

Peran public relation (pr) dalam mengelola hubungan investor di sektor perbankan

Rizal Ubaidilbar Agusty

Program studi Perbankan Syariah, Universitas Islam negeri Maulana Malik Ibrahim

Email: rizalbarbar7680@gmail.com

Kata Kunci:

Hubungan, Masyarakat, Perbankan, Investor Manajemen

Keywords:

Publi, Relation, Banking, investors, management

ABSTRAK

Dalam sektor perbankan, hubungan antara perusahaan dan investor sangat penting untuk membangun kepercayaan, menjaga reputasi, dan memastikan keberlanjutan perusahaan. Public Relation (PR) memiliki peran krusial dalam membina dan mengelola hubungan ini. Artikel ini membahas secara mendalam bagaimana peran PR dalam mengelola hubungan investor di sektor perbankan, mulai dari komunikasi yang transparan, manajemen krisis, hingga pengelolaan reputasi perusahaan. Dengan pendekatan komunikasi yang efektif dan strategi yang terencana, PR dapat membantu menciptakan kepercayaan yang berkelanjutan antara bank dan para investornya, yang pada gilirannya dapat mendukung stabilitas keuangan dan pertumbuhan perusahaan. Peran Public Relations (PR) menjadi sangat vital dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang harmonis dengan investor melalui komunikasi yang transparan, tepat waktu, serta pengelolaan persepsi dan reputasi perusahaan secara strategis

ABSTRACT

In the banking sector, relationships between companies and investors are very important to build trust, maintain reputation and ensure company sustainability. Public Relations (PR) has a crucial role in fostering and managing this relationship. This article discusses in depth the role of PR in managing investor relations in the banking sector, starting from transparent communication, crisis management, to managing company reputation. With an effective communication approach and a well-planned strategy, PR can help create sustainable trust between the bank and its investors, which in turn can support the company's financial stability and growth. The role of Public Relations (PR) is very vital in building and maintaining harmonious relationships with investors through transparent, timely communication, and strategic management of company perception and reputation.

Pendahuluan

Dalam industri perbankan, kepercayaan merupakan pilar utama yang menjadi dasar kelangsungan dan keberhasilan bisnis. Hal ini dikarenakan kepercayaan menjadi landasan bagi hubungan antara bank dengan para pemangku kepentingan, terutama investor yang memiliki peran vital dalam mendukung kebutuhan modal yang diperlukan oleh bank untuk menjalankan operasionalnya dan terus berkembang (Ramadhani et al., 2023). Tanpa adanya dukungan investor, bank akan kesulitan dalam mengembangkan portofolio bisnis, memenuhi kebutuhan modal, dan mempertahankan stabilitas keuangan. Oleh sebab itu, menjaga hubungan yang baik dengan investor tidak hanya penting, tetapi menjadi krusial bagi keberlanjutan bisnis bank di tengah persaingan industri yang ketat (Saputra, 2015).



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.

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

Dalam hal ini, Public Relation (PR) memainkan peranan kunci sebagai jembatan antara bank dan investor. Fungsi PR lebih dari sekadar menyampaikan informasi; ia menjadi perantara strategis yang memastikan komunikasi yang terjadi antara bank dan investornya berlangsung dengan lancar, transparan, dan dapat diandalkan (Anggraeni, 2024). Public Relation memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi terkait perkembangan perusahaan, laporan keuangan, serta kebijakan strategis perusahaan secara jelas dan tepat waktu kepada investor, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat berdasarkan data yang valid (Nova, 2009). Selain menyampaikan informasi, Public Relation juga berperan dalam menjaga dan membentuk persepsi publik terhadap bank (Zunaidi & Setiawan, 2021). Di dunia yang sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian, Public Relation harus mampu mengantisipasi dan menangani isu-isu yang berpotensi merusak reputasi bank, seperti ketidakpuasan investor, spekulasi pasar yang merugikan, hingga krisis keuangan yang mungkin muncul secara tiba-tiba. Dalam menghadapi situasi-situasi ini, PR tidak hanya berfungsi sebagai pengelola informasi, tetapi juga sebagai pelindung reputasi yang harus mampu merespons secara cepat, akurat, dan efektif (Gregory, 2005).

Dalam konteks yang lebih luas, peran Public Relation dalam mengelola hubungan investor tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi semata (Silviani, 2020). Tugas Public Relation mencakup pengelolaan persepsi publik secara strategis, membangun kepercayaan yang berkelanjutan melalui berbagai saluran komunikasi, dan menjaga agar hubungan antara bank dan investor tetap harmonis (Asnawi & Musowir, 2010). Public Relation juga harus memastikan bahwa setiap pesan yang disampaikan konsisten dengan visi, misi, serta tujuan jangka panjang perusahaan, sehingga dapat mendukung keberlanjutan bisnis dan memperkuat citra perusahaan di mata para pemangku kepentingan, khususnya investor (Firmansyah, 2024).

Pembahasan

Komunikasi yang Transparan dan Tepat Waktu

Salah satu fungsi utama Public Relations (PR) dalam menjaga hubungan dengan investor di sektor perbankan adalah memastikan bahwa komunikasi yang dilakukan bersifat transparan dan disampaikan secara tepat waktu. Investor memerlukan informasi yang akurat dan komprehensif untuk bisa mengambil keputusan investasi yang strategis (Des Derivanti & Anggraeni, 2023). Hal ini, PR bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh informasi penting, seperti laporan keuangan, kinerja operasional, strategi perusahaan, dan perencanaan bisnis bank, disampaikan secara efektif kepada investor melalui berbagai saluran komunikasi. Beberapa di antaranya termasuk laporan tahunan, presentasi khusus bagi investor, siaran pers, dan media lainnya yang relevan. Transparansi dalam penyampaian informasi sangat penting karena hal ini akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap manajemen bank. Misalnya, ketika bank menyampaikan laporan keuangan yang detail, mudah dipahami, dan komprehensif, hal ini menunjukkan bahwa bank memiliki integritas dalam mengelola keuangannya. Dengan transparansi ini, investor dapat mengevaluasi prospek bisnis perusahaan dengan lebih baik dan mengambil keputusan yang tepat, baik terkait investasi jangka panjang maupun keputusan strategis lainnya. Lebih lanjut, komunikasi

yang tepat waktu juga sangat penting dalam menciptakan iklim kepercayaan. Investor harus mendapatkan informasi secara langsung dan tepat pada waktunya, terutama ketika terjadi perubahan signifikan dalam kondisi pasar atau strategi bisnis bank. Ketika bank gagal menyampaikan informasi penting secara tepat waktu, ini dapat menyebabkan keraguan dan ketidakpercayaan di kalangan investor, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan mereka dalam mempertahankan investasi atau menariknya dari bank.

Pengelolaan Reputasi Perusahaan

Reputasi adalah aset yang sangat berharga dalam industri perbankan. Kepercayaan publik, termasuk para investor, sangat bergantung pada reputasi bank yang baik. Dalam hal ini, PR memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga dan mengelola reputasi perusahaan. Reputasi bank tidak hanya dibangun dari hasil kinerja keuangannya, tetapi juga dari bagaimana bank berinteraksi dengan masyarakat, investor, dan pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, PR harus dapat mengkomunikasikan nilai-nilai positif dari perusahaan secara efektif melalui berbagai inisiatif, salah satunya melalui program corporate social responsibility (CSR) yang dapat meningkatkan citra positif perusahaan di mata publik dan investor (Anggraeni, 2024). Kegiatan CSR yang dirancang dengan baik, seperti partisipasi dalam kegiatan sosial, lingkungan, atau pendidikan, dapat membantu memperkuat hubungan bank dengan masyarakat sekaligus menarik perhatian investor. Investor akan merasa lebih yakin untuk berinvestasi dalam bank yang tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga peduli terhadap kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan. Ini menciptakan persepsi positif yang secara tidak langsung meningkatkan minat investor untuk menanamkan modal di bank tersebut. Selain menciptakan reputasi positif, PR juga harus siap dalam menangani isu-isu yang dapat merusak citra bank. Isu seperti skandal keuangan, pelanggaran etika bisnis, atau penurunan kinerja keuangan dapat dengan cepat menggerus kepercayaan investor. Dalam situasi ini, PR perlu bertindak secara proaktif dengan strategi komunikasi yang dirancang untuk mengatasi masalah sebelum berubah menjadi krisis besar. PR harus mampu menjelaskan langkah-langkah yang diambil perusahaan untuk memperbaiki situasi, memberikan kejelasan tentang tindakan yang telah diambil untuk menghindari kejadian serupa di masa depan, dan meyakinkan investor bahwa bank tetap berkomitmen pada integritas dan keberlanjutan.

Manajemen Krisis

Tidak ada perusahaan yang sepenuhnya kebal terhadap krisis, terutama di sektor perbankan yang sangat dinamis. Krisis dapat datang dalam berbagai bentuk, seperti penurunan drastis nilai saham, kebocoran data, atau pengungkapan skandal keuangan yang dapat merusak citra perusahaan secara signifikan (Adrian Sutedi, 2014). Pada saat krisis, hubungan antara bank dan investornya menjadi sangat rentan. Dalam situasi ini, PR berperan sebagai garda depan dalam menjaga kepercayaan investor dan meminimalkan dampak negatif terhadap reputasi bank. PR harus siap memberikan informasi yang tepat dan jelas kepada investor selama krisis untuk mencegah kepanikan yang dapat menyebabkan reaksi pasar yang berlebihan. Ketika investor tidak mendapatkan penjelasan yang memadai mengenai penyebab krisis atau langkah-langkah yang diambil perusahaan untuk memperbaiki situasi, mereka mungkin mulai

kehilangan kepercayaan, yang dapat berujung pada penarikan investasi. Oleh karena itu, kecepatan dalam merespons krisis menjadi hal yang sangat penting. PR harus berkoordinasi dengan manajemen puncak untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan kepada publik dan investor sesuai dengan strategi pemulihan yang dijalankan oleh perusahaan. Selain itu, PR juga perlu memanfaatkan krisis sebagai peluang untuk memperbaiki dan membangun kembali reputasi bank. Setelah krisis teratas, PR harus mengomunikasikan upaya perbaikan dan perubahan yang dilakukan oleh bank untuk memastikan situasi serupa tidak terulang. Langkah-langkah pemulihan ini, jika dikomunikasikan dengan baik, dapat membantu mengembalikan kepercayaan investor dan bahkan meningkatkan reputasi perusahaan dalam jangka panjang.

Membangun dan Mempertahankan Hubungan Jangka Panjang

Menjaga hubungan baik dengan investor bukanlah tugas yang bisa dilakukan sekali waktu, melainkan merupakan proses yang membutuhkan upaya konsisten dan berkelanjutan. PR memiliki peran kunci dalam memfasilitasi dialog yang berkelanjutan antara manajemen bank dan para investornya (Erfina et al., 2023). Komunikasi yang efektif dan terbuka antara bank dan investor menjadi dasar yang kuat untuk membangun kepercayaan jangka panjang. Acara-acara seperti pertemuan tahunan, konferensi investor, dan roadshow sangat penting dalam membangun hubungan yang lebih personal dengan para investor. Acara ini memungkinkan investor untuk berinteraksi langsung dengan manajemen bank, memahami visi perusahaan, dan mendiskusikan strategi bisnis secara lebih mendalam. PR bertanggung jawab dalam merencanakan dan mengoordinasikan acara-acara ini, sehingga menciptakan lingkungan di mana dialog yang konstruktif dapat berlangsung. Dengan menjaga komunikasi yang terbuka dan transparan, PR membantu investor merasa terlibat dan dihargai, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap bank. PR juga harus memastikan bahwa investor merasa mendapatkan akses yang memadai terhadap informasi yang mereka butuhkan. Dengan menyediakan saluran komunikasi yang efisien, seperti email khusus investor, situs web yang informatif, dan laporan yang terperinci, PR dapat memastikan bahwa kebutuhan informasi investor terpenuhi dengan baik. Hal ini penting untuk memastikan bahwa hubungan yang dibangun bersifat jangka panjang dan saling menguntungkan.

Pemanfaatan Teknologi dan Media Digital

Perkembangan Pemanfaatan Teknologi dan Media Digital teknologi informasi dan media digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara PR berinteraksi dengan investor di sektor perbankan (Boediman, 2022). Dengan pemanfaatan situs web perusahaan, platform media sosial, dan aplikasi khusus investor relations, PR kini dapat menyampaikan informasi secara real-time kepada para investor. Informasi seperti laporan keuangan terbaru, perubahan kebijakan, atau pengumuman strategis lainnya dapat diakses dengan cepat oleh investor, yang memungkinkan mereka untuk selalu mendapatkan informasi terkini. Teknologi digital juga memungkinkan PR untuk berkomunikasi dengan investor secara lebih personal dan interaktif. Media sosial, misalnya, memungkinkan PR untuk merespons pertanyaan atau kekhawatiran investor secara langsung dan publik, sehingga menciptakan dialog yang lebih transparan. Aplikasi investor relations juga memberikan akses mudah bagi investor untuk

mendapatkan informasi penting, yang pada akhirnya meningkatkan transparansi dan memperkuat hubungan antara bank dan investornya. Selain itu, teknologi digital memungkinkan pelaporan keuangan dan presentasi kepada investor menjadi lebih interaktif dan mudah dipahami. Misalnya, presentasi visual yang disertai dengan infografis, video, atau grafik interaktif membantu investor memahami data keuangan dengan lebih baik. Penggunaan teknologi ini tidak hanya meningkatkan transparansi, tetapi juga memperkuat reputasi bank sebagai institusi yang modern, inovatif, dan berkomitmen pada keterbukaan informasi bagi investornya.

Kesimpulan

Dalam industri perbankan, kepercayaan merupakan pilar utama yang menopang keberhasilan bisnis dan menjaga hubungan antara bank dengan para pemangku kepentingan, terutama investor. Peran Public Relations (PR) menjadi sangat vital dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang harmonis dengan investor melalui komunikasi yang transparan, tepat waktu, serta pengelolaan persepsi dan reputasi perusahaan secara strategis. PR bertindak sebagai jembatan antara bank dan investor, memastikan bahwa informasi penting seperti laporan keuangan, kinerja operasional, dan kebijakan strategis disampaikan dengan jelas dan komprehensif. Transparansi dan ketepatan waktu dalam penyampaian informasi menjadi faktor utama dalam menciptakan kepercayaan, yang membantu investor dalam membuat keputusan investasi yang tepat. Selain itu, PR juga bertanggung jawab untuk menjaga reputasi bank di mata publik dan investor melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) serta respons cepat terhadap potensi krisis yang dapat merusak citra perusahaan.

Lebih lanjut, PR memainkan peran kunci dalam mengelola hubungan jangka panjang dengan investor. Dengan memfasilitasi dialog terbuka dan menyediakan akses yang mudah terhadap informasi yang dibutuhkan, PR membantu menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara bank dan investor. Dalam dunia digital saat ini, pemanfaatan teknologi dan media digital juga memberikan kesempatan baru bagi PR untuk menyampaikan informasi secara real-time dan berinteraksi secara lebih personal dan interaktif dengan investor, yang pada akhirnya memperkuat transparansi dan reputasi perusahaan. Secara keseluruhan, PR memegang peranan sentral dalam menjaga hubungan positif antara bank dan investor, yang pada gilirannya mendukung kelangsungan dan pertumbuhan bisnis di tengah persaingan industri yang ketat.

Daftar Pustaka

- Adrian Sutedi, S. H. (2014). *Aspek hukum otoritas jasa keuangan*. RAS.
- Anggraeni, A. I. (2024). *peranan public relations pt bank uob tbk dalam meningkatkan kepercayaan nasabah melalui kegiatan csr*. Universitas Nasional.
- Asnawi, N., & Musowir, A. (2010). Relationship Marketing Dan Loyallitas Nasabah: Studi Pada Nasabah Bri Syariah Malang. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 14(2), 319–328.
- Boediman, E. P. (2022). Media Sosial sebagai Media Baru dalam Perspektif Praktisi Public Relations pada Era Generasi Milenial. *Avant Garde*, 10(02), 217–232.

- Des Derivanti, A., & Anggraeni, A. I. (2023). Peran public relations dalam membangun kepercayaan nasabah bank negara indonesia. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(3), 69–77.
- Erfina, E., Sari, S., & Octaviani, V. (2023). Implementasi Peran Public Relation Dalam Membangun Reputasi PT Cakrawala Dinamika Energi. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 2(3), 457–466.
- Firmansyah, F. B. (2024). *Strategi Public Relations dalam membangun Kemitraan Strategis untuk meningkatkan Citra Korporat (Studi Kasus Bandar Udara Internasional Jawa Barat)*. Universitas Islam Indonesia.
- Gregory, A. (2005). *Public Relations Dlm Praktek*. ESENSI.
- Nova, F. (2009). *Crisis public relations: bagaimana PR menangani krisis perusahaan*. Grasindo.
- Ramadhani, R., Arifa, A. Z., Asyika, V. N., & Putri, S. F. (2023). Etika Bisnis sebagai Pilar Utama dalam Perkembangan Bisnis PT BCA. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 3(10).
- Saputra, A. (2015). Peran Inkubator bisnis dalam mengembangkan digital startup lokal di Indonesia. *CALYPTRA*, 4(1), 1–24.
- Silviani, I. (2020). *Public relations sebagai solusi Komunikasi Krisis*. Scopindo Media Pustaka.
- Zunaidi, A., & Setiawan, H. (2021). Peran Marketing Public Relations Dalam Merawat Dan Mempertahankan Loyalitas Donatur Infaq. *Istithmar*, 5(2).