

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di negara Indonesia masih bisa bersaing ditengah pesatnya ekonomi global yang terus meningkat. Konsumsi masyarakat memegang peran utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dengan pertumbuhan sebesar 5,1% pada kuartal ketiga tahun 2023. Kinerja yang sangat positif ini didukung oleh daya beli masyarakat yang stabil berkat tingkat inflasi yang terkendali. Perputaran perekonomian di Indonesia difasilitasi oleh lembaga intermediasi keuangan yaitu Bank, yang didirikan dengan kewenangan menerima simpanan uang, meminjamkan uang dan menerbitkan promes atau yang disebut *bank note*. Banyaknya industri perbankan pada saat ini membuat persaingan antar bank menjadi kompetitif. Kehadiran model bisnis baru mendorong persaingan bank makin ketat (Liputan6.com, 2023). Bank konvensional yang harusnya hanya berhadapan dengan bank digital, kini bank juga harus bersaing dengan fintech ataupun bigtech. Tentu hal ini akan membentuk ekosistem baru di sektor jasa keuangan, serta akan mengubah peta persaingan dan landscape industri jasa keuangan di masa depan. Oleh karena itu, bank memiliki fleksibilitas pada layanan yang mereka tawarkan, lokasi tempat mereka beroperasi, dan tarif yang mereka bayar untuk simpanan deposan untuk membuat daya tarik nasabah tersendiri.

Bank pertama di Indonesia yaitu bernama *Bank Van Courant en Van Leening*, bank ini memiliki tugas untuk memberikan pinjaman dengan jaminan emas, perak, perhiasan dan barang-barang berharga lainnya. Namun sayangnya pada tahun 1818 *Bank Courant en Bank Van Leening* terpaksa tutup karena krisis keuangan dan setelahnya, didirikanlah *De Javasche Bank* yang menjadi cikal bakal Bank Indonesia. Pada 1999, Bank Indonesia ditetapkan sebagai Bank Sentral yang bersifat independen. Tujuan BI antara lain yaitu mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah dan menghapuskan tujuan sebagai agen pembangunan.

Hingga saat ini BI masih terus beroperasi dan menjalankan fungsinya untuk memelihara kestabilan nilai rupiah melalui pengelolaan bidang moneter, sistem pembayaran dan stabilitas sistem keuangan.

Selain Bank Indonesia, Indonesia masih memiliki beberapa macam Bank lain, salah satunya adalah Bank BTPN. Bank BTPN adalah salah satu bank yang terbentuk di kota Bandung pada tahun 1985 dengan nama PT Bank Pegawai Pensiunan Militer (Bapemil). Bank ini awalnya hanya memberi pinjaman kepada pensiunan TNI. Pada tahun 1990, bank ini mendapat izin untuk beroperasi sebagai bank komersial. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) merupakan Bank Milik Swasta Nasional. Bank Milik Swasta Nasional merupakan bank yang seluruh atau sebagian besar keuntungannya akan menjadi milik swasta nasional. Sebagai Bank Swasta Nasional, maka Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) memiliki aktivitas pelayanan operasional kepada nasabah, baik berupa simpanan maupun pinjaman. Namun, aktivitas utama Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) adalah tetap mengkhususkan kepada pelayanan bagi para pensiunan dan pegawai aktif, karena target market Bank Tabungan Pensiunan Nasional adalah para pensiunan.

Pada tahun 2023 silam, Bank BTPN mendapat *awarding best public relations* 2023 bersama dengan 5 bank lain diantaranya Bank BNI, Bank BCA, Bank CIMB Niaga, Bank BRI dan Bank Mandiri (Aloysius Lewokeda, 2023). Ini adalah kali pertama Bank BTPN mendapatkan *award* untuk public relations setelah tahun-tahun sebelumnya hanya mendapatkan *awards* pada jasa *customer service* dan teknologi informasi. Acara *Awarding* ini diselenggarakan oleh redaksi Warta Ekonomi di Thamrin *Nine Ballroom*, Jakarta Pusat dengan mengusung tema “*Winning Economic Growth through Consistent Collaboration*”. Tujuan dari acara ini adalah redaksi Warta Ekonomi bermaksud untuk mengapresiasi peran dan fungsi public relations dalam meningkatkan kualitas perusahaan di tengah persaingan yang ketat. Tidak hanya di kategori perbankan, Warta Ekonomi juga memberikan penghargaan kepada kategori lain seperti Manufaktur, Industri Pangan dan Pupuk, Telekomunikasi, Otomotif, Pertambangan, Farmasi dengan total 113

perusahaan yang dinilai memiliki *public relations* yang sangat baik. Bank BTPN sendiri mendapatkan penghargaan sebagai *Best Public Relations in Company Management on Expanding Mass Market Product and Services*. Berdasarkan olahan pra riset peneliti, perkembangan Public Relations (PR) Bank BTPN dari dulu hingga sekarang menunjukkan perubahan signifikan, terutama dalam cara mereka berinteraksi dengan publik dan memanfaatkan teknologi. PR Bank BTPN di masa lalu lebih mengandalkan media tradisional seperti surat kabar, majalah, dan siaran televisi untuk membangun citra dan menyampaikan informasi kepada publik. Aktivitas PR lebih fokus pada pemberitaan melalui media mainstream dan komunikasi langsung dengan media massa. Sedangkan, PR Bank BTPN kini memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk berkomunikasi dengan audiens yang lebih luas. Mereka aktif di media sosial seperti Instagram, Twitter, dan LinkedIn untuk menyampaikan pesan, berbagi cerita inspiratif, dan meningkatkan interaksi dengan nasabah, terutama generasi muda. Selain itu, Bank BTPN juga kini berfokus pada inovasi digital banking. Berdasarkan laporan tahunan bank BTPN tiap tahunnya sampai tahun 2023 silam, segmen usaha retail banking memiliki sejumlah unit bisnis utama, yaitu digital banking (Jenius dan BTPN Wow), retail lending business, wealth management business, dan micro business. Unit-unit bisnis tersebut menyediakan beragam produk dan jasa, baik konvensional maupun digital. Produk konvensional yang ditawarkan oleh Bank, mulai dari deposito berjangka, tabungan, reksa dana, Sinaya Prioritas, kredit pensiun, kredit usaha mikro dan sebagainya. Sedangkan produk digital, yang ditawarkan tabungan flexi saver, deposit maxi saver, pinjaman Flexicash, Jenius Pay dan sebagainya. Sedangkan untuk layanan adalah safe deposit box, weekend banking, aplikasi Jenius, moneytory dan sebagainya. Setiap tahunnya Bank BTPN mempunyai tantangan tersendiri dalam memperluas pasar produk dan jasa, seperti tahun 2020 sampai 2021 silam harus berhadapan dengan pandemi covid-19, dan pada tahun 2022 silam harus berhadapan dengan ketidakpastian ekonomi akibat perang Rusia dan Ukraina. Selain itu, Bank juga berhadapan dengan potensi tingginya risiko produk serta jasa keuangan Bank digunakan sebagai sarana tindak pidana pencucian uang, pendanaan teroris, dan proliferasi senjata pemusnah massal.

Bank BTPN memiliki prinsip yang diterapkan dalam pengadaan barang produk dan jasa adalah bersifat efektif, efisien, terbuka, transparan, bersaing, adil, dan akuntabel. Pengadaan produk dan/atau jasa korporasi disentralisasi di kantor pusat. Pengadaan barang dan/atau jasa pada Bank merupakan kegiatan untuk memperoleh produk dan/atau jasa yang prosesnya dimulai dari perencanaan kebutuhan sampai diselesaikannya seluruh kegiatan untuk memperoleh produk dan/atau jasa.

Setiap organisasi komersial atau perusahaan yang berorientasi pada profit tentu akan terus mencari cara untuk mengkomunikasikan keunggulan produknya agar dapat memberikan manfaat yang lebih besar. Saat mengkomunikasikan keunggulan produk, selanjutnya akan berhubungan dengan cara dan siapa yang melakukannya. Membangun sebuah perusahaan atau lembaga, baik lembaga pendidikan, lembaga perbankan, lembaga sosial dan sebagainya sangat diperlukan sebuah citra positif, karena citra positif yang berada di lembaga atau perusahaan sama-sama menandakan bahwa keberadaannya di pandang dengan baik oleh masyarakat. Citra positif sangatlah penting untuk dimiliki oleh lembaga atau perusahaan agar rasa percaya masyarakat atau konsumen terus meningkat, sehingga masih ingin bekerja sama dengan sebuah lembaga dan masih ingin menggunakan barang dan jasa dari sebuah perusahaan, apabila citra positif ini sudah mulai memudar, sebaiknya segera dibangun kembali rasa kepercayaan masyarakat. Keberadaan sebuah lembaga atau perusahaan pada dasarnya sangat diperlukan oleh masyarakat, setiap lembaga atau perusahaan pasti memiliki kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan suatu barang ataupun jasa dan sangat bergantung pada kebutuhan masyarakat atau konsumen. Oleh sebab itu, sudah seharusnya bagi sebuah lembaga atau perusahaan untuk membangun sebuah citra positif agar masyarakat tetap ingin menggunakan barang dan jasanya. Citra positif yang ada pada lembaga dan perusahaan ini dapat berbentuk karena adanya peran suatu divisi, yaitu “Hubungan Masyarakat” atau lebih dikenal dengan sebutan *Public Relations*. Humas pada suatu Perusahaan bisa dibilang sangat krusial karena tanpa kehadirannya suatu lembaga atau perusahaan bisa tak dikenal oleh masyarakat. Dengan kata lain, Humas mampu menjembatani hubungan antara lembaga atau perusahaan dengan masyarakat atau konsumen. Selain itu public relations

menjalankan salah satu fungsinya sebagai komunikator produk demi keberlangsungan berdirinya perusahaan ditengah-tengah tantangan yang datang. Program perusahaan harus disebarluaskan ke internal maupun eksternal perusahaan agar dapat terjalannya suatu program yang terencana.

Berdasarkan pemaparan mengenai tantangan yang terjadi dalam perusahaan BTPN dan berhasil bertahan sampai sekarang serta mendapatkan *awarding best public relations* untuk pertama kalinya pada tahun 2023 silam, maka penulis terinspirasi dan tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Strategi *Public Relations* Bank BTPN dalam Mempertahankan Citra Perusahaan” menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penulisan di atas, penulis akan menggunakan penulisan secara kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis pada konsep strategi *public relations*. Penelitian ini akan menganalisis strategi *public relations* dari Bank BTPN.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti akan menyusun pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *public relations* Bank BTPN dalam mempertahankan Citra Perusahaan?
2. Apa hambatan yang didapatkan oleh *public relations* Bank BTPN dalam mempertahankan citra perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi public relations Bank BTPN dalam mempertahankan citra perusahaan.
2. Untuk mengetahui apa saja hambatan yang didapatkan oleh public relations Bank BTPN dalam mempertahankan citra perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan ada dua yakni manfaat akademis dan praktis sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk bahan penelitian lanjutan dan tambahan informasi dengan mengangkat tema yang sama seperti penelitian ini yaitu strategi *public relations* di dunia perbankan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat menjadi bahan evaluasi bagi Bank BTPN dan Bank lainnya di Indonesia dalam mengembangkan dan berinovasi pada program kehumasan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terdiri dari tiga bab dari BAB I sampai BAB V.

- A. **BAB I PENDAHULUAN:** Bab ini memberikan informasi dasar seperti latar belakang masalah, mengapa penelitian dilakukan, dan memberikan gambaran umum tentang apa yang dibahas dalam penelitian.
- B. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA:** Tinjauan pustaka mencakup penelitian terdahulu mengenai topik penelitian, dan sumber informasi utama adalah buku referensi terkait dan jurnal penelitian. Semua sumber tersebut berperan penting dalam merumuskan dan menyelesaikan pertanyaan penelitian. Bagian ini mengulas teori yang mendasari pengembangan teori dan model penelitian yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian, memperjelas arah

dan fokus penelitian. Bab ini juga menyajikan hasil penelitian sebelumnya. Tujuannya adalah untuk membangun landasan teori yang kuat dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik penelitian yang diteliti. Pada bagian ini, kita membahas teori umum dan teori khusus yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian ini.

- C. **BAB III METODE PENELITIAN:** Bab ini menjelaskan pendekatan, metodologi, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis hasil penelitian. Bab ini juga merinci bagaimana penelitian akan dirancang dan dilakukan, termasuk pendekatan yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan. Tujuan Bab 3 adalah untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang langkah-langkah spesifik yang diambil untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian. Metode penelitian memberikan landasan yang kuat untuk memahami bagaimana melakukan penelitian dan menghasilkan data untuk mendukung temuan dan hasil yang dibahas pada bab berikutnya.
- D. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN:** Bab ini memaparkan temuan-temuan yang diperoleh dari penelitian. Temuan ini kemudian dianalisis dan dihubungkan dengan teori atau penelitian sebelumnya. Pada bagian pembahasan, peneliti menginterpretasikan hasil penelitian, membahas keterbatasannya, serta menjelaskan implikasi praktis dari temuan tersebut. Tujuan utama dari bab ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang diteliti.
- E. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN:** Bab ini berisi ringkasan temuan utama dari penelitian yang menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian. Kesimpulan ini memberikan gambaran umum hasil penelitian. Sementara itu, bagian saran berisi rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, kebijakan, atau praktik yang terkait dengan temuan penelitian.