

Implementasi Program *Employee Relations* untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta

Revian Afrilia¹, Al Musa Karim^{2*}

^{1,2} Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Teknologi Yogyakarta
Email: revianafri11@gmail.com¹, Almusakarim2023@gmail.com^{2*}

Abstract

This research aims to analyze employee relations activities to increase employee motivation at Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta. One form of relationship in public relations is employee relations or employee relations, employee relations aims to manage harmonious relationships and communication that occurs within a company to be able to achieve the company's vision and mission. The method in this research is descriptive qualitative with the data analyzed are the results of documentation, literature study and the results of interviews with the operational manager of BPR Nusumma Yogyakarta and Human Resource (HR) BPR Nusumma Yogyakarta. The results of the study show that BPR Nusumma Yogyakarta has implemented various employee relations programs, both formal and informal programs. The employee relations program implemented at BPR Nusumma Yogyakarta targets to increase the intrinsic and extrinsic motivation of employees, one of which is through an award program in the form of providing intensive for employees who successfully achieve the targets given by the company.

Keyword: Employee Relations, Employee, Work Motivation

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aktifitas employee relations untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta. Salah satu bentuk hubungan dalam public relations adalah hubungan karyawan atau employee relations, employee relations bertujuan untuk mengatur hubungan harmonis dan komunikasi yang terjadi dalam sebuah perusahaan untuk dapat mencapai visi misi perusahaan. Adapun metode dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan data yang dianalisis adalah data hasil dokumentasi, studi pustaka dan hasil wawancara dengan manajer operasional BPR Nusumma Yogyakarta dan Human Resource (HR) BPR Nusumma Yogyakarta. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa BPR Nusumma Yogyakarta telah mengimplementasikan berbagai macam program employee relations, baik program yang bersifat formal maupun informal. Adapun program employee relations yang diimplementasikan di BPR Nusumma Yogyakarta menyasar untuk meningkatkan motivasi intrinsik dan ekstrinsik para karyawan, salah satunya yaitu melalui program penghargaan berupa pemberian intensif bagi karyawan yang berhasil mencapai target yang diberikan perusahaan.

Kata Kunci: Hubungan Karyawan, Karyawan, Motivasi Kerja

1. Pendahuluan

Berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat telah mengalami perubahan yang luar biasa akibat dari kemajuan globalisasi, termasuk dalam sektor bisnis dan perusahaan dalam berupaya untuk menjaga keseimbangan [1]. Dalam persaingan di dunia bisnis yang semakin kompetitif dan ketat, menimbulkan banyak konsekuensi dalam persaingan. Perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saingnya secara berkesinambungan dan terus menerus [2]. Jika dikaitkan dengan perusahaan yang bergerak dibidang jasa, kepercayaan merupakan hal yang penting bagi kesuksesan *realitionship* perusahaan. Yang menjadi salah satu faktor terbentuknya kepercayaan adalah melalui kualitas pelayanan [3]. Guna memberikan layanan terbaiknya kepada para konsumen, perusahaan harus dapat membimbing dan melakukan pembinaan untuk dapat mengembangkan dan menghasilkan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas, terampil dan berkompeten.

Kesuksesan sebuah perusahaan dalam berbisnis dan mencapai tujuan serta visi misi tentunya tidak terpisahkan dari totalitas dan produktifitas karyawan dalam sebuah perusahaan dalam

bekerja. Produktifitas seorang karyawan dalam perusahaan sangat berdampak pada keberlangsungan hidup perusahaan, sehingga dibutuhkan hubungan yang baik antara pemimpin dan karyawan [4]. Selain itu, wajar apabila karyawan dalam sebuah perusahaan dipandang sebagai aset perusahaan yang berharga dan dipandang sebagai anggota dan bagian dari keluarga besar perusahaan, tidak hanya sebagai mesin produksi belaka [5]. Internal *relations* merupakan salah satu kegiatan *public relations* yang bertujuan membantu perusahaan dalam membangun hubungan harmonis dengan publik internal perusahaan, seperti para karyawan, manager, *top management* serta para pemegang saham atau *stakeholder* [6]. Hubungan antara publik internal dan perusahaan sama berharganya dengan hubungan perusahaan dengan publik eksternal, hal ini karena kedua bentuk hubungan tersebut diibaratkan sebagai dua sisi mata uang yang memiliki makna sama dan saling memiliki keterkaitan satu sama dengan yang lainnya [5].

Tidak dapat dipungkiri setiap individu dalam perusahaan memiliki pemikiran, perasaan, keadaan, keinginan dan latar belakang yang menjadi pembeda antara satu karyawan dengan karyawan lainnya. Hal yang penting dan perlu untuk diperhatikan dalam proses mencapai visi misi dan tujuan perusahaan. Melalui aktivitas *employee relations* dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia untuk membangun hubungan harmonis tentu akan berpengaruh positif bagi perusahaan, karena melalui kegiatan tersebut seorang karyawan akan menyadari bahwa dirinya diperhatikan dan dihargai oleh pihak manajemen perusahaan, hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan motivasi kerja dan berujung baik pada kinerja perusahaan.

Berdasarkan data pra observasi yang diperoleh peneliti melalui akun media sosial Instagram Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta, bahwa terdapat beberapa aktivitas yang dilakukan untuk memupuk hubungan kekeluargaan yang dilakukan oleh perusahaan untuk para karyawan di BPR Nusumma Yogyakarta, seperti kegiatan Nusumma *Gathering*, Perayaan Hari Ulang Tahun (HUT) Perusahaan, Kegiatan senam dan memancing bersama. Berdasarkan hal tersebut, BPR Nusumma Yogyakarta telah menerapkan aktivitas *employee relations* sebagai kegiatan kehumasan yang bertujuan untuk mempererat jalinan kekeluargaan dan komunikasi. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta merupakan salah satu Bank yang menawarkan jasa layanan simpan pinjam, depositi atau tabungan, serta pembiayaan dan penempatan dana berlandaskan prinsip-prinsip Syariah di Wilayah Sleman, Yogyakarta. Bank ini telah resmi didirikan sejak tahun 1990.

Persaingan bisnis yang ketat harus dihadapi oleh Bank Perkreditan Rakyat (BPR) tak terkecuali Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta. Tantangan dalam persaingan bisnis ini dikarenakan mulai menjamurnya kredit dengan bunga ringan dari Bank Konvensional hingga kehadiran *financial technology (fintech)* seperti pinjaman Online. Sehingga salah satu upaya yang dapat dilakukan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis ini adalah melalui peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan para karyawan untuk nasabahnya. Sehingga penting untuk memperhatikan para karyawan sebagai ujung tombak kesuksesan perusahaan. Upaya yang dapat dilakukan manajemen perusahaan untuk dapat membina hubungan dengan para karyawan salah satunya melalui kegiatan hubungan karyawan atau *employee relations*.

Employee relations merupakan salah satu bentuk komunikasi dan aktivitas yang melibatkan hubungan antara perusahaan dengan para karyawannya [7]. Program dan kegiatan *employee relations* yang berkaitan dengan hubungan antara karyawan dan perusahaan dapat dipraktikkan dalam beberapa bentuk, antara lain Program Pendidikan dan Pelatihan guna membantu meningkatkan dan membangun kinerja serta pengetahuan atau *knowledge* yang dimiliki para karyawannya. Program motivasi kerja berprestasi atau umum dikenal dengan istilah *achievement motivation training*, pelatihan tersebut dimaksudkan untuk menyelaraskan antara kinerja dan motivasi karyawan sehingga keinginan dan harapan perusahaan untuk mencapai produktifitas kerja yang tinggi dapat tercapai. Program selanjutnya adalah program Penghargaan, yang merupakan program untuk mengapresiasi dan menghargai dedikasi, kerja keras serta perjuangan dari para karyawan kepada perusahaan tempatnya bekerja. Program keempat adalah program acara khusus (*special event*), program ini bertujuan menciptakan momen kekeluargaan serta merupakan program yang dirancang di luar jam kerja, seperti program *family gathering*, kegiatan olahraga, dll. Program terakhir adalah Program Media komunikasi internal. Program ini bertujuan

mempererat jalinan komunikasi dan mempermudah proses penyebaran informasi khususnya informasi yang berhubungan dengan kegiatan karyawan [8]

Melalui implementasi program *employee relations* diharapkan dapat menghasilkan hal positif, berupa karyawan perusahaan yang merasa dihargai dan diperhatikan, sehingga menciptakan rasa saling memiliki, motivasi kerja dan kreativitas yang tinggi sehingga dapat mencapai prestasi dan kinerja perusahaan yang maksimal. Melalui kegiatan *employee relations* juga dapat mengurangi timbulnya dampak negative dari manajemen perusahaan, seperti rasa bosan, timbulnyarasa jenuh yang berakibat pada rendahnya loyalitas dan produktifitas kerja karyawan pada perusahaan.

Mengatur dan menjalankan program *employee relations* untuk dapat mencapai sasaran yang diharapkan, dibutuhkan perencanaan dan tahapan yang harus dilaksanakan. Adapun empat proses atau tahapan utama dalam manajemen atau proses *public relations* menurut Cutlip, Center, Broom adalah tahapan mendefinisikan masalah atau peluang, pada tahap ini mencakup penilaian dan pemantauan terhadap opini dan pengetahuan, kepercayaan, sikap serta perilaku dari pihak yang berkaitan atau dipengaruhi oleh tindakan dan kebijakan yang dimiliki organisasi. Tahap kedua, perencanaan dan pemrograman, pada tahap ini menentukan strategi, tindakan dan tujuan serta sasaran untuk mencapai sebuah tujuan. Pada langkah ini mempertimbangkan hasil temuan dari langkah sebelumnya untuk merencanakan sebuah program atau kebijakan dalam organisasi. Tahapan ketiga yaitu Mengambil tindakan dan berkomunikasi, dimana merupakan tahap pengimplementasian atau penerapan dari rencana aksi dan komunikasi yang dimaksudkan dan didesain untuk mencapai tujuans pesifik untuk masing-masing publik sasaran. Tahapan terakhir adalah evaluasi program, mencakup penilaian atas persiapan, tahapan implementasi serta hasil dari program[9].

Motivasi merupakan sebuah dorongan yang muncul dari dalam diri seseorang [10], baik secara sadar maupun intuitif. Menurut Sondang P. Siagian Motivasi merupakan daya dorong yang menyebabkan seorang individu dalam sebuah organisasi mau dan rela mengerahkan kemampuan dalam bentuk keahlian atau ketrampilan, tenaga dan waktu untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran organisasi[11]. Muhibbin membagi motivasi kedalam dua kategori, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik adalah pendorong yang berasal dari dalam diri seorang individu, berupa kesadaran mengenai seberapa penting atau bermanfaat pekerjaan yang sedang dikerjakan. Sedangkan motivasi ekstrinsik merupakan motivasi yang mengacu pada pendorong kerja yang berasal dari luar diri pekerja sebagai individu, berupa suatu kondisi yang mengharuskan untuk melaksanakan pekerjaan secara efisien dan maksimal[12]. Misalnya, upah atau gaji yang tinggi, posisi atau jenjang karier, penghargaan yang diberikan perusahaan, adanya daya saing atau keinginan untuk menghindari hukuman dari atasan. Berdasarkan hal tersebut diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai implementasi Program *employee relations* untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta.

2. Metode

Penelitian ini dikaji dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, deskriptif. Penelitian kualitatif diskriptif digunakan untuk menyelidiki fenomena yang terjadi dan dialami oleh subjek penelitian, seperti persepsi, motivasi, oerilaku dan tindakan untuk menghasilkan gambaran dan pemaparan yang bersifat objektif. Menurut Sarwono Jonathan (2006) dalam Rusandi dan Rusli, penelitian Kualitatif didefinisikan sebagai proses untuk memahami kompleksitas dalam hubungan antar manusia. Sehingga kata kunci dalam penelitian kualitatif adalah kompleksitas, proses, pemahaman, dan interaksi manusia. Metode kualitatif deskriptif dipilih sebagai metode penulisan yang bertujuan untuk memperoleh gambaran di lapangan dan bagaimana implementasi program *employee relations* yang dilakukan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan berdasarkan empat tahap manajemen *public relations* yang dipaparkan oleh Cutlip, Center dan Broom. Metode penelitian kualitatif lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu problem atau masalah daripada melihat permasalahan untuk

digeneralisasikan [13]. Bahri mengungkapkan penelitian kualitatif deskriptif dilakukan untuk menjelaskan Penelitian yang ada tanpa memberikan manipulasi data variabel yang diteliti dengan cara melakukan wawancara langsung [14]. Karakteristik dari deskriptif sendiri adalah data yang diperoleh berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka seperti Penelitian kuantitatif [13].

Menurut Sugiyono 2013:32 Subjek penelitian adalah atribut, nilai atau sifat dari seorang individu, objek atau kegiatan yang memiliki variable tertentu yang ditetapkan untuk dapat dipelajari dan ditarik kesimpulan [15]. Sehingga, subjek penelitian merupakan aspek penting dalam sebuah penelitian karena berhubungan dengan data yang diperlukan. Subjek yang dianalisis dalam penelitian ini adalah divisi yang bertanggungjawab atas program *employee relations* di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta, dimana Manager Operasional dan dibantu oleh *Human Resource* (HR) merupakan pihak yang berperan dan bertanggung jawab atas kegiatan *employee relations* di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta. Informan dalam penelitian ini adalah pihak yang memberikan informasi dan data terkait dengan program *employee relations* di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta yaitu, Ibu Ratih Prihatini selaku Manager Operasional dan Siska Febiana selaku *Human Resource* (HR) Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta.

3. Hasil dan Pembahasan

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta merupakan anak perusahaan dari PT Nusantara Bina Artha yang terletak di Tangerang Selatan, Banten. Meskipun BPR Nusumma Yogyakarta merupakan perusahaan dengan lingkup kecil dengan memiliki total karyawan sebanyak 29 orang, BPR Nusumma Yogyakarta tetap menjalankan program atau kegiatan internal *public relations* untuk menjalin dan membina kerja sama dan hubungan dengan seluruh karyawan di lingkungan kerja agar terjalin iklim komunikasi yang positif serta membangun rasa kekeluargaan yang erat, baik diantara para karyawan maupun antara karyawan dengan para pimpinan. Hubungan tersebut dapat terjalin melalui aktivitas yang disebut sebagai Hubungan karyawan atau *employee relations*. Karyawan dalam sebuah perusahaan merupakan aset yang penting dan berharga dalam sebuah perusahaan, sebagai penggerak dalam memajukan dan mencapai visi misi perusahaan, oleh karena itu program *employee relations* dirrasa menjadi bagian yang diperlukan untuk dapat membangun dan meningkatkan motivasi yang tinggi sehingga dapat menimbulkan produktivitas perusahaan nantinya.

Sebelum kegiatan *employee realtions* dilaksanakan, Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta akan melakukan beberapa tahapan dalam pembentukan program, adapun tahapan dan penerapan program *employee relations* oleh Manager Operasional di BPR Nusumma Yogyakarta berdasarkan empat tahap manajemen *public relations* menurut Cutlip, Center dan Broom (2011:320-321) adalah sebagai berikut:

a) Mendefinisikan Masalah (atau peluang)

Strategi pembentukan dan perancangan program *employee relations* dilakukan dengan berdiskusi dan berkomunikasi secara efektif antara pimpinan di BPR Nusumma dengan para karyawannya melalui rapat yang rutin dilaksanakan setiap bulan dan untuk internal BPR Nusumma Yogyakarta melalui pertemuan rutin berupa kegiatan *morning briefing* dengan seluruh karyawan setiap harinya. Selain itu, Manager Operasional juga melakukan observasi terkait permasalahan yang tengah terjadi di antara para karaywan melalui perannya sebagai fasilitator komunikasi serta membantu para karyawan dalam memecahkan masalah internal karyawan, berupaya berperan sebagai penengah dan bersikap netral tanpa meyalahkan salah satu pihak saja. Observasi melalui pemberitaan yang berkembang dalam portal berita online juga dilakukan oleh Manager Operasional BPR Nusumma Yogyakarta. Dimana analisis ini dilakukan berkaitan dengan kondisi BPR yang beberapa tahun terakhir mengalami banyak penurunan karena terdapat beberapa BPR yang bangkrut dan dicabut izin usahanya. Salah satu faktor penyebab kebangkrutan BPR ini adalah karena dana simpanan milik nasabah yang tidak dibayarkan oleh oknum

dari pegawai di BPR bersangkutan. Hal ini juga dapat terjadi dikarenakan kurangnya komunikasi dan kesejahteraan karyawan yang kurang terjamin dari perusahaan.

Pada tahap menefinisikan masalah ini, peneliti melihat bahwasanya Manajemen Operasional BPR Nusumma Yogyakarta juga merancang dan membuat program *employee relations* yang berangkat dari rasa tanggung jawab sebuah perusahaan untuk dapat mensejahterakan dan menjadi fasilitator dalam membina hubungan antara karyawan, juga hubungan antara karyawan dengan pimpinan, selain itu juga dilandasi oleh isu yang berkembang berkaitan dengan perusahaan yang bergerak dibidang yang sama yaitu Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang mengalami banyak kegagalan bahkan kebangkrutan, hal ini menyebabkan BPR Nusumma Yogyakarta harus berupaya untuk merancang sebuah program untuk dapat meningkatkan motivasi dan kinerja perusahaan.

b) Perencanaan dan Pemrograman

Tahapan kedua dalam manajemen *public relations* menurut Cutlip, Center dan Broom adalah tahapan perencanaan dan pemrograman. Setelah Manager Operasional mengetahui permasalahan dan isu yang sedang berkembang dan terjadi, pihak manager Operasional akan berdiskusi dengan pihak manajemen dan mengembangkan program dan kegiatan yang dilaksanakan berdasarkan permasalahan tersebut. Adapun hasil analisis dan identifikasi pada tahap pertama atau tahapan pendefinisian masalah (atau peluang), Manajemen BPR Nusumma Yogyakarta memiliki karyawan sebagai publik sasaran dari penerapan program *employee Relations*. Tujuan dari implementasi program *employee relations* ini adalah untuk memfasilitasi dan membina hubungan serta komunikasi yang lebih erat agar terbentuk rasa kekeluargaan dan rasa saling memiliki di antara para keraywannya.

Perencanaan yang dilaksanakan berdasarkan apa yang menjadi kebutuhan dari keraywannya, apa kegiatan dan program yang dapat memfasilitasi karyawan untuk dapat membangun motivasi dan mempererat jalinan komunikasi di internal perusahaan. Dalam hal ini program atau kegiatan *employee relations* yang diimplementasikan merupakan program dan kegiatan yang memang rutin dilaksanakan di BPR Nusumma Yogyakarta dalam rentang waktu tahunan, bulanan bahkan harian. Namun, untuk program hari ulang tahun perusahaan dan Nusumma *gathering* terdapat perbedaan setiap tahunnya yaitu pada tema yang disesuaikan dengan visi misi tahunan yang ingin dicapai oleh BPR Nusumma Yogyakarta saat program akan diluncurkan. Selain itu, untuk program acara khusus Nusumma *gathering*, program ini merupakan program yang diselenggarakan dan diatur serta merupakan kewenangan dari kantor pusat atau PT Nusantara Bina Arta, sehingga seluruh karyawan dari BPR Nusumma Yogyakarta juga hanya berperan sebagai anggota yang ikut serta dalam kegiatan saja, tidak ikut serta dalam proses pendefinisian masalah, pemrograman dan perencanaan dan evaluasi hasil akhirnya.

c) Mengambil Tindakan dan Bekomunikasi

Tahapan ini merupakan tahapan dari implementasi atau penerapan program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik perusahaan, yaitu untuk membantu membangun motivasi kerja karyawan sehingga dapat meningkatkan pula produktivitas kerja perusahaannya. Program dan Kegiatan yang dilaksanakan untuk membangun hubungan antar karyawan atau *employee relations* di BPR Nusumma Yogyakarta dibentuk dan dibuat untuk dapat diikuti oleh seluruh karyawan. Selain bertujuan untuk memenuhi hak para keraywannya, kegiatan atau program *employee relations* BPR Nusumma Yogyakarta juga diharapkan dapat membantu membangun motivasi kerja keraywannya. Dari hasil wawancara dan analisis yang telah dilakukan, Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta menerapkan kegiatan *employee relations* yang berjalan sesuai dengan program-program *employee relations* yang dijabarkan oleh Rusady Ruslan dalam Bukunya Manajemen *Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi* adalah:

- 1) Program Pendidikan dan Pelatihan

Salah satu upaya yang dapat dilakukan sebuah perusahaan untuk dapat meningkatkan potensi Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki adalah melalui Program Pendidikan dan Pelatihan. Program ini bertujuan untuk membantu membangun kinerja dan *knowledge* atau pengetahuan yang dimiliki karyawan. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta sangat megutamakan pentingnya ilmu pengetahuan dan keahlian bagi karyawannya, dimana dari ilmu dan keahlian yang dimiliki dapat berpengaruh pada kualitas diri karyawan dalam perusahaan. Sehingga, BPR Nusumma selalu memberikan kesempatan kepada para karyawannya untuk meningkatkan ketrampilan, terutama dalam bidang yang berhubungan dengan kepemimpinan dan pelayanan atau *service* terhadap *customer*. Adapun wujud dari program ini diimplementasikan melalui program pelatihan yang diadakan dari eksternal perusahaan seperti pelatihan atau Pendidikan dari Lembaga Keuangan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) atau Perbarindo (Perhimpunan Bank Perkreditan Rakyat Indonesia), sehingga melalui program pelatihan dan pendidikan ini BPR Nusumma Yogyakarta akan mengikutsertakan para karyawannya untuk turut serta dalam program berupa pelatihan atau Pendidikan dari eksternal perusahaan. tentu program yang dimaksud merupakan program yang disesuaikan dengan kompetensi dan ketrampilan yang dibutuhkan dan dimiliki oleh para karyawannya.

2) Program Motivasi Kerja Berprestasi

Program ini bertujuan untuk menggabungkan mmotivasi kerja, prestasi dan disiplin para karyawan untuk dapat mencapai kinerja yang terbaik. Selain sebagai bentuk perhatian perusahaan terhadap para karyawannya, melalui program ini harapannya akan mampu membangun serta membentuk pengemabngan diri,utamanya dalam meningkatkan motivasi kerja dan prestasi karayawannya. Program ini merupakan landasan dasar atas pentingnya pelatihan yang akan memberikan kesadaran pada seorang individu dalam perusahaan untuk dapat menyadari potensi yang ada pada diri seorang individu tersebut untuk dapat mencapai prestasi setinggi dan semaksimal mungkin.

Adapun berdasarkan hasil dari wawancara dan analisis yang telah dilakukan, BPR Nusumma Yogyakarta mengimplementasikan program Motivasi Kerja Berprestasi ini dalam kegiatan atau program yang disebut sebagai Darso atau kepanjangan dari Sadar SOP (Standar Operasional Prosedur). Kegiatan ini dilaksanakan dengan cara diskusi dan presentasi, pimpinan akan membagikan sebuah materi terkait SOP, diskusi terkait peraturan dan SOP yang masih sering dilanggar serta sosialisasi bagaimana upaya yang dapat dilakukan agar performa dan kinerja perusahaan dapat terus, meningkat setiap tahun, bulan bahkan setiap harinya melalui presentasi *power point*. Kemudian hasil dari materi yang telah disampaikan oleh pimpinan akan dipresentasikan ulang oleh karyawan BPR Nusumma yang telah dibagi ke beberapa tim, satu tim berisikan tiga orang. Sehingga melalui kegiatan ini setiap karyawan dapat lebih disiplin dan terlibat secara langsung dalam penyampaian materi SOP untuk rekan karyawan lainnya.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Darso (Sadar SOP)

3) Program Penghargaan

Program ini merupakan bentuk apresiasi dan cara perusahaan dalam menghargai dedikasi, kerja keras serta perjuangan seorang karyawan kepada sebuah perusahaan tempatnya bekerja. Pemberian penghargaan atas peningkatan kinerja karyawan sekecil apapun dapat menjadu pemacu semangat dan motivasi kerja karyawan. Pemberian penghargaan ini dapat diberikan dalam berbagai bentuk, sesuai perusahaan, dapat berupa bonus, intensif bulanan, maupun kenaikan jabatan apabila memang seorang karyawan memiliki kinerja yang bagus. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta mengimplementasikan program penghargaan ini melalui pemberian intensif atau bonus bulanan. Namun begitu, melalui pemberian apresiasi melalui intensif atau bonus ini jangan sampai memicu perasaan iri pada karyawan lain. Sehingga, untuk dapat memperoleh intensif atau gaji tambahan setiap bulannya, seorang karyawan harus dapat mencapai atau bahkan melebihi target yang diberikan oleh perusahaan. pemberian intensif ini harus dipastikan sesuai dengan kinerja masing-masing karyawan. Sehingga, setiap karyawan akan secara otomatis termotivasi dan akan membangun semangat untuk meningkatkan kinerjanya masing-masing dan berusaha untuk emncapai target yang diberikan perusahaan untuk dapat memperoleh intensif atau bonus bulanan.

4) Program Acara Khusus

Tujuan dari program ini adalah untuk membangun momen kekeluargaan, kekompakan dan keharmonisan diantara para karyawan sebagai bentuk rasa terima kasih perusahaan atas kerja keras dan jerih payah karyawan baik secara individu maupun kelompok tim yang diselenggaakan diluar dari waktu jam kerja sehari-hari. Adapun terdapat beberapa program acara khusus yang dilaksanakan di BPR Nusumma Yogyakarta, baik acara formal maupun nonformal. Kegiatan pertama yaitu memancing bersama para karyawan BPR Nusumma Yogyakarta. Perlu diketahui bahwa melakukan hobi dapat membantu seorang karyawan dalam mengatur waktu sehingga akan menciptakan *Work-Life Balance* atau kemampuan seseorang dalam menyelaraskan dan menyeimbangkan antara tugas dan tanggung jawab dalam pekerjaan dengan hal yang tidaj berkaitan dengan pekerjaan. Memancing bersama ini merupakan salah satu kegiatan non formal yang diselenggarakan di BPR Nusumma Yogyakarta, sebagai salah satu perusahaan yang berlokasi di daerah pemancingan Pakem-Turi sehingga kegiatan memancing bersama ini sudah menjadi kegiatan rutin yang dilaksanakan setiap tahun. Selain kegiatan memancing bersama, BPR Nusumma Yogyakarta juga memiliki kegiatan

keagamaan yang rutin dilaksanakan pada hari jumat setiap minggunya yaitu kegiatan pengajian atau yasinan. Kegiatan ini dilaksanakan pada pukul 07.30 WIB sebelum melaksanakan aktivitas kerja pada hari tersebut. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat menanamkan nilai-nilai keagamaan dalam lingkungan kerja serta untuk memperoleh pahala, meminta perlindungan, keselamatan dan kesehatan selama menjalani pekerjaan.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Memancing Bersama

Kegiatan acara khusus selanjutnya adalah Nusumma *Gathering*, program ini merupakan program dari *holding* atau kantor pusat PT Nusantara Bina Artha. Karena selain berlokasi di Yogyakarta, BPR Nusumma juga terletak di Jawa Tengah, Jawa Barat dan Jawa Timur. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana atau media untuk membangun kekeluargaan dan membina hubungan baik diantara para karyawan dengan para pimpinan atau direksi dari seluruh BPR Nusumma. Kegiatan ini biasanya diselenggarakan pada awal tahun, dan rangkaian acaranya beripenta seni, perlombaan olah raga, *fashion show*, dll. Untuk kegiatan Nusumma *Gathering* ini BPR Nusumma Yogyakarta hanya berperan sebagai anggota yang ikut dalam kegiatan.

Kegiatan Acara khusus terakhir adalah Perayaan Hari Ulang Tahun Perusahaan atau di BPR Nusumma Yogyakarta biasa disebut sebagai Pesta Meriah Nusumma. Kegiatan ini diikuti oleh seluruh karyawan BPR Nusumma Yogyakarta juga dihadiri oleh para Nasabah. Kegiatan ini diawali dengan pemotongan tumpeng sebagai simbol atas bertambahnya usia perusahaan BPR Nusumma Yogyakarta, kemudian dilanjutkan dengan perlombaan yang diikuti oleh para nasabah BPR Nusumma Yogyakarta dan terakhir adalah pengundian *Doorprize*.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pesta Meriah Nusumma

5) Program Media Komunikasi Internal

Untuk membangun motivasi kerja juga harus dibangun dengan pemenuhan kebutuhan informasi bagi para karyawan, sehingga mereka dapat selalu *update* dan

mengetahui informasi terbaru mengenai perkembangan di BPR Nusumma Yogyakarta. Selain itu, kegiatan komunikasi merupakan salah satu bagian penting dalam bermasyarakat, termasuk didalamnya komunikasi organisasi dalam sebuah perusahaan. Adapun program Media Komunikasi Internal ini diimplementasikan melalui pemanfaatan *Whatsapp Group* dan media sosial Instagram. Selain itu, kegiatan rutin berupa *morning briefing* juga dilakukan di BPR Nusumma Yogyakarta sebagai media tatap muka untuk mengkonfirmasi informasi yang telah disampaikan secara tidak langsung, sehingga karyawan dapat secara efektif lebih memahami informasi jika penyampaian pesan dilakukan secara langsung.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan *Morning Breifing*

d) Evaluasi Program

Adapun tahapan terakhir dari tahapan manajemen *public relations* menurut Cutlip, Center dan Broom adalah Tahapan Evaluasi Akhir. Pada yahapan evaluasi hasil program dan kegiatan *employee relations* di BPR Nusumma Yogyakarta tidak semua kegiatan ataupun program yang dilakukan penilaian atau evaluasi hasil, hanya pada program Nusumma *Gathering* yang dilakukan evaluasi melalui pengisian suevey atau kuisisioner *index happiness*. Evaluasinya pun dilakukan oleh Kantor Pusat PT Nusantara Bina Artha. Sementara untuk BPR Nusumma Yogyakarta sendiri belum terdapat kegiatan atau program khusus untuk evaluasi program *employee relations*. Namun, dampak dan hasil dari program *employee relations* dapat dirasakan melalui komunikasi dan interaksi yang terjalin dan terjadi diantara para karyawan setelah program dan kegiatan *employee relations* dilaksanakan. Adapun setelah program *employee relations* diselenggarakan akan berdampak pada berkurangnya jumlah karyawan yang datang terlambat setiap harinya, suasana kantor yang terlihat lebih akrab dan ceria, hal ini dapat dilihat dari banyaknya karaywan yang saling bertegur sapa.

Adapun motivasi kerja yang muncul dari karyawan sebagai dampak dari adanya program *employee relarions* dapat dibagi kedalam dua kategori motivasi, yaitu kategori motivasi intrinsik atau motivasi yang timbul dari dalam diri seorang individu karyawan, hal ini disebabkan melalui program ini membantu karyawan untuk *refreshing* sejenak dari dunia pekerjaan, selain itu dengan adanya kegiatan *employee relations* karyawan dapat merasa lebih diperhatikan oleh perusahaan. Kemudian, kategori motivasi kedua yang timbul akibat adanya program *employee relations* adalah motivasi ekstrinsik atau motivasi yang berasal dari luar individu, dapat berasal dari ketertarikan seseorang terhadap pekerjaan, keinginan untuk berkembang atau keinginan untuk menghindari hukuman dari pimpinan (Nanawi 2003:5). Motivasi ekstrinsik yang muncul melalui program *employee relations* ini karena adanya dorongan dari perusahaan untuk dapat mencapai target bulanan, sehingga apabila karyawan dapat mencapai target yang diberika, maka melalui program *employee relations* berupa pemberian penghargaan, BPR Nusumma Yogyakarta akan memberikan penghargaan berupa intensif atau tambahan gaji.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan mengenai penerapan dan pengimplementasian program *employee relations* di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta untuk dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan adalah bahwasannya Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusumma Yogyakarta telah mengimplementasikan program dan kegiatan *employee relations* guna meningkatkan motivasi kerja karyawannya. *Relations* sendiri merupakan salah satu kegiatan yang penting untuk dapat dilakukan dalam sebuah perusahaan. *Employee relations* sebenarnya merupakan salah satu bagian dalam ranah *public relations* yaitu publik internal, karena *public relations* memiliki peran untuk dapat membina hubungan baik dalam lingkup internal perusahaan untuk menciptakan komunikasi dan kekeluargaan serta motivasi kerja karyawan dalam sebuah perusahaan. Hubungan harmonis yang terjalin antara karyawan dengan karyawan ataupun karyawan dengan pimpinan dalam sebuah perusahaan akan berpengaruh terhadap efektif atau tidaknya komunikasi yang berlangsung dalam lingkungan perusahaan tersebut. Sehingga, program dan kegiatan *employee relations* merupakan hal yang sangat penting dalam membantu meningkatkan produktivitas perusahaan.

Kegiatan *employee relations* merupakan salah satu media dan wadah bagi karyawan untuk dapat mencari hiburan dan mengurangi tingkat stress dalam bekerja sehingga menciptakan hubungan karyawan dan lingkungan kerja yang akrab dan nyaman dalam lingkup BPR Nusumma Yogyakarta. Kegiatan *employee relations* merupakan salah satu bentuk perhatian perusahaan kepada karyawannya karena telah memberikan kinerja terbaiknya untuk perusahaan termpatnya bekerja. Melalui kegiatan *employee relations* juga menumbuhkan rasa saling memiliki terhadap perusahaan. Program dan kegiatan *employee relations* yang dilaksanakan di BPR Nusumma Yogyakarta belum secara maksimal melewati empat tahap manajemen *public relations* mendefinisikan masalah, perancangan dan pemrograman, aksi dan komunikasi serta evaluasi program. Karena BPR Nusumma Yogyakarta lebih berfokus pada tahap ketiga yaitu pada aksi dan komunikasi saja. Pada tahap evaluasi hanya sebatas melihat dampak yang dirasakan setelah program dan kegiatan yang dilaksanakan. Dimana implementasi program *employee relations* BPR Nusumma Yogyakarta telah menasar untuk dapat meningkatkan motivasi intrinsik dan ekstrinsik para karyawan, salah satunya melalui program penghargaan berupa pemberian intensif bagi para karyawan yang mampu mencapai target yang diberikan perusahaan.

Daftar Pustaka

- [1] Romarina A. Economic Resilience pada industri kreatif gunamenghadapi globalisasi dalam rangka ketahanan nasional. *Jurnal Ilmu Sosial* 2016;15:35–52.
- [2] Setiyono J, Sutrimah S. Analisis Teks dan Konteks Pada Iklan Operator Seluler (XL dengan Kartu AS). *Pedagogia: Jurnal Pendidikan* 2016;5:297–310.
- [3] Ningtyas T. Kepercayaan Masyarakat (Citizen Trust) Di Badan Pertanahan Nasional (BPN) II Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial* 2018;2.
- [4] Dewi PNP, Erviantono T, Winaya IK. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Kinerja Kerja Karyawan PT Indonesia Power Unit Pembangkitan dan Jasa Pembangkitan Bali (Studi Kasus di PT Indonesia Power Unit Pembangkitan dan Jasa Pembangkitan Bali). *Citizen Charter* 2014;1:165181.
- [5] Irawan EP. Penerapan Peran *Public Relations* Pada Program *Employee Relations* Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan. (Studi Kasus tentang Penerapan Peran *Public Relations* Pada Program *Employee Relations* Oleh Divisi Human

- Capital Development PT. Kao Indonesia). LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi 2015;3.
- [6] Ardianto Elvinarno. Handbook of Public Relations. Bandung: Simiosa Rekatama Media; 2014.
- [7] Kartika R, Anindito A. Penerapan Program Employee Relations Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan di PT. PLN (PERSERO) Puslitbang. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2017;5:1–26.
- [8] Ruslan Rosady. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada; 2008.
- [9] Scott M. Cutlip AHCGMB. Effective Public Relations. Sembilan. Jakarta: Kencana; 2009.
- [10] Siregar LYS. Motivasi Sebagai Pengubahan Perilaku. *Forum Paedagogik*, vol. 11, 2020, p. 81–97.
- [11] Samosir HH. Analisis pengaruh faktor motivasi terhadap produktivitas kerja karyawan pada cv. salim tirta. *Jurnal Ilmiah Widya* 2012:218730.
- [12] Dahniarti S, Umar S. Hubungan Motivasi Siswa dengan Hasil Belajar Matapelajaransosiologi Kelas X SMA PGRI 1. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)* n.d.;3.
- [13] Rusli M. Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus n.d.
- [14] Hanyfah S, Ryan Fernandes G, Budiarmo I, RayaiTengah Nomor J. PENERAPAN METODE KUALITATIF DESKRIPTIF UNTUK APLIKASI PENGOLAHAN DATA PELANGGAN PADA CAR WASH. 2022.
- [15] Tanujaya C. Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis* 2017;2:90–5.