

Peran *public relation* dalam meningkatkan transparansi operasional perbankan syariah

Yuni Nisa Khamalia

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang;
e-mail: yuni.nisakhamalia@gmail.com

Kata Kunci:

public relation; perbankan syariah; komunikasi

Keywords:

public relation; Islamic banking; communication

ABSTRAK

Menganalisis peran (PR) dalam meningkatkan transparansi operasional perbankan syariah. Masalah penelitian meliputi bagaimana PR memastikan informasi operasional yang jelas dan transparan, tantangan yang dihadapi, dan efektivitas strategi PR dalam membangun kepercayaan masyarakat. Tujuannya untuk mengidentifikasi strategi komunikasi PR yang efektif, mengevaluasi efektivitasnya dalam membangun kepercayaan publik, dengan sasaran untuk memberikan kontribusi pada pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif

di sektor perbankan syariah. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis studi pustaka dan penelitian terdahulu. Data dikumpulkan melalui tinjauan literatur yang relevan untuk memahami peran Public Relations (PR) dalam meningkatkan transparansi operasional perbankan syariah. Hasil analisis diharapkan memberikan wawasan mengenai tantangan yang dihadapi PR dan efektivitas strategi komunikasi dalam membangun kepercayaan publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Public Relations (PR) memiliki peran krusial dalam meningkatkan transparansi operasional perbankan syariah. PR efektif dalam menyampaikan informasi yang jelas dan akurat, serta responsif terhadap umpan balik publik. Tantangan yang dihadapi meliputi kompleksitas informasi dan persepsi negatif masyarakat. Strategi komunikasi yang baik dapat membangun kepercayaan dan meningkatkan literasi masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa peran Public Relations (PR) dalam perbankan syariah sangat vital untuk meningkatkan transparansi dan membangun kepercayaan publik. PR berfungsi sebagai penghubung yang menyampaikan informasi dengan jelas dan akurat, sesuai dengan prinsip syariah. Melalui strategi komunikasi yang efektif, PR dapat mengatasi stigma negatif dan meningkatkan literasi masyarakat terhadap produk perbankan syariah.

ABSTRACT

Analyzes the role of (PR) in improving the transparency of Islamic banking operations. The research issues include how PR ensures clear and transparent operational information, the challenges faced, and the effectiveness of PR strategies in building public trust. The aim is to identify effective PR communication strategies, evaluate their effectiveness in building public trust, with the aim of contributing to the development of more effective communication strategies in the Islamic banking sector. This research method uses a qualitative approach with literature study analysis and previous research. Data was collected through a review of relevant literature to understand the role of Public Relations (PR) in improving the transparency of Islamic banking operations. The results of the analysis are expected to provide insight into the challenges faced by PR and the effectiveness of communication strategies in building public trust. The results show that public relations (PR) has a crucial role in improving the transparency of Islamic banking operations. PR is effective in delivering clear and accurate information, and is responsive to public feedback. Challenges faced include information complexity and negative public perception. A good communication strategy can build trust and increase public literacy towards Islamic banking products. The conclusion of this study confirms that the role of Public Relations (PR) in Islamic banking is vital to increase transparency and build public trust. PR functions as a liaison that conveys



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

information clearly and accurately, in accordance with sharia principles. Through effective communication strategies, PR can overcome negative stigma and increase public literacy towards Islamic banking products.

Pendahuluan

Peran Public Relations (PR) dalam meningkatkan transparansi operasional perbankan syariah semakin penting di tengah era digital dan tuntutan akan keterbukaan informasi. PR tidak hanya berperan sebagai penghubung antara bank dan publik, tetapi juga sebagai elemen kunci yang membantu membangun kepercayaan nasabah melalui komunikasi yang efektif. Pada dasarnya, transparansi operasional sangat penting dalam perbankan syariah karena sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang mengutamakan kejujuran, keterbukaan, dan akuntabilitas dalam setiap transaksi keuangan.

Dalam konteks perbankan syariah, PR berperan untuk memastikan bahwa setiap informasi terkait kebijakan, produk, dan layanan yang diberikan bank tersampaikan dengan jelas kepada masyarakat. Informasi yang akurat dan transparan ini dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap bank syariah. Menurut penelitian Fitrianisa et al. (2020) menunjukkan bahwa PR yang efektif mampu meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan layanan perbankan syariah, seperti mobile banking, melalui promosi yang tepat dan edukasi yang terus-menerus.

Lebih lanjut, transparansi operasional juga diperlukan untuk mendukung disiplin pasar, di mana keterbukaan informasi mengenai kinerja keuangan bank syariah dapat mempengaruhi keputusan pemangku kepentingan. Menurut penelitian, transparansi ini memungkinkan partisipan pasar, seperti investor dan nasabah, untuk memonitor risiko operasional dan mengambil keputusan yang lebih bijak dalam lingkungan perbankan syariah yang kompetitif, PR berperan penting dalam mengedukasi publik mengenai risiko dan kebijakan bank, sekaligus membangun citra positif melalui komunikasi strategis (Hasan, 2013).

Untuk memahami peran Public Relations (PR) dalam meningkatkan transparansi operasional perbankan syariah, terdapat beberapa rumusan masalah. Pertama, bagaimana PR dapat memastikan bahwa informasi terkait operasional bank tersampaikan dengan jelas dan transparan kepada publik?. Kedua, tantangan apa yang dihadapi PR dalam mengomunikasikan transparansi tersebut?. Terakhir, bagaimana efektivitas strategi PR dalam membangun kepercayaan masyarakat melalui komunikasi yang transparan?.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Public Relation dalam meningkatkan transparansi operasional perbankan syariah, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi PR dalam menyampaikan transparansi kepada pemangku kepentingan, serta mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi PR dalam membangun kepercayaan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kajian pustaka dan analisis terhadap penelitian terdahulu. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan strategi komunikasi yang

lebih efektif dalam sektor perbankan syariah, terutama dalam kaitannya dengan transparansi dan kepercayaan publik. Oleh karena itu, transparansi operasional perbankan syariah menjadi sangat penting dalam membangun kepercayaan masyarakat.

Pembahasan

Dalam mencapai transparansi tersebut, peran Public Relations (PR) sangat krusial, khususnya dalam menyampaikan informasi yang akurat dan tepat waktu kepada publik. Prinsip-prinsip dasar syariah, seperti keadilan (adl), kemashlahatan (maslahah), dan universalisme (alamiyah), memegang peranan penting dalam operasional perbankan syariah, terutama dalam meningkatkan transparansi dan keadilan. Keadilan menekankan pada hubungan yang adil dan seimbang antara semua pihak dalam transaksi, di mana perbankan syariah diwajibkan memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk, layanan, serta risiko yang mungkin terjadi.

Kemashlahatan berfokus pada kesejahteraan masyarakat, memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan membawa manfaat serta tidak merugikan pihak manapun. Universalisme, dengan inklusivitasnya, menjamin akses yang setara bagi seluruh lapisan masyarakat terhadap layanan perbankan syariah. Dengan penerapan transparansi yang baik, prinsip-prinsip ini menjadi dasar bagi perbankan syariah untuk menciptakan operasional yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga menjunjung tinggi kesejahteraan umum dan keadilan sosial (Boegiyati et al., 2024).

Public Relation (PR) dapat memastikan bahwa informasi operasional bank disampaikan secara jelas dan transparan kepada publik.

Menyampaikan Informasi Secara Jelas dan Transparan

Salah satu cara PR dapat memastikan informasi disampaikan dengan jelas adalah melalui penyampaian yang akurat dan tepat waktu. PR harus memastikan bahwa semua informasi mengenai kebijakan, kinerja keuangan, dan operasional bank disusun dengan jelas, sehingga mudah dipahami oleh publik. Sebagai contoh, PR BNI menempatkan transparansi sebagai salah satu prinsip utama dalam komunikasi dengan nasabah, dengan menjamin bahwa informasi yang disampaikan adalah akurat dan tepat waktu. Ini menciptakan kepercayaan di antara nasabah bahwa mereka mendapatkan gambaran yang jujur tentang kondisi bank (Derivanti & Anggraeni, 2023).

Responsif Terhadap Umpan Balik

Selain menyampaikan informasi dengan jelas, respons PR terhadap umpan balik dari publik juga menjadi aspek penting dalam menjaga transparansi dan membangun kepercayaan nasabah. Ketika ada kritik atau pertanyaan dari nasabah, PR harus segera merespons dengan memberikan penjelasan yang jelas dan tepat waktu. Hal ini tidak hanya membantu mengatasi masalah yang mungkin muncul tetapi juga menunjukkan bahwa bank peduli terhadap kebutuhan nasabahnya. PR BNI mendengarkan umpan balik dari nasabah dengan saksama dan berusaha membangun kepercayaan serta loyalitas (Derivanti & Anggraeni, 2023). Dengan demikian, transparansi dalam

komunikasi menjadi kunci untuk membangun hubungan yang kuat antara bank dan nasabah.

Penggunaan Berbagai Saluran Komunikasi

PR juga memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui media sosial, situs web resmi, dan publikasi lainnya, PR dapat menyebarluaskan informasi secara efektif. Misalnya, Bank Syariah Indonesia (BSI) menggunakan strategi digital public relations untuk mengoptimalkan publikasi kinerja dan prospektus bank (Wijaksono, 2022). Dengan cara ini, mereka dapat berinteraksi langsung dengan nasabah dan masyarakat umum, serta menerima umpan balik yang konstruktif.

PR menghadapi berbagai tantangan dalam mengomunikasikan transparansi operasional bank kepada publik.

Kompleksitas Informasi

Operasional bank syariah melibatkan prinsip-prinsip yang berbeda dibandingkan dengan bank konvensional, seperti akad syariah dan risiko bagi hasil. PR harus mampu menyederhanakan informasi ini agar dapat dipahami oleh masyarakat umum yang mungkin tidak familiar dengan terminologi keuangan syariah. Pengungkapan risiko dan transparansi pada bank syariah lebih ditekankan dibandingkan bank konvensional, tetapi masih banyak bank syariah yang kurang melakukan transparansi dan pengungkapan risikonya kepada publik (Hasan, 2013).

Persepsi Negatif dari Publik

Banyak masyarakat yang skeptis terhadap bank syariah, terutama jika mereka tidak memahami sepenuhnya bagaimana sistem operasionalnya bekerja. Hal ini diperburuk oleh kurangnya edukasi mengenai produk dan layanan keuangan syariah, yang menyebabkan rendahnya tingkat literasi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah². PR perlu mengembangkan strategi komunikasi yang efektif untuk mengatasi stigma negatif ini dan membangun citra positif (Hamizar et al., 2024).

Regulasi dan Standar yang Berubah

PR harus beradaptasi dengan regulasi dan standar yang sering berubah dalam industri perbankan syariah. Hal ini memerlukan pemahaman mendalam tentang kebijakan terbaru serta kemampuan untuk menyampaikan perubahan tersebut kepada publik dengan cara yang mudah dipahami. Ketidakpastian regulasi dapat menciptakan kebingungan di kalangan nasabah, sehingga PR harus proaktif dalam memberikan klarifikasi dan informasi terkini (Rachman et al., 2022).

Efektivitas strategi PR dalam membangun kepercayaan masyarakat bergantung pada kemampuan untuk melakukan komunikasi yang transparan.

Responsif Terhadap Krisis

Dalam situasi krisis, transparansi sangat penting. Respons yang cepat dan transparan dapat mengurangi dampak negatif dan mencegah kerusakan reputasi yang lebih besar. Dengan bersikap transparan, organisasi menunjukkan bahwa mereka siap

untuk mengakui kesalahan, mengambil tanggung jawab, dan bekerja untuk memperbaiki situasi. Ini tidak hanya membantu dalam mengelola krisis secara efektif tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik bahwa organisasi tersebut bertanggung jawab dan dapat diandalkan (Toha et al., 2023).

Keterbukaan dalam Komunikasi

Organisasi yang berkomunikasi secara terbuka dan jujur tentang kegiatan dan Keputusan mereka akan lebih mudah membangun kepercayaan dengan publik. Keterbukaan ini mencakup memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai kegiatan perusahaan, tujuan, dan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan menjadi transparan, organisasi dapat mengurangi spekulasi dan mencegah penyebaran informasi yang salah atau negative (Toha et al., 2023).

Evaluasi dan Pemantauan Kontinu

Untuk memastikan efektivitas strategi PR, penting untuk melakukan evaluasi dan pemantauan terus menerus. Hal ini membantu memastikan bahwa strategi-strategi yang diterapkan efektif dalam membangun kepercayaan masyarakat. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh TMJ menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang terbuka dan transparan dapat mereduksi isu-isu negatif terhadap perusahaan dan meningkatkan citranya (Toha et al., 2023).

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dengan demikian, peran PR dalam perbankan syariah tidak hanya penting untuk meningkatkan transparansi, tetapi juga dalam membangun hubungan jangka panjang yang didasarkan pada kepercayaan publik. PR berfungsi sebagai penghubung antara bank dan masyarakat, memastikan bahwa informasi mengenai kebijakan, produk, layanan, serta kinerja keuangan disampaikan dengan jelas, tepat waktu, dan akurat. Transparansi operasional ini penting, karena sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang mengutamakan keadilan, keterbukaan, dan akuntabilitas dalam setiap transaksi. Melalui strategi komunikasi yang efektif, PR mampu meningkatkan literasi masyarakat terhadap perbankan syariah dan mengatasi stigma negatif yang ada. Efektivitas PR juga dapat diukur melalui responsivitas terhadap umpan balik, penggunaan berbagai saluran komunikasi, dan adaptasi terhadap regulasi yang berubah.

Saran

1. Peningkatan Edukasi Masyarakat: Perbankan syariah dan tim PR-nya perlu lebih aktif dalam meningkatkan literasi masyarakat terkait produk dan layanan keuangan syariah. Melalui kampanye edukasi yang efektif, masyarakat dapat lebih memahami manfaat dan keunggulan perbankan syariah dibandingkan bank konvensional.
2. Penggunaan Teknologi Digital: PR perlu memaksimalkan penggunaan teknologi digital dan media sosial sebagai saluran komunikasi yang strategis untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun interaksi yang lebih efektif dengan nasabah.

3. Evaluasi Kontinu: Strategi PR harus dievaluasi secara terus-menerus untuk memastikan bahwa upaya transparansi yang dilakukan sudah mencapai target, khususnya dalam membangun kepercayaan masyarakat dan memperkuat citra positif bank syariah.
4. Kesiapsiagaan Menghadapi Krisis: Dalam situasi krisis, PR harus bersikap proaktif dan transparan untuk meminimalisir dampak negatif terhadap reputasi bank. Transparansi dalam menangani krisis akan meningkatkan kepercayaan publik terhadap komitmen bank dalam mengakui dan memperbaiki kesalahan.

Dengan langkah-langkah ini, PR perbankan syariah diharapkan dapat memainkan peran yang lebih efektif dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat posisi perbankan syariah di tengah persaingan industri keuangan.

Daftar Pustaka

- Abdul, A. R., Mandiri, D. P., Astuti, W., & Arkoyah, S. (2022). Tantangan perkembangan perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 352-365.
- Boegiyati, D., Segaf, & Parmujianto. (2024). Integrasi prinsip syariah dalam pengelolaan modal kerja dan keputusan pembiayaan: Tinjauan teoritis. *Jurnal Mu'allim*, 6(1), 134-149. <https://doi.org/10.35891/muallim.v6i1.3944>
- Derivanti, A. D., & Anggraeni, A. I. (2023). Peran public relations dalam membangun kepercayaan nasabah Bank Negara Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 1(3), 69-77. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i3.877>
- Hamizar, A., Tubalawony, J., & Yaman, A. (2024). Tantangan regulasi dan peluang manajemen keuangan syariah. *JICN (Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara)*, 1(1), 50-62. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>
- Hasan, H. (2013). Meningkatkan transparansi dan disiplin pasar perbankan syariah di Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 125-140. <https://doi.org/10.21580/economica.2013.4.1.775>
- Nisa, F., Rozza, S., & Muchtar, A. M. (2020). Peran public relations, kepercayaan, dan persepsi kemudahan dalam mendorong minat bertransaksi menggunakan mobile banking: Studi kasus pengguna mobile banking BNI Syariah di Kota Depok. *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.32722/acc.v7i1.2839>
- Toha, M., Anoh, E., & Iswadi. (2023). Strategi public relations dalam menangani pemberitaan negatif di media massa atas pengoperasian teknologi pionir Indonesia. *Technomedia Journal*, 8(2), 235-247. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2.2088>
- Wijaksono, D. B. (2022). Strategi digital public relation Bank Syariah Indonesia pada masa Covid-19. In *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 7(2).