

Analisis manfaat public relation di bagian keuangan PPTQ Baitul Ghonni

M. Rohim

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

Kata Kunci:

pondok pesantren; hubungan masyarakat; pelayanan masyarakat; kepercayaan masyarakat; citra positif

Keywords:

islamic boarding school; public relations; society service, public trust; positive image

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manfaat Public Relations (PR) dalam pelayanan masyarakat pada bagian keuangan Pondok Pesantren Baitul Ghonni Tahfidzul Qur'an (PPTQ). Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam tradisional yang mempunyai peranan penting dalam penyebaran dan pemeliharaan ajaran Islam di Indonesia. Seiring berjalananya waktu, keberadaan Humas menjadi semakin penting dalam memfasilitasi interaksi antara pesantren dengan masyarakat sekitar. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan kajian pustaka dan observasi langsung pada bagian keuangan pondok pesantren. Hasil observasi menunjukkan bahwa Humas bidang keuangan mempunyai manfaat yang signifikan, antara lain membangun kepercayaan masyarakat, memberikan kepuasan, dan membentuk citra positif. Bendahara pesantren berperan sebagai wali dan mampu memberikan pelayanan yang memuaskan melalui komunikasi yang ramah dan kualitas pelayanan yang baik. Dapat disimpulkan bahwa peran Humas mempunyai dampak penting dalam mempererat hubungan pesantren dengan komunitasnya, serta dalam membangun reputasi positif di mata masyarakat. Dengan demikian, pemanfaatan Humas di pesantren dapat menjadi strategi yang efektif dalam memperkuat interaksi sosial dan meningkatkan kualitas pelayanan publik.

ABSTRACT

This research aims to understand the benefits of Public Relations (PR) in community services in the financial section of the Baitul Ghonni Tahfidzul Qur'an Islamic Boarding School (PPTQ). Islamic boarding schools are traditional Islamic educational institutions that have an important role in spreading and maintaining Islamic teachings in Indonesia. As time goes by, the existence of Public Relations has become increasingly important in facilitating interaction between Islamic boarding schools and the surrounding community. The research method used is qualitative with a literature review approach and direct observation of the Islamic boarding school's financial department. Observation results show that Public Relations in the financial sector has significant benefits, including building public trust, providing satisfaction, and forming a positive image. The Islamic boarding school treasurer acts as a trustee and is able to provide satisfactory service through friendly communication and good service quality. It can be concluded that the role of Public Relations has an important impact in strengthening relations between Islamic boarding schools and their communities, as well as in building a positive reputation in the eyes of the community. Thus, the use of Public Relations in Islamic boarding schools can be an effective strategy in strengthening social interactions and improving the quality of public services.



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.

Pendahuluan

Pondok pesantren adalah lembaga pendidikan Islam tradisional yang memiliki peran penting dalam penyebaran dan pemeliharaan ajaran Islam di Indonesia. Secara harfiah, “pondok” berarti tempat tinggal atau tempat tinggal bersama, sedangkan “pesantren” berasal dari kata santri yang merujuk kepada para siswa atau murid di lingkungan pesantren. Sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional, memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk karakter dan memperluas pengetahuan keagamaan di masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, pesantren juga semakin memahami kebutuhan untuk berkomunikasi secara efektif dengan masyarakat luas. Hal ini melahirkan kebutuhan akan keberadaan Humas (Hubungan Masyarakat) yang berperan memfasilitasi interaksi antara pesantren dan masyarakat sekitarnya (Finawati, 2022). Kindred, Bagin, dan Gallagher memaparkan bahwa hubungan antara pondok pesantren dan masyarakat merupakan kolaborasi yang bertujuan untuk memelihara dan memajukan komunikasi dua arah yang efektif, serta meningkatkan pemahaman timbal balik antara pondok pesantren, anggota stafnya, dan komunitas sekitar.

Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an (PPTQ) Baitul Ghonni merupakan salah satu pondok cabang dari pondok pesantren Raudhatussholihin yang berada dalam naungan Yayasan al-Chusainiyah. Sebagaimana pondok pesantren pada umumnya, pondok ini memiliki struktur kepengurusan yang terdiri dari berbagai bagian di lingkup pondok, seperti ketua, seketaris, dan berbagai bagian-bagian lainnya yang mana setiap bagianya memiliki peran andil yang besar didalam menjalankan tatanan kegiatan kepesantrenan sehingga kegiatan kepesantrenan yang ada dipondok pesantren berjalan dengan baik dan lancar.

Salah satu bagian dalam struktur kepengurusan pondok pesantren, yaitu bendahara. Seorang bendahara didalam operasional pondok pesantren memiliki peran yang cukup besar dikarenakan ia menyediakan layanan dalam lingkup keuangan pondok. Kegiatan dari seorang bendahara mencakup pengumpulan dana, pengalokasian dana, pengelolaan dana, dan masih banyak lagi. Didalam melaksanakan tugasnya seorang bendahara pondok pesantren akan menghadapi berbagai masalah meliputi masalah ketika memberikan pelayanan kepada santri, masalah pengadaan dan pengeluaran keuangan, serta hal-hal yang berkaitan dengan keuangan lainnya. Hal ini menuntut seorang bendahara pondok pesantren harus memiliki keterampilan didalam menjalankan tugasnya. Maka karena itu penggunaan Public Relation diharapkan mampu untuk memberikan solusi didalam membantu seorang bendahara dalam menjalankan atau memberikan pelayanan sehingga ketika sewaktu-waktu dalam pelayanan itu ada terdapat permasalahan maka si bendahara akan dapat memutuskan suatu solusi yang tepat atau mencari jalan keluar yang sesuai dari permasalahan tersebut.

Disamping itu pada pelayanan masyarakat peran public relation sangat dibutuhkan dalam membangun hubungan komunikasi yang kuat dalam organisasi maupun masyarakat dan juga dalam memberikan pelayanan yang berkualitas yang dapat meningkatkan kerpecayaan masyarakat (Anggraeni et al., 2020). Menurut Onong Uchjono, Public Relation terbagi menjadi 2 dua pemahaman, **yang pertama** disebut

method of communication yang memiliki arti sebuah serangkaian kegiatan yang terencana dan mempunyai tujuan bagi organisasi, sehingga setiap rangkaian komunikasi sudah terencana dan sistematis. **Yang Kedua**, State of Being adalah sebuah kegiatan public relation yang ada di sebuah organisasi sehingga kegiatannya menjadi tetap dan terarah (Ariyanto, 2023). Dari pengertian kedua konsep ini, dapat diambil pengertian bahwa Public Relation tidak hanya merupakan serangkaian kegiatan komunikasi terencana, tetapi mencakup juga sebagai sebuah suatu kondisi tetap dan terarah dalam suatu organisasi, yang membantu mencapai tujuan dan mempertahankan hubungan antar semua pihak.

Dari beberapa penjelasan yang telah dijelaskan, penulis ingin membuat penelitian dengan judul “Analisis Manfaat Public Relation dibagian PPTQ Baitul Ghonni” yang diharapkan akan menambah wawasan mengenai peran dan manfaat dari penggunaan public relation. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif yang melalui dengan pendekatan kajian Pustaka dan observasi secara langsung ke bagian keuangan pondok pesantren sehingga data yang didapat sesuai dan memiliki hubungan dengan penelitian yang akan diteliti.

Pembahasan

Menurut Dozier dan Broon, mengatakan bahwa public relations memiliki peran yang terbagi menjadi 4 kelompok dalam suatu organisasi, yaitu sebagai berikut:

1. Expert Prescriber, memiliki arti bahwa seorang ahli public relation yang berpengalaman dan memiliki kemampuan untuk dapat membantu menyelesaikan masalah hubungan dengan publiknya.
2. Communication Fasiliator, memiliki arti bahwa ahli public relation bisa menjadi komunikator dan mediator untuk membantu pihak manajemen dalam menganalisis apa yang diinginkan maupun yang diharapkan oleh publiknya serta juga dapat menjelaskan kembali keinginan organisasi ke publiknya sehingga akan terciptanya saling menghargai, mempercayai dan toleransi dari kedua pihak.
3. Problem Solving Process Fasilitation, memiliki arti ahli public relation dapat untuk memberikan solusi yang tepat dalam penyelesaian permasalahan yang sedang dialami oleh organisasi.
4. Communication Technician, memiliki arti ahli public relations yang dapat mengelola dan mengkoordinasikan aspek teknis komunikasi di organisasi maupun masyarakat serta bertugas menjadi mediator dari tingkat bawah ketingkat atas dan sebaliknya (Munawwir, 2019).

Berikut laporan hasil observasi mengenai peran Public Relation di bagian keuangan PPTQ Baitul Ghonni dalam pelayanan masyarakat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat

Salah satu manfaat dari public relation yaitu dapat membangun kepercayaan masyarakat. Dengan kepercayaan ini akan memengaruhi tingkat loyalitas masyarakat, yang artinya apabila kepercayaan masyarakat semakin tinggi maka akan berpengaruh besar terhadap loyalitas masyarakat terhadap pemberi layanan (Nugraha & Solekah,

2021). Hasil dari laporan observasi yang peneliti lakukan ialah bahwa dalam menjalankan kegiatan pelayanan publik, Penerapan Publik Relation dibagian bendahara pondok pesantren berhasil dalam membangun kepercayaan masyarakat dalam hal ini yaitu seluruh santri yang ada dipondok pesantren. Beberapa hal yang dapat dilakukan didalam membangun kepercayaan seperti memiliki laporan pengeluaran dan pemasukan yang valid, Amanah dalam mengelola dana, tanggung jawab dan sebagainya. Dengan adanya hal-hal tersebut maka ia dapat mempertanggung jawabkan apa saja yang ia lakukan secara transparan dan jelas dalam mengelola keuangan pondok sehingga kepercayaan yang timbul kepada bendahara akan semakin besar.

2. Memberikan Kepuasaan pada Masyarakat

Disamping manfaat public relation meningkatkan kepercayaan masyarakat, ia juga dapat memberikan kepuasaan terhadap masyarakat dengan melalui kualitas pelayanan yang baik dan prima. Menurut Prasetyawati (Puspitasari, 2019), mengartikan bahwa pelayanan prima adalah bagaimana upaya yang dilakukan dalam memenuhi keinginan pengguna jasa dengan semaksimal mungkin. Pelayanan Prima bisa dalam bentuk mewujudkan komunikasi yang ramah, mewujudkan rasa kekeluargaan, memberikan fasilitas yang memadai dan sebagainya. Dalam laporan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai penerapan Publik Relation dibagian bendahara pondok pesantren juga telah bisa dalam mewujudkan kepuasaan masyarakat dengan cara memberikan pelayanan yang maksimal, menyediakan prasarana dalam membantu layanan publik dan menyelesaikan permasalahan yang dialami ketika pelayanan sehingga masyarakat yang dilayani akan merasa puas atas pelayanan yang telah ia dapatkan.

3. Membentuk Citra Positif di Masyarakat

Dalam membentuk citra positif di masyarakat khususnya dipondok pesantren ada beberapa strategi pelayanan yang dapat dilakukan yaitu: Senyum, salam, sapa dalam pelayanan, Bertanggung jawab, Melayani tepat waktu, Bicara secara jelas, Amanah, Pengetahuan dan Kemampuan yang baik dan Membuka diri (Rusmia & Hasan, 2019). Apabila hal-hal tersebut dilakukan oleh pemberi layanan maka ia telah membentuk personal branding atau citra positif di masyarakat. Dalam observasi yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap penerapan public relation pada proses pelayanan bendahara pondok pesantren menunjukkan bahwa manfaat public relation dapat membentuk personal branding dalam memberikan pelayanan, hal ini ditandai dengan ketika ia memberikan layanan public ia melayani public (santri) dengan sopan santun, mendengarkan masalah yang dialami santri serta memberikan solusi yang tepat dalam menanggapi permasalahan, disamping itu ia juga memiliki kepribadian diri yang amanah dan tanggung jawab terhadap tugas yang ia lakukan sehingga dimata masyarakat ia memiliki citra yang baik sehingga dapat dipercaya oleh masyarakat sekitarnya khususnya dipondok pesantren.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan dari penjelasan yang telah dijelaskan dan hasil laporan observasi mengenai manfaat peran public relation pada pelayanan masyarakat di bendahara pondok pesantren, dapat diambil kesimpulan bahwa public relation memegang peran

yang sangat penting dalam membangun kepercayaan, memberikan kepuasaan, dan membentuk citra positif di mata masyarakat. Dalam hasil laporan bendahara mampu atau berhasil dalam membangun kepercayaan masyarakat dengan transparansi, tanggung jawab. Disamping itu, pelayanan yang ia berikan dapat memberikan kepuasaan melalui komunikasi yang ramah dan kualitas pelayanan yang baik. Dampak dari itu semua membantu dalam membentuk citra positif bendahara di mata masyarakat. Dengan demikian peran public relation memiliki dampak signifikan dalam membangun itu semua.

Daftar Pustaka

- Anggraeni, K., Putri, S., Vania, A., & Fikriah, N. L. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Ukm Kharisma Sejahtera. *Journal Industrial Engineering & Management Research (Jiemar)*, 1(2), 2722–8878.
<https://doi.org/10.7777/jiemar.v1i2>
- Ariyanto, G. P. (2023). *Strategi Public Relation Dalam Membentuk Citra*.
- Finawati, F. (2022). Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Annasyi'in Pamekasan. *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2).
- Munawwir, A. (2019). Peranan Public Relations Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pesantren.
- Nugraha, R. I. C., & Solekah, N. A. (2021). Anteseden Loyalitas Nasabah : Islamic Branding, Kualitas Layanan dan Kepercayaan. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(2), 283–296. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v6i2.15770>
- Puspitasari, F. F. (2019). Implementasi Pelayanan Prima Sebagai Upaya Meningkatkan Marketing Sekolah. *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)*, 4.
- Rusmia, R., & Hasan, I. (2019). Strategi Pelayanan Account Officer Analisis Pembiayaan Pada Anggota Baitul Maal Wat Tamwil. *Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7. <https://doi.org/10.30651/jms.v7i3.18827>