

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga merupakan suatu wadah atau dimana tempat orang-orang berkumpul dan saling berinteraksi, bekerja sama secara berencana terorganisasi, terkendali, dipimpin dengan memanfaatkan sumber daya untuk satu tujuan yang sudah ditetapkan.

Didalamnya terdapat aturan-aturan yang dijadikan sebuah acuan atau pedoman yang mengikat para anggotanya, pola-pola ini selanjutnya membentuk sebuah sistem dalam organisasi. Komunikasi dianggap sebagai dasar atau basis bagaimana mengatur atau mengorganisasi manusia dan memberikan pemikiran rasional dalam memahami bagaimana manusia berorganisasi. Seperti yang kita ketahui, menurut Harold Lasswell (Dikutip dalam Effendy) komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.¹

Komunikasi digunakan saat orang-orang saling berinteraksi, hal ini dilakukan sebagai langkah awal terciptanya sebuah organisasi. Mereka saling bertukar ide dan juga pendapat, lalu mereka menyusun sebuah tujuan bersama yang selanjutnya menjadi fokus utama mereka dalam membentuk sebuah organisasi. Setelah organisasi tersebut terbentuk, komunikasi tidak berhenti

¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2013), 10.

begitu saja, namun terus berlanjut. Seperti yang kita ketahui, dalam organisasi pastinya mempunyai sebuah tujuan yang ingin dicapai.

Salah satunya dengan menerapkan strategi. Menurut Peter Strategi berasal dari Bahasa Inggris “*Strategy*” yang berarti ilmu siasat perang, akal. Kata strategi kemudian berkembang kebidang-bidang lain yang menimbulkan makna yang lebih luas yaitu rencana cermat tentang suatu kegiatan guna meraih suatu target atau tujuan. Strategi yang mana merupakan rencana menyeluruh dan terpadu untuk mewujudkan tujuan dan sasaran dengan memperhatikan ketersediaan sumber daya organisasi, keadaan lingkungan yang dihadapi, dan perhitungan kekuatan dan kelebihan yang dimiliki.

Pembuat strategi bisa mengumpulkan informasi intern dan ekstern sebagai pertimbangan dalam menyusun strategi. Berdasarkan pengertian diatas, menurut Effendy, strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.²

Berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif, banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Dalam perusahaan yang berorientasi pada keuntungan atau pun organisasi profit, semestinya yang harus selalu

² Onong Uchjana Effendy, Op.cit., hal. 32

diutamakan perusahaan adalah menajalin komunikasi yang baik guna menciptakan kepuasan dan kesetiaan pelanggannya. Hal ini dapat dilakukan dengan menyusun berbagai strategi komunikasi yang baik, yang kemudian digunakan sebagai acuan untuk menajalin komunikasi dengan publik suatu organisasi atau perusahaan profit.

Salah satunya dengan menggunakan dan menjalankan fungsi *Public Relations* dalam organisasi. Dalam sebuah organisasi profit, peran dan fungsi *Public Relations* sangat dibutuhkan untuk menajalin hubungan atau komunikasi yang baik pada internal maupun eksternal perusahaan. Peran PR pada perusahaan juga sangat dibutuhkan guna menganalisis pengaruh lingkungan dan juga menjaga hubungan yang sinergis dalam jangka panjang dengan pihak ke III ataupun lembaga-lembaga strategis yang berhubungan dengan perusahaan. Onong Ucjana Effendy juga menjelaskan tentang *public relations* meskipun dalam bukunya istilah *public relations* masih diwakilkan dengan Humas. Dia menulis “*Humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi ndengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan pemenuhan kepentingan bersama*”.³

PR/Humas bukanlah merupakan fungsi terpisah dari fungsi kelembagaan atau organisasi tersebut alias bersifat melekat pada manajemen perusahaan. Hal tersebut menjadikan Humas/PR dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah timbal balik antara organisasi/lembaga yang diwakilinya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



³Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktik* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), 131

dengan publiknya. Peranan ini turut menentukan sukses atau tidaknya misi, visi dan tujuan bersama dari organisasi/lembaga tersebut.

Public Relations merupakan instrument efektif dalam mengembangkan pelayanan prima (*Service Excellent*) dalam upaya pelaksanaan pelayanan prima berkaitan erat dengan pengembangan komunikasi yang efektif ke dalam dan ke luar organisasi. Maka dengan demikian, untuk mengembangkan budaya layanan prima di dalam suatu organisasi/perusahaan, maka public relations dapat digunakan sebagai instrumen yang paling efektif untuk memotivasi atau mengubah opini orang-orang/para pegawai.

Pelayanan prima (*Service Excellent*) merupakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat guna memberikan pelayanan yang memuaskan.⁴ Konsep pelayanan prima menurut Barata, mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan beberapa faktor seperti kemampuan (*ability*), Sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), Tindakan (*action*), tanggung jawab (*accountability*).⁵

Konsep pelayanan prima ini merupakan bagian dari kegiatan strategi komunikasi atau *public relations* yang bisa diterapkan dalam lembaga, organisasi atau perusahaan guna memperoleh kepercayaan dan kesan positif di tengah masyarakat. Koperasi merupakan salah satu badan usaha yang bergerak di bidang jasa keuangan maupun barang yang berperan penting di tengah masyarakat. Seperti dijelaskan dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 pasal 1 angka 1, pengertian koperasi adalah badan usaha yang

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2013),

⁵ Ibid, hal. 31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beranggotakan orang-seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Eksistensi koperasi memang merupakan suatu fenomena tersendiri, sebab tidak satu lembaga sejenis lainnya yang mampu menyamainya. Dari sinilah penulis tertarik untuk meneliti strategi Koperasi Unit Desa Mojopahit Jaya dalam upaya memulihkan citra di masyarakat melalui judul **“STRATEGI KOMUNIKASI SERVICE EXCELLENT KOPERASI UNIT DESA (KUD) MOJOPAHIT JAYA DALAM UPAYA MEMULIHKAN CITRA PASCA KRISIS”**.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahfahaman dalam penafsiran judul penelitian tersebut maka penulis tegaskan batasan-batasan istilah yang terdapat di dalamnya sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi berasal dari Bahasa Inggris *“Strategy”* yang berarti ilmu siasat perang, akal. Kata strategi kemudian berkembang kebidang-bidang lain yang menimbulkan makna yang lebih luas yaitu rencana cermat tentang suatu kegiatan guna meraih suatu target atau tujuan⁶. Jadi yang dimaksud strategi disini adalah bagaimana lembaga KUD Mojopahit Jaya merencanakan suatu pelayanan nasabah dengan menggunakan strategi agar

⁶ Drs. Dwi Adi K, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia* (Surabaya: Fajar Mulya,2001), hal.439.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tujuan yang ditargetkan untuk memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Dikarenakan dalam suatu lembaga maupun instansi strategi sangat diperlukan tanpa adanya strategi kemungkinan kegagalan suatu lembaga maupun instansi sangatlah besar.

2. Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.⁷

3. Service Excellent

Kata “layanan prima” atau layanan istimewa (*service excellent*) dalam dunia bisnis sekarang dinyatakan dengan istilah “*Service Excellence*” atau disingkat sebagai “SEX”, dan saat ini bahkan seringkali ditulis dengan huruf besar “SEX”. Adakah perbedaan antara pelayanan prima yang dikenal dengan istilah SEX (*Service Excellence*) dengan pelayanan kepada konsumen/pelanggan (*consumer/customer service*) dan program kepedulian terhadap pelanggan atau peduli pelanggan, atau urusan pelanggan (*customer care*)? Sebetulnya tidak begitu jauh berbeda, bahkan dapat dikatakan sama, karena pada hakikatnya layanan prima atau pelayanan prima bertitik tolak pada upaya pelaku bisnis untuk memberikan

⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2013), hal 10.

layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen/pelanggan.

Jikapun ada perbedaan, hanyalah sedikit saja, yaitu karena perbedaan dalam penggunaan berbagai konsep pendekatan saja. Dengan adanya persamaan titik tolak dan tujuan dalam konsep layanan kepada pelanggan (*customer service*), kepedulian kepada pelanggan (*customer care*), dan pelayanan prima (*service excellence*), maka dapat kita simpulkan, bahwa yang paling penting dalam memberikan layanan terbaik bagi pelanggan harus berorientasi kepada kepentingan para pelanggan, sehingga memungkinkan kita mampu memberikan kepuasan yang optimal. Upaya memberikan layanan yang terbaik ini dapat diwujudkan apabila kita dapat menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab yang baik dan terkoordinasi.⁸

4. Koperasi Unit Desa (KUD)

Rencana pembangunan lima tahun Indonesia khusus memuat tentang koperasi. Sesuai dengan apa yang digariskan dalam Garis-garis Besar Haluan Negara, dalam pelaksanaan pembangunan nasional, segenap pembangunan modal dan petani dalam negeri harus dimanfaatkan dengan disertai kebijaksanaan serta langkah-langkah guna membantu, membimbing pertumbuhan dan meningkatkan kemampuan yang lebih bsear bagi golongan ekonomi lemah untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan sehingga dapat berdiri sendiri, antara lain dengan

⁸ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2013), hal,25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peningkatan kegiatan koperasi, agar mampu memainkan peranan yang sesungguhnya dalam tata ekonomi Indonesia sesuai dengan prinsip percaya kepada kemampuan sendiri.

Untuk itu koperasi sebagai salah satu bentuk badan usaha yang sesuai dengan ketentuan. Undang-Undang Dasar 1945, harus diberikan kesempatan seluas-luasnya dan ditingkatkan pembinaannya sehingga benar-benar mampu menunaikan peranan yang sungguh-sungguh dalam pembangunan. Secara umum koperasi dipahami sebagai perkumpulan orang yang secara sukarela mempersatukan diri untuk memperjuangkan peningkatan kesejahteraan ekonomi mereka, melalui pembentukan sebuah perusahaan yang dikelola secara demokratis⁹.

5. Upaya

Kata upaya diartikan sebagai usaha, atau melakukan sesuatu untuk mencari akal, jalan dan sebagainya. Upaya juga bisa diartikan sebagai mengambil tindakan untuk mengusahakan sesuatu yang mempunyai tujuan tertentu.¹⁰

6. Memulihkan

Kata ini berasal dari kata pulih yang artinya mengembalikan seperti keadaan semula atau kembali sebagai keadaan semula.¹¹

7. Citra

Sedangkan menurut Oliver, citra adalah suatu gambaran tentang mental, ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang

⁹Sumarsono, *Manajemen Koperasi:Teori dan Praktik*(Yogyakarta: Graha Ilmu,2003), 3

¹⁰ Drs. Dwi Adi K, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia* (Surabaya: Fajar Mulya,2001),hal.576

¹¹ Ibid,hal. 342

ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi, dan sebagainya.¹² Namun dalam penggunaannya kata citra saat ini diartikan sebagai pandangan atau kesan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka penulis merumuskan pokok permasalahannya yaitu **“Bagaimana strategi komunikasi *Service Excellent* yang diterapkan Koperasi Unit Desa (KUD) Mojopahit Jaya dalam upaya memulihkan citra pasca krisis?”**.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi *service excellent* KUD Mojopahit Jaya dalam upaya memulihkan citra pasca krisis.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Ilmu Komunikasi, serta diharapkan dapat menjadi referensi dalam pembelajaran Ilmu Komunikasi khususnya berkaitan dengan pelayanan dalam strategi komunikasi *service excellent*.

¹²Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*. (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama,2007) hal.51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Secara Parktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk Koperasi Unit Desa (KUD) Mojopahit Jaya dalam upaya memulihkan citra serta diharapkan mampu memberikan sumbangsih yang berarti dalam pelaksanaan strategi komunikasi *service excellent* KUD Mojopahit Jaya dan dapat dijadikan sebagai evaluasi untuk lebih memperbaiki *service excellent* (pelayanan prima) lembaga.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penelitian ini dibagi kedalam 6 bab. Yang setiap bab terdiri dari sub bab. Bab yang dimaksud adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Yang terpecah menjadi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Terbagi menjadi kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Terbagi kedalam sub bab Janis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM SUBYEK PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang KUD Mojopahit Jaya, sarana dan prasarana lalu struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.