

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Komplain

a. Pengertian Komplain

Komplain adalah satu pernyataan atau ungkapan rasa kurang puas terhadap satu produk atau layanan, baik secara lisan maupun tertulis, dari pelanggan internal maupun eksternal.¹

Komplain (*complaint*) adalah sebuah kata yang sering berkonotasi negatif bagi kedua pihak, baik bagi perusahaan maupun dari konsumen. Komplain pada umumnya dipresepsikan sebagai kesalahan, masalah stres, frustrasi, kemarahan, konflik, hukuman, tuntutan, ganti rugi, dan sejenisnya. Komplain merupakan bagian dari proses purnabeli. Prosesnya berawal ketika konsumen merasakan ketidakpuasan setelah menerima pelayanan atau melakukan transaksi.

Secara sederhana, komplain bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Organisasi bisa mengumpulkan komplain

¹ Didin Fatihudin dan M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 216

pelanggan melalui sejumlah cara, diantaranya kotak saran, formulir komplain pelanggan, saluran telepon khusus, website, kartu komentar, survey kepuasan pelanggan dan customer exit survey.²

Komplain atau keluhan itu sebenarnya merupakan bagian dari bentuk “komunikasi”. Sebuah informasi tentang ketidaksesuaian yang dirasakan pihak kedua yang menerima sebuah jasa atau produk. Oleh karena itu, komplain atau keluhan itu sebenarnya dibutuhkan, karena komplain akan menghasilkan sebuah informasi. Baik informasi positif atau informasi negatif.

b. Jenis – Jenis Komplain

Keluhan konsumen dapat dikategorikan/dikeompokkan menjadi empat, yaitu:³

1) Mechanical Complaint (Keluhan Mekanikal)

Keluhan mekanikal adalah suatu keluhan yang disampaikan oleh konsumen sehubungan dengan tidak dapat berfungsinya peralatan atau produk yang dibeli/disampaikan kepada konsumen tersebut.

² Miefta Syafira Devi, “Peranan Customer Service Dalam Manajemen complain (Studi Kasus di BNI Syariah KC Purwokerto Banyumas)”(Tugas Akhir, Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam: IAIN Purwokerto, 2019), h. 20

³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 200-201

Misalkan kartu ATM yang tidak dapat digunakan karena petugas customer service yang lupa untuk mengaktifasi kartu ATM tersebut. Atau mesin ATM yang tidak dapat dipergunakan, maka konsumen bisa saja mengajukan keluhan kepada perusahaan dikarenakan tidak berfungsinya peralatan atau produk yang terkait dengan konsumen.

Atau dapat pula nasabah yang salah memasukan nomor pin ATM sehingga kartu ATM-nya diblokir, sehingga nasabah harus menghubungi call center, maka petugas call center harus mampu membantu nasabah tersebut dengan prosedur yang berlaku.

2) Attitudinal Complaint (Keluhan Akibat Sikap Karyawan Perusahaan)

Keluhan konsumen muncul sebagai akibat sikap atau perilaku karyawan atau petugas pelayanan yang negatif pada saat melayani konsumen. Hal ini dapat dirasakan oleh konsumen melalui sikap tidak peduli dari petugas pelayanan terhadap konsumen.

Misalkan ada nasabah yang hendak membuka rekening di suatu bank syariah, namun karena penampilan yang kurang

meyakinkan nasabah tersebut tidak dipedulikan atau disepelekan. Atau adanya petugas customer service yang mempersulit nasabah ketika hendak bertransaksi.

3) Service Related Complaint (Keluhan yang Berkaitan Dengan Pelayanan)

Keluhan yang muncul terkait dengan pelayanan itu sendiri. Misalnya antrian teller yang terlalu lama dan panjang sehingga merugikan waktu nasabah. Atau kurang banyaknya kursi pada saat harus mengantri, sehingga banyak nasabah yang terpaksa berdiri menunggu antrian. Hal ini dapat menimbulkan keluhan nasabah dan dapat mengurangi kenyamanan nasabah.

4) Unusual Complaint (Keluhan yang Aneh)

Keluhan konsumen yang bagi petugas merupakan keanehan (tidak wajar atau tidak umum), karena tidak berhubungan dengan pelayanan atau produk bank. Konsumen yang mengeluh seperti ini sebenarnya secara psikologis adalah orang-orang yang hidupnya tidak bahagia atau kesepian. Misalkan ada seorang nasabah yang menghubungi call center suatu bank namun bukan untuk

mengeluh atau mengkomunikasikan terkait dengan pelayanan bank, akan tetapi ia menghubungi call center untuk bercerita tentang beban hidupnya atau “curhat” tentang masalah percintaan yang dialami.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komplain

Sementara itu, keputusan seseorang untuk melakukan komplain atau tidak dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut:

1) Tingkat kepentingan konsumsi yang dilakukan.

Termasuk didalamnya penting tidaknya jasa/layanan yang dibeli dan dikonsumsi, harga jasa, waktu yang dibutuhkan untuk mengkonsumsi jasa, dan social visibility. Apabila konsumen mempersepsikan tingkat kepentingan, biaya dan waktu yang dibutuhkan relatif besar, maka besar kemungkinannya pelanggan bersangkutan akan melakukan komplain manakala terjadi kegagalan layanan.

2) Tingkat ketidakpuasan pelanggan.

Semakin tidak puas seseorang pelanggan/nasabah terhadap apa yang diharapkannya, semakin besar pula kemungkinannya melakukan komplain.

3) Manfaat yang diperoleh dari komplain.

Semakin besar persepsi konsumen terhadap manfaat yang bisa diperoleh dari penyampaian komplain, semakin besar pula kemungkinannya melakukan komplain. Secara garis besar, manfaat yang bisa diperoleh dari komplain berupa: (1) manfaat emosional, yaitu kesempatan untuk menuntut hak, menumpahkan kekesalan, melampiaskan kemarahan, serta menerima permintaan maaf, (2) manfaat fungsional, yaitu pengembalian uang, penggantian jasa/layanan yang dibeli, dan reparasi, (3) manfaat bagi orang lain, yakni membantu pelanggan lain agar terhindar dari ketidakpuasan serupa dimasa datang, dan (4) penyempurnaan produk, yaitu perusahaan jasa kemungkinan besar akan meningkatkan atau memperbaiki layanan.

4) Pengetahuan dan pengalaman.

Hal ini meliputi jumlah pembelian (pemakaian jasa/layanan) sebelumnya, pemahaman akan layanan, persepsi terhadap kapabilitas diri sendiri sebagai konsumen, dan pengalaman komplain sebelumnya. Umumnya tingkat pengetahuan dan pengalaman komplain

seseorang pelanggan/konsumen berhubungan positif dengan kemungkinan melakukan komplain.

5) Sikap pelanggan terhadap keluhan.

Pelanggan yang bersikap positif terhadap penyampaian keluhan biasanya sering menyampaikan komplain, karena yakin akan manfaat positif yang bakal diterimanya.

6) Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi.

Faktor ini mencakup waktu yang dibutuhkan, prosedur yang harus dilalui, gangguan terhadap aktivitas rutin yang dijalankan, dan biaya yang dibutuhkan untuk melakukan komplain. Apabila tingkat kesulitannya tinggi, maka pelanggan cenderung tidak akan melakukan komplain.

7) Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain.

Bila pelanggan merasa bahwa peluang keberhasilannya dalam melakukan komplain sangat kecil, maka ia cenderung tidak akan melakukannya. Hal sebaliknya terjadi apabila dirasakan peluangnya besar.

Pada hakikatnya ada dua tujuan utama pelanggan menyampaikan komplain:

- Pertama, untuk menutupi kerugian ekonomis, yang biasanya diwujudkan dengan melakukan voice respon atau third party response.
- Kedua, untuk memperbaiki citra diri. Penanganan komplain secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk/jasa perusahaan yang puas.

d. Strategi Penanganan Komplain yang Efisien dan Efektif

Keluhan nasabah itu dapat berupa:⁴

- 1) Nasabah tidak memperoleh apa yang dijanjikan bank.
- 2) Mendapat pelayanan yang kasar/kurang baik.
- 3) Tidak/kurang diacuhkan oleh petugas bank.
- 4) Tidak didengar saran-sarannya.
- 5) Pelayanan lambat dan tidak akurat.

Cara menangani keluhan yang disampaikan oleh konsumen adalah dengan :

- 1) Empati Terhadap Nasabah yang Marah

Dalam menghadapi nasabah yang emosi/marah, petugas bank/perusahaan harus

⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar...* h. 206-207

bersikap empati, artinya mendengarkan keluhan tersebut dengan penuh pengertian.

- Jangan sampai nasabah kehilangan muka
- Hindarkan jawaban “Saya tidak dapat membantu anda” atau “Bukan tanggung jawab saya”.

Biarkan dulu nasabah melampiaskan (amarahnya), menyampaikan keluhannya, tunjukkan pengertian anda, dan hadapi dengan bijaksana.

2) Tangani Keluhan Dengan Cepat dan Akurat

Setelah mendengarkan keluhan, memahami masalah yang dihadapi nasabah, segera hadapi dengan cepat, ramah, dan meyakinkan. Jelaskan cara penyelesaiannya.

Ternyata kesalahan dalam mengelola keluhan atau komplain pelanggan (*Handling Customer Complaint*) dapat membuat bisnis yang kita jalani hancur berantakan, kesalahan itu akan berdampak pada kejadian-kejadian merugikan dibawah ini.⁵

- 1) Lost trust from customer, pelanggan kehilangan kepercayaan terhadap penjual,

⁵ Didin Fatihudin dan M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa Strategi...* h.222-223

produk yang dijual dan perusahaan atau koorporasi.

- 2) Negative campaign, pelanggan akan menceritakan kekecewaannya kepada pelanggan lain paling tidak kepada 20 orang. Hal ini berbasis kepada riset empiris melalui media sosial, dampak kedua ini merupakan awal dari menurunnya kekuatan merek suatu produk, jasa bahkan koorporasi.
- 3) Lost opportunity to recruit new customer, penjual atau koorporasi akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan penjualan dari pelanggan baru. Secara logis disebabkan kampanye negative yang terlanjur membanjiri media sosial.
- 4) High cost and huge effort, biaya untuk mengatasi pelanggan yang kecewa akibat penanganan yang tidak tepat mencapai 4 kali lipat dari biaya untuk merekrut pelanggan baru. Di saat yang sama upaya untuk memperbaiki hubungan yang telah rusak juga membutuhkan kerja ekstra dan waktu yang cukup lama untuk memulihkannya.
- 5) Confirm the current negative perception, kegagalan mengatasi keberatan, semakin

membenarkan persepsi pelanggan terhadap keluhannya mengenai produk atau jasa yang dijual. Begitu juga dengan persepsi negatve terhadap korporasi yang bersangkutan.

- 6) Damaging reputation and image, yang paling serius adalah citra perusahaan bisa tergerus habis, berdampak pada hancurnya brand image produk jasa yang dijual.
- 7) Lost revenue and lost profit, hasil akhirnya perusahaan kehilangan revenue atau penghasilan akibat banyak pelanggan yang beralih memilih produk dan jasa lainnya. Lalu bagaimana cara tepat yang sederhana untuk mengelola keluhan pelanggan lalu menyulapnya menjadi peluang? Perusahaan jasa direkomendasikan untuk terus menambahkan empati kepada seluruh pelanggan, terutama yang sedang galau dengan kita. Empati yang diberikan secara berkelanjutan, akan dengan segera meredakan marah pelanggan, kemudian kita memiliki kesempatan untuk memberikan kompensasi yang sepadan sebagai penutup luka kekecewaan mereka.

e. Manfaat dari Komplain Nasabah

Manfaat yang diperoleh dari penyampaian keluhan, terdiri atas empat jenis, yaitu:

- 1) Manfaat emosional, yakni kesempatan untuk menuntut hak, menumpahkan kekesalan dan permintaan maaf.
- 2) Manfaat fungsional, yakni pengembalian uang, pergantian produk yang dibeli, atau reparasi produk agar dapat berfungsi sebagai mana mestinya.
- 3) Manfaat bagi orang lain, yakni membantu pelanggan lain agar terhindar dari ketidakpuasan akibat pelayanan yang buruk.
- 4) Penyempurnaan produk, yaitu perusahaan kemungkinan besar akan meningkatkan atau memperbaiki penawarannya.
- 5) Penanganan komplain nasabah yang efektif.⁶

2. Customer Service

a. Pengertian Customer Service

Pelayanan bank atau customer service pada sebuah bank adalah merupakan jasa pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang

⁶ Lilis Purnama Sari, "Penanganan Komplain Nasabah Perspektif Peraturan Bank Indonesia Nomor 10 Tahun 2005 (Studi di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Rinjani Kepanjen)" (Skripsi, Fakultas Syariah: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018), h. 20

berkaitan dengan kegiatan usaha dan operasional bank sehari-hari. Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.⁷

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, pelayanan dan keamanan. Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah adalah customer service (CS).⁸

Secara umum, pengertian customer service adalah setiap kegiatan diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Jadi

⁷ Meithiana Indrasari, Pemasaran & Kepuasan Pelanggan, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), h.57

⁸ Miefta Syafira Devi, “Peranan Customer Service Dalam Manajemen complain (Studi Kasus di BNI Syariah KC Purwokerto Banyumas)”(Tugas Akhir, Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam: IAIN Purwokerto, 2019), h. 11

intinya customer service melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan nasabah. Customer service harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.⁹

Tugas customer service tidaklah ringan karena melayani nasabah bukanlah pekerjaan mudah. Pekerjaan ini harus ditekuni dengan penuh kemampuan, kecekatan dan kesabaran. Oleh karena itu, tidak sembarangan orang dapat menjadi customer service seperti yang diinginkan perusahaan.

b. Fungsi dan Tugas Customer Service

Sebagai seorang customer service tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Customer service juga harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.

⁹ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), h. 180

Fungsi dan tugas-tugas customer service harus benar-benar dipahami sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima.

Dalam praktiknya, fungsi customer service adalah sebagai berikut:¹⁰

1) Sebagai Resepsionis

Artinya seorang customer service berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Tamu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke bank. Fungsinya dalam hal melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin. Ketika menerima tamu, customer service harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan.

2) Sebagai Deskman

Artinya seorang customer service berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Artinya jika nasabah yang sudah memperoleh informasi secara lengkap kemudian bermaksud melakukan transaksi, petugas customer service melayani nasabah untuk mengisi berbagai aplikasi seperti

¹⁰ Kasmir, *Etika ...* h. 182-183

formulir, slip, atau lainnya. Pelayanan diberikan termasuk memberi arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur transaksi yang diinginkan.

3) Sebagai Salesman

Maksudnya customer service berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus pelaksana cross selling. Menjual produk artinya menawarkan produk bank kepada setiap calon nasabah yang datang ke bank.

4) Sebagai Customer Relation officer

Yaitu berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.

5) Sebagai Komunikator

Customer service berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

Customer service juga sebagai penyambung lidah bank kepada nasabahnya.

c. Syarat Seorang Customer Service

Sudah kita ketahui bahwa tugas yang diemban seorang customer service amat berat. Oleh sebab itu, sebelum ditugaskan, customer service harus terlebih dahulu memiliki persyaratan tertentu. Persyaratan ini mutlak untuk dipenuhi sehingga mampu mengemban tugas yang diberikan kepadanya kelak.

Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh seorang customer service adalah sebagai berikut:¹¹

1) Persyaratan Fisik

Seorang customer service harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik dari segi wajah, warna kulit atau ukuran badan. Wajah harus terlihat menarik. Demikian pula dengan ukuran badan misalnya tinggi yang ideal seorang wanita adalah 160 cm dan laki-laki 165 cm. Berat badan juga harus ideal dengan tinggi badan. Jangan melebihi berat normal yang ideal. customer service yang kurus atau gemuk sangat tidak menarik. Demikian pula

¹¹ Kasmir, *Etika ...* h. 193-195

dengan customer service yang terlalu pendek atau terlalu tinggi.

Disamping harus memiliki wajah yang menarik dan menawan, tubuh juga harus seimbang antara tinggi dan berat badan. customer service juga harus memiliki jiwa yang sehat. Artinya customer service harus sehat jasmani dan rohaninya.

2) Persyaratan Mental

Persyaratan mental merupakan persyaratan nonfisik tetapi kejiwaan. customer service harus memiliki mental yang kuat dalam melayani nasabah karena dengan mental yang kuat akan memberikan kepercayaan diri yang lebih baik. Mental yang kuat juga mampu memberikan keyakinan kepada nasabah. Mental yang kuat juga akan menimbulkan sifat kejujuran dan tanggung jawab yang besar terhadap apa yang dilakukan.

Mental seorang customer service harus ditunjukkan dengan perilaku yang baik seperti sabar, ramah dan murah senyum. Hindari bersikap marah atau emosi dan cepat putus asa.

Customer service juga harus mempunyai rasa percaya diri (*self confidence*) yang tinggi, tidak rendah diri, memiliki inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur, serius, hati-hati dan memiliki rasa tanggung jawab. Semua ini merupakan ukuran mental yang harus dipenuhi oleh seorang customer service.

3) Persyaratan Kepribadian

Customer service harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, dan lemah lembut melayani nasabah. Customer service juga harus energik dan gesit. Selain itu, customer service juga harus memiliki jiwa bisnis yang tinggi, memiliki rasa humor dan selalu ingin maju.

Dalam melayani nasabah, kesan pertama yang mengesankan (first impression) perlu ditonjolkan. Customer service juga harus mampu mengendalikan diri (self control), tidak mudah marah, tidak terpancing untuk berbuat dan berkata kasar. Customer service harus mampu mengendalikan gerakan-gerakan tubuh yang mengesankan serta tidak terpancing untuk berbicara hal-hal yang bersifat negatif.

4) Persyaratan Sosial

Customer service harus memiliki jiwa social yang tinggi terhadap seluruh nasabah. Customer service harus bijaksana dan memiliki budi pekerti yang luhur. Di samping itu, customer service harus pandai bergaul dengan semua kalangan.

d. Ciri – Ciri Pelayanan yang Baik

Dalam praktiknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah harus bersikap sopan, santun dan menghargai nasabah agar nasabah yang dilayani juga memberikan respon yang positif, seperti firman Allah SWT:

وَإِذَا حُيِّتُمْ بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوهَا ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا (النساء: ٨٦)

Artinya: “Apabila kamu diberi penghormatan dengan sesuatu penghormatan, Maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (dengan yang serupa). Sesungguhnya Allah

memperhitungkan segala sesuatu.” (Q.S An-Nisa’: 86).¹²

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/nasabah:¹³

1) Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Di samping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat, dan cekatan.

2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Pada dasarnya nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, di samping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang

¹² Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahannya, (Jakarta: Lajnah Pentashih, 2011) h. 91

¹³ Kasmir, *Etika ...* h. 33-39

untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan membuat nasabah merasa betah untuk berurusan dengan perusahaan sehingga mampu mengusir kebosanan.

- 3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai

Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu, karyawan yang dari awal menangani masalah tersebut, segera mengambil alih tanggung jawabnya.

- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat.

Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai

jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan nasabah.

5) Mampu berkomunikasi.

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Selain itu, karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya karyawan harus menjaga kerahasiaan nasabah terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah. Khusus untuk nasabah lembaga keuangan seperti bank, kerahasiaan nasabah sangat dijunjung tinggi. Bank tidak boleh sembarangan memberikan informasi kecuali memang dipersyaratkan oleh undang-undang.

Pada dasarnya, menjaga rahasia nasabah sama artinya dengan menjaga rahasia perusahaan.

- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, karyawan perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja. Kemampuan dalam bekerja akan mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan.

- 8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah.

Berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karyawan yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah secara cepat.

- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan.

Kepercayaan merupakan ujung tombak perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya. Sese kali pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan, maka akan menimbulkan kepercayaan. Satu hal yang perlu diingat bahwa meningkatkan kepercayaan lebih berat daripada mempertahankan kepercayaan yang sudah diberikan.

3. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)

a. Pengertian Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)

Di Indonesia Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) diartikan sebagai lembaga keuangan non profit an lembaga keuangan profit.¹⁴ Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) adalah sebuah institusi keuangan mikro syariah berbasis koperasi. Baitul maal wa tamwil terdiri dari penggabungan dua fungsi lembaga, yaitu pertama, baitul maal yang secara maknawi bait adalah rumah dan maal adalah harta. Baitul maal merupakan sebuah usaha

¹⁴ Zulkifli Rusby, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2017), h.88

yang berhubungan dengan pengumpulan dan penyaluran dana-dana nonprofit, misalnya zakat, infak dan sedekah. Kedua, baitul tamwil terdiri dari kata bait yang berarti rumah dan tamwil yang artinya pengembangan harta kekayaan. Baitul tamwil bertugas untuk mengumpulkan dana-dana idle dalam bentuk simpanan, untuk kemudian disalurkan kepada pihak-pihak yang membutuhkan untuk digunakan sebagai modal, demi mendapatkan margin keuntungan atau laba.¹⁵

BMT sesuai dengan namanya terdiri dari dua fungsi utama, yaitu:

- 1) Baitul tamwil (rumah pengembangan harta), melakukan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.
- 2) Baitul maal (rumah harta), menerima titipan zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

¹⁵ Djoko Budi Setyawan dan Ika Yunia Fauzia, *koperasi syariah di Indonesia perspektif maqashid syariah*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2020), h.39

Secara harfiah baitul maal berarti rumah dana dan baitul tamwil berarti rumah usaha. Baitul maal dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai dengan pertengahan perkembangan islam, dimana baitul maal berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial. Sedangkan baitul tamwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba. Dari pengertian tersebut dapatlah ditarik suatu pengertian yang menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial.

b. Asas dan Prinsip Dasar BMT

BMT didirikan dengan berasaskan pada masyarakat yang salaam, yaitu penuh keselamatan, kedamaian dan kesejahteraan.

Prinsip dasar BMT adalah:

- 1) Ahsan (mutu hasil kerja terbaik), thayyiban (terindah), ahsanu ‘amala (memuaskan semua pihak), dan sesuai dengan nilai-nilai salaam: keselamatan, kedamaian dan kesejahteraan.
- 2) Barokah, artinya berdayaguna, berhasilguna, adanya penguatan jaringan, transparan

(keterbukaan), dan bertanggung jawab sepenuhnya kepada masyarakat.

- 3) Spiritual communication (penguatan nilai ruhiyah).
- 4) Demokratis, partisipatif, dan inklusif.
- 5) Keadilan sosial dan kesetaraan jender, non-diskriminatif.
- 6) Ramah lingkungan.
- 7) Peka dan bijak terhadap pengetahuan dan budaya lokal, serta keanekaragaman budaya.
- 8) Keberlanjutan, memberdayakan masyarakat dengan meningkatkan kemampuan diri dan lembaga masyarakat lokal.¹⁶

BMT bersiat terbuka, independen, tidak partisan, berorientasi pada pengembangan tabungan dan pembiayaan untuk mendukung bisnis ekonomi yang produktif bagi anggota dan kesejahteraan sosial masyarakat sekitar, terutama usaha mikro dan fakir miskin.

c. Fungsi dan Peranan BMT

Fungsi BMT di masyarakat adalah untuk:

- 1) Meningkatkan kualitas SDM anggota, pengurus, dan pengelola menjadi lebih professional, salaam (selamat, damai, dan

¹⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2012), h.193-194

sejahtera), dan amanah sehingga semakin utuh dan tangguh dalam berjuang dan berusaha (beribadah) menghadapi tantangan global.

- 2) Mengorganisir dan memobilisasi dana sehingga dana yang dimiliki oleh masyarakat dapat dimanfaatkan secara optimal di dalam dan di luar organisasi untuk kepentingan rakyat banyak.
- 3) Mengembangkan kesempatan kerja.
- 4) Mengukuhkan dan meningkatkan kualitas usaha dan pasar produk-produk anggota.
- 5) Memperkuat dan meningkatkan kualitas lembaga-lembaga ekonomi dan sosial masyarakat banyak.¹⁷

BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang mempunyai andil besar dalam menjalankan roda perekonomian. Keberadaan BMT sangat ditunggu-tunggu, terutama bagi masyarakat yang ingin menjalankan aktivitas ekonominya sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

Disamping itu BMT mempunyai beberapa peran antara lain:

- 1) Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi non syariah, akiti melakukan sosialisasi

¹⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan...* h.194

ditengah masyarakat tentang arti penting sistem ekonomi islam.

- 2) Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil. BMT harus bersikap aktif menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan jalan-jalan mendampingi, pembinaan, penyuluhan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha nasabah atau masyarakat umum.
- 3) Melepaskan ketergantungan debitur pada rentenir, masyarakat yang masih tergantung rentenir disebabkan rentenir mampu memenuhi keinginan masyarakat lebih baik, misalnya selalu tersedia dana setiap saat.
- 4) Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi merata. Fungsi BMT langsung berhadapan dengan masyarakat yang kompleks dituntut harus pandai bersikap, oleh karena itu langkah-langkah untuk melakukan evaluasi dalam rangka pemetaan skala prioritas harus diperhatikan, misalnya dalam masalah pembiayaan, BMT harus memperhatikan kelayakan nasabah dalam hal golongan nasabah dan jenis pembiayaan.

d. Manajemen Dana Dan Manajemen Risiko BMT

Sebagai suatu lembaga yang bergelut dengan keuangan dan bertujuan bisnis, maka BMT layaknya bank syariah juga telah mengeluarkan inovasi-inovasi terhadap produk yang dipasarkannya. Adapun produk-produk keuangan yang lazim dijalankan BMT adalah:

1) Simpanan

Simpanan yang dimaksudkan dalam BMT adalah setoran yang diperoleh oleh BMT dari nasabahnya berupa tabungan ataupun deposito sebagaimana yang di izinkan dalam peraturan OJK. Adapun bentuk simpanan yang sudah di kembangkan di BMT adalah:¹⁸

a) Tabungan

Pada prinsipnya, pola tabungan yang dikembangkan sesuai dengan fatwa DSN/MUI yaitu Wadiah dan Mudharabah. Tabungan dengan prinsip wadiah adalah tabungan yang disetor oleh nasabah kapan saja (tanpa terikat dengan waktu) dan juga bisa ditarik kapan saja. Terhadap tabungan yang menggunakan prinsip Wadiah ini,

¹⁸ Syukri Iska dan Ifelda Nengsih, *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah Non Bank: Teori, Praktek, Dan Regulasi*, (Padang: CV. Jasa Surya, 2016), h. 9-10

nasabah bisa memperoleh Bonus dari BMT yang pemberiannya tidak ditetapkan. BMT dapat mengembangkan 10 Manajemen Lembaga Keuangan Syariah Non Bank jenis-jenis tabungan sesuai dengan nama serta maksud dan tujuan dari tabungan tersebut. (penamaannya diberikan sesuai Inovasi yang dilakukan BMT). Misalnya: Tabungan pelajar (digunakan oleh pelajar), tabungan Haji, Tabungan Qurban dan berbagai jenis tabungan lainnya.

Tabungan dengan prinsip Mudharabah adalah tabungan yang penyetorannya dapat diikat oleh waktu bagaikan penarikannya juga berdasarkan waktu yang telah disepakati. Tabungan Mudharabah ini dapat dimanfaatkan oleh nasabah yang menginginkan penarikan tabungan dalam waktu tertentu namun penyetoran bisa dilakukan kapan saja. Untuk jenis tabungan ini, BMT bisa membuka produk tabungan seperti:

- (1) Tabungan haji (penarikannya hanya dapat dilakukan ketika mau melaksanakan haji)

- (2) Tabungan Qurban (penarikannya dilakukan saat mau berqurban)
- (3) Tabungan Idul Fitri (penarikannya saat mau melaksanakan idul fitri)
- (4) Dan jenis lainnya sesuai dengan tujuan dan kegunaan tabungan tersebut.

Imbalan yang dapat diterima nasabah atas tabungan dengan prinsip Mudharabah ini adalah bagi hasil yang nisbahnya disepakati diawal.

b) Deposito

Deposito adalah bentuk simpanan yang pengambilannya memiliki batasan atau jangka waktu tertentu. Pola deposito menggunakan prinsip Mudharabah, dimana nasabah (deposan) berhak mendapatkan Bagi hasil. Deposito memiliki jangka waktu 1,3,6 dan 12 bulan. Penarikan deposito diluar waktu yang disepakati, maka deposan dikenakan denda (pinalti).

Perbedaan mendasar antara Tabungan Mudharabah dengan Deposito Mudharabah terletak pada sistem setorannya. Tabungan Mudharabah dapat disetor kapan saja atau dapat di sepakati

hari/tanggal tertentu untuk menyetor, sedangkan deposito Mudharabah penyetorannya dilakukan sekali saat akad berlangsung. Penarikan kedua jenis simpanan ini sama-sama sesuai dengan waktu yang disepakati.

2) Pembiayaan

Penyaluran dana yang diperoleh BMT dilakukan melalui pembiayaan. Pembiayaan juga mengikuti fatwa DN/MUI, sehingga pembiayaan dapat dilakukan dengan prinsip:¹⁹

a) Jual-beli (Ba`i)

Pada pembiayaan dengan prinsip jual beli, maka BMT bertindak selaku penjual dan nasabah bertindak sebagai pembeli. Pola jual beli yang dikembangkan adalah:

(1) Murabahah (Jual Beli dengan pembayaran tangguh)

Secara defenisi, murabahah adalah akad jual beli yang harga pokok dan besar keuntungannya diketahui. Pada akad Murabahah ini, BMT membelikan barang-barang yang

¹⁹ Syukri Iska dan Ifelda Nengsih, *Manajemen Lembaga Keuangan...* h. 11-14

dibutuhkan oleh nasabah untuk kemudian dijual kepada nasabah dengan pembayarannya dapat dilakukan dengan mencicil. Keuntungan yang diperoleh BMT dalam pembiayaan ini disebut dengan Margin atau Mark-Up. Akad murabahah ini dapat digunakan oleh BMT untuk nasabah yang membutuhkan barang baik Konsumtif ataupun barang modal. Misalnya untuk pembelian perabotan rumah tangga atau untuk pembelian mesin-mesin yang digunakan untuk usaha.

System pembayaran cicilan kepada BMT dapat dilakukan secara harian, mingguan ataupun bulanan. Bagi kebanyakan BMT di Indonesia, pola cicilan pembiayaan sering dilakukan secara harian ataupun mingguan. Hal ini dikarenakan bentuk pembiayaan pada BMT diperuntukkan untuk masyarakat menengah ke bawah, sehingga pola harian ataupun

mingguan dianggap lebih efektif untuk membayar cicilan tersebut.

(2) Salam

Sama halnya dengan Murabahah, salam juga merupakan salah satu akad jual beli. Ciri khusus pembiayaan Salam ini adalah barang yang diperjual belikan merupakan barang yang belum ada namun ciri dan spesifikasi barang tersebut sudah jelas. Dengan kata lain, jual beli salam adalah jual beli dengan pesanan. Beda Salam dengan Murabahah terletak pada system pembayarannya, Salam dibayar secara Cash atau lunas pada saat akad berlangsung sedangkan barangnya baru diserahkan sesuai dengan waktu yang disepakati (uang dibayar dimuka).

Pembiayaan salam sering digunakan untuk membiayai usaha pertanian. Misalnya, seorang petani jagung membutuhkan uang untuk membiayai kebun jagungnya. Jika ia mengambil pembiayaan Murabahah ditakutkan bahwa petani tersebut tidak

mampu mencicilnya. Oleh karena itu, BMT dapat menawarkan pembiayaan Salam. Mekanismenya adalah Petani menjelaskan dengan rinci spesifikasi jagung yang akan ditanamnya, setelah itu dihitung berapa lama masa tunggu sampai panen tiba. Dalam hal Salam ini, BMT dianggap sebagai pembeli dan Nasabah adalah penjualnya. Jika BMT menyetujui pembiayaan itu, maka BMT dapat memberikan dana kepada nasabah sebagai akad pembelian terhadap jagung yang ditanam oleh petani.

Jika masa panen telah tiba, maka jagung yang ditanam oleh nasabah akan diserahkan kepada BMT sesuai dengan jumlah uang yang sudah diberikan diawal. Keuntungan akan diperoleh BMT dari selisih harga beli dari petani dan dijual kembali kepada Suplier. Pola pembiayaan salam ini masih jarang dikembangkan oleh BMT di Indonesia.

(3) Istisna`

Sebagai bagian dari akad Jual beli, Istisna` memiliki kesamaan dengan Salam, yaitu sama-sama jual beli dengan pesanan. Perbedaannya adalah dari segi pembayarannya. Istisna` dapat dibayar dengan menggunakan termen-termen tertentu. Misalnya dibayar dalam 3 tahap, di awal akad, pertengahan dan setelah barang diserahterimakan. Pembiayaan Istisna` sering digunakan dalam jasa konstruksi bangunan.

b) Kerjasama (Syirkah)

Pembiayaan dengan pola syirkah ini merupakan pembiayaan dimana BMT dan nasabah bekerjasama dalam mengelola suatu usaha. Pembiayaan syirkah di bedakan atas beberapa jenis, yaitu:

(1) Musyarakah

Pembiayaan Musyarakah adalah pembiayaan dimana BMT dan nasabah saling bekerja sama dalam suatu usaha dan masingmasing memberikan kontribusi yang sama baik dari segi

modal maupun keikutsertaan dalam pengelolaan usaha tersebut. Keuntungan yang didapat oleh BMT atas pembiayaan ini adalah bagi hasil dari keuntungan usaha yang dijalankan. Besarnya bagi hasil yang diperoleh BMT disepakati dalam bentuk Nisbah.

(2) Mudharabah

Pembiayaan Mudharabah adalah pembiayaan yang modalnya 100% diberikan oleh BMT kepada nasabah, sedangkan pengelolaannya diserahkan sepenuhnya oleh BMT kepada Nasabah. Keuntungan yang diperoleh BMT atas pembiayaan ini juga dalam bentuk bagi hasil yang disepakati berdasarkan Nisbah.

(3) Muzaraah

Pembiayaan dengan jenis Muzaraah ini, merupakan pembiayaan kerjasama dalam bidang pertanian. Dimana nasabah memiliki lahan pertanian sedangkan BMT membiayai dalam hal pembelian bibit. Hasil usaha

perkebunan ini juga dibagi sesuai nisbah yang disepakati.

(4) Musaqah

Pembiayaan musaqah adalah pembiayaan dalam bentuk kerjasama dalam bidang pertanian dimana semua lahan, dan modal dari salah satu pihak dan pihak lain hanya bertugas menjaga dan memeliharanya saja. Dalam hal ini BMT dapat berposisi sebagai pemilik lahan dan modal, sedangkan nasabah adalah pengelola saja. Atas kerjasama ini pengelola mendapatkan beberapa bahagian atas hasil perkebunan atau pertanian tersebut.

c) Jasa (Ijarah)

Pembiayaan dalam bentuk Ijarah atau yang lebih dikenal dengan jasa ini, dikembangkan BMT pada pembiayaan yang sasarannya adalah penyewaan. Misalnya untuk membantu kebutuhan nasabah dalam hal Kontrakan Rumah, Biaya Rumah sakit, Biaya Pendidikan dan lain sebagainya yang mengandung 14 Manajemen Lembaga Keuangan Syariah

Non Bank unsure sewa. Keuntungan yang diperoleh BMT atas pembiayaan ini adalah selisih harga sewa yang dibayarkan oleh nasabah kepada BMT dengan harga sewa yang dibayarkan BMT kepada pemilik sewa.

Bagi BMT yang sudah berkembang dengan baik, objek ijarah terkadang dapat dimiliki sendiri. Seperti BMT membangun rumah kos-kosan dan kemudian uang kos dapat diakui sebagai pendapatan oleh BMT. Begitu juga jika BMT memiliki kendaraan yang bisa di sewa. Hasil sewa dapat di akui sebagai pendapatan oleh BMT.

Sehubungan dengan penghimpunan dan penyaluran pembiayaan ini, maka BMT tidak dapat mengelak dari resiko gagal bayar, baik gagal bayar dari nasabah pembiayaan maupun gagal bayar kepada nasabah penyimpan. Oleh karena itu, untuk dapat meminimalisasi resiko, BMT dapat melakukan hal-hal sebagai berikut:²⁰

²⁰ Syukri Iska dan Ifelda Nengsih, *Manajemen Lembaga Keuangan...* h. 14-16

1) Resiko gagal bayar oleh nasabah pembiayaan

Resiko gagal bayar oleh nasabah kepada BMT dapat terjadi sebagai akibat pembiayaan yang dilakukan mengalami permasalahan. Permasalahan yang timbul dapat terjadi karena kelalaian oleh nasabah ataupun dapat terjadi akibat musibah dari alam. Jika resiko gagal bayar tersebut terjadi akibat musibah dari alam, maka pembiayaan bisa saja berakhir dengan kerugian ditanggung oleh kedua pihak. Namun jika usaha terlihat masih bisa diselamatkan, maka Pihak Manajemen BMT dapat melakukan berbagai tindakan untuk membantu pemulihan keadaan usaha nasabah yang dibantu. Hal ini sesuai juga dengan fungsi LKM sebagai mana yang dituangkan dalam UU No. 1 Tahun 2013, dimana LKM juga berperan sebagai konsultan usahan dan berkegiatan tidak hanya untuk mencari keuntungan.

Tindakan pemulihan usaha nasabah oleh BMT sebagai manajemen resiko dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

a) Melakukan rescheduling

Rescheduling adalah perpanjangan jangka waktu akad. Hal ini dapat terjadi jika nasabah mengalami kegagalan usaha sehingga tidak mampu membayar pembiayaan sebagaimana yang diperjanjikan dalam akad. Namun setelah di analisis, usaha nasabah ternyata bisa diselamatkan jika nasabah belum mampu membayar kembali kewajiban kepada Manajemen Lembaga Keuangan Syariah Non Bank 15 BMT, maka BMT dapat meringankan beban nasabah dengan cara melakukan perbaikan akad dalam hal besarnya cicilan ataupun jangka waktu pengembalian pembiayaan.

b) Memberikan pembiayaan baru

Sama halnya dengan reschedulling, memberikan pembiayaan baru juga dimaksudkan untuk membangkitkan kembali usaha nasabah yang sedang mengalami kemunduran. Dengan pembiayaan baru, diharapkan usaha nasabah dapat kembali berkembang dan nasabah dapat melakukan pembayaran

pembiayaan yang sebelumnya telah mengalami kemacetan.

c) Membantu manajemen

Dalam hal mengatasi pembiayaan nasabah yang bermasalah akibat bencana alam ini, pihak BMT juga dapat memberikan bantuan pengelolaan manajemen kepada nasabah, sehingga usaha nasabah dapat kembali berjalan dengan lancar, dan pembiayaan nasabah yang bermasalah dapat di atasi kemudian.

Berbeda halnya jika nasabah mengalami gagal bayar dalam pembiayaan akibat kelainan dari nasabah sendiri, maka dalam hal ini BMT dapat melakukan penyitaan jaminan yang diberikan oleh nasabah setelah nasabah diidentifikasi benar-benar tidak mau dan lari dari tanggung jawabnya untuk mengembalikan pembiayaan pada BMT.

Meskipun BMT memiliki manajemen resiko yang baik, namun untuk mengurangi kecurangan nasabah dalam pembiayaan ini, maka sebelum melakukan realisasi terhadap pembiayaan, maka BMT juga perlu melakukan analisis 5C pada calon nasabah pembiayaan

sebagaimana yang dilakukan juga oleh Bank pada umumnya. Adapun analisis 5C yang dimaksudkan adalah: Caracter (karakter), Capital (Modal), Capasity (kemampuan bayar), Collateral (Jaminan) dan Condition of economic (keadaan ekonomi). Jika 5C ini bisa dijalankan dengan baik, maka resiko gagal bayar dari nasabah kepada BMT dapat diminimalisir

2) Resiko gagal bayar oleh BMT

Resiko gagal bayar oleh BMT dimaksudkan pada kondisi dimana nasabah melakukan penarikan dana namun BMT tidak memiliki ketersediaan kas untuk memenuhi kewajiban tersebut. Dalam hal BMT tidak mampu 16 Manajemen Lembaga Keuangan Syariah Non Bank melakukan pembayaran terhadap nasabah penyimpan, maka BMT harus memenuhi ketersediaan likuiditas minimum, sehingga apabila nasabah melakukan penarikan dalam jumlah besar, pihak BMT dapat memenuhinya. Selain itu, untuk dapat memenuhi ketersediaan likuiditas, maka BMT dapat membuat kesepakatan-kesepakatan kecil dengan nasabah seperti, apabila nasabah menarik dalam jumlah yang

besar, maka ada baiknya nasabah memberikan informasi terlebih dahulu kepada BMT sehingga pihak BMT dapat menyiapkan dana untuk nasabah tersebut.

Jika BMT berada dalam posisi terdesak dalam pemenuhan likuiditasnya, maka BMT dapat memanfaatkan pinjaman dari BMT lainnya yang tergabung dalam ikatan BMT yang ada. Namun pada dasarnya, BMT diharuskan mampu menjaga likuiditasnya agar resiko gagal bayar kenasabah bisa dihindari dan BMT pun dapat mengukir citra yang baik di tengah-tengah masyarakat.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian, terkadang ada tema yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan walaupun arah tujuan yang diteliti berbeda. Dari penelitian ini peneliti menemukan beberapa sumber kajian lain yang telah lebih dahulu membahas terkait peran customer service dalam menangani komplain nasabah.

Ervina Ningrum, dalam penelitiannya mengenai *“Peranan Customer Service dalam Manajemen Komplain BPD Card (Studi Kasus di Bank Jateng Capem Syariah Semarang Barat)”*. Jenis metode penelitian yang digunakan dalam Tugas Akhir ini adalah metode

penelitian kualitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi terhadap keterangan dan penjelasan yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Dalam menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Customer Service memegang peranan penting dalam mengelola komplain dari nasabah karena Customer Service menjadi perantara antara nasabah yang mengajukan klaim dengan pihak yang nantinya akan menyelesaikan masalah tersebut (Card Center). Customer Service juga berperan penting dalam mengelola emosi nasabah yang mengajukan klaim agar nasabah tersebut nantinya bisa tetap loyal kepada Bank Jateng Syariah. Sedangkan implikasi dari manajemen komplain yang dilakukan oleh Customer Service sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah serta citra Bank Jateng Syariah yang tetap positif di mata nasabah dan masyarakat.²¹

Lisa Novita Sari, dalam penelitiannya mengenai *“Pengelolaan Komplain Tenant Di Pt Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) Dalam*

²¹ Ervina Ningrum, *Peranan Customer Service dalam Manajemen Komplain BPD Card (Studi Kasus di Bank Jateng Capem Syariah Semarang Barat)*. 2016 (Docroral dissertation, UIN Walisongo).

Meningkatkan Pelayanan Prima". Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif, yakni dengan menganalisa data yang diperoleh kemudian menjabarkannya dengan kata-kata. Selanjutnya keabsahan data tersebut akan diuji dengan triangulasi sumber, yakni membandingkan hasil wawancara antara satu informan dengan yang lain. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi serta pengambilan sampel secara purposive sampling. Penelitian ini mengkaji fenomena dengan melihat 4 (empat) indikator yaitu hearing, empathy, apologize, dan take action, serta didukung oleh model public relations yang terakhir yaitu two way symmetrical model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan komplain tenant di PT Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) menggunakan metode HEAT sebagai berikut: (1) manajemen perusahaan sudah menerima komplain dengan mendengarkan, menggunakan instrumen, menghargai, merespon secara aktif, dan memahami tenant, (2) manajemen perusahaan sudah ikut merasakan apa yang menjadi permasalahan tenant, (3) manajemen perusahaan sudah meminta maaf kepada tenant dan bersikap rendah hati, dan (4) manajemen perusahaan sudah melakukan klarifikasi, mengajukan solusi, meminta persetujuan, mengambil tindakan, hingga

melakukan follow up. Disamping itu, manajemen perusahaan juga menjalankan aspek-aspek yang menjadi penentu pelayanan prima yaitu attitude, attention, action, dan anticipation.²²

Hasni, dalam penelitiannya mengenai “*Strategi Customer Service Dalam Mengatasi Komplain Nasabah Pada Bank Tabungan Negara Kcp Parepare (Analisis Manajemen Syariah)*”. Penelitian yang digunakan pendekatan deskriptif-fenomenologi dengan jenis penelitian deskriptif-kualitatif dan dalam mengumpulkan data menggunakan penelitian lapangan (field research). Adapun teknik analisis yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Pelaksanaan strategi customer service dalam mengatasi komplain nasabah pada Bank BTN KCP Parepare dalam pelaksanaannya dilakukan sesuai standar layanan yang ada di Bank BTN KCP Parepare dan diinput melalui sistem pengaduan nasabah (SPN) dengan standar layanan yakni: (1) mengawasi layanan, menyapa dan membantu nasabah. (2) verifikasi data nasabah, menyesuaikan data nasabah. (3) berikan solusi. (4) arahkan nasabah untuk mengisi form pengaduan nasabah. (5) input pengaduan di

²² Lisa Novita Sari, *Pengelolaan Komplain Tenant Di Pt Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru) Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima*. 2020 (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

sistem pengaduan nasabah (SPN). (6) akhiri layanan, mengucapkan terima kasih kepada nasabah. 2). Strategi customer service dalam mengatasi keluhan nasabah ditinjau dari analisis manajemen syariah, yaitu: (1) keadilan, memberikan pelayanan kepada nasabah tidak memandang antara nasabah lama dengan nasabah baru, pelayanan dilakukan sesuai standard an disesuaikan dengan nomor antrian, (2) amanah dan bertanggung jawab, pelayanan dalam mengatasi keluhan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, (3) komunikatif, menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami nasabah. Customer service menjelaskan pemecahan masalah dan memberikan solusi yang tepat kepada nasabah.²³

Ma'mun, dalam penelitiannya mengenai "*Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kcp Pringsewu Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pringsewu)*". Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research), yang bersifat asosiatif yaitu penelitian yang memiliki sifat hubungan antara dua variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah

²³ Hasni, *Strategi Customer Service Dalam Mengatasi Komplain Nasabah Pada Bank Tabungan Negara Kcp Parepare (Analisis Manajemen Syariah)*, 2020 (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).

Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan simple random sampling yang didapat sampel 85 orang. serta alat analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana dengan aplikasi SPSS. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 1 bulan pada bulan Agustus 2017 Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Penanganan komplain yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu berlandaskan pada pemecahan masalah yang sedang dihadapi oleh nasabah dengan mengetahui masalah yang dihadapi nasabah maka lebih cepat untuk menyelesaikannya. Uji t bahwa penanganan komplain berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi di Bank Syariah dengan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar $5,277 > 1,98$, Menurut koefesien determinasi ditunjukkan oleh R Square adalah sebesar 0,251 atau 25,1% yang berarti bahwa kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel penanganan komplain dan sisanya sebesar 0,749 % atau 74,9 % dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain 3. Penanganan komplain juga tidak terlepas pada pelayanan maka penulis juga memasukkan pelayanan dalam prepektif Islam yaitu: Jujur, bertanggung jawab (Al;Amanah), tidak menipu (AlKazib), menepati

janji, melayani dengan rendah hati (khidmah), tidak melupakan akhirat.²⁴

Zabbar Zil Ikhrum, dalam penelitiannya mengenai “*Manajemen Penanganan Komplain Nasabah Berdasarkan Konsep Ekonomi Islam Di Bank Syariah Mandiri Kcp Sleman Yogyakarta*”. Penelitian ini merupakan pendekatan deskriptif kualitatif, ini disebabkan data yang akan diperoleh dalam penelitian analisis manajemen penanganan komplain nasabah di perbankan syariah menggunakan teknik wawancara langsung di tempat penelitian dan diharapkan dapat menggambarkan sistematika penanganan komplain nasabah pada perbankan yang kemudian diformulasikan dan dianalisa melalui teori-teori yang relevan dengan masalah yang diangkat. Samplingnya dipilih sesuai purpose (tujuan), adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 4 orang yang sudah direkomendasikan untuk mengadakan interview. Berdasarkan hasil wawancara dari 4 responden, dalam menilai manajemen penanganan komplain nasabah yang diimplementasikan perbankan syariah, Penanganan komplain nasabah telah diatur dengan prosedur penyelesaian berdasarkan konsep

²⁴ Ma'mun, *Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kcp Pringsewu Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pringsewu)*(skripsi program studi perbankan syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2019).

kemaslahatan dengan karakteristik commitment (komitmen), fairness (adil), visible (jelas), responsiveness (kecepatan), simple (mudah), accessible (mudah diakses), konfidensial, record (catatan), remedy (memperbaiki), dan sumber daya.²⁵

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah:

1. Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu Ervina Ningrum.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ervina Ningrum yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai peranan customer service terhadap komplain.

Adapun perbedaannya yaitu, pada penelitian terdahulu yang dilakukan Ervina Ningrum mengambil objek penelitian di Bank Jateng Syariah Semarang Barat sedangkan penelitian ini mengambil objek di BMT Arta Bina Kota Serang.

2. Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu Lisa Novita Sari.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lisa Novita

²⁵ Zabbar Zil Ikhrum, *Manajemen Penanganan Komplain Nasabah Berdasarkan Konsep Ekonomi Islam Di Bank Syariah Mandiri Kcp Sleman Yogyakarta*, (skripsi program studi ekonomi islam, Universitas Islam Indonesia).

Sari yaitu menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Adapun perbedaanya yaitu, pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lisa Novita Sari membahas mengenai pengelolaan komplain tenant dalam meningkatkan pelayanan prima sedangkan penelitian ini membahas mengenai peranan customer service dalam menangani komplain. Selain itu objek penelitiannya juga berbeda, pada penelitian terdahulu Lisa Novita Sari mengambil objek penelitian di PT. Summerville Indonesia (Metropolitan City Pekanbaru), sedangkan penelitian ini mengambil objek penelitian di BMT Arta Bina Kota Serang.

3. Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu Hasni.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hasni yaitu sama-sama membahas tentang menangani komplain nasabah dan sama-sama menggunakan pendekatan fenomenologi.

Adapun perbedaanya yaitu, pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hasni menjelaskan mengenai strategi customer service sedangkan penelitian ini menjelaskan mengenai peran customer

service. Selain itu penelitian ini dilakukan pada BMT Arta Bina Kota Serang sedangkan penelitian terdahulu dilakukan pada BTN KCP Parepare.

4. Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu Ma'mun.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ma'mun yaitu membahas penanganan komplain.

Adapun perbedaannya yaitu, pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ma'mun menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Selain itu penelitian ini dilakukan pada BMT Arta Bina Kota Serang sedangkan penelitian terdahulu dilakukan pada Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu.

5. Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu Zabbar Zil Ikham.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zabbar Zil Ikham yaitu membahas mengenai penanganan komplain.

Adapun perbedaannya yaitu, pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zabbar Zil Ikham penelitian ini mengambil objek di BMT Arta Bina Kota Serang sedangkan penelitian terdahulu

mengambil objek di Bank Syariah Mandiri KCP Sleman Yogyakarta.

C. Kerangka Pemikiran

Fenomena perbankan yang ada sekarang ini adalah maraknya persaingan dalam jasa perbankan atau lembaga keuangan syariah. Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian adalah tentang bagaimana peranan customer service dalam menangani komplain terhadap kepuasan nasabah yang terjadi di BMT Arta Bina Kota Serang.

Komplain pada hakikatnya adalah suatu pernyataan formal yang dibuat oleh nasabah kepada pihak perusahaan tentang ketidakpuasan atau salah satu unsur pelayanan yang dialami, tidak terkecuali pada BMT Arta Bina Kota Serang. Ketidakpuasan ini berhubungan dengan kegagalan pelayanan, yaitu persepsi nasabah tentang ketidakmampuan aspek-aspek tertentu dari pelayanan untuk memenuhi harapan-harapan dari nasabah.

Customer service memegang peranan sangat penting di berbagai perusahaan, salah satunya adalah menangani keluhan nasabah. Penanganan komplain yang baik akan membuat nasabah puas dengan terciptanya kepuasan adalah titik awal dari keberhasilan suatu perusahaan dalam kinerjanya.

Berdasarkan deskripsi di atas, maka peneliti menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

