahwa di Koperasi tersebut peneliti dapat melakukan penelitian yang kemudian dilanjutkan melakukan penyusunan daftar pertanyaan/kuisisioner yang berupa pertanyaan umum sesuai kategori yang diperlukan agar dapat membantu terlaksananya kegiatan penelitian di Koperasi tersebut.

2. Analisis taksonomi

Langkah selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melakukan analisis taksonomi, dimana peneliti melakukan wawancara yang kedua berdasarkan kuisisioner yang telah dibuat sebelumnya berdasarkan kategori yang telah di sesuaikan. Dalam analisis ini peneliti mendapatkan hasil yang dapat disimpulkan bahwa di dalam KPRI Mandiri Syariah Surakarta tersebut menjelaskan bahwa peran *public relation* yang Islami sangat berpengaruh terhadap meningkatkan kinerja KPRI Mandiri Syariah, sebagai contohnya seperti bahwa dalam kegiatannya, KPRI Mandiri Syariah selalu melibatkan pihak-pihak yang berada di sekeliling koperasi.

3. Analisis komponensial

Analisis lanjutan yang dilakukan peneliti yakni dengan melakukan pengamatan lanjutan yakni analisis komponensial. Analisis komponensial merupakan teori analisis makna yang menggunakan pendekatan, misalnya dalam penelitian ini dimana peneliti memiliki beberapa kekurangan data guna melengkapi kegiatan penelitian yang dilakukan. Seperti halnya bahwa dalam kegiatan ini peneliti masih memiliki kekurangan sedikit data yang berupa nama-nama pihak pengurus yang kurang lengkap.

4. Analisis tema budaya (tema kultural)

Terakhir, analisis tema budaya yang merupakan analisis dengan memahami gejala-gejala yang khas dari analisis sebelumnya. Dalam analisis ini peneliti mencari benang merah yang dapat menghubungkan lintas-lintas kategori yang kemudian dapat tersusun dengan rapi dan menjadi lebih jelas. Misalnya seperti kesimpulan yang telah disusun oleh peneliti dalam kegiatan penelitian ini.

Selanjutnya mengenai Cara untuk Mewujudkan *Islamic Public Relations* (Hubungan Antar Masyarakat) yang Islami pada KPRI Mandiri Syariah yaitu dengan:

1. Analisis situasi

Untuk mengetahui keadaan yang ada di lapangan, maka diperlukan suatu gambaran mengenai peran *public relation* yang Islami pada KPRI Mandiri Syariah di Surakarta. Untuk melihat situasi ini, pimpinan dan pengurus KPRI Mandiri Syariah memiliki peran *public relation* yakni sebagai juru penghubung komunikasi antar karyawan, melakukan hubungan timbal balik antara karyawan dengan nasabah, dan komunikasi dengan masyarakat umum sekitar, guna memperjelas suatu kegiatan yang ada di dalam Lembaga.

Dan cara yang dilakukan oleh pihak KPRI Mandiri Syariah untuk membangun citra yang baik yakni terlebih dahulu mengetahui apa yang diperlukan masyarakat dalam suatu pelayanan yang baik agar dapat memenuhi kebutuhan sosial masyarakat, meningkatkan mutu pelayanan yang bermanfaat dan dapat terkelola oleh lingkungan dan Lembaga yang lain.

2. Analisis organisasi

Analisis organisasi merupakan serangkaian Langkah-langkah penilaian terhadap efektivitas organisasi berdasarkan misi dan strategi organisasi yang telah ditetapkan. Informasi yang diperoleh dari analisis organisasi penting bagi para manajer, para pemegang saham, masyarakat, serta pemerintah. Hingga saat ini peran *public relation* dalam kepentingan organisasi kelembagaan ekonomi sangat berperan penting untuk meningkatkan citra ekonomi negara. Dengan menentukan suatu nilai yang berpengaruh terhadap isu-isu *public* yang terjadi di antara masyarakat dan kalangan umum. Kemudian strategi yang dilakukan oleh KPRI Mandiri Syariah untuk mengetahui apa saja yang kurang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat khalayak umum agar terbentuk Lembaga koperasi yang utuh.

3. Analisis publik

Dari pernyataan yang di utarakan oleh publik mengenai pelayanan KPRI Mandiri Syariah, dapat disimpulkan bahwa masyarakat merasa puas dengan pelayanan KPRI Mandiri Syariah, mereka percaya dan mendukung segala kegiatan yang berhubungan dengan KPRI Mandiri Syariah. Guna menambah semangat kerja antar pegawai KPRI Mandiri Syariah, diadakannya bonus untuk pegawai teladan.

4. Penetapan tujuan dan sasaran

Untuk mencapai tujuan yang telah diharapkan dan mengarah kepada peningkatan kinerja sesuai dengan fokus yang dituju, KPRI Mandiri Syariah melakukan strategi yang fokus terhadap pengarah terhadap upaya menggarap persepsi nasabah dan masyarakat umum sebagai tempat akhirnya sikap tindakan dan langkah awal yang ditempuh guna meningkatnya kinerja KPRI Mandiri Syariah. Sebagai contohnya ialah guna kestabilan dan meningkatnya kinerja KPRI Mandiri Syariah melakukan beberapa cara untuk mengubah persepsi nasabah dan masyarakat umum, yakni dengan cara mengalokasi sumber daya yang lebih efisien, memilih sasaran yang lebih menarik, lebih memahami kebutuhan dan keinginan nasabah dan masyarakat umum, melakukan pelayanan secara maksimal, serta semakin memahami perilaku para nasabah dan masyarakat umum yang spesifik guna meningkatkan kinerja KPRI Mandiri Syariah.

5. Struktur perencanaan strategi

Dalam merencanakan strategi guna menghadapi masalah yang ada dan akan datang, strategi yang dilakukan KPRI Mandiri Syariah yakni adalah dengan perencanaan yang mengarah pada *feedback* yang dapat berfungsi dan berjalan dengan baik bagi antar pegawai dan nasabah serta lembaga dalam mencapai tujuan tertentu. Perencanaan strategi pada dasarnya bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai sebuah rencana, anggaran biaya, hasil riset dan evaluasi sebagai tujuan utama. Dan strategi yang direncanakan oleh KPRI Mandiri Syariah untuk meningkatkan kinerja lembaga adalah dengan membangun komunikasi dan hubungan yang baik antar pegawai koperasi dan menciptakan citra yang baik terhadap nasabah dan masyarakat umum.

6. Pilihan Teknik komunikasi

Komunikasi yang digunakan oleh KPRI Mandiri Syariah dalam menentukan bentuk komunikasi yang dapat dilakukan sebagai hasil pelaksanaan dan perencanaan yang diterima kepada masyarakat umum harus menggunakan Teknik komunikasi yang tepat. Komunikasi yang digunakan yakni dengan komunikasi persuasive, dimana pihak KPRI Mandiri Syariah mengajak nasabah dan masyarakat sekitar mengetahui keadaan di dalam lembaga KPRI Mandiri Syariah sehingga tercipta citra yang baik dan terbangun dengan sikap saling percaya antara satu sama lain. Sebagai contoh, setiap sebulan sekali pada akhir bulan diadakannya pertemuan rutin untuk menjalin dan mempererat hubungan antar pegawai, dan seminggu sekali diadakan pertemuan antara pegawai dengan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis mengenai peran *islamic public relation* dalam meningkatkan kinerja pada KPRI Mandiri Syariah di Surakarta, maka dapat disimpulkan:

- a. Dalam mewujudkan *Public Relations* (hubungan antar masyarakat) yang Islami pada KPRI Mandiri Syariah, pemimpin melakukan beberapa metode diantaranya dengan diadakannya pertemuan rutin pada tiap akhir bulan agar terciptanya kemistri antar pihak, membangun komunikasi yang baik antar pegawai serta kepada nasabah dan masyarakat umum. Melakukan strategi yang fokus terhadap pengarah terhadap upaya menggarap persepsi nasabah dan masyarakat umum dengan memperkenalkan seluk beluk KPRI Mandiri Syariah seperti dengan memperkenalkan transaksi atau akad-akad Syariah kepada anggota KPRI, nasabah dan calon nasabah serta khalayak masyarakat umum dalam operasionalnya, sehingga tercipta citra yang baik dan terbangun dengan sikap saling percaya antara satu sama lain.
- b. Mengenai peran *Public Relation* Islami dalam meningkatkan kinerja KPRI Mandiri Syariah yang dilakukan oleh pimpinan maupun pengurus yakni dengan semakin memperbaiki pelayanannya dan memprioritaskan kenyamanan dan kepercayaan nasabah, memberikan bimbingan yang terarah seperti contoh apabila ada beberapa pihak mempunyai permasalahan yang rumit sebisa mungkin akan dibantu untuk menyelesaikan selama kesulitan tersebut masih berkaitan dengan KPRI dan Lembaga terkait. Selanjutnya KPRI Mandiri Syariah juga mengadakan bonus untuk beberapa pegawai yang teladan di beberapa bulan tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Widjaja, (2008), *Dasar-Dasar Customer Relationship*, Jakarta: Harvarindo.
- Effendy, Onong Uchjana, (2009), *Komunikasi teori dan praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Indranata, Iskandar, (2008), *Pendekatan Kualitatif untuk Pengendalian Kualitas*, Jakarta: Universitas Indonesia.
- Indriantoro, Nur, Bambang Supomo, (2009), *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Liliweri, Alo, (1997), *Komunikasi Antar-Pribadi*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- S. Nasution, (2003), *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Singarimbun, Masri, Sofian Effendi, (1985), *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono, (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: PT. Alfabet.