

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan yang begitu pesat dalam hal memasarkan produk saat ini semakin memperketat persaingan setiap produsen guna memberikan pelayanan terbaik dan berlomba-lomba memuaskan pelanggannya. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang dirasakan konsumen atas barang atau jasa setelah memperoleh dan menggunakannya (Mowen dan Minor, 2002:89). Persaingan yang semakin ketat mendorong produsen untuk lebih meningkatkan pelayanan guna mendapatkan perhatian dari konsumennya mengingat semakin bertumbuhnya pesaing, namun jumlah konsumen yang ada tetap, maka kepuasan menjadi hal yang penting dan harus dipenuhi oleh setiap produsen guna mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki.

Produk dan pelayanan terbaik berusaha diberikan setiap produsen guna memuaskan konsumennya, namun produsen tetap tidak terlepas dari kesalahan yang dapat menimbulkan keluhan pelanggan. Keluhan pelanggan timbul akibat adanya rasa ketidakpuasan dalam benak konsumen setelah mengkonsumsi suatu produk. Menurut Mowen dan Minor (2002:101) perilaku keluhan konsumen (*consumer complaint behavior*) adalah istilah yang mencakup semua tindakan konsumen yang berbeda bila konsumen merasa tidak puas dengan suatu pembelian.

Hasil penelitian Kau dan Loh (2006) menunjukkan perbandingan pelanggan yang tidak mengadukan keluhan terhadap layanan menunjukkan bahwa dari konsumen yang awalnya puas dengan layanan memiliki tingkat kepercayaan, *word-of-mouth*, dan loyalitas jauh lebih tinggi dibandingkan konsumen yang tidak puas dengan layanan tetapi memilih untuk tidak mengeluh. Hal ini adalah sinyal untuk penyedia layanan yang memberikan pelayanan yang memuaskan sangat penting dalam memperoleh dukungan pelanggan. Pelanggan yang tidak puas dan memilih untuk tetap diam bisa menjadi bencana seperti dibalik topeng diam konsumen terdapat ketidakpercayaan, keinginan untuk mengungkapkan negatif *word-of-mouth* dan tingkat loyalitas yang rendah.

Keluhan pada dasarnya dapat menjadi kesempatan guna perusahaan untuk mengetahui secara langsung apa sebenarnya yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produsen dapat melayani dan melakukan penanganan keluhan untuk memberikan kepuasan pada konsumen pasca melakukan keluhan. Suatu studi yang dilakukan oleh Rockefeller Foundation tentang pelanggan dalam Griffin (2005:179), menyatakan bahwa alasan dari hilangnya atau kepergian pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :

- a) Keluhan yang tidak ditangani (14 persen)
- b) Pesaing (9 persen)
- c) Relokasi (9 persen)
- d) Tiada alasan Khusus (68 persen)

Penanganan keluhan mengacu pada tindakan yang diambil oleh suatu organisasi dalam menanggapi kegagalan layanan (Boshoff, 2005). Lovelock dan Wirtz

(2007:395) menyatakan penanganan keluhan adalah upaya sistematis yang dilakukan perusahaan untuk memperbaiki kesalahan termasuk ketidakpuasan dan untuk mengembalikan keramahan konsumen.

Penanganan keluhan dapat mengubah pelanggan yang sebelumnya mengalami ketidakpuasan menjadi puas. Proses penanganan keluhan pelanggan yang dilakukan secara optimal tentunya akan memberi kepuasan dalam benak pelanggan karena perusahaan telah memberikan pelayanan atas harapan pelanggan untuk mendapatkan solusi atas ketidakpuasannya. Penanganan keluhan yang tidak berjalan dengan baik akan menimbulkan risiko kehilangan konsumen karena ketidakpuasan yang kembali dirasakannya.

Menurut Keaveney dalam Irfan (2006) seringkali pelanggan beralih ke penyedia layanan alternatif, bukan karena kegagalan inti layanan, tetapi karena respon karyawan yang tidak dapat diterima dalam upaya pelanggan untuk memperbaiki kegagalan. Hal yang lebih buruk adalah konsumen akan memberikan saran untuk tidak menggunakan produk tersebut pada orang-orang di sekitarnya sehingga akan menciptakan rasa enggan untuk menggunakan produk itu, maka penanganan keluhan merupakan bagian penting guna terwujudnya kepuasan konsumen.

Salah satu sektor yang tidak luput dari adanya keluhan adalah sektor perbankan. Perkembangan dunia perbankan saat ini semakin pesat, sehingga bermunculan berbagai bank baru yang semakin memperketat persaingan guna memuaskan nasabah. Seiring perkembangan zaman, perbankan menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan usaha. Perbankan sebagai wadah menyimpan uang dan sumber pendanaan merupakan salah satu penggerak

perkembangan dunia usaha saat ini. Seiring kebutuhan akan jasa perbankan yang semakin meningkat dengan penawaran produk yang memiliki spesifikasi tidak jauh berbeda, semakin memperketat ranah persaingan antarbank. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Eka Bumi Artha sebagai salah satu bank yang menawarkan berbagai jasa keuangan perbankan yang merupakan salah satu dari Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Kota Bandar Lampung.

Bank Eka adalah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dan bergerak di bidang jasa keuangan perbankan. Bank yang didirikan untuk melayani masyarakat, umumnya di Propinsi Lampung dan khususnya masyarakat yang bermukim di Kota Bandar Lampung dalam menyimpan uang baik dalam bentuk tabungan maupun dalam bentuk deposito dan pengajuan kredit. Hal ini juga dilakukan oleh BPR Eka Bumi Artha untuk menjadikan nasabahnya puas dalam membeli salah satu produk yang ditawarkan.

Peningkatan kepuasan pelanggan diperlukn kinerja perusahaan sampai melebihi harapan pelanggan, minimal sesuai harapan pelanggan. Perlu diperhatikan apakah fasilitas-fasilitas dan pelayanan-pelayanan yang telah diberikan perusahaan telah sesuai dengan harapan pelanggan. Jika melebihi dari yang diharapkan maka perusahaan dapat mempertahankannya sehingga pelanggan tidak meninggalkna perusahaan, begitu juga yang perlu dilakukan oleh lembaga Bank sehingga penghimpun dan penyalur dana masyarakat.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Eka Bumi Artha yang memiliki jumlah nasabah yang tersebar di seluruh Propinsi Lampung tentunya tidak terlepas dari adanya

keluhan nasabah. Keluhan yang diajukan oleh nasabah dapat disebabkan oleh beberapa masalah umum antara lain:

1. Kehilangan kartu ATM
2. Kehilangan buku tabungan
3. Saldo terdebit, namun uang tidak keluar dari ATM
4. Kartu ATM tertelan dalam mesin pengambilan uang bank sendiri maupun bank lain
5. Biaya administrasi tabungan
6. Prosedur cetak rekening koran yang tidak dapat diwakili orang lain
7. Prosedur pergantian buku tabungan yang tidak dapat diwakili orang lain

(Sumber: Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Eka Bumi Artha Kantor Cabang Bandar Lampung, 2013)

Keluhan yang disampaikan nasabah merupakan kesempatan guna benar-benar memuaskan nasabah yang mengadakan keluhan tersebut. Keluhan yang diajukan pelanggan pada perusahaan merupakan suatu jalan bagi perusahaan untuk mengetahui apa dan bagaimana sebenarnya keinginan nasabahnya. Bank Eka yang bergerak dibidang jasa keuangan perbankan ini, dalam hal pelayanan nasabah telah meraih juara pertama *Customer Service Championship* 2010 untuk kategori perusahaan BPR dan telah menyisihkan 89 tim lainnya serta memiliki *Section itel Service*, yaitu bagian yang menjamin keakuratan pelayanan yang tinggi dalam bidang *Loan Service, Customer Service, Teller Service* dan Kantor Kas.

Dasar kebijaksanaan pemasaran yang dijalankan oleh suatu perusahaan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan (jumlah nasabah) sehingga dapat meningkatkan margin laba yang diperoleh. Peningkatan jumlah nasabah yang

ditandai dengan keberhasilan merealisasikan jumlah simpanan dan kredit yang disalurkan oleh Bank yang bersangkutan.

Penyaluran kredit oleh BPR Eka Bumi Artha cabang Bandar Lampung ditujukan kepada tiga kelompok yaitu :

1. Kredit kepada pegawai
2. Kredit umum
3. Kredit kepada pensiunan

Berdasarkan ketiga jenis sasaran kredit tersebut selama tahun 2013 ternyata kredit pegawai oleh BPR Eka Bumi Artha cabang Bandar Lampung menempati posisi terbesar yaitu berjumlah Rp 20,6 milyar lebih, sedangkan kredit bagi umum dan pensiunan masing-masing Rp 3,5 milyar dan Rp 195 juta. Perkembangan lebih terinci selama tahun 2013 jumlah kredit pegawai yang telah disalurkan oleh BPR Eka Bumi Artha cabang Bandar Lampung terlihat 1 berikut ini.

Memperhatikan Perkembangan Penyaluran Dana Kredit Pegawai oleh BPR Eka Bumi Artha cabang Bandar Lampung Tahun 2013, walaupun secara absolut menunjukkan peningkatan setiap bulannya, namun apabila dilihat secara pertumbuhan (persentase) mengalami penurunan dengan rata-rata hanya mengalami kenaikan sebesar 2,68 %.

Tabel 1 Perkembangan Penyaluran Dana Kredit Pegawai oleh BPR Eka Bumi Artha cabang Bandar Lampung selama Tahun 2013

No	Bulan	Jumlah Kredit (Rp juta)	% Perubahan
1	Januari	202.996	
2	Februari	250.647	23,47
3	Maret	215.842	(0,14)
4	April	221.917	1,42
5	Mei	221.998	1,40
6	Juni	225.221	1.45
7	Juli	226.381	0,52
8	Agustus	230.177	1,68
9	September	233.138	1,28
10	Oktober	235.271	0,91
11	November	235.667	0,17
12	Desember	237.437	0,75
13	Rata-rata		2,68

Sumber : BPR Eka Bumi Artha cabang Bandar Lampung, 2015

Memberikan pelayanan dan manajemen yang baik dapat menyebabkan kepuasan nasabah. Untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan, penting untuk mengetahui tingkat kepuasan atas pemulihan layanan atau penanganan keluhan nasabah. Nasabah yang keluhannya ditangani dengan baik dapat menciptakan sikap positif tentang bank tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut terdapat masalah yang perlu diteliti dan diketahui lebih lanjut, apakah penanganan keluhan yang dilakukan oleh Bank Perkreditan

Rakyat (BPR) Eka Bumi Artha Kantor Cabang Bandar Lampung yang diukur dengan *Procedural Justice*, *Interactive Justice*, dan *Distributive Justice* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Eka Bandar Lampung.

1.2 Perumusan Masalah

Persaingan yang ketat mendorong setiap perusahaan untuk terus memuaskan pelanggannya, namun perusahaan tidak terlepas dari adanya keluhan pelanggan. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, BPR Eka Bumi Artha juga menerapkan kebijaksanaan pemasaran melalui standar pelayanan perbankan kepada nasabahnya dengan tujuan menciptakan kepuasan dalam diri nasabah dengan harapan nasabah dapat merubah keputusannya untuk menjadi nasabah yang memiliki loyalitas terhadap BPR Eka Bumi Artha cabang Bandar Lampung. Masalah dalam penelitian ini adalah penanganan keluhan yang dilakukan oleh Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Eka Bumi Artha. Penanganan keluhan yang dilakukan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Eka Bumi Artha sebaiknya dapat memberi kepuasan kepada nasabah. Nasabah yang mengadukan keluhan pada dasarnya adalah nasabah yang memilih untuk peduli karena nasabah yang mengalami ketidakpuasan dapat langsung beralih pada bank lain maupun alternatif lainnya. Lovelock dan Wirtz (2007:391) menyatakan terdapat tiga rangkaian aksi keluhan pelanggan yaitu mengambil tindakan publik (*public action*), mengambil tindakan privat (*private action*), dan tidak mengambil tindakan apapun.

Menurut Lovelock dan Writz (2007:395) penanganan keluhan memerlukan prosedur bijaksana untuk menyelesaikan masalah dan menangani pelanggan tidak puas. Dengan kata lain tindakan penanganan keluhan yang dilakukan oleh perusahaan seharusnya mampu menjawab pertanyaan dalam benak pelanggan atas ketidakpuasan yang dirasakan. Nasabah yang mengadakan keluhan mengharapkan penanganan keluhan yang tepat namun penanganan keluhan tidak selalu memberikan penyelesaian yang berakhir pada kepuasan.

Berdasarkan latar belakang dan uraian masalah maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan pada nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Eka Bumi Artha Bandar Lampung”.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan pada nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Eka Bumi Artha Kantor Cabang Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Sebagai sumbangan pemikiran bagi pimpinan BPR Eka Bumi Artha Bandar Lampung dalam mengambil kebijakan tentang penanganan keluhan dan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.
2. Sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan untuk diaplikasikan dalam kehidupan nyata.

3. Sebagai referensi dan kajian pustaka untuk penelitian mendatang.

1.5 Kerangka Pemikiran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa segala kegiatan pemasaran harus diarahkan secara terpadu untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk itu perusahaan harus mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen pada saat sekarang dan masa yang akan datang dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggannya. Keberhasilan suatu perusahaan bergantung pada berhasil tidaknya kegiatan pemasarannya. Sebaik apapun produk yang ditawarkan perusahaan tanpa didukung oleh kegiatan pemasaran yang efektif, maka keberhasilan usaha semakin kecil. Oleh karena itu pihak perusahaan harus mampu melaksanakan kebijaksanaan pemasaran yang tepat dan sesuai dengan perkembangan perekonomian yang semakin pesat.

Menurut H.A.S Moenir (2002: 272), pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain dengan melakukan serangkaian kegiatan. Dengan demikian pelayanan ini dapat dikatakan sebagai suatu proses. Sebagai proses pelayanan kelangsungan secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Pelayanan akan dapat telaksana dengan baik dan memuaskan apabila didukung dengan beberapa faktor yaitu meliputi:

1. Kesadaran para pegawai
2. Adanya peraturan yang memadai

3. Organisasi dengan mekanisme sistem yang dinamis
4. Pendapatan pegawai yang cukup memenuhi kebutuhan hidup minimum.
5. Kemampuan dan keterampilan yang sesuai dengan tugas atau pekerjaan yang dapat dipertanggungjawabkan
6. Tersedianya pelayanan sesuai dengan jenis dan bentuk tugas atau pekerjaan pelayanan.

Perilaku keluhan terjadi ketika pelanggan merasa tidak puas atas suatu produk yang diperoleh dan digunakan. Sikap konsumen untuk menunjukkan rasa ketidakpuasannya salah satunya dengan melakukan keluhan. Lovelock dan Writz (2007:391-392) mengatakan bahwa terdapat tiga jalur aksi yang dilakukan oleh konsumen yang mengalami ketidakpuasan:

1. Melakukan beberapa bentuk *public action* (termasuk mengadakan keluhan ke perusahaan, mengadakan keluhan ke orang ketiga, atau mengadakan keluhan hukum guna memperoleh ganti rugi).
2. Melakukan beberapa bentuk *private action* (termasuk meninggalkan merek dan perusahaan tersebut serta melakukan rekomendasi untuk tidak menggunakan produk tersebut).
3. Tidak melakukan aksi apapun.

Hasil penelitian Kau dan Loh (2006) menunjukkan perbandingan pelanggan yang tidak mengadakan keluhan terhadap layanan menunjukkan bahwa dari konsumen yang awalnya puas dengan layanan memiliki tingkat kepercayaan, *word-of-mouth*, dan loyalitas jauh lebih tinggi dibandingkan konsumen yang tidak puas dengan layanan tetapi memilih untuk tidak mengeluh. Hal ini adalah sinyal untuk

penyedia layanan yang memberikan pelayanan yang memuaskan sangat penting dalam memperoleh dukungan pelanggan. Pelanggan yang tidak puas dan memilih untuk tetap diam bisa menjadi bencana seperti dibalik topeng diam konsumen terdapat ketidakpercayaan, keinginan untuk mengungkapkan negatif *word-of-mouth* dan tingkat loyalitas yang rendah.

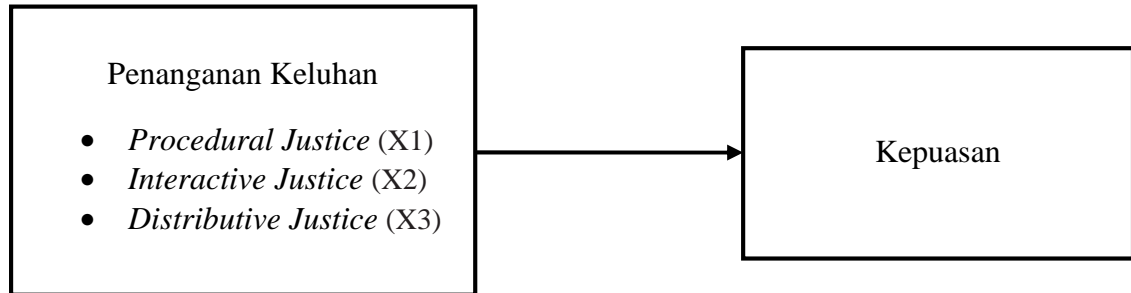
Berdasarkan teori tersebut, penelitian yang akan dilakukan adalah mengenai konsumen yang mengalami ketidakpuasan yang kemudian melakukan *public action* berbentuk pengaduan keluhan pada perusahaan yang dalam hal ini melalui Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Eka Bumi Artha. Hal ini dikarenakan keluhan nasabah yang dapat ditangani oleh perusahaan secara langsung adalah keluhan yang ditujukan langsung pada perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mengetahui secara langsung apa yang sebenarnya dibutuhkan dan diinginkan oleh nasabah.

Setelah nasabah melakukan keluhan kepada perusahaan, langkah yang kemudian diambil oleh perusahaan adalah melakukan penanganan keluhan. Proses penanganan keluhan jika berjalan baik tentunya akan memberikan kepuasan pada pelanggan. Dalam mengadukan keluhan, pelanggan akan mengalami tahapan dalam penanganan keluhan. Tahapan penanganan keluhan ini sendiri meliputi *procedural justice*, *interactive justice*, dan *distributive justice*.

Procedural justice merupakan prosedur yang harus dipenuhi oleh pelanggan bila ingin mendapatkan keadilan. Langkah selanjutnya adalah *interactive justice* yang merupakan interaksi dengan karyawan yang menangani keluhan pelanggan. Proses yang terakhir adalah *distributive justice*, yaitu kompensasi yang diperoleh pelanggan setelah adanya interaksi dengan karyawan. Berdasarkan keseluruhan

langkah penanganan keluhan tersebut, maka akan menghasilkan kepuasan atas penanganan keluhan.

Kerangka pikir penelitian ini tersaji sebagai berikut:



Gambar 1. Paradigma Penelitian

1.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan, maka hipotesis penelitian ini adalah “ Penanganan keluhan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Eka Bumi Artha Bandar Lampung”.