

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peristilahan hukum tentang perbankan bank telah dituangkan dalam Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Pengertian perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan pengertian bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Menurut karakteristiknya, Lembaga Keuangan Bank dibedakan menjadi dua, yaitu Bank Syariah dan Bank Konvensional. Meskipun lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional memiliki banyak perbedaan, namun tidak menutup kemungkinan tentang persamaannya. Persamaan lembaga keuangan syariah dan konvensional meliputi: (1)Teknis penerimaan uang; (2)Mekanisme transfer; (3)Teknologi computer yang digunakan; (4)Syarat-Syarat umum memperoleh pembiayaan seperti KTP, NPWP, Proposal, dsb (Jundiani 2009:111)

Sedangkan perbedaan antara lembaga keuangan syariah dan konvensional meliputi: (1)Aspek akad (transaksi) dan legalitas; (2)Bisnis dan usaha yang dibiayai, terdapat saringan, kehalalan, kemanfaatan dan kemalahatan. (Ismonto 2009:99)

Sejarah perbankan syariah pertama kali adalah pendirian sebuah Bank di Mesir, yaitu didirikannya *Islamic Rural Bank* di Desa Mit Ghamr pada tahun 1963di Kairo mesir.

Perkembangan perbankan syariah secara internasional dimulai dengan adanya Sidang Menteri Luar Negeri yang diselenggarakan oleh Organisasi Konferensi Islam (OKI) di Karachi, Pakistan, Desember 1970. Mesir mengajukan sebuah proposal pendirian bank syariah internasional untuk perdagangan dan pembangunan. (*Internasional Isalamic Bank for Trade and Development*), serta proposal pendirian Federasi Bank Islam (*Federation of Islamic Banks*). Isi dari proposal tersebut intinya adalah mengusulkan bahwa sistem keuangan berdasarkan bunga harus digantikan dengan suatu sistem kerjasama dengan skema bagi hasil atas keuntungan maupun kerugian. Setelah mendapatkan pembahasan dari delapan belas negara Islam, akhirnya proposal tersebut diterima. Sidang menyetujui rencana mendirikan Bank Islam Internasional dan Federasi Bank Islam. Baru pada tahun 1975 Sidang Menteri Keuangan OKI di Jedah, menyetujui pendirian *Islamic Development Bank* (IDB) dengan modal awal 2 miliar dinar Islam atau ekuivalen 2 miliar SDR (*Special Drawing Right*), semua anggota OKI menjadi anggota IDB. (Abdul Ghofur 2009:25–26)

Sedangkan sejarah perkembangan Bank Syariah di Indonesia secara kelembagaan, bank syariah yang pertama kali berdiri di Indonesia adalah PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), Kemudian baru menyusul bank-bank lain yang membuka jendela syariah (*Islamic Window*) dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Indonesia dalam kebijakan mengenai perbankan menganut *dual banking system*. *Dual banking sistem* maksudnya adalah terselenggaranya dua sistem perbankan (konvensional dan syariah secara berdampingan) yang pelaksanaannya diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sehingga yang terjadi adalah bank syariah tidak berdiri sendiri (mandiri), sehingga dalam operasionalisasinya masih menginduk kepada bank konvensional.

Jadi melalui *Islamic Window* ini, bank-bank konvensional dapat memberikan jasa pembiayaan syariah kepada para nasabahnya melalui produk-produk yang bebas dari unsur riba (*usury*), gharar (*uncertainty* dan *maisyr* (*speculative*) dengan terlebih dahulu membentuk Unit Usaha Syariah (UUS). UUS adalah unit kerja dikantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari cabang syariah dan atau unit syariah dalam sebuah perusahaan/organisasi, adanya sumber daya manusia yang ahli terampil tentu menjadi aspek yang sangat penting bagi perkembangan perusahaan itu sendiri. (Abdul Ghofur 2009:31)

Banyak pendekatan yang dianut mengenai pengelolaan SDM dalam perusahaan. Saat ini pendekatan terhadap SDM telah mengalami

pergeseran. Semua manusia dalam perusahaan dianggap sebagai faktor produksi, unsur organisasi dengan konotasi negatif karena menekankan kehadiran dan duduk dikantor akan tetapi kini manusia telah menjadi sumber daya dengan konotasi aktif dan dinamis. SDM akan mengalami pergeseran pengaruh dari perilaku ke logika interaksi yang lebih menekankan hasil kerja. Dahulu SDM hanya mengelola orang-orang dalam perusahaan, tetapi pada masa mendatang harus mampu mengelola orang-orang diluar perusahaan. SDM mempunyai motivasi untuk mendorong berbuat positif dan daya dorong negative yang dapat menghambat perusahaan.

Sumber daya manusia yang terlibat dalam proses penyampaian jasa sangat penting peranannya dalam menentukan jasa yang dihasilkan dan dalam menentukan persepsi pelanggan terhadap jasa yang bersangkutan. Oleh sebab itu, sumber daya manusia menjadi unsur penting dalam penawaran jasa. Perbedaan utama antara perusahaan penghasil produk berupa barang dengan perusahaan penghasil jasa ada adalah pada pelayanannya, dimana perusahaan jasa dituntut lebih mengoptimalkan kualitas dari *Customer Service*. Bagi perusahaan jasa tentu saja cukup sulit untuk mendapatkan standar pelayanan yang sama di mata konsumen. Tantangan bagi pihak manajemen saja saat ini adalah bagaimana mengintegrasikan seluruh elemen yang ada dalam *Customer Service* agar sesuai dengan strategi dan operasi perusahaan yang telah ditetapkan. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, maka bank perlu

menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Citra ini dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.

Pelayanan nasabah atau *Customer Service* pada sebuah bank adalah merupakan jasa pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan operasional bank sehari-hari. (I Komang. Et al 2012:6)

Pada umumnya unit *Customer Service* tidak melaksanakan secara langsung administrasi pembukuan dari transaksi *financial* yang dilakukan oleh nasabah, tetapi membantu nasabah yang hendak berhubungan dengan bank. Peranan *Customer Service* disini dapat disebut sebagai unit *front line* bank yang sangat penting, yaitu sebagai pelaksana proses awal kegiatan bank yang berhubungan langsung dengan nasabah. (Kusuma 2010)

Oleh Karena itu, apabila ada nasabah yang mengalami kesulitan kaitannya dengan produk-produk, maupun operasional bank ataupun nasabah yang mengeluhkan tentang pelayanan bank yang kurang berkenan, nasabah pertama kali akan menyampaikannya kepada *Customer Service*. Dan tentunya *Customer Service* pula yang akan mencoba untuk menangani dan *manage* keluhan yang disampaikan oleh nasabah.

Dari proses manajemen komplain yang dilakukan oleh *Customer Service* dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah, maka nasabah akan dapat melihat dan merasakan kepuasan/ketidakpuasan

pelayanan yang diberikan, dan nasabah juga akan menilai dan memutuskan untuk tetap menjadi nasabah bank tersebut atau tidak. (Ellena 2011)

Salah satu aktivitas bank terutama bank syariah adalah memberikan pelayanan jasa perbankan bagi konsumennya (nasabah) yang berpedoman pada syariah Islam yaitu Al-Quran dan As-Sunah. Mulai dari system , operasional, dan prosedur kerja pada bank syariah dan produk jasanya harus sesuai dengan konsep syariah. Seluruh aktivitas bank selalu memperhatikan service (pelayanan). Dalam hal pelayanan posisi sumber daya manusia (SDM) paling menentukan dibandingkan dengan mesin atau perangkat apapun yang ada dalam perusahaan. (Kasmir 2005:201)

public relation sangat dibutuhkan dalam perusahaan maupun lembaga keuangan. Setiap perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari fungsinya sebagai komunikator. Dan fungsi ini dapat dilakukan oleh *public relation* yang mempunyai peran penting dalam membina hubungan baik antara perusahaan dengan public yang dituju. Komunikasi mempunyai peranan penting kaitannya dengan pelayanan pelanggan. Misalnya pada bagian pengecekan kredit, tagihan-tagihan, menjawab telepon dari konsumen maupun penanganan masalah-masalah yang berkaitan dengan pengaduan dari konsumen. Kegiatan-kegiatan tersebut sendirinya menggunakan banyak komunikasi. Dalam hal ini, komunikasi eksternal yang terjadi antara perusahaan dengan pelanggannya dilakukan secara dua arah baik dalam bentuk formal maupun non formal. Jadi, keberadaan *public relation* di perusahaan jasa perbankan berfungsi sebagai garda terdepan perusahaan

yang diharapkan dapat memberikan pelayanan dan memuaskan nasabah secara konsisten (terus-menerus). Harus berangkat dari kaidah bahwa kepuasan adalah segala-galanya bagi nasabah. Menentukan hubungan dengan pelanggan yang terjalin dengan baik adalah dasar dari *public relation*. Hubungan itu dapat dimulai dari kepuasan pelanggan yang dihasilkan oleh produk atau layanan yang baik. (Prima 2013)

peranan *Customer service* juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan pelayanan peranan dari *Customer Service* ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan *Customer Service* yang handal. Pengertian *Customer Service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah. (Kasmir 2005:201)

Pada saat melaksanakan PKL (Magang) di PT. Bank Muamalat TBK Cabang Banjarmasin, penulis beberapa kali menjumpai ada nasabah yang mengajukan klaim terkait dengan produk, mulai dari masalah Kartu ATM tertelan serta kegagalan transaksi seperti gagal transfer dan gagal dalam penarikan uang tunai. Dan setelah itu, yang menjadi tempat aduan dan keluhan pertama kali menghadapi complain dari nasabah tersebut adalah *Customer Service*.

Selain itu pihak customer service Bank Muamalat TBK cabang Banjarmasin kurang maksimal dalam memberikan pelayanan atau informasi kepada nasabah, serta keterlambatan waktu pelayanan pada saat jam setelah

istirahat, sehingga nasabah merasa kurang puas dan kecewa terhadap pelayanan yang diberikan. Hal ini tidak termasuk dalam ciri pelayanan yang baik oleh *customer service*.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti peranan *Customer Service* sebagai fungsi public relation dalam mengatasi keluhan nasabah, maka judul yang diangkat adalah **“Peran *Customer Service* sebagai fungsi *public relation* dalam mengatasi keluhan nasabah (*Handling Complaint*) di PT. Bank Muamalat TBK Cabang Banjarmasin”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana peran *Customer Service* dalam menangani komplain dari nasabah di Bank Muamalat TBK Cabang Banjarmasin?
2. Bagaimana prosedur penanganan terhadap nasabah *handling complaint* di Bank Muamalat TBK Cabang Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin di capai peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui peranan *Customer Service* dalam menangani dan mengatasi keluhan nasabah Bank Muamalat TBK Cabang Banjarmasin.

2. Untuk mengetahui prosedur penanganan *handling complaint* terhadap nasabah Bank Muamalat TBK Cabang Banjarmasin.

D. Manfaat Penelitian

1) Bagi Penulis

- a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang peranan *Customer Service* dalam penangan keluhan nasabah.
- b. Sebagai tambahan referensi dan informasi mengenai *Handling Complaint* yang di terapkan oleh Bank Muamalat TBK Cabang Banjarmasin.
- c. Untuk mengetahui apa saja prosedur penanganan keluhan ataupun *Handling Complaint* oleh *Customer Service* terhadap Nasabah Bank Muamalat TBK Cabang Banjarmasin.

2) Bagi Bank

- a. Dapat dijadikan referensi untuk kinerja *Costumer Service* dalam prosedur penanganan nasabah yang diterapkan.
- b. Dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil kebijakan dan mengevaluasi berhasil tidaknya prosedur penangan keluhan nasabah yang diterapkan oleh pihak Bank Muamalat TBK Cabang Banjarmasin.
- c. Dapat mempererat silaturahmi dan kerjasama yang baik antara Mahasiswa, Universitas dan Bank.

3) Bagi Pembaca

- a. Sebagai tambahan referensi dan informasi bagi mahasiswa mengenai peranan *Customer Service* dalam mengatasi keluhan nasabah (*Handling Complaint*).

E. Definisi Operasional

Sebagai pedoman agar terarahnya penelitian ini dan tidak menimbulkan kesalah pahaman maka perlu dijelaskan melalui batasan istilah, yaitu:

1. *Customer Service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. *Customer Service* memegang peranan yang sangat penting disamping memberikan pelayanan juga sebagai Pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relation* (Awaludin 2011:24) Yang dimaksud peranan *Customer Service* dalam penelitian ini adalah bagaimana peran seorang *Customer Service* sebagai fungsi *public relation* dalam mengatasi keluhan nasabah di PT. Bank Muamalat TBK Cabang Banjarmasin.
2. *Public Relation* merupakan mediator yang berada antara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. (Rosady Roslan, 2006, hlm.14). *public relation* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hubungan antara *Customer Service* dengan nasabah pada PT. Bank Muamalat TBK Cabang Banjarmasin.

3. *Handling Complaint a complaint is an experience of dissatisfaction, about the standart of service, action or lack. Affection an individual customer or group customer* (keluhan seorang complain pelayanan adalah merupakan ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau tiadanya tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan). (Akh Muwafik Saleh, 2010, hlm.156). *Handling complaint* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ekspresi ketidakpuasaan seorang nasabah atau pelanggan, maupun keluhan atas produk atau pelayanan di PT. Bank Muamalat TBK Cabang Banjarmasin.

F. Penelitian Terdahulu

Dari penelitian-penelitian sebelumnya, berikut ini akan dipaparkan beberapa sumber referensi penelitian terdahulu yang relevan dan terkait dengan penelitian ini.

1. Tugas akhir dari Agista Anggun Pratami yang berjudul “Pengaruh teknik *handling complain* terhadap citra PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang” dari UIN Walisongo Semarang tahun 2015. Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh teknik *handling complain* yang dilakukan PT BNI Syariah kantor cabang Semarang berada dalam kategori baik dengan perolehan skor rata-rata 394,4 dan citra pada Bank BNI KC

Semarang dalam kategori baik dengan perolehan skor rata-rata 357,8 dan membuktikan bahwa teknik handling complain tidak berpengaruh pada citra Bank BNI KC Semarang hal ini dibuktikan melalui uji t yang dilakukan dimana terdapat nilai t hitung sebesar -0,336 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,986 sehingga hipotesisi dalam penelitian tersebut ditolak.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Dyan Kusuma yang berjudul “Peranan *Customer Service* dalam pelayanan produk dana pada PT. Bank Tabungan Negara (persero) TBK Cabang Surakarta”, dari Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2010. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan studi lapangan yang terdiri dari observasi, penyebaran kuesioner, populasi dan pengambilan sampel. Teknik pembahasan yang digunakan adalah metode analisi deskriptif yang membahas mengenai jawaban yang diberikan responden kepada kuesioner. Analisi yang digunakan tidak memerlukan perhitungan secara sistematis dan dilaksanakan dengan melihat hasil tabel pertanyaan yang diajukan kepada nasabah pada saat melakukan penelitian dan data tersebut diperoleh dari penyebaran kuesioner, hasil pengumpulan data tersebut disajikan dalam bentuk tabel. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* BTN sudah baik, namun perlu ditingkatkan lagi agar kualitas pelayanan *Customer Service* BTN dapat dipertahankan.

3. Skripsi dari Anis Windarti yang berjudul “Implementasi Manajemen Komplain Dalam Upaya Peningkatan Pelayanan Prima pada bagian *Customer Service* PT. Telkom Surakarta”. Dari Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2013. Jenis metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah penerapan manajemen complain pada bagian *Customer Service* PT Telkom Surakarta meliputi tahap perencanaan program, perencanaan kerja, tahap pengorganisasian, tahap operasional proses penanganan keluhan dan tahap pengawasan dan respon pelanggan terhadap pelaksanaan manajemen complain adalah pelanggan yang merasa puas karena complain yang disampaikan telah ditangani secara cepat dan petugas yang melayani telah menunjukkan sikap yang profesional.

G. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarahnya pembahasan dalam penelitian ini, maka diperlukan sistematika yang akan dibagi menjadi lima bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa subbab, yang sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I, merupakan pendahuluan yang membahas tentang latar

belakang masalah mengapa memilih judul penelitian ini dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Maka permasalahan itu tergambar secara jelas dari rumusan masalah, setelah itu dari rumusan masalah ditetapkan tujuan penelitian dan signifikansi dari penelitian itu sendiri yang merupakan kegunaan dari hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah yang bermakna umum dan luas, kerangka pemikiran dan hipotesis pemikiran sebagai jawaban sementara penelitian ini serta penelitian terdahulu yang ditampilkan sebagai bukti atau fakta-fakta hasil tulisan yang relevan dengan judul yang ada. Adapun sistematika pembahasan merupakan susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II, berisi landasan teori yang menerangkan, menguraikan dan menjabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan peranan *Customer Service* sebagai fungsi *public relation* dalam mengatasi keluhan nasabah (*Handling complaint*) di PT. Bank Muamalat TBK Cabang Banjarmasin melalui teori-teori yang mendukung secara relevan dari wawancara dengan *Customer Service* bank yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari referensi media lainnya.

Bab III, berisi metode penelitian yaitu jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data, dan tahapan penelitian, inilah yang menjadi metode untuk menganalisis antara bab dua dan hasil penelitian.

Bab IV, sejarah Bank Muamalat dan laporan hasil penelitian yang membahas penyajian data dari hasil wawancara, dan analisis data yang

beracuan dari bab tiga. Analisis data inilah yang menjadi hasil dari penelitian yang akan dilakukan.

Bab V, penutup yang berisi kesimpulan yang dibuat oleh penulis terhadap permasalahan yang telah dibahas sebelumnya, serta saran-saran sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya.