

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Konsep keuangan berbasis syariah islam (Islamic Finance) dewasa ini telah tumbuh secara pesat, diterima secara universal dan diadopsi tidak hanya oleh negara-negara islam di kawasan Timur Tengah saja melainkan juga oleh berbagai negara di kawasan Asia, Eropa dan Amerika. Hal tersebut ditandai dengan didirikannya berbagai lembaga keuangan syariah dan diterbitkannya berbagai instrumen keuangan berbasis syariah. Ketatnya persaingan, Industri Perbankan berbasis instrumen syariah harus mampu memberikan kepuasan terhadap nasabahnya. Perbedaan yang ditawarkan setiap bank melalui cara yang berbeda-beda yang sudah diterapkan sesuai dengan ketentuan bank itu sendiri dalam melayani nasabah.

Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perusahaan perbankan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini, dapat dilihat dari ketatnya persaingan kinerja pelayanan, promosi dan hadiah di antara sekian banyak perusahaan perbankan. Dalam kondisi persaingan ketat tersebut, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan perbankan adalah kepuasan nasabah agar dapat bertahan, bersaing serta menguasai pangsa pasar. Seorang pemimpin perbankan yang baik harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh para nasabah. Dengan mengetahui hal-hal tersebut, maka pimpinan perbankan

dapat berusaha untuk menghasilkan kinerja (performance) yang sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan nasabah.

Salah satu Kinerja yang harus ditunjukkan oleh Perbankan adalah perhatian kepada kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen telah semakin besar. Salah satu strategi yang tepat untuk mengetahui kemampuan bank dalam memuaskan nasabah adalah dengan mengupayakan sistem umpan-balik yang memungkinkan bank dapat mengetahui langsung dari nasabah itu sendiri, apakah mereka puas atau tidak terhadap pelayanan bank dan harapan mereka tentang bagaimana seharusnya bank memberikan pelayanan yang memuaskan menurut persepsi nasabah.

Menurut M.Napis Djunaedi ¹, pelayanan dalam Bahasa Arab dikenal dalam istilah Khidmah. Pelayanan merupakan jiwa dalam bisnis syariah. Alquran memerintahkan dengan sangat ekspesif agar kaum muslim bersifat lembut dan sopan santun manakala berbicara dan melayani pelanggan. Hal ini ditegaskan dalam alquran Surat Ali Imran ayat 159 :

فِيمَا رَحِمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا
 مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

¹ M. Napis Djunaedi, Kamus Kontemporer Indonesia-Arab Istilah Politik-Ekonomi, Mizan, Bandung, 2005, Hlm. 470.

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”²

Pada ayat di atas, dijelaskan bahwa Rasul memiliki sikap lemah lembut, tidak lekas marah kepada umatnya. Pemimpin yang kasar dan berkeras hati atau kaku sikapnya, maka orang lain akan segan menghampirinya. Sehingga orang akan menjauh satu persatu, apabila orang yang telah menjauh, maka janganlah orang itu yang disalahkan melainkan selidikilah cacat pada diri sendiri.

Sistem pelayanan yang baik dikatakan sebagai fungsi paling penting pada perusahaan jasa seperti Bank Syariah, karena sistem pelayanan berhubungan langsung dengan usaha-usaha untuk memperoleh pelanggan baru dan memperhatikan pelanggan yang telah ada dalam menyampaikan kebutuhan informasi dan keluhan yang berkaitan dengan bisnis dan jasa Bank Syariah yaitu dengan memberikan jasa yang diharapkan nasabah.

Tujuan dari pelayanan yang baik adalah mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *Customer Loyalty*. Pembelotan pelanggan

² Al-Qur'an, Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta, 2010.

atau berpalingnya pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan.³

Ketidakpuasan nasabah terhadap harapan yang tidak sesuai menimbulkan banyak hal. Salah satunya yaitu dengan melakukan pengaduan atas ketidakpuasan tersebut atau yang biasa disebut dengan komplain. Ketidakpuasan nasabah terjadi apabila kinerja pelayanan dan juga proses serta hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan keinginan. Nasabah diibaratkan seperti seorang raja yang harus dilayani yang bertujuan agar nasabah tersebut mendapatkan pelayanan yang baik sehingga para nasabah merasakan kepuasan.

Salah satu wujud dari manajemen komplain yang banyak dipilih oleh perusahaan jasa perbankan adalah penyediaan saluran telepon khusus bagi nasabah untuk berkomunikasi secara langsung dengan pihak bank, dimana nasabah bisa memperoleh langsung informasi dan/atau menyampaikan keluhan (komplain). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa komplain berdampak negatif terhadap perusahaan perbankan, diantaranya sebagai berikut⁴ :

- a. Sekitar 96% pelanggan yang tidak puas dengan kualitas manajemen komplain beralih ke perusahaan lain dan mereka tidak akan pernah kembali.
- b. Setiap nasabah yang tidak puas akan menyampaikan masalahnya kepada orang lain.

³ Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) Hal. 8

⁴ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010) hal 108

Konsep manajemen komplain (complaint management) merupakan sebuah sarana yang dapat digunakan untuk membangun komunikasi dengan pelanggan dan memperoleh umpan-balik tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan bank. Dalam pelaksanaan operasional perbankan, seringkali terdapat komplain nasabah baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui berbagai media). Komplain nasabah apabila tidak diselesaikan dengan baik oleh pihak bank akan menjadi perselisihan atau sengketa yang pada akhirnya akan dapat merugikan nasabah. Komplain, keluhan atau pengaduan yang tersebar kepada publik melalui berbagai media apabila tidak segera ditanggulangi akan dapat menurunkan kepercayaan masyarakat pada lembaga perbankan umumnya dan reputasi bank pada khususnya. Oleh karena itu untuk mengurangi permasalahan mengenai komplain nasabah maka sangat diperlukan pengelolaan dan penanganan komplain yang baik.⁵

Dalam mengelola dan menangani komplain nasabah diperlukan sikap, perilaku, pola bicara, gerakan tubuh dan ekspresi yang baik agar dapat menyenangkan hati nasabah. *Product knowledge* yang dimiliki oleh petugas bank juga sangat penting dalam menangani komplain nasabah tersebut.

Komplain atau pengaduan ini seringkali tidak berani untuk disampaikan nasabah kepada pihak bank atau manajemen komplain. Pribadi yang berani tidak mempunyai hambatan dari dalam dirinya untuk melakukan komplain demi

⁵ Ali Hasan, S.E., M.M, *Marketing Bank Syariah*, (Ghalia Indonesia , 2010) , Hal.107

menegakkan hak-haknya sebagai konsumen dibandingkan dengan pribadi yang kurang berani.⁶

Salah satu alasan kenapa terjadi perpindahan pelanggan dari satu perusahaan jasa ke perusahaan jasa yang lain adalah karena pelanggan tidak puas dengan penyelesaian masalah atau cara menghadapi masalah dari perusahaan jasa tersebut (Tronvoll 2007). Penanganan komplain berarti merupakan perwujudan strategi dan taktik perusahaan (bank) dalam menghadapi keunggulan strategi dan taktik pesaing. Penanganan komplain dapat dijadikan instrument penting dalam mengendalikan konflik antara perusahaan dengan nasabah akan ketidakpuasan (Kau dan Loh 2006).

Pada Bank BJB Syariah KCP Karawang sendiri, komplain yang sering masuk dan disampaikan kepada pihak Bank yaitu komplain tentang Terbatasnya Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang tersebar dan juga komplain tentang pengisian slip setoran jika akan setor karena di Bank lain tidak mengisi slip setor dan bisa langsung ke teller.

Dalam hal ini, penulis ingin meneliti tentang Bagaimana Pengaruh Kualitas Manajemen Komplain terhadap kinerja pelayanan. Dari penjelasan latar belakang diatas penulis tertarik dan perlu untuk mengkaji lebih lanjut , untuk itu penulis mengadakan penelitian dengan Judul : **“Pengaruh Kualitas Manajemen Komplain Terhadap Kinerja Pelayanan Di BJB Syariah KCP Karawang”**

⁶ Anne Fatma. 2012. “Intensi komplain Konsumen ditinjau dari sikap Asertivitasnya”. Talenta Psikologi, Vol. I. No. 1, Februari 2012

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan dalam latar belakang, maka penulis membatasi rumusan masalah ke dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas manajemen komplain di Bank BJB Syariah KCP Karawang?
2. Bagaimana Kinerja Pelayanan di Bank BJB Syariah KCP Karawang?
3. Seberapa besar Pengaruh Kualitas Manajemen Komplain terhadap Kinerja Pelayanan di Bank BJB Syariah KCP Karawang?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas manajemen komplain di Bank BJB Syariah KCP Karawang.
2. Untuk mengetahui bagaimana kinerja pelayanan di Bank BJB Syariah KCP Karawang.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas manajemen komplain terhadap kinerja pelayanan di Bank BJB Syariah KCP Karawang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Besar harapan penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan yang dapat dimanfaatkan dan berguna bagi siapa saja yang membutuhkan.

2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, semoga bisa dipergunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan serta menjadi acuan pengambilan keputusan baik secara manajerial maupun operasional.

3. Bagi Penulis

Bagi pribadi penulis, penelitian ini menjadi ajang pembelajaran dan penerapan dari ilmu pengetahuan yang didapat di bangku perkuliahan, sekaligus kewajiban untuk menyelesaikan Pendidikan Srata 1.

1.4 Kerangka Teori

1.4.1 Manajemen Komplain

Secara umum yang dimaksud dengan Manajemen Komplain menurut Tjiptono adalah Suatu sistem yang digunakan untuk memonitor sikap dan kepuasan para pelanggan, penyalur dan partisipan lain dalam sistem pemasaran sehingga manajemen dapat mengambil langkah yang lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.⁷ Unsur yang paling penting adalah para pelanggan atau nasabah sehingga inti dari manajemen komplain adalah mempertahankan pelanggan yang ada (*customer retention*). Dengan mempertahankan nasabah, maka beban yang dikeluarkan untuk menemukan nasabah baru berkurang. Sebuah perusahaan yang menganggapi keluhan-keluhan atau komplain dengan baik sebenarnya memperluas kesempatan kedua untuk memuaskan nasabahnya. Pengalaman manajerial menunjukkan, beberapa prinsip perlu diperhatikan bagi keberhasilan manajemen komplain, yaitu:

⁷ Tjipto, Fandy, 2009, *Manajemen Pengaduan (Komplain)*, Kesimpulan Penelitian On Line

1. Jaringan komunikasi dari garis terdepan hingga ke sistem informasi yang berguna dalam menyelesaikan komplain.
2. Dukungan yang sifatnya segera atau langsung sebagai bukti kepedulian terhadap nasabah.
3. Ada keahlian dalam mengatasi komplain
4. Mampu bereaksi atau menanggapi dengan cepat dalam memberikan informasi yang selengkap-lengkapny pada nasabah dan perkiraan waktu yang dibutuhkan untuk memecahkan persoalan.
5. Kapanpun kesalahan terjadi, perusahaan harus menunjukkan tanggungjawab untuk memperbaikinya dan tidak terkesan membuat pelanggan semakin tidak nyaman.

Menurut Irfan (2005) *“A complaint is an expression of dissatisfaction, about the standard of service, actions or lack of action affecting an individual customer or group of customers”* (Komplain / keluhan pelayanan adalah merupakan ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau kurangnya tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan).⁸

Adapun indikator-indikator manajemen komplain yang baik yaitu:⁹

1. Memiliki komitmen yang tinggi dalam menyelesaikan masalah
2. Informasi Bank yang diterima nasabah akurat dan jelas (Visible)

⁸ <http://insandinami.blogspot.com/2013/06/manajemen-keluhan-complaint-managemen.html> di Download tanggal 26 Januari 2015

⁹ Ali Hasan, Marketing Bank Syariah, (Bogor: Galia Indonesia, 2010) hal 113

3. Prosedur komplain sederhana, mudah dipahami, dan mudah mengakses layanan komplain.
4. Kemampuan menangani komplain nasabah dengan cepat dan tepat.
5. Adil dalam memperlakukan nasabah yang komplain.
6. Adanya jaminan terjaganya privasi dan kerahasiaan nasabah yang komplain.
7. Records : Data mengenai komplain disusun sedemikian rupa sehingga memudahkan setiap upaya perbaikan berkesinambungan.
8. Sumber daya : Manajemen komplain yang efektif memiliki sumber daya yang memadai, terutama sumber daya manusia.
9. Remedi : Pemecahan dan penyelesaian yang tepat (seperti permohonan maaf, hadiah, ganti rugi, *refund*) untuk setiap komplain ditetapkan dan diimplementasikan secara konsekuen.

1.4.2 Kualitas Manajemen Komplain

Kualitas menurut ISO 9000 (dalam Hamdani Lupioyadi, 2006) adalah merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan atau harapan pelanggan.

Sedangkan menurut *American Society For Quality Control* (dalam Manajemen Kualitas Jasa Bab XI, google.co.id, 2011), kualitas adalah keseluruhan dari ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk / jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau

bersifat laten.

Adapun yang dimaksud dengan kualitas menurut Sofjan Assauri adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan atau dibutuhkan. Dalam bukunya Total Quality Manajemen Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (2003:4) menyebutkan “Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Sedangkan yang dikemukakan Vincent Gaspersz (2005:5) “Kualitas adalah totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau diterapkan”.

Jadi, Kualitas Manajemen Komplain adalah Suatu Kondisi sistem yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang digunakan untuk memonitoring sikap dan kepuasan para pelanggan, penyalur dan partisipan lain dalam sistem pemasaran sehingga manajemen dapat mengambil langkah yang lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

1.4.3 Kinerja

Menurut Sedarmayanti (2001:50) bahwa: “Kinerja merupakan terjemahan dari performance yang berarti prestasi kerja, pelaksanaan kerja, pencapaian kerja, unjuk kerja atau penampilan kerja”.

Menurut Gomes (1999 : 159-160), kinerja sering dihubungkan dengan tingkat produktivitas yang menunjukkan resiko input dan output dalam organisasi. Kinerja bahkan dapat dilihat dari sudut performansi dengan memberikan penekanan pada nilai efisiensi yang dikaitkan dengan kualitas output yang dihasilkan oleh para pegawai berdasarkan beberapa standar yang telah ditetapkan sebelumnya oleh organisasi yang bersangkutan.¹⁰

1.4.4 Kinerja Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. Kasmir (2005) mengemukakan bahwa pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan

¹⁰ <http://expresisastra.blogspot.com/2014/10/definisi-kinerja-menurut-ahli.html> di Download Tanggal 21 Februari 2015 Pukul 20.40

manusia (Sinambela, 2010:3). Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung (Moenir, 2006:16-17). Membicarakan pelayanan berarti membicarakan suatu proses kegiatan yang konotasinya lebih kepada hal yang abstrak (Intangible).

Pelayanan adalah merupakan suatu proses, proses tersebut menghasilkan suatu produk yang berupa pelayanan, yang kemudian diberikan kepada pelanggan. Beberapa pakar yang memberikan pengertian mengenai pelayanan diantaranya adalah Moenir (Harbani Pasolong, 2007:128). Harbani Pasolong (2007:4), pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok dan/atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Hasibuan mendefinisikan pelayanan sebagai kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lain, dimana pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerima.

Menurut Kotler dalam Sampara Lukman (2000:8) mengemukakan, pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Selanjutnya Sampara Lukman (2000:5) pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Sedangkan definisi yang lebih rinci diberikan oleh Gronroos dalam Ratminto (2005:2) yaitu pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hak lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.¹¹

Menurut Cronin dan Taylor dalam penelitian Diah Dharmayanti (2006) , Kinerja Pelayanan (*Service Performance*) adalah Kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai dari kualitas pelayanan yang benar-benar mereka rasakan. Dalam hal ini, ukuran layanan yang berdasarkan kinerja akan lebih merefleksikan kualitas jasa/pelayanan. *Service performance* (kinerja pelayanan) didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh Zeithaml *et al* (2000) dalam Alan (2004).

SERVPERF (*Service Performance*) dikembangkan oleh Cronin dan Taylor. Skala ini menunjukkan bahwa ukuran kualitas jasa atau pelayanan adalah kinerja dari jasa/pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan konsumen hanya akan dapat menilai kualitas dari pelayan yang dirasakan. Cronin dan Taylor menyatakan bahwa kinerja (*servperf*) akan lebih merefleksikan kualitas jasa/pelayanan. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Alford dan Sherrell, bahwa *service performance* akan menjadi prediktor yang baik bagi kualitas jasa/pelayanan.

¹¹ <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/1601/BAB%20II.pdf?sequence=4> di download tanggal 15 mei 2015 pukul 17.05

Jadi, dari definisi kinerja dan pelayanan diatas dapat disimpulkan bahwa Kinerja Pelayanan merupakan tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas dan kemampuan untuk melayani pelanggan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sehingga diperoleh kepuasan bagi pemberi dan penerima pelayanan.

Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur Kinerja Pelayanan :

1. *Time* (Waktu)

Waktu adalah dimensi kinerja pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu. Dalam bahasa ekonomi, waktu adalah *scarce resources* karena waktu sama dengan uang yang harus digunakan secara bijak, oleh karena itu pelanggan tidak akan puas jika waktunya terbuang percuma.

2. *Accessibility*

Kinerja pelayanan jasa yang berhubungan dengan akses atau kemudahan konsumen untuk mengakses penyediaan jasa.

3. *Completeness*

Kinerja pelayanan ini berhubungan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan fasilitas dan prasarana kepada pelanggan, karena dengan fasilitas yang memadai pelanggan akan merasa nyaman dan hal ini merupakan salah satu strategi perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya.

4. *Courtesy*

Kinerja pelayanan jasa yang meliputi sikap kontak karyawan untuk memperhatikan dan memahami kebutuhan pelanggan, pengetahuan, keramahan, kesopanan, komunikasi yang baik, serta kemudahan dalam melakukan komunikasi.

5. *Responsiveness*

Kinerja pelayanan jasa yang meliputi kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen, rasa tanggung jawab karyawan dan keinginan untuk memberikan jasa yang prima serta membantu konsumen apabila menghadapi masalah yang berkaitan dengan jasa yang diberikan oleh pemberi jasa tersebut.

1.4.5 Pengaruh Kualitas Manajemen Komplain terhadap Kinerja Pelayanan

Kualitas Manajemen Komplain adalah Suatu Kondisi sistem yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang digunakan untuk memonitoring sikap dan kepuasan para pelanggan, penyalur dan partisipan lain dalam sistem pemasaran sehingga manajemen dapat mengambil langkah yang lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

Kinerja Pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen, kualitas yang didapat dari kinerja yang baik akan memberikan suatu dorongan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, keadaan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama garapan pelanggan

serta kebutuhan mereka dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam sebuah perusahaan perbankan manajemen komplain yang efektif memiliki arti strategis bagi perusahaan dalam upaya membangun hubungan yang memuaskan dan menguntungkan dengan nasabah atau konsumen. Namun demikian, manajemen tidak selalu dengan mudah dapat mengetahui tanggapan pelanggan atas pelayanannya. Perusahaan tidak bisa mengukur respons pelanggannya hanya dari data-data formal, seperti data penjualan. Pelanggan juga bisa enggan untuk melakukan pengaduan secara resmi ke perusahaan. Keengganan pelanggan untuk melakukan komplain dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat personal maupun yang berasal dari sistem pada perusahaan. Perusahaan dapat mengatasi hambatan-hambatan ini dengan berbagai cara, antara lain dengan (1) menetapkan dan mengimplementasikan standar kinerja yang dikomunikasikan kepada pelanggan; (2) mengkomunikasikan pentingnya pemulihan layanan kepada seluruh jajaran organisasi, mulai dari CEO sampai karyawan lini depan; (3) melatih pelanggan mengenai cara menyampaikan komplain, baik melalui brosur, pamflet, maupun semacam buku petunjuk khusus berisi informasi lengkap mengenai prosedur penyampaian dan penanganan komplain; dan (4) memanfaatkan dukungan teknologi seperti customer call centers dan internet untuk memberikan kemudahan dan akses 24 jam yang cepat serta relatif murah bagi setiap pelanggan (Tjiptono, 2000:176).

Dalam sebuah perusahaan, kualitas manajemen komplain dapat mempengaruhi kinerja pelayanan. Karena, apabila kualitas manajemen komplain

yang tidak dijalankan dengan baik maka kinerja pelayanan tidak akan memuaskan. Demikian sebaliknya, apabila kualitas manajemen komplain dijalankan dengan baik maka kinerja pelayanan akan memuaskan.

1.4.6 Riset Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya terkait dengan manajemen komplain dan kinerja pelayanan secara ringkas dapat dilihat dalam Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Riset Terdahulu

NO	PENELITI	VARIABEL	SAMPLE PENELITIAN	METODE ANALISIS	KESIMPULAN
1.	Billy Archie Chandra	tingkat ketidakpuasan (X1), sikap terhadap pengajuan komplain (X2), persepsi bahwa komplain akan berhasil (X3), kepercayaan diri (X4). Sebaliknya, variabel dependen (Y) ada tiga yaitu niat untuk komplain (Y1), word of mouth negatif (Y2), dan niat untuk beralih (Y3)	(STUDI PADA MAHASISWA ATMA JAYA FAKULTAS EKONOMI PENGGUNA RUMAH MAKAN DI YOGYAKARTA	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara parsial, tingkat ketidakpuasan memiliki pengaruh terhadap word of mouth negatif. Persepsi bahwa komplain akan berhasil dan kepercayaan diri tidak memiliki pengaruh terhadap word of mouth negatif. Secara simultan, tingkat ketidakpuasan, persepsi bahwa komplain akan berhasil, dan

					kepercayaan diri memiliki pengaruh terhadap word of mouth negatif.
2.	Wilfridus B. Elu dan Dewi Anggraini	Variabel Bebas (X): Penilaian Nasabah Atas Manajemen Komplain 'Halo BCA', Variabel Terikat (Y): Tingkat Pemanfaatan 'Halo BCA'	mahasiswa STIE Perbanas yang merupakan nasabah Bank BCA, yaitu para mahasiswa yang memiliki rekening tabungan di Bank BCA	Uji coba terpakai untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner	Penelitian menemukan adanya hubungan positif dan moderat yang signifikan secara statistik antara penilaian nasabah mengenai 'Halo BCA' dengan tingkat pemanfaatan 'Halo BCA' sebagai sarana komplain bagi nasabah Bank BCA.
3	Diah Dharmayanti (2007)	<i>Service Performance</i> & Kepuasan Sbg Moderating variabel (X), Loyalitas Nasabah (Y)	Tiga bank cabang surabaya, salah satunya bank mandiri syariah surabaya.	Moderator regression analysis	Pengaruh positif dari <i>service performance</i> terhadap loyalitas nasabah sangat tinggi ketika kepuasan nasabah juga tinggi.
4	Ima Suryani Palupi (2007)	<i>Service Performance</i> & Kepuasan (X), Loyalitas Nasabah (Y)	Jakarta	Survey, dan simple random sampling	Adanya pengaruh yang signifikan antara <i>service performance</i> terhadap loyalitas nasabah.

Dari beberapa jurnal penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja mempunyai pengaruh positif pada tingkat kepuasan nasabah yang akan berakibat pada sikap loyalitas nasabah kepada bank dengan adanya layanan yang mewadahi nasabah untuk memberikan kritik ataupun saran terhadap kualitas yang diberikan.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Penelitian

Metode Penelitian dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif analitis. Metode deskriptif adalah analisis studi untuk menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat, yang bertujuan untuk memberikan atau menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual.¹² Pada metode ini penulis ingin menganalisis gambaran fenomena komplain nasabah, tentang bagaimana pengaruh kualitas manajemen komplain terhadap kinerja pelayanan pada suatu perusahaan perbankan yaitu pada Bank BJB Syariah KCP Karawang.

Penelitian ini juga bersifat verifikatif, yaitu metode yang bertujuan untuk menguji secara matematis dugaan mengenai adanya hubungan antar variable dari masalah yang sedang diselidiki di dalam hipotesis. Atau dengan kata lain, penelitian

¹² Mohammad Nazir, Metode Penelitian, Cetakan Kelima, Ghalia Indonesia, Jakarta , 2003. hlm. 89.

untuk menguji kebenaran suatu hipotesis di mana penelitian ini yang akan di uji adakah pengaruh Kualitas manajemen komplain terhadap kinerja pelayanan.

1.5.2 Sumber Data

Kegiatan yang dilakukan sehubungan dengan penulisan penelitian ini, antara lain dengan mencari dan mengumpulkan data dengan klasifikasi sebagai berikut :

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh penulis dari lapangan (*field research*). Data ini merupakan data hasil dari penyebaran kuisisioner kepada responden dan wawancara kepada Manajer Operasional Bank BJBS KCP Karawang. Respondennya adalah Nasabah Bank BJB Syariah KCP Karawang.
- b. Data sekunder yang di gunakan sebagai pelengkap dari data primer di peroleh dari *library search*, terutama dari *text books, journal*, serta data penunjang lainnya

1.5.3 Alat Pengumpulan data

Data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Observasi lapangan, yaitu dengan cara mengamati dan mengikuti secara langsung komplain nasabah yang diajukan. Observasi lapangan dilakukan untuk mengetahui komplain dari nasabah berupa kritikan ataupun saran dari nasabah secara langsung mengenai pelayanan yang dirasakan oleh nasabah. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, karena langsung dari obyek penelitian.

b. Wawancara secara langsung dengan pihak yang berwenang pada Bank BJB Syariah untuk mendapatkan data penjelasan yang lebih detail tentang keluhan nasabah. Wawancara yang akan saya lakukan adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur lebih efisien dibandingkan dengan wawancara tidak terstruktur, karena wawancara terstruktur yaitu wawancara yang dilaksanakan secara terencana dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan.

Pertanyaan wawancara terstruktur:

1. Bagaimana pelaksanaan sistem manajemen keluhan di Bank BJB Syariah KCP Karawang?
2. Apakah Bank BJB Syariah sudah memenuhi syarat dimensi *Commitment*, *Visibility*, *Simple*, dan *Responsiveness* dalam melaksanakan sistem manajemen keluhan?
3. Bagaimana Upaya Bank BJB Syariah dalam meningkatkan kinerja pelayanan?
4. Apa ada dari salah satu keluhan nasabah yang tidak diselesaikan dengan cepat dan tepat sehingga kinerja pelayanan dianggap buruk atau tidak memenuhi dan memberikan kepuasan? Jika ada, bagaimana cara memperbaiki kinerja pelayanan dan menyelesaikan keluhan nasabah dengan tuntas?

c. Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka

akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.¹³ Kuesioner ini ditujukan kepada nasabah Bank BJB Syariah KCP Karawang.

Pada penelitian ini pengumpulan data kuesioner dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada nasabah bank syariah tentang Kualitas Manajemen Komplain dan Kinerja Pelayanan di Bank BJB Syariah KCP Karawang. Kuisisioner menggunakan skala *Likert*, skala ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya Sangat Tinggi, Tinggi, Cukup Tinggi, Rendah dan Sangat Rendah.¹⁴ Dengan rumusan sebagai berikut:

Gambar 1.1
Tabel Skala Likert

Bobot	Kategori
5	Sangat Tinggi
4	Tinggi
3	Cukup Tinggi
2	Rendah
1	Sangat Rendah

Sumber: Nunung Nurhayati dkk, 2003: 75. (data diolah)

Untuk melengkapi data, penulis menambahkan adanya studi literatur dengan melakukan studi pustaka untuk mendapatkan informasi serta pengetahuan yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.5.4 Alat Analisa Data

Populasi adalah sekelompok orang atau objek yang memiliki kesamaan

¹³ Husain Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005, hlm. 167.

¹⁴ *Ibid*, hlm. 197

dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.¹⁵ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank BJB Syariah KCP Karawang tahun 2011-2014 yaitu sekitar 2.400 Nasabah.

Sedangkan sampel adalah Sampel adalah bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.¹⁶ Salah satu cara menentukan besaran sampel yang memenuhi hitungan itu adalah yang menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:¹⁷

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir

Dalam penelitian ini diketahui bahwa N sebesar 2.400 dengan e ditetapkan 15%. Jadi jumlah sampel yang harus diambil adalah :

$$n = \frac{2.400}{1 + 2.400(0,15 \times 0,15)}$$

$$= 43,6 \text{ (45 responden)}$$

¹⁵ Muhammad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam, Rajawali Press, Jakarta, 2008. hlm. 161.

¹⁶ Ibid, hlm. 162.

¹⁷ Husein, Umar, 2000. Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. Hlm. 108.

Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 45 orang.

1.5.5 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variable dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau mengukur variable tersebut.¹⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel, yang meliputi

1) Variabel bebas (Independent variabel), yakni: “ Variabel yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat.”¹⁹ yang dinyatakan dengan X (Kualitas Manajemen Komplain)

2) Variabel terikat (Dependent variabel), yakni: “ Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.”²⁰ yang dinyatakan dengan Y (Kinerja Pelayanan)

Tabel 1.2

Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran
Kualitas Manajemen Komplain (X) Definisi: “Kualitas Manajemen Komplain adalah Suatu Kondisi sistem yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa,	1. Komitmen	- Tingkat komitmen perusahaan dalam menyelesaikan komplain	Ordinal

¹⁸ Mohammad Nazir, Metode Penelitian, Cetakan Kelima, Jakarta, Ghalia Indonesia.2003. hlm. 126.

¹⁹ Sugiyono. 2009. ”Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.” Bandung:CV Alfabeta.Hlm. 21.

²⁰ Ibid

<p>manusia, proses dan lingkungan yang digunakan untuk memonitoring sikap dan kepuasan para pelanggan, penyalur dan partisipan lain dalam sistem pemasaran sehingga manajemen dapat mengambil langkah yang lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.”</p>			
	2. Visible	<ul style="list-style-type: none"> - Kejelasan Bank dalam memberikan informasi kepada nasabah - Keakuratan informasi dari Bank. 	Ordinal
	3. Accessible	<ul style="list-style-type: none"> - Kemudahan menyampaikan komplain. - Ketersediaan saluran telepon bebas pulsa 	Ordinal
	4. Sederhana	<ul style="list-style-type: none"> - Kesederhanaan mengakses layanan komplain 	Ordinal
	5. Kecepatan	<ul style="list-style-type: none"> - Kecepatan menangani komplain. - Ketepatan dalam menyelesaikan masalah komplain 	Ordinal
	6. Fairness	<ul style="list-style-type: none"> - Keadilan perlakuan kepada komplain nasabah 	Ordinal
	7. Konfidensial	<ul style="list-style-type: none"> - Terjaminnya privasi komplain nasabah. 	Ordinal
	8. Records	<ul style="list-style-type: none"> - Tersusunnya data mengenai komplain 	Ordinal

	9. Sumber daya	<ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan Sumber daya manusia yang memadai dalam menangani komplain 	Ordinal
	10. Remedi	<ul style="list-style-type: none"> - Ketepatan dalam penyelesaian dan pemecahan masalah. 	Ordinal
<p>Kinerja Pelayanan (Y) Definisi : <i>“Service performance</i> menurut Cronin dan Taylor (1994) dalam Dharmayanti (2006) adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan.”</p>	1. Time	<ul style="list-style-type: none"> - Kecepatan proses layanan - Keefisienan waktu 	Ordinal
	2. Accesibility	<ul style="list-style-type: none"> - Kemudahan lokasi yang dijangkau transportasi 	Ordinal
	3. Completeness	<ul style="list-style-type: none"> - Kenyamanan ruangan fasilitas - Keamanan tempat parkir. 	Ordinal
	4. Courtesy	<ul style="list-style-type: none"> - Keramahan karyawan perusahaan. - Ketanggapan karyawan terhadap keinginan nasabah. 	Ordinal
	5. Responseveness	<ul style="list-style-type: none"> - Kesediaan karyawan membantu pelanggan. 	Ordinal

		- Kejelasan informasi yang diterima nasabah.	
--	--	--	--

1.5.6 Teknik Analisis Data

1.5.6.1 Uji Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi adalah suatu teknik yang digunakan untuk membangun suatu persamaan yang menghubungkan antara variabel *independent* (x) dan variabel *dependent* (y) dan sekaligus untuk menentukan nilai ramalan atau dugaan. Analisis regresi sederhana yang digunakan dalam penelitian ini dengan maksud untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel yaitu variabel x dan y.

Persamaan regresinya sebagai berikut²¹:

$$\hat{Y} = a + bX + \varepsilon$$

Dimana:

\hat{Y} : Variabel terikat (kinerja pelayanan)

a : Bilangan berkonstanta

b : Koefisien regresi

X : Variabel bebas (kualitas manajemen komplain)

ε : *Error term* (variabel gangguan)

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, CV Alfabeta, Bandung, 2011, hlm.261.

1.5.6.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.

Penggunaan tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu 0,01 (1%) ; 0,05 (5%) dan 0,10 (10%).

Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Sebagai contoh, kita menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05), jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Namun, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.²²

1.5.6.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

1.5.6.3.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen.²³ Suatu alat ukur dinyatakan valid apabila alat ukur tersebut mengukur apa yang hendak diukur. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan software SPSS version 20.0. Kriteria untuk mengujivaliditas kuesioner adalah dengan menggunakan ketentuan bahwa hasil 1 corrected item total correlation (r

²² <http://dataolah.blogspot.com/2012/08/regresi-berganda-uji-f-uji-t-dan.html> di Download tanggal 12 Maret 2015 pukul 20.08

²³ Suharsimi Arikunto. Manajemen Penelitian. Rineka Cipta. Jakarta. 2003.Hlm. 223

hitung) $> r$ tabel product moment untuk $dk = n - 2$, maka kuesioner tersebut dinyatakan valid.

1.5.6.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Apabila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten maka alat tersebut reliabel. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas menggunakan software SPSS version 20.0. Jika cronbach alpha $> r$ table product moment maka dinyatakan reliabel.

1.5.7 Uji Hipotesis

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah hipotesis regresional.

Hipotesis penelitian:

$H_0: r^2=0 \rightarrow$ Tidak Terdapat pengaruh antara kualitas manajemen komplain terhadap kinerja pelayanan.

$H_1: r^2 \neq 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh antara kualitas manajemen komplain terhadap kinerja pelayanan

1.5.8 Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis kuantitatif yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan kemudian dianalisis berdasarkan metode yang telah ditetapkan dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas manajemen komplain terhadap kinerja pelayanan (studi pada nasabah di Bank BJB Syariah KCP Karawang).

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun ke dalam lima bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini dikemukakan latar belakang masalah yang akan diteliti, kemudian perumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II Teori Pengaruh Kualitas Manajemen Komplain Terhadap Kinerja Pelayanan, dalam landasan teori ini ada kerangka pemikiran untuk memudahkan alur pemikiran. Kerangka tersebut meliputi tinjauan tentang adakah pengaruh dari Kualitas Manajemen Komplain Terhadap Kinerja Pelayanan.

Bab III Objek Penelitian, dalam bab ini akan diuraikan sekilas mengenai gambaran Bank BJB Syariah.

Bab IV Analisis Pengaruh Kualitas Manajemen Komplain Terhadap Kinerja Pelayanan, bab ini merupakan inti dari penelitian. Dalam bab ini penulis membahas mengenai hasil penelitian berdasarkan data yang penulis peroleh.

Bab V Kesimpulan, bab ini merupakan bagian paling akhir. Dalam bab ini akan diuraikan tentang simpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran yang didasarkan pada simpulan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya.