

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain karena mereka memiliki kebutuhan, kapasitas, dan seperangkat kebiasaan berdasarkan hal-hal tersebut. Manusia adalah makhluk sosial, dan kita saling membutuhkan untuk berkembang. Oleh karena itu, agar manusia dapat memenuhi perannya dalam kehidupan sosial, manusia harus menggunakan simbol-simbol untuk mengkomunikasikan pikiran dan perasaannya satu sama lain.

Pekerjaan diperlukan makhluk sosial seperti manusia karena memberikan kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan yang tidak terpisahkan dengan makna hidup. Mengelola kehidupan seseorang dalam masyarakat berdasarkan jaringan posisi dan perilaku yang dengan sendirinya dapat berubah melalui interaksi dinamis adalah satu-satunya cara bagi manusia untuk bertahan hidup. Perkembangan kegiatan yang berlangsung terus menerus yang ditandai dengan interaksi dan kerjasama pada akhirnya bermuara pada terbentuknya suatu wadah yang disebut dengan organisasi.¹ Komunikasi diperlukan untuk melakukan interaksi dan kerjasama dalam organisasi agar berhasil.

¹ Liliweri, Alo. (2006). Wacana Komunikasi Organisasi. Bandung: Mandar Maju. Rosdakarya. Hal.12

Manusia dan makhluk sosial lainnya melakukan komunikasi sebagai sarana interaksi. Dalam komunikasi, seseorang dapat berbagi apa saja mulai dari ide, permintaan, hingga saran hingga pesanan. Effendy mendefinisikan komunikasi sebagai proses dimana seseorang menyampaikan kepada orang lain atau beberapa orang suatu pesan yang terdiri dari gabungan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, keyakinan, harapan, himbuan, dan sebagainya, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan, atau pendapat penerima.² Ketika dua orang atau lebih bertukar ide dan informasi, masing-masing mempelajari detail baru dan dapat membentuk opini mereka sendiri. Tidak mungkin memisahkan komunikasi dari sisa keberadaan manusia. Setiap tindakan kita disertai dengan semacam komunikasi, apakah itu disengaja atau tidak. Komunikasi terjadi sepanjang waktu: ketika kita melakukan percakapan dengan orang lain, ketika kita pergi ke toko atau perpustakaan untuk belajar, dan bahkan ketika kita menjadi anggota suatu kelompok.

Public Relations merupakan kegiatan komunikasi yang berhubungan dengan hal-hal yang berkaitan dengan manajemen, yakni mengamankan arah dan tujuan perusahaan atau organisasi menuju sasarannya. Untuk itu, public relations perlu melibatkan diri dalam perumusan rencana strategis dan memahami posisi perusahaan dalam setiap kondisi. Public relations juga perlu memahami konflik yang ada di antara

² Effendy, Onong Uchjana. (2009). Ilmu Komunikasi, teori & Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal.60

pihak-pihak dalam perusahaan dan rencana yang dimiliki oleh setiap bagian dalam organisasi serta turut membentuk arah perusahaan dengan memberikan pandangannya tentang masa depan dan opini dari masyarakat.

Hubungan antara perusahaan dan masyarakat serta lingkungan sekitar merupakan kunci utama dalam membentuk arah perusahaan kedepannya. Salah satu cara untuk meningkatkan dan mempertahankan hubungan yang harmonis dengan public khususnya dan masyarakat umumnya adalah pencitraan dari internal perusahaan. Pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan tersebut antara lain masyarakat, media, atau perusahaan lain dan juga satu hal yang menjadi perhatian perusahaan.

Para pemimpin perusahaan bertanggung jawab atas semua komunikasi internal. Berarti berbicara dengan orang-orang di dalam dan di luar perusahaan Anda untuk membantu menyelesaikan sesuatu.³ Salah satu tanggung jawab manajemen yang paling mendasar adalah memastikan jalur komunikasi yang efektif di dalam dan di antara organisasi masing-masing. Komunikasi dalam suatu perusahaan mengacu pada tindakan menyampaikan informasi, ide, pemikiran, pendapat, dan rencana satu sama lain dari satu bagian bisnis ke bagian lain.⁴ Ketika ada komunikasi yang buruk atau tidak ada dalam suatu organisasi, hal-hal dapat menjadi tersumbat dan tidak terorganisir. Di sisi lain, ketika ada komunikasi yang memadai, segala sesuatunya berjalan secara efisien dan efektif.

³ Ibid., Hal.214

⁴ Muhammad, Arni. (2009). Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara. Hal.40

Salah satu definisi perusahaan menggambarkannya sebagai “perkumpulan yang dibentuk oleh sekelompok orang atau masyarakat, baik yang terdaftar secara resmi/badan hukum maupun bukan badan hukum/bukan badan hukum, dengan tujuan sebagai sarana partisipasi masyarakat dalam pembangunan bangsa dan negara”. Menurut Rogers, organisasi didefinisikan sebagai "sistem mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tugas bersama, melalui pangkat dan pembagian tugas." Individu yang membentuk sistem ini berkolaborasi untuk mencapai tujuan mereka. Salah satu cara untuk menggambarkan pentingnya peran komunikasi dalam suatu organisasi adalah dengan membandingkannya dengan aliran darah melalui tubuh makhluk hidup. Jika organisasi diibaratkan sebagai tubuh makhluk hidup, maka komunikasi dapat dianggap sebagai urat nadi organisasi.

Selain itu, proses komunikasi dalam perusahaan terkenal sulit karena tingkat kerumitan yang tinggi. Masalah muncul dalam komunikasi, sebagian besar, karena kesulitan yang melekat dalam mengirim dan menerima informasi. Komunikasi dalam suatu perusahaan adalah proses yang sulit karena banyak bagian yang bergerak yang membentuk keseluruhan. Aliran informasi dalam suatu organisasi tidak terbatas pada satu arah; itu dapat melakukan perjalanan naik dan turun hierarki, serta sisi ke sisi di antara anggota stafnya sendiri.

Membangun suasana saling pengertian adalah satu-satunya fungsi terpenting yang dilayani komunikasi dalam proses perusahaan (saling

memahami). Singkatnya, harus ada kesetaraan tidak hanya dalam hal pengalaman tetapi juga dalam referensi yang digunakan. Komunikasi memegang peranan penting dalam pembentukan iklim organisasi, yang pada gilirannya berpengaruh pada pembentukan budaya perusahaan, yang terdiri dari nilai-nilai inti dan keyakinan yang dipegang oleh organisasi. Melalui komunikasi, interaksi dan kerjasama manusia dalam perusahaan akan dapat berfungsi secara kongruen dan kondusif bagi arus aktivitas yang dinamis. Dengan pola komunikasi yang sehat yang terjalin antara bisnis dan klien, tidak dapat dihindari bahwa tujuan perusahaan akan tercapai. Komunikasi adalah kunci untuk mencapai saling pengertian ini, yang tidak diragukan lagi dapat diperoleh melalui percakapan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pola adalah "bentuk (atau struktur) yang telah ditentukan sebelumnya" (www.kbbi.com). Sedangkan komunikasi adalah tindakan memberi makna pada pesan yang dipertukarkan antara orang-orang. Oleh karena itu, pola komunikasi dalam hal ini dapat dipahami sebagai pola interaksi antara dua orang atau lebih dimana pesan dipertukarkan dan dipahami secara benar.⁵

Pemerintah Indonesia memiliki 100% saham di PT Permodalan Nasional Madani (Persero), sebuah perusahaan milik negara. Dengan menggunakan kapabilitas berdasarkan kelayakan usaha dan prinsip ekonomi dasar, PT Permodalan Nasional Madani (PT PNM) bertugas

⁵ Op.Cit.,

memberikan solusi pembiayaan bagi UMKM. Akibatnya, PT Permodalan Nasional Madani (PNM) menggunakan strategi baru ketika berkolaborasi dengan bank dan lembaga keuangan serupa lainnya. Organisasi PT Permodalan Nasional Madani (PNM) terbagi dua: PNM Ulamm dan PNM Mekaar. PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Ulamm mengkhususkan diri dalam memberikan pinjaman modal usaha dalam skala besar, dengan fokus mewajibkan peminjam untuk memberikan agunan atau jaminan. Istilah "Ulam" mengacu pada "Unit Layanan Modal Mikro", akronim untuk nama lengkapnya. Berbeda dengan nama Mekaar yang hanya merupakan perluasan dari frasa "Membangun Ekonomi Keluarga Sejahtera", frasa "Membangun Ekonomi Keluarga Sejahtera" Misi PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Membangun Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaar) adalah memastikan perempuan berpenghasilan rendah memiliki akses modal usaha tanpa kebutuhan akan agunan atau jaminan.

Salah satu bentuk PT Permodalan Nasional Madani (PNM) yang dikenal sebagai Permodalan Nasional Madani (PNM) Membangun Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaar) melibatkan pembentukan program kerja dengan tujuan ganda mendorong pertumbuhan ekonomi dan membantu anggota masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup mereka. Semua orang di lingkungan sekitar dapat berpartisipasi dalam program ini jika mereka mau. Di Permodalan Nasional Madani (PNM) Membangun Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaar), layanan pemberdayaan yang diberikan terutama ditujukan untuk perempuan yang menjalankan usaha

mikro dan diberikan dalam pengaturan kelompok. Diharapkan bahwa sistem kelompok tanggung jawab bersama, yang merupakan nama yang diberikan untuk sistem kelompok, akan memecahkan masalah kurangnya akses perempuan terhadap pembiayaan ketika datang ke operasi usaha mikro mereka. Agar pelanggan dapat memenuhi harapan yang ditetapkan untuk mereka, mereka harus dapat berhasil mengoperasikan dan mengembangkan bisnis mereka, yang pada akhirnya akan membantu meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Account Officer (atau singkatnya AO) mengacu pada individu atau tim dalam industri asuransi yang ditugaskan untuk mengembangkan bisnis. *Account officer* membutuhkan sarana komunikasi yang efektif, baik dengan atasan, bawahan, departemen lain, atau bahkan *account officer* lainnya. Karena kebutuhan komunikasi yang efektif, *Account Officer* mengembangkan mode interaksi mereka sendiri yang berbeda dengan dunia.

Agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik, *account officer* di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Membangun Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaar) Syariah Beji Depok diharapkan memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan atasan, nasabah, dan rekan kerja. Kemampuan *Account Officer* untuk berkomunikasi secara jelas dan efektif dengan atasan, pelanggan, dan sesama *Account Officer* sangat penting untuk memastikan bahwa pesan yang dimaksud diterima tanpa kesalahpahaman. Namun, *Account Officer* tidak selalu dalam posisi untuk memenuhi

tanggung jawab ini. Eksekutif Akun mungkin, misalnya, berbicara dalam jargon yang sulit dipahami oleh klien mereka. Ini karena arus umum informasi yang diterima *Account Officer* dari atasan, bawahan, departemen lain, dan rekan kerja. Hal ini dikarenakan *Account Officer* hadir dalam konteks perusahaan.

Dalam beberapa kasus, sangat penting bagi *Account Officer* untuk memiliki informasi yang akurat, dan ini dapat dipengaruhi oleh pola komunikasi yang dia terima. Dalam proses komunikasi antara *account officer* yang bekerja di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Membangun Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaar) Syariah Beji Depok, kepercayaan dan keterbukaan informasi adalah dua hal terpenting. Petunjuk mengenai pekerjaan, serta informasi yang dibagikan satu sama lain, dapat menjadi contoh informasi yang mungkin diterima oleh *Account Officer*.

Ketika mencoba mengembangkan pola komunikasi yang dinamis, tidak dapat dihindari bahwa akan ada tantangan dan masalah yang harus diatasi selama proses komunikasi. Ada penghalang fisik antara *Account Officer* dan atasannya karena dia takut apa yang akan mereka pikirkan tentang dia jika dia mengirim pesan negatif kepada mereka. Kantor pengawas terletak di lantai tiga, sedangkan karyawan lainnya bekerja di lantai dua. *Account Officer* khawatir tentang keamanan pekerjaannya, jadi dia menghindari mengirim sinyal negatif kepada bawahannya. Saat berkorespondensi dengan *Account Officer* lainnya, jangan mengirim reputasi *Account Officer* akan terganggu sebagai akibat dari situasi tersebut,

dan akan sulit bagi atasan untuk mengetahui masalah apa pun di dalam kantor *Account Officer*.⁶

Kesulitan lain muncul setiap *Account Officer* berkomunikasi dengan bawahannya di organisasi. *Account officer* seringkali menggunakan bahasa yang berbeda dengan bahasa yang diucapkan bawahannya saat berkomunikasi dengan bawahannya. Hal ini dapat menyebabkan bawahannya menerima data yang tidak benar.⁷ Hal ini karena *Account Officer* biasanya memiliki pendidikan yang lebih tinggi daripada orang yang mereka bantu. Masalah lain adalah bahwa *Account Officer* sering merasa sulit untuk secara terbuka mendiskusikan pengalaman kerja mereka satu sama lain karena sifat kompetitif tempat kerja mereka. sudah ada sebelumnya dalam jajaran Manajer Akun.

Account officer, yang memainkan peran kunci dalam mengembangkan bisnis, perlu memiliki cara berkomunikasi yang efektif dan menarik dengan klien. Pertumbuhan PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Membangun Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaaar) Syariah, serta pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan, dapat terhambat jika pola komunikasinya cacat sedemikian rupa sehingga komunikasi yang terjalin tidak baik dan kurang dinamis.

Penerapan pola komunikasi yang tepat akan menumbuhkan iklim kepercayaan di antara rekan kerja, yang pada gilirannya akan mengarah

⁶ Joseph A. DeVito. 1997. Komunikasi Antarmanusia. Professional Books. Jakarta. hal.347

⁷ Ibid. hal.348

pada kinerja karyawan sesuai standar yang ditetapkan oleh organisasi. Sampai batas tertentu, itu menggambarkan cara orang berbicara satu sama lain di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Membangun Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaar) Syariah. Dalam model ini, pemimpin mendelegasikan wewenang kepada karyawan untuk menjalankan bisnis atau mencari solusi atas suatu masalah, dan semua orang yang terlibat di Kegiatan operasional PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Membangun Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaar) Syariah berkewajiban untuk saling menghormati dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

Seorang *Account Officer* harus dapat melihat keluhan saat ini, mengidentifikasi akar masalah, dan memahami hambatan komunikasi yang dihadapi pelanggan. Mereka juga harus dapat bekerja dengan pelanggan untuk menemukan solusi, memperhatikan setiap pelanggan, dan menjaga hubungan tetap kuat. tanggapan yang sesuai dari pelanggan untuk bisnis. Tujuan dari semua pekerjaan ini adalah untuk menanamkan rasa tanggung jawab untuk menemukan solusi yang paling memuaskan untuk masalah pelanggan.

Hal ini sejalan dengan tujuan dari mode komunikasi yang dominan, yaitu untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang bermakna dengan orang lain. Sebaliknya, jika *Account Officer* dan pelanggan tidak menjalin komunikasi rutin yang baik satu sama lain, mereka tidak akan dapat bekerja sama untuk mencari solusi atas masalah yang muncul dalam melayani pelanggan. Sebagai hasil dari pembentukan mereka, organisasi

akan dapat mencapai tujuannya secara tepat waktu dan efisien berkat komunikasi yang ditingkatkan.

Karena itu, mengingat konteks di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang, **“Pola Komunikasi Account Officer Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Nasabah UMKM di PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Membangun Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaar) Syariah Beji 2 Depok”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut: *“Bagaimana Pola Komunikasi Account Officer Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Nasabah UMKM di PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Membangun Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaar) Syariah Beji 2 Depok”*

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah:

Untuk mengetahui pola komunikasi *account officer* dalam membina hubungan baik dengan nasabah UMKM di PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Membangun Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaar) Syariah Beji 2 Depok.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Selain membuktikan kelayakan aplikasi teori, penelitian ini harus berkontribusi pada perluasan pengetahuan berkat kerangka teoretis yang digunakannya.

2. Manfaat Akademis

Mahasiswa dan dosen bidang ilmu komunikasi di FISIP-UNAS diharapkan dapat mengambil manfaat dari penelitian ini.

3. Secara Praktis

Studi ini memiliki aplikasi dunia nyata untuk kedua perusahaan tempat penelitian dilakukan dalam hal ini, PT PNM Mekaar Syariah Cabang Beji 2 Depok dan siapa pun yang tertarik dengan masalah *Account officer* yang terkait dengan membina hubungan positif dengan klien.

1.5 Sistematika Penulisan

Perlu adanya sistematika yang merupakan garis besar dan pedoman penulisan proposal, agar lebih mudah untuk melihat dan mengetahui topik pembahasan yang ada dalam seminar proposal ini secara keseluruhan. Hal ini akan memudahkan untuk memahami dan mengikuti seminar. Teknik penulisan skripsi memiliki 3 bagian, yaitu 1) Bagian Awal, 2) Bagian Isi, 3) Referensi, yaitu :

1) Bagian awal; Secara berurutan terdiri dari:

- a. Cover: Ditulis berurutan pada sampul adalah unsur-unsur berikut:
judul tesis, sub judul tesis, logo universitas, nama penulis (mahasiswa), persyaratan untuk mengajukan tesis dan penulisan untuk universitas, fakultas , dan tahun pembuatan sampul.
- b. Halaman isi, yang harus mencakup daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, halaman singkatan (jika ada), dan deskripsi tesis.

2) Bagian isi secara berurutan terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Secara garis isinya menguraikan beberapa sub-bab yang meliputi:

- a) **Latar Belakang Masalah:** menjelaskan mengapa penelitian dengan judul tersebut dilakukan dengan menguraikan konteks di mana penelitian itu dilakukan, seperti sejarah lapangan atau isu-isu terkini dalam praktik. Kemajuan sains atau tantangan dunia nyata adalah dua contoh yang menjelaskan masalah ini. Oleh karena itu, deskripsi kualitatif dan kuantitatif (fenomena) yang berasal dari temuan penelitian sebelumnya dan data sekunder dapat menjadi dasar untuk menetapkan masalah penelitian yang perlu ditangani. Ini karena sebagian besar studi dimulai dengan pertanyaan atau masalah yang perlu dijawab.
- b) **Perumusan Masalah:** merupakan penjabaran dari masalah yang telah dinyatakan secara konkrit; deskripsi yang diberikan harus terfokus, singkat, rinci, dan diajukan sebagai pertanyaan.

- c) **Tujuan Penelitian:** Ini menjabarkan pertanyaan yang akan dibahas dan bagaimana mereka akan diselidiki. Akibatnya, pertanyaannya bersifat deklaratif, singkat, dan transparan mengenai tindakan yang akan diambil dan hasil yang diharapkan sesuai dengan sifat masalah dan tujuan penelitian ini.
- d) **Kegunaan Penelitian:** Mengabaikan bentuk pertanyaan tentang potensi sumbangan hasil penelitian agar lebih spesifik, baik untuk pengembangan ilmu pengetahuan maupun untuk berbagai kegunaan praktis (objek penelitian).

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab II menyajikan penyelidikan teoritis yang memberikan dasar untuk penelitian ini. Pembentukan bab ini adalah mempelajari secara mendalam tentang konsepsi bahkan beberapa teori yang dianggap paling penting. Selain untuk mengidentifikasi berbagai teori yang memungkinkan penelitian ini dikembangkan atau diperdalam konteksnya, hal ini dilakukan agar tujuan penelitian dapat diperjelas dari perspektif literatur.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini, peneliti merinci langkah-langkah atau metode yang mereka ambil untuk sampai pada temuan mereka. Topik utama yang dibahas dalam isi metodologi penelitian adalah paradigma penelitian, pendekatan penelitian, sifat penelitian, sifat metode penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, penentuan informan, teknik analisis data, dan uji validitas data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan temuan studi dan dimulai dengan gambaran umum tentang latar belakang, misi, struktur, tanggung jawab, dan komponen perusahaan. Hasil kerja lapangan kemudian akan dibahas setelah dideskripsikan, dianalisis, dan diinterpretasikan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan temuan dan interpretasi yang diperoleh setelah pembahasan penelitian. Dalam rangka membina hubungan positif dengan nasabah UMKM di PT PNM Mekaar Syariah Beji 2 Depok, peneliti menggabungkan temuan dan kesimpulan dari analisis pola komunikasi *Account Officer*. Selain saran-saran praktis, para peneliti menawarkan rekomendasi teoretis dan praktis dengan harapan bahwa temuan penelitian ini akan berguna.

