

Peran internal public relations dalam meningkatkan kepatuhan syariah karyawan: studi kasus bank muamalat indonesia

Marsheila Fithri Aisyah Nurahmani¹

¹ Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: elly83553@gmail.com

Kata Kunci:

Internal Public Relations;
Kepatuhan Syariah; Komunikasi Islami; Budaya Organisasi; Bank Muamalat Indonesia.

Keywords:

Internal Public Relations; Sharia Compliance; Islamic Communication; Organizational Culture; Bank Muamalat Indonesia.

ABSTRAK

Artikel ini mengulas peran strategis Internal Public Relations dalam meningkatkan kepatuhan syariah pegawai di Bank Muamalat Indonesia. Dengan pendekatan konsep yang diterapkan, penelitian ini mengkaji peran komunikasi internal berlandaskan nilai-nilai Islam dalam membangun budaya kerja yang religius serta integritas di dalam organisasi. Internal Public Relations tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi kebijakan, tetapi juga berperan sebagai sarana dakwah yang menanamkan nilai-nilai amanah, tabligh, dan ihsan di lingkungan kerja. Temuan penelitian menunjukkan bahwa aktivitas seperti pelatihan kepatuhan syariah, diskusi berkala, dan forum komunikasi internal memiliki peran krusial dalam meningkatkan

kesadaran spiritual serta tanggung jawab etis para karyawan. Komunikasi yang baik antara manajemen dan karyawan dapat meningkatkan loyalitas, transparansi, dan konsistensi pelaksanaan prinsip syariah. Internal Public Relations berperan sebagai elemen kunci dalam mempertahankan nilai-nilai Islam di institusi keuangan syariah dan memastikan tercapainya tujuan syariah (*maqasid syariah*) dalam kegiatan perbankan.

ABSTRACT

This article examines the strategic role of Internal Public Relations in enhancing employee Sharia compliance at Bank Muamalat Indonesia. Using a conceptual approach, this study examines the role of internal communication based on Islamic values in building a religious work culture and integrity within the organization. Internal Public Relations not only serves to convey policy information but also serves as a means of da'wah that instills the values of amanah, tabligh, and ihsan in the workplace. Research findings indicate that activities such as Sharia compliance training, regular discussions, and internal communication forums play a crucial role in enhancing employees' spiritual awareness and ethical responsibility. Good communication between management and employees can increase loyalty, transparency, and consistency in the implementation of Sharia principles. Internal Public Relations plays a key role in maintaining Islamic values in Islamic financial institutions and ensuring the achievement of Sharia objectives (*maqasid syariah*) in banking activities.

Pendahuluan

Public Relations (PR) dalam konteks institusi Islam memiliki pengertian yang lebih mendalam dibandingkan dengan hanya fungsi komunikasi organisasi. PR bukan hanya alat untuk mempertahankan citra luar, tetapi juga bertugas membangun kesadaran internal antara semua anggota organisasi agar nilai-nilai dan tujuan lembaga sejalan



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.

dengan prinsip-prinsip etika islam. (Kunci & Zahira Ramadhan, 2024) Di sektor perbankan syariah, komunikasi internal berfungsi sebagai alat krusial untuk meningkatkan kepatuhan syariag (shariah compliance) yang merupakan fondasi keabsahan seluruh aktivitas ekonomi. Bank Muamalat Indonesia sebagai pionir perbankan syariah di Indonesia memiliki posisi penting dalam menunjukkan kolaborasi antara profesionalisme perbankan kontemporer dan ajaran-ajaran Islam. Kepatuhan terhadap prinsip syariah bukan hanya tugas hukum yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI), melainkan juga wujud dan integritas moral yang harus dijunjung oleh setiap karyawan. (Karyanto, 2025) Oleh sebab itu, pelatihan internal yang berlandaskan nilai Islam menjadi kebutuhan yang mendesak supaya semua kegiatan operasional bank tetap sesuai dengan prinsip syariah.

Internal Public Relations (Internal PR) berfungsi sebagai penghubung utama dalam proses pengembangan tersebut. Dengan komunikasi yang dua arah, PR internal memiliki tanggung jawab menyampaikan informasi dari manajemen kepada karyawan dan sebaliknya menyampaikan harapan karyawan kepada para direktur. Pada institusi berbasis nilai seperti bank syariah, komunikasi ini memiliki aspek spiritual, karena setiap pesan tidak hanya terkait dengan efisiensi organisasi, tetapi juga berhubungan dengan moral dan tanggung jawab agama. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis secara konseptual dan praktis mengenai peran hubungan masyarakat Public Relations Internal dalam meningkatkan kepatuhan syariah para karyawan di Bank Muamalat Indonesia. Penelitian ini menerapkan pendekatan analisis konseptual, dengan mengkaji teori-teori komunikasi organisasi, manajemen PR internal, dan etika Islam, serta menghubungkannya dengan praktik yang dilakukan oleh Bank Muamalat. Kepentingan penelitian ini terletak pada pemahaman fungsi komunikasi internal bukan hanya sebagai sarana koordinasi, tetapi juga sebagai media untuk membentuk karakter spiritual dalam konteks kerja.

Pembahasan

Konsep Pokok Public Relations Internal dalam Organisasi

Public Relations Internal adalah satu aspek dari fungsi manajemen komunikasi yang menitikberatkan pada interaksi antara organisasi dan para pegawainya. PR internal dideskripsikan sebagai “planned communication between management and employees to create mutual understanding and cooperation.” Dengan kata lain, komunikasi yang diatur secara terencana untuk menciptakan pemahaman yang sama antara atasan dan karyawan. Dalam konteks Islam, komunikasi internal penting tidak hanya dari segi rasional tetapi juga dari segi spiritual. Komunikasi yang efektif mencerminkan prinsip tabligh (menyampaikan dengan tepat), amanah (dapat diandalkan), dan ihsan (melaksanakan dengan penuh dedikasi). Dengan begitu, PR Internal tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menyebarkan nilai-nilai etika untuk menciptakan keseimbangan antara tujuan organisasi dan kebutuhan spiritual karyawan.

Di bank Muamalat, fungsi PR Internal terlihat melalui berbagai aktivitas seperti Muamalat Gathering, buletin internal “Muamalat Update”, pelatihan kepatuhan syariah, dan studi islami yang dilakukan secara rutin. Semua kegiatan itu tidak hanya berfungsi

untuk menyampaikan informasi mengenai kebijakan perusahaan, tetapi juga menjadi media dakwah guna memperkuat identitas keislaman lembaga. (Sya, 2025)

Prinsip Kepatuhan Syariah dan Aspek Etika Karyawan

Kepatuhan syariah adalah prinsip dasar dalam sektor perbankan syariah. Prinsip ini mengharuskan setiap produk, layanan, dan kegiatan operasional bank untuk mematuhi hukum islam yang telah ditentukan oleh Al-Qur'an, hadist, ijma', serta fatwa DSN-MUI. Dalam pelaksanaannya, kepatuhan syariah tidak akan efektif tanpa partisipasi aktif karyawan sebagai pelaksana utama di lapangan. PR internal memiliki peran dalam memastikan bahwa semua karyawan mengerti dan menginternalisasi nilai-nilai syariah itu. Dengan program komunikasi internal, Humas Bank Muamalat menyebarkan pemahaman mengenai produk syariah, larangan riba, serta etika pelayanan kepada nasabah yang berlandaskan pada prinsip keadilan dan transparansi. Contohnya, pada kegiatan pelatihan pelatih tentang kepatuhan syariah, divisi humas berkolaborasi dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk menyelenggarakan sosialisasi berkala kepada seluruh cabang. Aktivitas ini memperlihatkan bahwa komunikasi internal tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki nilai edukatif dan spiritual. Dengan menyadari bahwa setiap transaksi adalah bentuk ibadah, karyawan akan beroperasi dengan lebih teliti dan memiliki integritas yang tinggi. Keberadaan amanah menjadi penting, seperti yang dinyatakan dalam QS. Al-Anfal: 27 yang mengingatkan manusia untuk tidak mengkhianati amanah yang telah diberikan kepadanya.

Teori Komunikasi Organisasi Islam sebagai Dasar Internal PR

Dalam teori komunikasi organisasi kontemporer, model komunikasi dua arah simetris dinilai paling sempurna karena menghasilkan dialog dan pengertian timbal balik antara manajemen dan karyawan. Dalam konteks organisasi islam, gagasan ini sejalan dengan prinsip syura {musyawarah}, di mana setiap keputusan penting dibuat melalui diskusi yang adil dan terbuka. PR Internal di Bank Muamalat berfungsi untuk mewujudkan nilai syura dalam implementasi komunikasi manajerial. Humas menciptakan wadah perbincangan antara manajemen dan karyawan melalui forum komunikasi bulanan, diskusi online, dan survei kepuasan internal. Seluruh kegiatan itu ditujukan agar keputusan organisasi merefleksikan harapan semua elemen dan tidak bersifat uniteral. Berdasarkan teori komunikasi islami, komunikasi yang efektif harus mengandung 3 elemen: kejujuran (sidq), kebijaksanaan (hikmah), dan kesopanan (adab). Ketiganya berfungsi sebagai panduan etika bagi internal PR untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan selalu akurat, bermanfaat, dan tidak menyakiti orang lain. dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, bank muamalat berhasil membangun suasana kerja yang harmonis dan fokus.

PR Internal dan Pengembangan Budaya Organisasi Islami

Budaya organisasi adalah kumpulan nilai yang memengaruhi tingkah laku anggota organisasi saat bekerja. Budaya organisasi yang kokoh dapat meningkatkan kinerja dengan menumbuhkan kesamaan pandangan mengenai hal-hal yang dianggap penting. PR internal memainkan peran penting dalam membangun budaya itu melalui komunikasi yang konsisten dan contoh etika. Di Bank Muamalat, humas secara aktif menyatukan nilai-nilai syariah dalam kegiatan internal, seperti briefing pagi islami,

Muamalat Integrity Award, dan program keterlibatan karyawan berbasis dakwah. Program-program ini menegaskan tanggung jawab spiritual bahwa setiap karyawan merupakan perwakilan nilai-nilai islam di lingkungan kerja. Disamping itu, budaya ukhuwah dan barakah yang diterapkan melalui aktivitas sosial internal seperti bantuan anak yatim, infak karyawan, dan acara ramadan bersama. Seluruh aktivitas ini tidak hanya memperkuat solidaritas sosial, tetapi juga menumbuhkan pemahaman bahwa keberhasilan perusahaan harus disertai dengan berkah.

Strategi Komunikasi Internal yang Berlandaskan Ajaran Islam

Strategi komunikasi internal di Bank Muamalat dibuat untuk menyatakan profesionalisme kontemporer dengan prinsip-prinsip islam. Komunikasi dilakukan melalui berbagai saluran: intranet, buletin digital, forum town hall, dan aplikasi komunikasi perusahaan. Setiap saluran komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi teknis, tetapi juga menanamkan pesan etika. Sebagai ilustrasi, setiap pengumuman dari manajemen umumnya dimulai dengan doa serta kutipan ayat atau hadist yang berkaitan dengan pesan yang akan disampaikan. Dalam buletin internal, selalu terdapat rubrik “inspirasi qurani” yang mengulas nilai-nilai kerja islami. Dengan cara ini, PR Internal tidak hanya memberikan informasi tentang kebijakan, tetapi juga mendidik dan mendorong karyawan untuk bekerja dengan niat ibadah. (M, 2024) Berdasarkan teori komunikasi persuasif islami, pesan yang didasari nilai-nilai agama cenderung lebih efektif dalam memengaruhi perilaku karena mempengaruhi aspek emosional dan spiritual. Bank muamalat menerapkan prinsip ini dalam etiap kampanye internal, misalnya dalam program “bekerja dengan amanah”, yang mendorong karyawan untuk menjadikan tanggung jawab kerja sebagai bagian dari pengabdian kepada Allah SWT.

Pengaruh PR Internal terhadap Kepatuhan dan Loyalitas Karyawan

Keterkaitan antara efektivitas PR internal dan kepatuhan syariah karyawan dapat diamati melalui meningkatnya pemahaman terhadap prinsip-prinsip etika kerja islam serta kesetiaan terhadap organisasi menurut laporan internal Bank Muamalat, partisipasi karyawan dalam program kepatuhan syariah mengalami peningkatan yang signifikan setelah dilaksanakannya komunikasi dua arah dan pelatihan intensif oleh divisi humas. PR internal berperan dalam membangun modal spiritual dengan modal spiritual yang mencakup kejujuran, komitmen etis, dan dorongan religius. Modal spiritual ini menjadi kekuatan yang memisahkan lembaga keuangan syariah dari lembaga konvensional. Saat karyawan melaksanakan pekerjaan dengan sikap ibadah, produktivitas dan mutu layanan menjadi lebih baik karena mereka melihat pekerjaan dengan sikap ibadah, produktivitas dan mutu layanan menjadi lebih baik karena mereka melihat pekerjaan sebagai wujud pengabdian kepada Allah SWT, bukan hanya sekedar tanggung jawab profesi.

Disamping itu, komitmen karyawan terhadap organisasi bertambah karena mereka merasa siapresiasi dan terlibat dalam proses komunikasi. Prinsip transparansi dan keadilan yang dijaga oleh PR internal menghasilkan kepercayaan yang kuat antara manajemen dan karyawan. Komunikasi internal yang memiliki unsur spiritual dapat meningkatkan keterlibatan karyawan dan menurunkan angka pergantian karyawan.

Tantangan dan Kesempatan Penguatan Internal di Bank Muamalat

Walaupun telah menunjukkan banyak kemajuan, PR internal di Bank Muamalat menghadapi beberapa tantangan, terutama dalam hal digitalisasi dan perubahan generasi. Karyawan muda yang akrab dengan teknologi memerlukan cara komunikasi yang lebih cepat, interaktif, dan berbasis visual. Maka dari itu, tantangan utama PR internal adalah menyelaraskan strategi komunikasi tanpa mengurangi substansi nilai-nilai islam. Kesempatan besar tersedia melalui penggunaan teknologi digital sebagai media dakwah dan pengembangan. Bank Muamalat telah meluncurkan Muamalat Academy sebagai platform pembelajaran online yang menawarkan modul mengenai kepatuhan syariah, etika prinsip-prinsip syariah dapat disampaikan dengan baik melalui media kontemporer. Selain itu, PR internal dapat memperluas perannya dalam membangun employer branding berbasis spiritual. Dengan menonjolkan identitas sebagai lembaga yang menjunjung tinggi integritas dan nilai islam, bank Muamalat dapat menarik talenta yang tidak hanya kompeten secara profesional tetapi juga memiliki komitmen religius yang kuat.

Kesimpulan dan Saran

Secara konseptual dan terapan, Public Relations Internal memiliki peran strategis dalam memastikan kelangsungan prinsip kepatuhan syariah di lingkungan kerja Bank Muamalat Indonesia. Perannya tidak hanya terbatas pada distribusi informasi internal, tetapi juga sebagai penggerak dalam pengembangan spiritual dan moral bagi seluruh staf. Dengan komunikasi yang dirancang secara etis, mendidik, dan berfokus pada ibadah, Public Relations Internal dapat menanamkan nilai-nilai islam dalam budaya organisasi. Kepatuhan syariah tidak bisa ditegakkan hanya dengan pengawasan struktural, tetapi harus dibangun melalui kesadaran moral setiap individu. Dalam konteks ini, Internal PR berperan sebagai jembatan antara visi manajemen dan nilai-nilai spiritual karyawan. Keberhasilan komunikasi internal dapat diukur dari bertambahnya loyalitas, semangat kerja, dan dedikasi karyawan terhadap nilai-nilai syariah. (Setiawan, 2025)

Secara praktis, bank Muamalat membuktikan bahwa peningkatan komunikasi yang berbasis pada nilai-nilai islam dapat menghasilkan suasana kerja yang harmonis dan produktif. Dengan memadukan profesionalisme dan religiusitas, Internal PR berfungsi sebagai alat dakwah yang menjaga integritas lembaga di tengah perubahan industri keuangan masa kini. PR internal perlu mengembangkan inovasi digital melalui platform interaktif supaya nilai-nilai syariah dapat disampaikan dengan cara yang menarik kepada generasi muda karyawan. Manajemen harus meningkatkan kerjasama antara humas dan Dewan Pengawas Syariah dalam merancang program pengembangan yang berkelanjutan. Penelitian empiris berikutnya diharapkan untuk menyelidiki hubungan antara efektivitas komunikasi internal dan tingkat kepatuhan syariah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Internal Public Relations di lembaga keuangan syariah lebih dari sekadar fungsi komunikasi ia merupakan perwujudan nyata dari dakwah dan penguatan moral yang memastikan tercapainya tujuan syariah (maqasid syariah) dalam kehidupan organisasi kontemporer.

Daftar Pustaka

- Fakultas, S., Universitas, E., Negeri, I., Malik, M., Malang, I., Gajayana, J., & E-mail, M. (2009). *Workplace spirituality pada karyawan perbankan syariah*. 2007, 1–16. https://repository.uin-malang.ac.id/161/1/161.pdf?utm_source=
- Karyanto, R. A. (2025). Kontribusi kepatuhan terhadap regulasi syariah dalam memperkuat stabilitas dan pertumbuhan keuangan lembaga perbankan syariah. 3, 2220–2232.
- Kunci, K., & Zahira Ramadhan, A. (2024). Peran strategis public relations dalam meningkatkan reputasi perbankan syariah di era digital. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) EISSN*, 2, 1529–1535. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- M, A. M. V. (2024). Strategi komunikasi public relations dalam meningkatkan kepercayaan nasabah pada layanan perbankan : Tinjauan literatur. 2(12), 1226–1232.
- Maulana, U. I. N., & Ibrahim, M. (2024). PROCEEDING ICONIES FACULTY OF ECONOMICS CHARACTERISTICS OF ENTREPRENEURS IN THE PERSPECTIVE OF International Conference of Islamic Economics and Business 10th 2024 International Conference of Islamic Economics and Business 10th 2024. *Internasional Conference Os Islamic & Business*, 2021, 273–280. https://repository.uin-malang.ac.id/21755/2/21755.pdf?utm_source=
- Setiawan, A. B. (2025). Eksplorasi literatur tentang risiko reputasi di bank syariah: Faktor, dampak, dan strategi pengelolaan. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) EISSN*, 3, 191–199. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Siswanto. (2012). Pengembangan Kualitas Sdm Perbankan Syariah Integratif Melalui Implementasi Workplace Spirituality. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(2), 1–16. [http://repository.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/2138](http://repository.uin-malang.ac.id/161/%0Ahttp://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/2138) https://repository.uin-malang.ac.id/1896/1/1896.PDF?utm_source=
- Sya, F. (2025). *Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bank Syariah : Kunci Untuk Keberlanjutan*. 3, 584–592.