**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Pengertian Bank**

Sejarah dikenalnya asal mula kegiatan perbankan dimulai dari jasa penukaran uang. Oleh karena itu, bank dikenal sebagai tempat menukar uang atau sebagai meja tempat menukarkan uang. Kemudian dalam perkembangan selanjutnya kegiatan operasional perbankan berkembang lagi menjadi tempat penitipan uang atau yang disebut sekarang ini adalah kegiatan simpanan. Kemudian kegiatan perbankan bertambah dengan kegiatan peminjaman uang.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud bank adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Menurut G. M. Verryn Stuart (2013, 1) memberikan definisi bahwa “Bank adalah badan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat pembayarannya sendiri maupun yang diperoleh dari orang lain, atau dengan jalan mengeluarkan alat-alat penukar baru berupa uang giral”.

Adapun menurut F. E. Perry “Bank adalah suatu badan usaha yang transaksinya berkaitan dengan uang, menerima simpanan (deposit) dari nasabah, menyediakan dana atas setiap penarikan, melakukan penagihan cek-cek atas perintah nasabah, memberikan kredit, dan atau menanamkan kelebihan simpanan tersebut sampai dibutuhkan untuk pembayaran kembali”.

Dapat disimpulkan bahwa bank adalah suatu lembaga keuangan yang membantu masyarakat yang ingin menyimpan dananya dan masyarakat yang membutuhkan dana dengan bantuan jasa-jasa lain yang dapat mempermudah jalannya kegiatan.

**2.1.1** **Jenis-jenis Bank**

Menurut Kasmir (2015, 32), dalam praktiknya lembaga keuangan bank terdiri dari :

1. Bank Sentral

Bank Sentral merupakan bank yang mengatur berbagai kegiatan yang berkaitan dengan dunia perbankan dan dunia keuangan di suatu negara. Di setiap negara hanya ada satu bank sentral yang dibantu cabang-cabangnya.

Di Indonesia fungsi bank sentral dipegang oleh Bank Indonesia (BI). Adapun fungsi Bank Indonesia adalah :

1. Bank sirkulasi yaitu mengatur peredaran keuangan suatu negara.
2. *Bank to bank* adalah mengatur perbankan di suatu negara.
3. *Lender of the last resort* adalah sebagai tempat peminjaman yang terakhir.

Tujuan utama Bank Indonesia sebagai Bank Sentral adalah mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Untuk mencapai tujuan tersebut bank sentral mempunyai tugas menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter, mengatur dan menjaga kelancaran sistem devisa serta mengatur dan mengawasi bank.

1. Bank Umum

Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Begitu pula dengan wilayah operasinya dapat dilakukan di seluruh wilayah Indonesia, bahkan keluar negeri (cabang). Secara singkat bank umum adalah bank yang dapat memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

3. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang khusus melayani masyarakat kecil di kecamatan dan pedesaan. Jenis produk yang ditawarkan oleh BPR relatif lebih sempit jika dibandingkan bank umum, bahkan ada beberapa jenis jasa bank yang tidak boleh diselenggarakan oleh Bank Perkreditan Rakyat, seperti pembuatan rekening giro dan ikut kliring. Sehingga simpanan nasabah hanya dapat berbentuk deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lain yang dipersamakan dengan itu.

**2.1.2 Kegiatan Bank**

Sebagai lembaga keuangan,kegiatan bank sehari-hari tidak akan terlepas dari bidang keuangan. Kegiatan perbankan yang paling pokok adalah membeli uang dengan cara menghimpun dana dari masyarakat luas. Kemudian menjual uang yang berhasil dihimpun dengan cara menyalurkan kembali kepada masyarakat melalui pemberian pinjaman atau kredit. Dari kegiatan jual beli inilah bank akan memperoleh keuntungan, yaitu selisih harga beli (bunga simpanan) dengan harga jual (bunga pinjaman). Di samping itu, kegiatan bank lainnya dalam rangka mendukung kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana adalah memberikan jasa-jasa lainnya. Dalam praktiknya kegiatan bank dibedakan sesuai dengan jenis bank tersebut. Adapun kegiatan bank secara umum antara lain :

1. Menghimpun Dana (*Funding*)

Kegiatan menghimpun dana merupakan kegiatan membeli dana dari masyarakat. Kegiatan membeli dana dapat dilakukan denngan cara menawarkan berbagai jenis simpanan. Simpanan sering disebut dengan nama rekening atau *account.* Jenis-jenis simpanan yang ditawarkan menurut Totok Budisantoso dan Nuritomo adalah:

1. Simpanan Giro (*Demand Deposit*)

 “Simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menerbitkan cek untuk penarikan tunai atau bilyet giro untuk pemindahbukuan, sedangkan cek atau bilyet giro ini oleh pemiliknya dapat digunakan sebagai alat pembayaran”.

Kepada setiap pemegang rekening giro akan diberikan bunga yang dikenal dengan nama jasa giro. Besarnya jasa giro tergantung dari bank yang bersangkutan. Bagi bank jasa giro merupakan dana murah karena bunga yang diberikan kepada nasabah relatif lebih rendah dari bunga simpanan lainnya.

1. Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*)

 “Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, dan tidak dengan cek atau bilyet giro atau alat lain yang dipersamakan dengan itu”.

Cara penarikan rekening tabungan yang paling banyak digunakan saat ini adalah dengan buku tabungan, *cash card* atau kartu ATM, dan kartu kredit. Besarnya bunga yang diberikan atas saldo tabungan berada di tengah-tengah antara giro dan deposito berjangka.

1. Deposito Berjangka (*Time Deposit*)

“Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank”.

Bunga yang diberikan kepada para deposan merupakan bunga yang tertinggi jika dibandingkan dengan simpanan giro atau tabungan, sehingga deposito oleh sebagian bank dianggap sebagai dana mahal. Apabila deposan mencairkan depositonya sebelum tanggal jatuh tempo maka deposan akan dikenakan denda yang besarnya tergantung bank yang bersangkutan.

1. Sertifikat Deposito (*Certificate of Deposit*)

Sertifikat deposito merupakan hasil pengembangan dari deposito berjangka. “Sertifikat deposito adalah deposito berjangka yang bukti simpanannya dapat diperjualbelikan”. Agar simpanan ini dapat diperjualbelikan dengan dengan mudah, maka penarikan saat jatuh tempo sebaiknya atas unjuk. Sehingga siapapun yang memegang bukti sertifikat deposito tersebut dapat menguangkannya pada saat jatuh tempo.

Ciri lain yang menjadi perbedaan sertifikat deposito dengan deposito berjangka adalah dalam pembayaran bunganya. Apabila deposito berjangka bunga dibayarkan setelah dana mengendap, sedangkan bunga dari sertifikat deposito ini dibayarkan di muka.

1. *Deposit On Call*

“*Deposit on call* adalah simpanan yang penrikannya hanya dapat dilakukan dengan pemberitahuan terlebih dahulu dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan antara pihak bank dengan nasabah”. Semakin besar dana yang akan ditarik biasanya semakin lama pula jangka waktu pemberitahuan sebelumnya yang diinginkan oleh pihak bank.

1. Menyalurkan Dana (*Lending*)

Menyalurkan dana merupakan kegiatan menjual dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat. Penyaluran dana yang dilakukan oleh bank dilakukan melalui berbagai cara, antara lain :

1. Cadangan Primer yaitu penyaluran dana kedalam bentuk kas, saldo pada bank sentral, saldo pada bank lain dan warkat dalam proses penagihan. Cadangan ini harus dipelihara untuk memenuhi ketentuan likuiditas minimum berdasarkan ketentuan yuridis dari Bank Indonesia dan juga untuk kegiatan sehari-hari seperti penarikan dana oleh nasabah, penyelesaian kliring, pemberian kredit dan membayar kewajiban yang akan jatuh tempo.
2. Cadangan Sekunder yaitu cadangan tunai kedua yang berfungsi sebagai penyangga posisi cadangan primer. Cadangan sekunder biasa ditempatkan ke dalam Sertifikat Bank Indonesia, Surat Utang Negara, Sekuritas jangka pendek, *Call Money* dan lain-lain. Fungsi dari cadangan sekunder ini adalah sebagai penyangga apabila cadangan primer tidak dapat memenuhi kebutuhan likuiditas bank.
3. Kredit yaitu penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain, peminjam berkewajiban melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga atau bagi hasil yang telah ditetapkan. Mengingat penyaluran kredit ini tergolong aset produktif atau tingkat penerimaannya tinggi, maka konsekuensinya penyaluran kredit ini juga memiliki resiko yang tinggi pula.
4. Investasi dapat berupa penanaman dana dalam surat-surat berharga jangka menengah dan panjang, atau berupa penyertaan langsung pada badan usaha lain. Aset ini juga termasuk kedalam aset produktif, maka aset ini memiliki resiko yang relatif lebih tinggi dibandingkan cadangan primer dan cadangan sekunder.
5. Aktiva Tetap dan Inventaris. Dalam melakukan kegiatan usahanya, setiap bank harus mempunyai tempat usaha berupa kantor pusat maupun kantor cabang dan lainnya yang berfungsi melayani nasabah. Maka dari itu, bank-bank kini berlomba-lomba untuk melengkapi fasilitasnya demi kenyamanan dan dapat menarik nasabah lebih banyak. Aset ini termasuk ke golongan aset tidak produktif dalam menghasilkan penerimaan dan oleh Bank Indonesia dipandang sebagai aset yang memiliki resiko yang tinggi.
6. Memberikan Jasa-jasa Bank lainnya (*Services*)

Jasa-jasa bank lainnya merupakan kegiatan penunjang untuk mendukung kelancara kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana. Semakin lengkap jasa-jasa bank yang dapat dilayani oleh suatu bank maka akan semakin baik. Kelengkapan ini ditentukan dari permodalan bank serta kesiapan bank dalam menyediakan SDM yang andal. Disamping itu, juga perlu didukung oleh kecanggihan teknologi yang dimilikinya. Dalam praktiknya jasa-jasa bank yang ditawarkan meliputi :

1. Kiriman Uang (*Transfer*)

Merupakan jasa pengiriman uang lewat bank. Pengiriman uang dapat dilakukan pada bank yang sama atau bank yang berlainan. Tujuan pengiriman uang dapat dilakukan untuk dalam kota, luar kota atau luar negeri. Kepada nasabah pengirim dikenakan biaya kirim yang besarnya ditentukan oleh bank yang bersangkutan. Pertimbangannya adalah nasabah bank yang bersangkutan atau bukan dan juga jarak pengiriman antar bank tersebut.

1. Kliring (*Clearing*)

Merupakan penagihan warkat yang berasal dari dalam kota. Proses penagihan lewat kliring hanya memakan waktu 1 (satu) hari. Besarnya biaya penagihan tergantung dari bank yang bersangkutan.

1. Inkaso (*Collection*)

Merupakan penagihan warkat yang berasal dari luar kota atau luar negeri. Proses penagihan lewat inkaso tergantung dari jarak lokasi penagihan dan biasanya memakan waktu 1 (satu) minggu sampai 1 (satu) bulan. Besarnya biaya penagihan tergantung bank yang bersangkutan dengan pertimbangan jarak serta pertimbangan lainnya.

1. *Safe Deposit Box*

*Safe Deposit Box* atau dikenal dengan istilah *safe* loket. Jasa pelayanan ini memberikan layanan penyewaan *box* atau kotak pengaman tempat menyimpan surat-surat berharga atau barang-barang berharga milik nasabah. Biasanya surat-surat berharga atau barang-barang berharga yang disimpan di dalam kotak tersebut aman dari pencurian dan kebakaran. Kepada nasabah penyewa kotak dikenakan biaya sewa yang besarnya tergantung dari ukuran kotak serta jangka waktu penyewaan.

1. *Bank Card* (Kartu Kredit)

Kartu ini dapat dibelanjakan di berbagai tempat perbelanjaan atau tempat-tempat hiburan. Kartu ini juga dapat digunakan untuk mengambil uang tunai di ATM-ATM yang tersebar di berbagai tempat strategis.

1. *Bank Notes*

Merupakan jasa penukaran valuta asing. Dalam jual beli *bank notes*, bank menggunakan kurs (nilai tukar rupiah dengan mata uang asing).

1. Bank Garansi

Merupakan jaminan bank yang diberikan kepada nasabah dalam rangka membiayai suatu usaha. Dengan jaminan bank ini si pengusaha memperoleh fasillitas untuk melaksanakan kegiatannya dengan pihak lain. Tentu sebelum jaminan bank dikeluarkan bank terlebih dulu mempelajari kredibilitas nasabahnya.

1. *Bank Draft*

Merupakan wesel yang dikeluarkan oleh bank kepada para nasabahnya. Wesel ini dapat diperjualbelikan apabila nasabah membutuhkannya.

1. *Letter of Credit* (L/C)

Merupakan surat kredit yang diberikan kepada para eksportir dan importir yang digunakan untuk melakukan pembayaran atas transaksi ekspor impor yang mereka lakukan. L/C memiliki beberapa jenis yang dapat disesuaikan dengan kondisi yang diinginkan eksportir dan importir.

1. Cek Wisata (*Travellers Cheque*)

Merupakan cek perjalanan yang biasa digunakan oleh para turis atau wisatawan. Cek wisata dapat dipergunakan sebagai alat pembayaran di berbagai tempat perbelanjaan atau hiburan seperti hotel atau supermarket.

1. Menerima setoran-setoran

Dalam hal ini bank membantu nasabahnya dalam rangka menampung setoran dari berbagai tempat, antara lain :

* Pembayaran pajak
* Pembayaran telepon
* Pembayaran air
* Pembayaran listrik
* Pembayaran uang kuliah
1. Melayani pembayaran-pembayaran

Sama halnya seperti dalam menerima setoran, bank juga melakukan pembayaran seperti yang diperintahkan oleh nasabahnya antara lain:

* Membayar gaji/pensiun/honorarium
* Pembayaran dividen
* Pembayaran kupon
* Pembayaran bonus/hadiah
1. Bermain di pasar modal

Kegiatan bank dapat memberikan atau bermain surat-surat berharga di pasar modal. Bank dapat berperan dalam berbagai kegiatan seperti menjadi :

* Penjamin emisi (*underwriter*)
* Penjamin (*guarantor*)
* Wali amanat (*trustee*)
* Perantara perdagangan efek (pialang/broker)
* Pedagang efek (*dealer*)
* Perusahaan pengelola dana (*invesment company*)
1. Dan jasa-jasa lainnya.
	1. **Pengertian Prosedur**

Prosedur berasal dari bahasa inggris *procedure* yang bisa diartikan sebagai cara atau tata cara. Prosedur merupakan cara melakukan kegiatan yang disusun secara rapi dan sistematis. Dengan adanya prosedur, bank dapat menjalankan bisnisnya dengan baik agar mendapatkan keuntungan tanpa menyampingkan kebutuhan nasabahnya.

Menurut [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) :

Prosedur adalah serangkaian aksi yang spesifik, tindakan atau operasi yang harus dijalankan atau dieksekusi dengan cara yang beku (sama) agar selalu memperoleh hasil yang sama dari keadaan yang sama. Lebih tepatnya, kata ini bisa mengindikasikan rangkaian aktivitas, tugas-tugas, langkah-langkah, keputusan-keputusan, perhitungan-perhitungan dan proses-proses, yang dijalankan melalui serangkain pekerjaan yang menghasilkan suatu tujuan yang diingikan, suatu produk atau sebuat akibat. Sebuah prosedur biasanya mengakibatkan sebuah perubahan.

Menurut Mulyadi (2016, 4) “Prosedur adalah suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang”.

**2.3 Komplain Nasabah**

**2.3.1 Pengertian Komplain Nasabah**

Dalam menjalankan kegiatannya saat ini bank seringkali menghadapi tekanan yang lebih besar dari nasabah daripada masa sebelumnya. Saat ini nasabah lebih banyak menuntut karena mereka menerima banyak informasi untuk mempertimbangkan ternatif pilihan yang tersedia. Oleh karena itu, saat ini banyak sekali nasabah yang merasa keinginannya tidak terpenuhi oleh bank dan merasa bank gagal dalam memberikan jasa lalu menyampaikan komplain kepada bank.

Menurut Ali Hasan (2010,108) “Komplain (*complaint*) adalah sebuah kata yang sering berkonotasi negatif bagi kedua pihak, baik bagi perusahaan maupun nasabah. Komplain pada umumnya dipersepsikan sebagai kesalahan, masalah, stres, frustasi, kemarahan, konflik, hukuman, tuntutan, ganti rugi dan sejenisnya”.

Adapun menurut Mursid (2006) “Komplain adalah ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen ketika membeli dan menggunakan barang baik itu berupa produk fisik atau jasa pelayanan”.

Komplain merupakan bagian dari proses purnabeli. Prosesnya berawal ketika nasabah merasakan ketidakpuasan setelah menerima pelayanan atau melakukan transaksi. Respons nasabah secara emosional terhadap ketidakpuasan ini pada beberapa kasus dapat mendorong nasabah untuk melakukan komplain.

Komplain pada dasarnya berhubungan dengan tiga sumber utama, yakni :

1. 40% masalah disebabkan oleh perusahaan, seperti kualitas produk rendah, komunikasi atau informasi yang tidak akurat dan berlebihan, harga yang terlalu mahal, dan lain-lain;
2. 20% masalah disebabkan oleh karyawan, misalnya sikap atau perilaku kasar dan tidak sopan;
3. Sisanya 40% berasal dari nasabah itu sendiri, misalnya tidak teliti membaca instruksi atau petunjuk yang diberikan, ekspektasi yang berlebihan dan lain-lain.

Komplain nasabah dikategorikan menjadi dua tipe, yaitu :

1. *Instrumental complaints* merupakan komplain yang diungkapkan dengan tujuan mengubah situasi atau keadaan tidak diinginkan. Komplain jenis ini biasanya langsung diajukan kepada perusahaan yang bersangkutan dan berharap perusahaan memperbaiki keadaan.
2. *Non-instrumental complaint* merupakan komplain yang dilontarkan tanpa ekspektasi khusus bahwa situasi yang tidak diinginkan akan berubah. Pada tipe ini tercakup pula *instrumental complaints* yang disampaikan kepada pihak ketiga.

Komplain harus ditindaklanjuti dengan cepat dan dicarikan jalan keluar yang efektif. Hal ini berguna untuk mencegah timbulnya masalah yang jauh lebih besar dan pada akhirnya menyebabkan perusahaan kehilangan nasabah. Hampir semua nasabah yang merasakan ketidakpuasan terhadap suatu perusahaan cenderung beralih kepada perusahaan lain dan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain sehingga citra baik perusahaan menurun. Nasabah yang komplain cenderung mengetahui lebih banyak mengenai produk yang dikeluhkan dan juga mengetahui prosedur yang harus dilalui untuk komplain. Selain itu, nasabah dengan pendapatan tinggipun lebih sering mengajukan komplain.

Adapun tipe-tipe nasabah yang melakukan komplain adalah :

1. *Active complainers,* yang memahami haknya, asentif, percaya diri, dan tahu persis cara mereka menyampaikan komplain;
2. *Inactive complainers,* yakni mereka yang lebih suka menyampaikan keluhan mereka kepada orang lain (teman, keluarga, tetangga, rekan kerja) darpada langsung kepada perusahaan bersangkutan, cenderung langsung berganti pemasok dan tidak pernah kembali lagi ke perusahaan yang mengecewakan mereka;
3. *Hyperactive complainers* atau *chronic complainers,* yakni mereka yang selalu komplain terhadap siapapun untuk masalah apapun, kadangkala berlaku kasar dan agresif, dan hampir tidak mungkin dipuaskan karena tujuan komplainnya lebih dilatarbelakangi keinginan untuk mencari “untung” atau merupakan “*wrong customers”* yang harus dihindari.

Jika nasabah tidak memberikan respon terhadap pelayanan suatu perusahaan ada dua hal yang mungkin dialami. Pertama, nasabah tersebut sudah memperoleh pelayanan yang baik dari perusahaan. Kedua, nasabah merasa enggan memberi respon walaupun merasa tidak puas karena perusahaan gagal memberikan pelayanan yang baik. Ada empat penyebab utama nasabah enggan menyampaikan komplainnya, yaitu :

1. Nasabah yakin perusahaan tidak akan responsif;
2. Mereka enggan mengkonfrontasi tanggung jawab individu atas kegagalan yang terjadi;
3. Mereka kurang memahami hak-hak mereka dan tanggung jawab perusahaan; dan
4. Mereka mengkhawatirkan biaya tinggi berkenaan dengan waktu dan usaha untuk menyampaikan komplain. Dari sudut pandang nasabah, biaya komplain mencakup dua kelompok biaya, yaitu biaya-biaya dalam bentuk uang dan beban psikologis.
	* 1. **Faktor- faktor yang Memengaruhi Keluhan Nasabah**

Ada beberapa faktor yang memengaruhi keluhan konsumen yang telah diidentifikasi antara lain:

1. Tingkat teridakpuasan nasabah meningkat akibat ketidak sesuaian antara manfaat atau hasil yang diharapkan dengan kenyataan atau apa yang didapatkan oleh nasabah
2. Layanan yang didapatkan nasabah selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
3. Perilaku personil atau karyawan perusahaan atau bank yang kurang memuaskan atau mengecewakan nasabah
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang, misalkan *lay out* gedung yang tidak tertata rapi
5. Adanya biaya yang terlalu tinggi, misalkan biaya administrasi bulanan yang terlalu tinggi atau tingkat bunga atau bagi hasil yang terlalu membebankan nasabah
6. Promosi iklan yang terlalu berlebihan, sehingga seringkali tidak sesuai dengan kenyataan
	* 1. **Manajemen Pengaduan**

Manajemen komplain secara umum adalah suatu sistem untuk memonitor sikap dan kepuasan pasa pelanggan, penyalur dan partisipan lain dalam sistem pemasaran sehingga manajemen dapat mengambil langkah yang lebih cepat untuk menyelesaikan masalah. Unsur yang paling penting adalah para nasabah, sehingga inti dari manajemen komplain adalah memperthanakan nasabah yang ada (*customer retention*).

Dengan mempertahankan nasabah, perusahaan dapat menekan biaya untuk menemukan nasabah baru. Bahkan, perusahaan dapat tertolong dengan adanya tanggapan positif dari nasabah yang puas sehingga dapat menarik nasabah baru. Perusahaan yang menanggapi keluhan-keluhan dengan cepat dan baik sebenarnya memperluas kesempatan kedua untuk memuaskan nasabahnya.

Pengalaman manajerial menunjukkan, beberapa prinsip perlu diperhatikan bagi keberhasilan manajemen komplain, yaitu :

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-lengkapnya pada nasabah dan perkiraan waktu yang dibutuhkan untuk memecahkan persoalan; dan
5. Kapanpun kesalahan terjadi, perusahaan harus menunjukkan tanggung jawa untuk memperbaikinya dan tidak terkesan membuat pelanggan semakin tidak nyaman.
	* 1. **Karakteristik Manajemen Pengaduan**

Kemampuan bank dalam menangani komplain nasabah merupakan hal sangat penting bagi nasabah. Bank harus mampu menjalankan manajemen pengaduan dengan efektif agar komplain nasabah dapat cepat terselesaikan. Jika bank tidak mampu menangani komplain nasabah, dikhawatirkan nasabah akan mengadukan keluhannya kepada media yang membuat citra bank menjadi buruk.

Adapun 10 karakteristik layanan komplain nasabah adalah sebagai berikut :

1. Komitmen

Pihak manajemen dan semua anggota lainnya memiliki komitmen yang tinggi untuk mendengarkan dan menyelesaikan masalah komplain dalam rangka peningkatan kualitas produk dan jasa. Komitmen ini memiliki nilai yang sangat penting, sebab terjadinya perpindahan, nasabah membatalkan/tidak jadi membeli/tidak menggunakan bank bersangkutan banyak disebabkan oleh sikap “acuh tak acuh” dari *customer service, teller,* dan manajemen terhadap nasabah.

1. *Visible*

Manajemen menginformasikan secara jelas dan akurat kepada pelannggan dan karyawan tentang cara penyampaian komplain dan pihak-pihak yang dapat dihubungi. Hal ini memiliki kaitan dengan jaringan komunikasi dan sistem informasi yang mendukung nasabah dalam memberikan umpan balik tentang pelayanan yang diterima. Akurasi dan kejelasan informasi yang diberikan kepada nasabah akan memajukan kemampuan perusahaan dalam menangani komplain.

1. *Accessible*

Perusahaan menjamin bahwa pelanggan secara bebas dan mudah menyampaikan komplain melalui saluran khusus, seperti telepon bebas pulsa atau surat, *email* yang secara langsung menampung keluhan yang diajukan. Prosedur tersebut mudah untuk dilewati oleh nasabah dan tidak membebani.

1. Sederhana

Prosedur komplain sederhana, mudah dipahami (tidak ruwet), dan efisien bagi pelanggan, sementara bagi prosedur tersebut, efektif menekan keengganan nasabah untuk menyampaikan komplain.

1. Kecepatan

Setiap komplain harus ditangani secepat mungkin, rentang waktu penyelesaian yang realistis diinformasikan kepada pelanggan. Selain itu, setiap perkembangan atau kemajuan dalam penanganan komplain yang sedang diselesaikan senantiasa dikomunikasikan kepada pelanggan yang bersangkutan. Komplain yang diajukan selalu harus diatasi secepatnya, membicarakan yang sebenarnya dengan nasabah, dan tidak membiarkan nasabah menunggu tanpa informasi atau penjelasan.

1. *Fairness*

Setiap komplain mendapatkan perlakuan sama atau adil, tanpa membeda-bedakan pelanggan. Perlakuan yang adil membuat nasabah merasa tidak diabaikan dan tidak mempengaruhi keinginan nasabah untuk komplain, keraguan dari sebaagian nasabah bisa mempengaruhi lebih banyak nasabah untuk bersikap pasif terhadap bank.

1. Konfidensial

Keinginan pelanggan akan privasi dan kerahasiaan dihargai dan dijaga. Terjaganya kerahasiaan dan privasi berkaitan dengan rasa keamaaan dan kenyamanan nasabah, yang pada gilirannya membuat nasabah merasa lebih leluasa untuk menyampaikan komplainnya.

1. *Records*

Data mengenai komplain nasabah disusun rapi agar memudahkan dalam upaya perbaikan yang akan menghilangkan “keraguan” nasabah. Tiga cara sistematis untuk menghilangkan keraguan nasabah dalam penyelesaian komplain: *pertama,* semua komplain yang masuk dicatat, dikelompokkan, dan dianalisis menurut frekuensi dan keseriusannya; *kedua,* kepada pelanggan ditanyakan tentang komplain yang dapat memberi dampak terbesar bagi mereka; *ketiga,* dapat ditemukan komplain yang paling penting dan solusi yang tepat untuk mengatasinya”.

1. Sumber Daya

Bank harus membuat alokasi sumber daya, infrastruktur dan sistem yang baik untuk menangani komplain, termasuk didalamnya adalah pelatihan karyawan. Salah satu alasan nasabah enggan menyampaikan komplainnya adalah karena keyakinan akan sikap tidak responsif dari bank. Oleh karena itu, bank harus memperlihatkan dukungan dan perhatian yang sungguh-sungguh.

1. *Remedi*

Pemecahan dan penyelesaian komplain yang tepat untuk setiap komplain bisa mengatasi rasa tidak puas nasabah. Bank harus mampu menyelesaikan setiap komplain secara serius karena kepuasan nasabah tidak selalu sama setiap saat. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya terus-menerus mengkomunikasikan langsung dengan nasabah segala hal yang berkaitan dengan kepuasan nasabah dan tidak boleh cepat merasa yakin mengetahui segalanya tentang nasabah berdasarkan pengalaman yang ada.

* + 1. **Efektivitas Manajemen Komplain**

Efektivitas manajemen komplain terletak pada tiga hal pokok.

***Pertama,*** kemampuan proaktif dalam:

1. Mencegah hal-hal yang menyeabkan terjadinya kekecewaan nasabah yang memicu komplain;
2. Membangun kembali hubungan yang memuaskan dan menguntungkan dengan nasabah;
3. Mendeteksi sumber-sumber keengganan para nasabah melakukan komplain kepada bank, misalnya faktor personal, sistem dan budaya perusahaan.

Tim manajemen komplain harus selalu berusaha menciptakan cara, alat, dan sistem yang mempermudah untuk mengetahui tanggapan pelanggan atas pelayanannya. Bank harus bisa mengukur respons nasabah kombinasi data survei, data penjualan, respons dan raut wajah atau kegelisahan di ruang tunggu.

***Kedua,*** kemampuan mereduksi komplain dengan cara:

1. Menetapkan dan mengimplementasikan standar kinerja yang dikomunikasikan kepada nasabah;
2. Mengkomunikasikan pentingnya pemulihan layanan kepada seluruh jajaran mitra internal bank, mulai dari CEO sampai karyawan lini depan;
3. Mendemonstrasikan kepada nasabah mengenai cara menyampaikan komplain, baik melalui brosur, pamflet, maupun semacam buku petunjuk khusus berisi informasi lengkap mengenai prosedur penyampaian dan penanganan komplain;
4. Memanfaatkan dukungan teknologi, seperti *customer call center* dan internet untuk memberikan kemudahan akses 24 jam, cepat dan relatif murah bagi setiap pelanggan.

***Ketiga,*** kemampuan memanfaatkan manajemen komplain dalam memahami pengetahuan konsumen atas saluran dan prosedur pengembangan *complaint log* melalui satu unit sentral untuk menerima, mencatat, membuat kategorisasi, dan melakukan analisis atas bebagai komplain dari seluruh bagian dalam bank. *Complaint log* yang tersentralisasi ini sangat berguna untuk;

1. Memberikan landasan untuk menindaklanjuti pengaduan dan mengikuti perkembangan penyelesaiannya hingga tuntas;
2. Memberikan indikator peringatan dini tentang aspek pelayanan yang bermasalah;
3. Memberikan indikasi mengenai topik-topik dan isu-isu yang memerlukan penelitian yang lebih mendalam, yang disediakan untuk komplain;
4. Akses konsumen ke saluran komplain dan kemampuan pelanggan untuk membangun komunikasi dengan sistem komplain;
5. Kemauan pelanggan untuk tetap mengajukan komplain, meskipun ada potensi konflik; dan
6. Kemauan pelanggan untuk tetap mengajukan komplain tanpa khawatir akan diintimidasi. Artinya, penilaian konsumen yang positif atas sistem manajemen komplain cenderung mendorong konsumen untuk memanfaatkannya secara terampil dan penuh motivasi. Sebaliknya, penilaian konsumen yang negatif atas sistem manajemen komplain cenderung membuat konsumen enggan untuk memanfaatkannya, terutama berkenaan dengan (a) keraguan-raguan pelanggan tentang ketidaktanggapan organisasi atas komplain dan (b) kekhawatiran mengenai mahalnya biaya komplain.
	* 1. **Strategi Menangani Komplain**

Menangani komplain akan berhasil apabila ada keterlibatan langsung manajemen puncak dalam menangani keluhan pelanggan, karena untuk:

1. Memastikan bahwa produk berkualitas dan benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya;
2. Memastikan bahwa pelanggan tidak mengalami masalah dalam mengonsumsi beberapa jenis produk, layanan, pengiriman dan sebagainya.

Di samping itu, keterlibatan langsung manajemen puncak dalam menangani keluhan pelanggan akan berdampak positif bagi perusahaan, karena:

1. Pelanggan lebih suka berurusan dengan orang-orang yang memiliki kekuasaan untuk mengambil keputusan dan tindakan untuk memecahkan masalah mereka;
2. Pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan pada setiap masalah dan pelanggannya, dan selalu berusaha memperbaiki kekurangannya.

Jika strategi penanganan keluhan itu efisien, maka strategi ini dapat mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar strategi penanganan keluhan dapat efektif antara lain:

1. Mengidentifikasi dan menentukan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan mengeluh dan tidak puas, atasi segera serta hentikan sumber penyebab masalahnya.

Nasabah mengadukan keluhan

Sistem informasi manajemen

*Customer service* menanggapi, menjelaskan bagaimana cara menangani keluhan tersebut

Menyerahkan ke departemen pelanggan untuk dikaji secara cermat guna melakukan usaha perbaikan

Tidak bisa diatasi

*Customer service m*eneliti tingkat keluhan

Departemen pelanggan memeriksa tindakan perbaikan yang telah dilakukan

Menyelesaikan catatan keluhan, sifat tindakan

Mendistribusikan data keluhan ke pihak lain (manajemen, gugus kendali mutu, dan lainnya)

Pembuatan kebijakan oleh manajemen

**Gambar 2.1**

Proses Penanganan Keluhan

1. Mengupayakan secara sungguh-sungguh agar masalah yang sama tidak timbul dimasa yang akan datang dengan cara sebagai berikut:
2. Melatih dan memberdayakan semua mitra internal perusahaan untuk mengambil keputusan dalam rangka menangani situasi-situasi yang menyebabkan timbulnya keluhan dan ketidakpuasan.
3. Mengembangkan sistem informasi *marketing* yang mencatat setiap keluhan yang disampaikan dan kesalahan yang pernah dilakukan.
4. Menciptakan kemudahan konsumen untuk menghubungi perusahaan, seperti menyediakan saluran telepon khusus (*hot line service*), *email,* dan sebagainya agar konsumen dapat menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhannya tanpa hambatan.
5. Tangani keluhan dengan cepat, agar rasa tidak puas terhadap perusahaan tidak menjadi permanen (sulit diubah). Keluhan yang tertangani dengan cepat, pelanggan menjadi puas. Apabila pelanggan merasa puas dengan penanganan keluhan perusahaan, maka:
6. Sangat mungkin akan menjadi pelanggan kembali, bahkan bisa jadi mengajak orang lain menjadi pelanggan baru.
7. Sangat mungkin menjadi “obat pencegah” terjadinya *negative word of mouth* yang dampaknya sangat merugikan reputasi perusahaan/produk.
8. Kewajaran dalam memecahkan permasalahan atau keluhan, khususnya biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi ­*win-win* dimana perusahaan dan pelanggan sama-sama diuntungkan.

Tips mengatasi komplain tentu saja bervariasi, sesuai dengan kemampuan seseorang, namun secara umum, berfokus pada *knowledge, skill* dan *standar operating prosedure* (SOP) yang kemudian diterapkan dalam menangani komplain dengan “SELUS” secara urut sebagai berikut ini.

|  |  |
| --- | --- |
| S | *Sorry.* Jika ada pelanggan komplain selalu awali dengan kata “maaf”, jangan pernah coba *defend* atau malah menyalahkan nasabah. |
| E | *Empathy.* Nasabah komplain biasanya kesal dan jengkel bercampur menjadi satu dalam bentuk marah. Cobalah hayati bagaimana menjadi orang yang sedang marah. |
| L | *Listening.* Dengarkan dengan baik, perlihatkan ekspresi tubuh. |
| U | *Understanding.* Lakukan pemahaman dengan sebaik-baiknya tentang apa masalah yang sebenarnya. Orang marah itu tidak jauh dari tiga hal: produk/servis, proses (*customer need*), *people (emotional need*). |
| S | *Solution.* Setelah tahu masalahnya secara rinci, tawarkan pemecahan lebih dari satu, lalu kerjakan. Kalau sudah janji, segera *follow up,* jangan tunggu nasabah marah sampai dua kali karena janji tidak ditepati. |

**Tabel 2.1**

Tips Mengatasi Komplain