

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Sejarah Perusahaan KOPERASI SIMPAN PINJAM SEJAHTERA BERSAMA

Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama berdiri pada 5 Januari 2004 di kota Bogor, Jawa Barat. Koperasi tersebut merupakan koperasi yang bergerak pada bidang simpan pinjam dengan tujuan untuk mendukung masyarakat yang berperan sebagai objek dalam dunia perekonomian agar dapat merebut kekuatan sendiri melalui suatu wadah yaitu Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama (KSP-SB). KSP-SB memiliki alamat di SB Building, Jl. Padjajaran No.1 Bogor 1615 Jawa Barat. KSP-SB memiliki website yaitu <https://ksusb.co.id> dan memiliki alamat e-mail webadmin@ksusb.co.id. yang bertujuan untuk mempermudah akses para pengguna internet dan memperluas jangkauan keseluruh Indonesia. Pada saat ini, KSP-SB memiliki 97 kantor pelayanan di berbagai kota di pulau Jawa yang terbagi dalam 46 kantor cabang utama dan 51 kantor cabang pembantu. Koperasi tersebut memiliki jumlah anggota koperasi sekitar 80.000 orang. Dengan itu, koperasi tersebut masuk kedalam jajaran 10 koperasi simpan pinjam terbesar yang ada di Indonesia.

Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama merupakan koperasi legal yang memiliki pengesahan badan hukum No. 04/BH/518-DISKOP.UKM/2004 Tertanggal 26 Januari 2004 dari Kementerian Negara

Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia melalui Gubernur Provinsi Jawa Barat Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Jawa Barat. KSP-SB memiliki Surat Izin Simpan Pinjam Nomor 240/SISP/Dep.1/v/2014 tertanggal 19 Mei 2014 dari Kementerian Negara Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. Serta memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak No.02.300.901.2.404.000 Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jendral Pajak.

KSP-SB juga sering dijadikan bahan rujukan atau studi banding darkoperasi lainnya baik koperasi tingkat lokal, nasional maupun koperasi internasional diantaranya :

- Koperasi-koperasi dari Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi dan Papua
- Dinas Koperasi dari pulau Jawa
- Kedutaan Jepang & Japan Intl. Cooperation Agency
- Menteri Keuangan dan Penanaman Modal Asing Palestina
- Koperasi Thailand As-Siddeek

FILOSOFI

- Persatuan dan Kebersamaan

Sejarah membuktikan bahwa persatuan dan kebersamaan adalah modal dasar bagi terciptanya suatu pondasi kekuatan. Persatuan dan kebersamaanlah yang telah mengantarkan kami memiliki keberanian untuk terus maju.

- Teguh Memegang Amanah

Kepercayaan adafah segalanya bagi kami. Amanah yang Anda percayakan kepada kami merupakan denyut nadi kemajuan usaha kami. Anda percaya, kami pastikan itu terjaga .

- Usaha Adil dan Terbuka

Kami senantiasa berusaha untuk menciptakan usaha yang berazas keadilan dan keterbukaan sehingga semua yang terlibat dalam usaha kami dapat merasakan kesejahteraan yang merata.

4.1.2. Visi dan Misi KOPERASI SIMPAN PINJAM SEJAHTERA BERSAMA

- VISI

Berperan aktif menciptakan masyarakat sejahtera.

- MISI

Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya. Berperan secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat. Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya. Menjadi salah satu koperasi terbaik dan terbesar di Indonesia.

4.1.3. Struktur Pengawas Koperasi Sejahtera Bersama

Yang dimaksud dengan Koperasi Simpan Pinjam yang sebagaimana sudah diatur didalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 9

Tahun 1995 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam Oleh Koperasi, yang dicantumkan di dalam pasal 1 yaitu;¹

1. Kegiatan usaha simpan pinjam adalah kegiatan yang dilakukan untuk menghimpun dana dan menyalurkannya melalui kegiatan usaha simpan pinjam dari dan untuk anggota koperasi yang bersangkutan, calon anggota koperasi yang bersangkutan, koperasi lain dan atau anggotanya.
2. Koperasi Simpan Pinjam adalah koperasi yang kegiatannya hanya usaha simpan pinjam.
3. Unit Simpan Pinjam adalah unit koperasi yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam, sebagai bagian dari kegiatan usaha Koperasi yang bersangkutan.
4. Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh anggota, calon anggota, koperasi-koperasi lain dan atau anggotanya kepada koperasi dalam bentuk tabungan, dan simpanan koperasi berjangka.
5. Simpanan Berjangka adalah simpanan di koperasi yang penyetorannya dilakukan sekali dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan koperasi yang bersangkutan.
6. Tabungan Koperasi adalah simpanan di koperasi yang penyetorannya dilakukan berangsur-angsur dan penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati antara penabung dengan koperasi yang bersangkutan dengan menggunakan Buku Tabungan

¹ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam Oleh Koperasi.

Koperasi.

7. Pinjaman adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara Koperasi dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu disertai dengan pembayaran sejumlah imbalan.
8. Menteri adalah Menteri yang membidangi koperasi.

Maka dalam praktiknya, KSPSB harusnya sudah menjalankan kegiatan usahanya dengan Peraturan Pemerintah yang terkait, karena apabila Koperasi melakukan tindakan wanprestasi ataupun perbuatan melawan hukum maka, KSPSB dapat terlibat dalam jalur hukum. Yang dimaksud dengan wanprestasi adalah, hubungan antara dua orang yang saling mengikatkan diri dimana salah satu mempunyai hak dan salah satu mempunyai kewajiban disebut perikatan, pemenuhan hak suatu perikatan disebut prestasi. Dari perikatan-perikatan tersebut dapat terbentuk suatu perjanjian atau dapat dikatakan bahwa perjanjian merupakan salah satu sumber perikatan, yang telah diatur di dalam Buku III KUHPerdota. Arti dari perjanjian disebutkan dalam Pasal 1313 KUHPerdota yang selengkapnya berbunyi : “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih.”²

Dikarenakan setiap Unit Koperasi hanya memiliki lima karyawan sudah termasuk dengan kepala cabang, struktur organisasi di PT Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama adalah:

² Buku I, Perikatan Pada Umumnya, Pasal 1313, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

- Bapak Darmoko Sebagai Kepala Cabang;
- Ibu Winda Pertiwi Sebagai Kepala Bagian Operasional dan Keuangan;
- Ria Aristianti Sebagai Customer Service;
- Dan Puspa Marini sebagai Marketing Support;
- Bapak Jadoras Pohan sebagai salah satu anggota Koperasi
Ibu Ester Berliana sebagai salah satu anggota Koperasi.

Sebagai Koperasi dengan Predikat WTP (Wajar Tanpa Pengecualian) dari akuntan publik setiap tahun dan masuk dalam 10 Koperasi Terbesar di Indonesia, Koperasi Sejahtera Bersama selalu memberikan kinerja yang terbaik dengan didukung oleh Management yang Profesional dan sistem IT yang canggih, sehingga menguntungkan bagi Anggotanya. Sudah banyak Prestasi yang ditorehkan selama ini, diantaranya :

- 2011, The Winner Of Indonesian Micro Finance award
- 2012, The Best Of 10 Cooperative From The Largest Hundred Indonesian Cooperative
- 2012, The 1st Of Koperasi Serba Usaha (KSU) in Indonesia
- 2014, Pemenang Kategori Koperasi Paling Dinamis dari Kementerian Koperasi dan UKM
- 2015, Urutan ke Dua dalam 100 Koperasi Terbesar di Indonesia sebagai Koperasi Simpan Pinjam Terbesar untuk Tahun Buku 2014
- 2015, Urutan ke Tujuh sebagai Koperasi Terbesar di Indonesia
- 2016, Rekor MURI sebagai Koperasi yang Mengadakan RAT Pertama melalui Media Elektronik

4.1.4. Kegiatan Usaha Koperasi Sejahtera Bersama.

KSP-SB memiliki kegiatan usaha koperasi sejahtera bersama dibidang simpan pinjam, beberapa program simpan pinjam koperasi sejahtera bersama, yaitu :

1. Simpanan berjangka sejahtera prima

Simpanan Berjangka Sejahtera Prima (SBSP) adalah simpanan berjangka pada koperasi simpan sejahtera bersama yang penyetorannya dilakukan hanya sekali. Simpanan diperlakukan sebagai simpanan berjangka yang kemudian akan disalurkan melalui pinjaman dan dimanfaatkan secara prodduktif dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan masa simpanannya.

2. Simpanan berjangka jelang lima tahun prima

Simpanan berjangka "JELITA PRIMA" adalah simpanan berjangka pada koperasi simpanan berjangka yang dirancang khusus untuk simpanan anggota yang memberikan jasa relative tinggi dan adanya manfaat penerimaan Dana Sosial Anggota Koperasi (DSAK).

3. Tabungan pendidikan sejahtera bersama

Tabungan Pendidikan Sejahtera adalah tabungan yang dirancang khusus untuk membantu anggota koperasi untuk mempersiapkan dan mewujudkan kepastian ketersediaan dana pendidikan anak.

4. Tabungan KOIN sejahtera

Tabungan harian Koperasi Indonesia (KOIN) adalah tabungan pada KSP-SB dalam bentuk tabungan harian yang tidak dibatasi penyetoran

dan penarikannya. Tabungan harian KOIN tersebut tidak hanya memberikan jasa yang lebih menguntungkan tetapi juga berbagai manfaat dan kemudahan dalam pembayaran

5. Tabungan rencana sejahtera bersama

Tabungan rencana sejahtera bersama adalah tabungan yang dirancang khusus untuk membantu anggota KSP-SB mempersiapkan dan mewujudkan impian masa depan secara lebih pasti seperti kebutuhan keuangan untuk pensiun, perjalanan ibadah, wisata, pernikahan, dll.

6. Tabungan Wisata

Tabungan wisata adalah salah satu tabungan berjangka KSP-SB yang dirancang khusus untuk anggota yang ingin mewujudkan impiannya berwisata ke dalam maupun luar negeri dengan mudah dan nyaman.

Selain bergerak dibidang simpan pinjam koperasi sejahtera bersama juga bergerak dibidang perdagangan kegiatan usaha perdagangan ini dijalankan oleh salah satu unit usaha daripada koperasi sejahtera bersama yakni SBmart. Permodalan Koperasi Sejahtera Bersama di dapat dari para anggota dan pinjaman-pinjaman dari beberapa Bank. Sisa Hasil Usaha koperasi sejahtera bersama didapat dari pendapatan koperasi seperti penjualan produk, waserda, kas dan kegiatan lainya yang diperoleh selama satu tahun buku dikurangi biaya, penyusutan dan kewajiban lainnya termasuk pajak dalam tahun buku yang bersangkutan. Seperti pada umumnya, prinsip pembagian SHU koperasi sejahtera bersama KSPSB bersumber dari anggota karena kebanyakan pendapatan yang diterima 15 berasal dari kegiatan ekonomi anggota koperasi. SHU anggota adalah jasa dari modal dan transaksi

usaha yang dilakukan anggota itu sendiri, dilakukan secara transparan, dan SHU anggota dibayar secara tunai.

4.2. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, penulis melakukan penelitian dengan metode kualitatif dengan cara studi kasus yang dilakukan dengan cara wawancara dan observasi secara langsung. Studi kasus merupakan tindakan yang mewakili secara keseluruhan pada lingkup yang dibatasi oleh kondisi tertentu sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Pembatasan dapat dilakukan dari berbagai sudut pandang, seperti pembatasan lokasi, waktu, pelaku dan fokus substansi. Dalam hal ini, secara khusus, Robert K Yin menyatakan bahwa substansi yang diteliti dari suatu kasus harus dipandang dan diposisikan sebagai unit analisis. Sebagai unit analisis, substansi yang diteliti dari suatu kasus harus dilihat dan dikaji secara keseluruhan untuk mencapai maksud dan tujuan penelitian.³

Wawancara dilakukan dalam penelitian ini guna menggali strategi komunikasi pada Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama guna mempertahankan citra positifnya di masyarakat khususnya selama pandemi Covid19. Hasil penelitian berdasarkan berbagai informan penelitian diperlihatkan pada substansi strategi komunikasi sebagaimana berikut:

4.2.1. Mengenal Khalayak

Langkah pertama bagi komunikator agar komunikasi yang dilakukan dapat berjalan efektif yaitu mengenal khalayak. Hal tersebut dikarenakan

³ Robert K Yin. Case Study Research (metode dan design), 2009. Halaman 86.

komunikasi tidak pasif melainkan aktif sehingga antara komunikator dan komunikan akan terjalin hubungan dan saling menguntungkan. Dalam penelitian yang dilakukan pada Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama (KSP Sejahtera Bersama), baik komunikator maupun khalayak memiliki kepentingan bersama. Hal ini diungkapkan informan bahwa kepentingan bersama tersebut terlebih koperasi juga milik bersama para anggota, Darmoko selaku kepala cabang menyatakan bahwa:

“Dalam komunikasi pada masyarakat, khususnya anggota koperasi, komunikasi sangat penting oleh para pihak. Hal ini agar para anggota koperasi memahami perkembangan koperasi dan masyarakat semakin menerima koperasi sebagai lembaga keuangan yang dapat membantu masyarakat secara nyata.” (Wawancara: Bapak Darmoko Sebagai Kepala Cabang)

Disebutkan kembali oleh Darmoko bahwa tanpa persamaan kepentingan diantara para anggota koperasi, komunikasi tidak akan mungkin dapat berlangsung. Selain itu, tujuan bersama kepada masyarakat adalah sebagai lembaga keuangan yang memberikan bantuan dalam bentuk permodalan ataupun kebutuhan masyarakat namun, masyarakat juga langsung mendapatkan hak sebagai anggota koperasi. Artinya, masyarakat akan memiliki tujuan bersama untuk keberlangsungan hidup koperasi.

Berlangsungnya suatu komunikasi dalam KSP Sejahtera Bersama dapat mencapai hasil yang positif karena komunikator mampu menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode, dan analisa. Guna menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator dalam perusahaan yaitu termasuk bagian *Public Relation* dan bagian tim *marketing* KSP Sejahtera Bersama. Mereka berusaha agar memahami kerangka pengalaman dan kerangka referensi khalayak secara

tepat.

Memahami kerangka pengalaman dan referensi secara tepat serta seksama dapat dilakukan meliputi pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan. Sebagaimana KSP Sejahtera Bersama mengetahui tentang target *market* mereka dan mengetahui dimana letak KSP Sejahtera Bersama dapat mengembangkan bisnisnya dalam suatu wilayah. Hal itu artinya, komunikator harus mengetahui pokok persoalan yang ada dimasyarakat dan bagaimana KSP Sejahtera Bersama dapat membantu hal tersebut.

“Kami mencoba mencari investor dan anggota baru agar mendapatkan dana segar diperusahaan. Namun disatu sisi, kami sebagai lembaga simpan pinjam tentu memberikan pinjaman atau kredit kepada masyarakat. Kami harus tahu target pasar kami dan permasalahan yang mereka hadapi. Seperti kekurangan dana dalam mengembangkan usaha atau bisnis mereka. Kami membantu untuk memberikan kredit. Sehingga, selain membantu masyarakat, kami juga mengembangkan bisnis perusahaan. Masyarakat juga senang karena selain mendapatkan modal, mereka menjadi bagian anggota koperasi, dan kami berusaha untuk mensejahterakan anggota.” (Wawancara Ibu Puspa Marini sebagai *Marketing Support*)

Dalam penelitian yang dilakukan memperlihatkan bahwa KSP Sejahtera Bersama mengenal bagaimana persoalan-persoalan target *market* mereka. Selain itu, penelitian juga menemukan bahwa KSP Sejahtera Bersama berusaha mengetahui bagaimana kemampuan khalayak untuk menerima pesan-pesan melalui media yang digunakan. Selama ini, KSP Sejahtera Bersama berusaha memperkenalkan kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan, pamflet, media sosial, maupun media lainnya untuk dapat menjangkau masyarakat. Komunikasi juga selama pandemi Covid19 terjalin dengan baik.

Selama pandemi Covid19 terjadi, KSP Sejahtera Bersama mengetahui bahwa masyarakat banyak yang mengalami kesulitan dalam perekonomian.

Hal ini dikarenakan adanya berbagai peraturan yang mengakibatkan beberapa unit usaha tidak dapat berjalan sehingga perputaran uang terhambat. Usaha mikro yang dijalani oleh masyarakat ketika pandemi mulai menurun, tentu membutuhkan modal tambahan karena modal sebelumnya sudah digunakan untuk biaya hidup.

Sebagaimana informan Ria Aristiani yang menyatakan bahwa:

Para pegarai KSP Sejahtera Bersama melakukan pendekatan dan *press release nasabah* sehingga mereka dapat mengakses informasi mengenai koperasi. *Press release* juga sempat dilakukan KSP Sejahtera Bersama terkait informasi yang membuat citra koperasi sedikit memburuk dikarenakan terjadi penipuan yang mengatasnamakan KSP Sejahtera Bersama.

Lebih lanjut Ria Aristiani menjelaskan:

Press release tersebut guna mengkomunikasikan dan menyampaikan pesan untuk mempertahankan citra positif KSP Sejahtera Bersama agar kedepannya mampu membina hubungan baik dengan semua anggota. KSP Sejahtera Bersama memberikan informasi terkait adanya pihak-pihak tertentu diluar perusahaan yang melakukan tindakan ilegal dengan membawa nama mereka sehingga KSP memberi himbuan agar masyarakat mengetahui bagaimana caranya berkomunikasi langsung pada pengelola KSP Sejahtera Bersama bukan langsung mempercayai orang asing begitu saja.

Transparansi dalam KSP Sejahtera Bersama sebagai bagian dari kebutuhan masyarakat terutama investor sehingga tidak terjadi kericuhan ataupun perdebatan. Hal ini dilakukan KSP Sejahtera Bersama sebagai bentuk strategi komunikasi melalui pesan-pesan yang dapat diterima. Keadaan tersebut dikarenakan tidak semua orang dapat menerima pada satu media yang sama sehingga berbagai media dan cara penyampaian pesan perlu dilakukan dengan berbagai cara dan pilihan.

Selain itu, strategi komunikasi dalam mengenal khalayak yaitu adanya

mengetahui bagaimana pengaruh kelompok masyarakat serta nilai-nilai ataupun norma yang berlaku pada masyarakat yang ada. Hal ini agar memudahkan KSP Sejahtera Bersama guna melakukan pendekatan, penyampaian pesan, dan mengenalkan KSP Sejahtera Bersama secara baik agar mendapatkan *feedback* positif.

Jika komunikasi mampu mengetahui situasi dimana khalayak tersebut berada dan bagaimana mampu berkomunikasi dengan baik maka akan memberikan keuntungan pada kedua belah pihak. Tentu hal ini dilakukan KSP Sejahtera Bersama demi keberlangsungan hidup koperasi sehingga mampu mensejahterakan anggotanya.

Dalam strategi komunikasi dengan mengenal khalayak juga, disebutkan dalam wawancara kepada kepala cabang:

“Kami berusaha mendengarkan pelanggan agar perusahaan berjalan dengan baik dan mengetahui kebutuhan serta keinginan publik. Hal itu akan membuat keputusan yang dibuat sesuai dengan keinginan publik namun tetap membuat koperasi berkembang maju. Dengan mendengarkan keinginan pelanggan dapat membantu citra positif kami sebagai lembaga keuangan yang dapat dipercaya masyarakat.”

Mendengarkan masukan dan kritik dari anggota koperasi maupun publik menjadi salah satu hal agar citra perusahaan tidak rusak. Hal ini dikarenakan masih ada beberapa anggota koperasi yang merasa sangat dirugikan sedangkan disatu sisi banyak anggota koperasi yang sudah lama berinvestasi dan cukup puas karena adanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan publik sehingga sudah ada citra positif dengan anggota lama. Guna mempertahankan citra tersebut, KSP Sejahtera Bersama berusaha untuk terus mengenal khalayak dan memberikan informasi lengkap agar kepercayaan dan nama baik perusahaan tetap terjaga.

4.2.2. Menyusun Pesan (Strategi Pesan)

Dalam penelitian yang dilakukan, strategi komunikasi yang digunakan untuk mempertahankan citra positif KSP Sejahtera Bersama saat pandemi Covid19 yaitu melakukan penyusunan pesan atau strategi pesan. Pengelola KSP Sejahtera Bersama selalu menentukan tema dan materi guna menyampaikan pesan-pesan kepada anggotanya atau masyarakat agar mampu membangkitkan perhatian dan menilai baik koperasi.

Penyusunan pesan dalam strategi komunikasi ini dilakukan salah satunya oleh *public relation* sebagai penyebaran informasi guna menyampaikan pesan dalam menciptakan opini publik. Pentingnya menyusun pesan disebutkan dalam wawancara bahwa perlu membangun dan membina hubungan yang positif dengan publik sebagai target sasaran akan terciptanya saling mempercayai dan memperoleh manfaat bersama. Hal tersebut juga dilakukan guna mempertahankan dan menumbuhkan citra positif KSP Sejahtera Bersama akan kegiatan bisnisnya.

Wawancara yang dilakukan kepada beberapa informan menyatakan bahwa pesan atau komunikasi yang akan disampaikan tidak begitu saja muncul namun perlu adanya suatu rancangan khusus agar terstruktur dan melahirkan citra positif koperasi. Dirancangnya pesan tersebut dikarenakan mampu mempengaruhi persepsi dan penilaian masyarakat terhadap citra koperasi.

Pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam hal ini adalah pengelola koperasi tentu menggunakan bahasa dan kode yang dipahami

komunikasikan sehingga kedua belah pihak akan saling mengerti. Hal ini dikarenakan pesan yang disampaikan harus mampu membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikasi dan bagaimana KSP Sejahtera Bersama memberikan beberapa cara untuk menawarkan bagaimana memperoleh kebutuhan tersebut seperti kredit maupun dalam rangka penundaan pembayaran kredit ketika terjadi pandemi Covid19. Sebagaimana wawancara berikut:

“Selama pandemi, bukan hanya satu dua orang saja yang terdampak. Banyak sekali. Pada pedagang kecil, eceran, lebih ke mikro yang meminjam ke KSP Sejahtera Bersama mengalami kesulitan *mengangsur* kredit atau pinjaman. Hal ini karena penjualan mereka berkurang akibat daya beli masyarakat yang menurun. Kami mengetahui hal itu dan mencoba memberikan jalan keluar yaitu memberikan perpanjangan jatuh tempo agar membantu masyarakat selama pandemi Covid19.” (Wawancara kepada Ibu Winda Pertiwi, Kepala Bagian Operasional dan Keuangan)

Pada wawancara yang dilakukan, kepada Ibu Winda Pertiwi menyebutkan:

Jika KSP Sejahtera Bersama memberikan perpanjangan jatuh tempo secara otomatis untuk anggota yang melakukan pinjaman. Terlebih selama pandemi Covid-19 juga pemerintah pernah memberikan himbauan ini dikarenakan pada awal pandemi banyak sektor terdampak. KSP Sejahtera

Bersama melakukan komunikasi kepada masyarakat atau anggotanya mengenai kondisi pandemi dimana banyak pendapatan dan daya beli masyarakat menurun sehingga adanya nasabah yang kesulitan melakukan pembayaran pinjaman.

Hal tersebut memperlihatkan bahwa KSP Sejahtera Bersama memberikan jalan keluar bagaimana anggotanya untuk memperoleh kebutuhannya. Namun, cara tersebut diawasi dan dikomunikasikan dengan

baik agar tanggapan dari kedua belah pihak saling menguntungkan dan pada akhirnya membawa cinta positif pada koperasi.

4.2.3. Menetapkan Metode

Penelitian yang dilakukan pada KSP Sejahtera Bersama dalam rangka membuat strategi untuk mempertahankan citra positif yaitu menetapkan metode yang tepat dalam berkomunikasi. Guna mencapai efektifitas dalam berkomunikasi selain pada kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka dapat disebabkan oleh metode-metode penyampaiannya kepada sasaran.

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian sendiri sangat penting. Sebagaimana pada KSP Sejahtera bersama, metode tersebut terbagi menjadi menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. KSP Sejahtera Bersama dalam wawancara yang dilakukan memperlihatkan bahwa semata-mata dilakukan guna melihat dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya.

Kemudian, melihat komunikasi tersebut dari segi bentuk pernyataan atau bentuk pesan yang dimaksud. Oleh sebab itu, perlu dilakukan metode untuk mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang pesan sedikit demi sedikit seperti penjelasan berulang. Terlebih, penjelasan berulang pada masyarakat dilakukan *intens* karena pernah terjadi *penipuan* yang mengatasnamakan KSP Sejahtera Bersama sedangkan KSP Sejahtera Bersama sudah jelas hanya melakukan komunikasi dengan masyarakat pada media-media yang sudah diakui dan legal.

Metode pengulangan pesan tersebut dilakukan menurut Winda Pertiwi:

Untuk mendapatkan perhatian khalayak semakin besar sehingga pesan penting mudah diingat oleh khalayak serta memberikan kesempatan bagi komunikator untuk memperbaiki kesalahan yang dilakukan sebelumnya.

Metode komunikasi dalam KSP Sejahtera Bersama juga dilakukan dengan cara memahami terlebih dahulu soal komunikasi dengan tujuan agar pesan dapat diterima terlebih dahulu baru kemudian dilakukan perubahan-perubahan sesuai dengan keinginan komunikator. Tindakan tersebut dilakukan agar baik koperasi maupun masyarakat memiliki hubungan baik dan saling memahami keinginan masing-masing pihak.

Selain itu, Winda Pertiwi menambahkan:

Terdapat metode lain yaitu dengan mempengaruhi masyarakat atau khalayak dengan jalan memberikan penerangan yakni memberikan sesuatu atas apa adanya sesuai dengan fakta maupun pendapat yang sebenarnya.

Keadaan ini seperti KSP Sejahtera Bersama yang pernah mendapatkan citra buruk adanya penipuan mengatasnamakan mereka secara online sedangkan media komunikasi KSP Sejahtera Bersama tidak seluruhnya online. Hal ini tentu merugikan KSP Sejahtera Bersama sehingga melakukan metode komunikasi kepada masyarakat yang informatif agar memberikan penerangan atau klarifikasi sesuai dengan data yang ada.

Ria Aristianti menyebutkan bahwa:

KSP Sejahtera Bersama melakukan komunikasi secara edukatif. Metode secara edukatif tersebut dilakukan dengan mempengaruhi khalayak dengan pesan-pesan yang bersifat mendidik seperti penyampaian manfaat koperasi, investasi, maupun keuntungan-keuntungan menjadi anggota koperasi serta mendapatkan kredit untuk

modal usaha. KSP Sejahtera Bersama juga memberikan ide kepada khalayak berdasarkan fakta untuk berhati-hati jika ada informasi atau pesan *online* yang mengatasnamakan KSP Sejahtera Bersama karena KSP Sejahtera Bersama tidak pernah memberikan pinjaman online dengan meminta dana terlebih dahulu. Penyampaian secara edukatif ini bentuk tanggungjawab KSP Sejahtera Bersama untuk membantu masyarakat dan untuk tetap mempertahankan citra positifnya dimasyarakat.

Sebagaimana ketika terjadi pandemi Covid19, metode komunikasi dilakukan sesuai dengan keadaan yang terjadi seperti metode komunikasi secara online dan edukatif. Hal ini dikarenakan ketika terjadi pandemi, negara mengalami resesi maka metode yang digunakan juga bersifat pesan-pesan yang mendidik bukan hanya mengenai koperasi namun mengenai perbaikan perekonomian.

Terlebih, sempat terjadi berita tidak baik mengenai KSP Sejahtera Bersama yaitu dengan Ibu Maya yang mendapatkan pesan singkat atas nama KSP Sejahtera Bersama dimana korban cukup menyeter atau mentransfer sejumlah uang tertentu agar mendapatkan pinjaman sebesar Rp. 300.000.000. Tentu saja KSP Sejahtera Bersama tidak pernah meminta sejumlah uang tertentu diawal pinjaman karena syarat-syarat pinjaman adalah berkas yang lengkap, bukan deposit uang.

Menurut Puspita Marini selaku *marketing support* menyebutkan bahwa pesan tersebut menyebar via *whatsapp* dan Ibu Maya tergiur sehingga mengirimkan sejumlah dana. Mengenai hal ini, KSP Sejahtera Bersama berusaha mengenal publik yang terbiasa mendapatkan pesan secara *online* dan KSP Sejahtera Bersama melakukan pendekatan kepada publik juga secara *online* dengan memberikan himbauan bahwa KSP Sejahtera Bersama tidak meminta dana kepada nasabah terlebih dahulu ketika akan mengajukan

kredit pinjaman.

Hal itu dilakukan KSP Sejahtera Bersama untuk menjaga citra positifnya dan agar membantu masyarakat tidak mudah percaya dengan pesan-pesan *online* yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. KSP Sejahtera Bersama berusaha memberikan literasi kepada masyarakat mengenai produknya dan tata cara peminjaman yang benar sesuai dengan aturan perusahaan serta aturan pemerintah.

4.2.4. Penilaian Media

Penelitian yang dilakukan pada KSP Sejahtera Bersama mengenai strategi komunikasi, ditemukan bahwa lokasi penelitian juga menggunakan strategi media atau pemilihan media komunikasi. Hal ini dikarenakan dalam wawancara yang dilakukan kepada para pegawai KSP Sejahtera Bersama, komunikasi bermedia ini untuk menjangkau komunikan yang berjumlah banyak atau bertempat tinggal jauh.

Wawancara yang dilakukan dengan salah satu karyawan yang menjabat sebagai *customer service*, Ria Aristianti memaparkan sebagai berikut:

“Jika KSP Sejahtera Bersama menggunakan surat kabar, radio, dan internet untuk berkomunikasi dengan masyarakat secara luas. Dengan komunikasi menggunakan media tersebut maka mampu menimbulkan keserempakan dan mengakibatkan suatu pesan dapat diterima oleh komunikan dalam jumlah yang relatif banyak, ratusan ribu, jutaan, bahkan ratusan jutaan pada saat yang sama secara bersama-sama.”

Lebih lanjut, Ria Aristianti mengemukakan:

Komunikasi melalui media tersebut juga dalam rangka mempertahankan citra KSP Sejahtera Bersama dimata masyarakat dan

mengenalkan kepada masyarakat bahwa koperasi tersebut merupakan *legal* dan dapat membantu masyarakat dalam hal keuangan. Hal ini dilakukan karena maraknya pesan berantai maupun berita miring tentang KSP Sejahtera Bersama mengenai penipuan. Sedangkan KSP Sejahtera Bersama yang merupakan lembaga *legal* sama sekali tidak pernah melakukan tindakan tersebut. Keadaan tersebut karena adanya masyarakat yang mendapatkan pesan berantai ataupun *pamflet* ataupun iklan *online* yang mengatasnamakan KSP Sejahtera Bersama dimana harus membayar sejumlah uang tertentu sebelum mendapatkan pinjaman. Sedangkan KSP Sejahtera Bersama tidak pernah sekalipun meminta hal demikian.

Winda Pertiwi menjelaskan:

Dengan komunikasi menggunakan media yang luas, dapat menginformasikan kepada masyarakat agar berhati-hati ketika melakukan pinjaman terutama pinjaman *online* karena dunia maya terkadang digunakan oleh oknum-oknum tertentu untuk melakukan kejahatan *online* termasuk penipuan menggunakan suatu nama perusahaan tertentu agar orang percaya. Guna mencapai sasaran komunikasi, KSP Sejahtera bersama memilih beberapa gabungan dari media komunikasi agar tercapai tujuannya dalam rangka mempertahankan citra positifnya dimasyarakat.

Press release juga diberikan dan diinformasikan melalui berbagai media termasuk media *online* mengingat pandemi Covid19 yang membuat komunikasi *online* lebih sering terjadi sesuai anjuran pemerintah. Adanya *press release* mengenai karakter, idealisme, dan praktik perusahaan dikarenakan KSP Sejahtera Bersama memberikan ketenangan kepada anggota yang memiliki permasalahan terkait dengan pencairan ataupun penarikan dana investasi yang berada di KSP Sejahtera Bersama.

Hal tersebut dikarenakan sempat terjadi kegaduhan akibat kepastian

penarikan ataupun pencairan dana. Sehingga untuk menjaga citra perusahaan, KSP Sejahtera Bersama menggunakan berbagai media guna memberikan ketenangan dan informasi akurat terkait hal tersebut serta tidak terpengaruh oleh berita miring yang belum terjamin kebenarannya.

4.2.5. Peranan Komunikator

Dalam penyampaian pesan diperlukan komunikator sebagaimana dalam penelitian yang dilakukan di KSP Sejahtera Bersama bahwa peranan komunikator merupakan unsur penting dan dominan bagi keseluruhan proses komunikasi yang efektif. Komunikator akan dianggap berhasil jika mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan dengan segala daya tarik yang dimilikinya. Dalam wawancara yang dilakukan, KSP Sejahtera Bersama berusaha agar mampu mengubah opini sebagian masyarakat mengenai KSP Sejahtera Bersama akibat maraknya penipuan *online* yang mengatasnamakan KSP Sejahtera Bersama. Agar komunikasi dapat sesuai dengan apa yang diharapkan, komunikasi dalam hal ini pegawai KSP Sejahtera Bersama harus mampu memahami isi pesan yang dibawakannya dalam kaitannya komunikator representasi atau lembaga.

“Penyampai pesan dalam hal ini pegawai di KSP Sejahtera Bersama harus mampu menarik masyarakat. Dengan kata lain punya daya tarik tersendiri sehingga masyarakat menyukainya dan mendengarkan pesan-pesan atau informasi yang disampaikan.” (Wawancara Kepada Kepala Cabang KSP Sejahtera Bersama)

Beberapa hal penting yang disampaikan oleh Kepala Cabang KSP Sejahtera Bersama, bagaimana penyampai pesan atau komunikator mampu menarik perhatian khalayak atau dengan kata lain memiliki daya tarik

sumber. Daya tarik tersebut berupa apakah khalayak menyukai orang yang rapi dan berpenampilan menarik ataupun memiliki kesamaan dengan khalayak yang dituju sehingga pendekatannya lebih mudah. Selain itu, Darmoko dalam wawancara menyebutkan jika ia akan memilih karyawan yang memiliki kredibilitas sumber atas kemampuan, keahlian, dan keterampilan dalam menyajikan pesan serta memiliki kepribadian yang baik dengan khalayak.

4.3. Pembahasan

Penelitian yang dilakukan pada Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama mengenai strategi komunikasi guna mempertahankan citra positif memperlihatkan bahwa banyak strategi yang digunakan. Citra positif perusahaan sangat penting untuk dipertahankan guna keberlangsungan hidup perusahaan ditengah gejolak ekonomi yang berubah-ubah terlebih saat terjadinya pandemi global Covid19.

Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya dimasa pandemi, KSP Sejahtera bersama telah melakukan operasional perusahaan sesuai protokol kesehatan dan memaksimalkan sarana dunia digital agar dapat berkomunikasi dengan khalayak publik agar mengurangi keterbatasan jarak dan waktu. Pada pandemi Covid-19 dan segala hal yang terjadi pada KSP Sejahtera Bersama, perusahaan menerapkan beberapa strategi dalam berkomunikasi.

Strategi yang digunakan salah satunya yaitu mengenal khalayak atau mengenal publik agar KSP Sejahtera Bersama mampu mengetahui apa keinginan publik dan bagaimana mampu memenuhinya serta bagaimana hal

tersebut mampu membuat citra positif perusahaan terus bertahan. Baik komunikator dalam hal ini adalah perusahaan memiliki kepentingan bersama dengan anggotanya yaitu kesejahteraan. Mengenal khalayak secara lebih jauh dapat dilakukan dengan komunikasi yang *intens* dan terarah agar seluruh anggota koperasi maupun masyarakat luas dapat memahami perkembangan koperasi dan menerima koperasi sebagai lembaga keuangan yang dapat membantu masyarakat secara nyata.

Sebagaimana saat pandemi Covid19, terjadi penurunan perekonomian atau kesulitan perekonomian masyarakat. Kesulitan tersebut berimbas pada pembayaran kredit pada lembaga keuangan termasuk KSP Sejahtera Bersama. Namun, KSP Sejahtera bersama berusaha melakukan upaya semaksimal mungkin agar keadaan ini dapat dihindari dengan lebih mengenal nasabah atau anggota koperasinya secara lebih jauh terutama dalam rangka mempertahankan citranya sebagai koperasi dengan kinerja yang baik.

Citra perusahaan bagi KSP Sejahtera Bersama sangat penting karena merupakan gambaran publik terhadap perusahaan atau kesan masyarakat terhadap perusahaan. Jika citra perusahaan baik akan mencerminkan baiknya kinerja perusahaan yang dibentuk dalam memori konsumen dan termasuk gambaran tanggungjawab sosial sehingga perusahaan dapat memiliki efek positif dalam masyarakat. KSP Sejahtera Bersama dalam penelitian yang dilakukan mengungkapkan bahwa citra atau reputasi perusahaan tidak dapat dibeli. Citra tersebut dibangun dalam kurun waktu yang sangat panjang dan dapat hancur begitu saja ketika perusahaan tidak mampu mempertahankan citra positifnya sehingga perlu dukungan berbagai pihak untuk

mempertahankan citra positif tersebut.

Guna mencapai mempertahankan citra positifnya, KSP Sejahtera Bersama mengenal bagaimana persoalan-persoalan target *market* mereka dan mengetahui bagaimana kemampuan khalayak menerima pesan-pesan melalui media yang digunakan agar terjalin hubungan komunikasi yang baik. Terlebih, selama pandemi Covid19 terjadi kesulitan ekonomi pada masyarakat sehingga KSP Sejahtera Bersama hadir untuk membantu masyarakat dalam hal penambahan modal kerja ataupun dalam penggunaan lainnya. Kemudian, dalam rangka mempertahankan citra positifnya, koperasi memberikan pemahaman kepada seluruh anggotanya mengenai bagaimana cara mencairkan dana investasi dikoperasi karena sempat terjadi kasus sulitnya mencairkan dana investasi. Hal tersebut diselesaikan oleh KSP Sejahtera Bersama melalui komunikasi yang baik dan membina hubungan baik dengan anggota sehingga komunikasi dalam hal ini sangat penting dilakukan.

Strategi komunikasi dalam rangka mempertahankan citra positif perusahaan dengan mengenal khalayak adalah bagaimana dapat mempengaruhi kelompok masyarakat serta nilai dan norma yang berlaku agar memudahkan melakukan pendekatan, penyampaian pesan, dan mengenalkan KSP Sejahtera Bersama. Perusahaan telah mampu mengetahui situasi dimana khalayak tersebut berada dan bagaimana mampu berkomunikasi dengan baik agar dapat memberikan *feedback* yang baik kepada kedua belah pihak.

Namun, ketika akan berkomunikasi tentu diperlukan penyusunan pesan terlebih dahulu mengingat perusahaan merupakan organisasi yang bergerak dalam lembaga keuangan. Strategi penyusunan pesan salah satunya

dilakukan oleh divisi *public relation* agar dapat menciptakan opini baik dari publik. Sehingga pentingnya penyusunan pesan dalam membangun dan membina hubungan yang baik dengan publik dapat menciptakan citra positif yang mampu dipertahankan dalam jangka panjang. Pesan yang disampaikan dalam penelitian memperlihatkan bahwa dimana kedua belah pihak harus saling memahami agar mampu membangkitkan kebutuhan pribadi pihak reaksi publik yang positif.

Penelitian memperlihatkan bahwa KSP Sejahtera Bersama selalu berusaha menyampaikan kebenaran dan informasi akurat kepada anggotanya serta publik secara umum. Hal ini dilakukan agar anggota mendapatkan informasi akurat dan lengkap mengenai KSP Sejahtera Bersama agar citra tersebut terbangun secara positif diantara para anggota maupun calon anggota lainnya. Peneliti telah melakukan beberapa pencarian terhadap nama baik perusahaan KSPSB mengingat usaha simpan pinjam banyak dinilai orang sangat-sangatlah sensitif apalagi terkait dengan kepercayaan publik. Salah satu permasalahan yang peneliti kutip adalah terkait dengan penipuan peminjaman Online. Terdapat berita kurang baik yang dapat mengganggu perusahaan terkait penipuan pinjaman online sehingga mengurangi kepercayaan publik.

Penipuan *online* yang mengatasnamakan KSP Sejahtera Bersama dengan korban Ibu Maya yang mendapatkan pesan singkat atas nama KSP Sejahtera Bersama dimana korban cukup menyetor atau mentransfer sejumlah uang tertentu agar mendapatkan pinjaman sebesar Rp. 300.000.000. Tentu saja KSP Sejahtera Bersama tidak pernah meminta sejumlah uang

tertentu diawal pinjaman karena syarat-syarat pinjaman adalah berkas yang lengkap, bukan deposit uang. Pesan tersebut menyebar via *whatsapp* dan Ibu Maya tergiur sehingga mengirimkan sejumlah dana. Korban mengalami kerugian sebesar Rp. 11.000.000 sedangkan pinjaman sebesar Rp.300.000.000 tidak juga didapatkan sehingga pihak kepolisian mencoba mengklarifikasi kepada KSP Sejahtera Bersama dan terbukti hal tersebut tidak benar. KSP Sejahtera Bersama melakukan komunikasi dengan pihak kepolisian terkait *legalitas* usahanya dan syarat-syarat pengajuan pinjaman sedangkan penipu tersebut adalah orang lain diluar pihak koperasi yang tidak diketahui kebenarannya. Dalam dunia digital, orang mudah mengaku sebagai siapa saja dan KSP Sejahtera Bersama juga seringkali memberikan himbauan kepada masyarakat agar tidak mudah percaya pada pinjaman *online* yang tidak *legal* atau *ilegal*.

KSP Sejahtera Bersama berusaha menjaga cita koperasi ini dengan maksimal termasuk berita-berita tidak benar bagi KSP Sejahtera Bersama. Menginformasikan dengan masyarakat umum terkait hal tersebut melalui berbagai cara termasuk melalui berbagai strategi yang signifikan. Hal ini dilakukan sebagai upaya perusahaan guna mempertahankan citranya dan dapat melakukan kegiatan operasional dengan tanpa adanya hambatan.

Mengenai hal ini, KSP Sejahtera Bersama berusaha mengenal publik yang terbiasa mendapatkan pesan secara *online* dan KSP Sejahtera Bersama melakukan pendekatan kepada publik juga secara *online* dengan memberikan himbauan bahwa KSP Sejahtera Bersama tidak meminta dana kepada nasabah terlebih dahulu ketika akan mengajukan kredit pinjaman. Hal itu

dilakukan KSP Sejahtera Bersama untuk menjaga citra positifnya dan agar membantu masyarakat tidak mudah percaya dengan pesan-pesan *online* yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. KSP Sejahtera Bersama berusaha memberikan literasi kepada masyarakat mengenai produknya dan tata cara peminjaman yang benar sesuai dengan aturan perusahaan serta aturan pemerintah.

Keadaan demikian menunjukkan bahwa perusahaan peduli terhadap opini publik dan berusaha agar opini tersebut tidak merusak citra perusahaan. KSP Sejahtera Bersama juga berusaha untuk menjalankan aktivitas atau kegiatan bisnisnya secara baik dan legal menurut peraturan yang berlaku sehingga berita-berita atas penipuan yang mengatasnamakan KSP Sejahtera Bersama juga ditulisa dalam *website* agar masyarakat dapat mengetahui bahwa penipuan tersebut bukan tindakan KSP Sejahtera Bersama. Hal ini juga mengingatkan bahwa koperasi tersebut memiliki izin usaha dan legal sehingga jika melakukan tindakan ilegal atau penipuan jelas akan merusak citra perusahaan bahkan menghancurkan bisnisnya sendiri.

Perusahaan berusaha untuk meminimalisir hal-hal yang membuat namanya buruk termasuk oknum-oknum diluaran sana yang menggunakan namanya untuk penipuan. KSP Sejahtera Bersama dalam hal ini mempertahankan citranya dengan melakukan strategi komunikasi yaitu menggunakan berbagai metode yang tepat untuk mendekati target *market* mereka dan membentuk persepsi positif dengan mempengaruhi masyarakat atau khalayak dengan jalan memberikan penerangan yakni memberikan sesauu atas apa adaya sesuai dengan fakta maupun pendapat yang sebenarnya.

Perlunya dilakukan metode tertentu untuk mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang pesan sedikit demi sedikit seperti penjelasan berulang. Terlebih, penjelasan berulang pada masyarakat dilakukan *intens* karena pernah terjadi *penipuan* yang mengatasnamakan KSP Sejahtera Bersama sedangkan KSP Sejahtera Bersama sudah jelas hanya melakukan komunikasi dengan masyarakat pada media-media yang sudah diakui dan legal. Metode pengulangan pesan tersebut dilakukan untuk mendapatkan perhatian khalayak semakin besar sehingga pesan penting mudah diingat oleh khalayak serta memberikan kesempatan bagi komunikator untuk memperbaiki kesalahan yang dilakukan sebelumnya.

Maraknya penipuan *online* dan sempat terjadinya penipuan mengatasnamakan KSP Sejahtera Bersama tentu membuat KSP Sejahtera Bersama harus membuat berbagai strategi komunikasi yang baik guna mempertahankan citranya. Selain dengan metode yang tepat tentu dengan media yang beragam, terlebih penipuan tersebut melalui media *online* sehingga KSP Sejahtera Bersama melakukan strategi komunikasi melalui media termasuk *online* dengan memberikan informasi seluas-luasnya dan mengedukasi masyarakat mengenai melakukan pinjaman yang tepat. Dengan komunikasi menggunakan media yang luas, dapat menginformasikan kepada masyarakat agar berhati-hati ketika melakukan pinjaman terutama pinjaman *online* karena dunia maya terkadang digunakan oleh oknum-oknum tertentu untuk melakukan kejahatan *online* termasuk penipuan menggunakan suatu nama perusahaan tertentu agar orang percaya. Guna mencapai sasaran komunikasi, KSP Sejahtera bersama memilih beberapa gabungan dari media

komunikasi agar tercapai tujuannya dalam rangka mempertahankan citra positifnya dimasyarakat.

Penelitian memperlihatkan jika KSP Sejahtera Bersama berusaha agar mampu mengubah opini sebagian masyarakat mengenai KSP Sejahtera Bersama akibat maraknya penipuan *online* yang mengatasnamakan KSP Sejahtera Bersama. Agar komunikasi dapat sesuai dengan apa yang diharapkan, komunikasi dalam hal ini pegawai KSP Sejahtera Bersama harus mampu memahami isi pesan yang dibawakannya dalam kaitannya komunikator representasi atau lembaga.

Dilakukannya berbagai strategi komunikasi untuk mempertahankan citra perusahaan guna membina hubungan baik dengan masyarakat atau publik secara umum. Perusahaan yang memiliki citra baik dimata masyarakat maka akan mampu mendapatkan kepercayaan dan mampu mempertahankan bisnisnya. Kemudian, dengan citra positif tersebut dalam penelitian di KSP Sejahtera Bersama, perusahaan mampu meminimalisir berbagai risiko termasuk risiko tercemarnya nama baik dan risiko kehilangan kepercayaan masyarakat. Cara perusahaan melakukan komunikasi tersebut diharapkan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai salah satunya untuk keberlangsungan hidup perusahaan melalui citra positif perusahaan.

Bahkan ketika perusahaan mengalami masalah PKPU akibat adanya tuntutan dari anggotanya akibat sulitnya mencari nama segar agar *cash flow* dapat berjalan dengan baik maka KSP Sejahtera Bersama menyelesaikannya dengan cara berkomunikasi. Masalah PKPU adalah tentang penundadan kewajiban pembayaran utang atas keputusan dari Pengadilan Niaga Pada

Pengadilan Negeri Jakarta Pusat tepatnya tertanggal 24 Agustus 2020. Hal tersebut mengakibatkan terdapat sebagian kecil anggota yang sempat kehilangan kepercayaannya, namun berbagai strategi komunikasi dilakukan sehingga hal tersebut dapat diselesaikan dengan baik sehingga operasional perusahaan berjalan lancar kembali. Dalam rangka memperbaiki lagi citranya dimasyarakat, KSP Sejahtera Bersama mengenal khalayak umum dan melakukan komunikasi secara positif serta mengedukasi masyarakat terkait keberadaan koperasi.

Dalam permasalahan pemberian informasi, KSP Sejahtera Bersama tetap menjaga komunikasi yang baik dengan anggotanya, terkait dengan anggota yang memiliki permasalahan bisnis ataupun tidak, karena ada beberapa investor yang dananya tidak dapat dicairkan dan menyebabkan anggota-anggota tersebut hilang kepercayaan dan apabila anggota tersebut berkomunikasi dengan orang lain akan memperparah keadaan, dalam hal ini KSPSB tidak memutuskan komunikasi dengan berbagai pihak sehingga masih banyak sekali permasalahan yang masih dapat dimitigasi oleh KSP Sejahtera Bersama karena jalur informasi yang baik antara perusahaan dan anggota.

Kemudian, dalam berkomunikasi dengan publik secara luas dimana koperasi tidak membatasi siapapun dalam hal ini yang ingin mencari tahu bagaimana keadaan KSP Sejahtera Bersama itu sendiri dan aktivitasnya. KSP Sejahtera Bersama dalam penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa secara terbuka akan memberikan informasi apapun mengenai bisnis yang dijalankan sehingga dapat membangun citra yang baik juga. Hal ini membuat perusahaan terus mengedukasi masyarakat mengenai keberadaan koperasi

sebagai lembaga keuangan termasuk dalam pemberian dana pinjaman atau kredit. Komunikasi tersebut terbentuk dari memberikan informasi simpan pinjam di laman webnya, sehingga apabila ada anggota ataupun calon anggota yang membutuhkan informasi, mereka dapat langsung mengunjungi laman webnya dan dapat mempertanyakan perihal yang tidak dapat dipahami langsung ke pihak KSPSB sehingga tidak adanya terjadi miskomunikasi.

