

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bagi sebuah perusahaan instansi, citra positif ini sangat penting karena nantinya akan membentuk kepercayaan dimata publik untuk turut bergabung menggunakan produk buatan lembaga tersebut. Apabila citra perusahaan negatif, dapat mempengaruhi menurunnya penjualan produk dan ketidakpercayaan masyarakat terhadap instansi tersebut.

Kebutuhan masyarakat yang terus berkembang dan teknologi informasi yang semakin canggih menuntut pihak perusahaan harus melakukan perbaikan kinerja, restrukturisasi organisasi dan kepentingan bisnis agar mampu bersaing dengan tangguh dan tetap eksis. Kompetisi antar bank semakin ketat produk yang ditawarkan perusahaan dirasakan sama oleh masyarakat. Tidak ada yang membedakan, yang membedakan adalah soal pelayanan (*service*) kepada nasabah, sekarang ini melakukan transaksi pinjaman pengajuan kredit kendaraan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan.

Pada perusahaan, terdapat banyak kendala yang sering dihadapi oleh perusahaan. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan adalah masalah hubungan (*Relationship*) serta masalah komunikasi yang sering kali membuat terjadinya *miss communications*. Hubungan dan masalah komunikasi itu menjadi permasalahan yang sering terjadi di dalam perusahaan seringkali terjadinya kebingungan dalam membina suatu hubungan. Bagaimana membangun dan mengembangkan hubungan yang baik antara berbagai perusahaan, nasabah, maupun masyarakat publik demi tercapainya tujuan dari perusahaan. Karena itu, untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh perusahaan tersebut, peran *public relations* sangat diperlukan.

Banyak permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan dalam membina hubungan antara internal dan eksternal, seperti bagaimana membangun dan

mengembangkan hubungan yang baik antara *stakeholder eksternal* seperti organisasi maupun masyarakat. Maka dari itu, untuk mengatasi masalah yang dihadapi di perusahaan peran *public relations* sangat diperlukan.

Keberhasilan terhadap pemberian pelayanan yang baik ditentukan oleh bagaimana kualitas pelayanan masyarakat. Terdapat 12 Cabang Mandiri Utama *Finance* (MUF) di Daerah Jabodetabek yang tersebar di beberapa daerah untuk memudahkan debitur untuk melakukan pembayaran, pengajuan kredit, pengurusan bpkb dan sebagainya. Mandiri Utama Finance cabang Ciputat sudah terdapat banyak sumber penjualan dari berbagai *showroom*, *dealer*. Pengajuan dan pelayanan cepat tertarik disuatu perusahaan. Untuk mengetahui sistem pelayanannya dapat menyesuaikan sesuai pendapatan dari nasabah secara lokasi begitu strategis, dan termasuk Instansi *Finance* terbesar di Jabodetabek, dengan suku bunga yang lebih rendah .

Citra adalah tujuan pokok bagi suatu organisasi atau perusahaan. Pengertian citra itu sendiri abstrak, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari penilaian, baik semacam tanda *respect* dan hormat dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap organisasi atau perusahaan tersebut dilihat sebagai sebuah badan usaha yang dipercaya, professional dan dapat diandalkan dalam pembentukan pelayanan yang baik. Tugas *Public Relations* itu sendiri adalah menciptakan citra organisasi yang di wakilinya sehingga tidak menimbulkan isu-isu yang merugikan.

Mengamati permasalahan yang sering terjadi antara perusahaan dengan nasabah maupun dengan organisasi, perlu penanganan khusus oleh pihak perusahaan agar permasalahan itu tidak terulang kembali guna menjaga nama baik perusahaan di hadapan publik, akan tetap dilihat dari seberapa banyaknya nasabah yang ingin melakukan transaksi multiguna di perusahaan ini, karena dengan itu dapat terciptanya kepercayaan nasabah yang bisa membantu peran *public relations* dalam mendorong *image* atau citra tetap baik dimata publik.

PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat sangat mempunyai budaya organisasi yang mampu mendorong prestasi suatu perusahaan yaitu *ETHIC*

(*excellence, teamwork, humanity, integrity, dan customer focus*). *Excellence*; bekerja keras, cerdas, tuntas dengan sepenuh hati untuk memberikan hasil terbaik. *Teamwork*; aktif, bersinergi untuk sukses bersama. *Humanity*; peduli, ikhlas, memberi maslahat dan mengalirkan berkah bagi negeri. *Integrity*; jujur, taat, amanah dan bertanggung jawab. *Customer Focus*; berorientasi kepada kepuasan pelanggan yang berkesinambungan dan saling menguntungkan dukungan otomatisasi sistem yang terintegrasi. Sebagai perusahaan induk, PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat akan mendukung pengembangan bisnis seluruh perusahaan anak sebagai bagian dari strategi integrasi Mandiri *Group* melalui jaringan bisnis yang luas dengan basis nasabah yang besar untuk mensinergikan seluruh perusahaan anak di bawah Mandiri *Group*.

Mandiri Utama *Finance* (MUF) merupakan perusahaan pembiayaan dimana merupakan salah satu anak perusahaan bank terbesar di Indonesia, yaitu Bank Mandiri Tbk. Orientasi bisnis MUF adalah peningkatan volume nasabah beserta pembiayaan yang signifikan, dengan.

Dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa dimana kualitas layanannya sangat diperhitungkan orang saat memilih merk jasa mana yang akan dipilih, maka dari itu perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus benar-benar teliti dan mempunyai *standart* instansi nya tersendiri agar pelayan-pelayan yang bekerja di instansi yang bergerak di bidang jasa ini dapat melayani konsumen dengan standart operational perusahaan yang ada. Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan yang tersirat.

Peran *Public Relations* serta citra perusahaan dalam suatu instansi akan sangat terlihat jika suatu organisasi terlihat aktif, bertanggung jawab dan menciptakan manfaat bagi masyarakat, maka orang-orang akan tertarik untuk bergabung dan akan simpatik pada perusahaan. Hal yang sebaliknya, jika suatu perusahaan bernuansa tidak aktif, tidak didukung penuh oleh anggota perusahaan maka kemungkinan sukses nya kecil. (Syahputra, 2013: 8).

Peningkatan kualitas pelayanan akan diharapkan juga dapat meningkatkan citra perusahaan. Reputasi dari sebuah perusahaan di definisikan dari sebuah persepsi atas kualitas yang berkaitan dengan perusahaan. Sebuah perusahaan juga dapat mempengaruhi pembelian sebuah produk jasa, sebab pembelian dan jasa tidak hanya dipengaruhi pelayanan itu sendiri, tetapi faktor citra perusahaan tersebut ikut berpengaruh .

PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat memiliki suatu tujuan khusus, salah satu nya adalah membentuk persepsi tentang jasa terhadap citra perusahaan untuk meningkatkan suatu kepercayaan kosumen PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat terhadap perusahaan, yang memberikan pelayanan multiguna. Hal ini dikarenakan persepsi yang positif akan dapat menumbuhkan kenyamanan dalam diri konsumen terhadap citra perusahaan yang digunakannya, sehingga mampu menerima kehadiran perusahaan dan senantiasa berusaha untuk tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan di atas, Penulis ingin mengkaji lebih jauh “ Peran *Public Relations* PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat Dalam Mempertahakan Citra Perusahaan ”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Peran yang dilakukan *public relations* PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat dalam mempertahankan citra perusahaan ?
2. Citra *public relations* PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat dalam membangun citra perusahaan ?

C. Pembatasan Masalah

Melihat identifikasi masalah yang diuraikan sebelumnya dan menghindari luasnya masalah yang diteliti. Penelitian ini memberikan batasan sesuai judul yang ada yaitu: Peran *Public Relations* PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.

D. Rumusan masalah

“ Bagaimana Peran *Public Relations* PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat Dalam Mempertahakan Citra Perusahaan? ”

E. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Peran *Public Relations* Sebagai Penasihat Para Ahli PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan?
2. Peran *Public Relations* Sebagai Fasilitator Komunikasi PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan ?
3. Peran *Public Relations* sebagai Fasilitator Proses Pemecah Masalah PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan?
4. Peran *Public Relations* sebagai Teknisi Komunikasi PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan?

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya konsep dan perkembangan dalam ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan *public relations* dan aktifitas *public relations* dalam membentuk suatu citra yang positif.

1. Manfaat Teoritis

Dengan melakukan penelitian ini, menambah pemahaman peran dan fungsi *public relations* dalam membangun citra positif dalam suatu perusahaan

serta berkontribusi signifikan pada ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan *Public Relations*.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan yang berarti sekaligus evaluasi terhadap aktualisasi penerapan *public relations* dalam mempertahankan citra perusahaan, diharapkan dapat memberikan manfaat pada masyarakat terkait peran *public relations* PT Mandiri Utama *Finance* cabang Ciputat