BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi Islam yang semakin cerah dewasa ini, ditandai dengan berkembangnya lembaga keuangan syariah di Indonesia baik lembaga perbankan maupun non bank. Tidak hanya itu di dunia pendidikan, semakin bermunculan program studi ekonomi Islam di beberapa universitas di Indonesia. Perkembangan ekonomi Islam yang semakin marak ini merupakan cerminan jawaban atas gairah dan kerinduan umat Islam di Indonesia ini akan suatu sistem perekonomian yang mampu menyejahterakan bangsa dan membebaskan bangsa dari terpuruknya perekonomian Indonesia oleh beberapa sebab, diantaranya krisis ekonomi, kemiskinan, pengangguran, juga sebagai pembaharuan ekonomi dalam negeri, serta awal kebangkitan ekonomi Islam di Indonesia maupun di seluruh dunia, misalnya di Indonesia berdiri Bank Syariah yaitu Bank Muamalat pada tahun 1992. Perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Dalam Undang-Undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah, undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk

membuka cabang syariah atau bahkan mengkonvensi diri secara total menjadi bank syariah.[1]

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam adalah lembaga yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad saw. Sedangkan kita tahu bahwa Islam sangat melarang umatnya memakan harta yang diperoleh dari riba. Dalam Q.S al-Baqarah/2 : 275 Allah berfirman:

ٱلَّذِينَ يَأۡكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِي يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيۡطَٰنُ مِنَ ٱلۡمَسِّۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمۡ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡبَيۡعُ مِثۡلُ ٱلرِّبَوٰاْۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوۡعِظَةٞ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمۡرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِۖ وَمَنۡ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصۡحَٰبُ ٱلنَّارِۖ هُمۡ فِيهَا خَٰلِدُونَ ٢٧٥

''Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. rang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu sadalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.''[2]

Dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas

[1]M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), Cet ke-1, hlm.26

[2]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang: CV. ASY SYIFA, 1993), hlm.69

pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat tanpa riba.[3]

Bank merupakan lembaga keuangan yang tugas pokoknya mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkan dari masyarakat ke masyarakat. Selain itu,bank juga memberikan jasa-jasa keuangan, pembayaran dan pembiayaan lainnya kepada masyarakat atas adanya bank-bank berusaha semaksimal mungkin melakukan daya tarik (insentif) ekonomi berupa bonus serta hadiah yang menarik. Berbagai langkah dilakukan bank dengan tujuan menghimpun dana masyarakat, yang salah satunya adalah dengan meningkatkan jumlah nasabah.[4]

Adapun menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalukannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.[5]

Sedangkan nasabah pada lembaga keuangan sangat penting. Nasabah itu ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu lembaga keuangan. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dalam

---

[3]Zubair Hasan, *Undang-Undang Perbankan Syariah: Titik Temu Hukum Islam dan Hukum Nasional* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm.27.

[4]M. Syafi'i Antonio, *op.cit.*, hlm.129.

[5]Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), cet ke 10, hlm. 105.

bentuk simpanan berdasarkan akad antara Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dan nasabah yang bersangkutan.[6]

Persaingan dari sesama perbankan syariah juga ketat karena cukup ulet dan kreatif dalam pemasaran. Pelayanan kepada nasabah adalah hal yang sangat penting, melalui *customer service* bank harus mampu untuk memberikan solusi kepada nasabah, menghadapi nasabah yang sedang menyampaikan keluhan, mengeluhkan cara menyampaikan solusi, cara bertutur kata, dan lain sebagainya.

Ciri pelayanan yang baik yaitu dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Memiliki karyawan yang profesional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, tersedia semua produk yang di inginkan oleh nasabah, bertanggung jawab kepada setiap nasabah dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas, memiliki pengetahuan umum lainnya, mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah dan lain sebagainya.[7]

Kualitas pelayanan merupakan suatu esensi yang penting bagi kelangsungan hidup suatu badan usaha. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Q.S al-Baqarah/2 : 267:

---

[6]Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2014), cet ke-4, hlm.137.

[7]Kasmir, *Op.Cit.*, hlm. 308-310.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَنفِقُواْ مِن طَيِّبَٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ أَخْرَجْنَا لَكُم مِّنَ ٱلْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُواْ ٱلْخَبِيثَ مِنْهُ تُنفِقُونَ وَلَسْتُم بِـَٔاخِذِيهِ إِلَّآ أَن تُغْمِضُواْ فِيهِ ۚ وَٱعْلَمُوٓاْ أَنَّ ٱللَّهَ غَنِىٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

''Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.''[8]

Bank syariah adalah industri jasa berdasarkan prinsip-prinsip syariah, dimana mayoritas orang di Indonesia memiliki bank syariah untuk melakukan transaksi berdasarkan pelayanan yang diberikan, sehingga bank harus memberikan pelayanan yang baik untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Sebagai konsekuensinya setiap badan usaha penyedia layanan jasa juga perlu memperhatikan kualitas layanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi tuntutan nasabah. Dalam memberikan jasa pelayanan kepada pelanggan terdapat lima kriteria penentu kualitas pelayanan, yaitu keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati dan berwujud.[9]

Pelayanan nasabah dapat diberikan oleh berbagai pihak, baik *customer service*, teller atau kasir. Namun istilah *customer service* digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus melayani nasabah dengan nama *customer service*. *Customer service* merupakan suatu

[8]Departemen Agama RI,*Op.Cit.*, hlm. 67.

[9]Philip Kotler, *Marketing Manajemen* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 1997), hlm.440.

bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Sesuai dengan fungsinya, *customer service* diharapkan dapat melakukan ‘’*one stop service*’’, artinya nasabah cukup menghubungi bagian *customer service* saja dalam berhubungan dengan bank. *Customer service* haruslah mengetahui secara umum dan luas bentuk-bentuk pelayanan jasa dan produk bank dengan baik. Kesempatan berhubungan dengan nasabah yang cukup besar dapat dipergunakan secara efektif untuk menawarkan produk-produk bank lainnya.[10]

Disamping itu tata nilai yang baik akan menciptakan suatu kualitas pelayanan yang baik pula, sehingga perusahaan tersebut akan menciptakan pencitraan yang lebih baik dalam pencapaian tujuan yang dimaksud. Tata nilai yang diberikan meliputi: fokus pada nasabah (*customer focus*), Integritas (*integrity*), kerjasama dengan tim (*team network*), dan berusaha mencapai yang terbaik (*contonuous pursuit of excellence*).

Suatu perusahaan yang memiliki keempat tata nilai tersebut akan memiliki pencitraan yang baik, hal tersebut sangat menguntungkan perusahaan. Jika perusahaan memiliki pencitraan yang baik maka nasabah akan memiliki rasa loyal akan perusahaan tersebut, percaya akan perusahaannya, nyaman dan aman, serta nasabah akan merasa puas dengan kualitas layanannya.

Seperti yang peneliti teliti di Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin tentang *customer service* dalam menangani permasalahan yang terjadi pada

[10]Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm.64.

nasabahnya, misalnya nasabah melakukan klaim ATM, uang terdebit, ATM tertelan, sms banking, tidak merasa tarik uang tunai, dan lain sebagainya.

Pentingnya pelayanan *customer service* di perusahaan perbankan sehingga dengan demikian nasabah dapat mengeluhkan atau melakukan keluhan permasalahan mereka yang terjadi dan melaporkan kasus yang dihadapi kepada unit-unit perusahaan perbankan yang terkait. Di situlah *customer service* dapat menyiasati atau memberikan solusi bagi nasabah atau konsumennya dalam hal melayani kebutuhan dan keperluan nasabah, memberikan jawaban atas keluhan nasabah dan memberikan pelayanan informasi yang terkini. Hal ini dilakukan untuk menjalin hubungan baik dan demi menjaga kepercayaan nasabahnya.

Dari uraian tersebut, peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai strategi pelayanan *customer service* di Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin dalam menyampaikan informasi yang diberikan kepada para nasabah yang menyampaikan keluhan dan menuangkannya dalam sebuah karya ilmiah skripsi dengan judul "Strategi Pelayanan *Customer Service* Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin dalam Menangani Keluhan Nasabah".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pelayanan *customer service* dalam menangani keluhan nasabah di Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin dalam bentuk analisis SWOT?

2. Apa kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman dari strategi pelayanan *customer service* dalam menangani keluhan nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui:

1. Bagaimana strategi pelayanan *customer service* dalam menangani keluhan nasabah di Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin
2. Apa kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman dari strategi pelayanan *customer service* dalam menangani keluhan nasabah pada Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin berdasarkan analisis SWOT

D. Signifikansi Penelitian

1. Manfaat Akademis

   Untuk kalangan akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta sumbang pikiran dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi kepustakaan dan penelitian khususnya tentang lembaga keuangan islam yang nantinya akan disumbangkan untuk perpustakaan Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

2. Manfaat Praktis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak-pihak yang terkait sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan serta memberikan masukan kepada pemerintah, organisasi, perusahaan, atau

pelaksana perbankan syariah tentang Strategi Pelayanan *Customer Service*.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahan dalam memahami penelitian ini, maka penulis merasa perlu menjelaskan definisi operasional dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Strategi

   Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.[11] Jadi, strategi yang penulis maksud di sini adalah cara atau metode yang dilakukan bank dalam melaksanakan kegiatan bank, khususnya strategi dalam bidang pelayanan.

2. Pelayanan

   Pelayanan berarti spektrum kegiatan yang meningkatkan harapan serta kenikmatan klien atas manfaat produk.[12]Dalam penelitian ini yang dimaksud pelayanan adalah suatu tindakan cara yang diberikan oleh *customer service.* Bank Kalsel Syariah untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabahnya yang melakukan keluhan.

3. *Customer Service*

---

[11]Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cet. 3 (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), hlm. 859.

[12]Bernand Katz, *Bagaimana Memasarkan Jasa Profesional* (Jakarta: PT. Gema Insani 2013), cet ke 20, hlm. 160.

Customer service secara umum adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.[13]Dalam penelitian ini yang dimaksud *customer service* adalah seorang petugas yang harus melayani nasabah Bank Kalsel Syariah yang memberikan keluhan atas permasalahan kasusnya. Dalam cara melayani nasabahpun bervariasi, seorang *customer service* berperan penting dalam melayani nasabahnya dan berusaha untuk menarik dengan cara meyakinkan calon nasabahnya agar menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara.

4. Nasabah

   Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).[14]Dalam penelitian ini yang dimaksud Nasabah adalah nasabah Bank Kalsel Syariah.

5. Penanganan Keluhan

   Dalam penelitian ini yang dimaksud penanganan keluhan adalah suatu cara atau tindakan yang dilakukan oleh Bank Kalsel Syariah apa yang dialami atau dirasakan oleh nasabah Bank Kalsel Syariah dalam melakukan keluh-kesah atau keluhan-keluhan. Keluhan yang dimaksud dalam penelitian ini dibatasi pada masalah yang merasa bahwa tidak melakukan transaksi, tidak merasa tarik uang tunai, melakukan klaim ATM, uang terdebit, ATM tertelan, sms banking, dan lain sebagainya.

---

[13]Kasmir, *Kewirausahaan*, *Op.Cit,.* hlm. 298.

[14]Departemen Pendidikan dan Kebudayaan., *op.cit*, hlm. 775.

Penelitian ini meneliti tentang meningkatkan *service level* yang diberikan di dalam strategi pelayanan *customer service* untuk menangani keluhan-keluhan nasabah di Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin.

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelaahan terhadap penelitian terdahulu ada beberapa skripsi yang berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan tentang strategi dan pelayanan, namun demikian ditemukan substansi berbeda dengan persoalan yang akan penulis angkat, penelitian yang dimaksud adalah:

Rusida Hartini (2016), "Strategi Pemasaran Produk *Safe DepositBox* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin", Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari Banjarmasin, 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk *Safe Deposit Box* iB Ar-Rahman yang dilakukan oleh Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin.

Nani Aulia (2016), "Upaya *Front Office* dalam Meningkatkan Pelayanan pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Banjarmasin", Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari Banjarmasin, 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya *Front Office* dalam meningkatkan pelayanan pada nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

M. Andrie (2016), "Pelayanan Pembiayaan Untuk UMKM pada PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batulicin", Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas

Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari Banjarmasin, 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelayanan pembiayaan untuk UMKM di PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batulicin.

Penelitian penulis ini berbeda dari segi pembahasan materinya, objek dan subjek penelitiannya. Dalam skripsi ini penulis akan menguraikan tentang strategi pelayanan *customer service* dalam menangani keluhan nasabah.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skiripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I berisi tentang latar belakang masalah dari penelitian yang akan dilakukan, kemudian akan ditarik secara eksplisit permasalahan tersebut dalam rumusan masalah, perumusan masalah ini penting karena hasilnya akan menjadi penuntun bagi langkah-langkah selanjutnya. Lalu sebutkan tujuan penulisan sebagai sarana yang ingin dicapai dalam penelitian. Agar lebih jelas dan terarah dibuat juga definisi operasional , kajian pustaka serta sistematika penulisan.

Bab II adalah landasan teoritis tentang strategi, pelayanan, dan *customer service* yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh, berisikan tentang: pengertian strategi adalah tindakan yang bersifat senantiasa meningkat dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan, pengertian *pelayanan* atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan

sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik, pengertian *customer service* adalah merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di garis depan (*front office*), suatu bank umum yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah dalam menikmati produk dan jasa-jasa pelayanan yang ditawarkan bank.

Bab III merupakan metode penelitian yang menghubungkan antara teoritis dengan penelitian lapangan, maka dibutuhkan metode penelitian yang berisi jenis, sifat, dan lokasi penelitian yang digunakan untuk penulisan skripsi, desain penelitian merupakan reka bentuk penelitian, objek penelitian merupakan sarana utama dalam penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, kemudian setelah itu data dianalisis dengan teknik analisis data tertentu, untuk mengetahui alur penelitian dari awal sampai akhir maka dibuatlah tahapan penelitian yang sistematika.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang berisi tentang pemaparan mengenai profil perusahaan serta penyajian data dan analisis tentang strategi pelayanan *customer service* pada bank kalsel syariah cabang banjarmasin dalam menangani keluhan nasabah dalam bentuk analisis SWOT.

Bab V merupakan bab penutup yang berisi simpulan atau hasil dari penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil dari penelitian ini.