

**STRATEGI *PUBLIC RELATION* DALAM MEMBENTUK CITRA
PERUSAHAAN DI BPRS BUANA MITRA PERWIRA
KANTOR KAS BUKATEJA PURBALINGGA**



**LAPORAN TUGAS AKHIR
Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
(FEBI) IAIN Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya**

**Oleh:
Maulana Syafrizal Fahmi
NIM. 1423204067**

**PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2017**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	
KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN	
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA	
PENGANTAR.....	vii
PEDOMAN TRANSITERASI ARAB-LATIN.....	x
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penulisan Tugas Akhir.....	5
D. Manfaat Penulisan Tugas Akhir.....	5
E. Metode Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	6

BAB II TELAAH PUSTAKA

A. Kajian Teori	10
1. Metode perencanaan dan penggiatan komunikasi.....	10
2. Langkah sukses mencapai citra.....	10
3. Persiapan perencanaan program.....	11
4. Rangkaian perencanaan dan penggiatan.....	12
5. Perincian tujuan.....	13
6. Tolak ukur mencapai sasaran citra positif.....	16
7. Strategi Public Relations.....	17
8. Tujuan Strategi.....	25
B. Hasil Penelitian Terdahulu	29

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	31
1. Sejarah BPRS Buana Mitra Perwira	31
2. Produk-produk BPRS Buana Mitra Perwira	32
3. Struktur Organisasi.....	35
B. Pembahasan : Strategi yang dilakukan BPRS Buana Mitra perwira dalam membangun citra perusahaan	52
1. <i>Strategy of publicity</i>	52
2. <i>Strategy of image</i>	53
3. <i>Strategy of persuasion</i>	54

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi suatu bangsa memerlukan pola pengaturan pengelolaan sumber-sumber ekonomi yang tersedia secara terarah dan terpadu serta dimanfaatkan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Lembaga-lembaga perekonomian bahu membahu mengelola dan menggerakkan semua potensi ekonomi agar berhasil guna secara optimal. Lembaga keuangan mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian. Akan tetapi, badan perekonomian di Indonesia ini, banyak yang tidak menggunakan cara-cara yang sesuai dengan ajaran islam, oleh sebab ini orang islam berusaha mengembangkan keuangan yang berbasis syariah.

Dari sekian banyak lembaga keuangan syariah, BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga merupakan lembaga ekonomi Islam yang dibangun berbasis keumatan, sebab dibentuk oleh dan untuk masyarakat. Dari segi jumlah BPRS merupakan lembaga keuangan syariah yang paling banyak apabila dibandingkan dengan lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya.¹

ekonomi dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi bagi berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-

¹ Hendri Suhendi, dkk, *BMT dan Bank Islam*, (Bandung, Pustaka Bani Quraisy, 2004) hlm 23.

prinsip syariah islam. Utamanya adalah keterkaitan pelarangan praktek riba, kegiatan maysir (spekulasi), dan gharar (ketidakjelasan) .²

Operasional Perbankan syariah di Indonesia didasarkan pada Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang kemudian diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998. Pertimbangan perubahan Undang-Undang tersebut dilakukan untuk mengantisipasi tantangan sistem keuangan yang semakin maju dan kompleks dalam mempersiapkan infrastruktur memasuki era globalisasi.

Jadi, adopsi perbankan syariah dalam sistem perbankan nasional bukanlah semata-mata mengakomodasi kepentingan penduduk indonesia yang kebetulan sebagian besar muslim. Namun lebih kepada adanya faktor keunggulan atau manfaat lebih dari perbankan syariah dalam menjembatani ekonomi.³

Keberadaan perbankan islam di tanah air telah mendapatkan pijakan kokoh setelah lahirnya Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 yaitu direvisi melalui Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998, yang dengan tegas mengakui keberadaan dan berfungsinya Bank Bagi Hasil atau Bank Islam. Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam. Dengan Demikian, bank ini adalah yang beroperasi dengan

² Muhamad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), hal 13.

³ Ibid, hal 9.

prinsip bagi hasil. Bagi hasil adalah prinsip muamalah yang berdasarkan syariah dalam melakukan kegiatan usaha bank.⁴

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.⁵

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah lembaga perbankan yang menerapkan sistem dan operasional berdasarkan syariah islam. BPRS tidak mengenakan perangkat bunga melainkan menggunakan sistem bagi hasil dalam memberikan keuntungan kepada para nasabahnya (*Shahibul Mal*) sehingga semua keuntungan yang diterima memberikan rasa aman dan nyaman dunia akhirat. BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga mempunyai banyak produk seperti Tabungan, Deposito, dan Pembiayaan.

Citra dibangun atas reputasi dan prestasi. Akan sulit terbentuk citra positif apabila tidak didukung oleh prestasi dan reputasi. Pada era globalisasi seperti saat ini sangat diperlukan suatu citra perusahaan yang positif, yang berguna untuk menunjang kelancaran bisnis pada suatu perusahaan. Citra merupakan aset yang bersifat *intangible* dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan berupa penilaian positif dan negatif dari publik. Citra dan kepercayaan merupakan dua hal yang tak terpisahkan. Kepercayaan menyangkut semaua bidang, kepercayaan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa, kepercayaan terhadap tingkat keamanan, kepercayaan terhadap manajemen dan lain sebagainya.

⁴ Ibid, hal 15.

Dalam menanamkan nilai-nilai kepercayaan di benak publik, perusahaan harus lebih dulu dikenal atau diketahui oleh publik. Apalagi jika perusahaan ingin *go public*, tetapi masyarakat tidak mengenal perusahaan tersebut, maka kepercayaan tidak akan tumbuh, sehingga citra tidak akan didapat, tetapi jika perusahaan tersebut sudah dikenal di masyarakat, maka menanamkan kepercayaan mulai bisa dilakukan. Bagi perusahaan yang ingin *go public*, pembentukan citra positif itu sangat penting. Bila citra perusahaan negatif dimata masyarakat, dapat mempengaruhi kepada menurunnya penjualan produk ataupun juga nilai investasi perusahaan. Untuk membentuk suatu citra idaman tidak dapat dilakukan dalam sekejap mata, tetapi harus diupayakan dan perlu proses yang panjang⁶.

Perbaikan citra suatu perusahaan berdasarkan pada pengetahuan dan pengalaman orang lain dapat dilakukan. Mungkin orang tersebut tidak mengetahui tentang perusahaan tersebut atau orang tersebut mempunyai pengalaman yang baik, atau buruk. Citra yang dipilih oleh suatu perusahaan bisa ditampilkan dalam bentuk iklan, menulis editorial dan disampaikan dalam bentuk cerita, mengikuti suasana hati pembaca serta disampaikan dengan jelas.

Pesan dari citra harus bisa terlihat dari media yang dikeluarkan oleh perusahaan seperti brosur, katalog, laporan tahunan, peralatan kantor perusahaan, kartu nama dan lain-lain. sehingga apabila dilihat orang, identitas dari perusahaan tersebut mencerminkan citra atau mewakili perusahaan

⁶ Gita Danupratana, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat. 2013), hal 32.

tersebut. Menurut Kotler citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan⁷ atau produk. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor yang diluar kontrol perusahaan (Philip Kotler, 2001: 338).

Ruang fisik perusahaan juga dapat menciptakan suatu citra yang sangat kuat, seperti *lobby* dari suatu hotel berbintang lima akan berbeda dengan *lobby* hotel bintang tiga. Bank yang ingin tampil ramah harus memperhatikan tata letak, warna dan interior *design* dari ruangan *teller* dan *customer service*-nya. *Teller* dan *Customer service* memegang kunci untuk pencitraan keramahan karena merekalah yang langsung melayani nasabahnya, sehingga nasabah merasakan bagaimana citra suatu bank dari ruang tersebut.⁸

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi *public relation* dalam membentuk citra baik perusahaan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi *Public Relation* dalam membentuk Citra baik di BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga kantor kas Bukateja ?

⁸ Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat. Suatu Study Komunikologis. Cetakan ke tujuh.*(Bandung: Remaja Rosdakarya).

D. Manfaat Penelitian

a. Secara teoritis

Penelitian yang saya lakukan ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian-penelitian komunikasi pemasaran dalam bidang lembaga keuangan syariah selanjutnya, menambah pengetahuan dan berguna sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh dalam perkuliahan dan sebagai sumbangisasi pemikiran untuk pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam penelitian mengenai strategi marketing

b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan atau referensi bagi BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga dalam meningkatkan Citra baik sebagai BPR berbasis syariah.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*), dimana peneliti atau penulis akan mengumpulkan data yang diperoleh dengan cara mendatangi langsung ke lapangan, masyarakat, kelompok atau lembaga yang menjadi objek penelitian untuk mempelajari secara intensif tentang berbagai hal atau permasalahan yang berkaitan dengan hal-hal yang akan diteliti⁹. Sedangkan untuk penelitian ini, maka peneliti akan mendatangi langsung tempat penelitian yaitu di BPRS Buana Mitra Perwira kantor kas Bukateja Purbalingga

⁹Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1994), hlm.22.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian Tugas Akhir Program Diploma Tiga (D III) MPS yaitu bertempat di PT BPRS Buana Mitra Perwira kantor kas Bukateja Purbalingga jalan Argadanu Bukateja.

b. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian pada tanggal 11 Januari 2017 sampai dengan tanggal 11 Februari 2017.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan penelitian ini, maka metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi yaitu dengan cara sebagai berikut:

a. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan proses melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu¹⁰. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan terhadap semua yang berkaitan dengan Analisis dan Monitoring Pembiayaan Murabahah.

b. Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data melalui pertemuan antara kedua orang yang bersangkutan untuk bertukar informasi dan ide proses tanya jawab lisan, sehingga dapat dikonstruksikan makna atau tujuan

¹⁰Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), hlm.131.

dalam suatu topik tertentu.¹¹ Topik yang dituju yaitu mengenai analisis dan monitoring yang ada di BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto terhadap Pembiayaan Murabahah.

c. Dokumentasi

Merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui media tertulis atau dokumen lainnya yang tertulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan¹².

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Bogdan dan Biklen, penelitian kualitatif ini lebih bersifat deskriptif dan data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekan pada angka. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk¹³. Namun apabila hasil penelitian terdapat angka-angka dalam nominal uang, akan tetapi itu bukan hasil dari penelitian kuantitatif tetapi sifatnya hanya sebagai penunjang¹⁴.

Metode analisis yang digunakan bersifat induktif, yaitu dengan menganalisis berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi data yang diperoleh dari perusahaan serta

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm.231

¹²Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), hlm.143.

¹³*Ibid.* Hlm 13.

¹⁴Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif Ancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-ilmu Sosial, Pendidikan dan humaniora*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm.61.

membandingkan dengan teori yang telah dipelajari, kemudian dari analisa tersebut dapat diambil kesimpulan dan saran¹⁵.



¹⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm.244-245.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Strategi yang digunakan oleh Bprs Buana Mitra Perwira kantor kas Bukateja adalah *Strategy of Publicity* yaitu melakukan kampanye untuk penyebaran pesan dan penelitian mempunyai peranan sangat penting sebagai kegiatan pendukung dalam melaksanakan , baik untuk memperoleh data, fakta lapangan mengenai citra perusahaan, persepsi, pandangan, dan opini *public* secara akurat serta tanggapan khalayak sebagai target sasaran mengenai, pelayanan, program kerja, aktivitas perusahaan pada pandangan masyarakat . *Strategy of persuasion* dengan melakukan periklanan, pendekatan, sales promotion dan *Strategy of Image* yaitu dengan melakukan pembentukan citra, mengubah citra dan memperkenalkan perusahaan .

B. Saran

Pada tahap akhir penulisan tugas akhir ini, penulis akan memberikan sedikit tambahan saran :

1. Lebih mengutamakan profesionalisme dalam membangun citra perusahaan agar citra baik tercipta .

2. Lebih memperhatikan keluhan pelanggan pada saat nasabah mengalami kesulitan dalam bertransaksi sehingga citra baik akan semakin meningkat dimata nasabah dan masyarakat
3. Meningkatkan pelayanan kepada nasabah terutama untuk teller yang sering bertemu nasabah di kantor kas Bukateja Purbalingga .



DAFTAR PUSTAKA

- Arni, Muhammad., *Komunikasi Organisasi, Cetaklan ketujuh*, (Penerbit PT Bumi Aksara, Jakarta, 2005)
- Beard, Mike., *Manajemen Departemen Public Relations*, Edisi Kedua, (Penerbit Erlangga, Jakarta, 2001)
- David, Fred R. *Manajemen Strategis Konsep- Konsep*.(Terj.Kresno Saroso.2003.Ed.9.Indeks Jakarta.)
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat. Suatu Study Komunikologis. Cetaklan ke tujuh*.(Bandung: Remaja Rosdakarya)
- Gita Danupratana, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syari'ah*,(Jakarta: Salemba)
- Hendri Suhendi, dkk, *BMT dan Bank Islam*, (Bandung, Pustaka Bani Quraisy, 2004). Cet, pertama
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations, Edisi Kelima*. (Jakarta: Erlangga)
- jobdeskripsi.blogspot.co.id/2013/10/deskripsi-kerjatugas-legal-officer.html.
- mujahidinnimeis.wordpress.com
- Rhenald Kasali. *Manajemen Public Relations*. PT.Pustaka Utama Grafiti, Jakarta 2003. hal.35
- Rosady Ruslan. *Kampanye Public Relations ; Kiat dan strategi*. (Raja Grafindo Persada. Jakarta, 2005). Hal.54
- Silih Agus Wasana, *Strategi Public Relations* ,(Jakarta :Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal. 253.
- Sukarto Reksohadiprodjo, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: BPFE, 1987), hlm. 11.
- Sumber berasal dari wawancara : Tri Widari, S.E
- www.aujy.ac.id/lowongan/detail/pt-pustaka-insan-madani-asisten-manajer-pemasaran/.

www.bprsbmp.com/ di akses pada tanggal 27 Feb. 17

www.google.com/search=tugas+dan+tanggung+jawab+asissten+operasional

www.gurupendidikan.com/pengerian-fungsi-tugas-dan-tanggung-jawab-supervisor-secara-lengka/

www.jobdesc.net

www.lokerbandaaceh.com/2015/06/supervisor/.

yasintadian817.wordpress.com/2013/08/26/pengertian-kearsipan-tujuan-kearsipan-tugas-pokok-unit-kearsipan-dan-maslah-masalah-dalam-pengelolaan-arsip/.

