

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini telah diwarnai oleh persaingan yang semakin ketat. Hal ini diakibatkan karena adanya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi setiap pelaku bisnis. Globalisasi perekonomian merupakan proses kegiatan pertukaran bisnis dan perdagangan suatu Negara yang sistematis, dimana batasan ekonomi suatu Negara menjadi bias, karena perekonomian satu Negara dipengaruhi oleh perekonomian lainnya.¹ Timbulnya persaingan yang sangat ketat tersebut menyebabkan kalangan usaha saling berlomba untuk dapat menghadapi persaingan dan mendapatkan keunggulan kompetitif, dalam dunia usaha sering terjadi persaingan yang begitu sengit dalam mendapatkan konsumen agar usaha yang dijalankan mendapatkan keuntungan yang lebih besar.² Dalam kondisi persaingan ketat tersebut, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan perbankan adalah kepuasan nasabah agar dapat bertahan, bersaing serta menguasai pangsa pasar.³

Berbagai macam usaha yang ada di Indonesia salah satunya perbankan merupakan dunia usaha yang tidak banyak diketahui oleh masyarakat dimana masyarakat hanya menabung serta meminjam uang tanpa mengetahui perhitungan bagi hasil atau bunga yang mereka dapatkan, namun sebetulnya bank sudah

¹Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, (Bandung: ALFABETA, 2014), 5

²Frieda Ellena, *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penangan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah*, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2011.

³ Anita Ratna Komala, dkk, *Pengaruh Kualitas Manajemen Komplain Terhadap Kinerja Pelayanan*, Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah fakultas Syariah Universitas Islam Bandung.

memiliki taktik serta strategi dalam mendapatkan nasabah agar bank tersebut dapat mendapatkan keuntungan yang maksimal.⁴

Keuntungan bank merupakan hal yang sangatlah penting karena perputaran uang dalam perbankan dilihat dari seberapa banyak bank mendapat *profit* dan juga seberapa lama bank dapat memutar uang nasabah yang dititipkan kepada bank. Perbankan tidak jauh dengan kata *profit* namun bank belum bisa mengambil *profit* ketika nasabah tersebut tidak mendapatkan hak yang sesuai dengan fasilitas yang diberikan kepada nasabah. Perusahaan ataupun instansi tidak akan bertahan dalam jangka panjang jika tidak mendapatkan *profit*.

Perputaran satu bank bukan hanya dipengaruhi oleh keuntungan atau *Profit* melainkan nasabah sebagai orang yang menggunakan jasa / produk dari bank tersebut.⁵ sehingga bank menjadi lengkap jika didalam perputaran roda perbankan terdapat nasabah. Jika dalam satu bank terdapat modal yang sangat cukup dan bahkan bisa dikatakan lebih, namun jika tidak terdapat nasabah yang cukup aktif maka bank tersebut tidak akan bertahan lama.

Tingkat kelayakan nasabah dapat dilihat dari seringnya pihak bank melakukan komunikasi dengan nasabahnya. Komunikasi pemasaran bank adalah serangkaian tindakan yang dilakukan oleh bank untuk menyampaikan pesan dan keinginan dengan melibatkan konsumen dan karyawan secara interaktif melalui serangkaian tindakan pemasaran.⁶

⁴Taufik Ariyanto, *Profil Persaingan Usaha dalam Industri Perbankan Indonesia*, Perbanas Finance & Banking Journal, No. 2, Desember 2004, 4

⁵Hellen Fisher, *Layanan Konsumen Dalam Seminggu*, (Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher, 2004), 4.

⁶ Sentot Imam Wajono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 155

Tolak ukur nasabah dapat dikatakan menjadi nasabah yang setia jika nasabah tersebut menggunakan jasa / produk Bank tersebut secara terus menerus, jika nasabah mendapatkan kepuasan dalam segi fasilitas maupun produk bank tersebut maka bank tersebut akan mendapatkan nasabah baru dari nasabah yang sudah setia menggunakan produk / jasa dari bank tersebut karena pasti nasabah tersebut akan menyebarkan kepuasan kepada orang lain terkait kepuasannya terhadap lembaga tersebut, sebaliknya jika ia kecewa pun ia akan menyampaikan kekecewaan baik kepada lembaga yang bersangkutan ataupun kepada orang lain.

Intansi atau perusahaan yang mendapatkan komplain itu umumnya disebabkan oleh ketidakpuasan nasabah atau konsumen dalam mendapatkan hak, namun nasabah atau konsumen juga mendapatkan keadilan dan tiga jenis keadilan yang dapat diperoleh oleh konsumen atau nasabah, yaitu⁷:

1. *Outcome fairness*, berupa hasil atau kompensasi yang setimpal dengan ketidakpuasan yang dialami
2. *Procedural fairness*, berupa proses penanganan komplain dan pemecahan masalah yang jelas, tepat waktu, dan prosedurnya tidak mengecewakan.
3. *Interaction fairness*, berupa perlakuan yang sopan dan menunjukkan kepedulian dan kejujuran.

Bank harus dapat memenuhi 3 (tiga) jenis keadilan yang layak didapatkan oleh nasabah, seperti yang dijelaskan diatas bahwa ada kompensasi terhadap komplain nasabah baik berupa materi maupun non materil, serta bank harus menyelesaikan komplain nasabah secara tepat dan cepat, dan menggunakan cara

⁷ Ali Hasan, “*Marketing Bank Syariah*”,(Jakarta:Ghalia Indonesia, 2010), 109

yang sopan agar nasabah tersebut merasakan keluh kesah atau kritik mereka diterima dengan baik oleh bank tersebut dan menjadikan tolak ukur bank dalam membuat produk baru ataupun membenahi produk – produk yang sudah ada.

Komplain atau kritik yang diberikan oleh nasabah terhadap bank terkait pelayanan maupun produk yang ditawarkan oleh bank sangatlah penting dalam penilaian suatu produk bank, dalam satu bank yang hendak melakukan ekspansi wilayah atau pengembangan bank maka seharusnya muncul beberapa produk yang ditawarkan dengan menggunakan cara mengikuti *event (open table)* dalam melakukan kegiatan yang bersifat promosi, pihak bank juga menghimpun sebanyak – banyaknya informasi terkait produk bank lainnya terhadap masyarakat sekitar agar bank dapat mengevaluasi produk yang sudah beredar sebelum terjadi komplain atau kritik dari nasabah pengguna produk tersebut.

Identifikasi yang dilakukan oleh Denham yang dikutip oleh Sentot Imam Wahjono tentang pelanggan – pelanggan yang melakukan komplain menemukan tiga tipe, yakni:

1. *active complainer*, yang memahami haknya, asertif, percaya diri, dan tahu persis cara mereka menyampaikan komplain.
2. *inactive complainer*, yakni mereka yang lebih suka menyampaikan keluhan mereka kepada orang lain (teman, keluarga, tetangga, rekan kerja) daripada langsung kepada perusahaan bersangkutan, cenderung langsung berganti pemasok, dan tidak pernah kembali lagi ke perusahaan yang mengecewakan mereka.

3. *Hyperactive complainer* atau *chronic complainer*, yakni mereka yang selalu komplain terhadap siapapun untuk masalah apapun, kadangkala berlaku kasar dan agresif, dan hampir tidak mungkin dipuaskan karena tujuan komplainnya lebih dilatarbelakangi keinginan untuk mencari “untung” atau merupakan “*wrong customer*” yang harus dihindari.⁸

Dalam penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa komplain nasabah dibagi menjadi tiga yaitu *active complainer*, *inactive complainer*, dan *hyperactive complainer* dimana semua adalah orang yang memberikan keluhan terhadap sebuah instansi sangat memiliki pengaruh yang sangat besar dan menjadi cambukan bagi satu instansi.

Bank BNI Syariah merupakan Bank yang tergabung dalam Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan merupakan salah satu Bank yang besar meskipun banyak Bank yang tergabung dalam BUMN namun Bank BNI Syariah juga tidak kalah bersaing dalam hal produk ataupun fasilitas. Bank BNI Syariah juga memberikan beberapa fitur dalam hal pengaduan atau komplain nasabah dengan mencantumkan beberapa saluran kritik dan saran seperti di web resmi BNI Syariah seperti yang ada di bawah ini:

BNI Call yang bisa diakses melalui 1500046 atau 021 1500046 (dari ponsel)

Website BNI Syariah melalui menu hubungi kami

Jejaring sosial, Facebook : PT Bank BNI Syariah atau

Twitter: @BNISyariah

⁸ Sentot Imam Wajono, *Manajemen Pemasaran Bank*..... 187

Sarana tersebut diciptakan untuk membantu menyelesaikan bila ada permasalahan. Saran dan kritik anda membuat BNI Syariah semakin maju.⁹ Dengan adanya fasilitas seperti itu Bank BNI Syariah dapat dihubungi oleh nasabah yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank.

Saat ini perbankan syariah sangat berkembang dengan pesat. perkembangan bank syariah tersebut dipicu adanya pembukaan bank konvensional yang memiliki cabang di bidang syariah salah satunya BNI yang merupakan bank konvensional cukup besar di Indonesia dan melakukan ekspansi wilayah dengan membuka cabang syariah, dimana cabang syariah tersebut sudah hampir sepenuhnya menjadi bank sendiri tanpa membutuhkan bank induk (BNI 46).

Perbankan syariah sendiri sudah memiliki undang – undang khusus yang didalamnya mengatur tentang kegiatan Bank serta terdapat beberapa pengertian akad, bagi hasil, dan lain sebagainya. Undang – undang no 21 tahun 2008 adalah undang – undang yang menaungi segala bentuk perbankan syariah, baik dari segi pengertian hingga operasionalnya.

Dalam dunia perbankan baik perbankan syariah maupun konvensional terdapat beberapa fasilitas seperti fasilitas ATM, M-Banking, dan lain sebagainya. Namun demikian banyaknya fasilitas ini tidak menjamin nasabah puas atas fasilitas dan pelayanan perbankan selalu ada celah untuk nasabah mengeluh dan merasa tidak puas. Umumnya sebuah lembaga yang *credible* seperti BNI Syariah memiliki komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya

⁹<http://www.bnisyariah.co.id/kecewa-dengan-layanan-bni-syariah> Diakses pada tanggal 02 Agustus 2016, Pukul 20.00 WIB

karena itu apapun yang dikeluhkan oleh nasabah akan senantiasa diperhatikan untuk kebaikan pelayanan dan fasilitas kedepannya, karena itu penelitian ini akan membahas tentang “Pengaruh Komplain Nasabah terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan”. Bank memiliki persamaan dengan usaha lain yaitu terdapat komplain nasabah dimana komplain nasabah tersebut merupakan saran bagi Bank agar lebih memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya. secara teoritik komplain nasabah adalah hal yang sangat tidak diinginkan oleh pihak bank baik bank syariah ataupun konvensional karena jika terjadi komplain maka dalam bank tersebut terjadi kekurangan baik dalam hal pelayanan maupun fasilitas, namun nasabah juga tidak pernah bisa merasa puas akan sebuah instansi.

Komplain adalah sebuah kata yang sering berkonotasi negatif bagi kedua pihak, baik bagi perusahaan maupun bagi konsumen. komplain pada umumnya diperspesikan sebagai kesalahan, masalah, stress, frustasi, kemarahan, konflik, hukuman, tuntutan, ganti-rugi, dan sejenisnya.¹⁰

Dalam penelitian ini peneliti ingin menggambarkan bagaimana komplain dalam Bank BNI Syariah terhadap peningkatan kualitas pelayanan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana komplain di bank BNI Syariah KCP Mojokerto?
2. Bagaimana pengaruh komplain nasabah terhadap pelayanan di bank BNI Syariah KCP Mojokerto?

¹⁰ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, ... 108.

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan komplain di Bank BNI Syariah KCP Mojokerto.
2. Untuk menganalisis pengaruh komplain nasabah terhadap pelayanan di Bank BNI Syariah KCP Mojokerto.

D. Manfaat Penelitian

Sedangkan kegunaan penelitian tentang “*Pengaruh Komplain Terhadap Peningkatan Pelayanan (studi kasus BNI Syariah KCP Mojokerto)*” adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
 - a. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan dan kepenulisan.
 - b. Sebagai modal awal dalam mengolah teknik analisis, kerangka berfikir dan memperdalam teknik identifikasi masalah serta memberikansolusi dari pengolahan data-data menggunakan analisis tulisan.
 - c. Dapat menjadi pendorong peneliti untuk semakin mempertajam dan memperkaya karyanya dalam kepenulisan.
2. Bagi Pembaca
 - a. Dengan adanya penelitian ini, maka pembaca dapat mengetahui bagaimana penanganan komplain yang ada di Bank BNI Syariah KCP Mojokerto.

- b. Dapat digunakan sebagai rujukan lanjutan, baik dalam diskusi, kajian maupun penelitian.
- c. Pembaca dapat pula mengkaji kelemahan dan kekurangan penelitian ini dalam hal komplain dalam perbankan syariah.

E. Kajian Pustaka

Dari beberapa literatur baik jurnal ataupun *paper*, penulis belum menemukan referensi yang sesuai dengan judul yang penulis teliti sehingga penulis beranggapan bahwa penelitian ini merupakan penelitian awal dengan judul “*Pengaruh Komplain Nasabah Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan*” dimana studi kasus dilakukan di Bank BNI Syariah KCP Mojokerto

F. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan penelitian skripsi ini terdiri atas :

- BAB I Pendahuluan, yang didalamnya akan menjelaskan Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kajian Pustaka, dan Sistematika Pembahasan.
- BAB II Landasan teori, berisi tentang teori – teori yang digunakan dalam penelitian, tujuannya sebagai landasan untuk pembahasan dan pemecahan masalah. Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang pengertian nasabah sampai dengan komplain nasabah.

BAB III Metode penelitian, berisi tentang penjabaran metode yang digunakan penulis dan melakukan penelitian, seperti jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan pembahasan, dalam bab ini penulis akan membahas tentang gambaran umum Bank BNI Syariah KCP Mojokerto serta komplain nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Mojokerto.

BAB V Penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Merupakan sebuah pernyataan singkat yang diambil peneliti dari analisis dan pembahasan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA Merupakan rujukan berupa referensi buku, karya tulis ilmiah, jurnal dan yang lainnya yang digunakan penulis dalam menyusun skripsi.