

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsep mengenai hukum perbankan berprinsip pada Undang-Undang No. 21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah. Pengertian Bank Syariah adalah Bank yang melaksanakan aktivitas berprinsip dengan berlandaskan syariah atau landasan hukum Islam.¹ Dalam dunia perbankan, salah satu pihak yang sangat bertanggung jawab dalam hal memberikan pelayanan prima dan menjalin kedekatan antara bank dengan nasabah ialah *customer service*. Oleh karena itu, jika ada nasabah yang mengalami kesulitan atau kurang memahami terkait produk, operasional bank, ataupun keluhan terhadap pelayanan bank yang kurang baik, maka nasabah segera mengatakan keluhannya kepada *customer service* agar dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi nasabah.²

Selanjutnya, selain menghimpun dana dan menyalurkan kepada masyarakat Bank Syariah juga memberikan pelayanan jasa perbankan. Pelayanan jasa di Bank Syariah ini dimaksudkan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam memudahkan kegiatannya. Ada

¹ Niki Ayu Purwanti and Ahmad Amin Dalimunthe, "Peran Customer Service Dalam Membuka Layanan Rekening Tabungan Pada Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri* 2, no. 2 (2022): 231–238.

² Khomisah and Dalimunte Ahmad, Amin, "Strategi Customer Service Dalam Complaint Handling Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rantauprapat," *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam* 3, no. 2 (2022): 225–241.

beberapa jenis pelayanan atau jasa yang diberikan oleh Bank Syariah yaitu jasa pengiriman uang (transfer), pemindahbukuan, penagihan surat berharga, kliring, letter of kredit, inkaso, garansi bank, dan layanan jasa lainnya.³

Salah satu aktivitas bank yaitu bank syariah adalah memberikan pelayanan jasa perbankan bagi konsumennya (nasabah) yang berpedoman pada syariah Islam yaitu Al-Quran dan As-Sunah. Mulai dari sistem, operasional, dan prosedur kerja pada bank syariah dan produk jasanya harus sesuai dengan konsep syariah. Seluruh aktivitas bank selalu memperhatikan service (pelayanan). Dalam hal pelayanan posisi sumber daya manusia (SDM) adalah hal yang menentukan dibandingkan dengan teknologi mesin atau perangkat apapun yang ada dalam perusahaan.⁴

Public relations sangat diperlukan dalam perusahaan maupun lembaga keuangan. Setiap perusahaan tidak terlepas dari fungsinya sebagai komunikator. Dan fungsi ini dapat dilakukan oleh *public relations* yang mempunyai peran penting dalam membangun hubungan baik antara perusahaan dengan publik yang dituju. Peran komunikasi tentunya sangat penting kaitannya dengan pelayanan pelanggan. Misalnya pada bagian pengecekan kredit, tagihan-tagihan, menjawab telepon dari konsumen maupun penanganan masalah-masalah yang berkaitan dengan pengaduan dari konsumen. Kegiatan-kegiatan tersebut sendirinya menggunakan

³ Ismail, *Perbankan Syariah*, ed. Circlestuff Deasign (Jakarta: Kencana, 2011).

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005).

banyak komunikasi. Dalam hal ini, komunikasi eksternal yang terjadi antara perusahaan dengan pelanggannya dilakukan secara dua arah baik dalam bentuk formal maupun non formal.⁵

Dengan demikian, keberadaan *public relations* di perusahaan jasa perbankan berfungsi sebagai garda terdepan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan pelayanan dan memuaskan nasabah secara konsisten. Harus berangkat dari kaidah bahwa kepuasan adalah segala-galanya bagi nasabah. Menentukan hubungan dengan pelanggan yang terjalin dengan baik adalah dasar dari *public relations*. Hubungan itu dapat dimulai dari kepuasan pelanggan yang dihasilkan oleh produk atau layanan yang baik.

Peran *customer service* merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh semua perusahaan. Dalam melakukan pelayanan, peranan dari *customer service* ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan *customer service* yang handal. Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah.⁶

Dalam proses pelaksanaannya, seringkali terdapat komplain nasabah baik secara langsung atau tidak langsung melalui berbagai media. Komplain nasabah adalah pernyataan ketidakpuasan nasabah dari nasabah terhadap pelayanan yang dilakukan. Di BSI KCP Rangkasbitung setidaknya terdapat tiga hal yang menjadi faktor penyebab adanya komplain dari

⁵ Prima Ayu Rizqi Mahanani, "Customer Relations Management Sebagai Salah Satu Upaya Public Relations Perusahaan Jasa Perbankan Menciptakan Good Image," *Jurnal ASPIKOM* 1, no. 6 (2017): 551.

⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*.

nasabah. Yang pertama, yaitu permasalahan yang disebabkan oleh perusahaan, seperti kesalahan transaksi, keluhan penggunaan mobile banking, kartu ATM tertelan, dan informasi yang tidak akurat. Kedua, yaitu masalah yang disebabkan oleh pegawai, misalnya sikap dan perilaku yang tidak sesuai SOP, kemudian yang ketiga berasal dari nasabah itu sendiri, seperti kesalahan transfer, kartu ATM terblokir, lupa *password*/PIN serta lalai dalam membaca petunjuk yang diberikan. Dalam menangani dan melayani keluhan nasabah diperlukan sikap, perilaku, gaya bicara, serta gerakan tubuh dan ekspresi yang baik agar dapat membantu dan menyenangkan hati nasabah.

Pada umumnya unit *customer service* tidak melaksanakan langsung administrasi pembukuan dan transaksi finansial yang dilakukan oleh nasabah yang akan berhubungan dengan bank. Melainkan peranan customer service disini dapat disebut sebagai unit *frontliner* bank yang sangat penting, yaitu sebagai pelaksana proses awal kegiatan bank yang berhubungan langsung dengan nasabah.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana peran *customer service* sebagai fungsi *public relations* di Bank Syariah Indonesia KCP Rangkasbitung?
2. Bagaimana peran *customer service* dalam mengatasi *handling complaint* di Bank Syariah Indonesia KCP Rangkasbitung?

C. Fokus Penelitian

Penelitian akan lebih terfokus dan terarah serta tidak menyimpang dari permasalahan maka penulis membatasi permasalahan yang hanya akan membahas mengenai peran *customer service* sebagai fungsi publik relations dalam mengatasi keluhan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Rangkasbitung.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah penulis kemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peran *customer service* sebagai fungsi *public relations* di Bank Syariah Indonesia KCP Rangkasbitung.
2. Untuk mengetahui peran *customer service* dalam mengatasi *handling complaint* di Bank Syariah Indonesia KCP Rangkasbitung.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi penulis sebagai pemahan yang lebih mendalam mengenai peran *customer service* dalam menangani keluhan nasabah.

2. Bagi Perbankan Syariah

Pada penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan bagi Bank Syariah Indonesia KCP Rangkasbitung yang memiliki masalah yang sama dengan penelitian ini.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca, serta dapat menambah rujukan untuk referensi pembaca yang ingin melakukan penelitian mengenai peran *customer service* dalam menangani komplain nasabah.

F. Sitematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka. Teori yang didapat akan menjadi landasan pendukung terkait masalah yang diteliti oleh penulis, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum BSI KCP Rangkasbitung, sejarah singkat BSI KCP Rangkasbitung, profil BSI KCP Rangkasbitung, visi misi BSI KCP Rangkasbitung, dan struktur organisasi BSI KCP Rangkasbitung.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai penelitian terhadap data-data yang telah dikumpulkan beserta penjelasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diperoleh.