**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

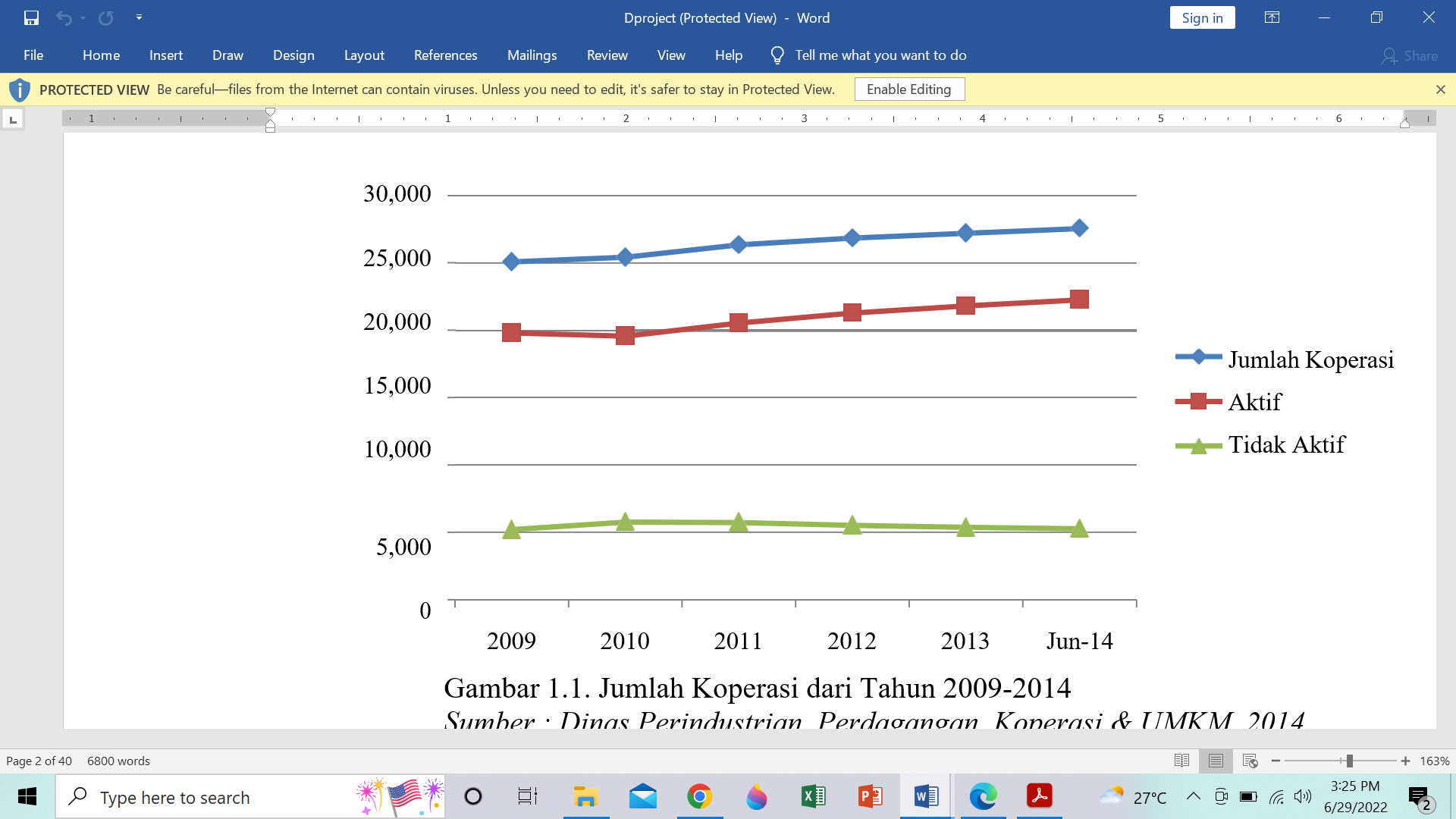
Kospin Jasa memiliki tujuan mensejahterakan anggota dan membangun tatanan perekonomian nasional serta sebagai penunjang perekonomian. Tingkat keamanan dan kenyamanan dana anggota atau calon anggota merupakan faktor utama dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Koperasi dimana hal ini dapat berpengaruh terhadap pencapaian kinerja perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Kemampuan Koperasi dalam beradaptasi dengan adanya perubahan lingkungan yang buruk seperti banyaknya Koperasi yang tidak aktif, persaingan antar lembaga keuangan baik Bank BUMN, Bank Swasta maupun lembaga keuangan lainya, serta persaingan peningkatan teknologi, diffrensiasi produk pesaing, pengembangan modal manusia pesaing. Hal ini mengharuskan Koperasi Simpan Pinjam perlu adanya perhatian khusus dalam meningkatkan keunggulan bersaing agar dapat memberikan pelayanan dan keamanan yang baik untuk masyarakat sehingga mampu membangun Koperasi yang lebih berkualitas.

Alasan peneliti mengambil tempat penelitian ini karena peneliti mengetahui perudahaan tersebut mempunyai karya yang besar dalam memberikan kontribusi bagi masyarakat dan mempunyai potensi pemimpinnya yang sangat berperan penting dalam kesuksesan perusahaan tersebut sehingga hal ini pantas dijadikan bahan untuk penelitian. Koperasi ini memiliki tujuan yaitu memberikan alternative solusi untuk dalam pencairan modal usaha. Serta memberikan kemudahan dalam mengelola Simpanan disertai beberapa fasilitas penunjang layanan online dan mampu memberikan beberapa inovasi produk dan terus mengikuti perkembangan teknologi sehingga tidak hanya bersaing dengan lembaga keuanggan Koperasi tapi juga mampu bersaing dengan lembaga keuangan Perbankan. Fasilitas yang diberikan untuk masyarakat meliputi : Simpanan, Pinjaman dan Layanan.

Ada kurang lebih 11 Produk Simpanan Kospin Jasa yang terdiri dari tiga jenis yaitu: Tabungan , Simpana dan Berjangka. Fasilitas inovasi dan teknologi juga diberikan untuk memudahkan transaksi seperti : layanan kasir keliling atau jemput setoran anggota dan calon anggota dengan cara realtime atau online secara langsung saat Anggota atau Calon Anggota melakukan sertoran, layanan ATM dengan berbasis chip teknologi untuk keamanan bertransaksi pembayaran non tunai, standar nasional kartu chip ini untuk keamanan transaksi 5 dan yang dapat memperikan proteksi lebih aman dari risiko yang timbul akibat skimming pada kartu berteknologi stip magnetik selain itu manfaat lainya adalah dapat mengefisiensikan biaya transaksi dan interoperability system pembayaran selain itu juga memberikan sistem keamanan dengan konfirmasi otomatis melalui SMS.

Hatta dalam Sitio (2001:17) mengatakan bahwa “Koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan, ekonomi berdasarkan tolong menolong.” Semangat tolong menolong tersebut didorong oleh keinginan memberi jasa pada kawan berdasarkan seorang buat semua dan semua buat seorang.” Dari pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa koperasi mengandung dua unsur, yaitu unsur ekonomi karena tujuan dari koperasi adalah untuk mencapai kesejahteraan anggota, sedangkan unsur social terlihat dari adanya asas yang dijunjung dalam koperasi, yakni asas kekeluargaan yang menjungjung tinggi semangat tolong menolong antar sesama.

Jawa Tengah memiliki jumlah koperasi sebanyak 27.572 unit yang tersebar diseluruh kota. Koperasi aktif sebanyak 22.279 unit, koperasi tidak aktif sebanyak 5.293 unit.



Gambar 1.1. Jumlah Koperasi dari Tahun 2009-2014

*Sumber : Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi & UMKM. 2014*

Gambar grafik di atas menunjukan bahwa perkembangan koperasi dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan. Jumlah koperasi yang aktif juga menunjukan angka yang menggembirakan, meskipun terjadi penurunan di tahun 2010, namun di tahun 2011-2014 koperasi aktif terus menerus mengalami peningkatan. Jumlah koperasi tidak aktif mengalami penurunan mulai dari tahun 2012-2014, hal tersebut menjadi salah satu bukti bahwa eksistensi koperasi di masyarakat masih sangat di akui dan diminati.

Perkembangan koperasi yang semakin meningkat tentu akan memberikan dampak positif bagi anggota pada khususnya, masyarakat dan perekonomian pada umumnya, terbukti sampai dengan 2014 masyarakat yang terdaftar sebagai anggota koperasi sebanyak 6.878.580 orang. Tenaga kerja yang mampu di serap oleh koperasi sampai dengan tahun 2014 sebanyak 122.318 orang, aset yang dimiliki koperasi sebesar Rp. 37,378 triliun serta omset yang dimiliki koperasi mencapai Rp. 27, 863 triliun (Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi & UMKM. 2014).

Persaingan usaha koperasi dengan perusahaan di luar koperasi akan terus bergejolak seiring dengan kebutuhan manusia yang semakin kompleks. Hal tersebut akan menguji eksistensi koperasi, sampai sejauh mana bisa bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain, berbagai strategi harus di terapkan untuk menjaga kelangsungan hidup koperasi. Perlu disadari bahwa keberhasilan maupun kegagalan koperasi dan organisasi lain adalah dari bagaimana koperasi tersebut mampu menganalisa kondisi eksternal maupun internal dan mampu memanfaatkan keadaan tersebut menjadi peluang yang dapat digunakan untuk menunjang keberlangsungan koperasi.

Koperasi simpan pinjam (KSP) adalah koperasi yang bergerak dalam usaha pembentukan modal melalui tabungan para anggota secara teratur dan terus menerus untuk kemudian dipinjamkan kepada para anggota dengan cara yang mudah, murah, cepat dan tepat untuk tujuan produktif dan kesejahteraan. Produk utama dari koperasi simpan pinjam adalah simpanan dan pinjaman. Koperasi simpan pinjam sebagai lembaga keuangan non bank memiliki pesaing diantaranya adalah lembaga keuangan bank dan lembaga kuangan non bank lainnya, dimana masing-masing dari pesaing memiliki keunikan sendiri dalam hal usaha yang dikembangkan dan strategi dalam menetapkan target. Strategi bisnis diterapkan oleh koperasi untuk memusatkan bagaimana cara bersaing dalam dunia bisnis. Analisis dan pemilihan strategis yang dilakukan oleh koperasi akan membangun sebuah fase dari proses manajemen strategis dimana manajer dan seluruh pengurus koperasi memilih strategi usaha yang memungkinkan usaha koperasinya dapat mempertahankan atau menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage)* yang membedakan koperasi tersebut dengan koperasi lainnya di benak para nasabahnya.

Sejalan dengan hal tersebut penelitian yang dilakukan oleh Shin (2001) yang berjudul *Strategies For Competitive Advantage In Electronic Commerce* bahwa “perusahaan mengembangkan strategi bisnis dalam rangka untuk memperoleh keunggulan kompetitif yaitu meningkatkan keuntungan atas pesaingnya.” Penelitian tersebut memberikan kekuatan bahawa keunggulan bersaing (*competitive advantage)* dapat memposisikan perusahaan agar menjadi perusahaan yang tidak rentan dalam menghadapi persaingan, sehingga hal tersebut dapat diadopsi oleh koperasi agar tetap memiliki posisi ditengah pasar persaingan. Keunggulan kompetitif akan lemah, jika kreativitas dan inovasi dari perusahaan atau koperasi tersebut *stagnan,* kreativitas dan inovasi dalam hal ini sangat diperlukan bagi koperasi guna mengembangkan dan menumbuhkan persaingan.

Oleh karenanya, paradigma bagi para pelaku usaha harus mampu merubah seni dan budaya yang berada di sekitarnya menjadi suatu yang menguntungkan bagi suatu masyarakat, yaitu budaya berbasis kewirausahaan. Paradigma tersebut dibangun untuk membudayakan masyarakat agar menjadi masyarakat yang kreatif dan mandiri. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sutapa (2014) “Industri kreatif akan memiliki keunggulan bersaing bila pelaku usaha mampu mengembangkan ide kreatif dan mewujudkan dalam bentuk inovasi (produk, pelayanan, pasar dan teknologi) yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Demikian juga kinerja yang optimal akan dapat dicapai bila industri kreatif memiliki keunggulan bersaing dengan melakukan inovasi untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dibanding pesaing dan mampu memberikan kepuasan bagi konsumen.

Selain menciptakan keunggulan bersaing, koperasi harus memiliki inovasi produk yang beragam dengan ciri khas tersendiri. Pearce dan Robinson (2008:522) menyebutkan “inovasi adalah komersialisasi awal penemuan dengan menghasilkan dan menjual suatu produk, jasa, atau proses baru.” Pendapat tersebut meberikan penguatan bahwa koperasi dalam mengembangkan usahanya harus secara terus-menerus melakukan inovasi baik dari segi produk, layanan, proses maupun yang lainnya. Lembaga keuangan bank yang memiliki sistem prosedur yang baku, sulit untuk menyentuh masyarakat kecil. Pasalnya masyarakat yang ingin memperoleh pinjaman modal dari bank harus melalui prosedur panjang dan menyertakan jaminan yang cukup besar, dengan modal pinjaman yang diberikan relatif kecil, hal tersebut mempersulit masyarakat kecil dalam memperoleh pinjaman modal. Melihat peluang tersebut, koperasi dengan prinsipnya ekonomi kerakyatan mampu merangkul para pemodal kecil untuk mengembangkan usahanya dan memperkenalkan kesadaran berekonomi di masyarakat, serta menggerakan sumber-sumber ekonomi baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang masih belum atau kurang dimanfaatkan menjadi suatu kekuatan produktif yang menghasilkan nilai tambah.

Pada awal berdiri sampai dengan tahun 2002 Kospin Jasa masih menjalankan usaha dengan pola konvensional, kemudian dalam rangka pengembangan usaha Kospin Jasa membuka layanan keuangan yang berdasarkan pada prinsip syariah. Pengembangan usaha tersebut didasarkan pada kecenderungan kebutuhan anggota dan calon anggota terhadap pelayanan pendanaan (simpanan) dan pembiayaan (pinjaman) yang berdasarkan pada pola syariah serta semakin tumbuh dan berkembangnya lembaga keuangan yang berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah di Indonesia. Berdasarkan kebutuhan tersebut, kemudian pada Rapat Anggota Tahunan (RAT) ke 28 pada tahun 2002 mengamanatkan kepada Kospin Jasa untuk membuka layanan keuangan yang berdasarkan pada prinsip syariah, kemudian anggal 17 Agustus tahun 2004 Kospin Jasa dengan layanan syariah resmi didirikan.

Sebagai upaya untuk menjaga aspek syariah dalam operasionalnya, Kospin Jasa layanan Syariah pada tanggal 10 Februari 2009 telah mendapatkan Sertifikasi Koperasi Syariah dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Hal ini membuktikan, bahwa manajemen kospin jasa layanan Syariah berusaha secara optimal agar segala produk layanan yang ditawarkan kepada anggota dapat terpercaya dan sesuai dengan fatwa-fatwa yang telah ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.

Diresmikannya Kospin Jasa dengan pola syariah pada tahun 2004, maka *core* bisnis yang dijalankan bertambah menjadi dua pola yaitu simpan pinjam dengan pola konvensional dan simpan pinjam dengan pola syariah. Pengembangan usaha yang dilakukan oleh Kospin Jasa tidak hannya berhenti pada peresmian Kospin Jasa dengan pola keuangan syraiah, selanjutnya Kospin Jasa merintis usaha pelayanan kepada Tenaga Kerja Indonesia (TKI) khusus untuk industri di Malaysia melalui kerjasama antara Kospin Jasa dengan salah satu usaha anggota dan perusaahaan di Malaysia dalam bidang remiten (kirim uang) dan pembiayaan yang telah berkembang dan mempunyai prospek yang menjanjikan. Kospin Jasa selain fokus pada *core* bisnisnya dalam pengembangan usaha, hal lain yang diperhatikan adalah aktifitas pelayanan pinjaman atau pembiayaan mulai dari proses analisa, pencairan sampai dengan pelunasan dengan berpedoman dengan sistem kehati-hatian diharapkan mampu meminimalisir terjadinya pinjaman atau pembiayaan yang bermasalah, dengan tanpa mengurangi kecepatan, ketetapan dan keamanan pelayanan. Untuk tetap mempertahankan eksistensinya Kospin Jasa menciptakan inovasi-inovasi produk baru yang dikolaborasi dengan perkembangan *information and technology* (IT) serta disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan anggota. Salah satu inovasi layanan yang dikolaborakikan dengan perkembangan IT adalah layanan M-Jasa yaitu sebuah layanan yang dihadirkan demi memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam mengakses berbagai transaksi anggota kapanpun dan dimanapun, dengan inovasi tersebut pada tahun 2014 Kospin Jasa mendapat penghargaan pemenang rekor bisnis koperasi yaitu sebagai koperasi pertama yang menggunakan tablet secara *real time* dengan bukti struk dan notifikasi SMS untuk setiap transaksinya.

Pengembangan usaha yang dilakukan oleh Kospin Jasa tidak terbatas pada produk usaha, guna memberikan pelayanan yang maksimal kepada anggota, pada Rapat Anggota Tahunan (RAT) ke-42 sampai akhir 2015 Kospin Jasa memiliki sarana kantor konvensional dan syariah berjumlah 127 unit, terdiri dari 105 unit layanan konvensional dan 22 unit layanan syariah yang tersebar di berbagai kota di Indonesia. Jumlah karyawan sebanyak 1.369 orang dengan tingkat pendidikan yang beragam, anggota yang terdaftar sebanyak 12.407 orang, dengan aset yang dimiliki sebesar Rp. 4,5 triliun dan omzet Rp. 422 riliun.

Ditengah ketatnya persaingan usaha baik dari perbankan maupun non- perbankan, Kospin Jasa membuat berbagai strategi baik dari sisi penguatan budaya kerja, membangun citra perusahaan secara terus-menerus, maupun optimalisasi penyedia sarana prasarana yang berada di berbagai wilayah di Indonesia. Kemudian langkah strategisnya adalah perbaikan sistem tekhnologi informasi untuk memudahkan pelayanan kepada para anggotannya. Kospin Jasa sebagai sebuah perusahaan simpan pinjam tentunya menghadapi banyak tantangan dan persaingan usaha baik tradisional maupun non tradisional lembaga pembiayaan. Diharapkan peranan kehumasan mampu menambah daya saing perusahaan untuk menghadapi kompetisi yang semakin ketat.

Berdasarkan uraian di atas menarik untuk diteliti strategi dalam meningkatkan citra Kantor Kospin Jasa Syariah Kota Tegal dan juga adanya kenyataan bahwa untuk membina hubungan kerja yang harmonis antara sesama pegawai yang terkait dalam institusi maupun dengan *stakeholders*/pengguna jasa yang berkepentingan tersebut tidak lepas dari tanggung jawab pelaksanaan tugas Humas. Hal ini melatarbelakangi penulis mengangkat judul skripsi: “***Strategi*** ***Humas KOSPIN JASA SYARIAH KOTA TEGAL (Studi Kualitatif KOSPIN JASA SYARIAH untuk menunjang Visi dan Misi Perusahaan”.***

* 1. **Fokus dan Pertanyaan Penelitian**
     1. **Fokus Penelitian**

Untuk menghindari berbagai macam argumentasi, serta penafsiran berbeda- beda yang akan ditimbulkan setelah membaca tulisan ini serta untuk mencegah kesimpangsiuran penjelasan dan pokok permasalahan yang terdapat di dalam judul, maka perlu di tentukan fokus penelitian.

Dalam penelitian ini, Strategi Humas Kantor Kospin Jasa Syariah Kota Tegal dalam meningkatkan citra positifnya adalah berfokus pada :

**“BAGAIMANA STRATEGI YANG DILAKUKAN OLEH HUMAS KOSPIN JASA SYARIAH KOTA TEGAL UNTUK MENUNJANG VISI DAN MISI PERUSAHAAN”**

* + 1. **Pertanyaan penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan untuk melihat bagaimana Strategi Humas dalam meningkatkan citra Kantor Kospin Jasa Syariah Kota Tegal untuk menunjang Visi dan Misi Perusahaan, maka penulis memberikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk strategi Humas Kantor Kospin Jasa Syariah Kota Tegal dalam meningkatkan citra positifnya?
2. Apakah faktor pendukung dan penghambat pada pelaksanaan strategi Humas Kantor Kospin Jasa Syariah Kota Tegal dalam meningkatkan citra positifnya sebagai penunjang Visi dan Misi Perusahaan?
   1. **Tujuan Penelitian**
3. **Tujuan Penelitian**
4. Untuk mengetahui Strategi Humas Kantor Kospin Jasa Syariah Kota tegal dalam meningkatkan citra positifnya sebagai penunjang visi misi perusahaan.
5. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat pada pelaksanaan strategi Humas Kantor Kospin Jasa Syariah Kota Tegal dalam meningkatkan citra positifnya.
   1. **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan teoretis dan kegunaan praktis, yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi. Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan teoretis dan kegunaan praktis, yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi.

* + 1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoretis dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

* + - 1. Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, menambah pengetahuan dan pengalaman, serta menambah wawasan tentang aplikasi teori-teori dalam komunikasi yang peneliti dapat selama kuliah di prodi Ilmu Komunikasi khususnya dalam meneliti dan menganalisa tentang praktek kehumasan.

* + - 1. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dengan topik yang berkaitan dengan penelitian ini, baik yang bersifat melanjutkan atau melengkapi.

* + 1. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan

informasi yang bermanfaat bagi:

* + - 1. Peneliti

Sebagai dasar pemahaman lebih lanjut dalam memahami teori yang telah diperoleh, sehingga dapat lebih mengerti dan memahami secara praktis bagaimana persepsi yang timbul dalam masyarakat.

* + - 1. Pihak lain

Peneliti ini diharapkan menjadi sumber pengetahuan bagi phak-pihak lain yang berkepentingan secara praktis terhadap topik yang dibahas dalam penelitian ini.