

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Kontribusi

Kontribusi berasal dari bahasa Inggris yaitu *contribute*, *contribution*, maknanya adalah keikutsertaan, keterlibatan, melibatkan diri maupun sumbangan. Berarti dalam hal ini kontribusi dapat berupa materi atau tindakan. Hal yang bersifat materi misalnya seorang individu memberikan pinjaman terhadap pihak lain demi kebaikan bersama. Kontribusi dalam pengertian sebagai tindakan yaitu berupa perilaku yang dilakukan oleh individu yang kemudian memberikan dampak baik positif maupun negatif terhadap pihak lain. Kontribusi dapat diberikan dalam berbagai bidang yaitu pemikiran, kepemimpinan, profesionalisme, finansial, dan lainnya.¹

Secara umum masyarakat mengartikan bahwa kontribusi sebagai sumbangsih atau sering dikenal dengan peran, atau keikutsertaan seseorang dalam suatu kegiatan tertentu. Ada banyak definisi kontribusi dari berbagai ahli. Mereka mengartikan bahwasannya kontribusi menurut sudut pandangnya masing – masing.

¹ N Yudi Bakti, “*analisis kontribusi pemberian beasiswa djarum terhadap peningkatan prestasi akademik mahasiswa penerima tahun 2010/2011 daerah istimewa Yogyakarta*” dalam <http://eprints.uny.ac.id/7955/> diakses pada 20 februari 2020.

Kontribusi tidak bisa diartikan hanya sebagai keikutsertaan seseorang secara formalitas saja, melainkan harus ada bukti nyata atau aksi nyata bahwa orang atau kelompok tersebut ikut membantu dan ikut turun tangan kelapangan untuk menyukseskan suatu kegiatan tertentu. Bentuk kontribusi yang bisa diberikan oleh masyarakat harus sesuai dengan kapasitas atau kemampuan masing – masing orang tersebut. individu atau kelompok bisa menyumbangkan pikiran, tenaga, dan materi demi mensukseskan kegiatan yang direncanakan demi untuk mencapai tujuan bersama. Itulah pengertian dari kontribusi secara umum.

Dalam kamus Besar Basaha Indonesia dijelaskan bahwa “kontribusi adalah 1) uang uiran (kepada perkumpulan dan sebagainya); 2) sumbangan”.² Jadi setiap orang dapat dikatakan berkontribusi apabila terlibat atau melibatkan diri pada suatu kegiatan baik dalam posisinya sebagai tim kerja maupun karena jabatan yang diembannya selaku individu. Kontribusi tersebut tidak berhenti pada satu jenis kegiatan atau aktivitas akan tetapi berkelanjutan meskipun tindakan yang dilakukan oleh individu tersebut beda dengan aktivitas yang dilakukan sebelumnya.

Yandianto mengartikan “kontribusi sebagai sokongan berupa uang”.³ Pengertian tersebut mengartikan bahwa kontribusi dalam ruang lingkup yang jauh lebih sempit lagi yaitu kontribusi sebagai bentuk bantuan yang dikeluarkan oleh individu atau kelompok dalam bentuk uang saja atau

² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indoneisa*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2003). Hlm. 845.

³ <http://yandianto//pengertian-definisi.com/lonsep-dan-pengertian-kontribusi/>.com/html. diakses pada tanggal 17 desember 2019.

sokongan dana.

Sama dengan pengertian kontribusi menurut Soejono Soekanto mengartikan kontribusi “sebagai bentuk iuran uang atau dana. Bantuan tenaga, bantuan pikiran, bantuan materi, dan segala macam bentuk bantuan yang kiranya dapat membantu suksesnya kegiatan pada suatu forum, perkumpulan dan lain sebagainya.”⁴

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat diartikan bahwa pengertian kontribusi adalah bentuk bantuan nyata yang diberikan seseorang berupa uang, pikiran, materi, tenaga, dan segala jenis bantuan yang sekiranya dapat membantu mensukseskan kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya untuk mencapai tujuan bersama.

B. Tinjauan Tentang *Customer Service*

1. Definisi *Customer Service*

Kata *customer service* berasal dari dua kata yaitu ‘*Customer*’ yang berarti Pelanggan dan ‘*Service*’ yang mengandung arti pelayanan. Menurut **Waworuntu** dalam bukunya yang berjudul Dasar – Dasar Keeterampilan Melayani Nasabah Bank menyebutkan istilah *customer service* diartikan sebagai pelayanan pelanggan. 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*.

⁴ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengertian*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 269.

Customer service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.⁵ *customer service* memegang peranan yang sangat penting dalam dunia perbankan tugas utama seorang *Customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat.

Customer service merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan peranan bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa – jasa pelayanan maupun produk – produk bank. Sesuai dengan fungsinya, *customer service* diharapkan dapat melakukan “*One Step Service*” yang artinya nasabah cukup menghubungi bagian *customer* saja dalam berhubungan dengan bank. Selanjutnya *customer service* akan menjalankan atau mengerjakan kebutuhan nasabah tersebut dengan menghubungi bagian yang terkait. Hal ini akan meningkatkan kepuasan nasabah karena merasa kepentingannya dilaksanakan dengan rasa penuh tanggung jawab dan tidak perlu berhubungan dengan banyak orang untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam kedudukannya sebagai ***centre and contact point*** antara bank dengan nasabah, *customer service* harus 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 dalam rangka

⁵ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004). Hlm. 179 – 180.

cross selling. Pekerjaan customer service dikategorikan sebagai pekerjaan pokok, karena melalui pekerjaan tersebut terdapat interaksi awal antara bank dengan nasabah atau konsumen perbankan untuk melakukan pembukaan rekening simpanan atau memperoleh informasi mengenai produk dan aktivitas tertentu bank.

Pekerjaan *customer service* juga berkaitan dengan penerapan prinsip kehati – hatian dan manajemen risiko bank melalui penerapan *Know Your Customer (KYC)* dan *Anti Money Laundering*, pelaksanaan edukasi kepada nasabah agar nasabah memiliki pemahaman yang memadai mengenai produk atau aktivitas bank, pemeliharaan nasabah untuk menjamin kelangsungan usaha suatu bank, dan perlindungan terhadap hak dan kepentingan nasabah dan konsumen perbankan, khususnya terkait dengan kerahasiaan data nasabah. Dengan demikian, apabila pekerjaan tersebut tidak ada, kegiatan bank akan sangat terganggu atau tidak terlaksana sebagaimana mestinya.⁶

2. Fungsi dan Tugas *Customer Service*

a. Fungsi *Customer Service*

Banyak nasabah yang masih beranggapan bahwa *Customer Service* itu adalah sebagai pusat informasi, padahal kenyataannya *Customer Service* ini juga memberikan pelayanan jasa – jasa perbankan. Untuk dapat menduduki jabatan ini ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi antara lain : memiliki pengetahuan yang luas tentang masalah –masalah

⁶ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 64-65.

yang berhubungan dengan masalah perbankan, harus aktif mengetahui semua informasi yang sedang terjadi diluar perusahaan, harus memiliki sifat bijaksana, tanggap, setia, dan ramah pada setiap nasabah.

Dalam praktiknya fungsi *Customer Service* adalah sebagai *resepsionis*, *deskman*, *salesmen*, *customer relation officer* dan sebagai komunikator.⁷

1) Sebagai *resepsionis*

Sebagai *resepsionis*, seorang *customer service* di sini berperan sebagai penerima tamu setiap orang yang datang ke bank baik itu pelanggan, calon pelanggan, atau pihak yang berkepentingan dengan *sub brand manager* harus menanyakan terlebih dahulu kepada *customer service* sebagai *resepsionis* sehingga nantinya *customer service* melaporkan kepada *sub brand manager* bahwa ada nasabah yang ingin bertemu. Dalam hal ini *customer service* harus mampu bersikap dengan baik, ramah, sopan dan menyenangkan. Menyenangkan disini diartikan sebagai seorang *customer service* harus mampu mencairkan suasana.

2) Sebagai *deskman*

Sebagai *deskman*, seorang *customer service* harus mampu memberikan informasi yang jelas mengenai produk yang ada di bank kepada setiap nasabah yang datang ke bank. Selain itu *customer service* harus mampu menjawab setiap pertanyaan yang di ajukan oleh

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2005), Hlm. 202 – 203.

nasabah terutama mengenai produk yang akan dibeli oleh calon nasabah, tidak hanya itu seorang *customer service* juga harus membantu calon nasabah saat melakukan pengisian formulir jika calon nasabah mengalami kesulitan saat melakukan pengisian formulir.

3) Sebagai *salesman*

Sebagai *salesmen*, Seorang *customer service* diharuskan mampu menawarkan semua produk yang dimiliki oleh pihak bank dan menjelaskan produk yang dimiliki secara spesifik mulai dari manfaat dari produk, keuntungan dari produk, dan bagaimana prosedur pembuatannya. Dengan *customer service* nantinya mampu untuk menjelaskan dan menawarkan produk yang dimiliki oleh bank maka nasabah akan tertarik dengan produk yang dimiliki oleh bank, bahkan nasabah tidak hanya sebatas tertarik oleh produk yang telah ditawarkan. Nasabah nantinya juga akan membeli produk yang telah ditawarkan oleh *customer service* bahkan tidak hanya satu produk yang ingin dimiliki oleh nasabah namun beberapa produk.

Dalam hal ini *customer service* mempunyai fungsi sebagai *cross selling* atau tindakan yang dilakukan *customer service* untuk menjualan produk yang dimiliki oleh bank atau juga bisa dikatakan *customer service* sebagai pelayanan tambahan yang diberikan kepada nasabah setelah dijelaskan atau di datangi oleh marketing ke rumah untuk menjelaskan produk.

4) Sebagai *customer relation officer*

Sebagai *customer relation officer*, seorang *customer service* harus dapat menjalin hubungan yang baik antara pihak bank dengan semua nasabah yang sudah menjadi pelanggan bank. Seorang *Customer Service* juga harus dapat membujuk atau meyakinkan kepada nasabah mengenai produk yang di unggulkan di Bank atau produk yang di inginkan oleh nasabah sehingga nasabah yakin dengan produk yang ingin di miliki oleh nasabah dan nantinya nasabah dapat mempertahankan produk yang dimilikinya atau bahkan menginginkan produk yang dimiliki oleh pihak Bank.

5) Sebagai komunikator

Seorang *Customer Service* dalam Bank adalah sebagai perantara antara pihak bank dengan pihak nasabah. *Customer Service* dalam Bank harus mengerti mengenai semua produk yang dimiliki oleh pihak Bank sehingga jika *Customer Service* melayani nasabah nantinya tidak akan merasa kebingungan. Karena seorang *Customer Service* merupakan alat komunikator yang dimiliki oleh bank sehingga pihak bank akan lebih mudah dalam melakukan penawaran produk ke nasabah. Tanpa adanya seorang *Customer Service* pihak bank akan merasa kewalahan dalam melakukan pelayanan kepada nasabah.⁸

b. Tugas *Customer Service*

⁸ Kasmir, *Etika Customer Service*, ..., Hlm. 191.

Tugas dari seorang customer service pada hakikatnya adalah penerapan dari fungsi yang telah disebutkan diatas dan tugas ini nantinya yang akan dijumpai oleh nasabah dalam kegiatan sehari – hari seorang petugas customer service.

Berikut ini **tabel 2.1.** yang menjelaskan mengenai perincian tugas yang harus dilakukan oleh seorang *customer service* :⁹

Jenis Tugas	Detail Perincian Tugas
Pembukaan,	• Menerima permohonan pembukaan/penutupan rekening, serta pemberian/pencabutan fasilitas. • Memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian fasilitas • Melakukan aktivitas PIN dari kartu yang terkait dengan rekening dan telah diserahkan dengan nasabah • Menyerahkan bukti kepemilikan rekening, kartu yang terkait dengan rekening, dan bilyet deposito kepada nasabah

⁹ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, hlm. 67-68.

Pelayanan	• Memberikan penjelasan/informasi kepada nasabah mengenai :

	1. Produk dan jasa bank 2. Cara mengisi formulir transaksi bank • ”<i>Cross selling</i>” produk dan jasa bank
Pelayanan	Menerima keluhan nasabah, mencatat atau mengadministrasikan, meneruskan dan memonitoring ke unit kerja terkait, serta menginformasikan penyelesaian keluhan nasabah.
Pelayanan	• Mengarahkan nasabah ke tempat yang sesuai dengan tujuannya. • Melayani nasabah untuk : 1. Pertanyaan saldo dan mutasi rekening 2. Pengambilan rekening Koran, SP deposito, dll. • Melakukan pencetakan buku tabungan

	• Memproses permohonan dan pencabutan status blokir, stop bayar, dan buku hilang.
Pekerjaan	• Menyiapkan dan mengelola buku tabungan • Memonitor persediaan brosur dan slip transaksi • Menyimpan kartu yang terkait dengan rekening yang telah dicetak untuk diserahkan kepada nasabah
Pelayanan	• Menggali kebutuhan nasabah/calon nasabah

	• Memberikan informasi solusi atas masalah kepada nasabah/calon nasabah melalui : 1. Memberikan informasi yang jelas dan tepat sesuai kebutuhan nasabah 2. Memberikan solusi produk/layanan yang sesuai dengan nasabah • Membuat referensi dan konfirmasi saldo berdasarkan permohonan dari nasabah. • Mencarikan alternative solusi atau melakukan eskalasi atas masalah yang belum bisa diselesaikan serta memastikan bahwa masalah tersebut ditindaklanjuti sampai tuntas.
--	---

3. Peran *Customer Service*

Seorang *Customer Service* berperan dalam melakukan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi dengan bank dan berusaha menarik minat calon nasabah dengan cara meyakinkan calon nasabah dengan berbagai cara. Secara umum, peran *customer service* bank adalah sebagai berikut :

- a. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah. Dengan cara *pertama*, menjalin ikatan hubungan emosional anatra pelanggan dengan perusahaan. *Kedua*, memelihara hubungan baik

dengan nasabah seperti ingat nama dan alamat. *Ketiga*, meningkatkan kenyamanan dan kecepatan pelayanan. *Keempat*, dengan pelayanan yang memuaskan.

- b. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Dengan cara *pertama*, dari kalangan teman dan keluarga sendiri. *Kedua*, kesediaan pelanggan yang puas dengan pelayanan maka mereka akan merekomendasikan perbankan kita ke teman dan kolega mereka. *Ketiga*, melakukan *follow up*.¹⁰

4. Tanggungjawab Customer service

Dalam melakukan tanggung jawab di perbankan, seorang *Customer Service* mempunyai tanggungjawab dalam menjalankan tugasnya, antara lain sebagai berikut :

- a. Bertanggungjawab kepada pemimpin
- b. Secara efektif memberikan perbaikan kualitas operasi dan layanan bank yang telah ada dan yang akan diterapkan
- c. Melakukan koordinasi dan bekerja sama dengan bagian lainnya dalam memproses dan meningkatkan kualitas layanan bank.
- d. Sebagai penghubung antara nasabah/calon nasabah dengan bagian – bagian yang terkait dan batasan diatas wewenangnya
- e. Menjamin tetap terjadinya hubungan yang baik dan memuaskan bagi para nasabah, dimana dalam hal ini menghimpun para nasabah

¹⁰ Ibid, ..., Hlm. 181.

- f. Memberikan informasi mengenai semua jenis produk dan jasa bank termasuk manfaat dan keuntungannya bagi nasabah.¹¹

5. Standar Sikap dan Penampilan *Customer Service*

Standar penampilan dibutuhkan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah kepada bank sehingga nasabah dapat terlayani dengan baik dan membuat nasabah puas. Standar penampilan customer service meliputi standar dalam berpakaian dan penampilan fisik. Dalam pelayanan prima (service excellent) diperlukan suatu standar penampilan bagi petugas bank maupun bank itu sendiri. Standar penampilan petugas diperlukan guna membangun keyakinan bagi nasabah dan image positif bagi perusahaan.

Berikut ini adalah penampilan petugas customer service yang biasanya diatur dalam standar pada masing – masing bank.

a. Penampilan diri

Seorang customer service harus mengenakan pakaian yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Penampilan seorang *customer service* harus mengenakan pakaian yang rapi, bersih, terlihat menarik. Pelaksanaan standar penampilan ini berkaitan erat dengan faktor – faktor atau kegiatan diantaranya :

- Memelihara personal *hygiene*, lingkungan dan perusahaan
- Memelihara presentasi atau penampilan pribadi
- Mengidentifikasi sikap tubuh

¹¹ <http://tugas2kuliah.wordpress.com/2011/12/14/skripsi-perbankan-perbandingan-tingkatkepuasan-nasabah-terhadap-pelayanan-customer-service-antara-bri-dan-bank-sulsel/>, diakses pada tanggal minggu, 10 November 2019, pukul. 10:30.

- Intonasi suara yang baik

b. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum dalam melayani nasabah

Seorang nasabah akan merasa nyaman dan puas apabila dilayani dengan sikap bersahabat, akrab, dan penuh percaya diri, oleh karena itu seorang petugas *customer service* harus optimis serta tidak ragu – ragu dalam bertindak, yakin, serta memiliki kepercayaan diri yang tinggi sehingga mampu memberikan layanan yang optimal. Seorang petugas *customer service* juga harus dapat bersikap akrab seolah – olah sudah mengenal secara pribadi nasabah yang dilayaninya. Dalam melayani nasabah, petugas *customer service* harus murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta alami dan tidak dibuat – buat.

c. Menyapa dengan lembut, dan berusaha menyebutkan nama jika kenal

Seseorang yang disapa dengan menggunakan nama akan merasa tersanjung dan dihormati serta dihargai, oleh karena itu pada saat nasabah datang, petugas *customer service* harus segera menyapa dan usahakan menyapa dengan menyebut namanya.

d. Bersikap tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.

Seorang *customer service* harus berusaha melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu – buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati nasabah/konsumen, serta tekun mendengarkan

sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya. Memberikan pandangan mata selalu kepada nasabah pada saat berbicara membantu memberikan sikap yang nyaman sekaligus memberikan penghargaan kepada nasabah.

e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar

Dalam berkomunikasi dengan nasabah, seorang *customer service* dituntut untuk menggunakan bahasa yang baik dan benar. Suara yang digunakan harus jelas, dalam arti mudah dipahami serta tidak menggunakan istilah – istilah yang sulit dipahami dan dimengerti oleh nasabah.

f. Melayani nasabah dengan prima

Nasabah akan merasa senang apabila *customer service* memberikan pelayanan secara prima dengan menunjukkan kemampuan dalam melayani, dan pelayanan tersebut dilakukan dengan penuh antusias, bergairah dan penuh semangat seolah – olah mereka sangat tertarik dengan keinginan dan harapan nasabah.

g. Hindari menyela saat pembicaraan

Pada saat nasabah sedang berbicara, *customer service* harus menghindari untuk memotong atau menyela pembicaraan, dan menghindari kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah, apabila terjadi sesuatu usahakan untuk menghindari perdebatan dengan nasabah.¹²

¹² Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan, ...*, hlm. 70 – 74.

C. Tinjauan Tentang Nasabah

1. Definisi Nasabah

nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak perbankan. Sehingga nasabah merupakan orang yang mempunyai hubungan dengan pihak bank atau menjalin hubungan yang baik dengan bank.¹³ Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan jasa perbankan secara terus menerus karena mereka merasa percaya dengan pihak perbankan.

Nasabah adalah Seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan”.¹⁴ Nasabah adalah ”orang yang paling penting dalam perusahaan.”¹⁵ Nasabah adalah ”orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa. Seseorang bisa disebut nasabah tanpa perlu membeli produk atau jasa, melainkan cukup hanya mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa tersebut”.¹⁶

Nasabah tidak bergantung kepada kita, tetapi kita yang bergantung kepadanya. Nasabah tidak pernah mengganggu pekerjaan kita, sebab dia adalah tujuan dari pekerjaan kita. Kita tidak melakukan yang baik dengan melayani dia, tetapi justru nasabahlah yang memberikan kesempatan kepada

¹³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2010), Hlm. 189.

¹⁴ Rambat, Lu[iyoadi dan A. hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi Kedua, Jakarta : Salemba Empat, 2006). Hlm. 143.

¹⁵ Irawan, Hendy, *Kepuasan Pelayanan Jasa*, (Jakarta, Erlangga, 2004), hlm. 01.

¹⁶ Rangkuti, Freddy, *Measuring Customer Satisfaction, (Teknik Mengukur dan Strategy Meningkatkan Kepuasan Nasabah)*, serta *Analisis PLN JP*, (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 26

kita untuk dapat melayani dia. Tidak seorang yang dapat memenangkan apabila berargumentasi dengan nasabah, sebab nasabah adalah orang yang membawa kita kepada pemenuhan kebutuhannya. Oleh karena itu, adalah pekerjaan kita untuk dapat memperlakukan nasabah yang menguntungkan bagi nasabah dan juga buat perusahaan kita. Nasabah dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu :

1. Nasabah *internal*

Nasabah *internal* adalah orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa atau proses produksi barang, sejak dari perencanaan, penciptaan jasa atau pembuatan barang, sampai dengan pemasaran dan penjualan dan pengadministrasian. Mereka itu antara lain adalah jajaran direksi, manajer, pimpinan bagian, pimpinan seksi, penyelia, dan pegawai pada instansi pemerintah.

2. Nasabah *eksternal*

Nasabah *eksternal* atau nasabah eksternal adalah semua orang yang berada di luar organisasi komersil atau organisasi non komersil, yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa dari organisasi (perusahaan).

Dalam memahami mengenai apa yang dipikirkan oleh nasabah ada beberapa hal yang harus dipahami terlebih dahulu : ¹⁷

- a. memahami tujuan dan sasaran yang ingin di inginkan oleh seorang nasabah

¹⁷ Bill Stinnet. *Think Like Your Customer*, (Jakarta : Alex Media Komputindo), Hlm. 3.

- b. memprioritaskan tujuan dan sasaran
- c. mengetahui apa yang bisa kita lakukan dengan produk yang akan ditawarkan untuk membantu merealisasikan masalah yang timbul antara mereka dan cara mencapai tujuan tersebut.

2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan (*Satisfaction*) secara bahasa berasal dari bahasa latin “*satis*” yang memiliki arti cukup baik dan “*Facio*” yang memiliki arti melakukan atau membuat sehingga secara etimologi kata (*Satisfaction*) memiliki definisi “upaya pemenuhan sesuatu”. Pelanggan/nasabah adalah seseorang yang secara berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginan dengan memiliki suatu produk.¹⁸

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan melakukan transaksi dengan salah satu produk yang dimiliki perbankan.¹⁹

Philip Kotler mengatakan bahwa²⁰ Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang mengatakan hasil perbandingan antara hasil kerja atau produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.

Sedangkan menurut Engel bahwa²¹ kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekarang – kurangnya

¹⁸ Amir M. Taufik, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2015), Edisi Pertama, Hlm. 13.

¹⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – Dasar Perbankan Syariah*, (Bnadung : Alfabeta, 2010), Hlm. 192.

²⁰ Philip Kotler, *Marketing Manajem : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. (New Jersey : Prentice Hall, 2000). Hlm. 36

²¹ James F. Engel, et.al. *Perilaku Konsumen, ahli Bahasa FX Budiyo*, (Jakarta : Binarupa Aksara, 1992), hlm. 11.

memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang di peroleh tidak memenuhi harapan nasabah.

Kepuasan nasabah menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Dimensi – dimensi keinginan nasabah diimplementasikan oleh perusahaan dalam bentuk strategi bauran pemasaran, bahwa nilai nasabah dapat diciptakan melalui :²²

- a. Dimensi Produk (meliputi *care product*, *basic product*, *expected product augmented product* dan *potential product*).
- b. Layanan penjualan meliputi kecepatan dan ketepatan proses transaksi, kecepatan dan ketepatan produk yang diterima, kemudahan mengakses jaringan perbankan, kesederhanaan dalam birokrasi, atmosfir pelayanan yang hangat dan bersahabat, proaktif terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah
- c. Layanan purna jual dan keluhan meliputi *customer service*, bagian layanan purna jual apabila terjadi masalah atas produk yang telah di beli atau digunakan oleh nasabah, maslaah direspon dengan cepat, layanan proaktif atau petugas call center yang bertugas untuk mengatasi berbagai keluhan yang disampaikan oleh nasabah berkaitan dengan pelayanan perbankan.

²² Philip Kotler, *Marketing Manajemen : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*,..., Hlm. 195.

Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan rasa lega yang dimiliki seseorang ketika dirinya telah mengonsumsi suatu produk atau jasa dari orang lain atau lembaga yang bersangkutan.

Menurut Hoffman dan Beteson kepuasan atau tidak kepuasan adalah perbandingan dari ekspektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi jasa yang sebenarnya.²³

Sedangkan menurut Richard F. Gerson mengatakan yang dimaksud kepuasan pelanggan adalah harapannya telah terpenuhi.²⁴ Jadi dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa secara umum pengertian kepuasan pelanggan dilihat dari kesesuaian antara harapan atau keinginan pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya

3. Strategi Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah berhubungan erat dengan keandalan produk jasa bank yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan bank. Keandalan produk terkait dengan kualitas produk tersebut, kualitas yang lebih tinggi, menghasilkan kepuasan nasabah yang lebih tinggi pula. Oleh karena itu program penyempurnaan kuantitas pada umumnya meningkatkan profitabilitas.²⁵ Strategi kepuasan nasabah yang ingin dicapai oleh perusahaan diantaranya adalah :

- a. Strategi pemasaran berkesinambungan (*Relationship Marketing Strategi*) yaitu, menjalin hubungan yang baik secara terus menerus dengan

²³ Mts.Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Layanan*,(Jakarta: Bayu Media Publishing,2007), hlm 167

²⁴ Ibid..., hlm 167

²⁵ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta:Liberty, 2002), Edisi Revisi, hlm. 229.

nasabah, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi hubungan jangka panjang. Nasabah bukan hanya puas tetapi juga loyal terhadap bank.

- b. Strategi pelayanan prima yaitu menawarkan pelayanan yang baik dibandingkan dengan pesaing. Usaha ini biasanya membutuhkan biaya yang cukup besar, tetapi juga memberikan dampak yang besar (positif) kepada nasabah. Begitu juga sebaliknya, jika biaya yang dikeluarkan kecil maka dampak yang dapat dirasakan oleh nasabah juga kecil (*negative*).²⁶

4. Aspek – Aspek Kepuasan Nasabah

Yang menjadi aspek – aspek dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah sebagai berikut, yaitu :

a. Tangibles

Nasabah akan merasakan kepuasan tersendiri apabila ia menabung pada sebuah bank yang memiliki bukti fisik yang menarik. Seperti gedung yang bagus, perlengkapan kantor yang lengkap, karyawan yang kompeten, sarana komunikasi yang baik, dan sarana fisik lainnya yang menarik. Bukti fisik ini akan terlihat secara langsung oleh nasabah. Oleh karena itu bukti fisik sebuah perbankan hendaknya harus mempunyai seorang *customer service* yang mengetahui mengenai etika pelayanan yang baik kepada nasabah dan dapat menerapkan SOP yang ada di perbankan selain itu pihak perbankan harus mampu menyuguhkan tampilan kantor yang menarik, modern dan membuat

²⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah, Opt...*, Hlm. 205.

nyaman nasabah agar mereka merasa nyaman saat melakukan transaksi dan mengantri saat akan melakukann transaksi.

b. Responsifitas

Nasabah akan merasa puas apabila karyawan bank memberikan pelayanan tanpa membedakan – bedakan kepada nasabah. Hal ini tentunya harus didasarkan dengan adanya keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karayawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu.

c. Assurance

Nasabah akan merasa puas apabila karyawan bank yang melayaninya memiliki pengetahuan kompetensi dan sifat atau prilaku yang dapat dipercaya. Hal ini penting agar nasabah yakin dalam melakukan transaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran.

d. Reliabilitas

Nasabah akan merasa puas apabila karyawan dapat memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat serta sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah. Guna memdukung hal ini, maka setia karyawan bank sebaiknya diberikan pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuan.

e. Empati

Nasabah akan merasa puas apabila karyawan bank mampu memberikan kemudahan serta dapat menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif. Apalagi jika karyawan bank mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabahnya secara cepat dan tepat. Dalam hal ini dihubungkan dengan pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah.²⁷

D. Tinjauan Tentang *Handling Complaint*

1. Definisi *Complaint*

A Complaint is an expression of dissatisfaction, about the standard of service, action or lack of action Affecting an individual customer or group customer (keluhan atau komplain pelayanan adalah merupakan ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau tiadanya tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan.²⁸

An expression of dissatisfaction by or on behalf of an individual customer regarding any aspect of a service provided by the firm. A complaint may be made verbally or in writing (Ekspresi ketidakpuasan seseorang atau pelanggan atas beragam aspek yang disediakan oleh perusahaan. Keluhan dapat dilakukan secara verbal atau pun tertulis.²⁹ Jadi

²⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*,..., Hlm. 67 – 68.

²⁸ Akh Muwafik Saleh, *Public Service Communication*, (Jakarta : Erlangga, 2009) hlm. 156.

²⁹ Ibid, ..., Hlm. 156.

komplai adalah wujud ekspresi ketidakpuasan dari seorang pelanggan atas pemberian layanan yang telah diberikan kepada nasabah.

Keluhan merupakan ungkapan publik yang bisa timbul karena adanya ketidakpuasan public atas suatu produk atau pelayanan.³⁰ namun tidak semua ketidakpuasan akan diungkapkan dengan keluhan. Pelanggan akan mengungkapkan keluhan apabila merasa keluhan yang disampaikan mendapat tanggapan positif dan tidak menyita waktu serta biaya. Sebaliknya jika penanganan keluhan tidak praktis maka pelanggan atau nasabah akan memilih untuk tidak mengungkapkannya.

Keluhan sering dipandang buruk bagi kehidupan perusahaan, sehingga banyak pihak yang berusaha menutupi atau mengabaikannya. Padahal keluhan menjadi peringatan yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas perusahaan/perbankan. Dengan kemampuan mengelola dan merespon keluhan dapat menjadikan kunci keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan, yaitu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, bahkan dapat meningkatkan keuntungan.³¹

Keluhan muncul karena adanya perbedaan persepsi dan harapan pengguna layanan dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perbankan, sehingga apa yang diharapkan pengguna layanan perbankan kurang sesuai atau tidak.

³⁰ Ibid, ..., Hlm. 156.

³¹ Ibid, ..., hlm. 157.

2. Penyebab dan Manfaat *Complaint*

a. Penyebab dan alasan munculnya komplain antara lain :

- 1) Adanya ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa perbankan
- 2) Kegagalan pelayanan dalam memenuhi harapan pelanggan
- 3) Rendahnya respon aparat pelayanan atas keluhan pelanggan
- 4) Pelayanan tidak efisien
- 5) Banyak pelayanan yang tertunda
- 6) Ketidak sopanan atau ketidak ramahan penyedia layanan
- 7) Penyedia layanan tidak responsive terhadap kebutuhan dan keinginan serta harapan pelanggan
- 8) Pelayanan yang diberikan kasar atau tidak membantu

b. Manfaat komplain antarlain :

- 1) Perbankan akan semakin tahu keluhan atau kekurangan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah
- 2) Dengan adanya komplain perbankan tahu dimana letak persisnya kualitas yang harus diperbaiki
- 3) Sebagai alat introspeksi untuk senantiasa responsif dan mau memperhatikan “suara” dan “pilihan” nasabah.
- 4) Mempermudah perbankan mencari jalan keluar untuk meningkatkan mutu nasabah
- 5) Bila segera ditangi, nasabah akan merasa kepentingan dan harapannya diperhatikan

- 6) Dapat memperbaiki rasa percaya dan kesetiaan nasabah kepada perbankan
- 7) Penangana komplain yang benar dan berhasil dapat meningkatkan kepuasan nasabah
- 8) Penanganan komplain yang memuaskan akan meningkatkan loyalitas nasabah
- 9) Setiap komplain akan membuat orang bekerja semakin baik
- 10) Sebagian nasabah yang komplain sebetulnya perhatian kepada perbankan.

3. Aspek Penting *Handling Complaint*

Beberapa aspek penting dalam penangana keluhan pelanggan antara lain :

- a. *Good Will*, yaitu adanya niat baik pemimpin perbankan dalam menerima dan mengelola keluhan pelanggan melalui kebijakan yang dapat dijadikan dasar dalam mengelola keluhan.
- b. Mekanisme yaitu adanya alur dan prosedur yang jelas dan sistematis dalam mengelola sebuah keluhan sehingga baik pihak yang komplain maupun petugas dengan mudah memantau perkembangan komplain yang disampaikan.
- c. *Insfrastruktur* yaitu berupa fasilitas sarana dan prasarana yang memadai yang mendukung komplain tersebut dapat berlangsung dengan baik, misalnya tempat khusus tim pengelola pengaduan, kotak pengaduan, questioner atau form komplain/saran, web, hotline, dsb.

- d. *Attitude*, yaitu sikap petugas dalam menanggapi keluhan yang disampaikan oleh nasabah. Sikap yang ditampilkan haruslah dapat dipersepsi positif oleh setiap orang yang menyampaikan keluhan.

4. Metode Penyampaian *Complaint*

Metode dalam penyampaian *complaint* bisa dilakukan dengan berbagai cara antara lain melalui :³²

- a. Telepon, *complaint* bisa disampaikan melalui hubungan telepon langsung kepada petugas yang secara khusus menangani complain dengan cara masyarakat atau nasabah dipersilahkan menghubungi nomer telepon tertentu yang telah dipublikasikan sebagai tempat untuk menyampaikan keluhan.
- b. SMS, dalam perkembangan teknologi komunikasi yang semakin cepat metode dengan menggunakan SMS dapat pula dilakukan. Perbankan dapat menyebarkan dan mempublikasikan Nomer HP tertentu yang ditugaskan untuk menerima berbagai keluhan masyarakat terhadap layanan yang diberikan.
- c. *Faximile*, penyampaian *complaint* dapat juga dilakukan melalui *faximile* kantor/institusi. Hal ini apabila para pelanggan berkeinginan menyampaikan keluhannya secara tertulis dan panjang lebar sehingga terdapat dokumentasi atas keluhan yang disampaikan.

³² Akh Muwafik Saleh, *Publik Service Communication*, Hlm. 164.

- d. Email atau media pengaduan online, yaitu menyediakan ruang khusus di *website* perbankan untuk penyampaian pengaduan masyarakat/pelanggan yang dikelola oleh petugas yang diberikan jawaban atau *feedback* secara cepat melalui media massa.
- e. Kontak langsung, dikelola oleh tim petugas pengaduan secara khusus. Perbankan membuat unit kerja secara khusus yang menangani keluhan dengan menunjuk beberapa orang sebagai petugas pengaduan dan disediakan tempat khusus untuk melakukan penyelesaian dan penyampaian pengaduan. Apabila dibentuk tim pengelolaan pengaduan secara khusus, maka perlu dibuat prosedur pengelolaan pengaduan yang baik.

E. Tinjauan Tentang Perbankan Syariah

1. Definisi Perbankan Syariah

Bank syariah adalah istilah yang dipakai di Indonesia untuk menyatakan suatu jenis bank yang dalam pelaksanaannya berdasarkan pada prinsip syariah. Namun, “Bank Islam” (*Islamic Banking*) adalah istilah yang digunakan secara luas di negara lain untuk menyebutkan bank dengan menggunakan prinsip syariah, disamping ada istilah lain untuk menyebut bank Islam lain untuk menyebut bank Islam diantaranya *interest free bank*, *lariba bank*, dan *shari’a bank*.

Secara resmi sebagaimana tercantum dalam peraturan undang –

undang Republik Indonesia. Bank adalah badan usaha yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat berupana simpanan dana dan oleh pihak bank akan dilakukan penyaluran kepada masyarakat kembali dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk lainnya dan ini digunakan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Istilah syariah berasal dari bahasa arab yang mempunyai arti “jalan menuju sumber kehidupan” yang secara hukum islam mempunyai arti hukum atau peraturan yang ditentukan oleh Allah SWT untuk umatnya sebagaimana yang terkandung dalam Al-Quran dan diterangkan oleh Rasulullah Muhammad SAW dalam bentuk sunah (hadist).

Sedangkan secara umum bank adalah lembaga keuangan yang menjalankan tiga fungsi utamanya yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan dana, dan memberikan jasa pengiriman uang.³³

Sedangkan menurut undang – undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998, tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 Tentang perbankan bahwa Bank umum adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan pengertian prinsip syariah itu sendiri adalah aturan berdasarkan hukum islam.³⁴

Pada umumnya, hal yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberi layanan pembiayaan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang

³³ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam*, (Jakarta : PT. Grafindo Persada, 2010). Hlm. 18.

³⁴ C.S.T Kamsil, dkk, *Pokok – Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2002). Cet. Ke-1, Hal. 311.

beroperasi disesuaikan dengan prinsip – prinsip syariah. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah islam, mengacu kepada ketentuan yang ada dalam Al-Quran dan Al-Hadist. Dengan mengacu pada Al-Quran dan Al- Hadist maka bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan yang mengandung unsure riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariat islam.

Adapun perbedaan pokok antara bank syariah dengan bank konvensional terdiri dari beberapa hal. Bank syariah tidak melakukan sistem bunga dalam aktivitasnya, sedangkan bank konvensional menggunakan sistem bunga. Hal ini memiliki implikasi yang sangat dalam dan sangat berpengaruh pada aspek operasional dan produk yang dikembangkan oleh bank syariah. Bank syariah lebih menekankan sistem kerja serta partnership, kebersamaan terutama kesiapan semua pihak untuk berbagi termasuk dalam hal – hal keuntungan dan kerugian.

Kehadiran bank syariah diharapkan dapat berpengaruh terhadap kehadiran suatu sistem ekonomi islam yang menjadi keinginan bagi setiap Negara islam. Kehadiran bank syariah diharapkan dapat memberikan alternatif bagi masyarakat dalam memanfaatkan jasa perbankan yang selama ini masih didominasi oleh sistem bunga.

2. Fungsi dan Peran Perbankan Syariah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan fungsi intermediasinya berdasarkan prinsip – prinsip syariat islam. Peran dan fungsi bank syariah, di antaranya sebagai berikut :

- a. Sebagai tempat menghimpun dana dari masyarakat atau dunia usaha dalam bentuk tabungan (mudharabah), dan giro (wafiah), serta menyalurkan kepada sektor riil yang membutuhkan
- b. Sebagai tempat investasi bagi dunia usaha (bail dana modal maupun dana rekening investasi) dengan menggunakan alat – alat investasi yang sesuai dengan syariah.
- c. Menawarkan berbagai jasa keuangan berdasarkan upah dalam sebuah kontak perwakilan atau penyewaan.
- d. Memberikan jasa sosial seperti pinjaman, zakat, dan dana sosial lainnya yang sesuai dengan ajaran islam.³⁵

3. Tujuan Bank Syariah

Upaya pencapaian keuntungan yang setinggi – tingginya (profit maximization) adalah tujuan yang biasa dicanangkan oleh bank komersial, terutama bank konvensional. Berbeda dengan tujuan yang dimiliki oleh bank syariah yaitu berdiri untuk menggalakkan, memelihara, dan mengembangkan jasa – jasa serta produk perbankan yang berdasarkan prinsip syariat islam. Bank Syariah juga memiliki kewajiban untuk mendukung aktivitas investasi dan bisnis yang ada di lembaga keuangan

³⁵ Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Jakarta : Setia Purna Inves, 2007), Hlm. 14.

sepanjang aktifitas tersebut tidak dilarang dalam islam. Selain itu, bank syariah harus lebih menyentuh kepentingan masyarakat kecil.

4. Landasan Bank Syariah

1. Landasan Hukum islam

a. Surat Al – Baqarah ayat 275

“ orang – orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat beridir 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 neghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. (QS. Al-Baqarah : 275)³⁶

b. Hadits Riwayah Muslim

“dari Ibnu Mas’ud ra bahwa Rasulullah SAW melaknat pemakan riba, yang memberi makan, kedua orang saksinya dan pencatatnya. (HR. Muslim).³⁷

2. Landasan Hukum Positif

a. Undang – Undang N0. 7 Tahun 1992

Sejak diberlakukan UU No. 7 tahun 1992 yang menjadikan bank syariah sebagai bank umum dan bank perkreditan rakyat, memberikan ruang untuk umat muslim yang anti riba, yang mana ditandai dengan

³⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemah* (Jakarta : Lajnah Pentashin Mushaf al quran, 2006), hlm. 47.

³⁷ Kitab az-Zuhud war-Raqaiq. No. 5245.

beroperasinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tanggal 1 Mei 1992.

b. Undang – Undang No. 10 Tahun 1998

UU no. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU no. 7 Tahun 1992 mengatur mengenai pemberian kesempatan untuk meningkatkan peranan bank syariah untuk menampung aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Arah kebijakan regulasi ini dimaksudkan agar ada peningkatan peranan bank nasional sesuai fungsi dalam menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dengan prioritas koperasi, pengusaha kecil, dan menengah serta seluruh lapisan masyarakat tanpa diskripsi. Dalam UU No. 10 tahun 1998 ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mendirikan bank yang menyelenggarakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, termasuk pemberian kesempatan kepada Bank umum Konvensional untuk membuka kantor cabangnya yang khusus menyelenggarakan kegiatan berdasarkan prinsip syariah.

c. Undang – Undang No. 23 Tahun 1999

UU No. 23 Tahun 1999 mengenai Bank Indonesia telah menugaskan kepada BI untuk mempersiapkan perangkat aturan dan fasilitas – fasilitas penunjang lainnya yang mendukung kelancaran operasional bank berbasis Syariah serta penerapan *dual bank system*.

d. Undang – undang No. 21 Tahun 2008

Beberapa aspek penting dalam UU No. 21 Tahun 2008 :

- 1) Kewajiban mencantumkan kata “syariah” bagi bank syariah, kecuali bagi bank – bank syariah yang telah beroperasi sebelum berlakunya UU No. 21 Tahun 2008 (pasal 5 no.4). Bagi Bank Umum Konvensional (BUK) yang memiliki unit usaha syariah (UUS) diwajibkan mencantumkan nama syariah setelah nama bank (pasal 5 no.5).
- 2) Sanksi bagi pemegang saham pengendali yang tidak lulus *fit and proper test* dari BI (pasal 27).
- 3) Satu – satunya pemegang fatwa syariah adalah MUI. Karena MUI harus diterjemahkan menjadi produk perundang – undangan (dalam hal ini Peraturan Bank Indonesia/ PBI), dalam rangka penyusunan PBI, BI membentuk komite perbankan syariah yang beranggotakan unsure – unsure dari BI, Departemen agama, dan unsure masyarakat dengan komposisi yang berimbang dan memiliki keahlian di bidang syariah (pasal 26).
- 4) Dalam definisi lama disebutkan bahwa transaksi murabahah adalah jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati. Menurut UU No. 21 tahun 2008 disebutkan akad murabahah adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli

dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.

Diubahnya kata “jual beli” dengan kata “pembiayaan”, secara implicit UU No. 21 Tahun 2008 ini ingin mengatakan bahwa transaksi murabahah tidak termasuk transaksi yang kini menjadi masalah bagi bank syariah.

e. Peraturan Bank Indonesia mengenai Perbankan Syariah

- 1) PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah.
- 2) PBI No. 7/35/PBI/2005 tentang perubahan atas peraturan bank Indonesia . 6/24/PBI/2004 tentang Bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah
- 3) PBI No. 6/24/PBI/2004 tentang bank umum yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.³⁸

5. Perkembangan Produk Bank Syariah

Secara garis besar, pengembangan produk bank syariah dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu : produk penyaluran dana, produk penghimpunan dana, dan produk jasa.³⁹

³⁸ <http://pdfsearchpro.com/bank-syariah-pdf.html>, diakses pada tanggal 11 November 2019, pukul. 10:00.

³⁹ Dwi Suwiknyo, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*, (Yogyakarta : Pustaka Belanja, 2010), hlm. 20.

a. Produk penyaluran dana

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, produk pembiayaan syariah terbagi menjadi tiga kategori yaitu : transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli, transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa, dan transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk usaha kerja sama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil.

1) Prinsip jual beli (bay')

Prinsip jual beli yang dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda. Prinsip ini dapat dibagi sebagai berikut :

- pembiayaan murabahah,
- pembiayaan salam, dan
- pembiayaan istisna.⁴⁰

2) Prinsip *ijarah*

Transaksi *ijarah* dilandaskan adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli. Namun perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, maka pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.⁴¹

⁴⁰ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta : Raja Grafindo, 2004), Hlm. 98 – 99.

⁴¹ Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah, *Pebankan Syariah*, (Jakarta : PKES Publishing, 2008), Hlm. 36.

Pada masa sewa, bank syariah dapat saja menjual barang yang disewakannya kepada nasabah. Karena itu, dalam perbankan syariah dikenal ijarah muntahiyah bittamlik, yaitu sewa yang diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang yang disewakan. Harga sewa dan harga jual disepakati pada awal perjanjian.

3) Prinsip *syirkah*

Prinsip *syirkah* dengan basis pola kemitraan untuk produk pembiayaan di bank syariah dioperasionalkan dengan pola musyarakah dan mudharabah. Penjelasan selengkapnya sebagai berikut :

a) Musyarakah

Kerjasama dalam suatu usaha oleh dua pihak dengan ketentuan umum diantaranya :

- (a) Semua modal disatukan untuk dijadikan modal proyek musyarakah dan dikelola bersama – sama.
- (b) Setiap pemilik modal berhak turut serta dalam menentukan kebijakan usaha yang dijalankan oleh pelaksana proyek.
- (c) Pemilik modal dipercaya untuk menjalankan proyek musyarakah tidak boleh melakukan tindakan, seperti:
 - i. Menggabungkan dan proyek dengan harta pribadi
 - ii. Menjalankan dana musyarakah dengan pihak lain tanpa izin pemilik modal
 - iii. Memberikan pinjaman kepada pihak lain

- iv. Setiap pemilik modal dapat mengalihkan penyertaan atau digantikan oleh pihak lain
- v. Setiap pemilik modal dianggap mengakhiri kerjasama apabila menarik diri dari perserikatan, meninggal dunia, dan menjadi tidak cakap hukum.
- vi. Proyek yang akan dijalankan harus disebutkan dalam akad
- vii. Biaya yang timbul dalam pelaksanaan proyek dan jangka waktu proyek harus diketahui bersama.⁴²

b) Mudharabah

Kerjasama dilakukan oleh shahibul mal yang memberikan dana 100% dengan mudharib yang memiliki keahlian. Jika bentuk akadnya mudharabah muqayadah, maka ada pembatasan penggunaan modal sesuai dengan permintaan pemilik modal. Ketentuan umum yang berlaku dalam akad mudharabah diantaranya:

- 1) Jumlah modal yang diserahkan kepada nasabah selaku pengelola modal, harus diserahkan tunai, dapat berupa uang atau barang yang dinyatakan nilainya dalam satuan uang. Apabila modal diserahkan secara bertahap, harus jelas tahapnya dan disepakati bersama.

⁴² Djoko Muljono, *Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta : ANDI, 2015), hlm. 70.

2) Hasil dari pengelolaan modal pembiayaan mudharabah dapat diperhitungkan dengan dua cara. *Pertama*, hasil usaha dibagi sesuai dengan persetujuan dalam akad, pada setiap bulan atau waktu yang disepakati. Bank selaku pemilik modal menanggung seluruh kerugian kecuali akibat kelalaian dan penyimpangan pihak nasabah, seperti penyelewengan, kecurangan dan penyalahgunaan dana. *Kedua*, bank berhak melakukan pengawasan terhadap pekerjaan namun tidak berhak mencampuri urusan pekerjaan/usaha nasabah.

b. Produk penghimpunan dana

Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip wadiah dan mudharabah.⁴³

a. Prinsip *Wadi'ah*

Prinsip *wadi'ah* dalam fiqh islam dikenal dengan prinsip titipan atau simpanan. *Wadiah* dapat juga diartikan titipan murni dari satu pihak ke pihak yang lain, baik sebagai individu maupun sebagai suatu badan hukum. Titipan dimaksud, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja penitip menghendaki. Prinsip wadiah

⁴³ Moh. Zuhri, *Terjemah Fiqh Empat madzab*, (Semarang : Asy-Syifa, 1993), Hlm. 169.

daam produk bank syariah dapat dikembangkan menjadi dua jenis, yaitu :

1) *Wadi'ah yad amanah*

Merupakan titipan yang tidak boleh digunakan dan dimanfaatkan uang atau barang yang dititipkan, tetapi harus benar – benar menjaganya sesuai kelaziman. Pihak penerima titipan dapat membebankan biaya kepada penitip sebagai biaya penitipan. Contohnya adalah *save deposit box*.

2) *Wadi'ah yad dhomanah*

Merupakan penerima titipan yang mana barang yang dititipkan boleh dimanfaatkan oleh pihak yang dititipi, selama pemilik barang memberikan izin dan yang dititipi barang tersebut menjamin bahwa kapanpun barang diminta oleh pemilik akan dikembalikan. Contohnya tabungan dan giro.

b. Prinsip Mudharabah

Aplikasi prinsip ini adalah bahwa deposan atau penyimpan bertindak sebagai *shahibul mal* dan bank sebagai *mudhari*. Dana ini digunakan bank untuk melakukan pembiayaan akad jual beli maupun *syirkah*. Jika terjadi kerugian maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi. Rukun mudharabah yaitu ada pemilik dana, ada usaha yang akan dibagi hasilnya, dan ada ijab Kabul. Aplikasi prinsip mudharabah dalam produk penghimpunan dana yaitu tabungan berjangka dan deposito berjangka. Sedangkan

berdasarkan kewenangan penggunaan dana, prinsip mudharabah dibagi menjadi :

1) Mudharabah Mutlaqah

Penerapan mudharabah mutlaqah dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis penghimpunan dana yaitu : tabungan mudharabah dan deposito mudharabah.

2) *Mudharabah Muqayadah on Balance Sheet*

Jenis mudharabah ini merupakan simpanan khusus (*restricted investment*) di mana pemilik dana dapat menetapkan syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank.

3) *Mudharabah Muqayadah off Balance Sheet*

Jenis mudharabah ini merupakan penyaluran dana mudharabah langsung kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat – syarat tertentu yang harus ipatuhi oleh bank dalam mencari kegiatan usaha yang akan dibiayai dan pelaksanaan usahanya.

c. Produk Jasa

1) Al – Hiwalah (alih utang-piutang)

Transaksi pengalihan utang piutang. Dalam praktiknya perbankan sebagai fasilitas hiwalah lazimnya digunakan untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat

melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang.⁴⁴

2) Rahn (gadai)

Digunakan untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria, diantaranya milik nasabah sendiri; jelas ukuran, sifat dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar; dan dapat dikuasai, namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank.

3) Al – Qardh (pinjaman)

Al – Qardh digunakan untuk membantu keuangan nasabah secara cepat dan berjangka pendek (*short time*). Produk ini digunakan untuk membantu usaha kecil dan keperluan sosial. Dana qard yang diberikan kepada nasabah yang diperoleh dari dana zakat, infak dan shadakah.

4) Wakalah

Wakalah adalah melimpahkan kekuasaan oleh seseorang sebagai pihak pertama kepada pihak lain sebagai pihak kedua dalam hal – hal yang diwakilkan (dalam hal ini pihak kedua) hanya melaksanakan sesuatu sebatas wewenang atau kuasa yang diberikan oleh pihak pertama, namun apabila kuasa itu sudah dilaksanakan sesuai yang telah disyaratkan, maka semua resiko dan

⁴⁴ Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah*, (Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2014), hlm. 280.

tanggung jawab atas dilaksanakan perintah tersebut sepenuhnya menjadi pihak pertama atau pemberi kuasa. Wakalah dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank syariah untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti jasa transfer uang, pembuatan L/C dll.

5) Kafalah (bank garansi)

Digunakan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank syariah dapat mempersyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai Rahn. Bank syariah dapat pula menerima dana tersebut dengan prinsip wadi'ah. Bank mendapatkan ganti biaya atas jasa yang diberikan.⁴⁵

F. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang pernah dilakukan mengenai Peran *Customer service* Dalam Mengatasi Keluhan Nasabah (*handling Complaint*) adalah penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Oleh : Ervina Ningrum

Judul : Peran Customer Service dalam mengatasi Komplain BPD CARD (Studi Kasus di Bank Capem Syariah Semarang Barat).⁴⁶

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran Customer Service dalam manajemen komplain di BPD CARD Bank Capem Syariah Semarang Barat. Penulis dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian

⁴⁵ Dwi Suwiknyo, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*, (Yogyakarta : Pustaka Belanja, 2010), hlm. 39.

⁴⁶ Ervina Ningrum, *Peran Customer Service dalam Mengatasi Komplain BPD CARD (Studi Kasus di Bank Capem Syariah Semarang Barat)*, (Semarang : UIN Walisongo, 2016).

lapangan dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian diketahui bahwa peran customer service dalam mengatasi complain dari nasabah adalah sebagai fasilitator dan perantara antara pihak nasabah dengan bank, baik akan dilakukan langsung penanganan atas masalah yang dihadapi oleh nasabah ataupun masalah yang harus ditampung terlebih dahulu karena harus dilaporkan ke kantor pusat. Selain itu customer service tidak hanya melakukan pelayanan secara langsung di kantor melainkan juga menangani complain melalui Call Center Bank Capem Syariah Semarang Barat di nomor 14066.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang, seorang customer service sama – sama menjadi fasilitator dan perantara antara pihak bank dengan nasabah yang sedang mempunyai masalah dengan transaksi yang sedang dilakukan. Penanganan complain dapat dilakukan secara langsung ataupun dalam jangka waktu 5 hari kerja jika masalah tidak dapat ditangani langsung oleh pihak cabang. Seorang customer service juga tidak hanya melayani complaint melalui tatap muka melainkan juga melayani melalui call center.

2. Oleh : Ken Ati Nur Shofiati

Judul : Prosedur *Handling Customer Complaint* di Bank Syariah Mandiri

Kantor Cabang Pembantu Temanggung.⁴⁷

⁴⁷ Ken Ati Nur Shofiati, *Prosedur Handling Customer Complaint Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Temanggung*, (Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2016)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana prosedur *Handling Customer Complaint* di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang pembantu Temanggung. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Field Research* atau penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian diketahui bahwa *Customer Service* di Bank Syariah mandiri Kantor Cabang Pembantu Temanggung sudah menerapkan pelayanan yang baik kepada nasabah saat melakukan *complain* utamanya *customer service* mengacu pada SOP perbankan yang sudah ada sehingga nasabah merasa terlayani dengan baik.

Dalam Bank Syariah Mandiri KCP Temanggung prosedur *handling complain* di buat sama dengan yang diperuntukkan buat perusahaan namun berbasis perbankan dan lebih spesifik seperti adanya form pengaduan nasabah, batas waktu penyelesaian penanganan keluhan, serta keterlibatan dari atasan dilakukan apabila *customer service* tidak mampu dalam menangani keluhan nasabah. Semua itu sudah dilakukan dengan baik oleh Bank Syariah Mandiri KCP Temanggung.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang, seorang *customer service* sama – sama mengacu pada SOP pelayanan seorang *customer service* kepada nasabah dan bagaimana proses penanganan komplain yang ada di perbankan seperti adanya batas waktu penyelesaian masalah, keterlibatan atasan atas permasalahan yang dihadapi oleh nasabah, dan adanya form pengaduan nasabah.

3. Oleh : Nouvalia Putri Islami

Judul : Peran *Customer Service* Dalam Menangani Komplain Kartu ATM Nasabah Pada BANK JATIM KANTOR CABANG SUMENEP ⁴⁸

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Peran *Customer Service* Dalam Menangani Komplain Kartu ATM Nasabah Pada BANK JATIM KANTOR CABANG SUMENEP. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Field Research* atau penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian diketahui bahwa seorang *customer service* memegang peran yang penting saat menghadapi *complain* yang dilakukan oleh seorang nasabah karena pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* kepada nasabah akan berpengaruh terhadap penilaian nasabah kepada bank. Saat nasabah melakukan complain maka *customer service* harus mendengarkan dengan baik keluhan yang dihadapi oleh nasabah, membantu permasalahan yang dihadapi dengan sabar, melakukan penanganan dengan cepat dan tepat. Dengan demikian nantinya nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank dan akan memberikan penilaian yang baik saat mereka ditanya oleh pihak lain mengenai pelayanan yang diberikan oleh pihak bank.

Peneliti terdahulu dan peneliti sekarang sama – sama menggunakan metode lapangan dalam mengumpulkan data yang digunakan sebagai bahan

⁴⁸ Nouvalia Putri Islami, *Peran Customer Service Dalam Menagtasi Komplain Kartu ATM Nasabah pada Bank Jatim Kantor Cabang Sumenep*, (Surabaya : STIEP, 2018)

penelitian. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang, seorang customer service sama – sama mempunyai etika dan sikap yang harus dijalankan ketika menghadapi seorang nasabah karena sikap dan etika seorang customer service akan menjadi sebuah penilaian nasabah atas pelayanan yang diberikan ketika menghadapi seorang nasabah, dengan customer service melayani dengan baik dan ramah maka nasabah akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan dan nantinya nasabah akan loyal kepada bank dan menjadi nasabah tetap.

4. Oleh : Sri Imelda

Judul : Kualitas Pelayanan *Customer Service* dan Loyalitas nasabah
Pada Bank BRI Unit Veteran BANJARMASIN ⁴⁹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan *Customer Service* dan loyalitas nasabah pada Bank BRI Unit Veteran Banjarmasin. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Namun dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menuai hasil bahwa layanan yang dilakukan *customer service* Bank BRI Kotor Unit Veteran Banjarmasin selama ini masih belum memuaskan sehingga nasabah sepenuhnya belum loyal terhadap bank karena *customer service* tidak mengutamakan kepentingan nasabah, pelayanan yang diberikan tidak secara cepat dan tepat sesuai waktu yang dihasilkan.

Untuk mengatasi masalah yang dihadapi pihak terkait harus memberikan pengetahuan lebih terhadap karyawan berdasarkan konsep

⁴⁹ Sri Imelda, *Kualitas Pelayanan Customer Service dan loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Unit Veteran Banjarmasin*, (Banjarmasin : Politeknik Negeri Banjarmasin. 2017). Jurnal INTEKNA. Vol. 17. No. 2.

dimensi kualitas pelayanan, yang pada akhirnya sebagai penentu konsep tingkat kepuasan nasabah seperti *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati), *reability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap) dan *assurance* (jaminan).

Peneliti terdahulu dalam melakukan penelitian menggunakan metode deskriptif sedangkan peneliti sekarang menggunakan metode kualitatif. Dalam penelitian terdahulu pihak customer service tidak menjalankan SOP pelayanan kepada nasabah dengan baik sehingga nasabah yang datang ke bank merasa tidak dilayani dengan baik dan tidak mengutamakan kepentingan nasabah sehingga pihak bank harus memberikan pembekalan lebih lanjut kepada karyawannya untuk meningkatkan pelayanan agar lebih baik. Sedangkan dalam penelitian saat ini pihak bank menerapkan SOP yang sudah ada dengan baik dan nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank sehingga nasabah menjadi loyal kepada bank tanpa adanya perhitungan.

5. Oleh : Yuniarta H. Hutabalian dan Johnny Samuel Kalangi

Judul : Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) TBK Unit Politeknik⁵⁰

Penelitian ini berdasarkan atas pemikiran dalam persaingan bank yang memprioritaskan kepuasan nasabah. *Customer service* berperan dalam mengkomunikasikan pemasaran bank dan sumber informasi nasabah.

Peningkatan mutu pelayanan merupakan salah satu cara pihak bank untuk

⁵⁰ Yuniarta H. Hutabalian dan Johnny Samuel Kalangi, Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) TBK Unit Politeknik, jurnal : Acta Diurna, Vol. IV. No. 3. Tahun 2015.

bersaing di pangsa perbankan. Penelitian ini menggunakan teori hubungan manusia dan menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan kuesioner.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan bahwa *customer service* mempunyai peran sebagai *customer relation officer* (membina hubungan baik dengan nasabah), sebagai komunikator (sumber informasi nasabah), sebagai *deskman* (memberikan informasi mengenai produk yang dimiliki oleh pihak perbankan), sebagai *feedback* (komunikasi dua arah), sebagai *persuasive* (membujuk nasabah) guna untuk meningkatkan mutu pelayanan yang diberikan kepada nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu hubungan masyarakat juga berperan peting dalam meningkatkan mutu pelayanan yang ada diperbankan.

Dalam penelitia terdahulu dan sekarang pihak bank sama – sama meningkatkan pelayanan yang baik dengan nasabah, pihak Bank membina hubungan yang baik antar nasabah dengan cara *customer service* memberikan informasi yang baik kepada nasabah mengenai produk yang dimiliki oleh Bank sehingga nasabah memahami mengenai produk yang dimiliki oleh pihak Bank dan jika nasabah ingin mengetahui produk yang di miliki bank maka pihak *Customer service* harus memberikan umpan balik kepada nasabah dengan baik dan hingga nasabah mengerti mengenai produk yang ada.

Sedangkan perbedaan antara penelitian sekarang dan penelitian terdahulu adalah, penelitian terdahulu ini lebih fokus membahas mengenai

peningkatan mutu pelayanan kepada nasabah sedangkan dalam penelitian sekarang lebih fokus membahas cara penanganan keluhan nasabah (*handling complaint*) yang diberikan customer service kepada nasabah yang sedang mengalami kesulitan.

6. Oleh : Tarsani

Judul : Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Pendekatan Komunikasi Antar Pribadi ⁵¹

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan *customer service* dalam penyampaian informasi kepada setiap pelanggan sehingga *customer service* nantinya memiliki kompetensi komunikasi yang baik kepada nasabah saat menangani keluhan nasabah. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dalam penelitian ini selain menggunakan sistem wawancara juga menggunakan paradigma *interpretative* dan teori komunikasi *interpersonal*.

Customer service sangat penting untuk menunjang fungsi perusahaan yaitu menjembatani atau menjalin hubungan yang baik antar perusahaan dengan pelanggan, guna terciptanya komunikasi yang baik diantara keduanya dan terciptanya rasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan melalui tangan *customer service* yang sudah diberikan pelatihan secara berkesinambungan dan memenuhi standar pelayanan yang telah ditentukan oleh perusahaan atau yang disebut SOP (*Standar operasional Prosedur*).

⁵¹ Tarsani, *Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Pendekatan Komunikasi Antar Pribadi (studi kasus pada customer service GraPARI Te;konsel Gandaria)*, (Purwakarta : STIEB, 2019). Jurnal Bricolage. Vol. 2. No. 1

Peran *customer service* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, melalui pendekatan komunikasi antarpribadi. Yang meliputi *good performance customer service* serta pola komunikasi dan *handling* pelanggan yang baik dan berkesinambungan secara efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang mendapatkan solusi serta pelayanan yang baik yang sesuai dengan harapan, persepsi, dan kebutuhannya dari *customer service* GraPARI Telkomsel Gandaria akan menjadi pengalaman dan evaluasi yang baik sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Persamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah Customer service sama – sama melakukan pendekatan dengan nasabah menggunakan pendekatan antar pribadi untuk menjaga hubungan yang baik dengan nasabah tanpa adanya jarak antara nasabah dengan customer service. Customer service dalam melakukan pendekatan dengan nasabah dengan cara melakukan komunikasi yang baik dan memberikan solusi atas masalah yang dialami oleh nasabah sesuai dengan harapan, keinginan, dan kebutuhan nasabah sehingga nasabah merasa puas dan nantinya akan menjadi loyal.

Sedangkan perbedaan dalam penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah Dalam penelitian terdahulu peneliti memfokuskan pembahasan mengenai cara komunikasi yang baik kepada nasabah yaitu dengan cara menggunakan paradigma *interpretative* dan teori komunikasi *interpersonal*.

7. Oleh : Yulia Ellawati

Judul : Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah
Pada PT. BPRS SAFIR BENGKULU.⁵²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah PT BPRS Safir Bengkulu. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data primer.

Dalam pelayanan yang dilakukan oleh Customer service PT. BPRS Safir Bengkulu dikatakan sudah baik karena sudah melakukan pelayanan sesuai dengan SOP (*Standar Operasional Prosedur*) untuk melakukan pelayanan nasabah dengan baik dan pemberian informasi kepada nasabah sehingga secara tidak langsung pihak *customer service* dapat mempertahankan nasabah lama yang kemudian menjadi loyal kepada pihak BPRS dan dapat menarik nasabah baru. Selain itu pihak BPRS juga menjaga hubungan baik dengan nasabah karena menjaga hubungan baik dengan nasabah merupakan salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas nasabah seperti melakukan komunikasi yang baik dengan nasabah, melakukan silaturahmi kepada nasabah dan yang tak kalah penting adalah berpakaian sopan dan rapi.

Persamaan dalam penelitian terdahulu dan penelitian sekarang pihak bank sama – sama sudah melakukan pelayanan kepada nasabah sesuai dengan SOP

⁵² Yulia Ellawati. Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT. BPRS SAFIR BENGKULU. (Bengkulu : Skripsi diterbitkan, 2019).

8. Oleh : Puji Hariyanti dan Rahmy Utari

Judul : Pengaruh Aktivitas Customer Service dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Capem Panam Pekanbaru⁵³

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur loyalitas nasabah terhadap Bank Riau Kepriu Capem Panam Pekanbaru. Sehingga Customer service harus mampu menjaga hubungan yang baik dengan nasabah. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Dalam menghadirkan pelayanan prima , peran petugas customer service dinilai memegang peranan vital karena merekalah yang berhubungan langsung dengan nasabah. Saat ini *customer service* tidak hanya harus enak dilihat dan ramah, melainkan harus memiliki keterampilan menangani segala macam kebutuhan nasabah. Peningkatan pelayanan kepada nasabah sangat penting dalam usaha meningkatkan kepuasan dan loyalitas para nasabah, karena nasabah sangat mempunyai peranan yang sangat besar dalam mendukung eksistensi sebuah bank.

Untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah, *customer service* dalam berhubungan dengan nasabah harus selalu berusaha untuk menarik perhatian dan mempengaruhi konsumen. Dimana unsure persuasive sedang berlangsung ketika seorang *customer service* mendekatkan diri dan meyakinkan konsumen agar tertarik menjadi nasabah.

⁵³ Puji Hariyanti dan Rahmy Utami, *Pengaruh aktivitas Customer Service dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Capem Panan Pekanbaru*. (Jurnal Komuniaksi, ISSN 1907-898X, Vol. 8, No. 1, 2013.

Persamaan dalam penelitian sekarang dan terdahulu adalah pada pemberian pelayanan prima kepada nasabah agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan dengan melakukan pendekatan kepada nasabah dan berusaha menarik perhatian nasabah. Selain itu customer service harus bisa menyelesaikan permasalahan setiap nasabah dengan baik dan cepat sehingga nasabah akan merasa terlayani dengan baik, maka nantinya nasabah menjadi loyal dan mempercayakan dananya kepada pihak bank.

9. Oleh : Yolanda Darma fernandes dan Doni Marlius

Judul : Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatra Barat Cabang Utama Padang⁵⁴

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran layanan pelanggan dalam meningkatkan layanan untuk palanggan PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatra Barat. Layanan pelanggan memiliki peran yang bertanggungjawab untuk layanan dan kelancaran bank, memahami pekerjaan yang harus dilakukan, terutama terkait dengan layanan kepada pelanggan. Dalam melakukan layanan diperlukan sikap layanan pelanggan yang dapat meningkatkan minat pelanggan dan mampu berkomunikasi dengan baik.

Seorang *customer service* memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak perbankan dalam menghadapi seorang nasabah.

⁵⁴ Yolanda Darma Fernandes dan Doni Marlius, *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pebangunan Daerah Sumatra Barat Cabang Utama Pdang*, (Sumatra : Akademi Keuangan dan Perbankan Padang, 2018).

Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan yang baik dengan masyarakat. Selain itu juga harus mampu mempertahankan hubungan baik dengan nasabah lama. Perbankan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya memberikan kesan yang baik kepada nasabah.

Dari hasil penelitian bahwa pelayanan yang diberikan perbankan kepada nasabah sangat baik karena *customer service* memberikan informasi yang sangat baik kepada nasabah. Karena pihak perbankan dalam melakukan penyampaian informasi melalui media sehingga pelanggan merasa sangat puas.

Persamaan dalam penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah pihak bank sama – sama memberikan pelayanan yang baik kepada pihak bank agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank sehingga nasabah akan menjadi loyal, dalam pelayanan tersebut yang paling utama adalah sikap para karyawannya dengan sikap karyawan yang baik dan ramah maka nasabah akan merasa terlayani dengan baik dan merasa senang. Selain itu pihak bank sama – sama menggunakan media guna untuk menawarkan produk yang dimiliki oleh pihak bank sehingga nasabah bisa mengetahui program – program yang dimiliki oleh pihak bank.

Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu menggunakan media guna untuk meningkatkan layanan kepada nasabah sedangkan dipenelitian sekarang pihak bank menggunakan media guna untuk melakukan promosi produk yang dimiliki agar nasabah mudah mengetahui produk yang dimiliki.

10. Oleh : Hendro Endi Yanto dan Frianto Pandia

Judul : peranan *complaint handling* dan *service recovery* oleh *customer service* (cs) dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah pada Bank CIMB Niaga Cabang Sunter.⁵⁵

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penanganan *customer service* saat ada nasabah yang komplain mengenai transaksi yang ada di Bank agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan nantinya nasabah akan menjadi loyal.

Upaya yang dilakukan oleh bank untuk mempertahankan loyalitas nasabah adalah dengan cara menerapkan *service excellence* pada layanan bank. Dimana salah satu caranya dengan menangani keluhan nasabah dengan baik. Keluhan nasabah itu sendiri terjadi akibat adanya ketidakpuasan atas pemberian layanan yang diberikan oleh bank. Apabila hal tersebut tidak segera dilakukan penanganan maka nasabah akan beralih ke bank lain dan nantinya nasabah bisa menyampaikan rumor negative ke orang lain.

⁵⁵ Hendro Endi Yanto dan Frianto Pandia, *peranan complaint handling dan service recovery oleh customer service (cs) dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah pada PT BANK CIMB NIAGA (PERSERO) TBK*, Depok : Jurusan akuntansi, Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 11. No. 2. Tahun 2011.

Pihak Bank menugaskan bagian CS untuk mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Pihak Bank dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah mempunyai strategi yang ampuh dalam melakukan pelayanan nasabah. Strategi yang dimaksud adalah strategi AMUSE dan strategi AMAZE. Dimana strategi AMUSE digunakan petugas CS untuk mempertahankan nasabah. Sedangkan strategi AMAZE digunakan untuk membuat nasabah menjadi loyal terhadap bank.

Dalam penelitian terdahulu dan penelitian sekarang memiliki persamaan dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan penanganan complain nasabah yang mempunyai masalah, dengan pihak bank memberikan *service excellence*. Sedangkan perbedaan antara penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu pihak Bank CIMB Niaga Cabang Sunter menggunakan strategi AMAZE dan AMUSE sedangkan dalam penelitian sekarang pihak Bank menggunakan strategi *cross selling* dalam melakukan pendekatan kepada setiap nasabah yang datang ke bank.

11. Oleh : Mohammad Rendy Nugroho

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah

Pada Bank BNI Syariah Cabang Fatmawati⁵⁶

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan melihat bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara menyeluruh terhadap kepuasan

⁵⁶ Mohammad Rendy Nugroho, Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Cabang Fatmawati. (Skripsi terpublikasi : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014).

nasabah. Dalam mengukur kualitas pelayanan secara menyeluruh terhadap kepuasan nasabah terdapat lima dimensi kualitas pelayanan diantaranya berwujud, keandalan, koresponsifan, jaminan dan empati terhadap nasabah. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa faktor kualitas pelayanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah adalah variable berwujud, keandalan, koresponsifan, jaminan dan empati. Hal ini menunjukkan bahwa antara variabel kualitas pelayanan (berwujud, keandalan, koresponsifan, jaminan dan empati) sesuai dengan harapan nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perbankan.

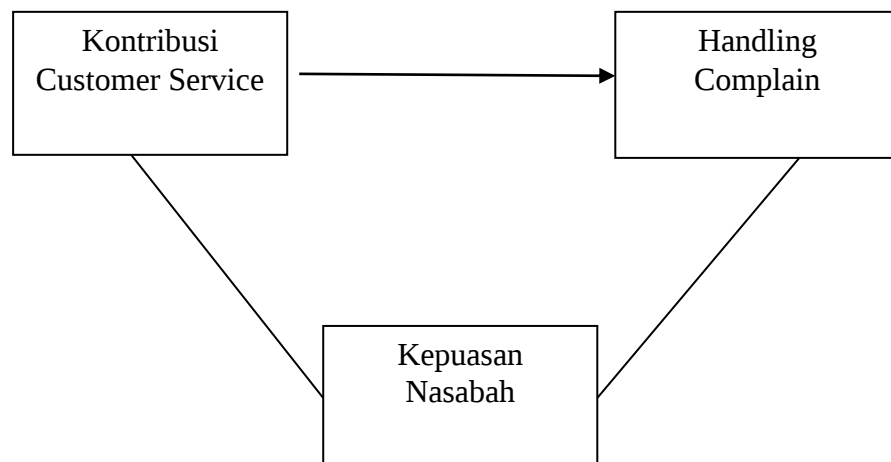
Persamaan dalam penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah pihak perbankan sama – sama ingin meningkatkan kepuasan nasabah namun dalam meningkatkan kepuasan nasabah pihak bank memiliki perbedaan cara dalam penelitian terdahulu pihak bank dalam meningkatkan kepuasan nasabah menggunakan 5 dimensi yaitu wujud, keandalan, responfin, jaminan dan empati sedangkan dalam penelitian sekarang pihak bank dalam meningkatkan kepuasan nasabah dengan mengatasi permasalahan yang dimiliki oleh nasabah dengan baik dan cepat.

G. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. ⁵⁷ kerangka berfikir digunakan untuk mempermudah dalam

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hlm. 60.

memahami persoalan yang sedang diteliti serta mengarahkan penelitian pada pemecahan masalah yang dihadapi. Maka penulis membuat suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1 : Kerangka Berfikir

Keterangan :

1. Kontribusi *Customer Service* yang ada di Bank Muamalat Indonesia untuk meningkatkan kepuasan nasabah

Kontribusi *Customer service* yang ada di Bank Muamalat Indonesia untuk menampung komplain yang diajukan oleh nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah